



ESCUELA DE COMUNICACIONES
UNIVERSIDAD DE VIÑA DEL MAR

**REDESCUBRIMIENTO TRANSMEDIA DE LOS ESPACIOS HISTÓRICO-
PATRIMONIALES DE LA CIUDAD DE QUILPUÉ**

PROYECTO PARA OPTAR AL GRADO DE
MAGISTER EN COMUNICACIÓN DIGITAL Y TRANSMEDIA

TUTOR: MAGALY VARAS ALARCÓN
ESTUDIANTE: ALEJANDRO VARGAS BRICEÑO

ENERO 2022

AGRADECIMIENTOS

A MI AMADA ESPOSA PATRICIA E HIJA IGNACIA, POR SU APOYO
CONSTANTE EN ESTA LINDA TAREA. A MIS PADRES, VÍCTOR E ISABEL,
QUE ME DIERON LAS HERRAMIENTAS INICIALES QUE ME PERMITEN HOY
ALCANZAR ESTE OBJETIVO.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN

I.	MARCO TÉORICO	
	1.1 PATRIMONIO CULTURAL	P. 9
	1.2 CONSERVACIÓN PATRIMONIAL	P. 11
	1.3 MARKETING CULTURAL TRANSMEDIA	P. 13
	1.3.1 TRANSMEDIA Y SU NARRATIVA ASOCIADA	P. 14
II.	ANÁLISIS INTERNO Y EXTERNO	
	2.1 FODA	P. 15
	2.2 DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS SECTOR	P. 22
	2.2.1 ANÁLISIS DE MACROENTORNO	P. 24
	2.2.1.1 ENTORNO DEMOGRÁFICO	P. 24
	2.2.1.2 ENTORNO SOCIAL	P. 25
	2.2.1.3 ENTORNO TECNOLÓGICO	P. 26
	2.2.1.4 ENTORNO EDUCATIVO	P. 28
	2.2.1.5 ENTORNO ECONÓMICO	P. 29
	2.2.1.6 ENTORNO LEGAL	P. 29
	2.2.1.7 ENTORNO POLÍTICO	P. 31
	2.2.2 ANÁLISIS DE MICROENTORNO	P. 31
	2.2.2.1 COMPETIDORES	P. 32
	2.2.2.2 SUMINISTRADORES	P. 33
	2.3. INVESTIGACIÓN DE MERCADO Y AUDIENCIAS	P. 34
	2.3.1 DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA	P. 34
	2.3.2 DEMOGRAFÍA DEL CONSUMIDOR	P. 35
	2.3.3 RELACIÓN SOCIOECONÓMICA Y CONECTIVIDAD	P. 38

III.	ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO	
	3.1 POSICIONAMIENTO GENERAL	P. 40
	3.2 POSICIONAMIENTO ESPECÍFICO	P. 41
IV.	PROPUESTA DE VALOR	P. 43
V.	OBJETIVO GENERAL	P. 45
VI.	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	P. 45
VII.	ESTRATEGIAS	P. 46
VIII.	TÁCTICAS	P. 47
IX.	PROPUESTA DE PIEZAS Y MAQUETAS	
	9.1 LOGOTIPOS	P. 49
	9.2 LANDING SITIO WEB	P. 50
	9.3 FACEBOOK	P. 52
	9.4 INSTAGRAM	P. 54
	9.5 STICKER QR	P. 55
X.	PRESUPUESTO Y FINANCIAMIENTO	P. 56
XI.	IMPLEMENTACIÓN Y CONTROL	
	11.1 ESTRUCTURA EQUIPO	P. 59
	11.2 CARTA GANTT	P. 60
	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	P. 61

INTRODUCCIÓN

La importancia del patrimonio cultural radica en reconocer, resguardar y preservar lo que ha generado el hombre, que posee un valor para su generación y las siguientes. Una mirada en la cual muchas sociedades han avanzado en forma dispar. Las tradiciones, las expresiones artísticas en todas sus dimensiones, o las construcciones arquitectónicas, tienen correlato de existencia en todo el planeta, pero su valoración patrimonial no presenta un consenso unitario. Basta con tomar como ejemplo al viejo continente.

Europa, escenario principal y directo de dos guerras mundiales, ha podido preservar y destacar parte importante de su legado, no solo artístico sino arquitectónico. No exclusivamente como vestigios, sino como escenario actual de sus ciudades, las que pudieron crecer modernas, conservando o reconstruyendo cientos de espacios históricos. Italia con su Roma Imperial, Francia y España con sus ecos monárquicos, Grecia con sus polis milenarias y Alemania con su reconstrucción de posguerra, representaron el esfuerzo por no enterrar el pasado, sino potenciarlo para su propio renovado uso y disfrute, pero también para el goce de millones de turistas que se acercan a su rica historia mirando el patrimonio material del viejo continente.

Un valor que en Latinoamérica lucha con la incongruencia de saberse poseedor de una historia con civilizaciones importantes que, en cuesta arriba, poco a poco han logrado el reconocimiento patrimonial tras siglos de ser minimizados como una cultura de desarrollo inferior. Ciudades que enterraron a otras, en un círculo que se replicó por prácticamente todos los países que la conforman, en donde la conservación patrimonial comenzó tarde en el siglo XX, e incluso en esta centuria. Incluso en México, centro del mundo azteca, de gran desarrollo hispano tras la conquista, hoy en día continúa el debate por dar protección a cientos de edificaciones coloniales que a la vista de inversionistas inmobiliarios son una traba para una parte del desarrollo urbano de las ciudades: el inmobiliario.

Sin embargo, ese debate ha sido minimizado por el peso de la realidad. Además de la legislación local que resguarda y releva el patrimonio, México tiene un apoyo mayor. Presenta más de 30 lugares designados como Patrimonio de la Humanidad por parte de la UNESCO (Sanz y Tejada, 2016), listado que incluye a los centros históricos de siete ciudades: Ciudad de México, Oaxaca, Puebla, Guanajuato, Morelia, Zacatecas y Querétaro, cuyos espacios conservan un rico pasado colonial, que se ha convertido en el centro de atracción cultural de dichas urbes, conformando rutas turísticas y otras oportunidades de negocios asociadas a dichos lugares. O Guatemala, que además de ser parte de la Convención de Protección del Patrimonio Cultural Centroamericano junto a México y otros países, tiene en su legislación y asumidas por medio de acuerdos internacionales, más de 30 normativas distintas de resguardo y protección de su patrimonio cultural (UNESCO,1995).

En Chile, la Ley N.º 17.288 de Monumentos Nacionales (1970), que resguarda edificaciones y construcciones o declara espacios de interés histórico, permite la existencia de mecanismos para identificar y proteger el patrimonio cultural urbano. Sin embargo, la identificación del patrimonio cultural es sólo el primer paso para una adecuada conservación de este, pues no hay definición de normas de protección que sean efectivas (Ropert, 2003). Es así como monumentos nacionales, de propiedad del Estado, viven años de espera para ser restaurados, mientras se autoriza o asigna presupuesto para aquello, a través de fondos culturales o recursos de fondos administrados por los gobiernos regionales. En el caso de los propietarios privados, los altos costos de mantención o restauración, muchas veces les hace imposible conservar sus características originales destacadas, quedando, en consecuencia, en abandono cientos de edificaciones de carácter patrimonial.

Junto a los espacios patrimoniales, establecidos como tal por determinadas normativas nacionales o comunales, también existen junto a ellos otros lugares de tradición o interés histórico que no cuentan con esa denominación oficial, que han sido levantados por comunidades específicas, o construcciones que significaron un

esfuerzo familiar que dio identidad local a ciudades, e incluso, otorgándole un sello significativo. Estos espacios también viven el peligro del olvido o la desaparición, sea por distintos motivos: paso del tiempo, estrecheces económicas, desastres naturales, que presionan la conservación y la memoria de dichos espacios, los cuales, simplemente, se van desvaneciendo del recuerdo de las nuevas generaciones.

Es el caso de la ciudad de Quilpué, en la región de Valparaíso, tercera en importancia demográfica de la zona administrativa que la cobija, detrás de las ciudades de Valparaíso y Viña del Mar, emplazadas en la costa del Océano Pacífico. Aledaña a dichos núcleos urbanos, su reciente pasado la definió como una ciudad dormitorio, por atraer fuertemente a quienes trabajaban en Valparaíso o Viña del Mar en busca de una propiedad a su alcance económico y cercana en distancia. Un calificativo que ya no se ajusta a su actual desarrollo comercial, de servicios e inmobiliario, que está disponible para su población de poco más de 172 mil habitantes (Censo 2017). Este crecimiento ha ido dejando atrás las huellas reconocibles de su historia, nacida a mediados del siglo XIX como un pequeño caserío cercano al tradicional núcleo mayormente urbano conformado por sus vecinos costeros.

En Chile, la visibilización de lo que ha perdurado como lugar patrimonial parece reducida a acciones puntuales y aisladas, como la instauración Día del Patrimonio, nacido el año 2000, fijado para el último fin de semana de cada mes de mayo, en donde solo en esa fecha, se abren espacios públicos y privados, estableciéndose visitas guiadas que recuerdan el origen y legado histórico de museos, palacios, edificaciones, casonas familiares, plazoletas, etc. Una actividad a la que se ha sumado la ciudad de Quilpué, lo cual igualmente, como evento anual, aparece como insuficiente en destacar las huellas históricas con una mirada continua.

Sobre los espacios históricos que ya no existen, solo queda un relato restringido a publicaciones que mantienen a flote ese conocimiento, mayormente de carácter recopilatorio o de origen académico, lejanas a las nuevas generaciones. Como la historia de la estación de ferrocarriles de Quilpué, inaugurada en 1862 como parte de la red ferroviaria Valparaíso - Santiago, cuyo vestigio como espacio histórico no aparece con ninguna referencia *in situ* en la actual estación de tren que la reemplazó, prácticamente en el mismo espacio, olvidando, por ejemplo, su rol como lugar de acopio y, luego, traslado de los cuerpos de gran parte de las víctimas mortales de la batalla de Concón durante la Guerra Civil de 1891. O edificaciones como la Parroquia Nuestra Señora del Rosario, destruida por terremotos y reconstruida en el mismo espacio, que se levanta en el centro de la ciudad como un inmueble más frente al indiferente pasar de los peatones, y que no cuenta *in situ* con una referencia que informe a nuevos públicos sobre su historia y rico pasado arquitectónico. Lo mismo sucede con muchas construcciones o espacios de interés patrimonial del centro urbano o sector rural de esta ciudad, unos en uso y otros en desuso o abandono, que recogen estilos de disposición o construcción notable de una determinada época y que ahora viven un relativo desconocimiento de parte de los mismos habitantes de la comuna, que no tienen a disposición nuevas formas de acceso a la historia de la tierra que habitan.

Por ello, nace la necesidad de acercar el valor del pasado a este presente en forma permanente y de una manera acorde a los tiempos que se viven, donde el acceso a la información se aleja cada vez más de lo análogo y el uso de la tecnología es la ventana al conocimiento. Hacer accesible y reconocible el patrimonio cultural quilpuéino por medio del uso de una iniciativa transmedial, que fomente la interacción y el intercambio de información, expandiendo con ello el conocimiento del pasado histórico de Quilpué.

De acuerdo con lo anterior, el objetivo de este proyecto es redescubrir espacios patrimoniales o de tradición histórica de la comuna de Quilpué, visibilizando y ampliando su presencia y características, a través de una iniciativa transmedia.

I. MARCO TEÓRICO

La historia de la humanidad ha dado múltiples ejemplos de cómo la cultura ha transformado las sociedades. Sus distintas manifestaciones, como lo pueden ser monumentos, ritos e incluso el arte, son evidencia de un enriquecimiento cultural que avanzó junto con el hombre. En ese sentido, para este trabajo se consideran como conceptos importantes transversales lo relacionado al patrimonio como testimonio de la historia, tanto en el aspecto material como el aporte intangible asociado a los espacios y lugares del territorio. Conservación como acción derivada de los procesos del patrimonio reconocido. Junto con ello, y en mirada de la intención de visibilizar y comunicar, nos acercamos a la difusión cultural transmedia como nueva herramienta de expansión.

1.1 Patrimonio cultural.

Las acciones del hombre fueron marcadas por el instinto de supervivencia individual para ir luego favoreciéndose la comunidad como reservorio del legado de grupos específicos. La mantención de usos y costumbres fue derivando en patrones característicos de ciertas sociedades, que fueron diferenciándose unas de otras. Una huella consciente o inconsciente que dio origen a lo que, a través del tiempo, llegó a denominarse patrimonio cultural.

