

ACTUALIZACIÓN

# PLAN DE GESTIÓN TMO





# ÍNDICE

<i>I. PRESENTACIÓN</i>	3
<i>II. ANTECEDENTES</i>	4
<i>III. MARCO METODOLÓGICO</i>	13
<i>IV. DIAGNÓSTICO PARTICIPATIVO</i>	19
<i>V. FILOSOFÍA CORPORATIVA</i>	30
<i>VI. FORMULACIÓN ESTRATÉGICA</i>	31
<i>VII. INDICADORES DE SEGUIMIENTO</i>	33
<i>VIII. ORGANIGRAMA</i>	62
<i>IX. FINANCIAMIENTO</i>	64
<i>X. REFERENCIA BIBLIOGRÁFICAS</i>	65



# I. PRESENTACIÓN

Este documento ha sido elaborado como instrumento guía para el proceso de gestión y administración del Teatro Municipal de Ovalle - TMO, para el período 2024-2027, 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 una profesional contratada 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 9 de agosto de 2024, 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.



# II. ANTECEDENTES

## La Comuna de Ovalle

Ovalle, también llamada la Perla del Limarí, es la ciudad capital de la comuna homónima y de la provincia del Limarí, una de las tres en que se divide administrativamente la Región de Coquimbo. Se ubica a 412 kilómetros al norte de Santiago y a 86 kilómetros de La Serena, la 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.

Ovalle constituye la segunda comuna en Chile con mayor dispersión geográfica, después de Punta Arenas. Muchas de sus localidades rurales - pueblos, aldeas, villorrios o caseríos - se encuentran en condiciones de aislamiento territorial, debido a la poca accesibilidad, los accidentes geográficos existentes y a la precariedad de caminos interiores.

La ciudad 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.

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.

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 2020 la parte alta de Ovalle se pobló en casi toda su extensión, comenzando con viviendas sociales en un principio, para posteriormente construir 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, y 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; de igual modo, 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.

Según el Censo de Población y Vivienda 2017, la comuna de Ovalle posee 111.272 habitantes, siendo la tercera más poblada de la Región de Coquimbo, después de las comunas Coquimbo y de La Serena. Así, la población ovallina corresponde a un 14,7% de la población regional.



Tal como se desprende del Plan de Desarrollo Comunal Ovalle 2020-2026, además del núcleo urbano, la comuna está compuesta por 155 localidades rurales, las cuales se encuentran dispersas en 3.834,5 km<sup>2</sup>, abarcando un territorio diverso desde la precordillera a la costa, conteniendo una amplia diversidad climática, lo que otorga características particulares a cada conglomerado poblacional.

Es posible dividir el territorio comunal en cuatro grandes sub-territorios: a) Sub-territorio Borde y Secano Costero; b) Sub-territorio Valle Centro; c) Sub-territorio Sierra Norte; d) Sub-territorio Meseta Sur.

La geografía de Ovalle se basa en importancia agrícola, siendo el valle más productivo de la zona. Esto se debe a su sistema de irrigación artificial, regulado por los embalses La Paloma, Recoleta y Cogotí, que compensan la baja pluviometría y permiten el uso eficiente del agua. La economía de Ovalle se basa principalmente en la agricultura (uva pisquera, de vino y de mesa, paltos, alcachofas, entre otras) y en la ganadería caprina, concentrando el 50% de estas actividades a nivel regional. La ciudad se sustenta en servicios y comercio, destacándose entre sus atractivos turísticos 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 comuna de Ovalle tiene una población de 111.272 habitantes, siendo la tercera más poblada de la región. De estos habitantes, un 51,8% son mujeres y un 48,2% hombres. Los menores de 15 años representan el 22,4% de la población, aquellos entre 15 y 64 años el 65,6%, y los mayores de 64 años el 12,0%. El 78,7% de la población vive en áreas urbanas, mientras que el 21,3% reside en áreas rurales, un porcentaje superior al promedio nacional.

En cuanto a la pertenencia a pueblos originarios, un 10% de la población de Ovalle se identifica con alguno, similar al porcentaje regional (9,0%) y nacional (13,0%). De este grupo, un 53,6% se identifica como Diaguita, un 30,7% Mapuche, un 6,8% Aymara, un 2,1% Colla, un 0,8% Quechua, un 0,8% Lican Antai y un 0,1% Rapa Nui. La población migrante representa un 10,0% del total comunal, con un 21,7% de peruanos, un 19,2% de colombianos, un 11,6% de bolivianos, un 8,6% de argentinos, un 7,5% de ecuatorianos, un 6,8% de venezolanos y un 2,3% de haitianos.



## 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 la Sociedad Musical de Ovalle, que promovía el aprendizaje y desarrollo de la música clásica y las artes escénicas. Esta organización, creada en 1898 por el doctor Antonio Tirado Lanas, adquirió en 1899 un inmueble en la esquina de las calles Unión (hoy Vicuña Mackenna) y Carmen, donde antes había un hotel. Allí comenzaron sus actividades y presentaciones, atrayendo la atención del público.

En 1900, con la llegada del cine, diferentes compañías proyectistas arrendaron este espacio para ofrecer películas mudas. El éxito de las actividades y los daños causados por un terremoto en 1906 llevaron a la decisión de construir un nuevo edificio en 1907. Los planos fueron presentados a Carlos Castex y Pablo Moriamez, y la construcción fue encargada al arquitecto Ernesto Gallardo. En 1908, debido a la falta de fondos, la Sociedad Musical firmó un contrato de cinco años con la cadena de biógrafos Bidnell Erwing para concluir la obra. El Teatro de Ovalle y el club estuvieron listos el 26 de diciembre de 1926.

El teatro pasó por varias administraciones, destacando la de Oscar Espinoza. En 1938, la Sociedad Musical vendió el teatro a la Sociedad Cinematográfica Martínez y Cía., que lo modernizó y lo renombró Teatro Nacional. Este teatro exhibió con éxito películas mexicanas y españolas y también albergó eventos de boxeo. En 1965, fue vendido al empresario Gustavo Corral Barrios, quien lo poseyó hasta 2007.



Con la revalorización de los espacios patrimoniales, el teatro comenzó a cobrar más valor en la conciencia colectiva local. En 2007, el municipio de Ovalle adquirió el teatro con fondos del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, y comenzó a rediseñarlo para postular al Fondo Nacional de Desarrollo Regional (FNDR). Este proyecto de habilitación es una de las más significativas acciones de rescate patrimonial en la región.

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 el 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 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 hasta 2018.

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.



# PLAN DE GESTIÓN TMO 2019 - 2022

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 25 de febrero del 2019 comienza el proceso de actualización del primer plan de gestión del TMO a cargo de un equipo de asesoras externas, esta herramienta entregó la carta de navegación para el siguiente periodo 2019-2022.

Esta actualización estableció los siguientes ejes estratégicos:

## **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.



# III. MARCO METODOLÓGICO

Para la elaboración del diagnóstico participativo y la posterior actualización del Plan de Gestión del TMO para el período 2024 - 2027, se utilizó una combinación de técnicas de recolección de información y la plataforma en línea interactiva MENTIMETER que permite a los usuarios crear presentaciones interactivas, encuestas y cuestionarios. Se utiliza comúnmente en entornos educativos, empresariales y procesos de sondeos o recopilación de información para fomentar la participación de los públicos en tiempo real. A continuación se detallan las instancias de recopilación de información, participación ciudadana y sus metodologías:

## ***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 (2019 - 2022)
- Plan Municipal de Cultura Ovalle 2022 - 2025
- Cuenta Pública CCMO 2023
- Memoria CCMO 2017 - 2023



### ***Encuentro participativo inicial***

La primera instancia participativa, correspondiente al Encuentro Participativo Inicial, se realizó el 26 de marzo de 2024 con la participación de 75 personas. En dicha ocasión, la asesora externa junto con el director ejecutivo de la Corporación Cultural Municipal de Ovalle presentaron 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; 4) Mesa de representantes de organizaciones comunitarias rurales; 5) Mesa de públicos fidelizados y regulares; y 6) 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 a través del programa MENTIMETER en relación con 3 preguntas iniciales en torno a la gestión del pasado Plan de Gestión del TMO (2019 -2022), y la posterior exposición de los resultados de cada vocero ante el resto de las mesas.



