



**PLAN DE  
GESTIÓN  
2019-2022  
TEATRO  
MUNICIPAL DE  
OVALLE**



Este documento ha sido elaborado como instrumento guía para el proceso de gestión y administración del Teatro Municipal de Ovalle, TMO, para el período 2019-2022 gracias a los recursos aportados por el programa Red Cultura del Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio.

El Plan de Gestión ha sido elaborado por profesionales contratadas para su actualización, así como también bajo la constante consulta ciudadana y el aporte del equipo profesional del TMO.

Este Plan de Gestión se hace entrega a la comunidad Ovallina con fecha 7 de junio de 2019, luego de su validación por artistas, cultores y gestores; profesionales de la educación y estudiantes; representantes de organizaciones comunitarias urbanas y rurales; públicos fidelizados; colaboradores y equipo de trabajo del TMO.



# ÍNDICE



## ÍNDICE

|   |           |
|---|-----------|
| <b>1. ANTECEDENTES.....</b>   | <b>5</b>  |
| 1.1. La comuna de Ovalle.....   | 6         |
| 1.2. Historia del Teatro Municipal de Ovalle.....                     | 8         |
| 1.3. Plan de Gestión TMO 2014.....                                    | 10        |
| <b>2. MARCO METODOLÓGICO.....</b>                                     | <b>13</b> |
| 2.1. Revisión de fuentes secundarias.....                             | 14        |
| 2.2. Encuentro participativo inicial.....                             | 14        |
| 2.3. Mesas de diagnóstico.....  | 15        |
| 2.4. Encuesta.....  | 17        |
| 2.5. Entrevistas en profundidad.....                                  | 18        |
| 2.6. Convención.....  | 19        |
| 2.7. Mesas de validación.....   | 20        |
| 2.8. Revisión final con voceros de las mesas.....                     | 21        |
| <b>3. PRINCIPALES RESULTADOS DEL DIAGNÓSTICO PARTICIPATIVO.....</b>   | <b>22</b> |
| 3.1. Análisis FODA Infraestructura y equipamiento.....                | 23        |
| 3.2. Análisis FODA Programación.....                                  | 24        |
| 3.3. Análisis FODA Experiencia del usuario.....                       | 24        |
| 3.4. Análisis FODA Comunicaciones.....                                | 25        |
| 3.5. Análisis FODA Acceso, formación de públicos y participación..... | 26        |
| 3.6. Análisis FODA Sustentabilidad.....                               | 26        |
| <b>4. FILOSOFÍA CORPORATIVA.....</b>                                  | <b>27</b> |
| 4.1. Misión del TMO.....  | 28        |
| 4.2. Visión del TMO.....  | 28        |
| 4.3. Valores y Principios del TMO.....                                | 28        |
| <b>5. FORMULACIÓN ESTRATÉGICA.....</b>                                | <b>29</b> |
| 5.1. Ejes, objetivos y medidas estratégicas.....                      | 30        |
| 5.2. Detalle de la planificación.....                                 | 33        |
| <b>6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>                             | <b>69</b> |



1

ANTECEDENTES



## 1. ANTECEDENTES

### 1.1. La comuna de Ovalle

Ovalle, también conocida como la Perla del Limarí, es una ciudad y cabecera de la comuna del mismo nombre, además de ser la capital de la Provincia del Limarí, una de las tres en que se divide administrativamente la Región de Coquimbo. Se encuentra a 412 kilómetros al norte de Santiago y a 86 kilómetros de La Serena, capital regional. Limita al norte con las comunas de Coquimbo y Andacollo, al este con Río Hurtado y Monte Patria, al sur con Punitaqui y Canela y al oeste con el Océano Pacífico.

Su geografía tiene gran importancia agrícola siendo el más productivo de los valles transversales de la zona. La clave de su alta productividad está en su sistema de irrigación artificial, regulado por los embalses La Paloma, Recoleta y Cogotí, que compensan la baja pluviometría de la zona y permite el uso económico y eficiente del agua. La economía de la zona se basa principalmente en la agricultura (uva pisquera, de vino y de mesa, paltos, alcachofas, entre otras) y en la ganadería caprina. Concentra el 50% de dichas actividades a nivel regional. La ciudad de Ovalle, en tanto, se sustenta en los servicios y el comercio. Entre sus atractivos turísticos se destacan, el Monumento Histórico Valle del Encanto, el Parque Nacional Fray Jorge y la Fiesta Religiosa del Niño Dios de Sotaquí.

Según el Censo 2017, la población total comunal es de 111.272 habitantes, siendo la tercera comuna más poblada de la región. Del total de los habitantes de la comuna, un 51,8% corresponde mujeres y un 48,2% corresponde a hombres. En cuanto a los grandes grupos de edad, los menores de 15 años representan al 22,4% de la población, quienes poseen entre 15 y 64 años representan al 65,6%, y los mayores de 64 años al 12,0%. Además, el 78,7% de la población comunal corresponde a población urbana, mientras que el 21,3% vive en áreas rurales de la comuna, siendo este último porcentaje bastante superior al nacional.

En cuanto a la declaración de pertenencia a algún pueblo originario, un 10% del total de los habitantes de la comuna declara pertenecer a alguno, porcentaje similar al observado tanto a nivel regional (9,0%) como nacional (13,0%). De ese 10%, un 53,6% declara ser Diaguita, un 30,7% Mapuche, un 6,8% Aymara, un 2,1% Colla, un 0,8% Quechua, un 0,8% Lincan Antai, y un 0,1% Rapa Nui. Respecto a la población migrante, esta corresponde a un 10,0% de la población comunal (siendo de un 9,0% a nivel regional y de un 4,0% a nivel nacional). De ellos, un 21,7% corresponde a población peruana, un 19,2% a población colombiana, un 11,6% a población boliviana, un 8,6% a población argentina, un 7,5% a población ecuatoriana, un 6,8% a población venezolana, un 2,3% a población haitiana.

Además de la ciudad propiamente tal, la comuna está compuesta por 156 localidades rurales - incluidas algunas caletas de pescadores -, las cuales se encuentran dispersas en 3.834,5 km<sup>2</sup>. La comuna abarca un territorio diverso desde la precordillera a la costa, conteniendo una amplia



diversidad climática y otorgando características particulares a cada conglomerado poblacional. Así, Ovalle es la segunda comuna a nivel nacional con mayor dispersión geográfica después de Punta Arenas. Muchas de sus localidades se encuentran en condiciones de aislamiento territorial, debido a la poca accesibilidad, los accidentes geográficos existentes y a la precariedad de caminos interiores.

A pesar de su gran dispersión territorial, no es considerada una comuna rural como el resto de las comunas que integran la provincia, ya que la ciudad de Ovalle, capital comunal y provincial, representa un núcleo urbano importante de la región, que concentra – como ya se estableció - al 78,7% de la población comunal y los principales servicios provinciales, como el Hospital, la Gobernación, Tribunales de Justicia, comercio mayorista, Feria comunal, etc.

En cuanto a su historia, la ciudad de Ovalle se fundó el 21 de abril de 1831, como centro administrativo y de servicios para la población del extenso territorio del Valle del Limarí. Su población se encontraba aislada y dispersa carente de servicios e instrucción. El poblamiento de la ciudad fue lento en sus primeros años a pesar de que se otorgaron solares y se dieron todas las facilidades a los nuevos habitantes. La trama urbana en forma de damero fue organizada en un terreno de aproximadamente cuarenta cuadras que fueron puestas a disposición del Estado, por el matrimonio Perry Campos para que allí se materializara la fundación. El núcleo inicial se formó entre la ribera norte del río Limarí y el pie monte de la meseta que circunda el valle de Tuquí y comprendía los siguientes límites: al norte la calle Pescadores, al sur calle Tangué, al oeste calle Portales y al este la Alameda. En este sector se trazó la Plaza de Armas y se construyeron los edificios del cabildo y la iglesia parroquial.

Con el transcurso del tiempo, la fisonomía urbana fue cambiando y ya hacia la década de 1870 la ciudad presentaba un aspecto más grato a sus habitantes. Se había forestado la alameda y la plaza, concluido la iglesia parroquial y el edificio consistorial y dignas viviendas de fachada continua circundaban sus principales calles. La ciudad ya contaba con hospital, policía e instrucción pública y un comercio floreciente pues abastecía a algunos minerales y a todos los pueblos interiores del departamento. Con la llegada del ferrocarril a Ovalle en 1908 y la posterior instalación de la Maestranza en 1915, se experimentó un notable crecimiento urbano hacia el Oriente de la mano de poblaciones obreras, ferroviarias y de empleados públicos. A partir de 1930, la ciudad comenzó a experimentar un crecimiento debido a las inmigraciones desde el norte minero, como también por el incipiente arribo de campesinos a la ciudad y también por el crecimiento vegetativo. Por esta época Ovalle acogió a un número importante de extranjeros de las más variadas nacionalidades entre los que se constataban franceses, mallorquines, españoles, italianos, griegos, árabes, yugoeslavos, lo que le dio a la ciudad un carácter cosmopolita y dinamizó su comercio y agricultura. En esos años se comenzó a poblar las laderas de las mesetas que rodean la ciudad, principalmente el sector Norte, e igualmente se edificaron edificios en altura de hormigón armado de estilo moderno, rompiendo de esa manera la altura tradicional de la ciudad, entre los edificios que se construyeron perduran los siguientes: la Escuela Helen Lang (1939), el edificio del Centro de Extensión Cultural (1939), la Municipalidad (1943), el Mercado Municipal (1946), Colegio San Juan



Bautista (1946), Internado de Liceo de Hombres y numerosas casas particulares. Muchas viviendas tradicionales también sufrieron transformaciones de sus frontones debido a que se estucaron de acuerdo a los estilos en boga y se modernizaron.

Entre las décadas de 1950-1970 la ciudad continuó expandiéndose hacia el oriente principalmente al noreste de la Maestranza ocupando incluso las terrazas fluviales que están frente a ella. Igualmente se crearon otros conjuntos habitacionales en la meseta ubicada frente a la traza urbana tradicional de la ciudad. En los períodos siguientes, es decir entre 1980 y 2013 la parte alta de Ovalle se pobló en casi toda su extensión, comenzando con viviendas sociales en un principio, para posteriormente construirse conjuntos habitacionales de mayor valor, entre ellos algunos condominios. En tanto en la parte baja se edificó la terraza sur de la ciudad en toda su extensión, en tanto que los límites urbanos se ampliaron tanto hacia el oeste, creándose un sector habitacional, como hacia el este donde se construyeron condominios y otros tipos de viviendas de mayor plusvalía. Por otra parte, el centro de Ovalle experimentó notables cambios con la remodelación de la Plaza de Armas, la implementación del paseo peatonal y la construcción de nuevos edificios comerciales.

## **1.2. Historia del Teatro Municipal de Ovalle**

El Teatro Municipal de Ovalle TMO, antes conocido como el Teatro de Ovalle y Teatro Nacional de Ovalle, fue construido a fines del siglo XIX, por iniciativa de la Sociedad Musical de Ovalle, férreos impulsores del aprendizaje y el desarrollo de la música clásica y las artes escénicas en nuestra zona. Esta organización local creada en 1886 bajo la razón social “Sociedad de recreo para la música y canto” por el doctor Antonio Tirado Lanús, adquirió en 1890 un pequeño inmueble en la esquina de las calles Unión (hoy, Vicuña Mackenna) y Carmen, donde antes había funcionado un hotel, y allí comenzaron sus actividades y presentaciones, concitando la atención de la ciudadanía.

En el año 1900, con la llegada de la tecnología cinematográfica del biógrafo, diferentes compañías proyectoristas, Quiroz, Anglo Americano, Lumière y Excelsior, arrendaron este espacio para ofrecer películas mudas a los Ovallinos de principios del siglo XX. El creciente éxito de las actividades realizadas por la Sociedad musical en este modesto espacio, sumado a los daños que recibió producto de un movimiento telúrico en 1906, llevó a que el directorio de esta entidad acordara en mayo de 1907, construir un nuevo edificio, acorde a los requerimientos de la convocatoria obtenida. Los planos de este nuevo edificio, el Teatro Ovalle, fueron presentados por los socios del club a Carlos Castex y Pablo Moriamez. Este último encabezó las gestiones para la construcción del inmueble, encargado al arquitecto Ernesto Gallardo, que recibió una fuerte influencia francesa en la aplicación de estructuras metálicas, propias de la edificación ferroviaria. El frontis del teatro fue trabajo del albañil Juan Barraza, quien tardó cuatro meses en terminarlo, mientras que la pintura del edificio e interiores fue tarea de Ismael Lorca- Los directores, acordaron formar un fondo de nonos para el inicio de los trabajos que comenzaron en noviembre de 1907, para cuyos efectos contrataron al constructor Antonio Masier. El 1908 año, debido a la lentitud de los trabajos y la falta de fondos la Sociedad Musical, acordó realizar un contrato por 5 años con la cadena de biógrafos,





Bidnell Erwing, a cambio de la conclusión de esta obra. El 26 de diciembre de 1926 estaban listos el Teatro de Ovalle y el Club.

Posteriormente el Teatro de Ovalle pasó por varios concesionarios y administraciones, siendo la más sobresaliente, la de Oscar Espinoza.

En 1938, la Sociedad Musical de Ovalle, decidió vender este inmueble a la Sociedad Cinematográfica Martínez y Cía. del empresario español Antonio Martínez. Esta empresa, denominada “CineChile” modernizó la sala con butacas y mejores equipos de proyección y sonido. En la reinauguración del inmueble, recibió la denominación que lo acompañó por décadas, Teatro Nacional.

Este remozado Teatro Nacional, supo capitalizar el éxito en aquellos días del cine popular latinoamericano con grandes exhibiciones de películas mexicanas y españolas, del género ranchero, comedia, melodrama y otros. Al respecto, hay recuerdos que evocan masivas filas de espectadores a la espera de cada estreno, lo que habla del incuestionable éxito de estas rotativas en el público urbano y rural. Otro de los giros interesantes en que se ocupó este tradicional espacio, fue el del escenario para el boxeo, con el acondicionamiento de un cuadrilátero en el que los ovallinos pudieron asistir a apasionantes veladas pugilísticas. Luego de 27 años, esta sociedad vendió el inmueble en 1965 al empresario ovallino Gustavo Corral Barrios, quien fue su propietario hasta el año 2007, así durante muchos años este Teatro paso a ser parte de la amplia cadena de cines que este emprendedor ovallino tuvo en todo el norte del país.

Con el tiempo y la revaloración de los espacios patrimoniales ocurrida de la llegada de la democracia, este añoso teatro de la calle Carmen, comenzó a cobrar mucho más valor en la conciencia colectiva local. Lamentablemente, el inexorable paso de los años y el embate de la naturaleza con temporales y terremotos fueron dejando su huella en los suntuosos decorados de este verdadero monumento a la cultura de la comuna de Ovalle.

En el año 2007 pasa a manos del municipio de Ovalle por medio de la compra del inmueble, gracias a los recursos aportados por el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes. A partir de ese año y en conjunto con la creciente actividad del Centro Cultural Municipal, se generó un intenso movimiento en diferentes iniciativas culturales, organizadas tanto por la municipalidad como por entes privados.

Con la adquisición del Teatro, la municipalidad asume enseguida la tarea de rediseñar este espacio con miras a una postulación al Fondo Nacional de Desarrollo Regional (FNDR). Esta segunda etapa del proyecto de habilitación del Teatro, es una de las más significativas acciones de rescate patrimonial y una de las más importantes obras de infraestructura en la historia reciente de nuestra región. Este ambicioso proyecto implica reconstruir esta añosa construcción para las necesidades y los desafíos de la actualidad, pero siempre, conservando el perfil patrimonial que tiene esta edificación, con su arquitectura, decorados y detalles.



Finalmente, con el trabajo de todo un equipo y el apoyo de la primera autoridad comunal, el reacondicionamiento del Teatro es aprobado en el año 2009 por el FNDR. Este proyecto de ejecución de obras civiles y de equipamiento del Teatro, asciende a una suma de 1.415 millones de pesos.

En mes de diciembre del año 2013, el Teatro Municipal de Ovalle se encuentra en condiciones técnicas de ser reinaugurado a la comunidad. Se realiza en dicho mes un gran evento de reinauguración con el montaje de dos obras escénicas para estrenar la técnica del recinto. A partir de dicha inauguración y durante todo el año 2014, el Teatro Municipal de Ovalle adopta una nueva imagen corporativa y la sigla TMO, la cual pasa a ser la marca oficial del recinto y se instala hacia el futuro.

Durante su primer año de funcionamiento, el TMO trabaja con un modelo de gestión piloto, ejecutando su programación y administración bajo los lineamientos del Centro Cultural Municipal de Ovalle, no adoptando la autonomía ni modelo de gestión acorde a las necesidades de una infraestructura cultural dedicada a la difusión de las artes. En dicho primer año 2014, el Municipio de Ovalle trabaja en alianza con el ese entonces Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, en la elaboración del Plan de Gestión del Teatro Municipal de Ovalle para ser puesto en marcha a partir del año 2015. El CNCA no solamente entrega recursos al municipio para el diseño de este plan, sino que además financia acciones iniciales de posicionamiento de marca del recinto y ejecuta diversas instancias de capacitación al equipo profesional del recinto.

Considerando la infraestructura y espacio idóneo del TMO, y con la finalidad de contar con un elenco propio y ofrecer una oportunidad a artistas locales, así como para fortalecer la identidad local de Ovalle, en el año 2016 se conforma la Compañía de Teatro. Desde ese entonces, la Compañía de Teatro TMO ha estrenado 7 obras, presentándolas tanto en este espacio como en teatros de otras regiones con las que se ha generado convenio. Luego, en 2017, se crea la Escuela de Artes Escénicas, programa formativo cuyo objetivo es formar a largo plazo a jóvenes en las disciplinas del teatro y la danza.

A partir de abril de 2017, la gestión del Departamento de Cultura de la Municipalidad de Ovalle pasó a manos de la Corporación Cultural Municipal de Ovalle, entidad de derecho privado sin fines de lucro y con fines públicos, constituida formalmente en enero de 2016 con la finalidad de generar mayor autonomía en la administración y gestión externa. Así, desde esa fecha, el TMO pasa a ser uno de los espacios dependientes y administrados por la Corporación Cultural Municipal de Ovalle.

