



## **CORPORACIÓN CULTURAL: MACULTURA**

### **Parte I**

**PLAN DE NEGOCIOS PARA OPTAR AL GRADO DE  
MAGÍSTER EN ADMINISTRACIÓN**

**Alumnos: Karín Caro**

**Profesor Guía: Arturo Toutin**

**Santiago, septiembre 2016**

# Contenido

Resumen Ejecutivo .....	3
I. Oportunidad de negocio.....	4
II. Análisis de la Industria, Competidores, Clientes .....	4
III. Descripción de la empresa y propuesta de valor .....	6
IV. Plan de Marketing.....	8
V. Plan de Operaciones.....	10
5.1. Estrategia, alcance y tamaño de las operaciones.....	10
5.3. Plan de desarrollo e implementación .....	13
5.4. Dotación.....	15
VI. Equipo del proyecto.....	15
6.1. Equipo Gestor .....	15
6.2. Estructura organizacional.....	17
6.3. Incentivos y compensaciones .....	18
VII. Plan Financiero .....	19
7.1. Tabla de supuestos .....	19
7.2. Estimación de ingresos.....	19
7.3. Egresos Variables .....	19
7.4. Primer Año de funcionamiento.....	20
7.5. Capital de trabajo y cálculo de inversión en activos.....	22
7.6. Balance Proyectado.....	22
7.7. Evaluación financiera del proyecto (puro, sin deuda) .....	23
VIII. Riesgos críticos .....	26
IX Propuesta al Municipio .....	27
9.1. Estrategia de Financiamiento .....	27
9.2. Oferta para el Municipio .....	27
9.3. Conclusiones .....	29
X Conclusiones.....	29
XI Bibliografía y Fuentes .....	31
XII Anexos .....	33
12.1. Antecedentes de Comuna de Macul.....	33

12.2.	<b>Mapeo Industria Creativas: Potencial de Crecimiento</b> .....	34
12.3.	<b>Desarrollo de CANVAS</b> .....	35
12.4.	<b>Estimación de crecimiento.</b> .....	37
12.5.	<b>Afiche informativo para Puntos de Cultura</b> .....	39
12.6.	<b>Corporación Cultural Municipal – Antecedentes Generales</b> .....	40
12.7.	<b>Currículo Vitae de Gestores del Proyecto</b> .....	43
12.8.	<b>Descripción de Cargo</b> .....	51
12.9.	<b>Listado de las 10 mejores empresas según utilidades 2013</b> .....	55
12.10.	<b>Costos directos</b> .....	56
12.11.	<b>Listado de sueldos de la corporación</b> .....	58
12.12.	<b>Estimación de gasto en remuneraciones 2017 y evolución de personal Variable</b> ...	58
12.13.	<b>Detalle egresos generales</b> .....	59
12.14.	<b>Tabla de inversiones en Activos para la corporación</b> .....	59
12.15.	<b>Tabla depreciación de activos</b> .....	60
12.16.	<b>Calculo de capital de trabajo requerido</b> .....	61
12.17.	<b>Estado de resultados de 2017</b> .....	61
12.18.	<b>Breve resumen de cálculo de tasas de descuento social</b> .....	62
12.19.	<b>Calculo de tasa con método CAPM</b> .....	65
12.20.	<b>Tabla de sueldos directos aplicados a cultura en 2014 por Macul</b> .....	68
12.21.	<b>Resumen gasto directo en cultura por municipalidad de Macul en 2014</b> .....	69
12.22.	<b>Detalle de la inversión inicial en bienes muebles e intangibles</b> .....	69

---

## **Resumen Ejecutivo**

“Macultura”, Corporación Cultural sin fines de lucro, de propiedad de la Municipalidad de Macul se convertirá en el organismo que gestione todo el desarrollo de las artes y cultura para la comuna. Actualmente esta tarea es administrada por el departamento de Cultura de la Municipalidad, con una capacidad de gestión limitada en donde se aprecia un gasto de UF 6.400 por aproximadamente 38.000 habitantes, esto representa en proporción 6 usuarios/UF, según consta en presupuesto directo 2014 del municipio.

La Corporación Cultural Macultura gestionará de manera eficiente los recursos municipales para llegar a un rendimiento de 69 usuarios/UF aportada. Esto se conseguirá por un adecuado plan de marketing y operaciones que permitirá la obtención de nuevas fuentes de financiamiento de hasta UF 33.000 amparadas por la Ley de Donaciones.

Con el propósito de generar una programación artístico/cultural para todos los habitantes de Macul, sus alrededores y fomentar la asistencia a eventos artísticos de toda índole, la corporación utilizará 20 juntas de vecinos como “Puntos de Cultura” abarcando geográficamente toda la comuna con cursos artísticos y eventos culturales. El crecimiento de las actividades será basado en la mejora de las condiciones para los usuarios aumentando un 67% la asistencia. Así, la corporación pasará de menos de 40 mil asistentes en 2014 (gestionado por la municipalidad) a cerca de 82 mil el primer año de funcionamiento y un total de 257 mil para el último año de evaluación del proyecto. La gestión eficiente de la corporación permitirá una cobertura 6.5 veces más alta que trabajando directamente. Se cumplirá así el objetivo central de la corporación: “Todos los vecinos de Macul asisten a algún evento cultural en el año”, convirtiéndose en un referente para la región.

Financieramente, el proyecto resulta rentable visto desde dos ópticas de análisis: El flujo del inversionista neto visto de la evaluación de la inversión y las subvenciones, otorga un costo de oportunidad cercano al 24% considerando valor residual. Y, el valor actual neto de los ahorros respecto del gasto en cultura, conseguidos por el municipio al optar por una corporación es UF 5.623, con un costo de oportunidad del 85% al considerar el proyecto puro. Estos ahorros permitirán a la comuna concentrar su actividad en otras áreas de bienestar social con recursos propios.

## **I. Oportunidad de negocio**

### **1.1. Descripción de la idea**

Macultura se propone establecer una Corporación Cultural Municipal, sin fines de lucro, para la comuna de Macul (*Anexo 12.1*). La Corporación plantea entregar cultura a todos los habitantes de la comuna, por esto el principal objetivo es cubrir todo el territorio geográfico que posee Macul. Para que esto sea efectivo se propone lo siguiente:

- Creación de una sólida cartelera cultural
- Desarrollar talleres de expresión cultural
- Asociación con distintos estamentos gubernamentales
- Recolección de donaciones
- Organización de eventos y actividades a nivel de colegios

### **1.2. Necesidad de Mercado Existente**

Actualmente, la comuna de Macul no posee un lugar propio para el desarrollo cultural y debe adecuarse a los distintos espacios disponibles que posee para disfrutar de eventos.

### **1.3. Tamaño del mercado**

Según datos del INE la población de la comuna de Macul asciende a 124.015 habitantes.

**Cuadro 1.1: Mercado Total Macul**

<b>Mercado Total Corporación cultural Macul</b>	<b>Usuarios</b>	<b>Monto UF</b>
Asistentes a talleres	124.015	266.632
Asistentes a espectáculos	992.120	128.976
<b>Total Mercado</b>	<b>1.116.135</b>	<b>395.608</b>

*Fuente: Elaboración Propia*

*El detalle de este capítulo se encuentra en la parte I del Plan de Negocio*

## **II. Análisis de la Industria, Competidores, Clientes**

### **2.1. Industria:**

Principales Características de la Industria en Chile:

- Industrias Creativas son uno de los sectores con mayor potencial de crecimiento sin requerir mayores esfuerzos por parte del Estado. (*Anexo 12.2*)

- La industria creativa en Chile creció un 14% en los últimos cinco años, se aprecia que la Industria se ha mantenido constante en torno al 1,6% de PIB.
- Las empresas creativas al año 2011, alcanzaron ventas por USD\$11.368 millones, las que equivalen al 1,4% del total de empresas del país.

La Corporación Cultural estará dentro del macrosegmento de Municipal, por lo que es relevante mencionar que genera una barrera de entrada alta ya que está dada por el factor “límites comunales”, que impedirá que cualquier otro competidor entre. Sin embargo, deberá seguir el plan de acción para mitigar los otros factores negativos que se hallaron en el análisis, ya que los clientes, sustitutos, competidores y proveedores tienen un alto poder de negociación.

La Industria presenta un atractivo importante para incursionar en ella, debido a varios factores positivos que presenta, como:

- Posicionamiento Territorial, al ser una Corporación Municipal tendrá acceso directo a los habitantes y recursos de la comuna, impidiendo el acceso de otros competidores.
- Fuentes de ayuda de parte del Estado, a través de FONDART Regionales y creación de la ley de donaciones que permite a privados entregar fondos para estos fines.
- Alto potencial de crecimiento (entre el 2002-2008 creció un 14%) y los esfuerzo que se están realizando para que continúe creciendo, estimando que en los próximos años pase de un 1,6% del PIB al doble de esto, para al menos quedar a la par con los países de Latinoamérica que bordean entre el 3 y 5 % de PIB de sus respectivos países.
- Alza que ha tenido en los últimos años el interés de la población por consumir cultura (*Anexo 12.16*).

## **2.2. Competidores**

Como **competidores directos** de la Corporación, se tomarán en consideración a todas las corporaciones culturales de la región (400 registradas en Fundaciones y Corporaciones Culturales), de las cuales serán relevantes para este estudio solo las de origen municipal, que según lo registrado en Espacios Culturales en el año 2015, estos corresponden a 40 Corporaciones.

## **2.3. Clientes**

Los consumidores a los cuales pretende cautivar la Corporación son todos los habitantes de la comuna de Macul, estimados en 124.015 al 2012. Estos serán hombre, mujer y niños de todas las edades; estratos socioeconómicos, diferentes etnias y nivel educacional.

La población está compuesta por: adulto mayor de 65 (14,8%), jóvenes y adultos (68,1%) y menores de 15 (17,1%). Dentro de estos grupos, se considera que hay un 12.01% de población perteneciente

a algún grupo étnico, equivalente a 11.461 habitantes.

A su vez, la comuna presenta una estructura heterogénea considerando la siguiente proporción: ABC 1 (10%); C2 (20%); C3 (25%); D (35%) y E (10%)

Por último, el tamaño objetivo del mercado se explica en la siguiente tabla.

**Cuadro 2.9: Participación en actividades culturales y mercado objetivo.**

Mercado Objetivo	Participación de la población					
	Índice hábitos relacionados con cultura	Alta	Media	Baja	Nula	Total
Asistencia Eventos Culturales (%)		10,6%	43,3%	35,5%	10,6%	100,0%
Formación y práctica cultural (%)		7,4%	16,4%	49,7%	26,5%	100,0%
Instituciones educacionales (%)		7,4%	16,4%	49,7%	26,5%	100,0%
Asistencia Eventos Culturales (hab)		13.146	53.698	44.025	13.146	124.015
Formación y práctica cultural (hab)		6.604	14.635	44.352	23.649	89.240
Instituciones educacionales (hab)		988	2.189	6.633	3.537	13.347
Asistencia Eventos Culturales (UF)		1.709	6.981	5.723	1.709	16.122
Formación y práctica cultural (UF)		14.199	31.465	95.357	50.845	191.866
Instituciones educacionales (UF)		N/A	N/A	N/A	N/A	N/A

Fuente: *Elaboración propia en base a Encuesta nacional de Participación y Consumo Cultural – 2012*

*El detalle de este capítulo se encuentra en la parte I del Plan de Negocio*

### **III. Descripción de la empresa y propuesta de valor**

El modelo de negocios de la Corporación se puede observar a continuación, para ver el detalle ir al anexo 12.20

ALIADOS ESTRATÉGICOS	ACTIVIDADES CLAVES	PROPUESTA DE VALOR	RELACIÓN CON CLIENTES	SEGMENTO DE CLIENTES
*Municipalidad de Macul, dueña de la corporación y socio estratégico *Cartera de auspiciadores que sustenten la actividad de la corporación. *Asociación con escuelas de Arte *Relación con otras corporaciones culturales *Relación con los centros culturales de la comuna *Asociación con puntos de interés cultural de la comuna	*Programación Anual de actividades *Página web Actualizada *Fomentar la realización de eventos masivos que sea de aporte externo e interno *Permanente contacto con el Municipio y los intereses de su comunidad *Recolección de donaciones	Se ofrecerá una sólida cartelera cultural y variados talleres artísticos que se podrán disfrutar tanto en los 20 puntos de cultura como en los espacios habilitados en distintos lugares de la comuna.	*Profesionales que imparten los distintos talleres *Personal de apoyo informativo presencial y online *Suscripciones para recibir noticias y programas anuales de las distintas actividades *Información a través de las revistas vecinales o comunidades locales *Concursos en colegios	Habitantes de la comuna de Macul.
	<b>RECURSOS CLAVES</b> *Exclusividad del territorio de la comuna de Macul *Equipo gestor *Profesionales en enseñanza artísticas *Know How del Municipio sobre las costumbres de sus habitantes		<b>CANALES</b> *Página Web *Tablones de información en puntos de cultura *Revista semestral de actividades *Cuenta publica anual *Encuestas de intereses vecinales y satisfacción sobre los eventos y talleres *Buzón electrónico de ideas	
<b>ESTRUCTURA DE COSTOS</b>			<b>INGRESOS</b>	
*Costos de los eventos culturales contratados *Sueldos de Personal *Pago a Proveedores *Mantención de las oficinas *Mantención de la página web *Publicidad			*Inscripción de socios, patrocinadores y auspiciadores *Talleres Matricula y mensualidades *Publicidad en pagina web *Subsidio municipal *Concursos de fondos gubernamentales *Comision por venta de obras de arte	

### 3.2.1 Propuesta de Valor

La propuesta de valor está dada por la cobertura geográfica de la comuna, entregando arte y cultura en los denominados puntos de cultura, que se ubicarán en las 20 sedes vecinales distribuidas en Macul

### 3.2.2 Ventaja Competitiva

La ventaja competitiva está dada por los límites geográficos que presenta la comuna, los cuales permitirán tener cobertura absoluta de todos los habitantes de la Macul. Al ser una Corporación Municipal crea inmediatamente una barrera de entrada a otros competidores, limitando el acceso directo a la comunidad, lo que permitirá a Macultura disponer de todos los espacios públicos a su cargo para el desarrollo de actividades y el conocimiento real del comportamiento de las personas.

## 3.3 Estrategia de crecimiento o escalamiento. Visión Global

El crecimiento dentro de la comuna se define por tres áreas de interés:

- Cobertura de la población



- Incorporación de asociaciones culturales de la comuna a la programación cultural
- Creación de eventos a privados
- Habilitación de un espacio para la cultura

*El detalle de este capítulo se encuentra en la parte I del Plan de Negocio*

## **IV. Plan de Marketing**

Los principales objetivos de Marketing son:

- Captar Usuarios de talleres y eventos
- Captar Usuarios Colegios
- Fidelización de los usuarios
- Posicionamiento en Macul

### **4.2. Estrategia de segmentación**

#### **Asistentes a los talleres artísticos:**

- Hombres y Mujeres de 18 años en adelante, trabajadores, que buscan un espacio para desarrollar una actividad artística por la que sientan afición.
- Niños y jóvenes de 10 a 18 años que prefieran actividades artísticas en lugar de deportivas.

#### **Asistentes a espectáculos:**

- Público en general dentro y fuera de la comuna de Macul.
- El público será segmentado en función de la oferta cultural ofrecida.

#### **Participantes de actividades culturales escolares:**

Estudiantes de colegios de la comuna de Macul, hombres y mujeres de 10 a 18 años que participen en los talleres culturales organizados por las escuelas.

### **4.3. Estrategia de producto/servicio**

**Talleres Culturales:** Los talleres (artísticos y culturales) se definirán en función de los requerimientos de la comunidad mediante consultas locales, específicamente de cada unidad vecinal en la comuna.

**Eventos Artísticos:** La Corporación buscará para estas presentaciones, artistas de calidad reconocida para obtener la aceptación de los asistentes.

**Concursos Artísticos para estudiantes:** Para desarrollar en conjunto con los colegios y liceos de la comuna, se estimulará a los establecimientos para que presenten a sus alumnos en concursos de

distintas disciplinas.

#### 4.4. Estrategia de Precio

Al ser la corporación una organización sin fines de lucro, se ha definido como estrategia de precio, para los habitantes de Macul, lo siguiente:

- Talleres artísticos: se manejarán con valor de matrícula y pago de mensualidad.
- Eventos en toda la comuna: serán de costo cero para la comunidad.
- Establecimientos de educación, estas no tendrán costo para los usuarios.

#### 4.5 Estrategia de Distribución

Para las actividades relacionadas con los habitantes de Macul, se establece que el pilar fundamental de nuestra diferenciación es entregar las actividades culturales en las agrupaciones vecinales existentes en la municipalidad. Con esto aseguramos cobertura geográfica y cercanía con los usuarios, facilitando el acceso a nuestras actividades.

#### 4.6. Estrategia de Comunicación y ventas

En las actividades relacionadas con la Municipalidad de Macul, la comunicación se hará por los siguientes canales:

- Página Web de la corporación cultural
- Comunicación escrita en los puntos de cultura

#### 4.7. Estimación de la demanda y proyecciones de crecimiento anual

**Cuadro 4.3: Asistentes totales, ingresos percibidos y crecimiento.**

Tabla de Asistentes e ingresos	2017	2018	2019	2020	2021
Asistentes a talleres		2.058	3.067	3.780	4.502
Ingresos por Talleres (UF)		4.761	7.095	8.745	10.415
Asistentes Espectáculos	81.957	163.914	197.703	230.695	252.684
Auspicios para ejecución de espectáculos (UF)	8.724	21.766	25.804	30.146	33.279
Aporte Municipalidad de Macul (UF)	3.817	3.817	3.817	3.817	3.817
Participantes Concursos escolares		2625	2625	5250	5250
<b>Total Ingresos totales (UF)</b>	<b>12.541</b>	<b>30.344</b>	<b>36.717</b>	<b>42.708</b>	<b>47.511</b>
<b>Total asistentes</b>	<b>81.957</b>	<b>168.597</b>	<b>203.395</b>	<b>239.725</b>	<b>262.436</b>

*Fuente: elaboración propia*

#### 4.8. Presupuesto de Marketing y cronograma

El presupuesto de Marketing viene detallado anualmente y establece una importante inversión inicial para la creación de la marca como para el lanzamiento de la corporación a toda la comunidad.

Las actividades:

- Diseño de la imagen de la Corporación
- Lanzamiento de la corporación cultural
- Difusión de la corporación
- Desarrollo de contenidos Web
- Documentos de difusión de actividades de la Corporación
- Plan de reuniones con auspiciadores

*El detalle de este capítulo se encuentra en la parte I del Plan de Negocio*

## **V. Plan de Operaciones**

### **5.1. Estrategia, alcance y tamaño de las operaciones**

Según la definición de los objetivos, la corporación centrará sus actividades en la cobertura completa de la comuna de Macul con actividades artísticas/culturales y talleres en base a los requerimientos de la comunidad. Para conseguir dichos objetivos, la Corporación utilizará las sedes de juntas de vecinos para la creación de los “Puntos de Cultura”. Estos mini centros culturales serán los espacios físicos donde se realizarán tanto los talleres de formación artística como muchos de los espectáculos artísticos de menor envergadura. Tanto la cartelera como los talleres que serán presentados en cada punto serán promocionados localmente.

La cartelera de los puntos de cultura será presentada semestralmente (*Anexo 12.24*). En cada punto se exhibirá un espectáculo mensual que será presentada durante los fines de semana hasta que el aforo lo amerite. A su vez, los talleres en los puntos de cultura serán ofrecidos de forma anual e irán rotando cada año de sede en sede, con el fin de que cada taller sea conocido por todos los habitantes.