El patrimonio cultural en su más amplio sentido es a la vez un producto y un proceso que suministra a las sociedades un caudal de recursos que se heredan del pasado, se crean en el presente y se transmiten a las generaciones futuras para su beneficio (UNESCO, 2014)

Este se ha levantado como un concepto que se ha constituido como un sinónimo de identidad, colaborando en la unión de diferentes comunidades. Como indica el origen de la palabra, el patrimonio es lo heredado de los padres, algo que va de

generación en generación. Solo ese hecho le asigna una importancia, tanto para quienes lo dan, como para quienes son depositarios de este legado. Desde ahí entendemos que cuando se habla de patrimonio nos referimos a algo que tiene un valor y que, por consiguiente, es merecedor de cuidado y conservación.

Sin embargo, para tener una mayor mirada contextual del concepto, es necesario reconocer que, para el fin de nuestro trabajo, la asociación del patrimonio al concepto material o incluso al valor contable, puede ofrecer una distorsión a su definición. En este sentido, Moreno (2019) reflexiona sobre el alcance de la materialidad del vestigio patrimonial como algo que no se puede desasociar de la carga inmaterial que trae consigo lo construido por el hombre, que debe considerar, incluso, a influencia de su entorno, las costumbres y el lenguaje.

El patrimonio cultural arquitectónico-paisajístico en su materialidad, es el soporte de un mensaje cultural-espiritual que trascendió a su momento histórico, que hoy nos permite la afirmación de nuestra memoria. Memoria que da nutrientes a las raíces del árbol de la vida, para seguir creciendo. El patrimonio cultural, es la imagen de una cultura que nos antecedió. Con dos aspectos: el semántico (lo que dice, lo espiritual) y lo estético o formal (como lo dice)". (2019, p. 29)

Por ello, es clave establecer cómo el patrimonio cultural representa lo tangible e intangible, como aporte de ambos a la historia de los espacios marcados por el quehacer del hombre y que pueden ser considerados como de valor para trascender por medio del resguardo y el recuerdo en la memoria viva. En tal sentido, se fue generando un acuerdo tácito que reconoció a nivel de las entidades promotoras del reconocimiento patrimonial que aspectos intangibles, como prácticas y expresiones de las sociedades, saberes o técnicas transmitidos por las comunidades de generación en generación, pueden considerarse legado digno de valorar.

El patrimonio inmaterial proporciona a las comunidades un sentimiento de identidad y de continuidad: favorece la creatividad y el bienestar social, contribuye a la gestión del entorno natural y social y genera ingresos económicos. Numerosos saberes tradicionales o autóctonos están integrados, o se pueden integrar, en las políticas sanitarias, la educación o la gestión de los recursos naturales. (UNESCO, s/f)

Así entendemos que el concepto de patrimonio, al referirse a la actividad humana, es inherente a la cultura como producto de nuestras acciones, relaciones y valoraciones de lo tangible e intangible creado por nuestras sociedades o de origen natural, que se extiende como legado y que inevitablemente se convierte en una entrega para el futuro. Un proceso que marca a su vez una tarea asociada, que tiene que ver con aspectos como la preservación y la memoria, pues se apunta a las generaciones posteriores que potencialmente son depositarios conscientes o inconscientes de ese legado.

1.2 Conservación patrimonial.

Es así que estos procesos de reconocimiento del legado anterior, como valor para uno y para otros, genera acciones destinadas a sostener ese reconocimiento, lo que trae consigo el resguardo de estos bienes. Para Feilden (2004) la conservación es la acción realizada para prevenir el deterioro y la gestión dinámica de la variación, comprendiendo todos los actos que prolongan la vida del patrimonio cultural y natural. Así, la conservación es un aspecto que se convierte en inherente al patrimonio, pues representa la manera en como aseguramos la extensión de la vida de lo que consideramos importante y pueda trascender incluso a nosotros.

Pero ¿por qué es importante conservar? La respuesta está en que tanto lo tangible como lo intangible pueden desaparecer. Esto, sumada la acción transformadora de la naturaleza, se asume como parte de los procesos humanos la acción destructiva.

Por su parte, Schávelzon (1990) teoriza que la mejor forma para ir entendiendo y mejorando los procesos de conservación, principalmente por la acción de hombre, es conocer las causas del opuesto dialéctico de la conservación.

Podemos penetrar en la idea que vivimos en un sistema económico político que es el que destruye, o por lo menos fomenta la destrucción, ya que esta es necesaria para su propia reproducción. Y, por lo tanto, la lucha para entender la cultura debe ser entendida en ese marco: una conservación y restauración no al servicio de intereses dominantes, sino contestataria, crítica y profundamente social (1990, p. 9)

Bajo esa premisa, conociendo las causas profundas del deterioro se podría fomentar la conservación de una manera integral, que se plantee desde el punto de vista menos sectario y más amplio, pudiéndose tomar las acciones de conservación más adecuada según sea el caso. Un acuerdo que alcanzó consenso cuando se aunaron pareceres y miradas en distintas conferencias internacionales sobre conservación patrimonial, llegándose a un punto crucial a principios de siglo.

En tal sentido, en la Carta de Cracovia (2000) se establecen como acciones distintos tipos de intervenciones en función de la conservación patrimonial: el control medioambiental, mantenimiento, reparación, restauración, renovación y rehabilitación, procederes que implican una serie de decisiones que, incluso, pueden tocar espacios que no tienen un valor específico hoy, pero podrían tenerlo en el futuro. Con este sustento de fondo metodológico, se apunta a que los distintos tipos de conservación patrimonial deben ser organizados y controlados sistemáticamente, visualizando con ello estrategias de largo plazo.

1.3 Marketing cultural transmedia.

Ahora bien, la iniciativa a la que apunta este trabajo implica visualizar o poner en evidencia aspectos relevantes del legado histórico patrimonial de la ciudad de Quilpué, para lo cual se establecerán estrategias que puedan potenciar de la mejor manera este objetivo, en función de las características propias de la comunicación transmedial. Para tal fin, es necesario entender que los procesos de difusión cultural actual implican una serie de colaboraciones, donde el intercambio al interior de la sociedad se desarrolla gracias a herramientas novedosas, facilitadoras de las relaciones. Es ahí donde surge reconociblemente, a principios de este siglo, el marketing cultural, como respuesta a la búsqueda de nuevas estrategias que fomenten productos con fines culturales.

Las nuevas fórmulas de relación y comunicación dotan de un nuevo sentido a la filosofía de marketing, incorporando los conceptos de colaboración y valor recíproco en el intercambio y alterando por completo la manera en entender e implementar el enfoque de marketing en las organizaciones. (Gummesson, Lush y Vargo, 2010)

Con el marketing cultural se puede disponer de estrategias específicas para dar difusión a los proyectos de revalorización patrimonial, utilizando, por ejemplo, la mercadotecnia, con la cual se puede cubrir las necesidades de los consumidores específicamente del mercado cultural. Pero antes de aquello, es primordial conocer al consumidor de dicho mercado, inserto en un contexto cambiante como el que vivimos hoy donde la supervivencia de los productos o servicios puede ser breve. Las nuevas tecnologías cambian las formas de actuar en el consumo por parte de las personas, al igual que el contexto donde se desenvuelven. Por ello hoy en día el asunto no es ofrecer productos o servicios culturales, sino conocer muy bien cuales son los factores que aparecen en la intención de hacerlo propio (Leal y Quero, 2011).

Así, frente a las características del consumidor cultural de hoy, o que eventualmente puede serlo, usuario de la tecnología, es necesario potenciar el concepto con un sello distinto que no solo genere atención, sino que pueda mantenerla y extenderla. Para eso, creemos vital la importancia de la transmedia, como herramienta a disposición de la estrategia de marketing cultural, que con el foco en la co - creación puede establecer una relación mas duradera con el consumidor, ahora convertido en prosumidor, es decir, consumidor y a la vez productor de contenido.

1.3.1 Transmedia y su narrativa asociada.

Refiriéndose a la evolución de las narrativas, Guerrero y Scolari (2016) valoran e interpretan a Jenkins (2008) respecto de la convergencia de varios aspectos que debe contener la entrega transmedia, relevándose tres aspectos fundamentales:

- En primer término, la historia tiene que expandirse por medio de múltiples medios; Lo primordial es que cada uno cuente algo distinto y extienda el espacio narrativo.
- Por otro lado, la extensión es propuesta por quienes generan la iniciativa y se complementa con las expansiones elaboradas por los usuarios y difundidas en plataformas que apoyan en esa función.
- Y, finalmente, un aspecto distintivo está dado por la capacidad del mundo narrativo de ser abordado a través de cualquiera de las unidades textuales que lo componen, en un universo común, pero con un grado de autonomía para cada uno de sus componentes.

El auge de los mecanismos de digitalización ha facilitado la manipulación de las narrativas, sumado al uso de internet, han hecho un escenario propicio para la transmedia. Al digitalizarse los textos escritos o audiovisuales, se vuelven modificables y disponibles a ser mezclados, compartidos y extendidos, con otros contenidos. Un contexto que puede potenciar en forma novedosa las estrategias de

marketing cultural, aplicado a una iniciativa promotora de la revalorización y redescubrimiento de espacios de carácter patrimonial.

II. ANÁLISIS INTERNO Y EXTERNO

2.1 FODA.

Esta investigación plantea la aplicación del sistema FODA, Fortalezas, Oportunidades, Amenazas y Debilidades, al proyecto de rescate de espacios patrimoniales de la comuna de Quilpué. Este, como ya hemos establecido, sufre un grupo de problemáticas que han derivado en el olvido de su historia y legado: deterioro y desconocimiento por parte de la ciudadanía local que, sin embargo, creemos, alberga un patrimonio cultural de calidad que merece ser conservado y difundido.

La solución planteada en este trabajo es levantar una propuesta transmedia que cumpla con los objetivos de identificar, describir, difundir y, a propósito de sus resultados, valorar con su conocimiento parte del patrimonio cultural de Quilpué, reflejado en parte de sus edificaciones y espacios históricos. Buscando la viabilidad de la iniciativa, se va a aplicar la metodología planteada por la herramienta de gestión FODA, que permitirá evaluar los puntos negativos y potenciar los aspectos positivos que presenta esta iniciativa.

El análisis se ha estructurado en función de la problemática focal al que se enfrenta la comuna de Quilpué, el cual indica que el patrimonio cultural que contiene el territorio no está activado. Según Gutiérrez (2011), esta llamada activación del patrimonio cultural de un territorio tiene que ver con la puesta en marcha de estrategias enfocadas a poner en valor los recursos culturales y naturales del mismo, que permitan planificar nuevos usos y servicios que se puedan desarrollar.

Con ello en mente, exponemos las causas que rodean este panorama que hemos visualizado:

- a. Hay pocas iniciativas que releven o mantengan en memoria este patrimonio
- b. Habitantes de la ciudad, si bien pueden conocer por uso o presencia estos espacios, disponen de pocas iniciativas a su alcance que releven la importancia patrimonial o histórica.
- c. Escaso desarrollo turístico sobre la temática patrimonial.

En primer lugar, las propuestas que buscan identificar y destacar parte del patrimonio cultural de Quilpué aparecen como acciones aisladas a plataformas únicas como sitios web y fanpage de Facebook sin actualización constante, limitándose a la descripción sin el fomento de la participación del usuario.

En segundo término, la falta de activación de este patrimonio deriva de la pérdida de la relación habitante-patrimonio: los ciudadanos, al no disponer de varias herramientas a su disposición, no tienen mayor posibilidad de conocer la historia de estos espacios tradicionales. Además, de que la población no es consciente de la existencia de patrimonio cultural visitable, no hay una señalética o referencia *in situ* que la destaque.

En relación con lo anterior, no existe un circuito permanente de relevancia turística patrimonial, salvo acciones puntuales asociadas generalmente a la celebración local de la actividad nacional “día del patrimonio”.

Lo anterior nos lleva a evaluar las Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades para tener en consideración a la hora de realizar un proyecto de relevancia de los espacios de tradición patrimonial de la comuna de Quilpué, con el fin de determinar sus aspectos positivos y negativos. Con ello, esperamos plantear un proyecto viable en el actual contexto.