### **1.3. Plan de Gestión TMO 2014**

Un plan de gestión es un documento escrito, discutido y aprobado que describe un territorio o espacio y los problemas y oportunidades que presentará una gestión dirigida a preservar sus valores naturales, la geomorfología o los rasgos paisajísticos, de manera que los objetivos establecidos en función de esa información se puedan lograr trabajando de manera adecuada durante un período de tiempo determinado.



El primer Plan de Gestión para el Teatro Municipal de Ovalle (TMO) comienza a gestarse en el año 2012 con la implementación Piloto del programa Cultura Local del entonces Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, y a partir de la ejecución de las primeras mesas de trabajo con artistas, gestores, profesores y estudiantes de diversos establecimientos educacionales, con el objetivo de instalar capacidades y recopilar información en torno a la visión de la comunidad frente al Teatro Municipal, recinto que a la fecha aún no era re inaugurado.

De este proceso deriva una primera propuesta del primer Plan de Gestión el año 2013. Luego de una minuciosa revisión, se llega a la decisión de rediseñar esta propuesta de Plan de Gestión, debido a que el documento diseñado no era pertinente a la comuna y la realidad administrativa del recinto, y era vago en materia de diagnósticos con la ciudadanía. Es por esta razón que se planifica un nuevo procedimiento de trabajo.

Este rediseño se ejecuta el mismo año por una consultora externa, que realiza diversas actividades previas a modo de diagnóstico del territorio para, a partir de la información recopilada, resultar en el documento definitivo del Plan de Gestión Teatro Municipal de Ovalle, utilizado como línea de trabajo para el TMO desde el 2014 (año de entrega) y hasta el año 2018.

Dicho Plan de Gestión estableció los siguientes ejes estratégicos:

**Diferenciación:** Trabajar por la diferenciación del Teatro Municipal de Ovalle a través del desarrollo de una identidad clara en materias programáticas y de la singularidad de sus servicios complementarios, sus acciones de fidelización de audiencias y modelo de gestión financiera.

- Diseño y comunicación de línea editorial identitaria que permita la diferenciación en relación a otros teatros.
- Elaborar una programación única en materias de contenidos y forma, que permita la diferenciación e identidad a nivel nacional.
- Generar acciones diferenciadoras en cuanto a la entrega de servicios complementarios, que transmitan la vivencia de nuevas experiencias.
- Elaborar programas, estrategias y acciones diferenciadoras en los ámbitos de marketing y administración.

**Calidad:** Promover la gestión de calidad en todos los ámbitos de trabajo del Teatro Municipal, velando por el mejoramiento de los estándares en programación, servicios, equipo profesional e infraestructura.

- Generar una constante revisión y evaluación de la oferta programática y servicios del TMO por medio de diversas acciones que comprometa la participación de diversos sectores.
- Elaborar programas de capacitación y/o garantizar la capacitación constante del equipo de trabajo del TMO.



- Generar un programa de mantenimiento de la infraestructura y equipamiento del recinto y sus respectivos planes de gestión.
- Velar por la seguridad al interior del recinto que aseguren la integridad física y psicológica de los asistentes.

**Acceso:** Garantizar el acceso de la ciudadanía a la oferta artística y cultural del teatro municipal de Ovalle, por medio de diversas acciones que motiven a la adquisición de los servicios, la facilitación de esta adquisición y la fidelización de clientes.

- Elaborar una normativa de cobro de entrada al TMO que garantice el acceso a las actividades de todos los sectores socioeconómicos.
- Diseñar un Plan de Formación de Audiencias para el mediano plazo de ejecución.
- Generar un programa de extensión que permita el acercamiento del TMO a zonas vulnerables y rurales alejadas de la ciudad.
- Generar programa y elaborar acciones de fidelización de públicos, atractivo, motivante y pertinente a realidad la comunal.

**Sustentabilidad:** Asegurar en un mediano plazo la sustentabilidad financiera y artística del Teatro Municipal de Ovalle, por medio del diseño e implementación de un modelo mixto de financiamiento y de acciones que aseguren la generación de redes en beneficio programático.

- Generar un modelo administrativo que garantice la sustentabilidad del recinto en materias de gestión y administración.
- Generar un modelo de financiamiento mixto que permita en un mediano plazo la satisfacción de las necesidades del recinto y que asegure rentabilidad a largo plazo.
- Generar un plan relacional para la gestión de redes artísticas e institucionales a nivel nacional e internacional.



2

MARCO  
METODOLÓGICO



## **2. MARCO METODOLÓGICO**

Para la elaboración del diagnóstico participativo y la posterior actualización del Plan de Gestión del TMO para el período 2019-2022, se utilizó una combinación de técnicas de recolección de información, las que se detallan a continuación:

### **2.1. Revisión de fuentes secundarias**

Se consultaron diversas fuentes secundarias para establecer indicadores relativos a cada una de las dimensiones sobre las cuales se realizó el diagnóstico: Infraestructura y equipamiento, Programación, Comunicaciones, Experiencia del usuario, Acceso, formación y participación, y Sustentabilidad.

Las fuentes consultadas fueron las siguientes:

- Plan de Gestión del Teatro Municipal de Ovalle 2014
- Plan Municipal de Cultura Ovalle 2017
- Cuenta Pública CCMO 2018
- Memoria CCMO 2017 y 2018

### **2.2. Encuentro participativo inicial**

La primera instancia participativa, correspondiente al Encuentro Participativo Inicial, se realizó el 25 de febrero de 2019 con la participación de 36 personas. En dicha ocasión, el equipo consultor presentó la metodología de trabajo para el proceso de diagnóstico participativo y posterior actualización del Plan de Gestión TMO.

Luego se conformaron mesas de trabajo, las que fueron moderadas por profesionales del TMO: 1) Mesa de artistas, cultores y gestores; 2) Mesa de profesionales de la educación y estudiantes; 3) Mesa de representantes de organizaciones comunitarias urbanas y rurales; 4) Mesa de públicos fidelizados; y 5) Mesa de colaboradores. Además, cada una de estas mesas designó, en la ocasión, a un representante o vocero, a quien se solicitó el compromiso y la responsabilidad de realizar seguimiento a todo el proceso participativo para el levantamiento del diagnóstico.

Finalmente, se desarrolló una primera actividad de levantamiento de información, donde cada mesa de trabajo generó intercambio de ideas y discusión en relación con las fortalezas, debilidades y expectativas en torno a la gestión del TMO, y la posterior exposición de los resultados de cada vocero ante el resto de las mesas.



### 2.3. Mesas de diagnóstico

Las mesas de trabajo conformadas previamente volvieron a reunirse el 14 de marzo de 2019 en una nueva instancia participativa a la que se denominó Mesas de Diagnóstico, y en las que participaron 24 personas.

En esta ocasión, cada mesa trabajó en base a tres ámbitos que emergieron como relevantes en el Encuentro participativo inicial y en los que se decidió profundizar mediante la aplicación de una metodología participativa, de trabajo colaborativo y con apoyo de materiales visuales (lienzos, *posits* y plumones). Se incitó al debate y a la conversación, cuestionando y analizando las dimensiones y las preguntas.



En concreto, cada mesa trabajó en: 1) Construcción del Mapa de la Experiencia del Usuario en el TMO, herramienta que permite representar gráficamente todos los pasos que sigue el público al relacionarse con la infraestructura, sus servicios y el personal - antes, durante y después de asistir a sus actividades - y determinar los principales nudos críticos a resolver; 2) Desarrollo de la Estructura de la Programación TMO para el período de un año, identificando disciplinas, formatos, y contenidos relevantes a abordar en dicha programación, así como los soportes y estrategias para su difusión. 3) Identificación de Mecanismos de Participación, respondiendo a las preguntas: ¿Qué podría hacer el TMO para garantizar la participación de los miembros de la mesa en sus actividades? ¿Qué podrían hacer los miembros de la mesa para colaborar con el TMO?

Cada mesa estuvo moderada por integrantes del equipo consultor y del equipo del TMO. Al finalizar el proceso, cada vocero expuso los resultados del trabajo a las otras mesas.







### 2.3. Encuesta

Para ofrecer una vía de participación a cualquier vecino o vecina de la comuna que quisiera opinar sobre la gestión del TMO y que por algún motivo no pudiese asistir a las instancias participativas presenciales, se dispuso de una encuesta en formato digital para recoger dichas opiniones. Dicha encuesta fue difundida a través del Sitio Web y Redes Sociales de la Corporación Cultural Municipal de Ovalle y a través de un envío masivo a correos electrónicos a su base de datos de contactos, entre el 01 de febrero y el 10 de mayo de 2019.

Además, el mismo cuestionario fue aplicado de manera presencial a los asistentes del Encuentro participativo inicial justo antes de comenzar cada jornada; a públicos de diversas actividades del Teatro y del Centro de Extensión Municipal de Ovalle; a asistentes a la Feria del Libro desarrollada en la Plaza de Armas de Ovalle; y en sedes de juntas de vecinos de la zona urbana y de la zona rural.

El proceso de encuesta alcanzó un total de 304 cuestionarios respondidos en el período ya señalado, y el perfil sociodemográfico de los encuestados fue el siguiente:

| Variable sociodemográfica        | Indicador                           | Resultado |
|----------------------------------|-------------------------------------|-----------|
| Sexo                             | Hombres                             | 42,8%     |
|                                  | Mujeres                             | 57,2%     |
| Nacionalidad                     | Chilena                             | 97,4%     |
|                                  | Otra nacionalidad                   | 2,6%      |
| Grupo etario                     | 14 a 29 años                        | 53,3%     |
|                                  | 30 a 44 años                        | 27,8%     |
|                                  | 45 a 64 años                        | 17,0%     |
|                                  | Más de 64 años                      | 1,9%      |
| Sector de la comuna donde reside | Sector Alto                         | 52,5%     |
|                                  | Sector Centro                       | 12,9%     |
|                                  | Sector Bajo                         | 17,9%     |
|                                  | Zona Rural                          | 16,8%     |
| Estado civil                     | Soltero(a) sin pareja               | 38,1%     |
|                                  | Soltero(a) con pareja               | 26,8%     |
|                                  | Casado(a)                           | 21,5%     |
|                                  | En convivencia                      | 7,6%      |
|                                  | Divorciado(a) o separad(a)          | 3,3%      |
| Con hijos                        | Viudo(a)                            | 2,6%      |
|                                  | Sí                                  | 53,6%     |
| Ocupación principal              | No                                  | 46,4%     |
|                                  | Escolar                             | 7,2%      |
|                                  | Estudiante de Preuniversitario      | 1,6%      |
|                                  | Estudiante de Educación Superior    | 14,1%     |
|                                  | Recién egresado(a) buscando trabajo | 4,3%      |
|                                  | Empresario(a) o microempresario(a)  | 8,3%      |
|                                  | Trabajador(a)                       | 46,7%     |
|                                  | Jubilado(a)                         | 3,6%      |
|                                  | Desempleado(a)                      | 5,6%      |
| Dueño(a) de casa                 | 8,2%                                |           |



## 2.4. Entrevistas en profundidad

A través de esta técnica se buscó captar y acceder a la información, percepción, pensar y sentir de los propios de una serie de actores clave vinculados a la gestión del TMO. La entrevista se guió por medio de una pauta preestablecida de preguntas abiertas; sin embargo, su aplicación no fue estricta, ya que, durante las conversaciones, el entrevistador debía estar atento a profundizar en ciertos tópicos y/o elaborar contra preguntas a partir de las respuestas del entrevistado para conseguir ahondar en las temáticas relevantes para el levantamiento del diagnóstico.

Dichas entrevistas se realizaron entre el 25 de febrero y el 14 de marzo de 2019, a un total de 16 actores claves:

| Tipo de actor entrevistado                                  | Nº de entrevistas | Cargo del entrevistado  |
|---|-------------------|---|
| Autoridades municipales                                     | 2                 | Alcalde   |
|   |                   | Concejal  |
| Funcionarios de la Corporación Cultural Municipal de Ovalle | 9                 | Director Ejecutivo  |
|   |                   | Coordinadora de Estudios  |
|   |                   | Coordinadora de Comunicaciones  |
|   |                   | Coordinador de Fomento a las Artes e Industrias Creativas             |
|   |                   | Coordinador de Participación Ciudadana y Gestión Cultural Comunitaria |
|   |                   | Coordinadora de Participación Ciudadana y Formación de Audiencias     |
|   |                   | Programador TMO   |
|   |                   | Productor TMO   |
| Colaboradores   | 5                 | Encargado de OIRS y Logística   |
|   |                   | Periodista de El Ovallino   |
|   |                   | Profesores del Colegio de Artes                                       |



## 2.6. Convención

Esta jornada ciudadana central de participación se realizó la mañana del sábado 13 de abril de 2019 y asistieron 23 personas. En ella se expusieron los principales resultados del diagnóstico levantado a partir de las instancias participativas anteriores. Una vez expuestos los resultados, cada mesa de trabajo tuvo oportunidad de comentarlos y analizarlos, así como también de aportar nueva información pertinente para completar el diagnóstico. Para finalizar, cada vocero presentó los comentarios de su mesa ante el resto de los asistentes.

Este diagnóstico participativo fue el principal insumo para comenzar a definir de manera participativa los nuevos objetivos, medidas y acciones estratégicas del TMO para el período 2019-2022.





## 2.7. Mesas de validación

Las Mesas de Validación se efectuaron el día 25 de abril de 2019 y asistieron a ellas 19 personas. En esta instancia se expusieron las primeras redacciones para la elaboración del documento final del nuevo Plan de Gestión: 1) Filosofía Corporativa (Misión, Visión y Valores); 2) Ejes estratégicos: Infraestructura y equipamiento, Programación, Experiencia del Usuario, Comunicaciones, Acceso, Formación de públicos y participación, y Sustentabilidad; y 3) Objetivos y medidas estratégicas asociadas a cada eje.

Cada mesa, moderada por su representante, revisó el documento en conjunto y luego discutió si la redacción y puntos propuestos daban respuesta a las necesidades levantadas en el diagnóstico participativo, e incorporaron nuevos aspectos relevantes a considerar en la actualización del Plan de Gestión 2019-2022. Para finalizar, se presentaron los comentarios ante el resto de las mesas.





## 2.8. Revisión final con voceros de las mesas

Para finalizar el proceso participativo para la redacción del Plan de Gestión TMO 2019-2022, se realizaron reuniones individuales entre el equipo consultor y los representantes o voceros de cada mesa durante el viernes 17 de mayo de 2019. En esta ocasión se revisó en detalle la redacción de: 1) Filosofía corporativa: misión, visión y valores; 2) Formulación estratégica: ejes, objetivos y medidas estratégicas; 3) Detalle de la planificación: acciones estratégicas, indicadores, línea base, metas, medios de verificación y áreas que ejecutan.



3

**PRINCIPALES  
RESULTADOS DEL  
DIAGNÓSTICO  
PARTICIPATIVO**



### 3. PRINCIPALES RESULTADOS DEL DIAGNÓSTICO PARTICIPATIVO

A partir de la aplicación de las distintas técnicas de investigación especificadas en el marco metodológico, el diagnóstico participativo incorporó la percepción de los diversos agentes en torno a la Gestión del TMO.

A continuación, se presenta una síntesis de los principales resultados de dicho diagnóstico participativo en las siguientes dimensiones de gestión: 1) Infraestructura y equipamiento; 2) Programación; 3) Experiencia del usuario; 4) Comunicaciones; 5) Acceso, formación de públicos y participación; 6) Sustentabilidad<sup>1</sup>.

Para llevar a cabo dicha síntesis de resultados, se ha utilizado el FODA, herramienta perteneciente al mundo de la planificación estratégica, que permite hacer un análisis tanto de aspectos internos de un sector a través del reconocimiento de las fortalezas y debilidades, así como de aspectos externos, tales como las oportunidades y amenazas que existen en el territorio y que afectan al quehacer cotidiano en cada una de las dimensiones.

#### 3.1. Análisis FODA Infraestructura y equipamiento

| Fortalezas   | Debilidades  |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Centralidad de la ubicación.</li> <li>• Infraestructura de primer nivel: gran escenario, completa ficha técnica, cómodo patio de butacas.</li> <li>• Rescate patrimonial del edificio.</li> <li>• Buen mantenimiento, comodidad, seguridad y limpieza de los espacios.</li> <li>• Accesibilidad universal.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Inexistencia de salas de ensayo.</li> <li>• Mala ventilación en camarines.</li> <li>• Inexistencia de bodegas.</li> <li>• Escaso espacio para oficinas.</li> <li>• Inexistencia de servicios higiénicos, cocina y comedor para trabajadores.</li> <li>• Problemas de alcantarillado en baños.</li> <li>• Ausencia de espacio de cafetería.</li> <li>• Falta de estacionamientos.</li> </ul> |
| Oportunidades  | Amenazas   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pronta construcción de edificio consistorial permitiría acceder a estacionamientos y bodegas en dichas dependencias.</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Depreciación y desgaste del equipamiento técnico del recinto y la dificultad económica para la mantención de éste.</li> </ul>   |

<sup>1</sup> Para mayor información y detalle, consultar informe Diagnóstico Participativo TMO 2019.