## **Mesas de Co-diseño**

Las mesas de trabajo conformadas previamente volvieron a reunirse en sesiones individuales agendadas previamente durante el mes de abril del 2024, el trabajo de las mesas de Co - diseño se realizaron en las siguientes fechas:

<b>MESA DE CODISEÑO</b>	<b>FECHA DE EJECUCIÓN</b>	<b>Nº DE PARTICIPANTES</b>
Mesa de Artistas, Gestores y Cultores	12 de abril a las 19:00hrs.	8
Mesa de Colaboradores	15 de abril a las 19:00 hrs.	4
Mesa de Org. Culturales Urbanas	17 de abril a las 19:00 hrs.	9
Mesa de Públicos fidelizados y regulares	18 de abril a las 19:00 hrs.	11
Mesa de Profesionales de la Educación y estudiantes	22 de agosto a las 19:00 hrs.	7
Mesa de Org. Culturales Rurales	23 de abril a las 19:00 hrs.	11
<b>TOTAL</b>		<b>50</b>



En esta ocasión, cada mesa trabajó en base a los 6 pilares fundamentales del antiguo plan de gestión (2019-2022), a partir del análisis FODA de los ejes de: 1) Infraestructura y equipamiento; 2) Programación; 3) Experiencia del usuario; 4) Comunicaciones; 5) Acceso, formación de públicos y participación; 6) Sustentabilidad, buscando principalmente en cada mesa fomentar el diálogo, detectar las problemáticas en los diferentes ejes, y profundizar en las necesidades de la comunidad. Las ideas y comentarios de lo que se analizaba en cada eje era representado en herramientas de chat del programa MENTIMETER, a su vez cada mesa estuvo moderada por la asesora externa y apoyada por integrantes del equipo del TMO.

### **Encuestas**

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 de correos electrónicos a su base de datos de contactos, entre el 01 de mayo y el 30 de junio de 2024.



## **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 19 de abril al 09 de mayo de 2024, a un total de 8 agentes culturales.

<b>AGENTE CULTURAL CLAVE</b>	<b>CARGO DEL ENTREVISTADO/A</b>	<b>Nº DE ENTREVISTAS</b>
Máxima autoridad comunal	Alcalde	1
Concejero Municipal	Presidente de la comisión de Cultura	1
Funcionarios Municipales	Coordinadora de la oficina de Turismo	1
	Jefe de la oficina de la diversidad y no discriminación - DECO	1
	Jefa de la Gestión Educativa del Departamento de Educación	1
Funcionarios del Teatro Municipal de Ovalle/ Corporación Cultural Municipal de Ovalle	Jefatura de Marketing y Comunicaciones	1
	Jefatura de Programación y Públicos	1
	Jefatura de Vinculación y Extensión	1
<b>Total</b>		<b>8</b>



## **Convención**

Esta jornada ciudadana central de participación se realizó la tarde del lunes 03 de junio del 2024 y asistieron 24 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 2024 - 2027.

## **Revisión con voceros de las mesas**

El proceso participativo para la redacción del Plan de Gestión TMO 2024 - 2027, se realizaron reuniones individuales entre la asesora externa y los representantes o voceros de cada mesa durante el día viernes 17 de julio de 2024. 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.

## **Mesas de validación**

Las Mesas de Validación se efectuaron el día 22 y 23 de julio de 2024. En la primera jornada se reunió la mesa técnica y la representante del programa Red Cultura de la Seremia de las Culturas, las Artes y el Patrimonio de la Región de Coquimbo. En la segunda sesión se reunió la mesa conformada por los voceros representativos de las mesas conformadas en el Encuentro Inicial. En estas instancias se expuso la redacción para la elaboración del documento final del nuevo Plan de Gestión: 1) Filosofía Corporativa (Misión, Visión y Valores); 2) Ejes estratégicos y 3) Objetivos y medidas estratégicas asociadas a cada eje.

Una vez realizada la revisión del documento en conjunto y haber discutido si la redacción y puntos propuestos daban respuesta a las necesidades levantadas en el diagnóstico participativo, se dio paso a la votación de validación de la actualización del Plan de Gestión del TMO para el periodo 2024 - 2027, la cual fue aprobada en una votación **unánime** por los integrantes asistentes a cada mesa.



## **IV. DIAGNÓSTICO PARTICIPATIVO**

En el marco metodológico establecido, la aplicación de diversas técnicas de investigación ha permitido realizar un diagnóstico participativo que incorpora las percepciones de los distintos actores en relación con la gestión del TMO. A continuación, se presenta una síntesis de los principales hallazgos de dicho diagnóstico participativo, organizados en las siguientes dimensiones de gestión: 1) Infraestructura y equipamiento; 2) Programación; 3) Experiencia del usuario; 4) Comunicaciones y 5) Acceso, formación de públicos y participación.

Para la elaboración de esta síntesis, se ha empleado la herramienta FODA, ampliamente utilizada en análisis estratégicos. Esta herramienta facilita el análisis tanto de los aspectos internos de un sector, mediante la identificación de fortalezas y debilidades, como de los factores externos, a través del reconocimiento de oportunidades y amenazas presentes en el territorio y que impactan el quehacer cotidiano en cada una de las dimensiones mencionadas.



## 1. Infraestructura y equipamiento

<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>•Alta calidad técnica para teatro, danza, música en vivo y cine.</li><li>•Mantenimiento y uso de paneles solares.</li><li>•Accesos inclusivos con rampas y baños adecuados.</li><li>•Amplitud y comodidad de butacas.</li><li>•Uso multifuncional del foyer para presentaciones y eventos.</li><li>•Espacios diversos como galerías, foyer y museografía.</li><li>•Capacidad para un público masivo.</li><li>•Ubicación central con buen acceso y señalización.</li><li>•Buena limpieza y mantenimiento.</li><li>•Arquitectura que conserva la fachada histórica y es funcional.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>•Problemas de ventilación y calefacción.</li><li>•Problemas con la climatización de la sala.</li><li>•Necesidad de mejorar accesos inclusivos, especialmente a camerines y escenario.</li><li>•Falta de iluminación en algunas áreas, como escaleras hacia los camarines.</li><li>•Poco o nulo uso del foso de orquesta.</li><li>•Exceso de cables en el escenario que afectan la seguridad.</li><li>•Estacionamientos insuficientes.</li><li>•Olor en baños y camarines.</li></ul>



<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Crear espacios adicionales como cafeterías y áreas de coworking.</li><li>• Habilitar salas de ensayo y bodegas para vestuario y escenografía.</li><li>• Actualizar la calidad de imagen y sonido</li><li>• Mejorar el sistema de aire acondicionado y calefacción.</li><li>• Aumentar las butacas para personas con movilidad reducida.</li><li>• Mejorar la accesibilidad para personas sordas y no videntes.</li><li>• Establecer convenios para estacionamientos cercanos.</li><li>• Alianzas con establecimientos educativos para actividades y estacionamiento.</li><li>• Intervenciones artísticas en espacios vacíos.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Crecimiento inmobiliario y depreciación del centro.</li><li>• Seguridad alrededor del TMO (iluminación)</li><li>• Necesidad de mejorar accesibilidad para escenografías y objetos pesados.</li><li>• Riesgos asociados a la climatización.</li><li>• Crisis hídrica y sequía que afectan la programación.</li><li>• Falta de planes de acción claros para incendios y desastres naturales.</li><li>• Necesidad de equipos y personal capacitado para emergencias.</li></ul>



## 2. Programación

<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Programación variada y diversa: música local, danza, teatro.</li><li>• Integración de otras artes en la programación.</li><li>• Línea intercultural y enfoque interdisciplinario.</li><li>• Inclusión de compañías locales y coproducciones.</li><li>• Habilitación del foyer para actividades de otras disciplinas.</li><li>• Participación ciudadana en su programación y colaboración con creadores locales.</li><li>• Conversatorios y actividades de mediación.</li><li>• Vínculo con establecimientos educativos.</li><li>• Programación gratuita.</li><li>• Obras destacadas a nivel nacional e internacional.</li><li>• Comité programático Ciudadano.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Insuficiente programación familiar.</li><li>• Falta de programación de ópera y danza.</li><li>• Horarios tardíos para adultos mayores</li><li>• Necesidad de más música ambiental y mejor ambiente en el foyer.</li><li>• Coordinación y tiempos de espera en ciertas obras.</li><li>• Falta de mediación de las obras por parte de docentes.</li><li>• Necesidad de educar al público sobre diferentes tipos de arte.</li></ul>



<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>•Encuentros teatrales de alcance regional y nacional.</li><li>•Generar temporadas estables de música coral y de cámara.</li><li>•Colaboración con agentes regionales y nacionales.</li><li>•Alianzas con pymes y emprendimientos artísticos para exponer en foyer.</li><li>•Utilizar la difusión del teatro para visibilizar a distintos actores culturales.</li><li>•Generar publicidad previa a las obras de difusión para proyectos locales.</li><li>•Ocupar más espacios como plazas y sedes sociales.</li><li>•Función ganadora del Interesco-lar como parte de la temporada TMO.</li><li>•Cambiar horarios para adaptarse a distintas estaciones.</li><li>•Abrir instancias para versus teatrales.</li><li>•Incorporar más contenido internacional accesible.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>•Concursabilidad y dependencia de subvenciones para mantener la programación.</li><li>•Falta de seguridad pública y coordinación con autoridades.</li><li>•Problemas de locomoción pública nocturna.</li><li>•Falta de estacionamientos.</li><li>•Desinterés y baja participación de ciertos públicos.</li><li>•Horarios de invierno y clima desfavorable.</li></ul>