Para fomentar la cultura a nivel escolar, la corporación creará un concurso de disciplinas artísticas que será presentado a la comunidad en el mes de diciembre. En dicho concurso se invitará a participar a todos los colegios municipales. Durante el año la corporación apoyará la formación de los talleres en cada colegio con apoyo de profesores especialistas y material necesario para el desarrollo de esta actividad (instrumentos musicales, vestuario, etc.)

Para realizar los cursos de formación, se contratarán profesores de experiencia, privilegiando a quienes sean habitantes de la comuna de Macul.

Para los espectáculos culturales, se realizará la cartelera de estos eventos en base al nivel de recaudaciones obtenidas para este objetivo. Los auspicios recibidos para esta actividad, serán el sustento económico de la corporación. En este caso, el costo variable de la contratación de los espectáculos culturales es aproximadamente el 55% de los auspicios recibidos, permitiendo con el resto, cubrir el resto de los costos variables y los costos fijos.

Para llevar a cabo la cartelera cultural, se realizarán contratos con compañías artísticas (teatro, danza música) garantizando una extensa presentación de su oferta cultural. Cada evento en un punto de cultura estará en cartelera un mes, rotando al siguiente punto de cultura, manteniendo 10 meses diferentes eventos para toda la comunidad.

## 5.2. Flujo de operaciones

En régimen, las tareas operacionales se dividirán en planificación, recolección de recursos, ejecución y control. Cuatro actividades principales son sometidas a estas operaciones: Talleres en puntos de cultura; Cartelera Cultural y Concurso colegios. La siguiente Carta Gantt establece el calendario anual de cada operación:

**Cuadro 5.2: Carta Gantt proceso de operaciones anuales**

	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
Planificación			Concursos Colegios	Cartelera Cultural 2° Sem		Cartelera Cultural 2° Sem año + 1		Talleres Punto Cultura año + 1				
Recaudación de Recursos			Concursos Colegios		Cartelera Cultural 2° Sem			Cartelera Cultural 2° Sem año + 1		Talleres Punto Cultura año + 1		
Ejecución y Control			Cartelera Cultural 1° Sem				Cartelera Cultural 2° Sem					
			Talleres Punto Cultura									

*Fuente: Elaboración Propia*

**Talleres en Puntos de Cultura:** Son cursos auto gestionados por la comunidad que son impartidos semanalmente en las juntas de vecinos.

➤ **Planificación:** comenzará en el mes de octubre con el análisis de los siguientes datos: Encuestas de satisfacción realizadas a los asistentes; Requerimientos de nuevos talleres por parte de la comunidad a través de postulaciones; Asistencia promedio a los talleres. El resultado del análisis permitirá a la corporación la programación de los talleres para el año siguiente.

➤ **Recaudación de Recursos:** Los recursos necesarios para la ejecución de los talleres se basan en las unidades vecinales donde los cursos serán impartidos, y los profesores que dictarán dichos cursos. Estos cursos son autofinanciados, donde los asistentes, a través de su mensualidad,

financian el costo del profesor.

➤ **Ejecución y control:** La ejecución de los talleres comienza a partir del mes de marzo y se extiende hasta fines de diciembre. El taller se basa en la elección de los alumnos, a través de las solicitudes realizadas en año anterior. Los cursos se realizan en los puntos de cultura, generalmente las juntas de vecinos distribuidas por la Comuna. Cursos más grandes o específicos se realizan en dependencias municipales. Cada curso tiene un horario definido semanal, que es establecido por la Corporación. La asistencia de los alumnos es medida en cada clase a través de un libro de registro de asistencia, así también se vela por el compromiso de cada participante.

Finalmente, los alumnos asistentes son encuestados para medir sus impresiones respecto al curso, y al profesor. Estas evaluaciones sirven como base para la definición del próximo año, tanto de los talleres a impartir, como de los profesores a contratar.

### **Cartelera Cultural:**

➤ **Planificación:** se realizará en dos periodos para cubrir actividades semestrales, para el primer semestre la planificación es en los meses de julio a septiembre del año anterior y para el segundo semestre la planificación se realiza entre los meses de abril y junio.

Para proyectar la cartelera, la corporación establecerá diversas áreas que cubrir, como artes visuales, escénicas y musicales. Durante todo el año existirá en la página web de la corporación, una encuesta sobre las preferencias de los habitantes de la comuna. Esta encuesta será considerada para escoger la cartelera de espectáculos. Se privilegiará a las expresiones artísticas provenientes de la misma comuna.

➤ **Recaudación de recursos:** se realizarán para cada semestre durante tres meses en línea con la planificación. El objetivo es asegurar con anticipación los artistas que participarán en los espectáculos seleccionados. Los espectáculos de la cartelera cultural son principalmente sin costo para los asistentes, por lo tanto, la recaudación de ingresos es a través de fondos públicos (Ej. Fondart) y auspicios tanto de empresas privadas como de particulares que se acojan a la ley de donaciones culturales.

Aunque la corporación se preocupará todo el año de gestionar este tipo de ingresos, es en los meses establecidos para la recaudación para la cartelera cultural donde se harán las campañas más intensas.

➤ **Ejecución y control:** La ejecución de la cartelera será establecida semestralmente, de marzo a julio y de agosto a diciembre. Gran parte de los eventos de la cartelera serán presentados en los puntos de cultura. Se establece un evento mensual por puntos de cultura con presentaciones hasta 3 veces por semana durante ese mes. La corporación entregará las invitaciones para la asistencia ordenada a estos eventos y presentará en cada punto de cultura la cartelera que le corresponde.

Otro tipo de eventos masivos se llevarán a cabo por parte de la municipalidad, estos serán ejecutados en instalaciones de la comuna como en otros lugares públicos o privados dependiendo de la naturaleza y el aforo del espectáculo.

La corporación contratará eventos tipo “llave en mano”, donde toda la gestión del evento mismo sea responsabilidad de la compañía que es contratada. La corporación será la encargada de hacer el llamado a la comunidad para asistir a estos eventos. Terminados los espectáculos, la corporación evaluará el desempeño de las compañías contratadas con el fin de establecer si son proveedores confiables en base a su calidad y responsabilidad durante la ejecución del espectáculo presentado. La página web de la corporación contará además con un espacio para que los asistentes a los espectáculos juzguen las características de los mismos.

### **Concursos de colegios:**

➤ **Planificación:** se llevará a cabo en marzo de cada año en conjunto con los directores de los establecimientos. En dicho periodo se establecerán las necesidades de recursos de los colegios para poder formar grupos de alumnos que constituyan los equipos participantes. Las disciplinas que serán evaluadas cada año serán definidas en este periodo, comenzando con las más clásicas (orquestra musical, teatro, danza) y considerando nuevas formas de expresión cultural relacionadas con los jóvenes participantes (bandas musicales, bailes populares, grafitis, entre otros)

➤ **Recaudación de recursos:** Cada año la corporación dirigirá una campaña destinada a la recolección de fondos y elementos para estos concursos. En los fondos, se buscarán auspicios de empresas relacionadas con el público objetivo y para los elementos necesarios para formar los grupos se organizará una campaña de donaciones de instrumentos musicales y otros elementos. Luego los recursos obtenidos serán en parte para entregar en los colegios las herramientas para que los alumnos preparen su presentación final y en parte para financiar los premios al fin del año.

➤ **Ejecución y control:** Cada año en el mes de diciembre, la corporación celebrará el concurso de talentos escolares, jornadas donde los colegios presentarán a sus exponentes en las disciplinas y un jurado establecerá a los ganadores. Dicho concurso será la finalización de un proceso comenzado en marzo con el establecimiento de las bases del concurso y el trabajo periódico que los alumnos harán en cada colegio.

El control de esta actividad se efectuará en dos etapas: la primera es el monitoreo durante todo el año del avance de las actividades de preparación de los alumnos en cada colegio; la segunda es el control de las actividades del concurso propiamente tal.

### **5.3. Plan de desarrollo e implementación**

Se estima que la corporación se forme a inicios del 2017 con la tramitación legal e instalación física. Durante el primer semestre se prepararán las actividades del segundo semestre. En el segundo semestre se planificará la actividad de todo el 2018 para comenzar como año normal.

➤ **Formación Legal:** Será definida como Corporación cultural municipal sin fines de lucro, con personalidad jurídica propia, será autónoma de derecho público y su finalidad es satisfacer las necesidades de la comunidad que habita. La Corporación Cultural Municipal estará regida por disposiciones especiales contenidas en el artículo 1°, inciso 2°, ley n° 18.695 y las normas del título XXXIII del Libro I del Código Civil, además, de algunas aplicaciones de las normas contenidas en la Ley n° 20.500 sobre asociaciones y Participación Ciudadana en la Gestión Pública (*más detalles sobre la constitución en Anexo 12.25*)

➤ **Contratación de personal:** Se realizará la primera etapa de contratación entre marzo y abril, reclutando a todo el personal administrativo y los líderes de proyecto. Una vez establecidos los primeros planes de ejecución se procederá con la siguiente etapa de contratación: personal de apoyo y profesores de los talleres.

➤ **Instalación de la corporación:** Se refiere a la instalación física de las oficinas de la corporación en espacios municipales como primera etapa y a la adecuación de los puntos de cultura para comenzar con las exhibiciones programadas. La municipalidad está encargada de facilitar oficinas e implementos para el trabajo de la corporación. La ubicación física de la corporación será en las dependencias de la municipalidad del Edificio Valdez.

➤ **Lanzamiento y marketing:** se establece según el programa el mes de abril para realizar el lanzamiento oficial de la corporación, que entregará su primera cartelera de espectáculos para el segundo semestre de 2017. Posteriormente al lanzamiento se ha calendarizado actividades de difusión entre los habitantes de Macul y colegios.

➤ **Primeras operaciones:** A partir del lanzamiento de la corporación y durante 3 meses se definirá la cartelera que operará durante el segundo semestre. Acto seguido, se realizará la recaudación y ejecución de dicha cartelera según un proceso de puesta en marcha de las actividades. Se realizarán los contactos con clientes institucionales para ofrecer las primeras funciones privadas el segundo semestre.

**Cuadro 5.3: Carta Gantt conformación e inicio de operaciones corporación cultural**

	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
Formación de la Corporación	Formación legal de la Corporación		Contratación de personal					Contratación de personal				
Instalación de la Corporación			Instalación en dependencias		Adecuación de espacios para exhibición de cartelera y talleres							
Lanzamiento y Marketing			Lanzamiento oficial		Difusión de las actividades en la comunidad			Difusión en colegios				
Planificación			Cartelera Cultural 2° Sem			Cartelera Cultural 1° Sem año+1		Talleres Puntos de Cultura año+1				
Recaudación de Recursos			Cartelera Cultural 2° Sem			Cartelera Cultural 1° Sem año+1		Talleres Puntos de Cultura año+1				
Ejecución y Control			Cartelera Cultural 2° Sem									

*Fuente: Elaboración Propia*

#### 5.4. Dotación

Durante la etapa de inicio, se requerirá de la conformación de:

- Directorio: estará compuesto por cinco personas, 2 del municipio y 3 de la corporación, escogidos cada 4 años.
- Director cultural (miembro del directorio)
- Departamento de Administración y Finanzas (miembro del directorio)
- Responsable del área municipal (miembro del directorio)
- Área de comunicaciones

Durante el mes de agosto se contratarán a los gestores culturales, ejecutores culturales y equipo de administración.

## VI. Equipo del proyecto

### 6.1. Equipo Gestor

La idea de constituir una Corporación Cultural para gestionar todo lo relacionado con el desarrollo de las actividades artístico culturales de la comuna de Macul, con el principal propósito de hacer de esta comunidad un referente regional, es del equipo conformado por dos “Candidatos a Magíster en Administración (MBA) de la Universidad de Chile”. La motivación por hacer de este lugar un destacado participante de la región se debe, en sus inicios, al vínculo que presentan los gestores con la comuna. Ambos estudiantes en su adolescencia en colegios maculinos y que guardan gratos recuerdos de los recorridos por las distintas áreas de la zona, no relacionadas con el arte. Cabe mencionar que cuando las actividades escolares requerían un evento cultural (Ej.: teatro), no había más remedio que asistir a eventos presentados por la comuna de Ñuñoa.

Sin embargo, al ir avanzando en la investigación para este proyecto, fueron apareciendo nuevas razones que reforzaban la idea de la Corporación y que fueron derivando en querer hacer de esta comunidad un actor principal en el aporte cultural, ya que actualmente Macul es solo un lugar



residencial con patio trasero empresarial, pero si se busca donde disfrutar de una obra de teatro, concierto musical o presentaciones de índole artístico, entre otros, en normal ver como sus habitantes deben desplazarse hacia otros lugares de la región, o simplemente no poder disfrutar de estos eventos distintos a los habituales.

Adicionalmente, es importante destacar el lazo que existe entre las artes y un miembro del equipo, que ha participado por alrededor de 5 años en talleres de pintura al óleo en su comunidad, conociendo desde el interior como se desenvuelven estos grupos y las necesidades que se van desarrollando en el tiempo, además de conocer el interés de los alumnos por querer disfrutar de eventos de alto nivel al alcance de todos.

El equipo está conformado por (Anexo 12.26):

1. **Karín Caro:** Arquitecto del Paisaje, INACAP, con un Diplomado en Gestión de Empresas (Universidad de Chile). Experiencia en emprendimiento personal, en áreas de paisajismo, desarrollando capacidades orientados a cumplir con las exigencias de los clientes. Posee una alta capacidad para enfrentar situaciones adversas, logrando superarse cuando las cosas son negativas, teniendo la competencia y creatividad necesaria para hallar soluciones novedosas a los conflictos. Lo que se traduce en una rápida adaptación a los cambios.

**Rol que tendrá:** Directora Cultural

2. **Oswaldo Gallardo:** Ingeniero Civil Industrial, Universidad Técnica Federico Santa María e Ingeniero de Ejecución Mecánico (USACH), de sólida formación en áreas de producción y planificación. Orientado a satisfacer necesidades de exigentes clientes. Amplia experiencia en dirección de grupos en torno a objetivos en áreas de desarrollo, productivas, control de calidad y prevención de riesgos. Posee habilidades para el trabajo en equipo, manejo de personal y excelentes relaciones interpersonales. Trabajo bajo presión y rápida adaptación a los cambios.

**Rol que tendrá:** Responsable de Administración y Finanzas

3. **Adriana Olgúí Marchant:** Licenciada en Educación, Universidad Pedro de Valdivia y Candidata a Magíster en Pedagogía Teatral, Universidad del Desarrollo. Una sólida experiencia de 16 años en el ejercicio de la Pedagogía Teatral, avalan el trabajo de esta actriz y docente por formación. El trabajo en equipo, red y multidisciplinario es parte del ADN de su experiencia, ya que la visión holística que tiene del ser humano, promueve y requiere del cruce de miradas y percepciones de una situación determinada de estudio. Además, es la Fundadora de TE VEO CHILE, asociación de Artes Escénicas para la Infancia y Juventud.

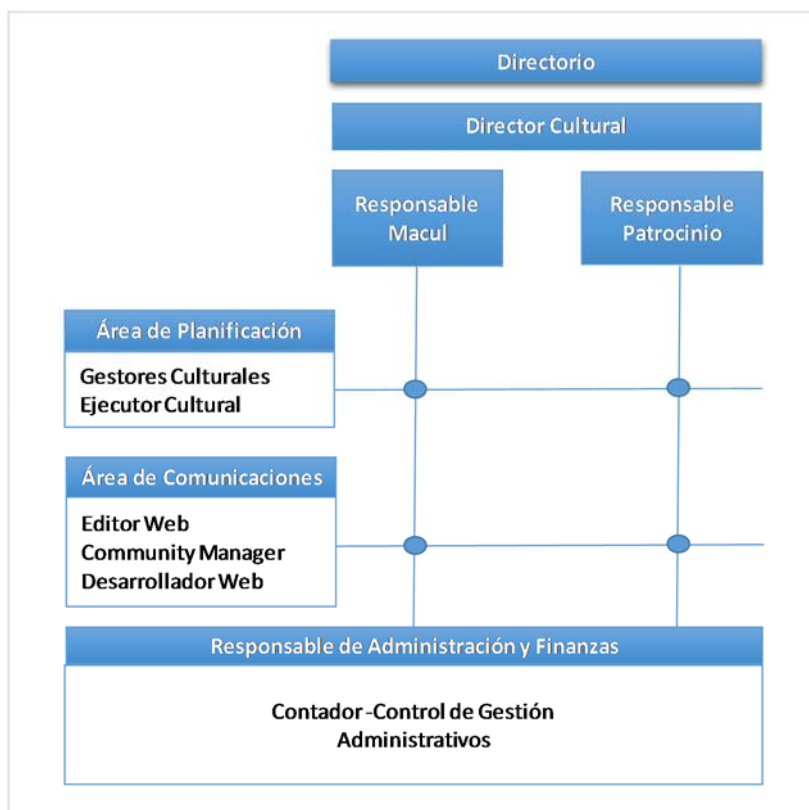
**Rol que tendrá:** Responsable Área Macul

Todo el equipo gestor contará con una remuneración mensual compuesta por una parte fija y otra variable. Esta última será un porcentaje de los auspicios recibidos por las instituciones privadas. En el caso de la directora Cultural y el responsable de finanzas este equivale a un 2% de comisión sobre los ingresos por auspicios. Para los responsables de área, la parte variable equivale a un 1% de los ingresos por auspicios. Esta política busca reducir los costos fijos y mantener al equipo director enfocado a conseguir las metas de recaudación objetivo en cada periodo.

## 6.2. Estructura organizacional

La estructura organizacional escogida es del tipo matricial, se espera cubrir a clientes que exigirán de parte de la Corporación tareas que podrán ser compartidas en las distintas áreas, como también fortalecerán la estrategia de crecimiento hacia eventos de índole institucional. Esto facilitará el buen funcionamiento sobre todo de recursos humanos, ya que las tareas presentes y futuras serán de índole similar, en cuanto a quienes desempeñan las funciones. En el anexo 12.27, se podrá encontrar el detalle de las funciones, capacidades e información sobre cada cargo.

**Cuadro 6.1: Estructura Organización Corporación Cultural Macultura**



*Fuente: Elaboración Propia*

### 6.3. Incentivos y compensaciones

Se contempla un plan de bonificación anual que estará relacionada con las utilidades recibidas cada año. Se definirá un porcentaje para inversión y otro para repartir entre cada miembro de la Corporación de acuerdo a los resultados obtenidos en la evaluación de desempeño, la cual se hará 2 veces por año.

La bonificación se hará siguiendo los siguientes criterios:

- El bono estará compuesto por 70% del total de sueldo base. Éste dependerá exclusivamente del desempeño individual y los resultados de la evaluación anual. Por lo cual, se entregará un valor proporcional al sueldo de cada uno, en igualdad a la evaluación realizada.

En la siguiente tabla, se muestran los porcentajes que recibirán cada funcionario y la puntuación utilizada en la evaluación de desempeño.

Puntuación	Porcentaje
90 - 100	100 %
65 - 89	75 %
50 - 64	50 %
Menor a 50	0 %

*Fuente: Elaboración Propia*

- El siguiente 30% corresponderá a las utilidades anuales de la corporación. En este caso será por el desempeño grupal y será una repartición proporcional al sueldo base de cada funcionario. Para este caso deberá cumplirse los siguientes objetivos y se bonificará de acuerdo a cada ítem.