### 3.2. Análisis FODA Programación

| Fortalezas   | Debilidades   |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Trabajo curatorial de contenidos que resultan relevantes para la comunidad (Ciclo TMO).</li> <li>• Espacio posicionado y solicitado por compañías nacionales (Circulación).</li> <li>• Apoyo a creaciones locales (Coproducciones).</li> <li>• Instancias de formación para creadores locales (Programa Fomento a las Artes e Industrias Creativas).</li> <li>• Programación nacional de calidad.</li> <li>• Cartelera estable con 3 o 4 eventos por semana.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Escasez de conciertos de música popular.</li> <li>• Escasez de funciones de danza contemporánea.</li> <li>• Escasez de funciones de teatro familiar.</li> <li>• Poco uso del foyer como espacio de presentación.</li> <li>• Horario único de funciones.</li> </ul> |
| Oportunidades  | Amenazas  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fondos de circulación/itinerancia.</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Falta de elencos profesionales que permitan contar con una oferta de calidad a nivel local.</li> </ul>   |

### 3.3. Análisis FODA Experiencia del usuario

| Fortalezas  | Debilidades  |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Entrada liberada.</li> <li>• Trato presencial amable y personalizado.</li> <li>• Cápsulas audiovisuales informativas previas a la función.</li> <li>• Conversatorio post función.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lugar, horarios y modalidad únicamente presencial de retiro de entradas.</li> <li>• Inicio retrasado de funciones.</li> <li>• Espacio cerrado en horarios sin programación.</li> </ul>                    |
| Oportunidades   | Amenazas   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Oferta de sistemas de ticketing que permiten la adquisición de entradas de online y la gestión de los datos de los usuarios.</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Normas de adecuado comportamiento en funciones no internalizadas por parte de los asistentes.</li> <li>• Presencia de menores en funciones no familiares afecta la capacidad de concentración.</li> </ul> |





### 3.4. Análisis FODA Comunicaciones

| Fortalezas   | Debilidades  |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Diversidad de canales y soportes de comunicación: librito trimestral, soportes gráficos en vía pública, plataformas digitales, gestión de prensa.</li> <li>• Destacada gestión de las redes sociales: principal medio de información sobre cartelera TMO.</li> <li>• Premiación a los públicos más frecuentes.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nivel de contextualización sobre las obras (edades a las que está dirigida) en soportes de difusión.</li> <li>• Distribución de librito trimestral.</li> <li>• Difusión en zona rural.</li> <li>• Difusión en punto de retiro de entradas.</li> <li>• Difusión post función y conversatorio.</li> <li>• Sitio web y App poco conocidos y utilizados.</li> <li>• Precario sistema de ticketing y registro de datos de los usuarios.</li> <li>• No existe gestión de datos de los usuarios (comunicación segmentada y personalizada).</li> <li>• No existen beneficios asociados a la fidelidad.</li> </ul> |
| Oportunidades  | Amenazas   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Creciente digitalización de las comunicaciones.</li> <li>• Los medios preferidos para recibir información corresponden a: correo electrónico, WhatsApp y RRSS.</li> <li>• Disposición al pago de entradas, gradual, por parte de los públicos.</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• La gratuidad como condicionante para otra parte de la comunidad.</li> <li>• Existencia de una política o costumbre de gratuidad a nivel cultural en torno a la cultura, lo cual colocaría en peligro la sustentabilidad del teatro y el desarrollo activo de una programación cultural permanente.</li> <li>• Competencia por actividades de ocio cultural y no cultural.</li> <li>• Desarrollo de nuevas actividades culturales y artísticas gestionadas por empresas de entretenimiento que puedan manifestarse como competencia directa ante el pequeño mercado comunal.</li> </ul>                    |



### 3.5. Análisis FODA Acceso, formación de públicos y participación

| Fortalezas  | Debilidades   |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>Diversas instancias de consulta ciudadana durante el año (encuentros, mesas, encuestas, etc.).</li> <li>Área especializada en el trabajo con el territorio.</li> <li>Actividades de extensión.</li> <li>Programa piloto “El Teatro lo hacemos Todos”.</li> <li>Área especializada en el trabajo de formación de públicos.</li> <li>Estrategias y actividades de formación de públicos con estudiantes de enseñanza básica y media.</li> </ul>          | <ul style="list-style-type: none"> <li>Bajo acceso de los habitantes de la zona rural al TMO, a pesar de los esfuerzos realizados hasta el momento.</li> <li>Débil articulación del TMO con el Departamento de Educación Municipal, lo que limita el vínculo con establecimientos educacionales.</li> </ul>         |
| Oportunidades   | Amenazas  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>Existencia de un público fidelizado dispuesto a implicarse de manera más profunda en el quehacer del TMO, aportando su tiempo y colaboración.</li> <li>Programa Nacional de Formación de Públicos</li> <li>Vinculación con el resto de la comunidad escolar: profesores, apoderados.</li> <li>Vinculación con otros segmentos de la población que presentan barreras de acceso: adultos mayores, personas con discapacidad, migrantes, etc.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Presencia de localidades rurales dispersas en el territorio impone barreras de acceso: distancia, escasa locomoción colectiva luego de ciertos horarios.</li> <li>Barreras de acceso (prácticas, perceptuales y simbólicas) en sectores de bajo capital cultural.</li> </ul> |

### 3.6. Análisis FODA Sustentabilidad

| Fortalezas   | Debilidades   |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>Respaldo de la autoridad municipal.</li> <li>Presupuesto anual acorde al espacio.</li> <li>Autonomía en la toma de decisiones.</li> <li>Equipo profesional capacitado y motivado.</li> <li>Espacio que enorgullece a la comunidad.</li> <li>Principal espacio de artes escénicas de la región.</li> <li>Gestión de redes a nivel nacional.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Escasa diversificación de las fuentes de financiamiento (principalmente municipal).</li> </ul>   |
| Oportunidades  | Amenazas  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>Gestión de financiamiento público y privado.</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Alternancia en los gobiernos municipales, lo que provoca incertidumbre sobre el respaldo a la gestión y la continuidad de los procesos.</li> </ul> |



4



FILOSOFÍA  
CORPORATIVA





## 4. FILOSOFÍA CORPORATIVA

### 4.1. Misión del TMO

Somos el principal escenario de la región de Coquimbo dedicado a difundir y promover las artes escénicas y musicales; contamos con una programación con sello propio y de calidad, garantizando el acceso, formación y participación de los habitantes de la comuna en nuestras actividades.

### 4.2. Visión del TMO

Ser un espacio cultural de referencia a nivel nacional por la pertinencia y calidad de sus contenidos programáticos, la participación activa de la comunidad en su quehacer y su modelo de gestión inclusivo y sustentable.

### 4.3. Valores y Principios del TMO

- **Compromiso:** Estamos comprometidos con el desarrollo de la gestión del TMO, superándolos distintos desafíos y alcanzando los objetivos que esta impone.
- **Diferenciación:** Nos interesa ofrecer contenidos programáticos que sean significativos para la ciudadanía; diferenciarnos por un trato amable y cercano con los artistas que se presentan en el espacio y con los públicos; e imprimir un sello propio en todo lo que hacemos.
- **Calidad:** Velamos por sostener altos estándares en todos los ámbitos de gestión del TMO, garantizando la calidad de la programación y el mejoramiento de nuestra infraestructura, equipamientos y servicios.
- **Participación:** Contamos con un modelo de gestión participativo, donde los públicos y las comunidades tienen voz, se involucran activamente en los diferentes aspectos del quehacer del TMO y se sienten orgullosos de ser parte del espacio.
- **Mejora continua:** Nuestro equipo de trabajo está en constante capacitación y perfeccionamiento; y velamos por la revisión y evaluación permanente de todos nuestros procesos.



5

FORMULACIÓN  
ESTRATÉGICA



## 5. FORMULACIÓN ESTRATÉGICA

### 5.1. Ejes, objetivos y medidas estratégicas

Para el período 2019-2022, se han establecido seis ejes estratégicos clave que derivan del diagnóstico participativo: Infraestructura y equipamiento; Programación; Experiencia del usuario; Comunicaciones; Acceso, formación de públicos y participación; y Sustentabilidad. Estos seis ejes son la base para el diseño de los objetivos estratégicos y las medidas estratégicas que serán implementadas. Las medidas serán cumplidas con la ejecución de diversas acciones estratégicas en dicho plazo, las cuales tendrán sus indicadores de seguimiento y responsables (detallados más adelante).

#### ***Eje 1. Infraestructura y equipamiento***

##### *Objetivo estratégico:*

Ofrecer una infraestructura y equipamiento de calidad, tanto para los artistas como para los públicos, posicionando al TMO como un espacio de primer nivel.

##### *Medidas estratégicas:*

- Generar un programa de mantenimiento y mejora de la infraestructura y del equipamiento del TMO.
- Habilitar nuevos espacios al interior del TMO que permitan ofrecer servicios complementarios para los públicos.
- Generar convenios que permitan compensar la carencia de espacios no considerados en el diseño arquitectónico del TMO.

#### ***Eje 2. Programación***

##### *Objetivo estratégico:*

Generar una programación de artes escénicas y musicales de calidad, tanto nacional como local, a partir de contenidos pertinentes y significativos para los públicos del TMO.

##### *Medidas estratégicas:*

- Potenciar la programación de teatro y danza del Ciclo TMO con un trabajo curatorial que enfatice los intereses de la comunidad.
- Fortalecer la programación de música que se presenta en el TMO a través de diversos eventos.
- Integrar una línea de programación familiar en el TMO.



- Fortalecer la línea de coproducciones locales a través de la profesionalización de los procesos creativos de las agrupaciones participantes.
- Dar continuidad a las líneas programáticas de Circulación Nacional y de Festivales y Eventos.
- Dar continuidad al trabajo realizado por la Escuela de Artes Escénicas y la Compañía TMO, fortaleciendo especialmente el trabajo en torno a la danza.

### ***Eje 3. Experiencia del usuario***

#### *Objetivo estratégico:*

Generar acciones diferenciadoras que aporten valor agregado a la experiencia que viven los públicos en el TMO.

#### *Medidas estratégicas:*

- Adquirir un nuevo sistema de ticketing que permita la compra o retiro de entradas tanto en boletería como de forma online, y el registro y gestión de datos de los usuarios.
- Contar con una cafetería que ofrezca productos variados, de calidad y saludables, a precios asequibles, y con adecuada atención antes y después de las funciones.
- Implementar un servicio de guardería con actividades artísticas para aquellos padres que no tienen con quien dejar a sus hijos en horarios de funciones.
- Fortalecer la experiencia antes, durante y después de las funciones, a través del mejoramiento y/o implementación de nuevas acciones informativas y de reforzamiento de normas de adecuado comportamiento en el espacio.

### ***Eje 4. Comunicaciones***

#### *Objetivo estratégico:*

Generar una estrategia de comunicaciones que integre diversas estrategias y soportes de difusión, y mejore la eficacia de los mismos, tanto en la promoción de las actividades de programación como en la fidelización de los públicos con el TMO.

#### *Medidas estratégicas:*

- Profundizar y detallar información relativa a las obras (reseña, precios, edades, duración) en los diversos soportes de difusión.
- Diversificar la distribución del librito trimestral y otros soportes impresos.



- Incorporar a la estrategia digital la comunicación segmentada y personalizada con los públicos.
- Trabajar en la fidelización de los públicos.
- Implementar nuevas estrategias de difusión en las localidades rurales de la comuna y en zonas urbanas periféricas.

#### ***Eje 5. Acceso, formación de públicos y participación***

##### *Objetivo estratégico:*

Propiciar el acceso, formación y participación de la comunidad, en la oferta programática del TMO y en su quehacer general.

##### *Medidas estratégicas:*

- Propiciar el acceso de los habitantes de localidades rurales al TMO.
- Profundizar el trabajo de formación de públicos escolares involucrando al conjunto de la comunidad educativa.
- Ampliar el trabajo de formación de públicos a nuevos segmentos de la población que presentan barreras de acceso a la oferta de artes escénicas y musicales.
- Generar diversos mecanismos de participación activa de la comunidad en la programación, y el quehacer general del TMO.

#### ***Eje 6. Sustentabilidad***

##### *Objetivo estratégico:*

Asegurar en un mediano plazo la sustentabilidad financiera y artística del Teatro Municipal de Ovalle, por medio del diseño e implementación de un modelo mixto de financiamiento y de acciones que aseguren la generación de redes en beneficio programático.

##### *Medidas estratégicas:*

- Sostener el compromiso y apoyo financiero de la Municipalidad y del Concejo Municipal para el TMO.
- Elaborar una política de precios, de implementación gradual, y que garantice el acceso a las actividades de los diferentes sectores socioeconómicos y sociodemográficos (estudiantes, adultos mayores, etc.).
- Diversificar las fuentes de financiamiento para cubrir las diversas necesidades del recinto.





- Incrementar la gestión de redes artísticas e institucionales a nivel nacional e internacional.

## 5.2. Detalle de la planificación

### ***Eje 1. Infraestructura y equipamiento***

El TMO, ubicado en calle Carmen 252, corresponde a una de las infraestructuras culturales administrada por la Corporación Cultural Municipal de Ovalle. Es una construcción contemporánea restaurada del ex Teatro Nacional de la ciudad. Cuenta con una superficie total construida de 1.647 m<sup>2</sup>, albergando una sala con 513 butacas, un escenario de 10 x 10 metros, una completa ficha técnica en materias de sonido, iluminación y equipos audiovisuales, de última tecnología, a fin de poder recibir espectáculos del más alto nivel y elencos numerosos. Además, cuenta con el espacio del foyer, el que en ocasiones también acoge actividades.

Si bien el Teatro es considerado un espacio de primer nivel tanto para los artistas que se presentan en éste como para el público que asiste a sus actividades, a partir del diagnóstico participativo se establecieron ciertas problemáticas a resolver en el ámbito de la infraestructura y equipamiento. Así, para este eje, el presente plan de gestión plantea medidas estratégicas vinculadas a tres ámbitos específicos: a) mantenimiento y mejoras de la infraestructura y equipamiento; b) habilitación de nuevos espacios al interior del edificio; y c) convenios para disposición de espacios en otras dependencias.

#### *a) Mantenimiento y mejoras de la infraestructura y equipamiento*

La primera medida estratégica de este eje consiste en *generar un programa de mantenimiento y mejoras de la infraestructura y del equipamiento del TMO*. Dicho programa involucra: (1) Elaborar anualmente un catastro de las necesidades de mantenimiento del edificio y ejecutar, también anualmente, las labores de mantenimiento correspondientes a dicho catastro. (2) Solucionar en el corto plazo problemáticas puntuales que se evidencian como urgentes: percepción de regular estado de mantenimiento del escenario, de problemas de ventilación en camarines y de fallas en alcantarillado.

#### *b) Habilitación de nuevos espacios al interior del edificio*

La segunda medida estratégica del eje de infraestructura y equipamiento corresponde a la *habilitación de nuevos espacios al interior del TMO que permitan ofrecer servicios complementarios para los públicos*. Específicamente refiere a la implementación de: (1) Boletería física en el edificio del TMO a partir del año 2020 (que se suma a la actual entrega de tickets en el Centro de Extensión Cultural Municipal), en un espacio más cómodo y ofreciendo un mejor servicio de retiro y/o compra



de tickets en términos de horarios y atención (tal como se abordará en el eje de Experiencia del Usuario). (2) Cafetería en el edificio del TMO a partir de 2020, lo que permitirá ofrecer un nuevo servicio atractivo para los públicos. (3) Guardería desmontable a partir de 2022, que permita vencer la barrera de acceso para aquellos padres que no tienen con quien dejar a sus hijos en horarios de funciones, y facilite la concentración del público al no existir presencia de niños en funciones para mayores.

*c) Convenios para disposición de espacios en otras dependencias*

Finalmente, la tercera medida estratégica del eje corresponde a la *generación de convenios que permitan compensar la carencia de espacios no considerados en el diseño arquitectónico del TMO*, específicamente estacionamientos, especialmente demandados por los públicos, así como de bodegas, de gran relevancia para la gestión del equipo del Teatro. Para esto se propone como acción, en el corto plazo, generar un convenio con algún estacionamiento privado del entorno, que permita el acceso a estacionamientos a bajo costo para los públicos del TMO. Y en el mediano plazo, considerar la posibilidad de contar tanto con estacionamientos gratuitos como con sector de bodegas en las dependencias del nuevo edificio consistorial, cuyas obras se estiman finalizadas para 2022.

| <b>EJE 1. INFRAESTRUCTURA Y EQUIPAMIENTO</b>   |   |   |   |  |  |  |
|--|---|---|---|--|--|--|
| <b>Objetivo estratégico:</b> Ofrecer una infraestructura y equipamiento de calidad, tanto para los artistas como para los públicos, posicionando al TMO como un espacio de primer nivel. |   |   |   |  |  |  |
| <b>Medidas estratégica</b>   | <b>Acciones</b>   | <b>Indicadores</b>  | <b>Línea Base 2018-2019</b>   | <b>Metas</b>   | <b>Medios de verificación</b>  | <b>Áreas que ejecutan</b>  |
| Generar un programa de mantenimiento y mejoras de la infraestructura y del equipamiento del TMO.   | Inspección técnica de escenario y ejecución de labores de mantenimiento durante el año 2019.                              | Evaluación anual del estado de mantenimiento del escenario.     | Percepción de regular estado de mantenimiento del escenario según diagnóstico participativo 2019. | Al menos un 85% de los usuarios evalúa positivamente cada año el estado de mantenimiento del escenario a partir de 2019.     | Facturas de los servicios de mantenimiento contratados.<br>Encuesta a contrapartes artísticas. | Dirección Ejecutiva.<br>Administración y Operaciones.<br>Estudios y Planificación. |
|  | Diagnóstico técnico de problemas de ventilación en camarines y ejecución de labores de mantenimiento durante el año 2019. | Evaluación anual del estado de mantenimiento de camarines.      | Percepción de problemáticas de ventilación en camarines según diagnóstico participativo 2019.     | Al menos un 85% de los usuarios evalúa positivamente cada año el estado de mantenimiento de camarines a partir de 2019.      | Facturas de los servicios de mantenimiento contratados.<br>Encuesta a Contrapartes Artísticas. | Dirección Ejecutiva.<br>Administración y Operaciones.<br>Estudios y Planificación. |
|  | Diagnóstico técnico de fallas en alcantarillado y ejecución de labores de mantenimiento durante el año 2019.              | Evaluación anual del estado de mantenimiento de alcantarillado. | Percepción de fallas en alcantarillado según diagnóstico participativo 2019.                      | Al menos un 85% de los usuarios evalúa positivamente cada año el estado de mantenimiento de alcantarillado a partir de 2019. | Facturas de los servicios de mantenimiento contratados.<br>Encuesta a Contrapartes Artísticas. | Dirección Ejecutiva.<br>Administración y Operaciones.<br>Estudios y Planificación. |