### 3. Experiencia de usuario

<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>•Inclusividad con la instalación de una rampa de acceso universal.</li><li>•Gran cantidad de butacas.</li><li>•Espacios adaptados para todas las artes: cine, teatro, música, danza.</li><li>•Método fácil de adquisición de boletos y gratuidad.</li><li>•Posibilidad de descargar fotos del público.</li><li>•Interacción en redes sociales como Instagram.</li><li>•Cuadernillo con programación y plataforma simplificada.</li><li>•Cordialidad y profesionalismo del personal del teatro.</li><li>•Inauguraciones y eventos especiales.</li><li>•Conversatorios y mediaciones.</li><li>•Cultivo de audiencias y vinculación con públicos rurales.</li><li>•Calidad de contenidos programáticos.</li><li>•Comité Programático Ciudadano. Teatro inclusivo y experiencia acogedora.</li><li>•Tranquilidad y seguridad al ver una obra.</li><li>•Cercanía con actores y compañías.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>•Falta de cafetería y guardería.</li><li>•Ausencia de aire acondicionado en días fríos y calurosos.</li><li>•Problemas con la luminosidad de las escaleras.</li><li>•Dificultad para algunos usuarios en el uso de la plataforma de ticketing online.</li><li>•Ausencia de boletería física en TMO.</li><li>•Butacas inclusivas y accesibilidad al escenario insuficientes.</li><li>•Necesidad de mejorar la climatización y el olor del baño.</li><li>•Poca señalética de emergencias.</li><li>•Problemas en la puntualidad de inicio de las obras.</li></ul>



<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Implementación de una cafetería.</li><li>• Mejorar la climatización de la sala y camarines.</li><li>• Tener intérprete de señas para algunas obras.</li><li>• Mejorar el software para la gestión de entradas no utilizadas.</li><li>• Diversificación de contenidos en pantallas y programación.</li><li>• Canales de difusión con establecimientos educativos.</li><li>• Ampliar la variedad de profesores a los que se dirigen.</li><li>• Funciones para públicos del futuro.</li><li>• Acceso público rural y generación de identidad con la audiencia.</li><li>• Más circulaciones de obras en territorios.</li><li>• Difusión con la comunidad educativa.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Seguridad en la presencialidad y burbuja mediática de la delincuencia.</li><li>• Demora en el inicio de las obras.</li><li>• Problemas de locomoción y falta de señaléticas de emergencia.</li><li>• Hábitos de convivencia en sala y falta de comprensión de restricciones etarias.</li><li>• Falta de conocimientos sobre la opinión de los no públicos.</li><li>• Problemas asociados al invierno y falta de climatización adecuada.</li></ul>



#### 4. Comunicaciones

<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>•Contenido variado y permanente.</li><li>•Atractivo visual y comunicacional con una lógica en cada área.</li><li>•Estrategias comunicacionales eficaces en redes sociales y marketing digital.</li><li>•Gráficas desplegadas por la ciudad.</li><li>•Correos electrónicos de recordatorio para eventos.</li><li>•Uso de la radio y lives para eventos especiales.</li><li>•Variedad de estrategias, incluyendo invitaciones y convocatorias a territorios.</li><li>•Distribución trimestral de librillos programáticos.</li><li>•Trabajo de fidelización, por ejemplo comité programático.</li><li>•Programa de radio con una línea editorial clara.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>•Intervención limitada con los no públicos.</li><li>•Difusión dirigida principalmente al público fidelizado.</li><li>•Falta de información sobre valor, nombre de compañías y ciudad de origen en librillos.</li><li>•Poca presencia en radios populares y canales municipales.</li><li>•Difusión insuficiente en espacios no convencionales y zonas rurales.</li></ul>



<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Mayor presencia en plataformas como TikTok.</li><li>• Aprovechar momentos como vacaciones de invierno y verano para aumentar la oferta de actividades.</li><li>• Incorporar perifoneo para difundir actividades.</li><li>• Potenciar comunicación con colegios, docentes y organizaciones de personas con discapacidad.</li><li>• Difusión en lugares públicos masivos como estadios, hospitales, etc.</li><li>• Diversificar aún más los librillos programáticos.</li><li>• Mayor publicidad en negocios, zonas comunitarias y diarios murales en zonas rurales.</li><li>• Potenciar el programa "Primer Acto" y socialización de beneficios TMO en lugares no convencionales.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Exceso de información que puede hacer perder lo importante.</li><li>• Competencia en medios masivos y cambios en algoritmos de redes sociales.</li><li>• Difusión escasa en sectores alejados del centro.</li><li>• Dependencia excesiva de un solo medio, como las redes sociales.</li><li>• Impacto económico y falta de señal de internet en zonas rurales.</li><li>• Desconocimiento.</li></ul>



## 5. Acceso, formación de públicos y participación

<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Mecanismos de acceso adecuados con un equipo y recursos bien planificados.</li><li>• Propuestas con impacto a corto, mediano y largo plazo.</li><li>• Colaboración con colegios, juntas de vecinos y pueblos.</li><li>• Escuela de espectadores y comité programático.</li><li>• Talleres en colegios y espacios específicos como juntas de vecinos y centros de madres.</li><li>• Gratuidad de las actividades.</li><li>• Itinerancia a localidades rurales.</li><li>• Teatro o actividades en barrios.</li><li>• Vínculo y preocupación con comunidades.</li><li>• Trabajo constante con sectores rurales.</li><li>• Escuela de Espectadores y conversatorios.</li><li>• Trabajos de creación local.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Alcance limitado, especialmente en áreas rurales.</li><li>• Participación limitada y foco en público fidelizado.</li><li>• Falta de estrategias para integrar al público adolescente.</li><li>• Información insuficiente sobre las obras.</li><li>• Mecanismo de devolución de tickets poco eficiente.</li><li>• Bajo interés de no públicos en las experiencias TMO.</li></ul>



<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>•Trabajo con nuevos públicos desde la educación parvularia.</li><li>•Charlas de apreciación artística presenciales en territorios específicos.</li><li>•Ampliación de la cobertura de "El Teatro lo Hacemos Todos".</li><li>•Ampliar canales y diversificar alianzas con más organizaciones.</li><li>•Generar estrategias de participación con diferentes departamentos municipales.</li><li>•Diversificar circulaciones y actividades de extensión.</li><li>•Realizar carnavales y ampliar barrios culturales.</li></ul> Introducción de contenidos previos a las obras. <ul style="list-style-type: none"><li>•Más información en los territorios.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>•Disfrute a través de la virtualidad.</li><li>•Horarios de transporte público y falta de locomoción colectiva.</li><li>•Barrios solitarios y silenciosos.</li><li>•Falta de inducción a talleristas en establecimientos educacionales.</li><li>•Falta de participación de instituciones y organizaciones locales.</li><li>•Desconocimiento de las características y opiniones de los no públicos.</li><li>•Presupuesto.</li></ul>

# V. FILOSOFÍA CORPORATIVA



## **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.

## **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 sostenible.

## **Valores y Principios del TMO**

**Compromiso:** Nos comprometemos con el desarrollo integral de la gestión del TMO, abordando y superando diversos desafíos para alcanzar los objetivos planteados.

**Diferenciación:** Aspiramos a ofrecer contenidos programáticos que sean significativos para la ciudadanía, distinguiéndose por un trato amable y cercano tanto con los artistas que se presentan en nuestro espacio como con los públicos. Nos esforzamos por imprimir un sello distintivo en todas nuestras iniciativas.

**Calidad:** Nos dedicamos a mantener altos estándares en todos los ámbitos de gestión del TMO, garantizando la excelencia de nuestra programación y el continuo mejoramiento de nuestra infraestructura, equipamientos y servicios.

**Participación:** Implementamos un modelo de gestión participativo basado en los principios de la democracia cultural. Valoramos la voz de nuestros públicos y comunidades, fomentando su activa participación en los diversos aspectos del quehacer del TMO y cultivando un sentido de pertenencia por ser parte de este espacio.

**Mejora continua:** Nuestro equipo de trabajo se encuentra en constante capacitación y perfeccionamiento, y nos esforzamos por la revisión y evaluación permanente de todos nuestros procesos para asegurar una mejora continua.



# VI. FORMULACIÓN ESTRATÉGICA

Para el período 2024-2027, se han establecido seis ejes estratégicos clave que derivan del actual diagnóstico participativo: (1) Infraestructura y equipamiento; (2) Programación; (3) Gestión de Públicos; (4) Comunidad de Públicos; (5) Comunicaciones; y (6) Sostenibilidad. Cada eje tiene asociado un objetivo estratégico, sub-ejes y programas culturales. Estos últimos serán implementados a través de diversas acciones, las cuales tendrán sus indicadores de seguimiento y responsables.