Fortalezas	Debilidades
<p>F1 Existen espacios de tradición histórico - patrimonial en la ciudad.</p> <p>F2 Contribuye al reconocimiento del patrimonio cultural existente.</p> <p>F3 El proyecto puede fortalecer la identidad local.</p> <p>F4 Posibilidad de fomentar el turismo cultural.</p> <p>F5 Distancias cortas entre la mayoría de los espacios patrimoniales.</p> <p>F6 La temática que aborda tiene objetivos positivos, por su implícito aporte cultural - educativo.</p> <p>F7 Iniciativa que, potencialmente, no requiere un presupuesto considerable.</p> <p>F8 Existe la técnica y la tecnología para ejecutar los productos que plantea el proyecto.</p>	<p>D1 No hay una base de promoción patrimonial permanente en la ciudad en la cual apoyarse.</p> <p>D2 Espacios patrimoniales sin señalética</p> <p>D3 Mala conservación de algunas edificaciones perteneciente a privados</p>

Oportunidades	Amenazas
O1 Existe un Departamento de Cultura en la municipalidad local que declara promover el patrimonio cultural, natural y uso de espacios públicos.	A1 Eventual desinterés de quienes potencialmente pueden auspiciar y/o patrocinar el proyecto por temas presupuestarios.
O2 Hay en el presupuesto municipal indicación de auspicio de actividades culturales.	A2 Eventual desinterés de los habitantes de la comuna por conocer o relevar los espacios patrimoniales.
O3 Existen fondos públicos nacionales que apoyan la realización de proyectos sobre patrimonio cultural.	
O4 Buena participación ciudadana en actividades relacionadas a ediciones pasadas del Día del Patrimonio en Quilpué	

Cuadro 1 FODA.

a. Fortalezas.

Se han identificado varias fortalezas o posibilidades que pueden ser explotadas en el marco del proyecto. La comuna de Quilpué presenta un potencial interés cultural, ya que contiene espacios históricos o de tradición histórica pública y privada. Además de edificaciones patrimoniales de variedad arquitectónica, la ciudad alberga espacios que dieron lugar a otras construcciones ya no existentes, pero de

peso histórico local e incluso nacional. Con ello, se infiere la posibilidad de actualizar a modo de listado dichos lugares, dando sustento a los productos del proyecto, con lo que se garantiza el conocimiento prometido sobre los espacios patrimoniales de la ciudad.

También, podemos señalar que este proyecto no visualiza un presupuesto de gran tamaño, pues en la búsqueda de la ejecución misma del camino multimedial y transmedia, las tecnologías están disponibles y aplicadas en otros marcos temáticos y de objetivos, con prueba de su efectividad. Además, en el contexto de la extensión territorial del universo transmedial, las acciones proyectadas como la intervención en el espacio para el fomento de la interacción del usuario y su co – creación, como la mejora de la señalización de las edificaciones, el diseño de rutas o el planteamiento de charlas informativas y de sensibilización, se puede incentivar el aprecio de la población hacia este patrimonio de una manera creativa y no costosa en términos monetarios.

Otra de las fortalezas del proyecto es que, en su intención de dar a conocer patrimonio importante para la historia de la ciudad, puede ayudar a generar identidad local, revelando o incentivando testimonios que identifican a un colectivo, insertos en un acervo cultural propio del territorio, que contribuya a explicar y dotar de significado sus características culturales, valores y comportamientos sociales desde el origen o desarrollo de la ciudad de Quilpué. Junto con ello, y en una extensión de lo esperable, ayudaría a los visitantes a identificar y a interesarse por el patrimonio de una ciudad no propia, no perteneciente al círculo de ciudades patrimoniales que tienen dicho reconocimiento como la cercana Valparaíso. Así, el proyecto también fomenta el turismo cultural, ya que esta identificación y valorización de los espacios patrimoniales posibilita el aumento de visitas por motivos turísticos/culturales.

b. Debilidades.

Las circunstancias internas por mejorar tienen relación con que la ciudad no es conocida por una impronta patrimonial, no existiendo una estructura que facilite el conocimiento de los espacios de tradición histórica. Es decir, no hace fácil la recepción física para recibir afluencia de visitas culturales, lo cual podría obstaculizar su visibilidad y en sí la ejecución base del proyecto. Otro de los aspectos que aparecen como debilidad, es el mal estado de conservación de algunos de las edificaciones patrimoniales de la ciudad, principalmente de propiedad privada, que le puede restar atractivo como elemento a destacar. Los factores económicos son la principal causa para este estado, debido a que por las características distintivas de estos inmuebles su conservación es costosa, resultando en este abandono que confluye a su deterioro. Esta degradación por abandono también se puede ver favorecida por la pérdida de valor simbólico como la posesión familiar, dado el avance inmobiliario y sus construcciones de línea moderna que atraen a las nuevas generaciones a la renovación urbana.

c. Oportunidades.

Luego de evaluar inicialmente la situación del entorno que enmarca al proyecto, planteo algunas circunstancias que podrían ser beneficiosas para su desarrollo: La primera de estas circunstancias positivas es que la comuna de Quilpué, a través de la municipalidad local, cuenta con un departamento de cultura que declara promover el patrimonio cultural, natural y uso de espacios públicos en el territorio, lo que puede significar un respaldo a iniciativas que apunten en dicha dirección. Además, en el sitio web municipal se indica que uno de los principales servicios de la Dirección de Cultura es auspiciar iniciativas culturales organizadas por la ciudadanía. Su existencia, en cierta medida, asegura una contraparte con la autoridad local, para no solo explorar apoyos eventuales al proyecto, sino para

favorecer a otras ideas que se desprendan o sean continuadoras de la idea troncal y que tienen como foco la comuna de Quilpué.

Paralelo a ello, en los últimos años ha existido un incremento desde el punto de vista presupuestario en los Fondos Cultura, por ejemplo, de un 19% en el comparativo 2020-2021, con \$30 mil millones de pesos para el financiamiento nacional de distintas líneas, que incluye a los proyectos que apuntan a la conservación, identificación y promoción del patrimonio (Ministerio de las Culturas, Artes y Patrimonio, 2021). Esto abre mayores perspectivas a iniciativas como la que planteamos, en función de dicho contexto.

Otro factor que consideramos una oportunidad para el proyecto es que la generación de actividades, rutas o circuitos relacionados a la difusión patrimonial, han demostrado ser de interés turístico cultural, ya que actividades locales, enmarcadas en la celebración de la actividad nacional Día del Patrimonio, han generado un interés importante por parte de la comunidad y otros visitantes. Todos ellos que han participado de los eventos organizados directamente para dicha ocasión, como recorridos histórico - patrimoniales en el centro de la ciudad y la zona rural, charlas sobre los orígenes de la ciudad, exposiciones fotográficas itinerantes y otras más. Con este antecedente y en el esquema ya probado, puede replicarse en actividades permanentes en el año calendario no restringidas a un fin de semana, planteándose como acciones adyacentes extendidas al proyecto de rescate patrimonial.

d. Amenazas.

En relación con los aspectos externos, se han determinado algunos escenarios que podrían dificultar o poner barreras en el desarrollo del proyecto.

Entre ellos podemos señalar que, en momentos de crisis económica, hay una tendencia a limitar la cantidad de presupuesto enfocado al sector cultural. Ello puede llevar a las entidades públicas e incluso privadas, a realizar una menor inversión en

proyectos de este tipo, a diferencia de lo que se produce en períodos de mejor panorama económico. Actualmente, la pandemia de COVID 19 ha golpeado no solo los presupuestos locales sino mundiales, viviéndose estrecheces que afectan a sectores que no son considerados como prioritarios para el bienestar social.

Otro factor que visualizamos como amenaza es que, a pesar de la valoración positiva a las temáticas que hablan del resguardo patrimonial, existe la posibilidad de que parte de los públicos no muestren interés en el fondo del proyecto, anclados en el cliché que asocia a lo cultural con lo aburrido. Un desinterés que puede estar basado no solo en la falta de promoción patrimonial, sino en un eventual desarraigo por lo histórico, como eventual característica más permanente en los públicos. Es parte del desafío del proyecto mostrar lo contrario.

2.2 Descripción y análisis del sector.

Por las características del proyecto, el sector al que pertenece corresponde a un producto o servicio nuevo, en el marco de la innovación social. Esto, debido a que se plantea como un servicio que busca fortalecer procesos culturales y educativos respecto del renovado conocimiento del patrimonio de la comuna de Quilpué, con un foco que abarca:

- Habitantes de Quilpué mayores de 18 años
- Habitantes de Quilpué, en edad escolar.
- Familias originarias
- Familias vecindadas en la última década

La iniciativa que planteamos, a través del proyecto, propone una investigación que permita redescubrir espacios y lugares de la comuna de Quilpué, con carga histórica y/o de tradición patrimonial para los habitantes e instituciones de la ciudad, con el fin de dar una renovada visibilidad con un objetivo de aporte cultural - educativo, apuntando a los vecinos en general y también en consideración a las nuevas

generaciones de vecinos de la ciudad. En este sentido, la idea busca ser un puente entre la información concreta de un listado geolocalizado de lugares y espacios patrimoniales y un público que pueda acceder a esta información de una forma que sea atractiva, cumpliéndose el objetivo de visibilizar ampliando el conocimiento sobre estos espacios.

Para ello, visualizamos la creación de plataformas que identifiquen, localicen y refieran, además de permitir el aporte del usuario, enmarcados en un universo transmedia. Así, definimos la iniciativa como promotora y parte de la industria de innovación social, con finalidad cultura/educativa, pues su eventual beneficio recae en parte de la sociedad local, pudiéndose inferir que el propósito no es generar lucro, apuntándose a un beneficio educativo de impacto en grupos determinados. En este sentido, relevamos como aspectos de la industria asociada:

- La satisfacción de las necesidades actualmente no cubiertas adecuadamente en esta innovación social
- La apertura de mercado como consecuencia de la introducción de un nuevo producto o servicio.
- El aporte educativo, promotor de un cambio social ligado al tipo de innovación que proponemos.

Con ello, estimamos que se abren espacios para la asociatividad con actores estratégicos, que pueden potenciar la iniciativa con una mirada exportable desde el producto inicial, relacionado como en este caso a un lugar geo demográfico como lo es la comuna de Quilpué. En este sentido, el proyecto se plantea como escalable y replicable a otros puntos con similares intereses de educación patrimonial, con lo que se hace exportable.

2.2.1 Análisis de Macroentorno.

En este proyecto tenemos a la vista una serie de variables de origen externo que, estimamos, pueden influir indirectamente en el desarrollo del proyecto, como factores ambientales. Para tal efecto, hemos desarrollado aspectos que consideramos de importancia.

2.2.1.1 Entorno demográfico.

Quilpué, nunca fundada como ciudad, sino establecida como comuna a partir de 1893, ha tenido una evolución desde su inicial origen de caserío, basado en la explotación de lavaderos de oro, para crecer desde el siglo XVIII y XIX como territorio poblado cercano a Viña del Mar por el Oeste y Casablanca por el Este. Primero, fue parte de las divisiones administrativas denominadas Departamentos, de Limache y Casablanca, para desde 1976 formar parte de la provincia de Valparaíso. Desde el 2010 es la capital de la nueva provincia del Marga Marga.

Actualmente y según cifras del último Censo (2017), su población supera los 151 mil habitantes, siendo la tercera comuna de la región de Valparaíso con mayor población, tras Viña del Mar (334.248) y Valparaíso (296.655). Su característica de estar aledaña al núcleo urbano conformado por Viña del Mar y Valparaíso, la consolidó en el siglo XX como una ciudad satélite, disponible para trabajadores que establecieron su avecindamiento cercano al lugar de trabajo. Esto la llevó recibir la denominación de ciudad dormitorio, con un menor desarrollo industrial y de servicios en comparación a sus vecinos.

Sin embargo, desde fines de la década de los 80', junto al desarrollo urbano de Viña del Mar, que incluyó su marcado crecimiento poblacional apoyado por la inmigración intercomunal, potenciada esta última por el desarrollo de servicios, infraestructura vial y de interconexión ferroviaria, la ciudad de Quilpué igualmente reflejó un incremento poblacional basado principalmente en la emigración desde las ciudades

grandes alledaños, fuertemente impulsado por la generación de proyectos habitacionales no conectados, públicos y privados, que fomentó un desarrollo no planificado en cuanto al acceso igualitario socioeconómico a servicios, salud y recreación (Cáceres y Ahumada, 2020).



Figura 1. Quilpué en el contexto geográfico regional.