|  |   |  |  |  |  |  |
|--|---|--|--|--|--|--|
|  |   |  |  |  | Encuesta a Públicos.   |  |
|  | Catastro anual de otras necesidades de mantenimiento del edificio y ejecución de labores de mantenimiento.  | Evaluación anual del estado de mantenimiento general del edificio.               | Percepción de buen estado de mantenimiento general del edificio según diagnóstico participativo 2019.                                      | Al menos un 85% de los usuarios evalúa positivamente cada año el estado de mantenimiento general del edificio – a través de diversos indicadores - a partir de 2019. | Facturas de los servicios de mantenimiento contratados.<br><br>Encuesta a Contrapartes Artísticas.<br><br>Encuesta a Públicos.                                 | Dirección Ejecutiva.<br><br>Administración y Operaciones.<br><br>Estudios y Planificación. |
| Habilitar nuevos espacios al interior del TMO que permitan ofrecer servicios complementarios para los públicos.                  | Implementación de boletería física en el edificio del TMO durante el año 2020.  | Evaluación anual del espacio y equipamiento de boletería en el edificio del TMO. | Retiro de entradas en Centro de Extensión Cultural Municipal y demanda por retiro de entradas en TMO según diagnóstico participativo 2019. | Al menos un 85% de los usuarios evalúa positivamente cada año el espacio y equipamiento de boletería en el edificio del TMO a partir de 2020.                        | Facturas de las compras de equipamiento para boletería física en el edificio del TMO.<br><br>Encuesta a Públicos.  | Dirección Ejecutiva.<br><br>Administración y Operaciones.<br><br>Estudios y Planificación. |
|  | Implementación de cafetería en el edificio del TMO durante 2020.  | Evaluación anual del espacio y equipamiento de cafetería en el edificio del TMO. | Inexistencia de cafetería en el edificio del TMO y demanda por su implementación según diagnóstico participativo 2019.                     | Al menos un 85% de los usuarios evalúa positivamente cada año el espacio y equipamiento de cafetería en el edificio del TMO a partir de 2020.                        | Facturas de las compras de equipamiento para cafetería en el edificio del TMO.<br><br>Encuesta a contrapartes artísticas.<br><br>Encuesta a Públicos.          | Dirección Ejecutiva.<br><br>Administración y Operaciones.<br><br>Estudios y Planificación. |
|  | Implementación de guardería desmontable en el foyer del TMO durante 2021.   | Evaluación anual del equipamiento de guardería desmontable en el foyer del TMO.  | Dificultades de concentración en funciones para público adulto por presencia de niños según diagnóstico participativo 2019.                | Al menos un 85% de los usuarios evalúa positivamente cada año el equipamiento de guardería desmontable en el foyer del TMO a partir de 2021.                         | Facturas de las compras de equipamiento para guardería desmontable en el foyer del TMO.<br><br>Encuesta a contrapartes artísticas.<br><br>Encuesta a Públicos. | Dirección Ejecutiva.<br><br>Administración y Operaciones.<br><br>Estudios y Planificación. |
| Generar convenios que permitan disponer de espacios en otras dependencias y compensar la carencia de espacios no considerados en | Generar convenio para disponer de estacionamientos a bajo costo para los públicos del TMO en estacionamiento privado cercano desde 2019 hasta 2021. | Evaluación anual del convenio con estacionamiento privado.                       | TMO no cuenta con estacionamientos para sus públicos y existe una fuerte demanda por dicho servicio según diagnóstico participativo 2019.  | Al menos un 85% de los usuarios evalúa positivamente cada año el convenio con estacionamiento privado desde 2019 a 2021.   | Convenio firmado para disponer de estacionamientos a bajo costo en estacionamiento privado cercano.<br><br>Encuesta a Públicos.                                | Dirección Ejecutiva.<br><br>Administración y Operaciones.<br><br>Estudios y Planificación. |



|                                   |  |  |  |   |   |  |
|-----------------------------------|--|--|--|---|---|--|
| el diseño arquitectónico del TMO. | Generar convenio para disponer de estacionamientos gratuitos para los públicos y espacios de bodega para el equipo del TMO en el nuevo edificio consistorial de Ovalle desde 2022. | Evaluación anual del convenio para disponer de espacios en el nuevo edificio consistorial. | TMO no cuenta con estacionamientos para sus públicos y demanda por dicho servicio según diagnóstico participativo 2019.<br><br>TMO no cuenta con bodegas según diagnóstico participativo 2019. | Al menos un 85% de los usuarios evalúa positivamente cada año el convenio para disponer de espacios en el nuevo edificio consistorial a partir de 2022. | Convenio firmado para disponer de estacionamientos gratuitos en el nuevo edificio consistorial.<br><br>Encuesta a Públicos. | Dirección Ejecutiva.<br><br>Administración y Operaciones.<br><br>Estudios y Planificación. |
|-----------------------------------|--|--|--|---|---|--|

## **Eje 2. Programación**

El TMO es un espacio para la creación y la difusión de las artes escénicas y musicales. Actualmente el recinto alberga 3 temporadas: *Ciclo TMO*, *Circulación Artística*, y *Festivales y Eventos*. Así, el Teatro posee una cartelera estable, con tres o cuatro eventos por semana. Esta estabilidad en la programación es percibida por los públicos como un elemento clave para cultivar el hábito de asistencia y, por ende, un factor que favorece la fidelización. Para el período 2019-2022, como medidas estratégicas, se espera dar continuidad y fortalecer estas temporadas, así como integrar otras. En concreto, las temporadas propuestas serán las siguientes:

### *a) Ciclo TMO*

Programación de teatro y danza con un trabajo curatorial que enfatiza los intereses de la comunidad. Desde esta línea, la programación ha privilegiado obras que, además de su calidad, destaquen por tratar temáticas vinculadas a diversas problemáticas sociales actuales como, por ejemplo, género, diversidad sexual, feminismo, migración, pueblos originarios, etc., de modo de propiciar la reflexión en torno a dichos contenidos. Dicha programación cuenta con una alta valoración desde los públicos, según indica el diagnóstico participativo. No obstante lo anterior, existe una demanda por potenciar el Ciclo TMO sumando otros contenidos; específicamente, contenidos referentes a memoria histórica y contenidos científicos y medioambientales, lo que se ha considerado en este plan de gestión a partir del año 2020. Tal como ha sucedido en años anteriores, este Ciclo será financiado por el presupuesto anual de la Corporación Cultural Municipal de Ovalle, contará con acceso gratuito y se desarrollará de marzo a diciembre, preferentemente los viernes a las 20.00 horas.

### *b) Programación musical*

Si bien la música siempre ha tenido un espacio dentro de la programación artística del Teatro Municipal de Ovalle, a partir del diagnóstico participativo se levanta la demanda por un fortalecimiento de esta línea. Para ello se propone dar continuidad a la programación de música



docta (orquestas y coros) con al menos 4 conciertos anuales de acceso gratuito. De manera similar, se plantea contar con 4 conciertos de música popular al año, pero que, a diferencia de años anteriores, considere la programación de agrupaciones o intérpretes de referencia nacional, para un público masivo y que permita el cobro de tickets. Y por último, como tercera acción, se plantea incorporar al menos 4 conciertos íntimos de músicos locales al año en el espacio del foyer o el café.

#### *c) Programación familiar*

De igual forma, a partir del diagnóstico participativo se levanta la demanda por la incorporación de una línea de programación familiar que considere, por una parte, programación de espectáculos para público familiar en sala, al menos una vez al mes de marzo a diciembre (10 funciones), los incrementando de manera importante la actual cantidad de espectáculos de este tipo. Y, por otra parte, la incorporación de programación de cuenta cuentos, títeres y otras expresiones de pequeño formato para público familiar en foyer y/o café, con al menos 5 presentaciones al año. Se espera que la programación familiar se desarrolle durante los sábados a las 17.00 horas.

#### *d) Circulación Artística*

La Corporación Cultural Municipal de Ovalle forma parte de diversas redes que han permitido generar la circulación de obras que incluyen su presentación en el escenario del TMO. De igual forma, trabaja de la mano de artistas y creadores que, a través de sus proyectos, incorporan la presentación de sus obras como parte de la programación de este espacio cultural. Para el período 2019-2022 se espera dar continuidad al trabajo en esta línea e incorporar al menos un espectáculo internacional.

#### *e) Festivales y Eventos*

Festivales de cine, teatro, danza; así como importantes eventos locales, regionales y nacionales suman a la oferta programática del Teatro. Para el período 2019-2022 se espera dar continuidad al trabajo en esta línea.

#### *f) Co-producciones locales*

El programa de Co-producción de la Corporación Cultural Municipal de Ovalle convoca a artistas y gestores independientes, compañías, agrupaciones y productoras culturales de la comuna. Su finalidad es fomentar el desarrollo y producción de iniciativas culturales y artísticas en el TMO, impulsadas por diversas organizaciones y personas naturales, y que contribuyan y aporten a la programación artística anual del recinto. Se entenderá como co-producción al proceso de trabajo mancomunado realizado entre dos o más partes, en este caso entre la organización postulante y la organización de la Corporación Cultural Municipal de Ovalle, ante la organización de una iniciativa cultural y artística. A partir de este Plan de Gestión se espera fortalecer la línea de co-producciones locales a través del desarrollo de residencias artísticas asociadas a éstas.



Además, de las temporadas artísticas, el TMO alberga actividades formativas impulsadas por el programa de Fomento a las Artes e Industrias Creativas de la Corporación Cultural Municipal de Ovalle, como la *Escuela de Artes Escénicas (módulo Danza y módulo Teatro)*, y la *Compañía TMO (Teatro)*. Para el período 2019-2022, se espera dar continuidad a estas líneas de trabajo formativo, fortaleciendo especialmente el trabajo en torno a la danza.

*a) Escuela de Artes Escénicas*

Programa cuyo objetivo es formar en el largo plazo (2 años) a jóvenes en las disciplinas del teatro y la danza, con clases impartidas entre marzo y diciembre, todas las semanas, tanto en las dependencias del Centro de Extensión Cultural Municipal como del Teatro Municipal de Ovalle. Está enfocada a jóvenes de 15 a 30 años de la comuna de Ovalle y la provincia del Limarí que cuentan con aptitudes para el teatro o la danza, quienes deben pasar por una audición. Las inscripciones y clases son gratuitas para los participantes y tiene un cupo máximo de 30 estudiantes. Tal como ocurre en el módulo Teatro, a partir de este Plan de Gestión, se espera contar con al menos un egreso anual de los estudiantes del módulo Danza.

*b) Compañía TMO*

En el 2016, la entonces Academia del TMO sufrió una importante transformación y se convirtió en la Compañía de Teatro TMO. El hito implicó no solo dar vida a la primera iniciativa de ese tipo en Ovalle, sino también profesionalizar el trabajo actoral de los integrantes del elenco. Su creación permitió que los habitantes de la comuna contaran con una instancia de desarrollo y perfeccionamiento en el ámbito de las artes escénicas, a través de la cual han podido mostrar su talento en distintos escenarios. Siete han sido los montajes teatrales que han desarrollado; tres de ellos bajo la dirección del actor y actual director de la compañía, Marcelo Saavedra. A partir de este Plan de Gestión, se espera la conformación de una Compañía de Danza TMO.

| <b>EJE 2. PROGRAMACIÓN</b>   |   |   |  |   |  |   |
|--|---|---|--|---|--|---|
| <b>Objetivo estratégico:</b> Generar una programación de artes escénicas y musicales de calidad, tanto nacional como local, a partir de contenidos pertinentes y significativos para los públicos del TMO. |   |   |  |   |  |   |
| <b>Medida estratégica</b>  | <b>Acciones</b>   | <b>Indicadores</b>  | <b>Línea Base 2018-2019</b>  | <b>Meta</b>   | <b>Medios de verificación</b>  | <b>Área que ejecuta</b>   |
| Potenciar la programación de teatro y danza del Ciclo TMO con un trabajo curatorial que enfatice los intereses de la comunidad.  | Programación anual de teatro y danza con contenidos vinculados a problemáticas sociales actuales. | Porcentaje anual de programación del Ciclo TMO con contenidos vinculados a problemáticas sociales actuales. | Programación de teatro y danza que efectivamente enfatiza contenidos vinculados a problemáticas sociales actuales según diagnóstico participativo 2019 | 60% de la programación anual del Ciclo TMO cuenta con contenidos vinculados a problemáticas sociales actuales a partir de 2020. | Cartelera.<br>Reportes de ticketing.<br>Memoria.<br>Encuesta a Públicos. | Programación.<br>Producción y Técnica.<br>Estudios y Planificación. |



|  |  |  |  |  |   |  |
|--|--|--|--|--|---|--|
|  |  | <p>Porcentaje anual de ocupación de sala para funciones con contenidos vinculados a problemáticas sociales actuales.</p> <p>Evaluación anual de programación del Ciclo TMO con contenidos vinculados a problemáticas sociales actuales.</p>  | <p>(20 funciones del Ciclo TMO).</p> <p>51% de ocupación de sala para funciones del Ciclo TMO según Memoria 2018 y registros internos.</p> <p>-</p>  | <p>Incremento anual de al menos 3 puntos porcentuales en la ocupación de sala para funciones del Ciclo TMO con contenidos vinculados a problemáticas sociales actuales a partir de 2020.</p> <p>Al menos un 85% de los públicos evalúa positivamente cada año la programación del Ciclo TMO con contenidos vinculados a problemáticas sociales actuales a partir de 2020.</p>  |   |  |
|  | <p>Programación anual de teatro y danza con contenidos de memoria histórica.</p>           | <p>Porcentaje anual de programación del Ciclo TMO con contenidos de memoria histórica.</p> <p>Porcentaje anual de ocupación de sala para funciones con contenidos de memoria histórica.</p> <p>Evaluación anual de programación del Ciclo TMO con contenidos de memoria histórica.</p> | <p>Demanda por contenidos de memoria histórica según diagnóstico participativo 2019 (20 funciones del Ciclo TMO).</p> <p>51% de ocupación de sala para funciones del Ciclo TMO según Memoria 2018 y registros internos.</p> <p>-</p> | <p>20% de la programación del Ciclo TMO cuenta con contenidos de memoria histórica a partir de 2020.</p> <p>Incremento anual de al menos 3 puntos porcentuales en la ocupación de sala para funciones con contenidos de memoria histórica a partir de 2020.</p> <p>Al menos un 85% de los públicos evalúa positivamente cada año la programación del Ciclo TMO con contenidos de memoria histórica a partir de 2020.</p> | <p>Cartelera.</p> <p>Reportes de ticketing.</p> <p>Memoria.</p> <p>Encuesta a Públicos.</p> | <p>Programación.</p> <p>Producción y Técnica.</p> <p>Estudios y Planificación.</p> |
|  | <p>Programación anual de teatro y danza con contenidos científicos y medioambientales.</p> | <p>Porcentaje anual de programación del Ciclo TMO con contenidos científicos y medioambientales.</p>   | <p>Demanda por contenidos científicos y medioambientales según diagnóstico participativo 2019 (20 funciones del Ciclo TMO).</p>  | <p>20% de la programación del Ciclo TMO cuenta con contenidos científicos y medioambientales a partir de 2020.</p>   | <p>Cartelera.</p> <p>Reportes de ticketing.</p> <p>Memoria.</p> <p>Encuesta a Públicos.</p> | <p>Programación.</p> <p>Producción y Técnica.</p> <p>Estudios y Planificación.</p> |



|  |   |   |  |  |   |  |
|--|---|---|--|--|---|--|
|  |   | <p>Porcentaje anual de ocupación de sala para funciones con contenidos científicos y medioambientales.</p> <p>Evaluación anual de programación del Ciclo TMO con contenidos científicos y medioambientales.</p> | <p>51% de ocupación de sala para funciones del Ciclo TMO según Memoria 2018 y registros internos.</p>  | <p>Incremento anual de al menos 3 puntos porcentuales en la ocupación de sala para funciones con contenidos científicos y medioambientales a partir de 2020.</p> <p>Al menos un 85% de los públicos evalúa positivamente cada año la programación del Ciclo TMO con contenidos científicos y medioambientales a partir de 2020.</p>      |   |  |
| Fortalecer la programación de música que se presenta en el TMO a través de diversos eventos. | Programación de música docta en sala (coros y orquestas).                           | <p>Cantidad anual de conciertos de música docta en sala.</p> <p>Porcentaje anual de ocupación de sala para conciertos música docta.</p> <p>Evaluación anual de conciertos de música docta en sala .</p>         | <p>3 conciertos de música docta en sala según Memoria 2018 y registros internos.</p> <p>70% de ocupación de sala para conciertos de música docta según Memoria 2018 y registros internos.</p> <p>-</p> | <p>Al menos 4 conciertos de música docta en sala a partir de 2020.</p> <p>Incremento anual de al menos 2 puntos porcentuales en la ocupación de sala para conciertos de música docta a partir de 2020.</p> <p>Al menos un 85% de los públicos evalúa positivamente cada año los conciertos de música docta en sala a partir de 2020.</p> | <p>Cartelera.</p> <p>Reportes de ticketing.</p> <p>Memoria.</p> <p>Encuesta a Públicos.</p> | <p>Programación.</p> <p>Producción y Técnica.</p> <p>Estudios y Planificación.</p> |
|  | Programación de música popular de referencia nacional en sala con venta de tickets. | <p>Cantidad anual de conciertos de músicos populares de referencia nacional en sala.</p> <p>Porcentaje anual de ocupación de sala para conciertos música popular.</p>   | <p>4 conciertos de música popular en sala.</p> <p>24% de ocupación de sala para conciertos de música popular.</p>  | <p>Al menos 4 conciertos de músicos populares de referencia nacional en sala.</p> <p>Incremento anual de al menos 10 puntos porcentuales en la ocupación de sala para conciertos de músicos populares de referencia</p>  | <p>Cartelera.</p> <p>Reportes de ticketing.</p> <p>Memoria.</p> <p>Encuesta a Públicos.</p> | <p>Programación.</p> <p>Producción y Técnica.</p> <p>Estudios y Planificación.</p> |





|  |  |  |  |  |  |   |
|--|--|--|--|--|--|---|
|  |  | Evaluación anual de conciertos de músicos populares de referencia nacional en sala.  | -  | nacional a partir de 2019.<br><br>Al menos un 85% de los públicos evalúa positivamente cada año los conciertos de músicos populares de referencia nacional en sala a partir de 2020.   |  |   |
|  | Programación de conciertos íntimos de músicos locales en foyer y/o café.                   | Cantidad anual de conciertos íntimos de músicos locales en foyer y/o café.<br><br>Promedio anual de asistentes a los conciertos íntimos de músicos locales en foyer y/o café.  | Sin programación de conciertos íntimos de músicos locales en foyer y/o café.<br><br>Sin público de conciertos íntimos de músicos locales en foyer y/o café.  | Al menos 4 conciertos íntimos de músicos locales en foyer y/o café.<br><br>Promedio de al menos 20 asistentes a los conciertos íntimos de músicos locales en foyer y/o café a partir del 2020.   | Cartelera<br><br>Reportes de ticketing<br><br>Memoria                                | Programación<br><br>Producción y Técnica                                    |
| Integrar una línea de programación familiar en el TMO. | Programación de espectáculos para público familiar en sala.                                | Cantidad anual de espectáculos para público familiar en sala.<br><br>Porcentaje anual de ocupación de sala para espectáculos para público familiar.<br><br>Evaluación anual de espectáculos para público familiar en sala. | 5 espectáculos para público familiar en sala que formaron parte de la temporada de Circulación Artística según Memoria 2018 y Registros internos.<br><br>60% de ocupación de sala para espectáculos para público familiar. | Al menos 10 espectáculos anuales para público familiar en sala a partir de 2020.<br><br>Incremento anual de al menos 3 puntos porcentuales en la ocupación de sala para espectáculos para público familiar a partir de 2020.<br><br>Al menos un 85% de los públicos evalúa positivamente cada año los espectáculos para público familiar en sala a partir de 2020. | Cartelera.<br><br>Reportes de ticketing.<br><br>Memoria.<br><br>Encuesta a Públicos. | Programación.<br><br>Producción y Técnica.<br><br>Estudios y Planificación. |
|  | Programación de cuentacuentos, títeres y otras expresiones de pequeño formato para público | Cantidad anual de cuentacuentos, títeres y otras expresiones de pequeño formato para público   | Sin programación de cuentacuentos, títeres y otras expresiones de pequeño formato para público   | Al menos 5 cuentacuentos, títeres y otras expresiones de pequeño formato para público  | Cartelera<br><br>Reportes de ticketing<br><br>Memoria                                | Programación<br><br>Producción y Técnica                                    |