<b>EJE</b>	<b>CARGO DEL ENTREVISTADO/A</b>	<b>SUB-EJES</b>
Eje 1. Infraestructura y equipamiento	Ofrecer una infraestructura y equipamiento de calidad, tanto para los artistas como para los públicos, posicionando al TMO como un espacio de primer nivel.	<ul style="list-style-type: none"><li>•Mantenimiento y mejoras.</li><li>•Actualización Tecnológica.</li><li>•Nuevos Espacios y servicios.</li><li>•Sostenibilidad Ambiental.</li><li>•Programa de bienestar.</li></ul>
Eje 2. Programación	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.	<ul style="list-style-type: none"><li>•Fortalecimiento de temporadas TMO.</li><li>•Co Producciones Locales.</li><li>•Análisis programático.</li></ul>
Eje 3. Gestión de de Públicos	Generar acciones que promuevan el desarrollo y fidelización de públicos diversos, aumentando la accesibilidad y participación.	<ul style="list-style-type: none"><li>•Estudios de públicos</li><li>•Programa de implicación</li><li>•Creación de públicos</li></ul>



<b>EJE</b>	<b>CARGO DEL ENTREVISTADO/A</b>	<b>SUB-EJES</b>
Eje 4. Comunidad de Públicos	Desarrollar y consolidar programas de formación de públicos y audiencias, asegurando la creación de una base sólida y diversificada.	<ul style="list-style-type: none"><li>•Gestión de nuevos públicos.</li><li>•Gestión de públicos actuales.</li><li>•Participación Comunidad Educativa.</li></ul>
Eje 5. Comunicaciones	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.	<ul style="list-style-type: none"><li>•Fortalecimiento del sistema de ticketing.</li><li>•Optimización de difusión</li><li>•Incorporación de tecnologías inteligentes y personalización.</li><li>•Fidelización.</li></ul>
Eje 6. Sostenibilidad	Promover prácticas sostenibles en la gestión del TMO, asegurando su viabilidad económica y social a mediano largo plazo.	<ul style="list-style-type: none"><li>•Sostenibilidad financiera.</li><li>•Incremento de redes artísticas e institucionales .</li></ul>



# VII. INDICADORES DE SEGUIMIENTO

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

Este primer eje se enfoca en ofrecer una infraestructura y equipamiento de calidad, tanto para artistas como para los públicos. Las actividades incluyen un programa de mantenimiento que abarca la revisión periódica de instalaciones eléctricas y fontanería, asegurando el buen estado de las áreas comunes. Además, se busca la mantención y renovación tecnológica mediante la actualización de equipos de sonido, iluminación y multimedia. También se proyecta la ampliación de infraestructura con la construcción de nuevos espacios como una cafetería y áreas de descanso a partir del estudio y diagnóstico de este. Se promueven prácticas de sostenibilidad ambiental, implementando programas de reciclaje y uso eficiente de energías y finalmente un programa centrado en el bienestar profesional y personal de los colaboradores del Teatro Municipal de Ovalle.

**Mantenimiento y Mejoras:** Realización de mantenimientos preventivos y correctivos de las instalaciones del teatro, incluyendo sistemas eléctricos, de iluminación y climatización. Inspecciones periódicas de las estructuras y reparaciones necesarias para la seguridad y funcionalidad del espacio.

**Actualización Tecnológica:** Actualización, adquisición y mantenimientos de equipos de sonido, iluminación y multimedia, generando a su vez capacitaciones continuas a colaboradores del área técnica en el uso de estos equipos.

**Nuevos Espacios y Servicios:** Implementación de diagnóstico y estudios arquitectónicos para el desarrollo, diseño y construcción de nuevos espacios dentro del TMO, así como también áreas de descanso, cafetería y tienda de souvenirs, considerando la ampliación de servicios al público como: Wi-Fi gratuito y puntos de recarga para dispositivos móviles.



**Sostenibilidad Ambiental:** Implementación de un programas de reciclaje y gestión de residuos dentro del TMO, implementando prácticas sostenibles de reciclaje y eficiencia energética (energía limpia y/o energía convencional).

**Programa de bienestar para colaboradores:** El Programa de Bienestar del Equipo del TMO está diseñado para promover el bienestar integral de todos los colaboradores del Teatro Municipal de Ovalle (TMO). Este programa se centra en mejorar la calidad de vida de los funcionarios mediante iniciativas que abordan la salud física y mental, el desarrollo profesional y personal, el reconocimiento y la motivación dentro y fuera del espacio de trabajo.

### **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.

<b>SUB-EJES</b>	<b>PROGRAMAS</b>	<b>ACTIVIDADES</b>	<b>METAS</b>	<b>RESPONSABLES Y MEDIOS DE VERIFICACIÓN</b>
Mantenimiento y mejoras	Programa de Mantenimiento	Generar un programa de mantenimiento y mejora de la infraestructura y del equipamiento del TMO (diagnóstico).	Generar 1 diagnóstico anual del espacio.  Realizar mantenimiento anual de las instalaciones de la infraestructura.  Al menos el 70% de los usuarios evalúan positivamente.	Dirección Ejecutiva, Dirección Técnica y Jefatura de Programación y Públicos.  -Informes de diagnóstico -Informe de ejecución -Evaluación (encuestas)



<b>SUB-EJES</b>	<b>PROGRAMAS</b>	<b>ACTIVIDADES</b>	<b>METAS</b>	<b>RESPONSABLES Y MEDIOS DE VERIFICACIÓN</b>
Actualización Tecnológica	Renovación Tecnológica	Adquisición, actualización y mantenimiento de equipos de sonido, iluminación y multimedia.	<p>Generar 1 informe de mantenimiento de equipamiento anual.</p> <p>Generar 1 informe de adquisición y actualización de equipamiento anual.</p> <p>Renovar el 10% del equipamiento tecnológico anualmente.</p> <p>Propiciar a lo menos 1 capacitación para el área técnica al año.</p>	<p>Dirección Técnica y Jefatura de programación y públicos.</p> <p>-Informe de inventarios -Informe de mantenimiento -informe de adquisición y actualización -Asistencia y fotografías de capacitación -Factura de compras y servicios</p>
Nuevos Espacios y servicios	Estudio de Ampliación de Infraestructura	Estudiar y analizar las posibilidades de construcción de nuevos espacios como cafetería y áreas de descanso.	<p>Generar un estudio de caso con profesionales a fin para la posible construcción de nuevos espacios en TMO.</p> <p>Implementar en los próximos 3 años de la ejecución de este plan.</p>	<p>Dirección ejecutiva</p> <p>-Planos -Informe de estudio y diagnóstico -Fotografías</p>



<b>SUB-EJES</b>	<b>PROGRAMAS</b>	<b>ACTIVIDADES</b>	<b>METAS</b>	<b>RESPONSABLES Y MEDIOS DE VERIFICACIÓN</b>
Nuevos Espacios y servicios	Inclusión en infraestructura	Diagnosticar e implementar estrategias eficientes y acorde para la movilidad de públicos en situación de discapacidad motriz y cognitiva en la infraestructura.	Generar 1 diagnóstico con profesional a fin.  Generar 1 plan para implementar estrategias a desarrollar.  Implementar en los próximos 3 años de la ejecución de este plan.	Dirección ejecutiva y jefaturas  -Informe de diagnóstico -Informe de plan estratégico -Fotografías
	Puntos de recarga USB y eléctricos	Implementar en foyer y espacios comunes de la infraestructura conexiones eléctricas que permita la recarga de dispositivos móviles para los públicos (USB o puntos eléctricos)	A lo menos instalar 10 puntos de conexión en los espacios comunes TMO.  El 85% de los usuarios TMO valoran positivamente la iniciativa.  Implementar en un periodo de corto plazo a partir del inicio de ejecución de este plan.	Dirección ejecutiva, Dirección Técnica y Jefaturas  -Fotografías Informe de ejecución -Facturas de servicios y/o insumos -Encuesta de evaluación



<b>SUB-EJES</b>	<b>PROGRAMAS</b>	<b>ACTIVIDADES</b>	<b>METAS</b>	<b>RESPONSABLES Y MEDIOS DE VERIFICACIÓN</b>
Sostenibilidad Ambiental	Fortalecimiento de la sostenibilidad Ambiental TMO	Implementación de prácticas sostenibles de reciclaje y eficiencia energética (energía limpia y/o energía convencional).	<p>Implementar el 100% de iluminación LED en espacios comunes TMO dentro de los próximos cuatro años.</p> <p>Contar en las áreas comunes del TMO basureiros de reciclaje.</p> <p>Disminuir en 80% el uso de pilas y baterías desechables en los próximos 4 años.</p>	<p>Dirección Ejecutiva y Producción TMO</p> <p>-Informe de implementación -Factura de compras y servicio</p>
Programa de Bienestar para Colaboradores TMO	Desarrollo Profesional	Programa de Liderazgo	<p>Desarrollar al menos 1 actividad de liderazgo para el equipo ejecutivo al año.</p> <p>Implementar 1 encuesta de Liderazgo anual (Direcciones y jefaturas).</p> <p>1 informe anual</p>	<p>Dirección Ejecutiva</p> <p>-Fotografías -Informes de desarrollo laboral -Resultados de encuesta -Evaluación del impacto de las capacitación</p>