2.2.1.2 Entorno social.

Planteándonos desde el punto de vista de una economía globalizada, donde el conocimiento y la innovación se levantan cada vez más como aspectos centrales de la competitividad, quienes se desenvuelven en el sector de la innovación social cultural pueden ser un recurso valioso para las entidades que deseen promover iniciativas del sector referido. En la misma línea, en un informe de la Conferencia para las Naciones Unidas del Comercio y Desarrollo (UNCTAD, 2010) refiere a los conjuntos urbanos como un espacio donde las actividades culturales, en la que podemos señalar a la patrimonial, son un componente de la economía de las ciudades y de su funcionamiento social, que pueden implicar el desarrollo de una infraestructura social y cultural, con nuevos empleos e, incluso, inversión.

Junto con ello, estimamos que el impacto de lo social en el sector que referimos puede ir más allá. El nacimiento de proyectos que potencien el rescate patrimonial, más el uso de las tecnologías, puede promover fuertemente la interacción y el intercambio cultural educativo, que, a su vez, tiene efectos en el consumo y generación de productos o servicios ligados a esta materia, en un círculo virtuoso. Además, consideramos que el fomento de las actividades relacionadas a la conservación del patrimonio cultural de los territorios podría aportar a la cohesión social, donde grupos de vecinos pueden compartir en la medida en que participen en actividades con dicho foco común.

2.2.1.3 Entorno Tecnológico.

La tecnología ha roto trabas físicas y culturales. Cada vez es más fácil adquirir e intercambiar bienes e información de todo tipo con personas de todo el mundo. Con este escenario el desarrollo tecnológico se muestra como el base sobre el que se construyen estas vías de intercambio, consolidándose como una gran plataforma que sustenta al conocimiento. Obviamente, lo anterior se ha visto potenciado por la permanente disminución de los costos de la tecnología, sobre todo de aquellos relacionados con dispositivos para el acceso a internet, que han hecho más fácil la interconexión con los intereses de los usuarios.

Los indicadores del desarrollo mundial (Banco Mundial, 2020) revelaron el impacto de cómo la conectividad ha aumentado de manera exponencial: las estadísticas muestran que el 56% de la población mundial tiene acceso a internet a través de diversos dispositivos, siendo el caso de Chile un 83% de la población en el mismo ítem. En contraparte, el año 2000 la estadística mostraba solo un 1,6% en el mundo y un 16% en nuestro país.

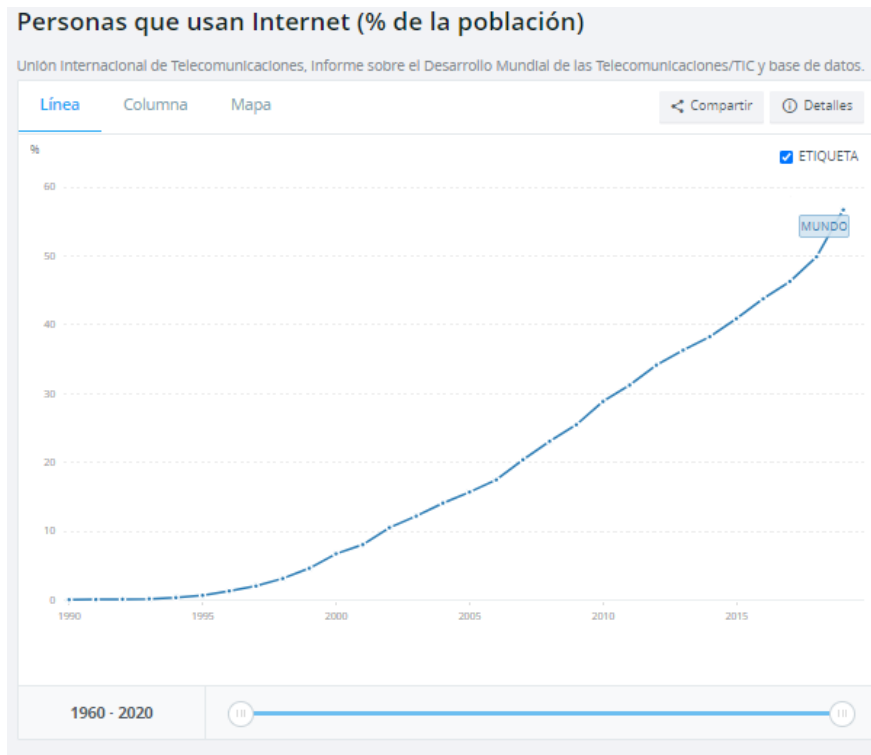


Figura 2. Informe sobre el Desarrollo Mundial de las Telecomunicaciones, 2020.



Figura 3. Informe sobre el Desarrollo Mundial de las Telecomunicaciones, 2020.

Así, a medida que las comunicaciones e incluso las relaciones sociales y personales han migrado al campo digital, los escenarios tradicionales de interacción y relación con el entorno, como los trabajos y las escuelas, han sufrido profundas transformaciones en sus lógicas y procedimientos. Es así como hoy vemos un crecimiento de conceptos hasta hace poco desconocidos, como el teletrabajo, la educación virtual y, por cierto, la transmedia.

En general, las nuevas tecnologías entregan un espacio donde las nuevas generaciones encuentran una forma de expandir sus experiencias y convertirse en agentes activos en el proceso de co - creación de historias y productos de contenido cultural, marcando un camino en el crecimiento de dicha área. Al respecto, según el estudio Radiografía Digital (2020), dado a conocer por la Subsecretaria de Telecomunicaciones, 9 de cada 10 niños en Chile posee o tiene acceso a un teléfono inteligente, siendo los 10 años la edad promedio en que se posee como propiedad individual. Más del 90% de ellos lo utiliza para ver videos, jugar, o usar aplicaciones como Instagram y TikTok.

2.2.1.4 Entorno educativo.

Atendiendo cifras del Censo (2017) existen en la comuna de Quilpué, 25 establecimientos educacionales dependientes de la Corporación Municipal de Educación, 76 establecimientos particular subvencionados y 11 establecimientos privados. La matrícula total de escolares en la comuna es de 34.555, de los cuales 2.178 son estudiantes de educación especial y 88 son de establecimientos rurales. La mayoría de los hogares en la comuna de Quilpué (99%) se encuentra ubicados a menos de un kilómetro de distancia de algún centro educativo público, subvencionado o privado, lo que arroja, a su vez, que el 90% de estos hogares está en la distancia recomendada por el Consejo Nacional de Desarrollo Urbano del MINVU (Cáceres y Ahumada, 2020). En educación superior solo una universidad privada presenta una sede en la comuna: la Universidad de Aconcagua, la cual no está acreditada.

2.2.1.5 Entorno económico.

Según estadísticas recogidas por Data Chile (2018), previo al escenario derivado por la pandemia de COVID 19, Quilpué generó una producción total de casi 500 mil millones de pesos. La productividad laboral basada en producción industrial en Quilpué fue de 12 millones pesos anuales por empleado. Las principales industrias de Quilpué son comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas, industrias manufactureras y construcción. Las ocupaciones más comunes en Quilpué, según el número de trabajadores, son trabajadores de los servicios y vendedores de comercios y mercados, oficiales, operarios y artesanos de artes mecánicas y de otros oficios y trabajadores no calificados. En la última década, las exportaciones asociadas a la comuna han crecido a una tasa promedio anual del 28%, pasando de 3 millones de dólares el 2011 a 7 millones de la moneda norteamericana en el 2018. Las principales exportaciones son manufacturas de cobre, que representan el 54% del total de las exportaciones de Quilpué, seguida por manufacturas de hierro u otros metales, que representa el 21%.

2.2.1.6 Entorno Legal.

En este apartado podemos señalar varios aspectos que rodean a la actividad cultural, de lo que se desprende la relacionada al patrimonio cultural.

La actual Constitución de la República de Chile (1981) si bien no exhibe un listado específico de los derechos culturales, posee varias disposiciones relevantes para este ámbito. Ella alberga definiciones que condicionan necesariamente la actividad cultural en sus diversos aspectos. Sin embargo, es especialmente en el Capítulo III donde se definen los derechos y deberes garantizados por la Constitución y donde se sientan las bases de los derechos culturales, tanto de los derechos de carácter propiamente cultural como de aquellos que, sin serlo directamente, son condición indispensable para el ejercicio de los primeros.

En el plano específico, en febrero de 2018 fue publicado en el Diario Oficial el Decreto con Fuerza de Ley (DFL) que permitió la implementación del Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio, creándose con su entrada en vigor, la Subsecretaría de las Culturas y las Artes, la Subsecretaría del Patrimonio Cultural y el Servicio Nacional del Patrimonio Cultural. A su vez, se da origen a 15 Secretarías Regionales Ministeriales de las Culturas. El Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio, cuyo domicilio es la ciudad de Valparaíso, agrupa en una sola entidad a los antiguos Consejo de la Cultura, DIBAM y Consejo de Monumentos Nacionales. Su principal objetivo es colaborar en el diseño, formulación e implementación de políticas, planes y programas que contribuyan al desarrollo cultural y patrimonial de manera armónica y equitativa en todo el territorio nacional.

En junio de 2019 fue presentado al Congreso por parte del Ministerio de las Culturas un proyecto de Ley sobre Patrimonio Cultural que busca reemplazar a la Ley de Monumentos Nacionales. Esta iniciativa plantea tres ejes fundamentales:

- descentralizar y empoderar a las regiones sobre la gestión de su patrimonio a través de la creación de Consejos y Secretarías Técnicas Regionales con carácter resolutiva en la toma de decisiones sobre el patrimonio local;
- sumar nuevas herramientas y recursos para su mantención, puesta en valor y salvaguardia, además de reforzar las medidas para combatir el tráfico ilícito de bienes culturales;
- superar la visión netamente monumental o material del patrimonio para integrar y reconocer el patrimonio en su diversidad, incluyendo el patrimonio inmaterial, como lo son las prácticas y saberes, y otras categorías de protección, como los paisajes culturales o sitios de memoria.

2.2.1.7 Entorno político.

Políticamente, la comuna forma parte del distrito 6 de subdivisión electoral, que desde marzo del 2022 tendrá como representantes a los diputados Chiara Barchiesi, Camila Flores, Andrés Longton, Gaspar Rivas, Carolina Marzán, Nelson Venegas, Diego Ibáñez, y María Francisca Bello. Los senadores en ejercicio hasta el año 2026, en la circunscripción regional a la que pertenece la comuna, son Francisco Chahuán, Kenneth Pugh, Isabel Allende, Ricardo Lagos Weber y Juan Ignacio Latorre. Esta confirmación parlamentaria tendrá que ver el avance del proyecto de la Ley de Patrimonio Cultural, que se encuentra en trámite con urgencia en el Congreso Nacional.

La comuna de Quilpué desde fines de junio del 2021 es administrada por la alcaldesa Valeria Melipillán, militante del partido político Convergencia Social, que reemplazó en el cargo a Mauricio Viñambres, que por la nueva ley electoral no pudo repostularse, tras 4 períodos como alcalde. La edil públicamente ha manifestado preocupación directa por temas de protección patrimonial en el territorio, como lo relativo al daño registrado a restos arqueológicos en el sector Colinas de Oro (Soy Chile, 2021) donde proyectos inmobiliarios colindan con estos espacios, por lo cual la autoridad local presentó una querrela contra los eventuales responsables, haciendo un llamado a las autoridades regionales a hacer efectivas las políticas de protección patrimonial.

2.2.2 Análisis de Microentorno

En función del proyecto que estamos proponiendo, hemos identificado algunos actores que pueden influir en el entorno inmediato.

2.2.2.1 Competidores

En relación con los competidores podemos mencionar a dos directos que apuntan a parte de lo que propone la iniciativa:

- Fanpage Quilpué, historia y patrimonio. Esta iniciativa está anclada en Facebook definiéndose como creada con la finalidad de exponer y enseñar sobre la historia de la ciudad de Quilpué, destacando aspectos patrimoniales y culturales. Tiene 2.078 seguidores y un total de 2.008 Me Gusta en sus publicaciones. A favor muestra una buena colaboración de seguidores que aportaron material fotográfico o referencias informativas de la historia y espacios de tradición histórica de Quilpué. Sin embargo, su actividad como fanpage no refleja actividad desde marzo del 2021.