|  |   |   |  |  |  |   |
|--|---|---|--|--|--|---|
|  | familiar en foyer y/o café.   | familiar en foyer y/o café.<br><br>Promedio anual de asistentes a los cuentacuentos, títeres y otras expresiones de pequeño formato para público familiar en foyer y/o café.  | familiar en foyer y/o café.<br><br>Sin público de cuentacuentos, títeres y otras expresiones de pequeño formato para público familiar en foyer y/o café.   | familiar en foyer y/o café a partir de 2020.<br><br>Promedio de al menos 25 asistentes a cuentacuentos, títeres y otras expresiones de pequeño formato para público familiar en foyer y/o café a partir de 2020.   |  |   |
| Dar continuidad a las líneas programáticas de Circulación Artística y de Festivales y Eventos. | Mantener el volumen anual de programación de la línea de Circulación Artística, incluyendo al menos una obra internacional. | Cantidad anual de funciones de obras nacionales de la línea de Circulación Artística.<br><br>Cantidad anual de funciones de obras nacionales de la línea de Circulación Artística.<br><br>Porcentaje anual de ocupación de sala para funciones de la línea de Circulación Artística.<br><br>Evaluación anual de funciones de la línea de Circulación Artística. | 39 funciones de obras nacionales de la línea de Circulación Artística.<br><br>0 funciones de obras internacionales de la línea de Circulación Artística.<br><br>55% de ocupación de sala para funciones de la línea de Circulación Artística.<br><br>- | Al menos 39 funciones de obras nacionales de la línea de Circulación Artística a partir de 2019.<br><br>Al menos 1 función de obra internacional de la línea de Circulación Artística a partir de 2020.<br><br>Incremento anual de al menos 3 puntos porcentuales en la ocupación de sala para la línea de Circulación Artística a partir de 2019.<br><br>Al menos un 85% de los públicos evalúa positivamente cada año las funciones de la línea de Circulación Artística a partir de 2020. | Cartelera.<br><br>Reportes de ticketing.<br><br>Memoria.<br><br>Encuesta a Públicos. | Programación.<br><br>Producción y Técnica.<br><br>Estudios y Planificación. |
|  | Programación de la línea de Festivales y Eventos  | Cantidad anual de funciones de la línea de Festivales y Eventos.<br><br>Porcentaje anual de ocupación de sala para funciones de la línea de Festivales y Eventos.   | 30 funciones de la línea de Festivales y Eventos.<br><br>46% de ocupación de sala para funciones de la línea de Festivales y Eventos.  | Al menos 30 funciones de la línea de Festivales y Eventos al año a partir de 2019.<br><br>Incremento anual de al menos 2 puntos porcentuales en la ocupación de sala para funciones de la línea de Festivales y  | Cartelera<br><br>Reportes de ticketing<br><br>Memoria                                | Programación<br><br>Producción y Técnica                                    |



|   |  |   |  |   |   |   |
|---|--|---|--|---|---|---|
|   |  |   |  | Eventos a partir de 2019.   |   |   |
| Fortalecer la línea de co-producciones locales a través de la profesionalización de los procesos creativos de las agrupaciones participantes.         | Programación de Co-producciones de teatro y/o danza de agrupaciones locales. | Cantidad anual de Co-producciones de teatro y/o danza de agrupaciones locales.<br><br>Porcentaje anual de ocupación de sala para Co-producciones de teatro y/o danza de agrupaciones locales. | 9 Co-producciones de teatro y/o danza de agrupaciones locales.<br><br>70% de ocupación de sala para Co-producciones de teatro y/o danza de agrupaciones locales. | 9 Co-producciones de teatro y/o danza de agrupaciones locales a partir de 2019.<br><br>Incremento anual de al menos 2 puntos porcentuales en la ocupación de sala para para Co-producciones de teatro y/o danza de agrupaciones locales a partir de 2019. | Cartelera<br><br>Reportes de ticketing<br><br>Memoria   | Programación<br><br>Producción y Técnica    |
|   | Programa de residencia asociado a las Co-producciones que se presentan.      | Porcentaje anual de Co-producciones asociadas a residencias que favorezcan la profesionalización de los procesos creativos de las agrupaciones locales.                                       | Sin Co-producciones asociadas a residencias que favorezcan la profesionalización de los procesos creativos de las agrupaciones locales.                          | Al menos 50% de Co-producciones al año asociadas a residencias que favorezcan la profesionalización de los procesos creativos de las agrupaciones locales a partir de 2020.   | Cartelera<br><br>Reportes de ticketing<br><br>Memoria   | Programación<br><br>Producción y Técnica    |
| Dar continuidad al trabajo realizado por la Escuela de Artes Escénicas y la Compañía TMO, fortaleciendo especialmente el trabajo en torno a la danza. | Escuela de Artes Escénicas TMO módulo teatro.                                | Cantidad anual de obras de egreso de la Escuela de Artes Escénicas del TMO módulo teatro.<br><br>Cantidad anual de egresados de la Escuela de Artes Escénicas del TMO módulo teatro.          | 1 obra de egreso de la Escuela de Artes Escénicas del TMO módulo teatro al año.<br><br>15 egresados de la Escuela de Artes Escénicas del TMO módulo teatro.      | Mantener al menos 1 obra de egreso al año de la Escuela de Artes Escénicas del TMO módulo teatro.<br><br>Mantener al menos 15 egresados al año de la Escuela de Artes Escénicas del TMO módulo teatro.  | Cartelera<br><br>Registros de asistencia<br><br>Memoria | Fomento de las Artes e Industrias Creativas |
|   | Escuela de Artes Escénicas TMO módulo danza.                                 | Cantidad anual de obras de egreso de la Escuela de Artes Escénicas del TMO módulo danza.<br><br>Cantidad anual de egresados de la Escuela de Artes Escénicas del TMO módulo danza.            | 0 obras de egreso de la Escuela de Artes Escénicas del TMO módulo danza.<br><br>9 egresados de la Escuela de Artes Escénicas del TMO módulo danza.               | Al menos 1 obra de egreso al año de la Escuela de Artes Escénicas del TMO módulo danza.<br><br>Al menos 15 egresados al año de la Escuela de Artes Escénicas del TMO módulo danza.  | Cartelera<br><br>Registros de asistencia<br><br>Memoria | Fomento de las Artes e Industrias Creativas |



|  |                                    |   |  |   |  |   |
|--|------------------------------------|---|--|---|--|---|
|  | Compañía de Teatro TMO             | <p>Cantidad anual de estrenos de la Compañía de Teatro del TMO.</p> <p>Porcentaje anual de ocupación de sala para estrenos de la Compañía de Teatro del TMO.</p>  | 2 estrenos de la Compañía de Teatro del TMO. | <p>Mantener al menos 2 estrenos al año de la Compañía de Teatro del TMO.</p> <p>Al menos un 50% de ocupación de sala al año para estrenos de la Compañía de Teatro del TMO al año.</p>  | <p>Cartelera</p> <p>Reportes de ticketing</p> <p>Memoria</p> | Fomento de las Artes e Industrias Creativas |
|  | Conformación Compañía de Danza TMO | <p>Conformación de la compañía de Danza TMO: conformada o no conformada.</p> <p>Cantidad anual de estrenos de la Compañía de Danza del TMO.</p> <p>Porcentaje anual de ocupación de sala para estrenos de la Compañía de Danza del TMO.</p> | No existe Compañía de Danza del TMO.         | <p>Compañía de Danza TMO conformada al año 2020.</p> <p>Al menos 1 estreno anual de la Compañía de Danza TMO a partir del 2020.</p> <p>Al menos un 50% de ocupación de sala anual para estrenos de la Compañía Danza TMO a partir del 2020.</p> | <p>Cartelera</p> <p>Reportes de ticketing</p> <p>Memoria</p> | Fomento de las Artes e Industrias Creativas |



### ***Eje 3. Experiencia del usuario***

Para propiciar que cada una de las experiencias que viven las personas en el TMO resulten satisfactorias y significativas, junto con contar con una programación artística de calidad y pertinente, resulta clave resguardar los servicios complementarios a esta programación, ofrecidos antes, durante y después de las funciones. Los servicios complementarios que se implementarán en esta materia durante el período 2019-2022 son los siguientes:

#### ***a) Sistema de ticketing***

El que permitirá el retiro y/o compra de tickets tanto de forma online como en boletería física. Contar con sistema de retiro y/o compra online constituye una forma de facilitar el acceso a la programación, y corresponde a una de las mayores demandas manifestadas en el diagnóstico participativo. Por otra parte, contar con una boletería física implica contar con un espacio cómodo y adecuado para los públicos – tal como se estableció en el primer eje estratégico – y ampliar los horarios de atención para ofrecer un mejor servicio: de lunes a jueves de 10.00 a 19.00 horas, y viernes y sábados de 10.00 a 20.00 horas.

#### ***b) Cafetería***

Que permita ofrecer productos variados, de calidad y saludables a los usuarios del edificio, agregando valor a la experiencia que viven en el edificio del TMO. Se plantea como un espacio de socialización en torno a la programación y el quehacer del TMO; que propicie una mayor vinculación con el edificio mismo al contar con amplios horarios de atención: de lunes a jueves de 10.00 a 19.00 horas, y viernes y sábados de 10.00 a 20.00 horas; y que a la vez permita acoger actividades de programación puntuales como los conciertos íntimos de músicos locales y los cuentacuentos, títeres y otras expresiones de pequeño formato para público familiar, como se estableció en el eje de Programación.

#### ***c) Servicio de guardería***

Tal como se planteó en el eje estratégico 1, consistirá en un equipamiento que desmontable que se ubicará en el espacio del foyer en el horario de funciones especialmente del Ciclo TMO y de Circulación Artística, y que junto al cuidado de menores ofrecerá actividades artísticas didácticas a los mismos. Se plantea como una solución en un doble sentido: primero, como un servicio que derriba una barrera de acceso para aquellos padres que no tienen dónde o con quién dejar a sus hijos pequeños en horarios de funciones; segundo, como una forma de propiciar la concentración en las funciones para mayores de 14 años, las que, según el diagnóstico participativo, muchas veces se ven interrumpidas por la presencia de menores.

#### ***d) Acciones informativas y de reforzamiento de adecuado comportamiento en el espacio***



Finalmente, se implementarán una serie de acciones antes, durante y después de las funciones para propiciar una mayor vinculación con la programación, así como un adecuado comportamiento en el espacio que favorezca la experiencia y la sana convivencia: mejorar la información brindada sobre las obras al momento del retiro o compra de entradas; iniciar puntualmente las funciones según horario anunciado; implementar bienvenida y reforzamiento de normas de comportamiento al interior de la sala de manera presencial (ingresos y salidas en medio de las funciones, uso de teléfonos móviles, anuncio de conversatorio posterior, etc.) y, exhibir adelantos de próximas obras o espectáculos a través de cápsulas audiovisuales posteriores a la función y al conversatorio.

Todos estos servicios complementarios deberán ser acompañados de una adecuada atención del personal, a través de un trato amable y cercano, tal como ha sido la característica del equipo de trabajo del TMO hasta la fecha.

| <b>EJE 3. EXPERIENCIA DEL USUARIO</b>   |   |  |   |  |   |                                  |
|---|---|--|---|--|---|----------------------------------|
| <b>Objetivo estratégico:</b> Generar acciones diferenciadoras que aporten valor agregado a la experiencia que viven los públicos en el TMO.   |   |  |   |  |   |                                  |
| <b>Medida estratégica</b>   | <b>Acciones</b>   | <b>Indicadores</b>   | <b>Línea Base 2018-2019</b>   | <b>Metas</b>   | <b>Medios de verificación</b>                     | <b>Área que ejecuta</b>          |
| Adquirir un nuevo sistema de ticketing que permita la compra y/o retiro de entradas tanto en boletería como de forma online, así como el registro y gestión de los datos de los usuarios. | Contar con horario amplio e ininterrumpido y con adecuada atención a públicos en boletería física en el edificio del TMO. | Nivel de satisfacción anual con horarios de atención en boletería.<br><br>Nivel de satisfacción anual con la atención del personal de boletería.   | Retiro de entradas en Centro de Extensión Cultural Municipal, en horario restringido. | Al menos un 85% anual de satisfacción con los horarios de atención en boletería a partir de 2019.<br><br>Al menos un 85% anual de satisfacción con la atención del personal de boletería a partir de 2019.   | Reportes de ticketing.<br><br>Encuesta a Públicos | OIRS y Logística<br><br>Estudios |
|   | Implementación de servicio de descarga o venta online de entradas.  | Estado del servicio de descarga o venta online de entradas: implementado o no implementado.<br><br>Porcentaje anual de retiro o venta online de entradas.<br><br>Nivel de satisfacción anual con el servicio de venta o retiro online de entradas. | Retiro de entradas solo presencial en Centro de Extensión Cultural Municipal.         | Servicio de descarga o venta online de entradas implementado al 2019.<br><br>Alcanzar al menos un 30% anual de retiro o venta online de entradas al año a partir de 2019.<br><br>Al menos un 85% anual de satisfacción con el servicio de venta o retiro online de | Reportes de ticketing.<br><br>Encuesta a Públicos | OIRS y Logística<br><br>Estudios |



|  |  |  |   |   |  |  |
|--|--|--|---|---|--|--|
|  |  |  |   | entradas a partir de 2019.  |  |  |
| <p>Contar con una cafetería que ofrezca productos variados, de calidad y saludables, a precios asequibles, y con adecuada atención antes y después de las funciones.</p> | <p>Contar con horario amplio e ininterrumpido y con adecuada atención a públicos en cafetería del TMO.</p> | <p>Nivel de satisfacción anual con horarios de atención en cafetería del TMO.</p> <p>Nivel de satisfacción anual con la atención del personal de cafetería del TMO.</p>  | <p>Inexistencia de cafetería en el edificio del TMO.</p>                                      | <p>Al menos un 85% anual de satisfacción con los horarios de atención en cafetería del TMO a partir de 2020.</p> <p>Al menos un 85% anual de satisfacción con la atención del personal de cafetería del TMO a partir de 2020.</p>   | <p>Contrato de arriendo de Cafetería.</p> <p>Encuesta a Públicos</p>     | <p>Administración y Operaciones</p> <p>Estudios</p>                      |
|  | <p>Abastecimiento de productos variados, de calidad y saludables a precios asequibles en cafetería.</p>    | <p>Nivel de satisfacción anual con la variedad de productos en cafetería.</p> <p>Nivel de satisfacción anual con la calidad de productos en cafetería.</p> <p>Nivel de satisfacción anual con precios de productos en cafetería.</p> | <p>Inexistencia de cafetería en el edificio del TMO.</p>                                      | <p>Al menos un 85% anual de satisfacción con la variedad de productos en cafetería a partir de 2020.</p> <p>Al menos un 85% anual de satisfacción con la calidad de productos en cafetería a partir de 2020.</p> <p>Al menos un 85% de satisfacción con precios de productos en cafetería a partir de 2020.</p> | <p>Facturas de proveedores de Cafetería.</p> <p>Encuesta a Públicos.</p> | <p>Administración y Operaciones</p> <p>Estudios</p>                      |
| <p>Implementar un servicio de guardería con actividades artísticas para aquellos padres que no tienen con quien dejar a sus hijos en horarios de funciones.</p>          | <p>Puesta en marcha de servicio de guardería del TMO.</p>  | <p>Porcentaje programación anual no familiar que cuenta con servicio complementario de guardería.</p>  | <p>Dificultades de concentración en funciones para público adulto por presencia de niños.</p> | <p>Al menos un 85% de la programación no familiar anual cuenta con servicio complementario de guardería a partir de 2021.</p>   | <p>Cartelera</p> <p>Memoria</p>  | <p>Participación Ciudadana y Formación de Audiencias</p>                 |
|  | <p>Actividades artísticas para menores en guardería del TMO.</p>   | <p>Nivel de satisfacción anual con las actividades artísticas implementadas en guardería.</p>  | <p>Dificultades de concentración en funciones para público adulto por presencia de niños.</p> | <p>Al menos un 85% anual de satisfacción con las actividades artísticas implementadas en guardería a partir de 2021.</p>  | <p>Encuesta a Públicos</p>   | <p>Participación Ciudadana y Formación de Audiencias</p> <p>Estudios</p> |
|  | <p>Cuidado de menores en guardería del TMO.</p>  | <p>Nivel de satisfacción anual con el servicio de cuidado de menores en guardería.</p>   | <p>Dificultades de concentración en funciones para público adulto por presencia de niños.</p> | <p>Al menos un 85% anual de satisfacción con el servicio de cuidado de menores en guardería a partir de 2021.</p>   | <p>Encuesta a Públicos</p>   | <p>Participación Ciudadana y Formación de Audiencias</p> <p>Estudios</p> |



|   |  |  |  |   |                     |                              |
|---|--|--|--|---|---------------------|------------------------------|
| Fortalecer la experiencia antes, durante y después de las funciones, a través del mejoramiento y/o implementación de nuevas acciones informativas y de reforzamiento de normas de comportamiento en el espacio. | Mejorar la información brindada sobre las obras al momento del retiro o compra de entradas.  | Nivel de satisfacción anual con la información brindada sobre las obras al momento del retiro o compra de entradas.  | Expectativas de recibir mayor información sobre las obras al momento del retiro de entradas.             | Al menos un 85% anual de satisfacción con la información brindada sobre las obras al momento del retiro de entradas a partir de 2019.   | Encuesta a Públicos | OIRS y Logística<br>Estudios |
|   | Iniciar puntualmente las funciones según horario anunciado.  | Porcentaje anual de funciones que comienzan puntualmente a la hora anunciada.<br><br>Nivel de satisfacción anual con la puntualidad del inicio de las funciones.   | Críticas a la impuntualidad en el inicio de las funciones.   | Al menos un 95% anual de las funciones comienzan puntualmente a la hora anunciada a partir de 2019.<br><br>Al menos un 85% de satisfacción anual con la puntualidad del inicio de las funciones a partir de 2019.   | Encuesta a Públicos | Producción<br>Estudios       |
|   | Implementar bienvenida y reforzamiento de normas de comportamiento al interior de la sala de manera presencial: ingresos y salidas en medio de las funciones, uso de teléfonos móviles, anuncio de conversatorio posterior, etc. | Porcentaje de funciones anuales que son precedidas por la bienvenida y reforzamiento de normas de comportamiento al interior de la sala de manera presencial.<br><br>Nivel de satisfacción anual con el comportamiento del público al interior de la sala durante las funciones. | Críticas al comportamiento del público al interior de la sala en funciones.                              | Al menos un 95% anual de las funciones son precedidas por la bienvenida y reforzamiento de normas de comportamiento de manera presencial a partir de 2019.<br><br>Al menos un 85% de satisfacción anual con el comportamiento del público en sala durante las funciones a partir de 2019. | Encuesta a Públicos | Producción<br>Estudios       |
|   | Exhibir adelantos de próximas obras o espectáculos a través de cápsulas audiovisuales posteriores a la función y al conversatorio.   | Porcentaje de obras o espectáculos al año con exhibición de adelantos a través de las cápsulas audiovisuales posteriores a la función y al conversatorio.  | Expectativas de recibir mayor información sobre obras o espectáculos futuros al finalizar las funciones. | Al menos un 95% de las obras o espectáculos al año cuentan con exhibición de adelantos a través de las cápsulas audiovisuales posteriores a la función y al conversatorio a partir de 2019.   | Encuesta a Públicos | Producción<br>Comunicaciones |





|  |  |   |  |   |  |  |
|--|--|---|--|---|--|--|
|  |  | Porcentaje anual del público que se siente muy informado sobre la programación artística del TMO. |  | Al menos el 85% anual del público se siente muy informado de la programación artística del TMO. |  |  |
|--|--|---|--|---|--|--|