<b>SUB-EJES</b>	<b>PROGRAMAS</b>	<b>ACTIVIDADES</b>	<b>METAS</b>	<b>RESPONSABLES Y MEDIOS DE VERIFICACIÓN</b>
Programa de Bienestar para Colaboradores TMO	Desarrollo Profesional	Programa de Clima laboral	<p>Desarrollar al menos 3 actividad dirigido al desarrollo de buenas prácticas laborales</p> <p>Implementar 1 encuesta al año de clima laboral. (coordinaciones y otros)</p> <p>1 informe anual.</p>	<p>Dirección Ejecutiva y equipo ejecutivo</p> <p>-Fotografías</p> <p>-Informes de clima laboral</p> <p>-Resultados de encuesta</p>
		Capacitaciones y talleres	<p>Ofrecer al menos 1 capacitaciones o talleres al año por área de gestión</p> <p>Implementar 1 encuesta al año de desempeño laboral (jefaturas, coordinaciones y otros)</p> <p>Alcanzar un 75% de participación de las capacitaciones o talleres del área de gestión.</p> <p>Obtener una mejora del 60% en las evaluaciones de impacto</p>	<p>Dirección Ejecutiva</p> <p>-Fotografías</p> <p>-Informes de clima laboral</p> <p>-Encuesta de desempeño laboral</p> <p>-Resultados de encuesta</p>



<b>SUB-EJES</b>	<b>PROGRAMAS</b>	<b>ACTIVIDADES</b>	<b>METAS</b>	<b>RESPONSABLES Y MEDIOS DE VERIFICACIÓN</b>
Programa de Bienestar para Colaboradores TMO	Programas de reconocimiento	Implementar al menos 1 nuevo programas de reconocimiento al año.	Reconocer al menos a un colaborador al mes.	Dirección ejecutiva, Dirección de recursos Humanos y Jefaturas  -Realización de encuestas de satisfacción laboral -Informes laborales (metas cumplidas)
	Programas de reconocimiento.	Implementar al menos 1 nuevo programas de reconocimiento al año.	Reconocer al menos a un colaborador al mes.	Dirección ejecutiva, Dirección de recursos Humanos y Jefaturas  -Realización de encuestas de satisfacción laboral -Informes laborales (metas cumplidas)



<b>SUB-EJES</b>	<b>PROGRAMAS</b>	<b>ACTIVIDADES</b>	<b>METAS</b>	<b>RESPONSABLES Y MEDIOS DE VERIFICACIÓN</b>
Programa de Bienestar para Colaboradores TMO	Jornadas distendidas	Jornada de actividades recreativas/distendidas para colaboradores	Realizar al menos 2 jornadas de bienestar para los colaboradores (una al semestre)	Dirección ejecutiva, Dirección de recursos Humanos y Jefaturas  -Alcanzar un 70% de participación de los colaboradores -Generar encuesta o análisis de clima laboral previo y posterior a la jornada .



## **Eje 2: Programación**

Tiene como objetivo generar una programación de artes escénicas y musicales de calidad, tanto nacional como local. Entre las actividades a desarrollar durante este periodo 2024 - 2027 se destaca el fortalecimiento de las temporadas: Ciclo TMO y Ciclo familiar; de igual modo se busca fortalecer las coproducciones locales. Dicha programación se enfoca en aumentar la participación de los públicos.

La programación/temporadas TMO se desarrollará entre los meses de marzo y diciembre, contando con la participación de elencos locales y nacionales. Dicha programación se estructura en base a diferentes ciclos:

**Ciclo TMO:** Programación de teatro y danza con un trabajo curatorial que enfatiza los intereses de la comunidad (análisis programático). Desde esta línea, la programación privilegia contenidos escénicos destacados en las temporadas nacionales, con elencos de vasto recorrido en la escena artística y/ o con actores y actrices de renombre nacional, que aborden problemáticas sociales actuales como, por ejemplo, género, diversidad sexual, feminismo, migración, pueblos originarios, memoria histórica, crisis medioambiental, dilemas científicos y tecnológicos, inclusión, entre otros, de modo de propiciar la reflexión en torno a dichos contenidos.

**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.

**Mirada Regional:** Ciclo que busca mostrar los principales trabajos escénicos de elencos, compañías, colectivos y/o agrupaciones, a través de una programación que invita a conocer, desde una perspectiva abierta, los diferentes lenguajes y singularidades del quehacer teatral de los creadores de la Región de Coquimbo.



**Ciclo Ciudadano:** Ciclo de obras programadas democráticamente por el Comité Ciudadano de Programación (programa del eje Gestión de Públicos).

**Ciclo Familiar:** Considera tanto la programación de espectáculos para público familiar en la sala del TMO, como la programación de cuentacuentos, títeres y otras expresiones artísticas de pequeño formato para público familiar en el foyer del TMO.

**Festivales y Eventos:** Festivales y eventos locales, regionales y nacionales que se suman a la oferta programática del TMO. Estos incluyen la programación de Ventanilla TMO que permite a elencos, compañías, agrupaciones y colectivos locales a poder acceder al espacio de manera gratuita para presentarse bajo las dos posibles líneas programáticas.

**Ciclo de Artes Visuales:** Un nuevo espacio dedicado a las artes visuales contemporáneas, "Ventana Visual TMO" con la intención de rescatar parte de la arquitectura del edificio además de presentar a la comunidad contenidos artísticos originales y de una vertiente más contemporánea que están circulando en la escena local, regional y nacional.

**Fortalecimiento de Temporadas TMO:** Incrementar la cantidad y diversidad de públicos en las temporadas TMO, fortaleciendo el ciclo TMO, ciclo familiar y ciclo de artes visuales, esto a través de la promoción y marketing de dichos ciclos para atraer los diferentes segmentos de público.

**Co-Producciones Locales:** Convocatorias abiertas y cerradas para coproducciones con artistas y compañías locales, brindando apoyo financiero y logístico. Realización de talleres y reuniones de coordinación con los equipos creativos.

**Análisis Programático:** Analizar y desarrollar un informe anual que permita observar el desarrollo programático de las temporadas TMO y Actividades en la infraestructura cultural, permitiendo así captar información que ayude a programar el año siguiente.



## **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 según los diversos ciclos.

<b>SUB-EJES</b>	<b>PROGRAMAS</b>	<b>ACTIVIDADES</b>	<b>METAS</b>	<b>RESPONSABLES Y MEDIOS DE VERIFICACIÓN</b>
Fortalecimiento de Temporadas TMO	Ciclo TMO	Programación de teatro y danza con un trabajo curatorial que enfatiza los intereses de la comunidad	10 funciones anualmente  70% de ocupación de sala anualmente  Al menos 1 gráfica digital de difusión por función.  Al menos 1 mención en medios locales al año.  Al menos el 50% de las personas que responden la encuesta, valoran de forma positiva la experiencia TMO.	Jefatura Programación y públicos  -Fotografías -Gráficas de difusión -Medios locales -Reportes de ticketing -Encuestas de experiencia TMO (valoración) -Encuestas de deserción TMO



<b>SUB-EJES</b>	<b>PROGRAMAS</b>	<b>ACTIVIDADES</b>	<b>METAS</b>	<b>RESPONSABLES Y MEDIOS DE VERIFICACIÓN</b>
Fortalecimiento de Temporadas TMO	Ciclo Familiar	Fortalecimiento de la programación familiar mediante la incorporación de espectáculos educativos y recreativos.	Programar a lo menos 2 contenidos al año.  70% de ocupación de sala anualmente.  Generar al menos 3 función de menor - medio formato en Foyer TMO  Al menos 1 gráfica digital de difusión por función.  Al menos 1 mención en medios locales	Jefatura de Programación y Públicos  -Fotografías -Gráficas de difusión -Medios locales -Reportes de ticketing -Encuestas de experiencia TMO (valoración) -Encuestas de deserción TMO
	Ciclo Artes Visuales	Ventana Visuales TMO	Programar al menos 1 contenido al año  Al menos 1 gráfica digital de difusión por función.  Al menos 1 mención en medios locales al año.	Jefatura de Programación y Públicos  -Fotografías -Gráficas de difusión -Medios locales