Figura 4

- Sitio web enterreno.com. Se trata de una webdoc no dirigida directamente a la comuna de Quilpué, sino a nivel nacional, recogiendo una buena documentación fotográfica histórica de distintos lugares, conteniendo material de la comuna de Quilpué. En su definición se plantea como una propuesta de archivo histórico abierto, exclusivamente fotográfico, invitando al usuario a subir fotografías, editar, comentar y compartir hacia las redes sociales. Tiene Fanpage Facebook con 58.756 seguidores y 57.717 Me Gusta, e Instagram con 117.000 seguidores. Presenta en sus plataformas actividad actualizada a la fecha de este informe.



Figura 5

2.2.2.2 Suministradores:

En el caso de los proveedores o suministradores, según las características de la propuesta se requerirá principalmente una relación con una instancia webmaster, con la cual se negociará los aspectos de mantención y extensión de la plataforma visualizada.

2.3 Investigación de Mercado y Audiencias.

Para abordar este punto nos referiremos a los aspectos fundamentales que tocan al público objetivo al cual esperamos llegar. Como hemos señalado, el foco apunta a habitantes de Quilpué mayores de 18 años, habitantes en edad escolar, familias originarias y familias vecindadas en la última década. Para ello, primero avanzaremos sobre el tamaño del mercado referido, en su proceso de evolución. En este sentido, el tamaño del mercado lo relacionamos con la cantidad de personas o empresas que pueden ser nuestros usuarios potenciales.

Esta evaluación del mercado nos podrá brindar una estimación de la audiencia, en aspectos que pueden ir en función de los accesos al producto y eventuales flujos relacionados a alguna de las vías de financiamiento del proyecto. Los datos presentados a continuación, fueron extraídos del Censo de Población y Vivienda 2017, y de las Proyecciones de Población 2021, generadas por el Instituto Nacional de Estadísticas (INE). Se presentan datos de población, total y desagregados por sexo y grupos de edad.

2.3.1 Distribución geográfica

La comuna de Quilpué al 2017 registraba una población de 151.708 habitantes, en una superficie de 593,90 km². La proyección del incremento poblacional al 2021 es de 168.931, lo que propone un crecimiento estimado de un poco más del 11% en dicho período, superior al porcentaje regional que será de un 9%. Un 1,31% de sus habitantes corresponde a población rural y un 98,69%, a población urbana.

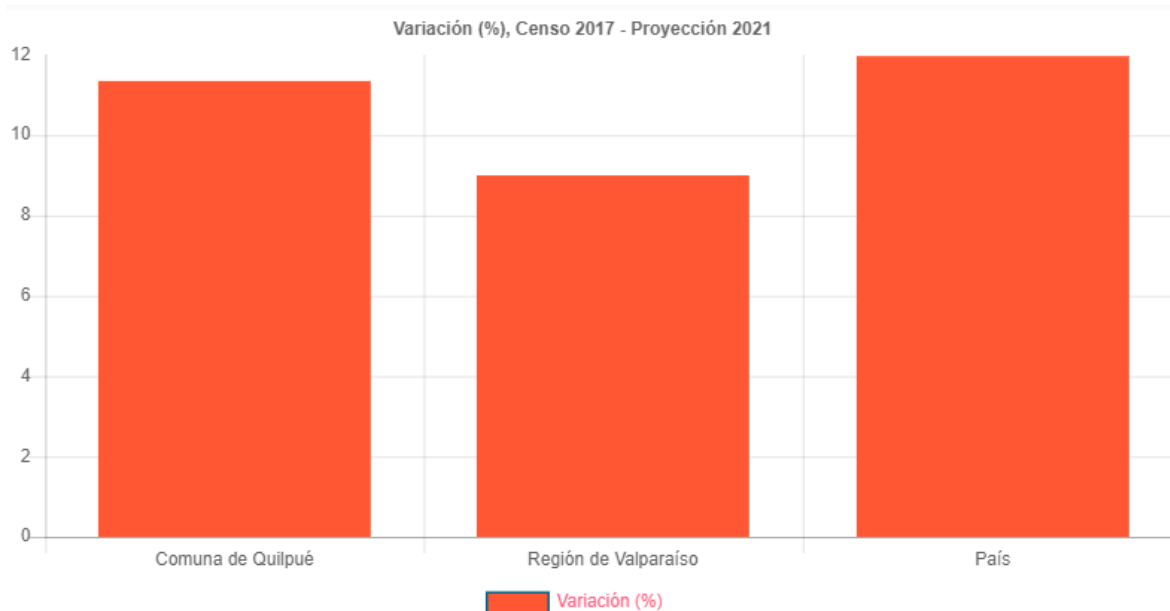


Figura 6. Fuente: INE, Censo 2017.

2.3.2 Demografía del consumidor.

En el total de la población quilpueína, en la última estadística censal oficial, el número de hombres alcanza los 71.746, mientras que el de mujeres llega a los 79.962.

Unidad Territorial	Censo 2017		Proyección 2021		Índice Masculinidad (IM)	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Censo 2017	Proyección 2021
Comuna de Quilpué	71.746	79.962	81.977	86.954	89,73	94,28
Región de Valparaíso	880.215	935.687	968.008	1.011.365	94,07	95,71
País	8.601.989	8.972.014	9.708.512	9.969.851	95,88	97,38

Figura 7. Fuente: INE, Censo 2017

EL 24,91% de la población total corresponde al grupo etario de 45 a 64 años, seguido por el de 15 a 29 años con el 21,14%. En tercer lugar, aparece el grupo de los 30 a los 44 años, con el 20,33%.

Grupo Edad	Población por grupo (n°)		Distribución de la población entre grupos etarios (%), Proyección 2021		
	Censo 2017	Proyección 2021	Comuna	Región	País
0 a 14	27.908	29.520	17,47	18,19	19,03
15 a 29	34.294	35.711	21,14	21,55	21,79
30 a 44	28.985	34.351	20,33	20,96	22,78
45 a 64	38.275	42.089	24,91	24,24	23,9
65 o mas	22.246	27.260	16,14	15,06	12,49
Total	151.708	168.931	100	100	100

Figura 8. Fuente: INE, Censo 2017

En un aspecto de relevancia, la comuna de Quilpué, en el llamado índice de dependencia demográfica, presenta un 49,39%, que equivale a la relación de porcentaje de la población económicamente dependiente frente a la de en edad de trabajar. Esta cifra es superior tanto en la estadística regional como a nivel país, con 1% y 3% de diferencia, respectivamente. Respecto a la tasa de habitantes provenientes de otras comunas, de un 61%, a partir de la década del 2000 se ha mantenido estable al 2017, lo que refleja la normalización de este flujo apoyado por el mejoramiento de servicios y opciones de habitabilidad local (Valdebenito, 2019).

Distribución de los migrantes de larga trayectoria en el Gran Valparaíso.						
Nombre comuna	Población nacida en otra comuna o país					
	Número			Porcentaje en la Ciudad		
	1992	2002	2017	1992	2002	2017
Valparaíso	75.745	77.799	97.647	26,78	28,19	32,92
Viña del Mar	141.210	142.822	170.579	49,47	49,78	51,03
Concón	7.979	21.189	27.680	42,58	65,66	65,67
Quilpué	62.044	78.514	92.719	59,54	61,06	61,12
Villa Alemana	47.410	63.404	82.584	66,15	66,31	65,26
Límaco	14.487	16.935	20.314	41,44	43,18	44,05
Área Metropolitana	348.875	400.663	491.523	43,73	46,66	49,28

Figura 9. Fuente: Migraciones y diferenciación sociodemográfica del espacio residencial urbano.

Respecto de ciudadanos extranjeros, que han solicitado visa de residencia en la comuna de Quilpué con resultado de aprobación, en el período 2001-2020 la cifra alcanzó los 8.674 trámites efectuados, correspondiendo un 37% de ellos a ciudadanos venezolanos.

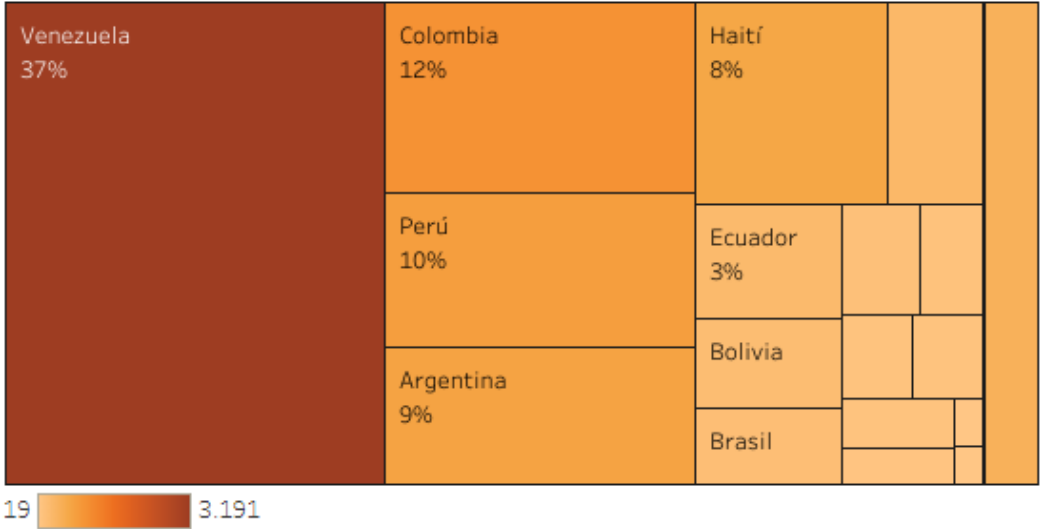


Figura 10. Porcentaje de ciudadanos extranjeros con visa aprobada, comuna de Quilpué al 2021. Fuente: Estadísticas Migratorias. Servicio Nacional de Migraciones.

Cabe señalar que el 2018 (Figura 11), tras un *peak* anual de estas solicitudes (1.618), estas bajaron notablemente llegando a noviembre del 2021 a solo 490.

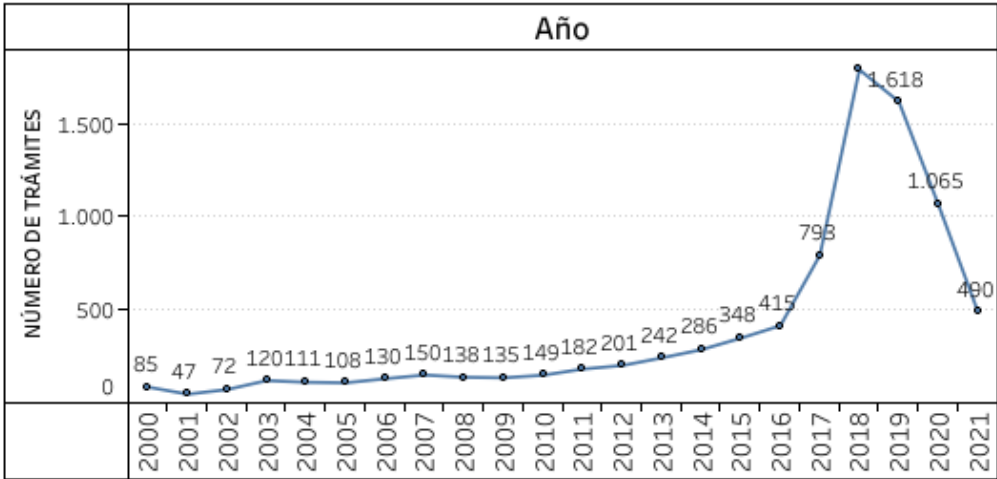


Figura 11. Fuente: Estadísticas Migratorias. Servicio Nacional de Migraciones.

2.3.3 Relación socioeconómica y conectividad.

Según la Encuesta de Caracterización Socioeconómica Nacional (CASEN, 2017) la tasa de pobreza, relativa a ingresos mínimos inferiores a la satisfacción de necesidades básicas de la comuna de Quilpué es del 5,25%, inferior a los 7,1% regional y los 8,6% a nivel nacional. Este aspecto se complementa en otro índice importante, que es la carencia de servicios básicos, que en Quilpué es de un 8,7%, siendo nuevamente inferior a la cifra regional y nacional, que son de 11,5% y 14,1%, respectivamente.

A su vez, según el Índice de Inclusión Social (2017) en el caso de la comuna de Quilpué, el acceso a la información a través de la conectividad tecnológica presenta un índice de un 63% en su población de rango socioeconómico más vulnerable, aspecto que la potencia también en el acceso a la educación superior, estando dentro de las 10 comunas con mejor rendimiento en esta área en la región de Valparaíso.