#### ***Eje 4. Comunicaciones***

Las comunicaciones constituyen un eje clave dentro del Plan de Gestión, ya que, a través de sus diversos soportes de difusión, permiten la promoción de la imagen corporativa, de las actividades de programación y la fidelización de los públicos del TMO.

##### *a) Comunicación de la imagen corporativa*

La imagen corporativa del TMO ha sido instaurada desde su inauguración en 2013, estando presente en todos los soportes de comunicación, sean estos gráficos impresos, digitales o audiovisuales, así como también en el ámbito sonoro con la mención “TMO”. Así, la imagen corporativa del Teatro ha alcanzado a la fecha un posicionamiento en el cotidiano de los públicos - tal como evidencia el diagnóstico participativo – y constituye una marca fuerte incluso a nivel nacional. Así, desde este ámbito, el Plan de Gestión 2019-2022 se plantea mantener este posicionamiento alcanzado.

##### *b) Comunicación de las actividades de programación*

La comunicación de la programación artística se realiza tanto de manera trimestral – en concordancia con los procesos de programación – como evento a evento dentro de cada trimestre. Dicha comunicación se realiza segmentada por las 3 temporadas existentes actualmente (Ciclo TMO, Circulación Artística, Festivales y Eventos). Esta comunicación de las actividades de programación requiere la implementación de diversos soportes de comunicación, entre los que se encuentran:

- Impresos papelería: afiches, librito trimestral, dípticos, polípticos y prensa escrita.
- Impresos gigantografías: lienzos gigantografías, lienzos pasacalles, lienzos paletos publicitarias, lienzos para frontis TMO.
- Digitales: página web, App, Cuenta Facebook, Twitter, Instagram y Youtube, publicidad en medios locales digitales, prensa digital.
- Audiovisuales / Sonoros: spot radial, difusión radial, videos en web y pantallas del TMO.

Al respecto, el Plan de Gestión 2019-2022, se orienta, por una parte, a profundizar y detallar información relativa a las obras tanto en el librito trimestral como en los soportes digitales, incorporando la reseña, precios, edades, duración de las actividades, etc. como una forma de incrementar el grado de información que los públicos tienen respecto a la programación y contextualizar mayormente la asistencia a las actividades. Y por otra, se orienta a mejorar las



estrategias de difusión, específicamente, diversificando la distribución del librito trimestral y otros soportes impresos, e implementando nuevas estrategias de relaciones públicas en las localidades rurales de la comuna y en zonas urbanas periféricas.

### *c) Fidelización de los públicos*

En la actualidad, el TMO carece de estrategias formales de fidelización de sus públicos, por lo que este ámbito será uno de los centrales a trabajar en el Plan de Gestión 2019-2022. Las estrategias de fidelización buscan generar lazos con los públicos que se mantengan en el tiempo. En concreto, buscan conseguir el paso paulatino desde los públicos potenciales a los públicos primerizos; desde los públicos primerizos a los públicos ocasionales; desde los públicos ocasionales a los públicos regulares; y desde los públicos regulares a los socios o amigos del espacio en lo que podemos imaginar como una escalera de fidelización. Para esto, además de contar con una programación de calidad y pertinente, y con servicios complementarios que otorguen valor agregado a la experiencia del usuario – tal como se trató en ejes estratégicos anteriores – es conveniente implementar:

- Campañas de marketing digital a partir de los datos del ticketing: utilizar los datos de los usuarios que proporciona el sistema de ticketing y generar estrategias de comunicación directa, bidireccional y personalizada con los públicos a través de las herramientas que proporciona el marketing digital (como el email marketing). Así, a partir de los datos del ticketing será posible establecer campañas específicas de bienvenida para los públicos primerizos, de agradecimiento después de la asistencia a funciones; de recuperación para quienes han dejado de asistir, etc. Es decir, campañas que permitan asegurar que las personas que se han logrado captar (nuevos públicos) vuelvan y se conviertan en públicos habituales de la oferta programática del TMO.
- Tarjeta de membresía TMO: A la que podrán acceder los públicos para obtener ciertos beneficios, como reserva trimestral de butaca, descuento en espectáculo con cobro de entrada, descuentos en cafetería del teatro, descuentos en estacionamientos asociados, invitaciones especiales a compartir con las compañías, y otras atenciones especiales



**EJE 4. COMUNICACIONES**

**Objetivo estratégico:** Generar una estrategia de comunicaciones que integre diversas estrategias y soportes de difusión, y mejore la eficacia de los mismos, tanto en la promoción de las actividades de programación, como en la fidelización de los públicos con el TMO.

| Medida estratégica   | Acciones  | Indicadores   | Línea Base 2018-2019   | Meta   | Medios de verificación   | Área que ejecuta                                |
|--|---|---|--|--|--|---|
| Profundizar y detallar información relativa a las obras en los diversos soportes de difusión.    | Incorporar la reseña, precios, edades, duración de las actividades, etc., en el librito trimestral de programación y en los soportes digitales.   | Porcentaje del público que declara sentirse muy informado de la programación del TMO.   | 16,8% del público encuestado declara sentirse muy informado de la programación del TMO según Diagnóstico Participativo 2019. | Al menos un 30% del público encuestado declara sentirse muy informado de la programación del TMO cada año a partir de 2020.  | Librito trimestral.<br><br>Página web.<br><br>Redes sociales.<br><br>App.<br><br>Encuesta a Públicos | Comunicaciones                                  |
|  |   | Porcentaje del público que declara estar satisfecho con el nivel de detalle de la información relativa a las obras en librito trimestral.     |  | Al menos un 60% del público encuestado declara estar satisfecho con el nivel de detalle de la información relativa a las obras en librito trimestral a partir de 2020.     |  | Estudios y Planificación                        |
|  |   | Porcentaje del público que declara estar satisfecho con el nivel de detalle de la información relativa a las obras en los soportes digitales. |  | Al menos un 60% del público encuestado declara estar satisfecho con el nivel de detalle de la información relativa a las obras en los soportes digitales a partir de 2020. |  |   |
| Diversificar la distribución del librito trimestral y otros soportes impresos.                   | Coordinar permanentemente la entrega del material en juntas de vecinos, universidades e institutos, escuelas, oficinas, hospitales, Feria Modelo, espacios y actividades comunales, masivos, etc. | Número de puntos de distribución  | 35 puntos de distribución del librito trimestral.  | Al menos 50 puntos de distribución del librito trimestral.   | Mapa de distribución del librito trimestral.   | Comunicaciones                                  |
| Incorporar a la estrategia digital la comunicación segmentada y personalizada para los públicos. | Gestión de la base de datos proveniente del sistema de ticketing  | Número de contactos con datos completos y actualizados.   | Sin gestión de la base de datos de ticketing.  | Al menos 1.000 contactos al año 2019.  | Reportes de ticketing  | Comunicaciones<br><br>Estudios y Planificación. |
|  | Adquisición de servicio de email marketing y conexión a base  | Número de newsletters diseñados y   | Sin gestión de newsletter.   | Al menos 12 envíos anuales de newsletter a la  | Reportes de email marketing  | Comunicaciones<br><br>Estudios y Planificación. |



|   |   |  |   |   |                             |  |
|---|---|--|---|---|-----------------------------|--|
|   | de datos del sistema de ticketing.  | enviados a la base de datos al año.  |   | base de datos a partir de 2020.   |                             |  |
| Trabajar en la fidelización de los públicos.  | Diseño e implementación de campañas de email marketing segmentadas (bienvenida, recuperación, etc.).                                  | Número de campañas de email marketing segmentadas implementadas.   | Sin implementación de campañas de email marketing.        | Al menos 5 campañas de email marketing al año implementadas a partir de 2020. | Reportes de email marketing | Comunicaciones<br>Estudios y Planificación.  |
|   | Establecer sistema de tarjeta de membresía con beneficios exclusivos según perfil de usuarios-  | Número de personas que adquieren Tarjeta de Membresía TMO.   | Sin implementación de Tarjeta de Membresía TMO.           | Al menos 50 personas adquieren la Tarjeta de Membresía TMO al 2020.           | Registro de inscritos.      | Comunicaciones<br>Estudios y Planificación.  |
| Implementar nuevas estrategias de relaciones públicas en las localidades rurales de la comuna y en zonas urbanas periféricas. | Realizar visitas presenciales a localidades rurales y zonas urbanas periféricas para dar a conocer la gestión y programación del TMO. | Aumento de la participación de los públicos de las localidades rurales.<br><br>Aumento de la participación de los públicos de zonas urbanas periféricas. | 16,8% del público del TMO procede de localidades rurales. | Al menos un 25% del público del TMO procede de localidades rurales al 2022.   | Encuesta a Públicos.        | Comunicaciones<br>Participación Ciudadana y Gestión Cultural Comunitaria.<br><br>Estudios y Planificación. |



### ***Eje 5. Acceso, formación de públicos y participación***

Los programas de acceso, formación de públicos y participación contemplados para el período 2019-2022, son los siguientes:

#### *a) El Teatro lo hacemos Todos*

Ovalle posee una gran dispersión geográfica, lo que dificulta que habitantes de ciertos sectores – sobre todo de zonas rurales- puedan asistir al TMO en sus funciones nocturnas dadas las limitaciones de locomoción colectiva. Es por ello que desde abril de 2019, el TMO, pone en marcha el programa “El teatro lo hacemos todos”. Esta iniciativa permitirá que alrededor de 100 vecinos provenientes de zonas rurales puedan asistir al Teatro y disfrutar de 6 montajes de su programación durante el año (600 butacas ocupados por estos públicos al año). Durante el año 2019, el programa se focalizará en vecinos de las localidades de Sotaquí, Barraza, Cerrillos de Tamaya y Algarrobo de Recoleta. Cabe destacar que, además de proporcionar el transporte, se realizarán acciones de mediación y formación de públicos para la apreciación y comprensión artística, a través de charlas y talleres en los territorios previos y posteriores a las funciones.

#### *b) Programa de extensión a zonas rurales*

(Programa sugerido por la Unidad de Programación Artística y Formación de Públicos del MINCAP)<sup>2</sup>

Creación de un programa de acceso cultural que consista en la extensión de la programación del TMO a una localidad que se encuentre en una zona rural de la comuna. Se sugiere que la actividad tome la forma de una tarde cultural, en donde se realice uno o dos montajes centrales y otras actividades culturales en el mismo escenario/espacio. La idea es que los vecinos puedan participar a lo largo de la tarde, es decir, en un horario extendido. Se recomienda trabajar en la programación junto a ciertos delegados locales que sí participen del teatro, que permitan por una parte tener información de primera fuente de características del sector, y por otro tomar contacto con artistas del mismo, personas vinculadas a la gastronomía en la localidad, entre otros, de manera de invitarles a participar del evento, ya sea como parte de la programación, o con puestos de comida, bebestible, u otros. En una primera versión del programa, se propone realizar las actividades en la localidad de Cerrillos de Tamaya, compuesta principalmente por adultos mayores, que disponen de tiempo pero que tienen una barrera territorial importante.

#### *c) Temporada de Estudiantes*

La Corporación Cultural Municipal de Ovalle cada año programa diversas obras escénicas y musicales destinadas a niños y jóvenes estudiantes de la comuna de Ovalle, quienes pueden asistir en horario escolar junto a sus compañeros y profesores. Dicha programación incorpora contenidos

---

<sup>2</sup> Para mayor información y detalle, consultar documento Propuesta de Plan de Públicos TMO elaborado por la Unidad de Programación Artística y Formación de Públicos del MINCAP.



artísticos que proponen cruces con el currículum educativo de las áreas de lenguaje y comunicación, artes, ciencias, historia y orientación. Además, las actividades incorporan material pedagógico para realizar un profundo trabajo de enseñanza y aprendizaje en diversas materias, aportando al desarrollo cultural y educativo de los estudiantes de la comuna.

*d) Programa de Profesores*

Los profesores pueden llegar a ser un agente clave en la formación de públicos desde el contexto escolar. Es por esto que se considera el diseño e implementación de un programa orientado a generar una comunidad de profesores que sea partícipe de la programación del TMO, que acceda a actividades de formación y de actualización de sus conocimientos en torno a las artes escénicas, que los posiciones como mediadores de los contenidos artísticos del TMO para sus estudiantes, profundizando en el aula el impacto que pueda tener la Temporada de Estudiantes; y que los capacite en el desarrollo de proyectos artísticos y educativos desde el contexto escolar.

*e) Programa de co-creación con adultos mayores*

(Programa sugerido por la Unidad de Programación Artística y Formación de Públicos del MINCAP)<sup>3</sup>

Realización de un montaje teatral con adultos mayores de la comuna, que permita rescatar parte de la historia de la misma y de las vidas de sus intérpretes, al mismo tiempo que conformar un grupo de adultos mayores fidelizados entre los asistentes. Para la realización de esta actividad se deberá contar con un/a artista residente (o un grupo de ellos), que pueda llevar a cabo el proceso de construcción del montaje a partir de la investigación de material documental de la comuna y de la vida de los propios intérpretes.

Se recomienda abrir una convocatoria para quienes estén interesados en participar. A pesar de que esta actividad está orientada a público que ya es habitual del teatro, se sugiere que la convocatoria esté focalizada en los adultos mayores de la zona Carmelitana, que por sus características (adultos mayores activos, que participan de manera regular u ocasional en las actividades del teatro, y que son organizados), pueden presentar interés particular por participar de una actividad de este tipo y ser aliados estratégicos del teatro para convocar a público a las funciones que realicen.

La idea final es que del proyecto surja un montaje que luego pueda ser mostrado en el teatro al público de la comuna. En este sentido la actividad resultante también puede servir para atraer a nuevo público al teatro. Se sugiere por último, que el montaje resultante pueda ser incluido dentro de la programación de actividades del Programa de Extensión a Zonas Rurales, en especial si dicha actividad se realiza en Cerrillos de Tamaya, que presenta alto porcentaje de adultos mayores. Esto puede contribuir a generar lazos entre los distintos sectores de la comuna y conformar una red de personas vinculadas a la actividad del teatro.

---

<sup>3</sup> Para mayor información y detalle, consultar documento Propuesta de Plan de Públicos TMO elaborado por la Unidad de Programación Artística y Formación de Públicos del MINCAP.



*f) Programa de Inclusión*

Diseño e implementación de un programa que incorpore funciones y actividades de formación de públicos especialmente destinadas a personas con discapacidad, generando estrategias que permitan la apreciación de los contenidos artísticos del TMO desde de una dimensión inclusiva.

*g) Programa de integración intercultural*

Diseño e implementación de un programa que incorpore funciones y actividades de formación de públicos especialmente destinadas a personas migrantes residentes en la comuna, generando estrategias que permitan la apreciación de los contenidos artísticos del TMO desde de una dimensión intercultural.

*h) Conversatorios post función*

A diferencia de lo que ocurre en otros espacios culturales, donde los conversatorios post función constituyen una práctica ocasional, en el TMO poseen la particularidad de llevarse a cabo luego de cada función. Dicha instancia es sumamente valorada por los públicos dado que profundiza el impacto de las creaciones presenciadas.

*i) Sistema online de evaluación post funciones*

En la actualidad se realizan encuestas a públicos aplicadas presencialmente por el área de Estudios en el contexto de algunas de las funciones (y de las actividades propias de los programas de la Corporación Cultural Municipal de Ovalle). Para el período 2019-2022, se propone automatizar este sistema de evaluación a través del envío digital de una encuesta inmediatamente después de la asistencia a cada función a través de un formato online atractivo. Para realizar este envío digital automatizado, será necesario gestionar los datos de los usuarios provenientes del sistema de ticketing y conectarlos al sistema de email marketing. Se recomienda, además, contar con una sección dentro de la página web del TMO donde estén a la vista algunos resultados en línea (ranking de obras mejor evaluadas por el público, por ejemplo).