<b>SUB-EJES</b>	<b>PROGRAMAS</b>	<b>ACTIVIDADES</b>	<b>METAS</b>	<b>RESPONSABLES Y MEDIOS DE VERIFICACIÓN</b>
Co-Producciones Locales	Fortalecer línea Ventanilla Abierta TMO	Generar una convocatoria abierta bajo dos líneas de postulación para presentarse en el TMO (línea de ticket gratuito/ línea de ticket pagado)	<p>Apoyar mínimo 12 actividades de Coproducción local Ventanilla TMO al año producto de la convocatoria.</p> <p>Al menos 500 intérpretes participan al año.</p> <p>Al menos 1 gráfica digital de difusión por función.</p> <p>Al menos 1 mención en medios locales al año.</p>	<p>Jefatura de Programación y públicos</p> <p>-Bases y ficha de postulación</p> <p>-Gráfica de difusión</p> <p>-Medios locales</p> <p>-Informe de métricas y retiro de tickets</p> <p>-Evaluaciones de desarrollo de actividad</p>
	Fortalecer Coproducción TMO	Programa que permite trabajar y apoyar financieramente a una o más compañías locales para estrenar una obra de artes escénicas (según presupuesto anual)	<p>Generar a lo menos 1 Co producción TMO anualmente (según presupuesto asignado)</p> <p>Al menos 1 mención en medios locales al año.</p> <p>Esta iniciativa será parte de la temporada Ciclo TMO</p>	<p>Dirección ejecutiva y Jefatura de Programación y Públicos</p> <p>-Fotografías</p> <p>-Gráfica de difusión</p> <p>-Informe de actividades, métricas y retiro de tickets</p> <p>-Medios locales</p> <p>-Evaluación</p> <p>-Co-producciones (encuesta de satisfacción)</p> <p>-Encuestas de experiencia TMO (valoración)</p> <p>-Encuestas de deserción TMO</p>



<b>SUB-EJES</b>	<b>PROGRAMAS</b>	<b>ACTIVIDADES</b>	<b>METAS</b>	<b>RESPONSABLES Y MEDIOS DE VERIFICACIÓN</b>
Análisis Programático	Informe de programación	Realizar un informe cuantitativo y cualitativo que permita generar un análisis programático (contenidos y afluencia de públicos).	Generar 1 informe anual  Analizar al menos el 70% de la programación y actividades TMO.  70% de la programación de los ciclos TMO cuenta con encuesta de	Jefatura de Programación y Públicos y Coordinación de gestión de públicos  -Informe anual -Encuestas de experiencia TMO (valoración) -Encuestas de deserción TMO



### **Eje 3: Gestión De Públicos**

Este eje se dedica a generar acciones que promuevan el desarrollo y fidelización de públicos diversos, incrementando la accesibilidad y participación. Las actividades comprenden estudios de públicos para entender mejor sus necesidades y preferencias. Se implementan programas específicos para atraer nuevos públicos y fidelizar a los existentes. También se desarrollan programas de implicación que buscan una mayor participación ciudadana y la creación de vínculos más estrechos con la comunidad.

**Estudios de Públicos:** Realización de encuestas y estudios para comprender mejor las necesidades y preferencias del público. Análisis de datos para segmentar y diseñar estrategias específicas.

**Programa de implicación:** A partir de la selección de los participantes más comprometidos de la Escuela de Espectadores TMO (programa del eje Comunidades de públicos), nace el Comité Ciudadano de Programación. Este grupo diverso de personas constituyen públicos fidelizados y participan, a través de sesiones, en el proceso de programación del Ciclo Ciudadano, exponiendo sus opiniones y valoraciones sobre el conjunto de posibilidades de obras a programar según la línea editorial del TMO y trabajando colaborativamente en la producción del ciclo.

**Creación de nuevos públicos:** Se busca implementar acciones y estrategias que permitan la participación de nuevos públicos a las actividades realizadas en el TMO, con el objetivo de aperturar la visión del consumo cultural tanto para públicos adultos como para niños y niñas.



### **EJE 3. GESTIÓN DE PÚBLICOS**

Objetivo estratégico: Generar acciones que promuevan la formación y fidelización de públicos diversos, aumentando la accesibilidad y participación.

<b>SUB-EJES</b>	<b>PROGRAMAS</b>	<b>ACTIVIDADES</b>	<b>METAS</b>	<b>RESPONSABLES Y MEDIOS DE VERIFICACIÓN</b>
Estudios de públicos	Investigación	Encuesta de caracterización de Públicos	1 Estudio de Caracterización de Públicos al año  250 casos encuestados	Coordinador/a Gestión de públicos  -Informe anual
		Encuestas de Satisfacción con la Programación de los ciclos del TMO	70% de la programación de las temporadas TMO cuenta con encuesta de satisfacción  10 casos de encuestas por función de programación	Coordinador/a Gestión de Públicos  -Reporte de información -Informe anual
		Encuesta de deserción de la programación temporadas TMO	70% de la programación de los ciclos TMO cuenta con encuesta de deserción.	Coordinador/a Gestión de Públicos  -Reporte de información -Informe anual



<b>SUB-EJES</b>	<b>PROGRAMAS</b>	<b>ACTIVIDADES</b>	<b>METAS</b>	<b>RESPONSABLES Y MEDIOS DE VERIFICACIÓN</b>
Estudios de públicos	Investigación	Análisis y Segmentación de BBDD	2 Informes de Análisis y Segmentación de bases de datos al año	Coordinador/a Gestión de Públicos  -Informe semestral
	Metodologías ágiles	Mesas de públicos	Generar 3 Mesas diálogos de Públicos al año  6 participantes por cada Mesa de Públicos	Coordinador/a Gestión de Públicos  -Fotografías -Informes de actividades -listas de asistencias
Programa de implicación	Programas de implicación de públicos	Comité Ciudadano Programático TMO	Un comité al año  5 participantes del Comité  el 75% de los integrantes del comité participan en las reuniones de programación  Programar al menos 2 obras en un periodo de 12 meses  1 mención en medios locales al año	Coordinador/a Gestión de Públicos  -Fotografía -Medios locales -Registros de asistencia -Encuesta de -Evaluación de experiencia



<b>SUB-EJES</b>	<b>PROGRAMAS</b>	<b>ACTIVIDADES</b>	<b>METAS</b>	<b>RESPONSABLES Y MEDIOS DE VERIFICACIÓN</b>
Creación de nuevos públicos	Programa nuevos públicos	Primer Acto	<p>Desarrollar 1 programa al año que permita trabajar con nuevos públicos.</p> <p>Implementar al menos 1 acción que permita que los públicos vivan la experiencia TMO.</p> <p>Generar al menos 6 contenidos audiovisuales que permitan visualizar el programa.</p> <p>1 mención en medios locales al año</p>	<p>Coordinador/a Gestión de Públicos</p> <p>-Fotografía -Gráficas de difusión -Medios locales -Informe de métricas -Encuesta de experiencia TMO.</p>



<b>SUB-EJES</b>	<b>PROGRAMAS</b>	<b>ACTIVIDADES</b>	<b>METAS</b>	<b>RESPONSABLES Y MEDIOS DE VERIFICACIÓN</b>
Creación de nuevos públicos	Programa nuevos públicos	TMO Kid	<p>Generar un programa al año que permita trabajar con públicos entre los 5 a 13 años.</p> <p>Desarrollar una programación de al menos dos actividades que genere la implicación de los públicos.</p> <p>20 participantes en cada actividad.</p> <p>1 mención en medios locales al año</p>	<p>Coordinador/a Gestión de Públicos</p> <p>Fotografía Gráficas de difusión Medios locales Lista de inscripciones Informe de actividades Encuesta de experiencia TMO.</p>

#### **Eje 4: Comunidades De Públicos**

El Eje 4 se enfoca en desarrollar y consolidar programas de formación de públicos y audiencias, creando una base sólida y diversificada. Las actividades incluyen la gestión de nuevos públicos y la formación de públicos actuales, con el objetivo de aumentar su involucramiento y comprensión de las artes escénicas. También se promueve la participación ciudadana a través de talleres y actividades educativas que fomenten el interés y la apreciación de las artes.

**Gestión de Nuevos Públicos:** Desarrollo de programas educativos y talleres formativos para la apreciación de las artes escénicas dirigidos a atraer nuevos públicos, especialmente a la comunidad educacional (públicos del futuro) y comunidades rurales.

**Gestión de Públicos Actuales:** Ofrecer programas de formación continua para los públicos actuales, como cursos y seminarios sobre artes escénicas. Facilitar el acceso a material didáctico y recursos educativos adicionales.

**Participación Ciudadana:** Fomentar la implicación de los públicos (comunidad educacional) en la creación artística a través de la organización de concursos que promuevan la participación activa de estudiantes.