Objetivo	Porcentaje
Cumplimiento del Presupuesto Anual	30 %
Cumplimiento con la Calendarización de eventos	30 %
Feedback de Satisfacción de la población sobre un 80 % de aprobación	40 %

*Fuente: Elaboración Propia*

También se contempla otros beneficios no monetarios para todos los funcionarios, definido de la siguiente forma:

- Día libre el día de su cumpleaños, en caso de que la fecha sea fin de semana, puede optar por el siguiente día hábil.
- Dos días consecutivos a quienes por programa de eventos en fin de semana deban trabajar.
- Cursos de capacitación y flexibilidad de horarios a quienes estudian fuera del horario laboral o padres con niños menores.

## **VII. Plan Financiero**

### **7.1. Tabla de supuestos**

- Horizonte de evaluación 5 años.
- Todos los valores monetarios son expresados en UF (Unidad de Fomento). UF 1= \$26.200
- La demanda base del primer año se obtuvo en relación al consumo normal de una comuna con corporación.
- Luego del periodo de evaluación se ha considerado sin crecimiento (perpetuidad constante)

### **7.2. Estimación de ingresos**

Para los talleres autogestionados, los ingresos provienen de las matrículas y mensualidades de los alumnos; para los espectáculos serán los auspicios. Los aportes de la municipalidad son los subsidios que anualmente otorga para la gestión de la cultura en la comuna.

**Cuadro 7.1: Estimación de Ingresos**

<b>Tabla de Ingresos (valores en UF)</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>
Ingresos por Talleres (matrícula y mensualidad)		4.761	7.095	8.745	10.415
Auspicios de privados	8.724	21.766	25.804	30.146	33.279
Aporte Municipalidad de Macul	3.817	3.817	3.817	3.817	3.817
<b>Ingresos Totales</b>	<b>12.541</b>	<b>30.344</b>	<b>36.717</b>	<b>42.708</b>	<b>47.511</b>

*Fuente: Elaboración Propia*

Los auspicios requeridos serán obtenidos principalmente de la empresa privada. Gracias a la ley de donaciones culturales en vigencia, las empresas privadas pueden descontar hasta el 100% del gasto en auspicios (Anexo 12.28)

### **7.3. Egresos Variables**

Según lo mencionado anteriormente, los colaboradores de la Corporación serán contratados a medida que el flujo de trabajo lo requiera. Según la proyección de ingreso, correspondiente a talleres y espectáculos los trabajadores variables que se irán incorporando a la planta fija son: Gestor cultural, Ejecutor cultural y Asistente administrativo.

Para personal fijo de responsabilidad directa en la gestión de la Corporación se estableció un sistema de sueldos fijos más una componente variable, que dependerá de los ingresos percibidos por los auspicios recibidos por la Corporación:

### Costos para talleres Artísticos

El costo horario del profesor ha sido estimado en UF0.57; la cantidad de horas por cubrir el primer año de funcionamiento es por un total de 40 semanas, el total de horas semanales por todos los cursos a impartir. El orden de crecimiento de estos cursos viene dado por:

**Cuadro 7.2; Ingresos y costos para talleres Artísticos**

<b>Resumen Ingreso y costo talleres</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>
Alumnos totales	0	2.058	3.067	3.780	4.502
<b>Horas totales de clase</b>	<b>0</b>	<b>7.440</b>	<b>11.088</b>	<b>13.665</b>	<b>16.275</b>
Ingresos matricula	0	506	755	930	1.108
Ingresos por mensualidades	0	4.255	6.341	7.815	9.308
Total ingreso	0	4.761	7.095	8.745	10.415
<b>Costos profesores</b>	<b>0</b>	<b>4.260</b>	<b>6.348</b>	<b>7.824</b>	<b>9.318</b>

*Fuente: Elaboración Propia*

El primer año de la corporación no se impartirán talleres artísticos.

### Costos para eventos culturales

Los costos para los eventos culturales, fueron calculados en base a la cartelera propuesta en el anexo 12.2. Con resumen de valores en el anexo 12.29. El monto total para el periodo 2017 (un semestre) es UF 4.991.

#### **7.4. Primer Año de funcionamiento**

Según el calendario, en el primer año de funcionamiento la Corporación será creada. La formación de su plantel será ejecutado en el primer semestre, para comenzar con las actividades de lanzamiento, difusión, preparación de la cartelera del segundo semestre y recolección de fondos, entre otras.

Los detalles de los cálculos de egresos generales, sueldos fijos y variables, activos fijos y depreciaciones están detalladas en los anexos 12.30 al 12.34.

A partir del año 2018, la Corporación trabajará normalmente con su calendario de actividades completo.

A continuación, se presentan el cuadro de Estados de resultados proyectados para la corporación y, para el año 2017 en adelante. El detalle el estado de resultados del primer año de funcionamiento en el anexo 12.36

**Cuadro 7.3: Estado de Resultados 2017-2021**

**Estado de Resultados Proyectados**

Valores en U.F.

			<b>Año 0</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>
<b>Ingresos</b>								
Ingreso Por Matricula Talleres				-	506	755	930	1.108
Ingreso Por Mensualidad Talleres				-	4.255	6.341	7.815	9.308
Ingreso Auspicios Espectaculos				8.724	21.766	25.804	30.146	33.279
Subvención Municipal				3.817	3.817	3.817	3.817	3.817
<b>Total Ingresos</b>				<b>12.541</b>	<b>30.344</b>	<b>36.717</b>	<b>42.708</b>	<b>47.511</b>
<b>Costos Directos</b>								
Profesores Talleres				-	4.260	6.348	7.824	9.318
<b>Costo dierto espectaculos</b>				-	4.991	11.813	14.248	18.210
Personal Administrativo Variable				-	1.157	2.652	3.926	4.615
Comisiones Direccion	4,0%			-	349	871	1.032	1.206
Comisiones jefe de equipo	2,0%			-	174	435	516	666
<b>Total Costos Directos</b>				-	<b>6.671</b>	<b>20.030</b>	<b>26.070</b>	<b>30.873</b>
Margen Directo				5.870	10.313	10.646	11.834	12.682
Margen Directo %				47%	34%	29%	28%	27%
<b>Gastos Fijos</b>								
Gastos Generales				-	1.294	1.126	1.126	1.126
Sueldos Fijos				-	5.242	6.071	6.071	6.071
Marketing				-	1.832	382	382	382
Actividad Colegios			0	-	1.145	1.145	1.145	1.145
Otros gastos (10%)				-	837	872	872	872
<b>Total Gastos</b>				-	<b>9.205</b>	<b>9.596</b>	<b>9.596</b>	<b>9.596</b>
<b>Resultado Operacional Bruto</b>				-	<b>3.335</b>	<b>717</b>	<b>1.050</b>	<b>2.238</b>
<b>EBITDA</b>				-27%	2%	3%	5%	6%
Depreciaciones				-	334	669	334	
Amortizaciones				-	105	210	105	
<b>EBIT</b>				-	<b>3.774</b>	<b>161</b>	<b>611</b>	<b>2.238</b>
<b>EBIT acumulado</b>				-	<b>3.774</b>	<b>3.936</b>	<b>3.325</b>	<b>1.086</b>
Tasas de Impuesto				25,5%	27%	27%	27%	27%
Impuesto				-	-	165	604	833
<b>UTILIDAD despues de impuesto</b>				-	<b>3.774</b>	<b>161</b>	<b>446</b>	<b>2.253</b>

Fuente: Elaboración Propia

En el caso del cálculo del flujo de caja libre, el resumen es el siguiente. Importante recordar, como lo indica el cálculo del capital de trabajo, el déficit máximo de efectivo se produce en diciembre,

según el anexo 12.35:

**Calculo de flujo de caja libre**

Valores en U.F.

		2017	2018	2019	2020	2021
<b>EBIT</b>		- 3.774	- 161	611	2.238	3.086
<b>EBIT acumulado</b>		- <b>3.774</b>	- <b>3.936</b>	- <b>3.325</b>	- <b>1.086</b>	- <b>1.999</b>
Tasas de Impuesto		25,5%	27%	27%	27%	27%
Impuesto		-	-	- 165	- 604	- 833
<b>UTILIDAD despues de impuesto</b>		- <b>3.774</b>	- <b>161</b>	<b>446</b>	<b>1.634</b>	<b>2.253</b>
Depreciaciones y amortizaciones		439	879	439	-	-
Inversión	- 2.064					
Capital de Trabajo	- 3.335					
<b>Flujo de caja Libre</b>		- <b>3.335</b>	<b>717</b>	<b>885</b>	<b>1.634</b>	<b>2.253</b>
<b>Flujo de caja Libre acumulado</b>		- <b>3.335</b>	- <b>2.618</b>	- <b>1.733</b>	- <b>99</b>	- <b>2.154</b>

*Fuente: Elaboración Propia*

**7.5. Capital de trabajo y cálculo de inversión en activos**

Para el cálculo del Capital de trabajo se utilizó el método del máximo déficit mensual de capital, obtenido en el mes de diciembre de 2017 por un monto de UF 3.335. El detalle del cálculo está en el anexo 12.35 Los Subsidios anuales que otorga la municipalidad, que vienen a partir de 2017, a diferencia de la inversión inicial, se han considerado como ingresos operacionales.

En el caso del activo se encuentra el detalle de la inversión que asciende a UF 2.064 en el anexo 12.33

**7.6. Balance Proyectado**

**Cuadro 7.4 Balance proyectado**

Balance		2017	2018	2019	2020	2021
<b>Activos</b>						
Disponibilidades		- 0	717	1.602	3.236	5.489
Otros activos corrientes						
IVA activo fijo		307	307	307	307	307
<b>Total Activos corrientes</b>		<b>307</b>	<b>1.024</b>	<b>1.909</b>	<b>3.543</b>	<b>5.796</b>
Propiedades y equipo		2.064	2.064	2.064	2.064	2.064
Depreciación acumulada		- 439	- 1.318	- 1.757	- 1.757	- 1.757
<b>Total Activos Fijo</b>		<b>1.317</b>	<b>439</b>	<b>- 0</b>	<b>- 0</b>	<b>- 0</b>
<b>Total Activos</b>		<b>1.624</b>	<b>1.463</b>	<b>1.909</b>	<b>3.543</b>	<b>5.795</b>
<b>Pasivos</b>						
Impuesto a la renta		-	-	- 165	- 604	- 833
<b>Total Pasivos</b>		<b>-</b>	<b>-</b>	<b>- 165</b>	<b>- 769</b>	<b>- 1.602</b>
<b>Patrimonio</b>						
Capital aportado		5.399	5.399	5.399	5.399	5.399
Resultado del Ejercicio		- 3.774	- 161	611	2.238	3.086
Utilidad/perdida anterior		-	- 3.774	- 3.936	- 3.325	- 1.086
<b>Total patrimonio</b>		<b>1.624</b>	<b>1.463</b>	<b>1.909</b>	<b>3.543</b>	<b>5.796</b>

*Fuente: Elaboración Propia*

## 7.7. Evaluación financiera del proyecto (puro, sin deuda)

### 7.7.1. Tasa de descuento

La tasa de descuento se calculó utilizando el método de CAPM. Trayendo los datos de Damodaran, la reserva del tesoro Americano y el Banco Central de Chile, Se establece una tasa de descuento de UF + 8.41%. Las tablas y el detalle del cálculo, se encuentran en el anexo 12.38

Como información adicional, diferentes instituciones gubernamentales establecen una tasa de descuento para proyectos sociales del 6% (en pesos). Esta tasa no fue considerada para este proyecto en particular. Más información en el anexo 12.37.

### 7.7.2. VAN, TIR, PAYBACK, ROI, Valor residual

Para la estimación del rendimiento del proyecto se considera el horizonte de 5 años. A partir del tercer año, el proyecto otorga flujos positivos lo que hace posible una duración más prolongada en base a la determinación del municipio.



Para el cálculo del valor residual se ha utilizado el método de valoración de flujos, al traer al año 2020 el valor actual de flujos promedios perpetuos.

**Cuadro 7.5: Indicadores de rendimiento**

Indicador	valor	
VAN periodo evaluacion	8,41%	- 4.135
TIR		-11,9%
Valor residual (Considerando perpetuidad constante)		27.913
VAN a perpetuidad constante	8,41%	11.725
TIR con perpetuidad constante		29,4%

Payback (años)	5,0	0	2017	2018	2019	2020	2021
flujo		3.335	- 3.335	717	885	1.634	2.253
flujo acumulado			- 3.335	- 2.618	- 1.733	- 99	2.154

ROI	0%	36%	-8%	-12%	-31%	-62%
Net Income	-	- 3.335	717	1.050	2.238	3.086
Patrimonio NETO	- 5.399	- 9.173	- 9.334	- 8.888	- 7.254	- 5.002

*Fuente: Elaboración Propia*

En el horizonte de evaluación, el VAN es negativo para la rentabilidad requerida por el proyecto. Al considerar el valor residual de UF 33.297, el VAN corregido se hace positivo con un TIR mucho mayor que el proyecto considerado en los 5 años. Esta consideración es posible ya que existe una alta probabilidad que la corporación municipal tenga un carácter indefinido para la comuna de Macul.

### 7.7.3. Punto de equilibrio

Los ingresos mínimos para solventar los costos totales se expresan a continuación

**Cuadro 7.6: Punto de equilibrio**

Punto de equilibrio	2017	2018	2019	2020	2021
Ingresos mínimos	19.667	28.234	33.094	34.630	35.951
Costo Fijo	- 9.205	- 9.596	- 9.596	- 9.596	- 9.596
Margen Bruto	47%	34%	29%	28%	27%

*Fuente: Elaboración Propia*

#### 7.7.4. Análisis de sensibilidad

Se han evaluado distintos escenarios posibles para evaluar el efecto sobre el rendimiento del proyecto.

**Cuadro 7.7: Análisis de sensibilidad**

Análisis de sensibilidad

Valores en UF

Escenario	Ingresos por auspicios		Costo de eventos		Costos fijos	
	Mas 10%	Menos 10%	Mas 10%	Menos 10%	Mas 10%	Menos 10%

Indicador

<b>VAN periodo evaluacion</b>	8,41%	-	4.483	4.058	-	9.837	-	6.640	1.395	-	5.375	318
<b>TIR</b>			<b>-11,9%</b>	<b>28,3%</b>		<b>N/A</b>		<b>-37,2%</b>	<b>15,6%</b>		<b>-22,6%</b>	<b>10,2%</b>
<b>VAN a perpetuidad constante</b>			11.725	34.391	-	9.361		113	25.488		5.959	19.815
<b>TIR con perpetuidad constante</b>			<b>29,4%</b>	<b>65,8%</b>		<b>N/A</b>		<b>8,7%</b>	<b>55,0%</b>		<b>22,4%</b>	<b>49,5%</b>
<b>Payback (años)</b>			5,0	3,1		N/A		8,6	2,6		6,0	2,7
<b>Flujo acumulado 2021</b>			4.406	10.634	-	7.497	-	3.329	7.142	-	1.536	5.582
<b>ROI año 2021</b>			151%	66%		10%		-22%	76%		-87%	73%
<b>Patrimonio NETO 2021</b>			1.479	7.676	-	5.877	-	2.675	5.138	-	1.574	4.270

*Fuente: Elaboración Propia*

El proyecto, intensivo en flujos variables, es muy sensible a las diferencias tanto de ingresos por auspicios como costos variables de los espectáculos presentados, llegando en el caso de los auspicios con un valor menor al 10% con una TIR incalculable (todos los flujos en el periodo son negativos). Se comprueba que los auspicios son el punto más crítico en el proyecto. Las medidas de mitigación han sido explicadas anteriormente. Debido a la estructura de costos, la sensibilidad en el costo fijo es menos relevante en el análisis que los cambios relativos a los ingresos o costos variables.

## VIII. Riesgos críticos

Riesgos Externos	Descripción	Mitigación
<b>Políticos</b>	El cambio de autoridades puede afectar negativamente a la Corporación, si existe el interés de romper el vínculo.	Siempre mantener un relación cordial con cualquiera sea la autoridad de turno, sin importar su inclinación política, por lo tanto, la corporación debe mantenerse neutral en este aspecto.
<b>Competidores privados dentro de la comuna</b>	Se puede instalar una Corporación Cultural de carácter privado, que tenga mejores accesos a los recursos e infraestructura superior, que desee explotar esta comuna inexplorada y de alto potencial de desarrollo.	Generar lazos fuertes y duraderos con patrocinadores. Además de presentar una cartelera de alta calidad artística para competir al mismo nivel.
<b>Proveedores de Arte o Cultura</b>	Cualquier persona o grupo que pueda ofrecer un evento de esta índole, que no crea en el proyecto de la Corporación y por lo tanto, no presente interés en trabajar en conjunto.	Se realizarán reuniones especiales para invitar a cada grupo o persona con el fin de mostrar el real interés de la corporación por llevar la cultura a la gente, con eventos de calidad
<b>Recesión Económica</b>	Una eventual recesión económica país, podría significar una disminución de patrocinadores.	Se generará un plan de contingencia para eventuales problemas de esta índole, que permitan a la Corporación continuar avanzando y no desaparecer por falta de recursos.
<b>Mala lectura de la investigación de mercado</b>	Realizar una evaluación errónea de las necesidades de la gente y las tendencias que se están dando, puede llevar a un mal uso de los recursos ofreciendo actividades fuera del interés del público objetivo	Realizar evaluaciones de las actividades para conocer la cantidad de asistentes y las opiniones de ellos, con el fin de siempre entregar novedad y calidad del gusto del público objetivo

Riesgos Internos	Descripción	Mitigación
<b>Inexperiencia en el rubro del equipo gestor</b>	No haber trabajado en esta área puede ser perjudicial al inicio para la toma de decisiones, ya sea por el retardo de estas o por no poder anticiparse a los problemas por desconocimiento de estos.	Incluir en el grupo de trabajo a personal competente y con conocimiento del rubro que pueda instruir al equipo constantemente para enfrentar con rapidez cualquier cambio en este mundo.
<b>Funcionarios no motivados</b>	Tener funcionarios que no estén interesados en este proyecto, ya que se requiere de mucho trabajo y motivación para dedicarse a un rubro que tiende a ser más subjetivo, dejando el lucro de lado.	Contratar personal que sienta o tenga algún vínculo con el área artístico/cultural, que su interés esté enfocado al logro de calidad cultural y no al aumento de las riquezas.
<b>Mal uso de recursos</b>	La corporación funcionará principalmente con aportes de privados y un porcentaje del municipio.	Se entregarán informes trimestrales del uso de los recursos al cuerpo directorio y un informe anual detallado a los patrocinadores, para generar un lazo de confianza entre las partes.

Fuente: Elaboración Propia \_\_\_\_\_

## **IX Propuesta al Municipio**

### **9.1. Estrategia de Financiamiento**

La corporación será financiada en su capital inicial 100% por un aporte de la municipalidad de Macul. Anualmente la municipalidad entregará subvenciones para costear parte de las actividades de la Corporación.

### **9.2. Oferta para el Municipio**

Macul se convertirá en el propietario del 100% de la corporación municipal Macultura. Según un resumen de las actividades municipales de 2014 (Anexos 12.39 y 12.40) la municipalidad gastó en 2014: UF 6.422 directos a cultura.