Con estos antecedentes que caracterizan a los distintos estratos de públicos presentes en la comuna, debemos referirnos ahora a un aspecto fundamental para la viabilidad del proyecto: el uso de las tecnologías disponibles en distintas generaciones aplicadas al territorio. Según el estudio El Chile que viene: uso de redes sociales (CADEM, 2019) plantea que la estructura de las generaciones en nuestro país, definidos principalmente por la influencia formativa, política y cultural de su época, corresponde a un 33% a la generación Baby Boomers (entre 52 y 71 años); 33% a la Generación X (entre los 36 y 51 años); 27% a la Generación Millennials (entre los 22 y 25 años) y un 14% a la Generación Z (entre 13 y 21 años).

Los tres últimos grupos presentan un mayor uso de redes sociales, concentrándose en la llamada Generación X el uso de Facebook y Twitter, mientras que las generaciones de rango etario menor, Instagram y YouTube. Complementariamente, el Digital Global Overview Report (2021) y según datos recogidos por We Are Social y Hootsuite, señala que la red social más utilizada en el grupo de 36 a 51 años

(Generación X) en Chile es Facebook, conectándose principalmente por dispositivos móviles (98%).

En la siguiente parte del análisis, debemos hacer mención del rol de la generación más joven, nativos digitales, cuya caracterización, basado en lo anterior, lo denomina Generación Z. Este grupo principalmente hace utilización de Instagram y YouTube, e incluso otras aplicaciones de reciente data, TikTok.

Con estos antecedentes podemos establecer que los públicos de la comuna de Quilpué que hemos advertido para la ejecución del proyecto cumplen con condiciones y características que hacen factible apuntar a la creación de una comunidad, tanto por aspectos demográficos, económicos y de uso y acceso a la tecnología, en donde por el bajo porcentaje de su población en situación de pobreza y su alta penetración urbana y acceso a la educación, se establece un buen escenario para el proyecto. Este en sí, en la mirada multimedial y transmedia, requiere de la participación consciente y asertiva en el uso de las plataformas que serán propuestas, con un dominio que permita cumplir con los objetivos en función del usuario, de descubrir y valorar espacios de tradición histórica y valor patrimonial.

III. ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO DEL PROYECTO.

En este punto, cuando hablamos de posicionar, nos referimos al diseño de la imagen del proyecto de manera que ocupe un lugar destacado en la mente del potencial usuario. Lo planteamos aquí como el desarrollo de la estrategia que utilizaremos para influir en la percepción de nuestro público. Con esa mirada, las metas a lograr apuntan a desarrollar progresivamente una comunidad que comparta todos o algunos intereses respecto de lo que se le propondrá al usuario, con dirección a establecernos como una alternativa medial de nicho. Así, en forma inicial se establece un hilo conductor que es transversal en cuanto al sentido del proyecto.

3.1 Posicionamiento general.

La iniciativa de rescatar en la memoria histórica lugares y espacios de la comuna de Quilpué implica aspectos basales propios de un planteamiento con dicha característica. El concepto de patrimonio es inherente a estos espacios de valor cultural en este territorio determinado, que implica una posesión para todos quienes pertenecen a la comuna, en una relación con la identificación para todos sus integrantes. Así, una comunidad que comparte nuevos aspectos de ser quilpueíno, tiene potencialidad para crecer como testigo interesado de una historia que le toca pero que no la conocía o que no la recordaba.

Por ello, parte de la estrategia que se podrá en marcha tendrá un trasfondo de convertirse en ser integral de esta comunidad y territorio, que es poseedor por herencia de espacios patrimoniales de valor histórico, que están al alcance y a la vista (o lo estuvieron).

Además, en forma paralela, esta mirada trae consigo dos aspectos relacionados, que también serán usados como parte de este posicionamiento general:

- Cuidar el entorno que nos pertenece. En la misma línea, respecto de la identificación con aspectos comunes del territorio del que somos parte, este descubrimiento o redescubrimiento de espacios inmuebles de Quilpué que, por el peso de la tradición o mérito arquitectónico, son valiosos y merecedores de conservación, nos lleva a cuidarlos y a extender su presencia. Esta premisa comparte el mismo campo de la protección medioambiental, conceptos en boga y en crecimiento por su valoración en la sociedad. De hecho, el concepto de la llamada Racionalidad Ambiental aparece de las formas productivas que emerge a partir de una transformación social, donde el resguardo ambiental, se convierte en uno de los principales objetivos por alcanzar por la sociedad. En esta propuesta, se destaca la importancia de desarrollar alternativas que rescaten el vínculo entre valores culturales, principios éticos y prácticas productivas, que se oponen a la destrucción o pérdida de nuestro entorno (Leff, 2000).
- Conectando a las personas. En este punto, el compartir no solo intereses sino también características territoriales, dan la posibilidad al usuario de optar por integrar grupos o comunidades, donde se puede desarrollar una conexión basada en el intercambio de experiencias, material, desarrollándose la posibilidad para ellos de conocer otras vivencias y con ello, personas. Una posibilidad que será promovida por el proyecto.

3.2 Posicionamiento específico.

En esta denominada especificidad nos referimos a la extensión por usuario proyectado por medio etario, enunciando los canales que justifican dicha referencia de uso del mensaje.

Ellos accederán a través de distintas opciones, en este caso, plataformas. Cada una de ellas con mensajes establecidos para su perfil general, basado principalmente, en un principio, en las características territoriales y etarias.

- Facebook.
 - Usuario quilpuéino, entre los 24 y 55 años (Millenials y Generación X)

Mensajes enfocados en la evocación y la memoria, con mirada comparativa a la actualidad, con invitación a reconocer y a intercambiar recuerdos y experiencias.

- Instagram.
 - Usuario quilpuéino, entre los 18 a los 39 años (Centenialls y Millenials)

Mensajes enfocados en lo novedoso, invitándolos a descubrir, comentar y proponer.

- Sitio web
 - Usuario con arraigo o domicilio en Quilpué, todas las edades.

Mensajes enfocados en la participación a la navegación en la plataforma y a usar sus recursos.

Además, paralelamente, en la conjunción del universo transmedial, la propuesta se abre para quienes no están necesariamente ligados geográfica o demográficamente a la comuna de Quilpué. En sí, los tipos de mensajes y el circuito generado destacarán el atractivo patrimonial del territorio, con una mirada de descubrimiento cultural, que hace válido al proyecto para un mercado que tiene interés en dicha área, al que llegarán en el marco de los procesos orgánicos de difusión vía redes sociales y motores de búsqueda.

Así, el conjunto del proyecto busca un posicionamiento de nicho, con interés inicialmente geográfico para una comunidad asociada en distintos niveles al territorio, más el usuario del mercado cultural, que puede ver en la extensión de nuestro proyecto, una opción de ampliar rango de intereses.

En base con lo anterior, el proyecto busca establecerse como una propuesta que obtenga seguidores que, eventualmente, puedan generar una comunidad específica y fiel, siendo actor activo y relevante en el territorio en materia de divulgación patrimonial y referencia para la agenda cultural de ese mercado.

IV. PROPUESTA DE VALOR

Siempre en el marco de la estrategia, utilizaremos un modelo de propuesta de valor (Osterwalder et al, 2015) para analizar si es posible coincidir las necesidades de la audiencia, con la propuesta que el proyecto ofrece con respecto a competidores descritos previamente, contextualizados en un mercado cultural educativo. Para este análisis seguiremos utilizando el perfil del usuario, que en nuestro caso son habitantes de Quilpué, menores y mayores de edad, familias originarias y avecindadas.

Al pensar los tipos de acciones esperables del usuario que se desprenderían, planteamos los siguientes:

- a. Funcionales, algunas generarían momento de ocio agradable e interesante, como asistir a un evento cultural patrimonial interactivo.
- b. Sociales, en el entendido que la cultura puede derivar en un estatus de mejor reconocimiento personal.

En relación con las eventuales frustraciones del usuario, señalamos las siguientes:

- a. Que no se tenga la suficiente cantidad de información sobre el producto/servicio cultural que se ofrece, lo cual puede ser un problema muy importante dentro de la experiencia, lo que puede terminar siendo una barrera muy importante para el acercamiento de la persona a la propuesta. Otra frustración de este rango puede ser que la experiencia termine siendo aburrida y no cumpla con expectativas del usuario.
- b. Refiriéndonos a los obstáculos, la falta de tiempo disponible puede ser una barrera para avanzar en la experiencia patrimonial, tomado como actividades no prioritarias.

c. Sobre riesgos, en este caso que el producto termine siendo frustrante o no comprendido dado que la experiencia no corresponde con las demandas específicas por lo cual no quiera volver a las plataformas del proyecto.

Con respecto a las alegrías / resultados o beneficios que pueden obtener nuestros usuarios, podemos identificar las siguientes:

a. Alegrías necesarias: pueden ser nuevos conocimientos, nuevas experiencias.

b. Alegrías esperadas: que las experiencias sean una salida interactiva dentro de un espacio de descubrimiento patrimonial.

c. Alegrías deseadas: que se pueda elegir otro tipo de actividades que se desprendan de las plataformas centrales, que inste a volver para poder seguir conociendo y compartiendo.

d. Alegrías inesperadas: que se convierta en un espacio más donde poder generar un lugar de formación de conocimiento alternativo.

En resumen, se puede ofrecer para construir la propuesta de valor.

- Físicos / Tangibles: visitas guiadas, talleres y seminarios.
- Intangibles: el conocimiento.
- Digitales: volverse parte de una comunidad, interactuar con otros interesados en la materia de descubrimiento y rescate patrimonial.

Los aliviadores de frustraciones que podemos plantear en este caso es realizar una campaña de comunicación para que no exista una sensación de que hay una barrera psicológica o conceptual por no comprender de que trata la propuesta. Es clave que sientan que hay una conexión, un querer escuchar o un momento que invite a tener otro tipo de relación. Si se logra cumplir esto, de alguna forma se podrá conseguir mayor participación.

A partir de este breve análisis, frustraciones y alegrías podemos identificar que las personas de nuestro público estarán expuestas a un desafío que se centra en la incorporación de un nuevo conocimiento. A ello se suma las experiencias más personales basados en una sensación emocional, además de las sociales.

Así, la propuesta de valor que plantea la iniciativa de rescate de los espacios de tradición patrimonial de la comuna de Quilpué se presenta como un proyecto que busca innovar en el fortalecimiento del conocimiento del patrimonio cultural de dicho territorio, que estimula la participación, posibilitando la creación de una comunidad intergeneracional que recuerda, descubre y valora lugares de tradición histórica que le son presentados de forma novedosa.

V. OBJETIVO GENERAL

En función de la anterior, podemos señalar que el objetivo general de la propuesta apunta a redescubrir espacios patrimoniales o de tradición histórica de la comuna de Quilpué, visibilizando y ampliando su presencia y características, a través de una iniciativa transmedia.

VI. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Promover valoración social de inmuebles patrimoniales de la ciudad.
- Potenciar la participación ciudadana local en la temática patrimonial
- Desarrollar acciones que refuercen la identidad territorial.
- Implementar actividades que faciliten el conocimiento histórico local.

VII. ESTRATEGIAS

El proyecto, en sí, se plantea como una iniciativa transmedial, que busca la conexión y la co - creación de los usuarios. Por ello, su estrategia fundamental busca establecer un universo multimedial que ampare dicha búsqueda, estableciendo accesos al objetivo desde distintas plataformas independientes, pero, a la vez, conectadas en la narrativa.