<b>EJE 4. COMUNIDADES DE PÚBLICOS</b>				
Objetivo estratégico: Desarrollar y consolidar programas de formación de públicos y audiencias, asegurando la creación de una base sólida y diversificada de asistentes.				
<b>SUB-EJES</b>	<b>PROGRAMAS</b>	<b>ACTIVIDADES</b>	<b>METAS</b>	<b>RESPONSABLES Y MEDIOS DE VERIFICACIÓN</b>
Gestión de nuevos públicos	Programa de ampliación de públicos	Públicos del Futuro (programa enfocado en estudiantes)	10 funciones al año  40% de los establecimientos educacionales de la comuna cubiertos al año  1 mención en medios locales al año	Coordinador/a Comunidades de Públicos  -Fotografías -Medios locales -Registros de asistencia -Encuesta de experiencia TMO (evaluación)

<b>SUB-EJES</b>	<b>PROGRAMAS</b>	<b>ACTIVIDADES</b>	<b>METAS</b>	<b>RESPONSABLES Y MEDIOS DE VERIFICACIÓN</b>
Gestión de nuevos públicos	Programa de ampliación de públicos	El Teatro lo hacemos todos (vecinos de zonas rurales)	5 localidades cubiertas al año 5 funciones al año 1 mención en medios locales al año 80% de beneficiarios evalúa positivamente el programa	Coordinador/a Comunidades de Públicos -Fotografía -Métricas web -Medios locales -Registros de asistencia -Encuesta de experiencia TMO (evaluación)
Gestión de públicos actuales	Programas de formación de públicos	Conversatorios sobre obras en programación	95% de funciones TMO al año posee conversatorios post función 85% de públicos encuestados evalúa positivamente los conversatorios	Coordinador/a Comunidades de Públicos -Fotografía -Métricas web -Encuesta de experiencia TMO (evaluación)
		Recorridos mediados por infraestructura cultural	20 recorridos mediados al año. 15 participantes promedio por recorrido mediado al año 1 mención en medios locales al año	Coordinador/a Comunidades de Públicos -Fotografías -Registros de asistencia -Medios locales -Encuesta de experiencia TMO (evaluación)



<b>SUB-EJES</b>	<b>PROGRAMAS</b>	<b>ACTIVIDADES</b>	<b>METAS</b>	<b>RESPONSABLES Y MEDIOS DE VERIFICACIÓN</b>
Gestión de públicos actuales	Programas de formación de públicos	Escuela de Espectadores TMO	Generar 1 escuela de espectadores al año  15 participantes de la Escuela de Espectadores  8 sesiones de la Escuela de Espectadores al año  1 mención en medios locales/nacionales al año	Coordinador/a Comunidades de Públicos  -Fotografías -Medios locales -Registros de asistencia -Encuesta de -Evaluación
Participación ciudadana	Concursos comunidad educacional	Hazla corta con un corto	1 concurso al año  10 postulaciones de estudiantes de la Provincia del Limarí  6 casos evalúan positivamente la acción  1 mención en medios locales al año	Coordinador/a Comunidades de Públicos  -Fotografías -Medios locales -Bases y ficha de postulación -Encuesta de evaluación



<b>SUB-EJES</b>	<b>PROGRAMAS</b>	<b>ACTIVIDADES</b>	<b>METAS</b>	<b>RESPONSABLES Y MEDIOS DE VERIFICACIÓN</b>
Participación ciudadana	Concursos comunidad educacional	Interescolar de artes escénicas	1 concurso al año  10 postulaciones de estudiantes de la Provincia del Limarí  6 casos evalúan positivamente la acción  1 mención en medios locales al año	Coordinador/a Comunidades de Públicos  -Fotografías -Medios locales -Bases y ficha de postulación -Encuesta de evaluación
		Interescolar de bandas	1 concurso al año  10 postulaciones de estudiantes de la Provincia del Limarí  6 casos evalúan positivamente la acción  1 mención en medios locales al año de Ovalle	Coordinador/a Comunidades de Públicos  -Fotografías -Medios locales -Bases y ficha de postulación -Encuesta de evaluación



## **Eje 5: Comunicaciones**

Este eje busca generar una estrategia de comunicaciones efectiva, integrando diversas estrategias y soportes de difusión para promocionar las actividades del TMO y fidelizar al público. Las actividades incluyen el fortalecimiento del sistema de ticketing, optimizando su uso y facilitando las compras en línea. Se trabaja en la optimización de la difusión mediante la creación de material informativo detallado y estrategias de comunicación que aumenten el conocimiento de las actividades del TMO.

**Fortalecimiento del Sistema de Ticketing:** Este sub eje tiene como objetivo optimizar el sistema de venta de entradas, facilitando el acceso a los eventos del TMO y mejorando la experiencia del usuario desde la compra hasta la asistencia al evento.

**Optimización de Difusión:** Busca mejorar las estrategias y soportes de comunicación para la promoción de las actividades del TMO, asegurando una mayor visibilidad y alcance de la programación a través de diversos medios y plataformas.

**Incorporación de Tecnologías Inteligentes y Personalización:** Incluye la implementación de tecnologías avanzadas para personalizar la comunicación con el público, ofreciendo recomendaciones y contenidos adaptados a sus intereses y preferencias.

**Fidelización:** El sub eje busca aumentar la lealtad y retención de nuestros públicos mediante el desarrollo de programas que ofrezcan beneficios exclusivos para miembros frecuentes y la creación de una membresía anual TMO permitiendo fortalecer su compromiso y asegurando una relación duradera.

### **EJE 5. 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 como la captación y fidelización de los públicos con el TMO.

<b>SUB-EJES</b>	<b>PROGRAMAS</b>	<b>ACTIVIDADES</b>	<b>METAS</b>	<b>RESPONSABLES Y MEDIOS DE VERIFICACIÓN</b>
Fortalecimiento del sistema de ticketing	Modernización del sistema de Ticketing	Creación de estrategia y campaña para la facilitación de retiro de ticketing  Crear e implementar metodología para devolución de ticket  Implementación de estrategias de seguimiento al retiro de tickets	Incrementar el retiro de tickets en un 20% anual de las temporadas TMO.  Implementar herramienta en plataformas digitales para detectar el 30% de la devolución de ticketing en los próximos 2 años.  Generar seguimiento al 80% de los ticket retirados por función a través del sistema de ticketing	Jefatura de Comunicaciones y Jefatura de Programación y Públicos  -Informe de impacto en el incremento de ticketing -Informes de y análisis de uso del sistema de ticketing anual -Métricas del sistema de ticketing
Optimización de difusión	Estrategia de Comunicación	Creación, distribución y ampliación de material informativo detallado sobre las obras y actividades (Librillo)	Aumentar el conocimiento de las actividades del TMO en un 30% anualmente.	Jefatura de Comunicaciones  Informe de distribución de material Encuestas de conocimiento programático Métricas de redes sociales

<b>SUB-EJES</b>	<b>PROGRAMAS</b>	<b>ACTIVIDADES</b>	<b>METAS</b>	<b>RESPONSABLES Y MEDIOS DE VERIFICACIÓN</b>
Optimización de difusión	Difusión Rural	Gestión y desarrollo estratégico de campañas enfocadas en la difusión programática en localidades rurales.	Incrementar la asistencia de públicos de áreas rurales en un 15% dentro de los próximos 3 años Cubrir al menos 5 localidades anualmente.	Jefaturas ejecutivas  -Reportes de asistencia y análisis de impacto de campañas
Incorporación de tecnologías inteligentes y personalización	Innovación en Comunicación	Implementación de chatbots y asistentes virtuales para mejorar la interacción con los públicos.  Ejecutar en el proceso de los próximos 2 años.	Mejorar la satisfacción de los públicos en un 40% mediante nuevas tecnologías.	Jefatura y equipo de comunicaciones  -Métricas de uso -Informes de uso y encuestas de satisfacción
Fidelización	Programa de Fidelización de Público	Desarrollo de programas de fidelización que incluyan beneficios exclusivos para miembros frecuentes.	Crear 1 programa de membresía TMO para públicos anual.  Generar alianzas (a lo menos 2 socios estratégicos al año).  Incrementar la retención de públicos recurrentes en un 30%.	Jefatura de comunicaciones y Jefatura de programación y público  -Metodología de trabajo para su ejecución -Convenio de alianzas estratégicas -Registros de membresía



### **Eje 6: Sostenibilidad**

Tiene como objetivo promover prácticas sostenibles en la gestión del TMO, asegurando su viabilidad económica y social a mediano-largo plazo. Las actividades incluyen la búsqueda de sostenibilidad financiera, la diversificación de fuentes y políticas de precios de ticketing, Además, se trabaja en el incremento de redes artísticas e institucionales que apoyen la sostenibilidad del TMO.

**Sustentabilidad Financiera a Mediano-Largo Plazo:** Este programa se centra en asegurar la viabilidad económica del TMO a través de la diversificación de fuentes de financiamiento y la implementación de políticas de precios adecuadas .

**Incremento de Redes Artísticas e Institucionales:** Busca fortalecer y expandir las redes de colaboración con otras instituciones culturales, tanto a nivel nacional como internacional, para fomentar el intercambio y la cooperación en proyectos y actividades.

### **EJE 6. Sostenibilidad**

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.