<b>Resumen aportes municipales 2014 y participantes</b>	<b>2014</b>
<b>Total aportes municipales variables a cultura (UF)</b>	6.422
<b>Usuarios declarados en 2014</b>	37.934
<b>Usuarios / UF de aporte municipal</b>	<b>5,9</b>

*Fuente: Elaboración Propia*

Considerando una evaluación del proyecto a 5 años con valor residual o una perpetuidad constante, se obtienen flujos que no alcanzan a cubrir la tasa de descuento ofrecida al inversionista.

**Cuadro 9.1: Proyección aportes municipales y participación**

<b>Año</b>	<b>Asistentes</b>	<b>Inversión Municipal a Macultura (UF)</b>	<b>Usuarios/UF</b>
<b>2017</b>	81.957	9.216	9
<b>2018</b>	168.597	3.817	44
<b>2019</b>	203.395	3.817	53
<b>2020</b>	239.725	3.817	63
<b>2021</b>	262.436	3.817	69
<b>Valor Residual</b>		<b>45.384</b>	

<b>Rendimiento de la inversión</b>	<b>Valor</b>
Tasa de descuento	8,41%
Van inversionista UF	7.900
TIR	18,6%

*Fuente: Elaboración Propia*

El proyecto no es rentable desde el punto de vista del inversionista. La tasa TIR es mucho mayor a la tasa de descuento proyectada por el estudio. La municipalidad dispondrá de un ahorro del 50% del gasto directo en cultura realizado en 2014. Este Ahorro también cumple los requisitos para ser evaluado financieramente.

**Cuadro 9.2: Evaluación de los ahorros obtenidos por la municipalidad, considerando perpetuidad constante**

Año	Gasto sin corporación	Subvención a la corporación	Concepto	Ahorro municipal
2017	- 6.422	- 9.216	Inversión inicial	- 2.794
2018	- 6.422	- 3.817	Ahorro por subvención menor destinada a cultura	2.605
2019	- 6.422	- 3.817		2.605
2020	- 6.422	- 3.817		2.605
2021	- 6.422	- 3.817		2.605
<b>Valor Residual</b>		<b>45.384</b>		<b>30.975</b>
Tasa de descuento				<b>8,41%</b>
Van inversionista UF (proyecto 5 años)				<b>5.309</b>
TIR				<b>85%</b>
Van inversionista UF (incluyendo valor residual)				<b>24.390</b>
TIR				<b>116%</b>

*Fuente: Elaboración Propia*

Al considerar los ahorros que la municipalidad obtiene del trabajo de la corporación, el VAN del proyecto puro totalmente atractivo, UF 5.309. Al considerar una perpetuidad, el valor mejora considerablemente.

Aunque el análisis puro del proyecto muestra valores de VAN deficientes. Al tomar en cuenta los potenciales ahorros obtenidos por el municipio, el proyecto aparece como muy positivo. Dejando recursos libres para ser utilizados en cualquier otro proyecto municipal.

Respecto de la cobertura sobre los habitantes, Macultura podrá ofrecer cultura cuatro a veces más población el primer año de funcionamiento completo (2018) y casi a 7 veces más el último año de análisis del proyecto (2021). Esto lo hace atractivo desde el punto del alcance de esta política de bienestar a la comunidad.

### **9.3. Conclusiones**

Tomando en cuenta el análisis puro del proyecto, en cinco años plazo, Macultura no puede ser considerado rentable (VAN y TIR negativas). Sin embargo, al ver el valor residual del proyecto, calculado como una perpetuidad constante, este cumple con los requisitos para ser estimado rentable: VAN UF11.725 y tasa TIR 29.4%. Esta apreciación podría ser aplicable desde el punto de vista que una corporación es creada con una duración de largo plazo.

Por otro lado, los ahorros que tendrá la corporación por realizar esta inversión y posteriores aportes, respecto de la actual forma de financiar la cultura comunal, el proyecto presenta valores de rentabilidad en el ahorro muy positivos a 5 años plazo: VAN: UF 5.309 y TIR: 85%. (Sin considerar el valor residual).

El mayor riesgo es sobre subestimar los costos de los eventos a presentar y sobreestimar los ingresos conseguidos por auspicios.

Finalmente, el proyecto es considerado rentable desde varias perspectivas de análisis, recomendando, desde el punto de vista financiero, su ejecución.

Fuera del ámbito financiero, al crear la corporación, la municipalidad pasará de tener una eficiencia en su gasto para cultura, de 6 Habitantes/UF aportada a casi 70 usuarios/UF aportada, 7 veces más de que lo que puede hacer la municipalidad. Esto hace más atractiva la ejecución del proyecto, por los beneficios que otorgará a la población.

## **X Conclusiones**

Considerando distintas posibilidades de análisis, el proyecto otorga un resultado negativo desde el análisis puro, pero positivo considerando el valor de desecho del proyecto. El mejor beneficio financiero es al tomar en cuenta los ahorros del municipio en cultura con una tasa de descuento del 85% considerando el proyecto como puro (sin valor residual).

Un especial cuidado debe procurarse al controlar los costos de ejecución de eventos y las donaciones o auspicios relacionados. El análisis de sensibilidad es claro con cambios en estos valores. Un método de contingencia puede ser reducir la cantidad de eventos considerando el objetivo mínimo de asistentes al año igual al total de la población (124.015 habitantes).

Respecto del público objetivo estimado para la asistencia, la corporación pasará de menos de 40 mil asistentes en 2014 a cerca de 82 mil el primer año de funcionamiento y un total de 262 mil para el

último año de evaluación del proyecto. La gestión eficiente de la corporación permitirá una cobertura casi 7 veces más alta que trabajando directamente.

La dirección y los responsables de área contarán metas de cumplimiento periódicas. Para estimular su implicación en el éxito del proyecto, ambos directores y los jefes de equipo contarán con remuneración fija más comisiones dependientes de los ingresos por donaciones.

Los colaboradores de menor grado irán incorporándose a la organización a medida que la carga de trabajo lo requiera, esto permite que el personal fijo de la corporación sea reducido. Aprovechando las ventajas de una organización matricial, la dirección podrá manejar más eficientemente el personal administrativo, asignándolo a distintas tareas dependiendo de la estacionalidad de la actividad.

Fuera de los beneficios económicos que representa la ejecución del proyecto, se espera que al incrementar drásticamente la cantidad de público que consume cultura, hasta 6 veces más que con el sistema actual, la percepción de bienestar de la comunidad mejore, se utilicen espacios públicos, exista una mejora de la comunión de los vecinos. En resumen, sea una oportunidad para mejorar la calidad de vida de miles de personas.

El proyecto de Corporación cultural para Macul, presenta una oportunidad latente para generar un polo de desarrollo cultural, solicitado por los habitantes de la comuna en sus cabildos.

Crear una corporación municipal bajo el alero del municipio de Macul, permite elevar barreras de entrada con nuestros competidores directos, trabajar un territorio con oferta cultural mínima y con posibilidad de abarcar geográficamente con la creación de puntos de cultura.

La gestión interna nos permitirá conseguir una mayor eficiencia de los recursos. Asimismo, la figura de la corporación permitirá la recaudación de recursos privados para efectuar la cartelera cultural.

Las proyecciones de crecimiento, pronostican, que los recursos municipales serán casi innecesarios al quinto año de operación, abriendo la posibilidad para el municipio por ejemplo desarrollar proyectos de infraestructura cultural.

El proyecto de Macultura es, desde todo punto de vista un gran aporte para la comunidad y el municipio generando tanto: flujos positivos de dinero, ahorro para el municipio, trabajo, mejor calidad de vida como otras externalidades positivas difíciles de evaluar en este momento.

El equipo creador de este estudio recomienda fuertemente la ejecución del proyecto que cree la corporación cultural de Macul "Macultura".

## **XI Bibliografía y Fuentes**

1. Ilustre Municipalidad de Macul. (octubre 2014). PLADECO. PLADECO 2015-2018, 1, 189.
2. Consejo Nacional de la Cultura y las Artes. (noviembre 2011). Política Cultural 2011-2016. Política Cultural, 1, 74.
3. Consejo Nacional de la Cultura y las Artes. (enero 2014). Mapeo De Las Industrias Creativas En Chile. Caracterización Y Dimensionamiento. Mapeo De Las Industrias Creativas En Chile. Caracterización y Dimensionamiento, 1, 388.
4. Consejo Nacional de la Cultura y las Artes. (noviembre 2013). Encuesta Nacional De Participación Y Consumo Cultural. ENPCC 2012, 1, 212.
5. Consejo Nacional de la Cultura y las Artes. (agosto 2015). Convención Nacional. Síntesis Información Cultural. Convención Nacional. Síntesis Información Cultural, 1, 49.
6. Instituto Nacional de Estadísticas (INE). (23-10-2015). Compendio Estadístico 2015. Compendio Estadístico 2015, 1, 494.
7. Consejo Nacional de la Cultura y las Artes. (2013). Catastro Sala de cine nacionales operativas el año 2013. Oferta y Consumo de Cine en Chile, 1, 6.
8. Cámara de Exhibidores Multisalas de Chile A.G. (CAEM). (abril 2015). El cine en Chile en el 2014. Cámara de Exhibidores Multisalas de Chile A.G. (CAEM), 1, 22.
9. Consejo Nacional de la Cultura y las Artes de la Región Metropolitana (CNCA RM).. (2013). La Responsabilidad Social Empresarial Y Su Aporte A La Cultura. La Responsabilidad Social Empresarial Y Su Aporte A La Cultura, 1, 144.
10. Corporación Municipal de Cultura de San Joaquín. (2016). Corporación Municipal de Cultura de San Joaquín. Abril 2016, de Corporación Municipal de Cultura de San Joaquín Sitio web: <http://www.culturasanjoaquin.cl/>
11. Ilustre Municipalidad de Santiago. (2016). Santiago Cultura. Abril 2016, de Santiago Cultura Sitio web: <http://www.santiagocultura.cl/>
12. Corporación Cultural de La Florida. (2016). Corporación Cultural de La Florida. marzo 2016, de Corporación Cultural de La Florida Sitio web: <http://culturalaflorida.cl/corporacion/>
13. Corporación Cultural de Peñalolén. (2016). Corporación Cultural de Peñalolén. febrero 2016, de Corporación Cultural Chimkowe Sitio web: <http://www.chimkowe.cl/corporacion-cultural/>
14. Corporación Cultural de Ñuñoa. (2016). Corporación Cultural de Ñuñoa. febrero 2016, de Corporación Cultural de Ñuñoa Sitio web: <http://ccn.cl/>
15. Departamento De Cultura Macul. (2016). Cultura Macul. febrero 2016, de Departamento De Cultura Macul Sitio web: <https://www.facebook.com/departamentode.cultura.528>
16. Ilustre Municipalidad de Macul. (2016). Talleres culturales Macul. febrero 2016, de Departamento de Cultura Sitio web: <http://www.munimacul.cl/portal/?p=2865>
17. Consejo Nacional de la Cultura y las Artes. (2015). MANUAL DE CORPORACIONES Y FUNDACIONES MUNICIPALES CULTURALES. Consejo Nacional de la Cultura y las Artes: Consejo Nacional de la



Cultura y las Artes.

18. Secretaria Ejecutiva Comité Interministerial para el fomento de la Economía Creativa. (Enero 2015). Diagnóstico de la Economía Creativa en Chile y Propuesta Componentes Plan nacional. Diagnóstico de la Economía Creativa en Chile y Propuesta Componentes Plan nacional, 1, 132.
19. Consejo Nacional de la Cultura y las Artes. (Febrero 2014). CULTURA EN RED: UNA DÉCADA DE TEATROS Y CENTROS CULTURALES PÚBLICOS 2003-2013. CULTURA EN RED, 1, 182.
20. Departamento de Estudios, Sección de estadísticas culturales. (2015). Espacios Culturales en Chile. 10-04-2015, de Consejo Nacional de la Cultura y las Artes Sitio web: <http://www.espaciosculturales.cl/>

## **XII Anexos**

### **12.1. Antecedentes de Comuna de Macul**

**Macul** comuna que alberga 124.015 habitantes al año 2015, según información del INE. Ubicada en el sector suroriente de Santiago. Colindante con las comunas de Ñuñoa, Peñalolén, San Joaquín y La Florida.

La comuna fue el resultado de la subdivisión de lo que era Ñuñoa, en 1981, convirtiéndose en una zona principalmente residencial e industrial, las cuales se han ido diversificando en el tiempo, provocando que la comuna deba ir adaptándose a los cambios.

Se observa gran variedad de estratos socioeconómicos, en donde hacia el sur se caracteriza por ser de barrios más humildes y medios-bajos<sup>1</sup>. Mientras que más al norte en el límite con Ñuñoa sectores de mayores ingresos. Por otro lado, existe una importante presencia de grupos étnicos, principalmente Mapuches, que se estiman al año 2011 en 11.461 habitantes, equivalente a un 12.01%<sup>2</sup>.

#### **Información Cultural:**

La comuna no cuenta con una corporación o centro dedicado al desarrollo cultural como sus pares. Posee un Departamento de Cultura, dependiente de la Dirección de Desarrollo comunitario que ofrece muchas actividades disímiles, que dentro del tema que nos compete ofrece talleres gratuitos (Taller de Guitarra Folclórica, Taller Orquesta Juvenil, Taller Danza Folclórico adulto e infantil, Escuela de teatro, Canto Músico y Recuerdo, Coro e Instrumentos Musicales Infantil) y talleres autofinanciados (Taller de Comics y Mangachi, Taller Canto, Taller de Pintura al óleo, Taller de Salsa, Taller de Flamenco y Taller de Danza Árabe).

Además, de actividades masivas como: teatro, ópera o conciertos, que son ofrecidos gratuitamente a la comunidad los cuales deben ser presentados en distintas áreas de la comuna, ya sean plazas públicas, multi-canchas municipales, sedes de junta de vecinos o calles de la comuna.

También se aprecian áreas de interés tales como: Juan Pinto Durán, Estadio Monumental, Palacio Vásquez (Castillo Macul), Viejas bodegas de la Viña Santa Carolina y la Casa Patronal, Canal de Televisión La Red.

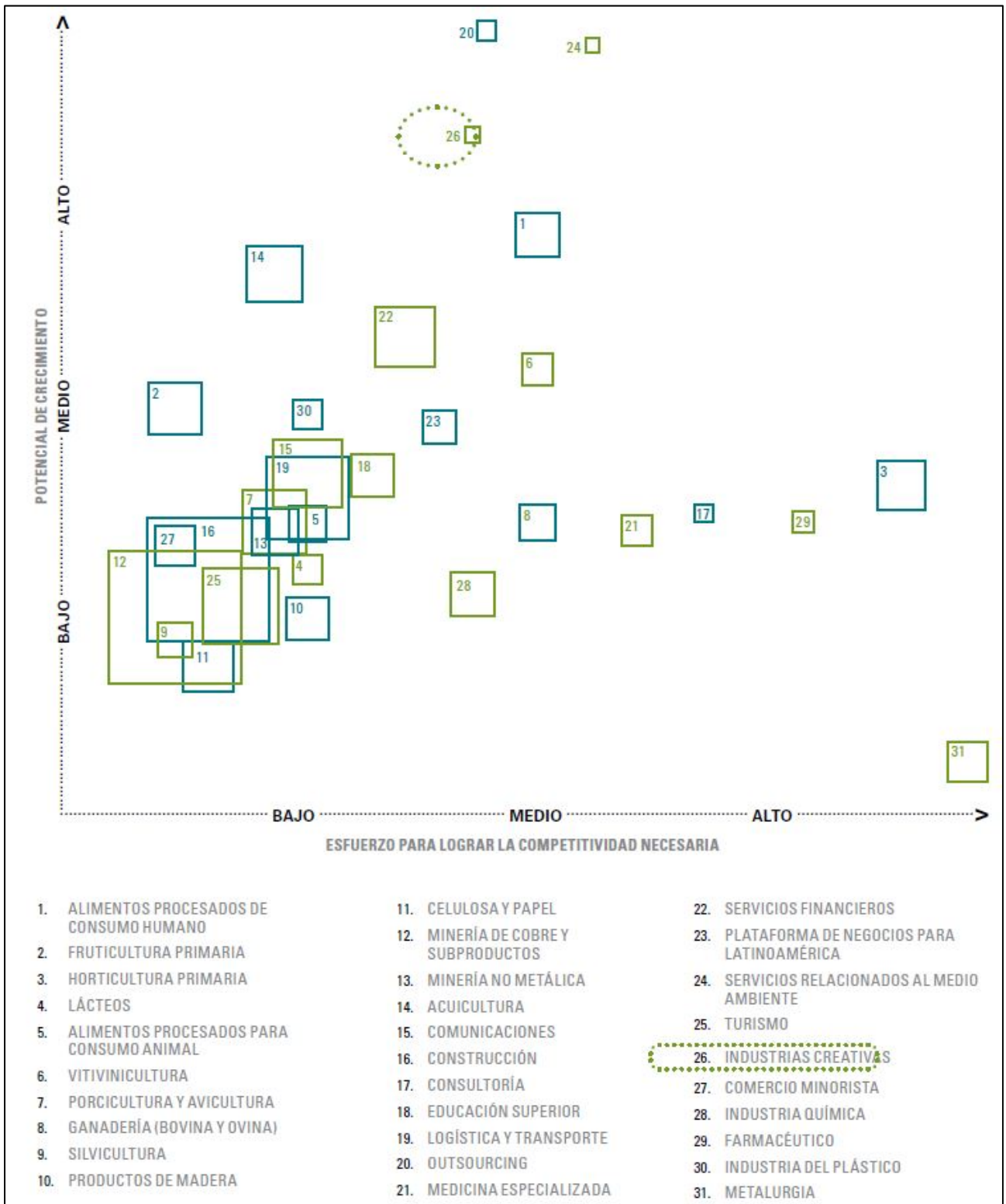
---

<sup>1</sup> Según AIM (2008), los grupos C3 son 25,80% y D son 29,90 %

<sup>2</sup> Informe PLADECO 2015-2018

## 12.2. Mapeo Industria Creativas: Potencial de Crecimiento

Sectores de la economía chilena, según potencial de crecimiento y esfuerzo para lograr la competitividad necesaria.



Fuente: Mapeo de Industrias Creativas

### **12.3. Desarrollo de CANVAS**

#### Segmento de Clientes

Los habitantes de la comuna de Macul serán el cliente de la Corporación, con una población estimada de 124.015 personas.

Distribuidos en tres actividades principales:

- Talleres de formación artística: para todos los habitantes entre 15 y 79 años;
- Asistentes a eventos artísticos: todos los habitantes;
- Participantes en concursos escolares: 13.347 alumnos de escuelas municipales.

Macul es una comuna de carácter residencial que no presenta gran interés turístico y cultural relevante. Como hitos de interés histórico solo presenta al Palacio Vásquez (Castillo Macul) y las Viejas bodegas de la Viña Santa Carolina y la Casa Patronal.

#### Propuesta de Valor

Crear una cartelera cultural y talleres para el desarrollo artísticos de los habitantes en su propio territorio, siendo accesibles para todos a través de los distintos puntos de culturales que están ubicados en las diferentes sedes vecinales.

#### Canales

- Página Web de la Corporación Cultural que difunda la cartelera, talleres y puntos de cultura disponibles.
- Tablones de información en cada uno de los puntos de cultura con la misma información.
- Revista semestral de las actividades realizadas por la corporación,
- Cuenta pública anual sobre la gestión de la corporación.
- Encuestas de intereses vecinales para definir cartelera y talleres.
- Encuesta de satisfacción sobre los eventos y talleres en los que los habitantes han participado.
- Buzón electrónico de ideas.