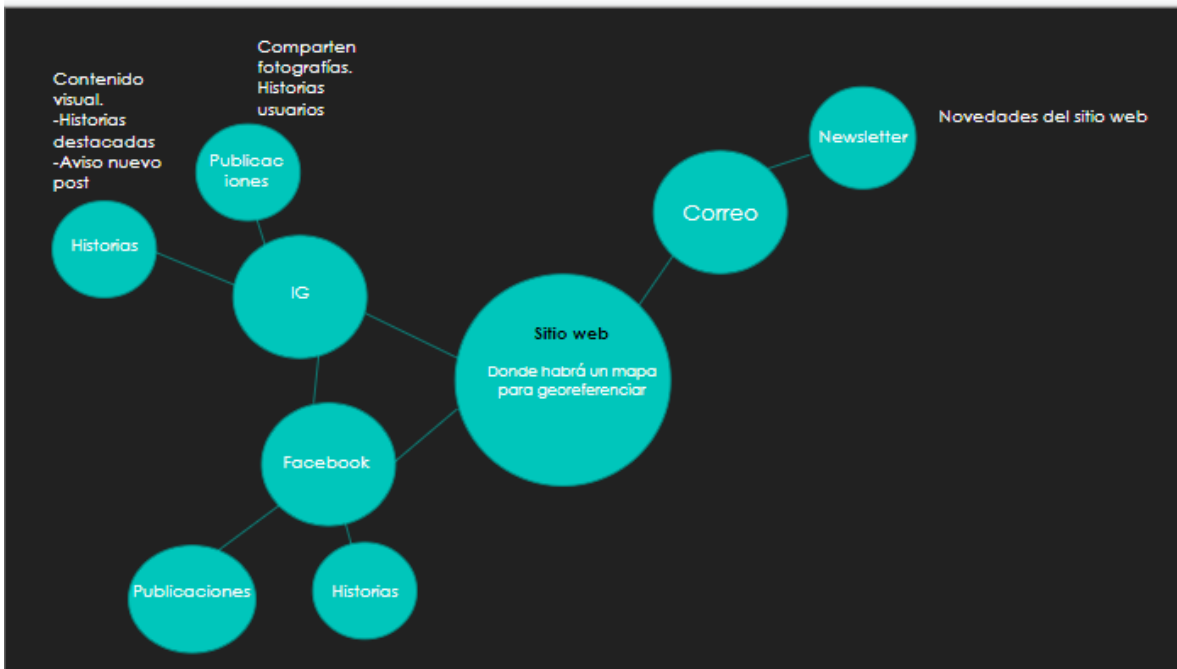


Figura 12. Universo transmedia.

VIII. TÁCTICAS

En el universo transmedia del proyecto se define como principal plataforma el sitio web habilitado como webdoc, con material visual y textual. Otro formato importante, para el proyecto y la comunidad que se espera lograr, es el mapa interactivo, que geolocaliza y georreferencia en el territorio los aportes patrimoniales y permite acceder a imágenes y visita virtual.

Las RR.SS. asociadas al proyecto, Instagram y Facebook, cumplen un rol complementario de estrategia comunicacional y de publicación de contenidos que movilicen tráfico hacia el sitio web. Además, se plantea la creación de etiquetas clave para cada publicación, como una manera de potenciar los conceptos detrás de cada espacio patrimonial y su expansión en las redes sociales asociadas.

Otra táctica planteada señala la asociatividad con micro - *influencers* locales, activos en temáticas patrimoniales, culturales, educativas, poseedores de una comunidad de seguidores, que puedan servir para amplificar el trabajo principalmente digital en Instagram. También, se propone un correo electrónico del proyecto que, mediante *newsletter* mensual, canalizará contenidos del proyecto con gráficas asociadas llamadas a provocar e incitar las visitas y participación de los distintos usuarios.

CANALES/ FORMATO	SITIO WEB	INSTAGRAM	FACEBOOK	MAIL
POST	Publicación de contenido de espacios patrimoniales	Post diarios de sobre, identificación de espacios patrimoniales	Post diarios informativos y descriptivos. Participación usuarios.	X
HISTORIA	X	Contenido visual de relatos y fotografías. Propias y de fans. Conectada con la web.	Contenido visual de relatos y fotografías. Propias y de fans. Conectada con la web.	X
HASHTAG	Incorporación de hashtag como etiquetas.	#QuilpuéPatrimonial #RedescubreQuilpué #QuilpuéHistórico	#QuilpuéPatrimonial #RedescubreQuilpué #QuilpuéHistórico	X
WEBDOCS	Espacio para el aporte de usuarios	Promover aportes mediante historias.	Promover aportes mediante publicaciones.	X
MAILING	Botón de inscripción para recibir más información.	X	X	Mailing con actualización de publicaciones. Base de datos.
GEOLOCALIZACIÓN (MAPBOX)	Incorporación de espacios patrimoniales localizados en mapa	Conexión de fotografías de los lugares..	X	X

Cuadro 2. Canales y formatos.

En una segunda etapa, complementario a lo anterior, se establece una extensión presencial, asociada a actividades de conexión desde los espacios patrimoniales propuestos. Esto, con la finalidad de completar el viaje transmedia, atrayendo al usuario desde el punto patrimonial con un llamado vía intervención en el espacio. Acá, la invitación es por medio de un *sticker* QR, que hace el llamado a la interacción.

IX. PROPUESTA DE PIEZAS Y MAQUETAS.

9.1 Logotipos.

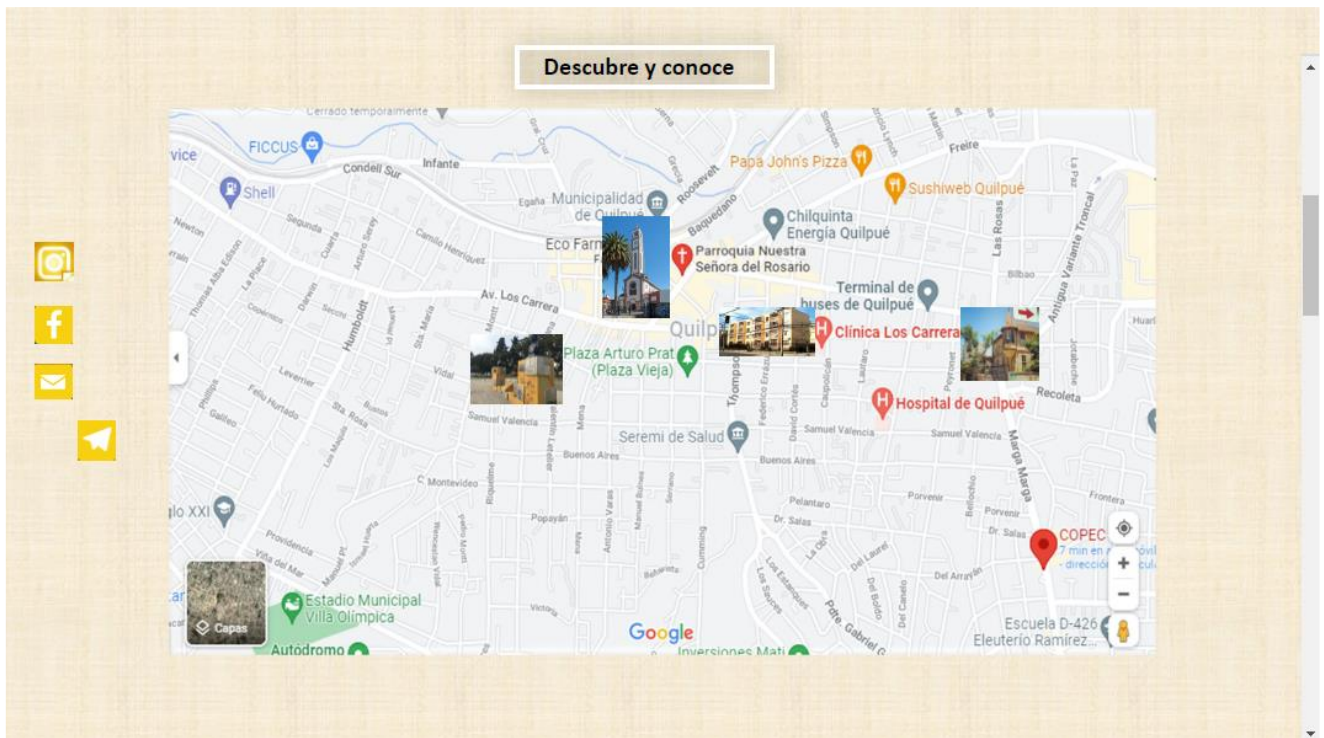
- Para sitio web.



- Para RR.SS.



9.2 Landing Sitio Web.



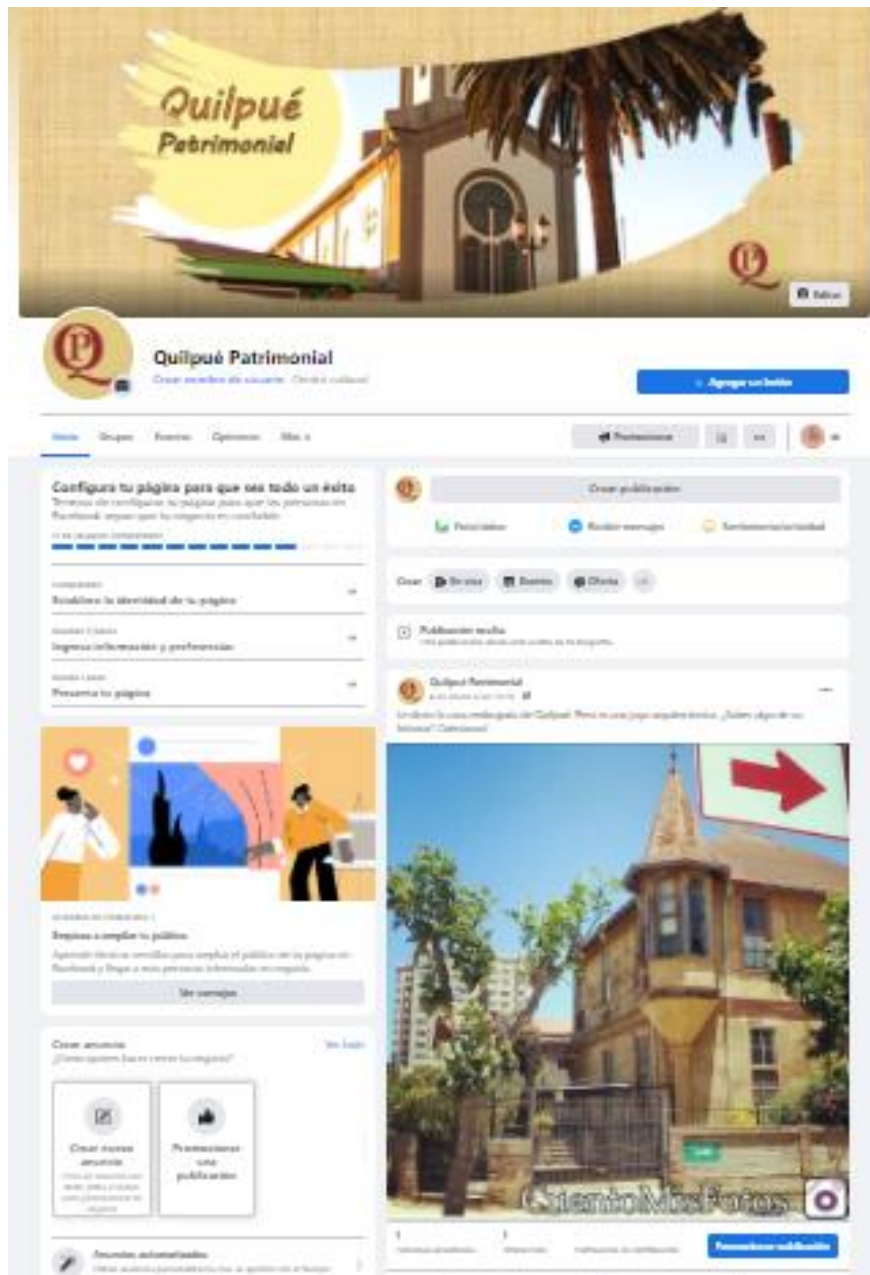


← → ↻ 🏠 🔒

Multimedia

📷
f
✉️
📧

9.3 Facebook.



Quilpué Patrimonial
4 de enero a las 18:28

Le dicen la casa embrujada de Quilpué. Pero es una joya arquitectónica. ¿Sabes algo de su historia? Cuéntanos!

1 Personas alcanzadas · 1 Interacción · - Puntuación de distribución [Promocionar publicación](#)

Quilpué Patrimonial
4 de enero a las 18:25

¿Cómo se llama la población que está en este lugar?