<b>SUB-EJES</b>	<b>PROGRAMAS</b>	<b>ACTIVIDADES</b>	<b>METAS</b>	<b>RESPONSABLES Y MEDIOS DE VERIFICACIÓN</b>
Sustentabilidad financiera a mediano - largo plazo	Políticas de precios de ticketing	Desarrollo de una política de precios diferenciada para diversos públicos y tipos de eventos.	Desarrollar un análisis de precio (diagnóstico aplicado al consumo de evento pagado) primeros dos años del plan.  Implementar una estructura de precios diferenciada para cada segmento de público y tipo de evento. (tercer y cuarto año de ejecución del plan).  Incrementar los ingresos por venta de tickets en un 25%	Dirección ejecutiva/ Jefatura de programación y públicos  -Análisis de ingresos y reportes de ventas Encuestas de satisfacción
	Programa de Patrocinios y Donaciones	Captación de patrocinios y donaciones de empresas y particulares (monetario o valorados)	Obtener al menos 1 nuevo patrocinador anualmente.	Director de Finanzas  -Reportes de captación de fondos -Convenio de patrocinio

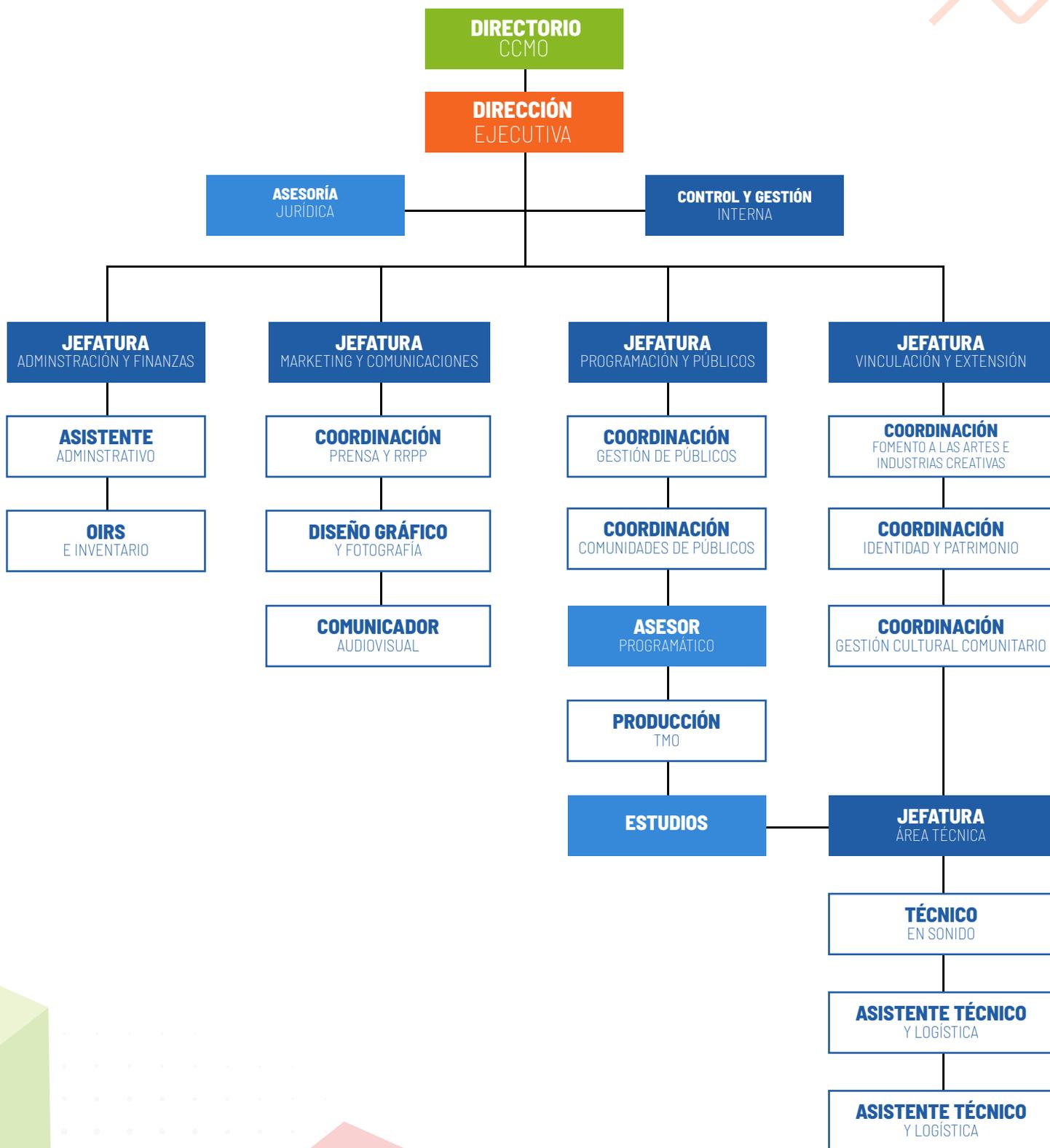


<b>SUB-EJES</b>	<b>PROGRAMAS</b>	<b>ACTIVIDADES</b>	<b>METAS</b>	<b>RESPONSABLES Y MEDIOS DE VERIFICACIÓN</b>
Sustentabilidad financiera a mediano - largo plazo	Programa de adquisición de fondos culturales	Obtener al menos 1 proyecto anual que permita fortalecer los ejes de Infraestructura y equipamiento, programación, gestión de públicos, comunidades de públicos y/o comunicaciones.	Obtener al menos 1 proyecto a través de los Fondos Cultura anual.	Equipo ejecutivo TMO  -Postulaciones de proyectos.
Incremento de redes artísticas e institucionales	Estrategia de Alianzas y Colaboraciones	Establecimiento de alianzas con entidades culturales y artísticas nacionales e internacionales.	Firmar al menos 1 nueva alianza estratégica al año.	Dirección ejecutiva  -Convenios de colaboración -Reportes de actividades conjuntas



## VIII. ORGANIGRAMA

Para la implementación del Plan de Gestión 2024 - 2027 se propone una reestructuración del actual organigrama de acuerdo a los ejes estratégicos y la incorporación de nuevos cargos. De esta forma, el Teatro Municipal de Ovalle se acopla a su vez al organigrama actual de la Corporación Cultural Municipal de Ovalle (PMC 2022 - 2025) presidida por un Directorio, y su equipo de trabajo se compone de 19 cargos de planta, encabezados por la Dirección Ejecutiva y que se distribuyen en las siguientes áreas: (1) Control y gestión interna, (2) Administración y finanzas, (3) Marketing y Comunicaciones, (4) Programación y Públicos, (5) Vinculación y extensión y (6) Área Técnica.



# IX. FINANCIAMIENTO

El Plan de gestión del TMO 2024 - 2027 deberá incorporar un financiamiento mixto, que involucre tanto financiamiento municipal como la gestión de recursos de entidades externas.

## 1. *Financiamiento municipal*

Los recursos municipales corresponden a la base financiera con la que contará el actual Plan de gestión del TMO y consideran el financiamiento tanto de los programas y actividades de cada eje del Plan, como de los profesionales para su implementación.

El siguiente cuadro muestra un resumen de la inversión esperada con fondos de la Ilustre Municipalidad de Ovalle para el período 2024-2027:

<b>Año</b>	<b>Financiamiento Municipal</b>
<b>2024</b>	<b>\$ 400.000.000</b>
<b>2025</b>	<b>\$ 450.000.000</b>
<b>2026</b>	<b>\$ 500.000.000</b>
<b>2027</b>	<b>\$ 550.000.000</b>

\*Estos recursos no tiene relación con el financiamiento del Plan Municipal de Cultura de Ovalle.

## 2. *Financiamiento de entidades externas*

Diversas entidades externas locales, regionales y nacionales podrán ser parte del co-financiamiento de los programas y actividades del Plan de Gestión TMO 2024-2027, otorgando este co-financiamiento ya sea a través de recursos líquidos, servicios, co-producciones artísticas, entre otras posibilidades. Entre las instituciones potencialmente co-financistas es posible mencionar:

- Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio.
- Espacios Culturales nacionales.
- Compañías y agrupaciones artísticas del país.
- Gobierno Regional de Coquimbo.



## **X. REFERENCIA BIBLIOGRÁFICAS**

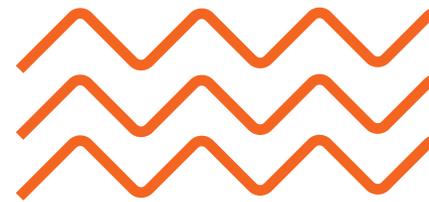
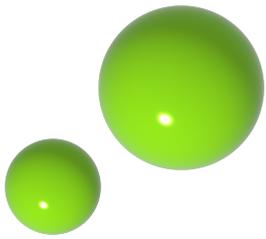
MINCAP (2024). Guía Metodológica: Para la construcción de Planes de Gestión con enfoque de públicos

Plan de Desarrollo Comunal Ovalle 2020-2026.

Plan Municipal de Cultura Ovalle 2019 -2022.

Plan de Gestión del Teatro Municipal de Ovalle 2022-2025.

Memorias anuales de la Corporación Cultural Municipal de Ovalle.



**Ovalle**  
ILUSTRE MUNICIPALIDAD

CORPORACIÓN CULTURAL

**TMO**  
TEATRO MUNICIPAL DE OVALLE