#### Relaciones Clientes

- Profesionales o Especialistas que imparten los distintos talleres;
- Personal de apoyo informativo presencial y online;
- Suscripciones para recibir noticias y programas anuales de las distintas actividades
- Información a través de las revistas vecinales o comunidades locales.
- Equipo de profesores y gestores culturales cercanos a la comunidad artística

#### Ingresos

Se considera que los ingresos vendrán a través de:

- Inscripción de socios, patrocinadores y auspiciadores.
- Talleres artísticos culturales con matrículas y mensualidades.
- Publicidad en página web con temas relacionados a los talleres o eventos privados.
- Subsidio municipal.
- Concursos de fondos gubernamentales (Fondart, entre otros).
- Comisión por venta de obras de arte durante exposiciones.
- Patrocinadores, donaciones y auspicios, principalmente de la ley de donaciones culturales.

#### Recursos Claves

- La exclusividad del territorio de la comuna de Macul. El vínculo con la municipalidad y los recursos materiales que otorgará.
- Equipo gestor compuesto por directora de la corporación, responsable de finanzas, responsable de la relación con los usuarios y responsable de auspicios.
- Profesionales o Especialistas en la enseñanza de las distintas disciplinas artísticas.
- Know How del Municipio sobre las costumbres de sus habitantes traspasado a la corporación

#### Actividades Claves

- Cartelera de eventos culturales definida semestralmente.
- Talleres artísticos definidos anualmente.
- Recolección de recursos a través de auspicios, patrocinios y donaciones.
- Página web en permanente actualización.
- Control de gestión para mantener nivel de costos según presupuesto.
- Recolección y análisis de encuestas a usuarios para mejorar el servicio entregado.

#### Alianzas Claves

- Municipalidad de Macul, propietaria de la corporación y socio estratégico
- Cartera de empresas privadas otorgadoras de auspicios.
- Asociación con agrupaciones culturales con trayectoria tanto de la comuna como fuera de ella.
- Asociación con Escuelas de Arte para invitar a los futuros profesionales a dar conocer sus obras e impartir clases en nuevos talleres.
- Asociación con lugares de interés cultural de la comuna, como la Casona de la viña Santa Carolina. Para presentar eventos a empresas.

#### Estructura de Costos

Los costos ordenados por nivel de importancia:

- Costos de los eventos culturales contratados:
- Sueldo de profesores de talleres artísticos
- Sueldos de Personal administrativo y profesionales.
- Mantención de las oficinas de la corporación.
- Mantención de la página web.
- Publicidad para eventos y para atraer patrocinadores.

#### 12.4. Estimación de crecimiento.

Según el Índice de hábitos de cultura de residentes urbanos de la región metropolitana, destacamos el “Índice de formación y práctica cultural”, donde la población está distribuida según su interés en participación en formación:

Índice	alta	media	baja	nula
<b>Formación y práctica cultural (%)</b>	<b>7,4%</b>	<b>16,4%</b>	<b>49,7%</b>	<b>26,5%</b>
<b>Formación y práctica cultural (hab)</b>	6.604	14.635	44.352	23.649

Razones de No asistencia	Artes Visuales	Arte Escénicas				Artes Musicales	Bibliotecas	Cine	Patrimonio	
	Exposiciones Varias (Pintura, Fotografía, Escultura, Video, Grabado, Performance e instalaciones)	Teatro	Danza	Circo	Otros Espectáculos en Vivo	Conciertos o Recitales en Vivo	Consultas Varias	-	Sitios Naturales	Museos
Falta de tiempo	41,4%	38,9%	34,9%	31,3%	32,7%	29,4%	30,6%	31,2%	32,0%	43,8%
No le interesa o no le gusta	16,6%	17,3%	22,2%	32,1%	17,5%	17,2%	29,0%	18,8%	8,5%	17,9%
Falta de Dinero	7,3%	13,7%	10,9%	15,0%	-	31,0%	-	21,3%	-	-
No har lugar para realizar estos eventos	8,5%	9,0%	7,8%	3,9%	28,2%	5,8%	2,0%	7,7%	19,7%	11,2%
Falta de Información	7,7%	9,0%	11,9%	2,3%	-	4,8%	-	0,7%	14,6%	7,2%
Falta de Costumbre	7,3%	6,0%	7,4%	7,7%	9,9%	4,4%	-	6,5%	9,0%	11,7%
No existen conciertos	-	-	-	-	-	1,6%	-	-	-	-
Otra Razón	4,4%	4,0%	4,2%	6,7%	9,1%	5,4%	3,2%	5,7%	13,6%	5,8%
NS / NR	0,6%	0,0%	0,7%	0,9%	2,5%	0,4%	0,5%	0,8%	1,2%	1,2%

Fuente: Elaboración Propia con datos obtenidos de Encuesta nacional de Participación y Consumo Cultural – 2012

De tabla anterior se obtiene una estimación basados en los niveles de interés de la población. Con esto, se estima un aumento anual de la demanda basados en la mejora de la oferta de marketing.

Porcentajes de asistencia a espectáculos y estimación de crecimiento para eventos culturales					
Año	2017	2018	2019	2020	2021
alta		70%	80%	85%	90%
media		42%	50%	60%	65%
baja		21%	30%	38%	46%
nula		0%	6%	10%	12%
<b>Asistencia a espectáculos (hab)</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>
alta		9.202	10.517	11.174	11.831
media		22.553	26.849	32.219	34.904
baja		9.245	13.208	16.730	20.252
nula		-	789	1.315	1.578
<b>Total asistencia a espectáculos por mes</b>		<b>41.000</b>	<b>51.363</b>	<b>61.438</b>	<b>68.565</b>

Asistencia anual basado en hábitos de consumo	2017	2018	2019	2020	2021
alta	27.606	55.212	63.102	67.044	70.986
media	45.106	90.212	107.396	128.876	139.616
baja	9.245	18.490	26.416	33.460	40.504
nula	-	-	789	1.315	1.578
<b>Total asistentes año (número entradas)</b>	<b>81.957</b>	<b>163.914</b>	<b>197.703</b>	<b>230.695</b>	<b>252.684</b>
<b>Crecimiento anual</b>			21%	17%	10%
<b>Crecimiento acumulado</b>			21%	41%	54%

*Tabla de estimación de demanda y crecimiento para eventos culturales. Fuente: elaboración propia.*

Para el caso de los talleres artísticos, el cuadro con la estimación de crecimiento es:

Porcentajes de asistencia a talleres y estimación de crecimiento					
Año	2017	2018	2019	2020	2021
alta		20%	25%	30%	32%
media		2%	2%	3%	4%
baja		1%	2%	2%	3%
nula		0%	1%	2%	2%
<b>Formación y practica cultural cantidad (hab)</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>
alta		1.321	1.651	1.981	2.113
media		293	293	439	585
baja		444	887	887	1.331
nula		-	236	473	473
<b>Total Asistentes a Formacion</b>		<b>2.058</b>	<b>3.067</b>	<b>3.780</b>	<b>4.502</b>
<b>Crecimiento anual</b>			49%	23%	19%
<b>Crecimiento acumulado</b>			49%	84%	119%

*Tabla de estimación de demanda y crecimiento para talleres artísticos. Fuente: elaboración propia*

La estimación del crecimiento, desde un 9% de la población estimado para el año 1 hasta el 18% de la población estimado para el año 5, viene dado por la tabla del Anexo 12.14 – Análisis PESTEL “Resumen de las principales razones para no participar o asistir a actividades culturales”. Los

esfuerzos operacionales y de marketing se dirigirán a este público objetivo insatisfecho.

Para el caso de los espectáculos culturales, consideramos como público objetivo a toda la población de Macul, es decir 124.015 habitantes.

Según el Índice de hábitos de cultura de residentes urbanos de la región metropolitana, destacamos el “índice de asistencia a espectáculos culturales”, donde la población está distribuida según su interés en participación en formación:

índice	alta	media	baja	nula
asistencia espectaculos culturales (%)	10,6%	43,3%	35,5%	10,6%
asistencia espectaculos culturales (hab)	8.458	34.550	28.326	8.458

La estimación del crecimiento, desde un 33% de la población estimado para el año 1 hasta el 62% de la población estimado para el año 5, viene dado por la tabla del Anexo 12.14 – Análisis PESTEL “Resumen de las principales razones para no participar o asistir a actividades culturales”. Los esfuerzos operacionales y de marketing se dirigirán a este público objetivo insatisfecho.

Para la estimación de los establecimientos educacionales, se incluyen todos los establecimientos públicos y particulares subvencionados de la comuna de Macul, con datos obtenidos de PLADECO 2015-2018.

#### **12.5. Afiche informativo para Puntos de Cultura**

Afiche que será ubicado en cada punto de cultura ofreciendo tanto los cursos de formación como los espectáculos:

#### **Cuadro 5.1: Afiche informativo para Puntos de Cultura**



**Punto de Cultura 1**  
**Sede Vecinal "La Manzanita"**

**CARTELERA CULTURAL PRIMER SEMESTRE**

Mes	Funciones	Evento	Tipo	Tema	Artista / Exponente	Días	Horario
MARZO	12	Lectura	Cuenta Cuentos Infantil	Cuenta Cuentos	Profesionales de Teatro	VI - SA - DGO	18:00
ABRIL	8	Danza	Musical	Al Ritmo del Universo	Compañía: Cassis	VI - SA - DGO	18:00
MAYO	9	Concierto	Música al aire libre	Blues	Felipe Ruif	VI - SA - DGO	18:00
JUNIO	16	Exposición	Pintura	Una hija para la Pintura	Augusto Jara	VI - SA - DGO	18:00
JULIO	12	Teatro	Teatro Infantil	La princesa repollito	Compañía Teatro Sol Naciente	VI - SA - DGO	18:00



**TALLERES CULTURALES MARZO A DICIEMBRE**

Lugar	Tipo	Taller	Cupos	Clases por semana	Días	Horario	Tiempo de clase (hrs)	Valor Mensual	Matrícula Anual
PUNTO DE CULTURA 1 "LA MANZANITA"	Danza	Danza Árabe	25	1	Viernes	16:30	2	\$ 6.000	\$ 4.500
	Danza	Flamenco	25	1	Viernes	18:30	2	\$ 6.000	\$ 4.500
	Artes Visuales	Pintura al Óleo	20	1	Sabado	11:00	2	\$ 6.000	\$ 4.500
	Artes Manuales	Mosaico	20	1	Sabado	16:00	2	\$ 6.000	\$ 4.500

info@macultura.cl - www.macultura.cl



Fuente: Elaboración propia

**12.6. Corporación Cultural Municipal – Antecedentes Generales**

Las Corporaciones Culturales Municipales deben ser autorizadas por el respectivo Concejo Municipal y estarán sujetas a la fiscalización de: Contraloría General de la República, por la unidad de control de la respectiva municipalidad y por el Ministerio de Justicia. Otra de sus obligaciones, es que deberán tributar en conformidad con la ley.

Pasos para constituir una Corporación Cultural Municipal:

- a) Deberá contarse con el acuerdo del **concejo municipal** que apruebe la creación de una corporación municipal o participe en ella.
- b) Una vez obtenido el acuerdo y emitido el pertinente certificado o decreto deberá convocarse a una sesión con los integrantes de la futura corporación municipal en que:
  - Se constituirá la corporación municipal cultural.
  - Se aprobarán los estatutos conforme a los cuales se registrará.

- Se elegirá un directorio provisorio.
- c) Se constituyen ante la municipalidad y esta envía los antecedentes al Servicio de Registro Civil e Identificación para su registro, momento desde el cual nacen a la vida del derecho.
  - d) Debe realizarse el depósito de los estatutos en la Secretaría Municipal correspondiente, dentro de los 30 días siguientes a su otorgamiento.
  - e) Posteriormente, y dentro de los 30 días siguientes a la fecha del depósito, el secretario municipal podrá objetar fundadamente dicha constitución, salvo que se hayan utilizado cláusulas de los modelos de estatutos aprobados por el Ministerio de Justicia, caso en el cual el secretario municipal no podrá objetar dichas cláusulas.
  - f) Una vez transcurrido dicho plazo sin que se hubiesen realizado objeciones o subsanadas estas, se procederá a su inscripción en el Registro Civil, momento a partir del cual adquiere personalidad jurídica.
  - g) Para apoyar este proceso, el Ministerio de Justicia ha puesto a disposición de la ciudadanía propuestas de diferentes estatutos según la naturaleza de la organización.

**Estatutos** – Es lo que fundamente la instauración de la corporación y contendrá las reglas por las que deberán regirse los miembros de ésta. Los Estatutos deberán al menos contener los siguientes puntos:

- Nombre y domicilio de la persona jurídica. El nombre deberá hacer referencia a su naturaleza, objeto o finalidad. El domicilio es el lugar donde estará la corporación y efectuará sus obligaciones
- Duración. Lapso de vida.
- Indicación de los fines a que está destinada (objeto). En este caso el fin es claro, acercar la cultura a toda la comunidad.
- Los bienes que forman su patrimonio inicial, si los hubiere, y la forma en que se aporten.
- Las disposiciones que establezcan sus órganos de administración, cómo serán integrados y las atribuciones que les corresponden.
- Disposiciones relativas a la reforma de estatutos y a la extinción de la persona jurídica, indicándose la institución sin fines de lucro a la cual pasarán sus bienes en caso de disolución.
- Los derechos y obligaciones de los asociados, las condiciones de incorporación y la forma y motivos de exclusión.

**Características Generales** – Corporaciones municipales culturales: una o más municipalidades podrán constituir o participar en corporaciones de derecho privado, sin fines de lucro, destinadas a la promoción y difusión del arte y de la cultura. De lo extraído del documento: Manual de Corporaciones y Fundaciones Culturales Municipales:

- Tributan ante el Servicio de Impuesto Internos.
- Los cargos de directores de las corporaciones y fundaciones que constituyan las municipalidades no recibirán ningún pago por su desempeño.
- No podrán ser directores o ejercer funciones de administración en ellas el cónyuge del alcalde o de los concejales, así como sus parientes consanguíneos hasta el tercer grado inclusive, por afinidad hasta el segundo grado y las personas ligadas a ellos por adopción.
- Deben rendir semestralmente cuenta documentada a las municipalidades respectivas acerca de sus actividades y del uso de sus recursos.
- El personal que labore en las corporaciones y fundaciones de participación municipal se registrará por las normas laborales y previsionales del sector privado.

Entre los fines artísticos y culturales que se proponga la entidad, en ningún caso se podrán comprender la administración y la operación de establecimientos educacionales o de atención de menores.

## 12.7. Currículo Vitae de Gestores del Proyecto

### Oswaldo Alejandro Gallardo Wenner

Las Azaleas Sur 20255, Ciudad de los Valles, Pudahuel, Stgo.  
Fono: (56-2) 26014355; Móvil: (56-9) 96591903  
E-Mail: osvaldo.gallardo.w@gmail.com

#### RESUMEN

Ingeniero Civil Industrial, Universidad Técnica Federico Santa María e Ingeniero de Ejecución Mecánico (USACH), de sólida formación en áreas de producción y planificación. Orientado a satisfacer necesidades de exigentes clientes, Amplia experiencia en dirección de grupos en torno a objetivos en áreas de desarrollo, productivas, control de calidad y prevención de riesgos. Posee habilidades para el trabajo en equipo, manejo de personal y excelentes relaciones interpersonales, Trabajo bajo presión y rápida adaptación a los cambios.

#### EXPERIENCIA PROFESIONAL

##### **Bucher Vaslin Sudamerica S.A.** ([www.buchervaslin.com](http://www.buchervaslin.com))

Empresa Líder Mundial en suministro de equipamiento Vitivinícola, Sucursal en Chile con 30 empleados, dedicados a producción, venta de equipos importados, y servicio postventa, de equipos vitivinícolas, en el mercado de Sudamérica.

##### **Gerente General**

**Marzo 2012 – A la Fecha**

Responsable de la planificación, operacional y financiera de la empresa, reportando directamente a la casa matriz en Francia.

##### **Responsable de operaciones**

**Diciembre 2010 – Febrero 2012**

Gestión y planificación de las áreas de producción y servicio técnico de la empresa. Reportando al Gerente General y miembro del equipo de dirección.

##### **J. Behnke S.A.** ([www.jbehnke.cl](http://www.jbehnke.cl))

Empresa Líder en la fabricación de equipos para Industria alimenticia nacional y sudamericana, teniendo en su cartera de clientes a los mayores productores de alimentos de todas las áreas.

##### **Jefe de Producción**

**Septiembre 2008 – Noviembre 2010**

Responsable de la producción de la planta, reportando directamente al gerente general, dirigiendo Áreas de Proyectos y Fabricación con 40 personas a cargo.

##### **Jefe de Proyectos**

**Septiembre 2005 – Septiembre 2008**

Responsable de liderar equipo de proyectos compuesto por 3 dibujantes proyectistas, encargado de compras y encargado de bodega. Reporta al Jefe de Producción

##### **Hook S.A.** ([www.hook.cl](http://www.hook.cl))

**Abril 2002 – Octubre 2003**

Empresa de arriendo de grúas de alto tonelaje, camiones pluma y otras maquinarias para tareas de construcción y mantenimiento de la gran minería del norte y centro del país.

##### **Jefe de Operaciones**

Responsable de la administración de los equipos de la empresa, la relación con clientes, contratos de arriendo, mantenimiento y logística de traslado. Reportando al Gerente General.

*Oswaldo Gallardo Wenner  
Ingeniero Civil Industrial  
Ingeniero Ejecución Mecánico*

*Oswaldo.gallardo.w@gmail.com  
Teléfono Móvil 56 996591903*

## **ESTUDIOS**

### **Superiores**

- Título de Ingeniero Civil Industrial, Universidad Técnica Federico Santa María, 2006-2009.
- Estudios Superiores de Ingeniería Superior Industrial, Universidad Politécnica de Madrid. Año Académico 2003 – 2004
- Título de Ingeniero de Ejecución Mecánico, Universidad de Santiago de Chile, 1996-2000  
Fecha de Titulación Agosto 2001

### **Enseñanza Primaria y Secundaria**

- Liceo Salesiano Camilo Ortuzar Montt, Macul.

## **IDIOMAS**

### **Inglés**

- Comprensión escrita y oral, nivel avanzado

## **AFICIONES**

- Ciclismo de Montaña,
- SKI
- Automovilismo
- Informática

## **DATOS PERSONALES**

Nacionalidad Chilena, Casado, Un Hijo  
RUT: 9.908.527-4  
Fecha de Nacimiento: 03 de Agosto de 1977  
Edad: 37 años

Santiago, Noviembre de 2014

*Oswaldo Gallardo Wenner  
Ingeniero Civil Industrial  
Ingeniero Ejecución Mecánico*

*Oswaldo.gallardo.w@gmail.com  
Teléfono Móvil 56 996591903*

# KARÍN ALEJANDRA CARO DÍAZ

Pasaje Río Grey 5041, Villa El Alba, Av. La Florida, Santiago.

Móvil: (56-9) 51070645 - E-mail: [karincaro@vtr.net](mailto:karincaro@vtr.net)

Rut: 13.473.803-0 – Nacionalidad: Chilena – Estado Civil: Soltera

## RESUMEN

Arquitecto del Paisaje, INACAP, con un Diplomado en Gestión de Empresas (Universidad de Chile). Experiencia en emprendimiento personal, en áreas de paisajismo, desarrollando capacidades orientados a cumplir con las exigencias de los clientes. Posee una alta capacidad para enfrentar situaciones adversas, logrando superarse cuando las cosas son negativas, teniendo la competencia y creatividad necesaria para hallar soluciones novedosas a los conflictos. Lo que se traduce en una rápida adaptación a los cambios.