*j) Encuentros informales con las compañías*

Implementación de interacción directa de los públicos fidelizados con las compañías, a través de invitaciones a compartir en instancias informales (un café con..., cena post función, etc.). Se piensa como una instancia exclusiva para quienes cuenten con la Tarjeta de Membresía TMO.

*k) Programa de Embajadores TMO*



Conformar un grupo de al menos 10 líderes de opinión en distintos ámbitos ciudadanos de la comuna, que colaboren activamente con el TMO en la difusión de sus actividades. Para esto se sugiere apoyarlos con materiales impresos de difusión para que puedan compartir en sus territorios y/o apoyarlos a través de una estrategia digital de uso de sus Redes Sociales a favor de la difusión de las actividades.

#### *l) Escuela de Espectadores del TMO*

(Programa sugerido por la Unidad de Programación Artística y Formación de Públicos del MINCAP)<sup>4</sup>

Se propone conformar una escuela de espectadores, de la cual pueda participar un grupo que ya tiene una relación con el teatro, que está compuesto por adultos y adultos mayores, con interés en la programación y que muchas veces participa de manera activa de otras organizaciones. Se propone hacer para ello una convocatoria abierta, con inscripción, y conformar un grupo de entre 15 y 20 personas que participen en esta primera versión de la escuela de espectadores.

Como parte de la escuela se propone realizar tres actividades durante este año:

- *Taller de apreciación teatral:* guiado por una persona con amplia experiencia en artes escénicas, y que consista principalmente en reuniones grupales a partir de la visualización de montajes. La idea es que las y los espectadores puedan tener un acercamiento a las artes escénicas desde una perspectiva que integre sus impresiones y recoja diferentes enfoques y debates de la escena actual. Se recomienda realizar una reunión grupal luego de la visualización de un montaje al mes, en la que se discuta acerca de lo observado, al mismo tiempo que se entreguen herramientas teóricas para desarrollar el ejercicio crítico y preparar las próximas visualizaciones.
- *Asistencia a ensayos generales:* El objetivo de esta actividad es que los y las participantes puedan conocer los procesos que se realizan detrás de escena y tener una aproximación cercana a los artistas y directores de los montajes, con el fin de conocer de primera mano sus impresiones y profundizar su experiencia artística.
- *Taller de crítica:* propiciar la realización de un taller de crítica teatral, que por una parte entregue herramientas teóricas a quienes desean adentrarse en la crítica teatral y por otra, sea una instancia de ejercicio práctico de la misma. La idea de este taller es que haya una serie de sesiones teóricas al inicio del mismo, seguidas de reuniones quincenales en donde se lean y converse sobre los trabajos prácticos que las y los alumnos estén realizando. Para ello, al igual que para el taller de apreciación, se recomienda contratar a un experto/a que sea el/la encargado de guiar el taller y hacer seguimiento a los y las alumno/as. Se

---

<sup>4</sup> Para mayor información y detalle, consultar documento Propuesta de Plan de Públicos TMO elaborado por la Unidad de Programación Artística y Formación de Públicos del MINCAP.





recomienda también que los trabajos críticos que vayan emergiendo de la participación de los y las alumno/as en el taller sean difundidos por medio de la página web del teatro.

*m) Comité ciudadano de programación*

Conformar un grupo diverso de al menos 10 personas, que constituyan públicos fidelizados, para que participen, a través de sesiones trimestrales, en el proceso de programación exponiendo sus opiniones y valoraciones sobre el conjunto de posibilidades de obras a programar según la línea editorial del TMO. Se sugiere que quienes conformen este comité ciudadano sean participantes, además, de la Escuela de Espectadores TMO.

| <b>EJE 5. ACCESO, FORMACIÓN DE PÚBLICOS Y PARTICIPACIÓN</b>  |  |   |  |   |   |  |
|--|--|---|--|---|---|--|
| <b>Objetivo estratégico:</b> Propiciar el acceso, formación y participación de la comunidad, en la oferta programática del TMO y en su quehacer general. |  |   |  |   |   |  |
| <b>Medida estratégica</b>  | <b>Acciones</b>  | <b>Indicadores</b>  | <b>Línea Base 2018-2019</b>  | <b>Meta</b>   | <b>Medios de verificación</b>   | <b>Área que ejecuta</b>  |
| Propiciar el acceso de los habitantes de localidades rurales al TMO.   | Implementación del programa “El Teatro lo hacemos Todos” | Número de funciones al año que forman parte del programa.<br><br>Número de localidades rurales al año que forman parte del programa.<br><br>Número de butacas ocupadas al año por el programa.<br><br>Porcentaje de beneficiarios al año que asiste a todas las funciones del programa.<br><br>Porcentaje de beneficiarios al año que participa de todas las actividades de formación de públicos del programa.<br><br>Porcentaje de beneficiarios al | Dificultades de acceso al TMO de los habitantes de localidades rurales por limitaciones de transporte en horarios de funciones y otras barreras de orden simbólico según diagnóstico participativo 2019 y Propuesta de Plan de Públicos TMO elaborada por el MINCAP. | Al menos 6 funciones al año forman parte del programa a partir de 2019.<br><br>Al menos 4 localidades rurales al año forman parte del programa a partir de 2019.<br><br>Al menos 600 butacas ocupadas al año por el programa a partir de 2019.<br><br>Al menos un 60% de los beneficiarios al año asiste a todas las funciones del programa a partir de 2019.<br><br>Al menos un 60% de los beneficiarios al año participa de todas las actividades de formación de públicos del programa a partir de 2019.<br><br>Al menos un 85% de los | Memoria.<br><br>Registros de asistencia.<br><br>Fotografías de las actividades.<br><br>Encuesta a beneficiarios de los programas. | Participación Ciudadana y Gestión Cultural Comunitaria.<br><br>Estudios y Planificación. |



|  |  |  |   |  |  |   |
|--|--|--|---|--|--|---|
|  |  | año que evalúa positivamente el programa.  |   | beneficiarios al año evalúa positivamente el programa a partir de 2019.  |  |   |
|  | *Diseño e implementación de Programa de Extensión a zonas rurales (Programa sugerido por la unidad de Programación Artística y Formación de Públicos del MINCAP) | <p>Número de jornadas al año del programa realizadas.</p> <p>Número de agentes clave de la localidad que participan del comité de preparación de cada jornada.</p> <p>Número de artistas o grupos de la localidad que participan de la jornada.</p> <p>Número de asistentes que participan de la jornada.</p> <p>Porcentaje de los asistentes que evalúa positivamente la jornada.</p> | <p>Dificultades de acceso al TMO de los habitantes de localidades rurales por limitaciones de transporte en horarios de funciones y otras barreras de orden simbólico según diagnóstico participativo 2019 y Propuesta de Plan de Públicos TMO elaborada por el MINCAP.</p> | <p>Al menos 1 jornada al año del programa a partir de 2019.</p> <p>Al menos 4 agentes clave de la localidad participan del comité de preparación de cada jornada.</p> <p>Al menos 2 artistas o grupos de la localidad participan de cada jornada.</p> <p>Al menos 500 asistentes participan de cada jornada.</p> <p>Al menos un 85% de los asistentes evalúa positivamente cada jornada.</p> | <p>Memoria.</p> <p>Registros de asistencia.</p> <p>Fotografías de las actividades.</p> <p>Encuesta a beneficiarios de los programas.</p> | <p>Participación Ciudadana y Gestión Cultural Comunitaria.</p> <p>Estudios y Planificación.</p> |
| Profundizar el trabajo de formación de públicos escolares involucrando a más miembros de la comunidad educativa. | Incrementar el número de funciones anuales de la Temporada de Estudiantes.   | <p>Número de funciones de la Temporada de Estudiantes al año.</p> <p>Número de beneficiarios de la Temporada de Estudiantes al año.</p> <p>Porcentaje de beneficiarios que evalúa positivamente la Temporada de Estudiantes al año.</p>  | <p>8 funciones de la Temporada de Estudiantes según Memoria 2018.</p> <p>3.064 beneficiarios de la Temporada de Estudiantes según Memoria 2018.</p>   | <p>Al menos 10 funciones de la Temporada de Estudiantes al año a partir de 2019.</p> <p>Al menos 4.500 beneficiarios de la Temporada de Estudiantes al año a partir de 2019.</p> <p>Al menos un 85% de los beneficiarios evalúa positivamente la Temporada de Estudiantes al año a partir de 2019.</p>   | <p>Memoria.</p> <p>Registros de asistencia.</p> <p>Fotografías de las actividades.</p> <p>Encuesta a beneficiarios de los programas.</p> | <p>Participación Ciudadana y Formación de Públicos.</p> <p>Estudios y Planificación.</p>        |



|   |  |   |   |   |   |   |
|---|--|---|---|---|---|---|
|   | Diseño e implementación de Programa orientado a Profesores.  | Número de actividades para profesores realizadas al año.<br><br>Número de profesores participantes del programa al año.<br><br>Porcentaje de profesores beneficiarios que evalúa positivamente el programa al año.  | No existe programa específico de trabajo con profesores.                | Al menos 10 actividades para profesores al año a partir de 2020.<br><br>Al menos 25 profesores participantes del programa al año a partir de 2020.<br><br>Al menos un 85% de los profesores beneficiarios evalúa positivamente el programa al año a partir de 2020.   | Memoria.<br><br>Registros de asistencia.<br><br>Fotografías de las actividades.<br><br>Encuesta a beneficiarios de los programas. | Participación Ciudadana y Formación de Públicos.<br><br>Estudios y Planificación. |
| Ampliar el trabajo de formación de públicos a nuevos segmentos de la población. | *Diseño e implementación del Programa de Co-creación con Adultos Mayores (Programa sugerido por la unidad de Programación Artística y Formación de Públicos del MINCAP). | Número de montajes de co-creación con adultos mayores realizados al año.<br><br>Número de adultos mayores participantes del programa al año.<br><br>Porcentaje de adultos mayores beneficiarios que evalúa positivamente el programa al año.                    | No existe programa específico de trabajo con Adultos Mayores.           | Al menos un montaje de co-creación con adultos mayores al año a partir de 2019.<br><br>Al menos 25 adultos mayores participantes del programa al año a partir de 2019.<br><br>Al menos un 85% de los adultos mayores beneficiarios evalúa positivamente el programa al año a partir de 2019.                    | Memoria.<br><br>Registros de asistencia.<br><br>Fotografías de las actividades.<br><br>Encuesta a beneficiarios de los programas. | Participación Ciudadana y Formación de Públicos.<br><br>Estudios y Planificación. |
|   | Diseño e implementación de Programa para Personas con Discapacidad   | Número de actividades para personas con discapacidad realizadas al año.<br><br>Número de personas con discapacidad participantes del programa al año.<br><br>Porcentaje de personas con discapacidad beneficiarias que evalúa positivamente el programa al año. | No existe programa específico de trabajo con Personas con Discapacidad. | Al menos 5 actividades para personas con discapacidad al año a partir de 2020.<br><br>Al menos 25 personas con discapacidad participantes del programa al año a partir de 2020.<br><br>Al menos un 85% de las personas con discapacidad beneficiarias evalúa positivamente el programa al año a partir de 2020. | Memoria.<br><br>Registros de asistencia.<br><br>Fotografías de las actividades.<br><br>Encuesta a beneficiarios de los programas. | Participación Ciudadana y Formación de Públicos.<br><br>Estudios y Planificación. |



|   |  |   |  |  |  |   |
|---|--|---|--|--|--|---|
|   | Diseño e implementación de Programa para Migrantes                           | Número de actividades para migrantes realizadas al año.<br><br>Número de migrantes participantes del programa al año.<br><br>Porcentaje de migrantes beneficiarios que evalúa positivamente el programa al año.                         | No existe programa específico de trabajo con Migrantes.  | Al menos 5 actividades para migrantes al año a partir de 2020.<br><br>Al menos 25 migrantes participantes del programa al año a partir de 2020.<br><br>Al menos un 85% de los migrantes beneficiarios evalúa positivamente el programa al año a partir de 2020.        | Memoria.<br><br>Registros de asistencia.<br><br>Fotografías de las actividades.<br><br>Encuesta a beneficiarios de los programas.  | Participación Ciudadana y Formación de Públicos.<br><br>Estudios y Planificación. |
| Generar diversos mecanismos de participación activa de la comunidad en la programación, y el quehacer general del TMO | Continuar con los conversatorios posteriores a las funciones                 | Porcentaje de funciones al año del Ciclo TMO y de Circulación Artística que poseen conversatorio posterior.<br><br>Porcentaje del público asistente a las funciones del que evalúa positivamente los conversatorios posteriores al año. | La totalidad de las funciones al año posee conversatorio posterior.  | Mantener los conversatorios posteriores para el 100% de las funciones del Ciclo TMO y de Circulación Artística cada año.<br><br>Al menos un 85% público asistente a las funciones del que evalúa positivamente los conversatorios posteriores al año a partir de 2020. | Memoria.<br><br>Fotografías de las actividades.<br><br>Encuesta a públicos.  | Participación Ciudadana.<br><br>Estudios y Planificación.                         |
|   | Diseñar e implementar sistema online de evaluación posterior a las funciones | Porcentaje de obras y conciertos al año que posee sistema online de evaluación posterior a las funciones.   | Se realizan encuestas a públicos aplicadas presencialmente por el área de Estudios en el contexto de algunas de las funciones. | Al menos el 90% de las obras y conciertos del año es evaluado a través del sistema online posterior a las funciones a partir de 2020.  | Encuesta a públicos.   | Estudios y Planificación.   |
|   | Coordinar e implementar Encuentros informales del público con las compañías  | Porcentaje de funciones al año que posee encuentros informales del público con las compañías.<br><br>Opiniones de los participantes de los encuentros.  | Instancia sugerida por los públicos fidelizados según Diagnóstico Participativo 2019.  | Al menos el 25% de las funciones al año posee encuentros informales del público con las compañías a partir de 2020.<br><br>Opiniones mayoritariamente positivas respecto a la participación en los encuentros.   | Memoria.<br><br>Registros de asistencia.<br><br>Fotografías de las actividades.<br><br>Focus Group con participantes del programa. | Participación Ciudadana.<br><br>Comunicaciones.<br><br>Estudios y Planificación.  |
|   | Diseñar e implementar programa de  | Número de embajadores TMO   | Instancia sugerida por los públicos fidelizados según  | Al menos 6 embajadores TMO de diversos   | Memoria.   | Participación Ciudadana.  |



|  |   |  |  |   |  |  |
|--|---|--|--|---|--|--|
|  | Embajadores TMO   | participantes del programa al año.<br><br>Opiniones de los participantes de los encuentros.  | Diagnóstico Participativo 2019.  | ámbitos participantes del programa al año a partir de 2020.<br><br>Opiniones mayoritariamente positivas respecto a la participación en los encuentros.  | Registros de asistencia.<br><br>Fotografías de las actividades.<br><br>Focus Group con participantes del programa.                 | Comunicaciones.<br><br>Estudios y Planificación.                                 |
|  | *Diseño e implementación de Escuela de Espectadores TMO (Programa sugerido por la unidad de Programación Artística y Formación de Públicos del MINCAP). | Número de inscritos al año en la Escuela de Espectadores TMO .<br><br>Número de sesiones del taller de apreciación teatral al año.<br><br>Número de ensayos abiertos para los participantes al año.<br><br>Número de sesiones del taller de crítica al año.<br><br>Porcentaje de los participantes que evalúa positivamente la Escuela de Espectadores del TMO al año. | Instancia sugerida por la unidad de Programación Artística y Formación de Públicos del MINCAP. | Al menos 15 inscritos al año en la Escuela de Espectadores TMO.<br><br>Al menos 5 sesiones del taller de apreciación teatral al año a partir de 2019.<br><br>Al menos 2 ensayos abiertos para los participantes al año a partir de 2019.<br><br>Al menos 5 sesiones del taller de crítica al a partir de 2019.<br><br>Al menos un 85% de los participantes evalúa positivamente la Escuela de Espectadores del TMO al año partir de 2020. | Memoria.<br><br>Registros de asistencia.<br><br>Fotografías de las actividades.<br><br>Encuesta a beneficiarios de los programas.  | Participación Ciudadana.<br><br>Estudios y Planificación.                        |
|  | Diseñar e implementar Comité Ciudadano de Programación  | Número de sesiones al año del Comité consultivo ciudadano de programación<br><br>Número de participantes al año del Comité consultivo ciudadano de programación.<br><br>Opiniones de los participantes de los encuentros.  | Instancia sugerida por los públicos fidelizados según Diagnóstico Participativo 2019.          | Al menos 3 sesiones al año del Comité consultivo ciudadano de programación a partir de 2020.<br><br>Al menos 6 participantes al año del Comité consultivo ciudadano de programación a partir de 2020.<br><br>Opiniones mayoritariamente positivas respecto a la participación en los encuentros.  | Memoria.<br><br>Registros de asistencia.<br><br>Fotografías de las actividades.<br><br>Focus Group con participantes del programa. | Participación Ciudadana.<br><br>Comunicaciones.<br><br>Estudios y Planificación. |



|  |  |  |  |  |  |  |
|--|--|--|--|--|--|--|
|  |  |  |  |  |  |  |
|--|--|--|--|--|--|--|

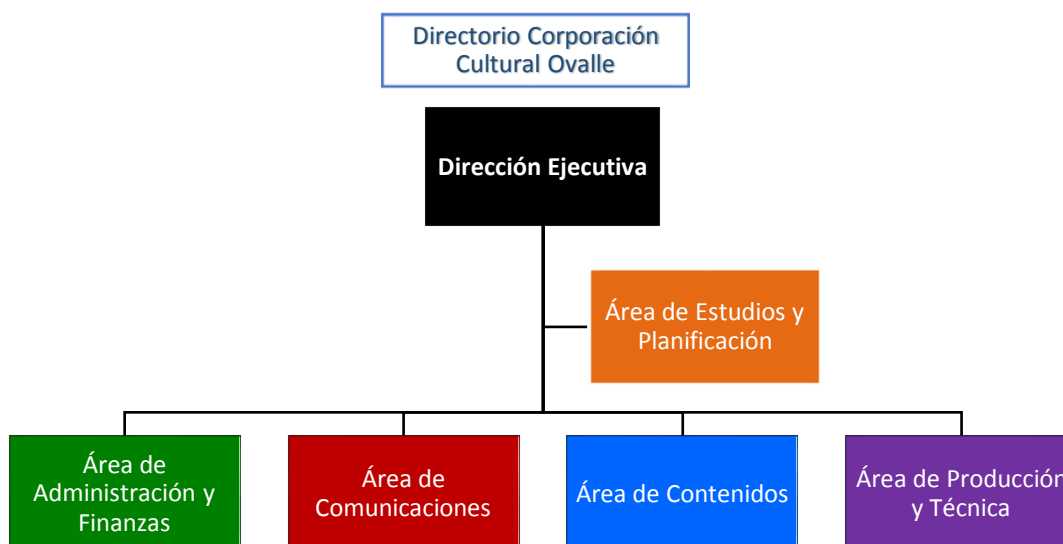
**Eje 6. Sustentabilidad**

La sustentabilidad del TMO se comprenderá en función de dos grandes ámbitos: administración de recursos humanos y administración financiera.