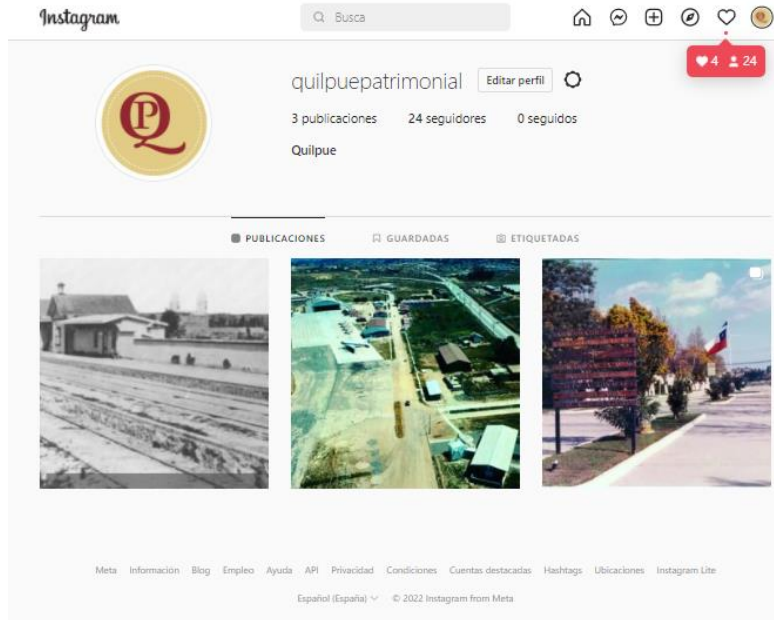
1 Personas alcanzadas · 0 Interacciones · - Puntuación de distribución [Promocionar publicación](#)

[Me gusta](#) [Comentar](#) [Compartir](#)

Comentar como Quilpué Patrimonial

Presiona Enter para publicar.

9.4 Instagram.



9.5 Sticker QR.



X. PRESUPUESTO Y FINANCIAMIENTO

Como hemos planteado, el proyecto que proponemos busca potenciar el rescate del patrimonio cultural de la comuna de Quilpué, a través de una innovación social educativa. Por ello, en la cobertura del presupuesto se considera la postulación a fondos estatales. Un fondo para postular es el Cultural de la línea patrimonio, que es concursable para la obtención de financiamiento público, destinado a beneficiar el patrimonio cultural de la nación en todas sus formas. Según su definición este fondo aporta recursos para la ejecución total o parcial de proyectos, programas, actividades y medidas de identificación, registro, investigación, difusión, valoración, protección, rescate, preservación, conservación, adquisición y salvaguardia del patrimonio, en sus diversas modalidades y manifestaciones, y de educación en todos los ámbitos del patrimonio cultural, material e inmaterial.

En relación con lo anterior, nuestro proyecto tiene como foco la identificación, rescate, valoración, y difusión del patrimonio histórico cultural material de la comuna de Quilpué, con finalidad social educativa, por lo que se incluye en los fundamentos de base de este fondo.

Complementariamente, el proyecto también cabe dentro del marco de postulación al FONDART Nacional, línea de Diseño, Modalidad creación y producción, ya que esta línea puede apoyar con financiamiento total o parcial a proyectos enfocados a la creación de productos, bienes y servicios de significación cultural en el ámbito del diseño, y que en las acciones ligadas al proceso creativo tales como investigación para la creación, experimentación, conceptualización teórica y práctica, diseño y preparación, como también todos los elementos que impliquen la materialización de una obra o serie de obras, exista innovación y/o generación de valor desde el ámbito disciplinario.

Creemos que el diseño, creación y operatividad de las distintas plataformas, como circuito, cumple con la finalidad de acercar a las nuevas generaciones a su herencia patrimonial y cultural territorial, corresponde al fin de este fondo.

Respecto de los montos de postulación, en el fondo de patrimonio cultural, en la modalidad de material didáctico para la educación formal y no formal, el monto máximo de postulación es de \$15 millones. En el caso del FONDART Nacional, línea de Diseño, Modalidad creación y producción el monto máximo por proyecto es de \$20 millones.

La iniciativa que presentamos también tiene la alternativa, en forma paralela, de postular a fondos asociativos de menores montos, como el existente en la Municipalidad de Quilpué de apoyo a propuestas educativas locales; esto, visto como socio estratégico del proyecto, basándonos en la propuesta de valor que aporta a la comunidad local, la cual es el objetivo de gestión de la autoridad edilicia.

Como modelo de negocio, extra-postulación a fondos, visualizamos el sistema *Crowdfunding*, bajo el modelo de recompensas. Planteamos utilizar esta red de financiamiento colectivo vía online, estableciendo distintos niveles de aportes con categorías de recompensas acorde a cada colaboración, potenciando una interacción entre el aporte creativo del usuario y actividades presenciales asociadas al proyecto.

Además, como emprendimiento de innovación social educativo, se explora la posibilidad de asociarse a la red Ashoka Chile, que apoya con recursos en dicha área, en base al fomento de cambio social propuesto, como idea escalable cooperativa en que se puede transformar.

Inicialmente, para la primera parte de ejecución del proyecto, el presupuesto proyectado apunta a cubrir las necesidades del webdoc basado en el sitio web, el cual deberá contar con la suficiente calidad para adaptarse a los requerimientos de conexión y visualización de redes sociales. Por ello, los ítems requeridos en:

- Costo anual
 - Nombre de dominio: \$20.000
 - Hosting web: \$100.000
 - Certificado de seguridad: \$40.000
 - Webmaster: \$6.400.000
 - Encargado de comunidades \$5.400.000
 - Coordinador \$7.400.000

- Costo por una vez
 - Diseño y desarrollo web inicial \$180.000
 - Implementación tecnológica: \$1.000.000

XI. IMPLEMENTACIÓN Y CONTROL

11.1 Estructura equipo

El proyecto considera un equipo de trabajo a cargo del director del proyecto, que trabajará en conjunto a un coordinador en la implementación inicial de la propuesta, consistente principalmente en el levantamiento logístico – estructural. A ello, se suma la definición de un equipo de trabajo que incluye un webmaster y a un gestor de comunidades, dedicados en la puesta en marcha y desarrollo de las plataformas y acciones de atracción transmedia.

Así, los roles y responsabilidades específicas, asociados al equipo de trabajo de la propuesta, son:

- Coordinador de proyecto. Responsable del cumplimiento de los procesos requeridos y ligados a los objetivos transmedia, gestión documental relativa al proyecto y su relación con socios estratégicos, rendiciones de cuenta derivadas de la asociatividad, eventual relación con proveedores.
- Encargado de redes sociales. Responsable de activación, mantención y desarrollo de contenido de las redes sociales, en función de la línea editorial del proyecto transmedial.
- Webmaster. Diseño, desarrollo y mantención de webdoc anclado en sitio web.

A su vez, en el fondo del proyecto, la implementación de las tácticas tiene como objetivo la generación de seguidores y una comunidad cercana al interés cultural – patrimonial, para lo cual se establecerán estrategias de seguimiento pensadas en las plataformas propuestas. Así, utilizaremos métricas basadas en Key Performance Indicator (KPI) para Instagram y Facebook en función de visibilidad, interacción social y engagement, con cálculo de métricas en corto y mediano plazo.

Referencias bibliográficas.

Cáceres, C. y Ahumada, G. (2020) *Revista Bitácora Urbano Territorial*. 30(3), septiembre -diciembre.

Cáceres, C., Leal, C., Ramírez, Ch. y León, N. (2017). *Índice regional de inclusión social*. Viña del Mar, Chile: Centro de Inclusión e Innovación Social.

Cadem (2019). *El Chile que viene. Uso de las redes sociales*. Recuperado de <https://cadem.cl/estudios/>

Carta de Cracovia, (2000). principios para la conservación y restauración del patrimonio construido. Artículos 1-2. 25 de octubre.

Conferencia de las Naciones Unidas para el Comercio y el Desarrollo (2010) *Informe Anual 2009*. Recuperado de https://unctad.org/es/system/files/official-document/dom20101_sp.pdf

Constitución Política de la República de Chile. (1980). Artículos 19 – 23.

Datawheel, (2017). <https://datachile.io>. Fecha de acceso (04 de enero de 2022).

Feilden, B. M. (2004) *Conservation of Historic Buildings*. Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann.

Gummerson, E. Lusch, R. Vargo, S. (2010) Transición de la gestión de servicios a la lógica de servicio dominante: observaciones y recomendaciones. *Revista Internacional de Ciencias de la Calidad y el Servicio*. 2 (1), 8-22.

Guerrero, M. y Scolari, C. (2016). Narrativas transmedia y contenidos generados por los usuarios: el caso de los crossovers. *Cuadernos.info*, (38), 183-200.

Gutiérrez, E. (07 de diciembre del 2011) *Activar el Patrimonio, Dinamizar el Territorio*. Recuperado de <https://diagnosiscultural.wordpress.com/2011/12/07/activar-el-patrimonio-dinamizar-el-territorio/>

INE. (2017) *Censo de población y vivienda 2017*. Santiago. Instituto Nacional de estadísticas.

Jenkins, H. (2008). *Convergence Culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.

Leal, A. y Quero, M. (2011) *Manual de Marketing y comunicación cultural*. Cádiz. España: Universidad de Cádiz.

Left, E. (2000). Pensar la complejidad ambiental. *En la complejidad ambiental*. México: Siglo XXI Editores: 7–53

Ley 17.288. Diario Oficial de la República de Chile, 04 de febrero del 1970.

Ministerio de las Culturas, Artes y Patrimonio. (21 de julio de 2021). *Fondos Cultura lanza convocatoria 2022 con histórica cifra de apoyo para la reactivación y recuperación del sector cultural*. Recuperado de <https://www.cultura.gob.cl/convocatorias/fondos-cultura-lanza-convocatoria-2022-con-historica-cifra-de-apoyo-para-la-reactivacion-y-recuperacion-del-sector-cultural/>

Ministerio de Desarrollo Social (2017). *Encuesta Casen 2017*. Santiago. Recuperado de <http://observatorio.ministeriodesarrollosocial.gob.cl/encuesta-casen-2017>

Moreno, C. (2019) *Reflexiones sobre memoria y patrimonio de nuestra tierra, nuestra gente y su cultura*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina: Icomos.

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, Ciencia y Cultura. *Patrimonio Inmaterial*. Recuperado de <https://es.unesco.org/themes/patrimonio-cultural-inmaterial>

Osterwalder, A. Pigneur, Y. Bernarda, G. Smith, A. (2015). *Diseñando la propuesta de Valor*. Deusto. Recuperado de https://www.planetadelibros.com/libros_contenido_extra/30/29573_Disenando_la_propuesta_de_valor.pdf

Ropert, R. (2003) La conservación del patrimonio cultural urbano en el ordenamiento jurídico chileno: hacia una regulación más eficiente. *Revista de Derecho Ambiental*. 1(1), 118-140.

Saavedra, J. (2019). *Alcaldesa electa de Quilpué y organizaciones sociales de la comuna denuncian ante fiscalía daño a piedras tacitas*. Recuperado de <https://www.soychile.cl/Valparaiso/Sociedad/2021/06/09/709527/Alcaldesa-electa-de-Quilpue-y-organizaciones-sociales-de-la-comuna-denuncian-ante-Fiscalia-dano-a-piedras-tacitas.aspx>

Sanz, N. y Tejada, Carlos. (2016) *México y la UNESCO, la UNESCO y México: historia de una relación*. Ciudad de México: UNESCO.

Schávelzon, D. (1990) *La conservación del patrimonio cultural en América Latina. Restauración de edificios prehispánicos en Mesoamérica: 1750 – 1980*. Ciudad de Buenos Aires, Argentina: Instituto de Arte Americano e Investigaciones Estéticas Mario J. Buschiazzo.

Subsecretaría de Telecomunicaciones (09 de febrero de 2021) *Radiografía Digital 2020: 60% de los niños indica que ha conversado más con sus padres a raíz de las cuarentenas*. Recuperado de <https://www.subtel.gob.cl/radiografia-digital-2020-60-de-los-ninos-indica-que-ha-conversado-mas-con-sus-padres-a-raiz-de-las-cuarentenas/>

Valdebenito, C. (2019). "Migraciones y diferenciación sociodemográfica del espacio residencial urbano. El caso de la ciudad de Viña del Mar en su contexto metropolitano". *Investigaciones Geográficas*, 58: 89-103. Recuperado de <https://doi.org/10.5354/0719-5370.2019.55734>

UNESCO. (2006). Compendio de Leyes sobre la protección patrimonial guatemalteco. Recuperado de https://oibc.oei.es/uploads/attachments/482/compendio_leyes_guatemala.pdf

UNESCO, (2014), Patrimonio. Recuperado de <https://es.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/digital-library/cdis/Patrimonio.pdf>

Unión Internacional de Telecomunicaciones, (2020) *Informe sobre el Desarrollo Mundial de las Telecomunicaciones/TIC y base de datos*. Recuperado de <https://datos.bancomundial.org/indicador/IT.NET.USER.ZS?locations=CL>