## EXPERIENCIA LABORAL

- Agosto 2011 a la fecha :** Ejecutiva de Títulos y Grados, principales funciones: Realizar el proceso de titulación de todos los alumnos de Postgrado; Recepcionar las tesis, validarlas y coordinar entregas a biblioteca de acuerdo a requerimientos; efectuar las nóminas para cada ceremonia y apoyo en las tareas previas a cada evento; Escuela de Postgrado, Facultad de Economía y Negocios, Universidad de Chile.
- Julio – Agosto 2011 :** Apoyo para Migración de sistema docencia antiguo a nuevo Sistema SAD, además de enseñar a futuros usuarios de SAD las aplicaciones del sistema, Escuela de Postgrado, Facultad de Economía y Negocios, Universidad de Chile.
- Junio 2011 :** Reemplazo Coordinadora Académica, Escuela de Postgrado, Facultad de Economía y Negocios, Universidad de Chile. Atención a alumnos y profesores.
- Octubre 2010 a Mayo 2010 :** Encargada de Actualizar Bases de Antecedentes de Alumnos de Escuela de Postgrado, Facultad de Economía y Negocios, Universidad de Chile. Apoyo en inscripción y cobro de alumnos para Seminario Internacional.
- Agosto 2010 :** Apoyo para actualizar bases de datos, Escuela de Postgrado, Facultad de Economía y Negocios, Universidad de Chile.
- Marzo – Julio 2010 :** Clases particulares de Lenguaje enseñanza básica y Matemáticas enseñanza media.
- Enero 2010 :** Clases particulares de Computación (Internet, Excel y Word).
- Abril - Diciembre 2009 :** Clases particulares de Matemáticas Enseñanza Básica y Media.
- Marzo 2009 :** Reemplazo Asistente Administrativo. Consulta Dental El Alba. Funciones:

atención de público, administración de agenda y tareas varias relacionadas con organización de consulta dental.

**Marzo –** : Clases particulares de Matemáticas y Lenguaje Enseñanza Media.  
**Diciembre 2008**

**2005 – 2007** : Trabajos Independientes desarrollando labores en Mantención de Jardines particulares; Construcción de Jardines particulares de menos envergadura y Diseño en pequeños Jardines. A su vez, realizando el trabajo administrativo como el contacto con clientes, realización de presupuestos, trato con trabajadores y adquisición de materiales.

## ESTUDIOS

---

**Enseñanza Superior** : (1999 - 2002) INACAP  
Arquitectura del Paisaje. Titulada  
(2012-2013) Universidad de Chile  
Diplomado en Gestión de Empresas  
(2015-2015) Universidad de Chile - FEN  
Candidato a Magíster en Administración (MBA)

## CAPACITACIÓN

1. Curso de Inglés (1 año), en Instituto Norteamericano.
2. Curso de Inglés (72 horas.), capacitación entregada por Universidad de Chile.
3. Charla técnica de Marketing: "PAISAJISTA, cómo abrirse espacio en el mercado" – Estudio Paisaje

## CONOCIMIENTOS Y HABILIDADES

1. Manejo de Programas Word, Excel y Power Point a nivel de usuario.
2. Manejo de Herramientas Gráficas como Autocad y Photoshop, nivel intermedio.

## AFICIONES

1. Natación
2. Lectura
3. Pintar al óleo

## CURRICULUM VITAE ADRIANA OLGUÍ MARCHANT

Actriz / Licenciada en Educación  
Pedagoga Teatral/ Gestora Cultural  
[ariadnaom@gmail.com](mailto:ariadnaom@gmail.com)

Fono: Cel: 7.9289297/ Fijo:2/2212345



### TE VEO Chile

[www.teveochile.cl](http://www.teveochile.cl)

2007 a la actualidad

TE VEO CHILE, Asociación de Artes Escénicas para la Infancia y la Juventud, constituye una experiencia de asociatividad inédita en el país, siguiendo los pasos de TE VEO España.

Adriana Olgú es miembro fundador y parte de la Directiva de la Asociación. Además es la encargada de las Líneas de Investigación y Pedagógica, dentro del trabajo de la Asociación para Niños y Jóvenes, Chilena.

TE VEO Chile, persigue velar porque las artes escénicas de las que nuestros niños y jóvenes sean espectadores y parte, sean de óptima calidad. También persigue que las compañías teatrales adquieran fuerza institucional.

Actualmente la Asociación pone especial énfasis en su afán de promover y desarrollar no solo el teatro si no, las Artes Escénicas en general: Música, cuentacuentos, teatro, teatro de muñecos para los niños y jóvenes, abriéndose a todos los artistas escénicos que trabajen para este público. Así como también, se abre a la "Pedagogía Teatral e Investigación", que son líneas de trabajo e interés propuestas desde un inicio por Adriana Olgú, y que le ha permitido el desarrollo de material didáctico para que el docente de aula, trabaje con su alumnado al momento de participar, los chicos, de una experiencia escénica.

También permitió la elaboración de un Decálogo del Espectador segmentado según grupos etéreos, para proponer que la experiencia escénica de la que forme parte el joven espectador, sea una experiencia donde disfrute, pero también, se haga cargo.

- Productora I Encuentro TE VEO Chile. 2009. Pontificia Universidad Católica.
- Productora II Encuentro Internacional TE VEO Chile 2010. Chile-España . Pontificia Universidad Católica / Encargada del módulo TALCA, en Centro de Extensión Universidad Católica del Maule. Proyecto con Financiamiento IBERESCENA.
- Productora III Encuentro Internacional TE VEO Chile 2013. Chile-España-México. Matucana 100. Encargada del módulo TALCA, en Centro de Extensión Universidad Católica del Maule. Proyecto FONDART 2013
- Autora de todo el Material Didáctico entregado a los colegios participantes del III Encuentro TE VEO Chile 2013. Creación de 14 guías con propuestas teórico-prácticas de sensibilización, acercamiento y profundización de los diversos tópicos tocados en cada montaje teatral.

Colegios: **ANTUQUENU ANDINO / Nuestra Señora (Graneros)**  
2010/2007

#### Nuestra Señora 2007. Graneros.

Profesora de la Asignatura Electiva de Teatro para 4º Medio.

- Tallerista responsable de los talleres Formativos Complementarios en Apoyo al Sub-sector de Lenguaje y Comunicación de 1º a 6º básico
- Tallerista Responsable del diseño y ejecución del taller de Cine, taller Formativo Complementario en Apoyo al Sub-sector de Lenguaje y Comunicación de 7º y 8º
- Tallerista responsable de la creación e implementación del taller de Diseño y Confección de títeres para Párvulos.



## CURRICULUM VITAE ADRIANA OLGUÍ MARCHANT

Actriz / Licenciada en Educación  
Pedagoga Teatral/ Gestora Cultural  
[ariadnaom@gmail.com](mailto:ariadnaom@gmail.com)

Fono: Cel: 7.9289297/ Fijo:2/2212345



- **ANTUQUENU ANDINO**  
**Docente :**
  - Talleres Formativos Complementarios de Teatro en apoyo al Sub-sector de Lenguaje y Comunicación, para los ciclos de enseñanza básica y enseñanza media.
  - Talleres Formativos Complementarios Lúdico-Literarios, teatro para el fomento lector, en enseñanza pre-escolar y básica.
  - Profesora Jefe enseñanza básica, 1º, 2º y 3º básico.
  - Taller de Convivencia Escolar para la enseñanza básica " En tus Zapatos" propuesta elaborada utilizando la herramienta del juego y rol-playing.

### Talleres Independientes y Municipales.

2009/2000

**Relatora.** El diseño y realización de todos los talleres hechos, ha estado siempre a cargo de la profesional. Cabe destacar, que éstos talleres han tenido diversos tipos de público, pero el acento siempre ha sido puesto en el desarrollo del ser humano en sus diferentes dimensiones, haciendo uso de la herramienta teatral para ello, por ser un recurso altamente creativo, integrador y lúdico.

El trabajo con un perfil altamente social ha sido la línea de visualización, implementación y ejecución de todos los talleres.

- Desempeño como relatora de distintos cursos ligados al desarrollo Humano y Teatro (dramaturgia y expresión gestual) En distintas instituciones Universidad Santo Tomás, Municipalidad de Macul, Pontificia Universidad Católica de Chile, entre otros.
- Taller de Dramaturgia en el aula. TE VEO Chile. Centro Extensión Pontificia Universidad Católica de Chile. 2009.
- Clase magistral de Dramaturgia " Del Cuento infantil a la Teatralización". Carrera de Educación de Párvulos. Escuela de Educación Universidad Santo Tomás. Rancagua-Chile. 2008.
- Apoyo docente en el "Seminario de Perfeccionamiento Docente en Pedagogía Teatral" dictado por las Escuelas de Teatro y Educación de la Pontificia Universidad Católica de Chile. 2008.
- Taller de Desarrollo Personal. Ilustre Municipalidad de Macul. Departamento de Sociales 2004-2005.
- Taller de Relajación para Adultos Mayores. Ilustre Municipalidad de Macul. Departamento de Sociales 2002-2005.
- Taller de Teatro Infantil Anual. Centro Comunitario Padre Hurtado. Municipalidad de Las Condes 2003 – 2005
- Taller de Teatro Infantil de Verano. Centro Comunitario Padre Hurtado. Municipalidad de Las Condes. 2003-2005.
- Taller de Desarrollo Personal y Teatro, para padres y apoderados. Colegio ALCÁNTARA PEÑALOÉN. Santiago-Chile. 1999-2000.

## CURRICULUM VITAE

### ADRIANA OLGUÍ MARCHANT

Actriz / Licenciada en Educación

Pedagoga Teatral/ Gestora Cultural

[ariadnaom@gmail.com](mailto:ariadnaom@gmail.com)

Fono: Cel: 7.9289297/ Fijo:2/2212345



#### Gestión Cultural/ Producción

2015 / 2000

##### Gestora y productora

- Productora Ejecutiva de la Compañía teatral Bolsillo Perro. Teatro Ambiental y Musical. 2014-2015
- Productora artística y ejecutiva de Teatro SOLAZ y Cia., desde el año 2001. Actualmente en período de investigación creativa.
- Coordinadora de actividades artísticas y culturales. Programa de intervención social comunitaria a través del arte. Centro Comunitario Padre Hurtado. Las Condes. 2005
- Coordinadora de actividades artísticas y culturales. Veraneo 2005. Centro Comunitario Padre Hurtado. Las Condes.
- Fundadora y directora de los talleres artísticos vecinales para Niños y Jóvenes: TEATRO EN TU VILLA. Junta vecinal n° 17. Villa Santa Elena . Macul. Sgto.-Chile.

#### Dirección Teatral y Dramaturgia

2016 / 2000

##### Directora y Fundadora de Teatro SOLAZ y Cía. Santiago de Chile 2001-2016

##### Dramaturgia:

- Obra de teatro "la Reina Isabel cantaba rancheras". Basada en la Novela "La Reina Isabel cantaba rancheras" de Hernán Rivera Letelier. Trabajo en conjunto con Gustavo Meza.
- Obra original para teatro de muñecos "Las Manos de mi Abuela".
- Revisión texto Original AMADA. 2010
- Obra de teatro de muñecos "Galo". Derecho a la diversidad y la inclusión.
- Obra original de teatro de títeres infantil navideña "...de búsquedas y Reyes".
- Obra original de teatro infantil sobre los derechos de los niños "Ernestina ó la niña que tenía dos ojos". Basada en el cuento "El niño que tenía dos ojos"
- Obra original de teatro infantil sobre los derechos de los niños y el fomento lector: "Amada".
- Obra de teatro de fomento a la lectura infantil y a los derechos de los niños "Salvando a Librín".
- Obra sobre la violencia intrafamiliar . Monólogos. "Por Amor a Mi". Texto basado en el libro " Mujeres de Ojos Grandes" de Ángeles Mastretta.
- Obra sobre los conflictos adolescentes, basada en personajes de ficción y verdaderos: Antígona, Juana de Arco, Sor Teresita de los Andes y Julieta. "Crisálida".

## **CURRICULUM VITAE**

### **ADRIANA OLGUÍ MARCHANT**

Actriz / Licenciada en Educación

Pedagoga Teatral/ Gestora Cultural

[ariadnaom@gmail.com](mailto:ariadnaom@gmail.com)

Fono: Cel: 7.9289297/ Fijo:2/2212345



### **Estudios Superiores , Postgrados,Diplomados y cursos realizados**

- Curso de Perfeccionamiento en Gestión Cultural Nivel Avanzado Proyecto TRAMA 2015. Julio-Diciembre 2015.

\*Candidata a Magister en Pedagogía Teatral. Universidad del Desarrollo. Escuela de Educación.Stgo-Chile.

- Profesora de Teatro para Educación básica y media . Licenciada en Educación. Universidad Pedro de Valdivia. Stgo-Chile. Tesis de Grado: Análisis crítico al Modelo de Mediación Escolar Vigente, una mirada desde la educación y la pedagogía teatral. Aprobada con Dos Grados de Distinción.
- Carrera de Actuación Teatral. Escuela "Teatro IMAGEN". Director: Gustavo Meza.Stgo-Chile.
- I versión Diplomado de Pedagogía Teatral 2001. PU Católica de Chile.
- Seminario de Pedagogía Teatral. PU Católica de Chile.
- I Seminario de Asociatividad y Cultura. Biblioteca de Santiago 2012.
- Seminario Territorio y Patrimonio . Biblioteca de Santiago 2013.
- I Seminario de Senderismo Patrimonial. Fundación Sendero de Chile y Parque Metropolitano 2013.
- Curso de Perfeccionamiento Profesional : "Stanislavsky, revisión del método". U de Chile.
- Curso de Locución.Escuela de Locutores de Chile.
- Curso de Guión Documental. PU Católica de Chile.
- Curso de Edición de Video Digital.Adobe Premiere 7.0
- 2º año de Derecho .Universidad Central de Venezuela
- 1º año de Sicoología. Universidad ARCIS . Stgo-Chile.

## 12.8. Descripción de Cargo

Cargo	Director(a) Cultural
<b>Reporta a:</b>	Directorio
<b>Competencias:</b>	Deberá presentar cualidades de liderazgo y enfocado al éxito, con capacidad de adaptación a los cambios y rápida reacción a los nuevos enfoques, con mentalidad abierta y flexible para la toma de decisiones eficientes. Deberán presentar habilidades humana y de negociación para enfrentar nuevas alianzas y relaciones con futuros socios.
<b>Principales Responsabilidades:</b>	Diseño y elaboración las políticas y estrategias culturales para el desarrollo de la comuna; Planificar, organizar y dirigir los proyectos culturales que se desarrollaran durante el año; Gestionar el presupuesto; Dirigir al equipo profesional para la obtención de los objetivos establecidos inicialmente.
<b>Horario</b>	De 8:30 a 17:30 hrs.
<b>Salario Bruto</b>	80UF + 2% comisiones por auspicios recibidos

Cargo	Responsable Macul
<b>Reporta a:</b>	Director(a) Cultural
<b>Competencias:</b>	Capacidades de liderazgo; con habilidades humanas que le permitan el trabajo con los distintos equipos; Organizado y proactivo; Capacidad de diagnosticar las fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades de su área de gestión.
<b>Principales Responsabilidades:</b>	Productor de Actividades culturales para la comuna. Coordinar los distintos programas de semilleros: Orquesta y Teatro; Coordinar los talleres para los habitantes y los colegios. Hacer seguimiento a las distintas actividades y diseñar métodos de evaluación para ejecutar mejoras o nuevas propuestas. Crear políticas internas de funcionamiento de los espacios culturales y del buen comportamiento de cada uno de los miembros de la corporación.
<b>Horario</b>	De 8:30 a 17:30 hrs.
<b>Salario Bruto</b>	50UF + 1% comisiones por auspicios recibidos

Cargo	Responsable Patrocinio
<b>Reporta a:</b>	Director(a) Cultural
<b>Competencias:</b>	Capacidades de comunicación y buen negociante; Conocimientos en ventas; Motivado con el desarrollo cultural de la comuna
<b>Principales Responsabilidades:</b>	Actuará de representante de la Corporación ante otras instituciones y empresas; Captar, organizar y coordinar las reuniones con los patrocinadores. Diseñar estrategias para la captación de nuevos patrocinadores. Realización de acuerdos y contratos con empresas privadas.
<b>Horario</b>	De 8:30 a 17:30 hrs.
<b>Salario Bruto</b>	50UF + 1% comisiones por auspicios recibidos

<b>Cargo</b>	<b>Gestor Cultural</b>
<b>Reporta a:</b>	Responsable Área Pública - Privada
<b>Cantidad requerida:</b>	Variable
<b>Competencias:</b>	Capacidades de organización y trabajo en equipo; trabajo bajo presión; Deberá ser organizado y proactivo; Poseer una mirada crítica constructiva para evaluar su rango de acción y detectar posibles problemas.
<b>Principales Responsabilidades:</b>	Coordinar el adecuado uso y funcionamiento del material técnico y operativo, así como el buen funcionamiento de las dependencias públicas utilizadas por la Corporación. Deberá coordinar los distintos eventos culturales y artísticos que se imparten en la comuna, tanto del sector público como privado. Proponer cambios en el desarrollo de los proyectos, previo a la evaluación realizada cuando surgen necesidades in situ y poder resolver peticiones de los usuarios. Realizar los acuerdos y contratos con personas (artistas u otros relacionados con los programas culturales), además, de encargarse del pago de las distintas personas relacionadas con estas actividades.
<b>Horario</b>	De 8:30 a 17:30 hrs.
<b>Salario Bruto</b>	45 UF

<b>Cargo</b>	<b>Ejecutor Cultural</b>
<b>Reporta a:</b>	Gestor Cultural
<b>Cantidad requerida:</b>	Variable
<b>Competencias:</b>	Capacidad de organización y respetuoso con las normas de la corporación. Buen manejo del trabajo en equipo y el trabajo bajo presión. Cooperador y disciplinado.
<b>Principales Responsabilidades:</b>	Entregar informes de los problemas técnicos y operativos presentados en las actividades culturales; Coordinar y supervisar en terreno las actividades masivas (teatro, música y otro) para evitar el desvío de los objetivos. Asistir a los participantes de cualquiera de las actividades culturales que se desarrollen, ya sea actores, músicos, grupos o representantes artísticos, entre otros.
<b>Horario</b>	De 8:30 a 17:30 hrs.
<b>Salario Bruto</b>	35 UF

<b>Cargo</b>	<b>Editor Web</b>
<b>Reporta a:</b>	Responsable Área Pública - Privada
<b>Cantidad requerida:</b>	1
<b>Competencias:</b>	Responsable y de alto valor ético, organizado, buen comunicador, capacidad de trabajar en equipos multidisciplinarios. Creativo y con conocimientos en herramientas de diseño web, como photoshop
<b>Principales Responsabilidades:</b>	Responsable de la imagen, publicaciones en cualquiera de los medios oficiales y de la difusión de los eventos de la corporación; Actualización de la pagina web de la corporación
<b>Horario</b>	De 8:30 a 17:30 hrs.
<b>Salario Bruto</b>	45UF

<b>Cargo</b>	<b>Community Manager</b>
<b>Reporta a:</b>	Editor Web
<b>Cantidad requerida:</b>	1
<b>Competencias:</b>	Debe ser un buen comunicador, assertivo, empático, organizado, responsable; debe ser parte de las comunidades sociales y estar siempre atento a las novedades.
<b>Principales Responsabilidades:</b>	Encargado de mantener actualizada las redes sociales de la corporación, incentivar la participación ciudadana en las redes sociales, ser parte del equipo comunicador e informante de todos los eventos artísticos realizados por la corporación. Entregar feedback a su superior sobre las respuestas del consumidor a los eventos ofrecidos.
<b>Horario</b>	De 9:00 a 14:00 hrs.
<b>Salario Bruto</b>	19UF