*a) Administración de recursos humanos*

En términos de recursos humanos, es importante comprender que la Corporación Cultural Municipal de Ovalle cuenta con un organigrama que es compartido para las tres infraestructuras culturales que administra - entre ellas el TMO – y para las diversas actividades culturales que desarrolla en el territorio comunal. Teniendo en consideración esta condición, el presente Plan de Gestión sugiere una actualización de ese organigrama común, así como la incorporación de cargos puntuales.

En cuanto a la actualización del organigrama respecto al vigente<sup>5</sup>, la propuesta considera un organigrama encabezado por el Directorio de la Corporación Cultural Municipal de Ovalle, liderado por una Dirección Ejecutiva, y bajo la cual se distribuyen las siguientes áreas: Área de Estudios y Planificación; Área de Administración y Finanzas; Área de Comunicaciones; Área de Contenidos y Área de Producción y Técnica.



<sup>5</sup> Véase organigrama actual en el documento Plan Municipal de Cultura de Ovalle.



En cuanto a los cargos, el actual organigrama se compone de 19 cargos de planta, más una serie de funcionarios a honorarios para la implementación de tareas puntuales. La nueva propuesta considera un total de 21 cargos de planta, tal como se detalla a continuación:

| Nº | Cargo                                      | Área                              | Descripción  |
|----|--|-----------------------------------|--|
| 1  | Director Ejecutivo                         | Dirección Ejecutiva               | Dirige la Corporación Cultural Municipal de Ovalle y a su equipo. El director rinde cuentas al Directorio de la Corporación, y pone en ejecución las labores que este directorio le encomienda. Además, asesora al alcalde de Ovalle en materias culturales y artísticas.<br>Se encarga de la gestión comercial, financiera y levantamiento de fondos para el teatro de la mano con el Director de Administración y Finanzas. Lleva a cabo el diseño de los programas, actividades, la programación artística y cultural del teatro y espacios de la Corporación, en conjunto con los Jefes y Coordinadores de cada área. De igual forma, deriva distintas tareas a cada Jefe o Coordinador para su realización y/o producción. Genera alianzas y establece acuerdos de colaboración con instituciones de todo el país y del extranjero. |
| 2  | Coordinador(a) de Estudios y Planificación | Área de Estudios y Planificación  | Trabaja apoyando a la Dirección Ejecutiva directamente a partir de la planificación anual de la Corporación. Además, colabora en el diseño e implementación de estudios y herramientas medición y en la evaluación de estrategias formación de públicos. De igual forma apoya la elaboración de formulación de proyectos culturales, y su respectiva implementación de ser adjudicados. Colabora y genera sinergia entre los programas de la Corporación y el resto de las Coordinaciones.   |
| 3  | Jefe(a) de Administración y Finanzas       | Área de Administración y Finanzas | Profesional responsable del área de administración y finanzas de la Corporación Cultural Municipal de Ovalle. Responsable del área de operaciones, ejecuta el orden financiero y contabilidad de los recursos de la Institución, distribuye los fondos acorde a la planificación anual, velando por la optimización de los recursos anuales de la Corporación, y por la correcta rendición de cuentas ante el Directorio, la Municipalidad y los posibles contribuyentes. En el ámbito de marketing trabaja en la gestión comercial del TMO, y la búsqueda de financiamiento externo de la mano con el Director Ejecutivo a través de diversas vías.   |
| 4  | Asistente Administrativo(a)                | Área de Administración y Finanzas | Encargado a servir como asistente al Director de Administración y Finanzas y a los Coordinadores de cada área en las diversas labores administrativas.   |
| 5* | Jefe(a) de Comunicaciones                  | Área de Comunicaciones            | Trabaja de la mano con el Director Ejecutivo y el equipo de la Corporación Cultural Municipal de Ovalle en el diseño de los Planes de Comunicaciones. Es responsable de poner en ejecución estos planes, así como también apoyar los programas de formación de públicos y vinculación. Realiza las principales convocatorias y difusión para las actividades dispuestas por las áreas de la Corporación. Dirige y trabaja con el encargado de redes sociales. Debe asesorar a la Dirección en situaciones de crisis, y velar por la comunicación asertiva de la imagen corporativa del teatro y de su oferta programática. En paralelo, apoya el registro fotográfico de la programación para su posterior difusión.   |
| 6* | Periodista y Community manager             | Área de Comunicaciones            | Profesional que trabaja de la mano con el Jefe de Comunicaciones, apoyando la difusión hacia la prensa y las comunicaciones, mediante estrategias digitales y a través de las redes sociales. Genera contenidos para las redes de la Corporación y del TMO. Apoya la generación de bases de datos y posterior convocatoria. De igual forma, colabora en el registro de las actividades.  |
| 7  | Diseñador(a) Gráfico                       | Área de Comunicaciones            | Trabaja diseñando las gráficas de toda la programación artística y las actividades de la Corporación y del TMO, así como los documentos,   |



|    |   |                              |   |
|----|---|------------------------------|---|
|    |   |                              | informes y otros que requieran ser presentados. Apoya la edición de fotografías del registro de actividades.  |
| 8  | Diseñador(a) Audiovisual  | Área de Comunicaciones       | Trabaja registrando y editando toda la programación artística y las actividades de la Corporación y del TMO.  |
| 9* | Boletero(a) y encargado(a) de bases de datos                          | Área de Comunicaciones       | Es la cara visible o anfitrión del Teatro Municipal, se encarga y de las ventas de entradas en la boletería para todas las actividades del TMO, así como la distribución de entradas gratuitas de las actividades de toda la Corporación. Además, apoya la gestión del sistema de ticketing del TMO.  |
| 10 | Programador TMO   | Área de Contenidos           | Trabaja de la mano con la Dirección Ejecutiva diseñando la programación artística cultural y las actividades del TMO para cada temporada, así como toda la oferta en las áreas escénicas y musicales. Negocia las condiciones con los artistas, coordina la logística para sus producciones y sus requerimientos técnicos.  |
| 11 | Coordinador(a) Fomento a las Artes e Industrias Creativas             | Área de Contenidos           | Trabaja de la mano con la Dirección Ejecutiva diseñando los programas artísticos culturales y las actividades para el fomento de las artes e industrias creativas para la Corporación y para el TMO. Coordina la logística para sus producciones y sus requerimientos técnicos. Colabora y genera sinergia entre la programación y el resto de las Coordinaciones.  |
| 12 | Coordinador(a) Participación Ciudadana y Formación de Audiencias      | Área de Contenidos           | Trabaja de la mano con la Dirección Ejecutiva diseñando los programas artísticos culturales y las actividades de participación ciudadana y de la formación de nuevas audiencias para la Corporación y del TMO. Genera estrategia de formación de públicos y trabaja la medición con la Coordinación de estudios. Además, coordina actividades de extensión cultural con instituciones, servicios, establecimientos educacionales, zonas rurales de la comuna, etc. y para la generación de mayor integración ciudadana y generación de nuevos públicos. Coordina la logística para sus producciones y sus requerimientos técnicos. Colabora y genera sinergia entre sus programas y el resto de las Coordinaciones.               |
| 13 | Coordinador(a) Participación Ciudadana y Gestión Cultural Comunitaria | Área de Contenidos           | Trabaja de la mano con la Dirección Ejecutiva diseñando los programas artísticos culturales y las actividades de participación ciudadana y gestión cultural comunitaria para la Corporación y del TMO. Genera estrategias de gestión cultural local y trabaja esta medición con la Coordinación de estudios. Además, coordina actividades culturales locales y a nivel territorial con instituciones, servicios, establecimientos educacionales, zonas rurales de la comuna, etc. y, para la generación de mayor integración rural y generación de nuevas audiencias. Coordina la logística para sus producciones y sus requerimientos técnicos. Colabora y genera sinergia entre sus programas y el resto de las Coordinaciones. |
| 14 | Coordinador(a) Patrimonio e Identidad                                 | Área de Contenidos           | Trabaja de la mano con la Dirección Ejecutiva diseñando los programas en torno al Patrimonio e Identidad cultural para la Corporación y del TMO. Coordina actividades de difusión del patrimonio y su salvaguardia con instituciones, servicios, establecimientos educacionales, zonas rurales de la comuna, etc. Coordina la logística para sus producciones y sus requerimientos técnicos. Colabora y genera sinergia entre sus programas y el resto de las Coordinaciones.   |
| 15 | Productor(a) TMO  | Área de Producción y Técnica | Apoya a los coordinadores para ejecutar el plan de producción de todas las actividades y obras dentro del TMO. Y, es el coordinador de piso de las actividades, como contraparte de los artistas y quien se encarga de resolver necesidades de los montajes.  |
| 16 | Director(a) Técnico   | Área de Producción y Técnica | Con conocimiento completo de toda el área técnica del TMO, vela por el correcto funcionamiento de todas las instalaciones técnicas y tecnológicas del teatro, y se preocupa de la mantención del equipamiento técnico del recinto. Es el encargado del funcionamiento y disposición del rider técnico para todas las actividades programadas en el recinto.   |
| 17 | Asistente Técnico   | Área de Producción y Técnica | Trabaja de la mano con el Jefe Técnico y en satisfacer las necesidades técnicas de los montajes artísticos realizados en el TMO. Así como también cumple lo encomendado en materias de mantención del recinto.  |





|    |   |                              |   |
|----|---|------------------------------|---|
| 18 | Asistente Técnico                       | Área de Producción y Técnica | Trabaja de la mano con el Jefe Técnico y en satisfacer las necesidades técnicas de los montajes artísticos realizados en el TMO. Así como también cumple lo encomendado en materias de mantención del recinto.                  |
| 19 | Técnico Sonido TMO                      | Área de Producción y Técnica | Trabaja de la mano con el Jefe Técnico y para satisfacer las necesidades técnicas de sonido de los montajes artísticos realizados en el TMO. Así como también cumple lo encomendado en materias de mantención de estos equipos. |
| 20 | OIRS y Logística CEC                    | Área de Producción y Técnica | Es la cara visible y anfitrión del CEC, apoya los asuntos logísticos y de producción y de este espacio. Además, se encarga de la Oficina de Información y Reclamos (OIRS) de toda la Corporación.                               |
| 21 | Encargado del Vagón / Museo Ferroviario | Área de Producción y Técnica | Es la cara visible del Vagón Ferroviario y se encarga de la recepción a público y necesidades de producción del Museo.  |

\*Nuevos cargos respecto a organigrama vigente

### *b) Administración financiera*

En términos financieros, las fuentes de financiamiento de la Corporación Cultural Municipal de Ovalle, de las cuales dependen las tres infraestructuras que administra, corresponden en la actualidad mayormente a aportes municipales y, en menor medida, a fondos públicos. El presente Plan de Gestión incorpora la diversificación de estas fuentes de financiamiento al incorporar aportes privados e ingresos por ticketing.

- **Aportes municipales:** Los recursos municipales corresponden a la base financiera de la Corporación Cultural Municipal de Ovalle. Para el año 2019, el presupuesto municipal asignado corresponde a \$256.200.000, se sugiere como meta un incremento anual de al menos un 20% en dicho presupuesto para poder cumplir con las distintas acciones propuestas por el Plan de Gestión 2019-2022.
- **Fondos públicos:** Durante el año 2018, 2 fueron los proyectos adjudicados vía fondos públicos, específicamente gracias al fondo Fortalecimiento de la Gestión Cultural de Red Cultura. Para el período 2019-2020, se espera la postulación y adjudicación de proyectos a Fondart Regional y Fondo de Fortalecimiento de Instituciones Culturales, entre otros. Diversas son las entidades externas locales, regionales, nacionales e internacionales que podrán ser parte de los co-financistas de los proyectos y actividades del Plan Municipal de Cultura de Ovalle, otorgando este co-financiamiento ya sea a través de recursos líquidos (dinero en efectivo), servicios varios, co-producciones artísticas, entre otros aportes.
- **Aportes privados:** El equipo de gestión deberá preparar postulación a la Ley de Donaciones para estar certificados y contar con donaciones de grandes empresas regionales o nacionales.
- **Ingresos por venta de tickets:** Se propone que a partir del año 2019 se ponga en marcha la venta de tickets para conciertos de músicos populares de referencia nacional.



| <b>EJE 6. SUSTENTABILIDAD</b>   |  |   |  |   |   |   |
|---|--|---|--|---|---|---|
| <b>Objetivo estratégico:</b> Asegurar en un mediano plazo la sustentabilidad financiera y artística del Teatro Municipal de Ovalle, por medio del diseño e implementación de un modelo mixto de financiamiento y de acciones que aseguren la generación de redes en beneficio programático. |  |   |  |   |   |   |
| <b>Medida estratégica</b>   | <b>Acciones</b>  | <b>Indicadores</b>  | <b>Línea Base 2018-2019</b>                                    | <b>Meta</b>   | <b>Medios de verificación</b>   | <b>Área que ejecuta</b>                                       |
| Sostener el compromiso y apoyo financiero de la Municipalidad y del Concejo Municipal para el TMO.  | Negociar con el Concejo Municipal aumento de presupuesto anual para la CCMO.   | Incremento anual del presupuesto de cultura, y que parte de ese aumento vaya destinado exclusivamente al Teatro.  | Presupuesto 2018: \$363.000.000                                | Al menos un 15% de incremento en el presupuesto anual de la CCMO.   | Glosa presupuestaria.   | Dirección Ejecutiva   |
| Elaborar una política de precios, de implementación gradual, y que garantice el acceso a las actividades de los diferentes sectores socioeconómicos y sociodemográficos.  | <p>Establecer precios para conciertos de música popular.</p> <p>Establecer precios para la Tarjeta de Membresía TMO y beneficios asociados.</p> <p>Establecer precios preferenciales para estudiantes, adultos mayores y otros segmentos seleccionados, tanto para conciertos de música popular como para la Tarjeta de Membresía TMO.</p> | <p>Ingresos por concepto de ticketing.</p> <p>Ingresos por conceptos de Tarjeta de Membresía.</p> <p>Porcentaje de descuento sobre precio de entrada y membresía.</p>           | Entrada liberada   | <p>Al menos \$2.000.000 por concierto a partir de 2020.</p> <p>Al menos \$1.000.000 anual por concepto de Tarjeta de Membresía a partir de 2020.</p> <p>Al menos un 40% de descuento sobre precio de entrada y membresía.</p> | Reportes contables.   | <p>Dirección Ejecutiva.</p> <p>Administración y Finanzas.</p> |
| Diversificar las fuentes de financiamiento para cubrir las diversas necesidades del recinto.  | <p>Presentar la Programación Artística Anual ante la Secretaría Ejecutiva de Ley de Donaciones Culturales y, gestionar donaciones (tanto de personas naturales como jurídicas).</p> <p>Gestión de auspicios.</p>   | <p>Número de proyectos acogidos a la Ley de Donaciones.</p> <p>Porcentaje de proyectos que efectivamente consiguen donación.</p> <p>Número de auspicios gestionados al año.</p> | Presupuesto cubierto mayoritariamente por aportes municipales. | <p>4 proyectos acogidos al año a partir del año 2020.</p> <p>Al menos un 50% de los proyectos a partir de 2020.</p> <p>Al menos 4 auspicios gestionados al año a partir de 2020.</p>  | <p>Resolución de Secretaría Donaciones.</p> <p>Certificado de la Secretaría y del SII.</p> <p>Reportes financieros.</p> | <p>Dirección Ejecutiva.</p> <p>Administración y Finanzas.</p> |



|  |  |  |                  |   |                                      |   |
|--|--|--|------------------|---|--------------------------------------|---|
|  | <p>Arrendar el TMO para funciones privadas con ingresos directos a la CCMO.</p> <p>Diseñar y ejecutar un Círculo de Amigos del TMO" que albergue a personas naturales y pequeñas y medianas empresas que realicen acciones de mecenazgo.</p> | <p>Número de arriendos al año.</p> <p>Ingresos recaudados por aportes.</p> |                  | <p>Al menos 10 arriendos al año.</p> <p>Al menos \$5.000.0000 a partir de 2021.</p> | <p>Informes contables.</p>           |   |
| Incrementar la gestión de redes artísticas e institucionales a nivel nacional e internacional.   | Realizar alianzas, convenios de colaboración y acuerdos de coproducción con instituciones y/o organizaciones de diversos rubros del resto del país y del mundo (embajadas, universidades, institutos, teatros, etc.)-                        | Número de convenios al año.  | -                | 5 convenios a partir del año 2020.  | Documentos y convenios firmados.     | Dirección Ejecutiva.  |
| Garantizar una óptima gestión y funcionamiento del TMO; y asegurar buenas condiciones laborales del equipo profesional del TMO para asegurar su sustentabilidad. | Incorporación de nuevos funcionarios al equipo de trabajo de la CCMO.  | Número de funcionarios.  | 19 funcionarios. | 21 funcionarios a partir de 2020.   | Planilla de funcionarios de la CCMO. | <p>Dirección Ejecutiva.</p> <p>Administración y Finanzas.</p> |



6



**REFERENCIAS  
BIBLIOGRAFÍA**





## **6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

Corporación Cultural Municipal de Ovalle (2018). Memoria 2017.

Corporación Cultural Municipal de Ovalle (2019). Memoria 2018.

Corporación Cultural Municipal de Ovalle (2019). Diagnóstico Participativo TMO 2019.

Ilustre Municipalidad de Ovalle (2014). Plan de Gestión Teatro Municipal de Ovalle 2014-2018.

Ilustre Municipalidad de Ovalle. Plan de Desarrollo Comunal 2014-2018.

INE. Censo de Población y Vivienda 2017.

MINCAP (2019). Propuesta de Plan de Públicos Teatro Municipal de Ovalle (documento de trabajo interno).



PLAN DE  
GESTIÓN  
2019-2022  
**TEATRO  
MUNICIPAL  
DE OVALLE**

**WWW.  
TMO.  
CL**