<b>Cargo</b>	<b>Desarrollador y diseñador Web</b>
<b>Reporta a:</b>	Editor Web
<b>Cantidad requerida:</b>	1
<b>Competencias:</b>	Hábil en el manejo de herramientas: HTML, CSS, Pantones, Fonts, Tipos de archivos, Photoshop, JQuery, UX, PHP, Multi-plataforma, WordPress, Lenguajes; Alto grado de creatividad y lector de los requerimientos del cliente.
<b>Principales Responsabilidades:</b>	A cargo del desarrollo de la interfaz de la página como también de diseño de esta; siendo el responsable que la página funcione tanto para los usuarios como para el administrador.
<b>Horario</b>	De 8:30 a 17:30 hrs.
<b>Salario Bruto</b>	30UF

<b>Cargo</b>	<b>Responsable de Administración y Finanzas</b>
<b>Reporta a:</b>	Director(a) Cultural
<b>Competencias:</b>	Capacidad de gestión, control de equipos de trabajo. Análisis financiero y estadístico
<b>Principales Responsabilidades:</b>	preparación del presupuesto anual financiero. Seguimiento y control de los indicadores de gestión por área. Establecimiento de contratos y alianzas con proveedores clave. Responsable de RR.HH.: contratos, condiciones y evaluación del personal. Otras
<b>Horario</b>	De 8:30 a 17:30 hrs.
<b>Salario Bruto</b>	80UF + 2% comisiones por auspicios recibidos



<b>Cargo</b>	<b>Contador - Control de Gestión</b>
<b>Reporta a:</b>	Responsable de Administración y Finanzas
<b>Competencias:</b>	capacidad analítica, trabajo bajo presión.
<b>Principales Responsabilidades:</b>	Maneja la contabilidad de la Coporación. Prepara los balances y demás análisis para el seguimiento de la gestión de los equipos de trabajo. Controla los recursos y establece los presupuestos internos
<b>Horario</b>	De 8:30 a 17:30 hrs.
<b>Salario Bruto</b>	45UF

<b>Cargo</b>	<b>Administrativo</b>
<b>Reporta a:</b>	Responsable de Administración y Finanzas
<b>Cantidad requerida:</b>	1
<b>Competencias:</b>	Trabajo multidisciplinario enfocado en la colaboración con los distintos departamentos. Trabajo en equipo
<b>Principales Responsabilidades:</b>	Llevar las agendas de los equipos. Realiza el trabajo administrativo de las áreas. Apoyo en los eventos en terreno
<b>Horario</b>	De 8:30 a 17:30 hrs.
<b>Salario Bruto</b>	23 UF

## 12.9. Listado de las 10 mejores empresas según utilidades 2013

El año 2013 las 10 empresas más grandes en terminos de ventas obtubieron utilidades netas por UF 105.000.000

RK 13	RK 12	Empresa	Sector/Rubro	Ventas 2013 US\$ Mill.	Ventas 2012 US\$ Mill.	Variación Ventas 13/12 (%)	Utilidad Neta 2013 US\$ Mill.	Utilidad Neta 2012 US\$ Mill.
1	1	EMPRESAS COPEC	Multisector	24.346,00	22.770,00	6,9	458,6	232,5
2	2	CENCOSUD	Retail	19.743,90	19.116,30	3,3	439	564,1
3	3	CODELCO	Minería	14.956,30	15.860,40	-5,7	1.114,60	3.875,30
4	7	LATAM AIRLINES GROUP	Aerotransporte	12.924,50	9.722,20	32,9	-281,1	11
5	6	FALABELLA	Retail	11.836,70	11.474,00	3,2	847,4	775,3
6	5	ENAP	Petróleo/Gas	11.210,70	11.612,00	-3,5	134	-319,2
7	4	ENERSIS	Energía Eléctrica	10.876,70	13.080,50	-16,8	1.257,30	788,4
8	9	COPEC COMBUSTIBLES (1) (4)	Petróleo/Gas	8.643,50	8.192,90	5,5	N.D.	N.D.
9	8	ESCONDIDA (1) (2)	Minería	7.538,00	8.824,10	-14,6	N.D.	3.168,00
10	11	D&S (WALMART)	Retail	6.051,30	6.044,30	0,1	270,3	241,6

Fuente: [http://rankings.americaeconomia.com/las-500-mayores-empresas-de-chile-2014/ranking-500-chile\\_1\\_50/](http://rankings.americaeconomia.com/las-500-mayores-empresas-de-chile-2014/ranking-500-chile_1_50/)

Dichas Utilidades (de donde se descontarían los gastos en auspicios) representan el requerimiento de la corporación como un 0.008% (menos de una diezmilésima parte). La cantidad de auspicios requeridos es por tanto un monto accesible con la implementación del correcto plan de recaudación.



Se adjunta el cuadro porcentual de los requerimientos de auspicios sobre las utilidades de las 10 mejores empresas en 2014

<b>Total utilidades netas empresas top 10 en 2013 (UF)</b>	<b>105.180.916</b>
--	--------------------

<b>Año</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>
Auspicios requeridos (UF)	8.724	21.766	25.804	30.146	33.279
<b>Porcentaje de utilidades</b>	<b>0,008%</b>	<b>0,021%</b>	<b>0,025%</b>	<b>0,029%</b>	<b>0,032%</b>

### 12.10. Costos directos

En base a diferentes propuestas de artistas, se ha establecido una escala de costos para los espectáculos que serán montados para el año 2018 en la corporación, el resumen de los costos estimados para todos los espectáculos es el siguiente:

El resumen de la estimación de costos para el primer año se presenta a continuación

<b>Espectaculo</b>	<b>ene</b>	<b>feb</b>	<b>mar</b>	<b>abr</b>	<b>may</b>	<b>jun</b>	<b>jul</b>	<b>ago</b>	<b>sep</b>	<b>oct</b>	<b>nov</b>	<b>mar-nov</b>	<b>Total</b>
Circo							4						4
Concierto	23		1		1		1				3	29	57
Danza	1	9	3			3		8	5	9			37
Exposición		5	6	5	5	0	5	1	5	3	5		39
Feria								8			4		12
Festival	15		15			15			15				60
Lectura							1						1
Muestra Colectiva								5	3				8
Musical							6						6
Teatro	25	6	9	6	9	5	6	6	5	9			85
<b>Total Anual Millones pesos</b>	<b>64</b>	<b>20</b>	<b>34</b>	<b>11</b>	<b>15</b>	<b>23</b>	<b>23</b>	<b>27</b>	<b>32</b>	<b>21</b>	<b>12</b>	<b>29</b>	<b>310</b>
<b>Total Anual UF</b>													<b>11.813</b>

*Fuente: Elaboración propia en base a cotizaciones de espectáculos*

Una muestra de las cotizaciones de espectáculos a continuación:

Sres. Macultura.  
Presente.



### **Cotización Obras de Teatro para Enseñanza Media.**

A través de TE VEO Chile, la Asociación de Artes Escénicas para Niños y Jóvenes, pionera en el país en el área, y en la que trabajo desde hace 8 años, promoviendo las Artes Escénicas de calidad, para nuestro público, le envío una propuesta con dos montajes que podrían ser una buena opción pensando en las actividades que desea realizar el próximo año.

- **La primera es un montaje de la Cia. Objeto-Teatro: Las Aventuras del Teniente Bello.** Teatro de Objetos y Muñecos. Juego y mucho humor a través de este quehacer hermoso que son los muñecos.

Tiene un valor de 950.000 pesos brutos por función para una función de hasta 400 personas. Pagadera el mismo día de la muestra o con tiempo acordado previamente.

- **La segunda es un montaje de la Cia. Bolsillo Perro: La Mano.** Teatro con música original y en vivo, una gran fortaleza del montaje y de la Compañía Bolsillo Perro.

Tiene un valor de 1.000.000 pesos brutos por función para un público de hasta 400 personas. Pagadera el mismo día de la muestra o con tiempo acordado previamente.

Ambas obras tienen muy buen rodaje, han sido premiadas en diferentes instancias. Son estilísticamente diferentes, también. Una es una comedia, la otra una comedia negra.

Quedo atenta a cualquier duda o comentario.

Espero que la propuestas sea bien recibidas y podamos llevar Artes Escénicas de calidad a los chicos de San José.

Muy buena tarde y quedo atenta a noticias tuyas.  
Me despido atentamente.

Adriana Olgui Marchant.  
Actriz/ Vice-Presidenta y Productora  
TE VEO Chile.  
Contacto: +56 9 6259 0998  
[ariadnaom@gmail.com](mailto:ariadnaom@gmail.com)

--  
Santiago, Julio 2016.

### 12.11. Listado de sueldos de la corporación

Cargo	Sueldo Fijo (UF)	Variable sobre ingresos por auspicios
Director cultural	80	2,0%
Responsable finanzas	80	2,0%
Responsable Macul	50	1,0%
Responsable recaudación	50	1,0%
Contador	45	N/A
Asistente Administrativo	23	N/A
Gestor Cultural	45	N/A
Ejecutor Cultural	30	N/A
Comunity Manager	19	N/A
Editor Web	45	N/A
Desarrollador Web	30	N/A

Fuente: Elaboración Propia

### 12.12. Estimación de gasto en remuneraciones 2017 y evolución de personal Variable

Cargo	ene	feb	mar	abr	may	jun	jul	ago	sep	oct	nov	dic	bono	Total 2017
Director Corporación	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	1040
Director Financiero	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	1040
	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Responsable Área Publica	0	0	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	550
Responsable Recaudación	0	0	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	550
Contador	0	0	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	495
Asist. Administrativo 1	0	0	23	23	23	23	23	23	23	23	23	23	23	253
Gestor Cultural 1	0	0	0	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	450
Gestor Cultural 2	0	0	0	0	0	0	0	45	45	45	45	45	45	270
Ejecutor Cultural 1	0	0	0	0	30	30	30	30	30	30	30	30	30	270
Ejecutor Cultural 2	0	0	0	0	0	0	0	30	30	30	30	30	30	180
Asist. Administrativo 2	0	0	0	0	23	23	23	23	23	23	23	23	23	207
Asist. Administrativo 3	0	0	0	0	0	0	0	0	23	23	23	23	23	115
Asist. Administrativo 4	0	0	0	0	0	0	0	0	23	23	23	23	23	115
Comunity Manager	0	0	0	0	0	0	0	19	19	19	19	19	19	114
Editor Web	0	0	0	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	450
Desarrollador Web	0	0	0	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	300
<b>Total</b>	<b>160</b>	<b>160</b>	<b>328</b>	<b>448</b>	<b>501</b>	<b>501</b>	<b>501</b>	<b>595</b>	<b>641</b>	<b>641</b>	<b>641</b>	<b>641</b>	<b>641</b>	<b>6399</b>
Total Dirección	160	160	160	160	160	160	160	160	160	160	160	160	160	2080
Total Personal Fijo	0	0	168	288	288	288	288	307	307	307	307	307	307	3162
Total Personal Variable	0	0	0	0	53	53	53	128	174	174	174	174	174	1157

Fuente: Elaboración Propia

Según el periodo de contratación la distribución de las remuneraciones se realizará de esta forma para el primer año, incluyendo el cálculo del bono para el mes de diciembre

La remuneración variable, está constituida por los sueldos del personal de planta de la corporación que trabajan en función del volumen de trabajo. El detalle de los gastos en sueldos variables a continuación:

### Cuadro: Cantidad de Personal Variable

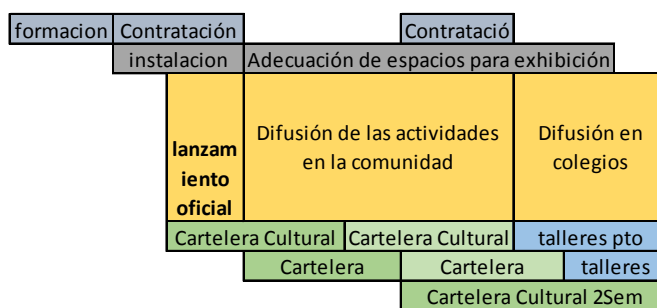
Colaboradores	Costo Anual UF	2017 (*)	2018	2019	2020	2021
Gestor Cultural	585	1	1	2	2	2
Ejecutor Cultural	390	2	3	4	5	6
Asist. Administrativo	299	1	2	3	4	5
<b>Total Costo Personal Variable</b>		<b>1157</b>	<b>2353</b>	<b>3627</b>	<b>4316</b>	<b>5005</b>

<b>Asistentes totales</b>	81.957	168.597	203.395	239.725	262.436
<b>UF/asistente</b>	0,01	0,01	0,02	0,02	0,02

Fuente: Elaboración Propia

### 12.13. Detalle egresos generales

Los egresos generales se presentan detallados el 2017 y la proyección para los siguientes años:



Egresos Generales (UF)	Total												Regimen Normal				
	ene	feb	mar	abr	may	jun	jul	ago	sep	oct	nov	díc	2017	2018	2019	2020	2021
material de oficina	-	-	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	76	92	92	92	92
servicios legales	-	305	38	38	-	-	-	38	38	-	-	-	458	76	76	76	76
seguros	-	-	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	76	92	92	92	92
combustibles peajes otros	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
combustibles peajes otros	-	-	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	115	137	137	137	137
comida - alojamiento	-	-	-	-	11	11	11	11	11	11	11	11	92	137	137	137	137
mantencion de vehiculos	-	-	-	-	-	-	38	-	-	-	-	38	76	76	76	76	76
mantencion servicios web	-	-	19	-	-	-	-	-	-	-	-	-	19	19	19	19	19
otros egresos	-	-	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	382	458	458	458	458
<b>Total UF</b>	-	<b>305</b>	<b>122</b>	<b>103</b>	<b>76</b>	<b>76</b>	<b>115</b>	<b>115</b>	<b>115</b>	<b>76</b>	<b>76</b>	<b>115</b>	<b>1.294</b>	<b>1.088</b>	<b>1.088</b>	<b>1.088</b>	<b>1.088</b>

Fuente. Elaboración Propia

### 12.14. Tabla de inversiones en Activos para la corporación

A continuación, la lista de inversiones de la corporación que requerirá en activos para su funcionamiento. El detalle en el anexo 12.41

Bienes Muebles	Cantidad	Valor unitario	Valor total	Inversión inicial UF
<b>Informática</b>				
Notebook	2	549.990	1.099.980	42
Notebook	4	599.900	2.399.600	92
Servidor	1	519.990	519.990	20
Switch	1	139.990	139.990	5
Proyector	1	269.990	269.990	10
<b>Amplificación</b>				
Kit Pequeño	1	459.900	459.900	18
Kit Mediano	1	958.000	958.000	37
Kit Grande	1	2.199.000	2.199.000	84
<b>Iluminación</b>				
Luces Blancas	4	77.000	308.000	12
Led 10X8W	4	226.000	904.000	35
Big Dipper	2	56.900	113.800	4
Barra Led	2	269.900	539.800	21
<b>Mobiliario</b>				
Sillas	200	11.200	2.240.000	85
Muebles Oficina	1	2.176.755	2.176.755	83
<b>Vehiculos</b>				
Camioneta	2	13.673.100	27.346.200	1.044
<b>Total Bienes Muebles</b>			42.867.935	1.636

<b>Intangibles</b>				
Licencias	5	170.590	852.950	33
Licencias	2	169.990	339.980	13
Desarrollo Pagina Web	1	10.008.400	10.008.400	382
<b>Total Intangibles</b>			<b>11.201.330</b>	<b>428</b>

<b>Resumen Inversión</b>				
Valor Total Activos			54.069.265	2.064
Valor Neto			45.436.357	1.734
IVA De Activos			8.632.908	330

*Resumen de inversión en activos. Fuente Anexo 12.41*

### 12.15. Tabla depreciación de activos

Tabla de depreciación disponible en SII:

[http://www.sii.cl/pagina/valores/bienes/tabla\\_vida\\_enero.htm](http://www.sii.cl/pagina/valores/bienes/tabla_vida_enero.htm)

La forma de calcular la tasa impositiva está en el siguiente link:

[http://www.sii.cl/pagina/jurisprudencia/adminis/anteriores/150\\_1993.htm](http://www.sii.cl/pagina/jurisprudencia/adminis/anteriores/150_1993.htm)

Activos	Valor libro neto UF	Horizonte de depreciación	2017 (*)	2018	2019	2020	2021
<b>Depreciación</b>							
Informática	142	2	36	71	36		
Amplificación	116	2	29	58	29		
Iluminación	60	2	15	30	15		
Mobiliario	142	2	36	71	36		
Vehículos	877	2	219	439	219		
<b>Depreciación por período</b>			<b>334</b>	<b>669</b>	<b>334</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Valor libro inversión depreciable</b>	<b>1.337</b>		<b>1.003</b>	<b>334</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

<b>Amortización</b>							
Licencias de Software	38	2	10	19	10		
Desarrollo de página web	382	2	96	191	96		
<b>Amortización por período</b>			<b>105</b>	<b>210</b>	<b>105</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Valor libro inversión amortizable</b>	<b>420</b>		<b>315</b>	<b>105</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

(\*) Se considera la activación de la inversión a mediados de 2017.

Fuente: Elaboración Propia

## 12.16. Calculo de capital de trabajo requerido

Calculo de Capital de trabajo necesario

Valores en U.F.

	ene	feb	mar	abr	may	jun	jul	ago	sep	oct	nov	dic
<b>Total Ingresos</b>	3.817	-	-	-	3.490	3.490	1.745	-	-	-	-	-
<b>Total Costos Directos</b>	-	-	-	-	- 262	- 262	- 158	- 1.120	- 1.338	- 1.519	- 1.080	- 930
<b>Total Gastos fijos</b>	- 176	- 512	- 495	- 2.062	- 647	- 647	- 689	- 710	- 710	- 668	- 668	- 1.223

<b>Resultado Operacional Bruto</b>	3.641	- 512	- 495	- 2.062	2.581	2.581	898	- 1.830	- 2.048	- 2.187	- 1.748	- 2.153
Inversión												
<b>Déficit de efectivo</b>	3.641	3.129	2.634	572	3.153	5.734	6.632	4.802	2.754	567	- 1.181	- 3.334

Fuente: elaboración propia.

## 12.17. Estado de resultados de 2017

Estado de Resultados Proyectados  
Valores en U.F.

	Año 0	ene	feb	mar	abr	may	jun	jul	ago	sep	oct	nov	dic
<b>Ingresos</b>													
Ingreso Por Matricula Talleres		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ingreso Por Mensualidad Talleres		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ingreso Auspicios Espectaculos						3.490	3.490	1.745					
Subvención Municipal		3.817											
<b>Total Ingresos</b>		<b>3.817</b>	-	-	-	<b>3.490</b>	<b>3.490</b>	<b>1.745</b>	-	-	-	-	-

<b>Costos Directos</b>													
Profesores Talleres													
<b>Costo Directo Espectáculos</b>									- 992	- 1.164	- 1.345	- 906	- 582
Personal Administrativo Variable						- 53	- 53	- 53	- 128	- 174	- 174	- 174	- 348
Comisiones Dirección	4,0%					- 140	- 140	- 70	-	-	-	-	-
Comisiones Jefe De Equipo	2,0%					- 70	- 70	- 35	-	-	-	-	-
<b>Total Costos Directos</b>			-	-	-	<b>- 262</b>	<b>- 262</b>	<b>- 158</b>	<b>- 1.120</b>	<b>- 1.338</b>	<b>- 1.519</b>	<b>- 1.080</b>	<b>- 930</b>

Margen Directo		3.817	-	-	-	3.227	3.227	1.587	- 1.120	- 1.338	- 1.519	- 1.080	- 930
Margen Directo %													

<b>Gastos Fijos</b>													
Gastos Generales			- 305	- 122	- 103	- 76	- 76	- 115	- 115	- 115	- 76	- 76	- 115
Sueldos Fijos		- 160	- 160	- 328	- 448	- 448	- 448	- 448	- 467	- 467	- 467	- 467	- 934
Marketing		-	-	-	- 1.323	- 64	- 64	- 64	- 64	- 64	- 64	- 64	- 64
Actividad Colegios		0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Otros Gastos (10%)		- 16	- 47	- 45	- 187	- 59	- 59	- 63	- 65	- 65	- 61	- 61	- 111

Total Gastos		- 176	- 512	- 495	- 2.062	- 647	- 647	- 689	- 710	- 710	- 668	- 668	- 1.223
Capital De Trabajo	- 3.335												
<b>Resultado Operacional Neto</b>													
Flujo De Caja Acumulado		6.976	6.464	5.969	3.907	6.488	9.069	9.967	8.137	6.089	3.902	2.154	1

Fuente: Elaboración Propia

## 12.18. Breve resumen de cálculo de tasas de descuento social

A continuación, varios documentos que representan la forma de obtener la tasa de descuento social en Chile. Se ha considerado en este estudio una tasa del 6% (tasa de descuento social convencional) + 4% (premio por riesgo) que permite homogeneizar las diversas opciones de tasa Precios sociales vigentes

[http://www.dellibertador.cl/diplan/2014/precios\\_sociales\\_vigentes\\_2014.pdf](http://www.dellibertador.cl/diplan/2014/precios_sociales_vigentes_2014.pdf)

Tasa de descuento social vigente es 6%

Información de la tasa de descuento social

[https://publications.iadb.org/bitstream/handle/11319/7206/Porque\\_el\\_tiempo\\_pasa\\_evolucion\\_teorica\\_y\\_practica\\_en\\_la\\_determinacion\\_de\\_la\\_tasa\\_social\\_de\\_descuento.pdf?sequence=1](https://publications.iadb.org/bitstream/handle/11319/7206/Porque_el_tiempo_pasa_evolucion_teorica_y_practica_en_la_determinacion_de_la_tasa_social_de_descuento.pdf?sequence=1)

Documentos revisados:

### Documento 1:

La Tasa Social de Descuento en Chile Fernando Cartes, Eduardo Contreras y José Miguel Cruz  
Extracto: Este documento sintetiza el estudio de cálculo y actualización de la tasa social de descuento para Chile desarrollado por los autores. En el mencionado estudio, se realizó un diagnóstico del mercado de capitales chileno en la actualidad y sus perspectivas de mediano plazo, se identificaron y calcularon los parámetros y variables necesarios para el cálculo de la tasa social de descuento, se

incorporó a la tasa social de descuento el riesgo sistemático que afecta a las inversiones del sector público, mediante un modelo apropiado y finalmente se calculó la tasa social de descuento, considerando diversos escenarios de comportamiento de las variables determinantes de este valor. El estudio desarrollado, y este documento de trabajo, constituyen una actualización del estudio anterior desarrollado en Chile para este mismo objetivo (Avilés y Contreras, 1999), y comparte con aquél la incorporación de un nuevo enfoque que explicita el premio al riesgo para proyectos públicos, mediante un modelo consistente con el modelo CAPM basado en el consumo.

En este documento, los autores informan

Metodología tradicional			Nueva metodología		
Escenario pesimista	Escenario base	Tasa promedio	Escenario pesimista	Escenario base	Tasa promedio
8,16%	6,24%	7,20%	8,19%	6,27%	7,23%

LINK <http://www.dii.uchile.cl/~ceges/publicaciones/ceges77.pdf>

## Documento 2:

Porque el tiempo pasa: evolución teórica y práctica en la determinación de la tasa social de descuento  
De los autores: Javier Campos Tomás Serebrisky Ancor Suárez-Alemán

Extracto: Resumen ejecutivo El concepto de tasa de descuento continúa siendo fundamental en cualquier decisión económica que implique el uso de los recursos de una sociedad en diferentes períodos de tiempo. Es además especialmente relevante para la evaluación de políticas y proyectos de inversión pública en países en desarrollo, tanto por parte de sus gobiernos como por el Banco Interamericano de Desarrollo y otras instituciones internacionales, ya que las consecuencias sociales de decisiones incorrectas o subóptimas sobre la asignación de los recursos pueden ser muy importantes para su desarrollo a largo plazo. La teoría económica sugiere que la tasa de descuento de un proyecto debería reflejar siempre el costo de oportunidad ajustado al riesgo asociado a la financiación de dicho proyecto, pero no existe un consenso definitivo sobre cómo medir ese costo. De hecho, aunque el debate académico sobre este tema ha sido intenso en los últimos años, los economistas aún no han llegado a un compromiso final sobre el mismo, existiendo nuevas contribuciones. Además, dado que la situación macroeconómica de muchos países de América Latina y otras partes del mundo ha mejorado notablemente en comparación con décadas pasadas – reduciéndose significativamente sus costos de acceso a los mercados de capitales – parece razonable realizar un proceso de evaluación de los criterios tradicionales para determinar la tasa de descuento social (TDS). Por ello, este documento revisa críticamente la literatura económica existente sobre la TDS desde 1950 hasta 2015 con el fin de categorizar las principales aportaciones realizadas en este campo, proporcionar un marco adecuado para debatir las controversias aún existentes y dar un salto de la teoría al mundo real identificando cambios recientes implementados por países e instituciones internacionales con respecto a la tasa de descuento social. Los enfoques metodológicos con respecto a la determinación práctica de la TDS se ubican generalmente en dos categorías: los denominados enfoque descriptivo y enfoque prescriptivo. El enfoque descriptivo se justifica a menudo con argumentos de eficiencia paretiana, partiendo de una descripción de cómo realizan los agentes económicos el proceso de descuento en lugar de imponer criterios externos por parte de los analistas (a partir de sus propias convicciones sobre equidad o justicia social). Las principales contribuciones dentro de este primer enfoque favorecen el uso de una tasa de descuento única o fija, con métodos exponenciales, obtenida a partir de una de las tres metodologías dominantes: usando la tasa marginal de preferencia temporal (que representa la visión de los consumidores), el costo social del capital (que representa las posiciones de los inversores), o un



promedio ponderado de ambos (enfoque propuesto por el economista Arnold Harberger a partir de 1969). Alternativamente, el enfoque prescriptivo muestra una mayor preocupación metodológica sobre qué agentes económicos se incluyen en la sociedad al realizar el descuento 3 (generaciones presentes vs futuras), cómo se mide el bienestar de estos individuos y cómo se agregan esas mediciones. A partir de los mecanismos de descuento hiperbólico y de la experimentación, la mayoría de los autores en esta corriente tienden a favorecer una tasa de descuento social decreciente, a fin de dar más importancia a los valores futuros frente a los valores presentes, lo cual puede ser muy relevante para proyectos relacionados con el medioambiente y explotación de recursos a (muy) largo plazo. Sin embargo, no se aporta una metodología específica para el cálculo de la TDS convirtiéndose así en un complemento (en lugar de un sustituto) del enfoque descriptivo. Desde un punto de vista empírico, la revisión de la evidencia internacional sobre este tema confirma que existen diferencias significativas en las metodologías y valores utilizados por la mayoría de países e instituciones, aunque – en casi todos los casos – se sigue empleando una tasa única de descuento exponencial para la evaluación de proyectos. Instituciones multilaterales de inversión – entre ellas, el Banco Interamericano de Desarrollo, el Banco Mundial o el Banco Asiático de Desarrollo – también utilizan una tasa administrativa constante en el rango del 10-12%, aunque no siempre cuentan con una adecuada justificación de cómo calcularla. En general, los países desarrollados tienden a aplicar tasas más bajas (3-7%) que los países en desarrollo (8-15%), aunque en muchos casos estas tasas se han reducido notablemente en los últimos años, especialmente en el caso de algunos países de América Latina. Es muy posible que las variaciones observadas en la TDS no solo reflejen la existencia de diferentes enfoques teóricos, sino también las diferencias en el costo de oportunidad social marginal percibido de los fondos públicos, o las diferencias en el grado con el que se considera la cuestión de la equidad intergeneracional. La adecuada evaluación de los proyectos y políticas públicas requiere de una reflexión profunda sobre este tema que vaya más allá de aceptar los criterios tradicionales sin discusión, pues la forma en que se valore el futuro condicionará siempre las decisiones que se adopten en el presente.

En este documento, del año 2015 se proponen las siguientes tasas de descuento

Institución	TDS recomendada
Banco Mundial	10-12%
Banco Interamericano de Desarrollo	12%
Banco Asiático de Desarrollo	10-12%
Banco Africano de Desarrollo	10-12%
Banco Europeo para la Reconstrucción y el Desarrollo	10%

Para Chile la tasa establecida por Mideplan es del 6%

LINK:[https://publications.iadb.org/bitstream/handle/11319/7206/Porque\\_el\\_tiempo\\_pasa\\_evolucion\\_teoric\\_a\\_y\\_practica\\_en\\_la\\_determinacion\\_de\\_la\\_tasa\\_social\\_de\\_descuento.pdf?sequence=1](https://publications.iadb.org/bitstream/handle/11319/7206/Porque_el_tiempo_pasa_evolucion_teoric_a_y_practica_en_la_determinacion_de_la_tasa_social_de_descuento.pdf?sequence=1)

### Documento 3

El detalle de las tasas de descuento para empresas del gobierno Empresas CEP

Entrega un promedio general de tasa de descuento de 8,7%

LINK

[http://www.sepchile.cl/fileadmin/DocRestringidos/1382981165Tasas\\_de\\_descuento\\_empresas\\_SEP.pdf](http://www.sepchile.cl/fileadmin/DocRestringidos/1382981165Tasas_de_descuento_empresas_SEP.pdf)

### 12.19. Calculo de tasa con método CAPM

Se utiliza la industria del entretenimiento para obtener una aproximación de la tasa de descuento:

#### Tasa libre de riesgo

<http://si3.bcentral.cl/Boletin/secure/boletin.aspx?idCanasta=HH0651217>

#### Tasas de interés mercado secundario , bonos , en pesos (porcentaje)

Reg	Descripción series	ene.2016	feb.2016	mar.2016	abr.2016	may.2016	jun.2016	jul.2016	ago.2016
1	Bonos en pesos a 1 año	4,10	3,94	3,82	3,80	3,71	3,75	3,67	3,63
2	Bonos en pesos a 2 años (BCP,BTP)	4,13	4,00	3,91	3,82	3,83	3,87	3,77	3,65
3	Bonos en pesos a 5 años (BCP,BTP)	4,31	4,22	4,21	4,13	4,18	4,16	4,07	3,98
4	Bonos en pesos a 10 años (BCP,BTP)	4,56	4,45	4,44	4,39	4,50	4,55	4,41	4,29

Fuente: Banco Central <http://si3.bcentral.cl/siete/secure/cuadros/arboles.aspx>

#### Tasa de interés bonos del tesoro estadounidense:

Date	1 Mo	3 Mo	6 Mo	1 Yr	2 Yr	3 Yr	5 Yr	7 Yr	10 Yr	20 Yr	30 Yr
09-01-2016	0.27	0.33	0.47	0.60	0.78	0.91	1.18	1.44	1.57	1.90	2.23
09-02-2016	0.25	0.33	0.45	0.59	0.80	0.92	1.20	1.47	1.60	1.95	2.28
09-06-2016	0.24	0.32	0.45	0.56	0.74	0.86	1.13	1.40	1.55	1.90	2.24
09-07-2016	0.25	0.34	0.49	0.57	0.74	0.86	1.12	1.39	1.54	1.89	2.23
09-08-2016	0.26	0.35	0.50	0.57	0.78	0.91	1.19	1.46	1.61	1.98	2.32
09-09-2016	0.24	0.35	0.51	0.58	0.79	0.93	1.23	1.51	1.67	2.05	2.39
09-12-2016	0.24	0.37	0.53	0.57	0.79	0.92	1.21	1.50	1.68	2.05	2.40
09/13/16	0.25	0.36	0.54	0.63	0.80	0.95	1.26	1.56	1.73	2.12	2.47
09/14/16	0.24	0.33	0.52	0.62	0.77	0.90	1.21	1.52	1.70	2.10	2.44
09/15/16	0.20	0.29	0.49	0.60	0.74	0.87	1.20	1.51	1.71	2.13	2.48
09/16/16	0.20	0.30	0.50	0.61	0.77	0.91	1.21	1.51	1.70	2.10	2.44
09/19/16	0.16	0.30	0.48	0.60	0.79	0.92	1.22	1.52	1.70	2.10	2.45

<https://www.treasury.gov/resource-center/data-chart-center/interest-rates/Pages/TextView.aspx?data=yield>

## Beta Damodaran para industria del entretenimiento

Date updated:	05-ene-16						
Created by:	Aswath Damodaran, adamodar@stern.nyu.edu						
What is this data?	Beta, Unlevered beta and other risk measures			US companies			
Home Page:	<a href="http://www.damodaran.com">http://www.damodaran.com</a>						
Data website:	<a href="http://www.stern.nyu.edu/~adamodar/New_Home_Page/data.html">http://www.stern.nyu.edu/~adamodar/New_Home_Page/data.html</a>						
Companies in each industry:	<a href="http://www.stern.nyu.edu/~adamodar/pc/datasets/indname.xls">http://www.stern.nyu.edu/~adamodar/pc/datasets/indname.xls</a>						
Variable definitions:	<a href="http://www.stern.nyu.edu/~adamodar/New_Home_Page/datafile/variable.htm">http://www.stern.nyu.edu/~adamodar/New_Home_Page/datafile/variable.htm</a>						
Industry Name	Number of firm	Beta	D/E Ratio	Tax rate	Unlevered beta	Cash/Firm value	Unlevered beta corrected for cash
Education	40	1,05	46,24%	12,05%	0,75	12,90%	0,86
Electrical Equipment	120	1,15	21,91%	6,58%	0,95	7,40%	1,03
Electronics (Consumer & Office)	25	1,23	14,81%	9,71%	1,09	6,76%	1,16
Electronics (General)	167	1,03	19,79%	9,47%	0,87	11,28%	0,98
Engineering/Construction	51	1,32	41,91%	11,63%	0,96	9,84%	1,07
Entertainment	84	1,21	29,94%	3,25%	0,94	3,85%	0,98

<b>To update this spreadsheet, enter the following</b>			Cost of Debt Lookup Table (based on std dev in %)		
Long Term Treasury bond rate =		2,27%	Standard Deviation		
Risk Premium to Use for Equity =		6,00%	0		
Global Default Spread to add to cost of debt =		0,00%	0,25		
Do you want to use the marginal tax rate for cost of debt?			0,5		
If yes, enter the marginal tax rate to use			0,65		
			0,8		
			0,9		
			1		
Industry Name	Number of Firms	Beta	Cost of Equity	Cost of Debt	Cost of Capital
Entertainment	84	1,21	9,55%	4,02%	7,90%
Software (Entertainment)	17	1,42	10,77%	4,02%	10,00%

Fuente: Damodaran.com <http://www.stern.nyu.edu/~adamodar/pc/datasets/betas.xls>

Para convertir la tasa en pesos a tasa en Unidades de Fomento, se ha utilizado el promedio de la inflación de los últimos 5 años

Calculo inflación promedio	
Año	Inflación
2.015	4,40%
2.014	4,60%
2.013	3,00%
2.012	1,50%
2.011	4,40%
2.010	3,00%
<b>Promedio</b>	<b>3,48%</b>

Fuente: <http://encina.ine.cl/CALCULADORA/>

## Calculo de la tasa de descuento método CAPM

Calculo CAPM Industria Entretenimiento	
Bonos tesoro Usa 5 años rf	1,22%
Bonos Bcentral 5 años	3,98%
Riesgo Pais	2,76%
Beta industria entretenimiento	0,98
Costo Capital Industria Entretenimiento	7,90%
CAPM chile Industria Entretenimiento	10,53%
Inflación Promedio Chile 5 años	3,48%
<b>CAPM chile industria Entretenimiento UF</b>	<b>7,05%</b>
Premio por liquidez	0,00%

*Fuente: Elaboración Propia*

En este cálculo el premio por liquidez no existe, ya que la Municipalidad aporta el 100% de los fondos de su cartera.

La tasa calculada con el método CAPM tiene considerada la inflación. Entre el cálculo de la tasa con el método CAPM, aplicado generalmente para empresas con fines de lucro, y la consideración que la tasa de descuento social utilizada regularmente en Chile es 6% para cálculo en pesos (descontando la inflación para nuestra estimación la tasa es 2.52%) con algunas variaciones según los autores. Para hacer más exigente el proyecto se utilizará la tasa de cálculo obtenida por el método de CAPM.



## 12.21. Resumen gasto directo en cultura por municipalidad de Macul en 2014

Objetivo	Beneficiarios	Financiamiento municipal	Valor UF	Uf/usuario
Participación general	14.920	27.666.296	1.187	0,08
Apoyo a ent culturales	8.919	39.693.500	1.703	0,19
Estimular desarrollo creativo	335	19.452.327	834	2,49
Danza pintura	105	3.255.139	140	1,33
Mapuche rapanui	4.100	14.900.000	639	0,16
Diversas a niños y jóvenes	9.555	15.432.998	662	0,07
<b>Total</b>	<b>37.934</b>	<b>120.400.260</b>	<b>5.165</b>	<b>0,14</b>

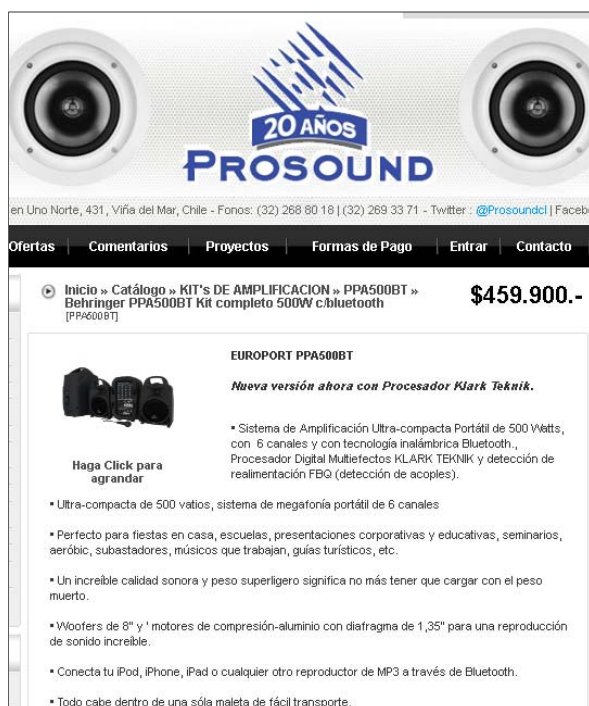
Decreto de pago jun-2014	N/A	1.000.000	43
Decreto de pago jun-2014	N/A	500.000	21
Decreto de pago jun-2014	N/A	500.000	21
Decreto de pago jun-2014	N/A	500.000	21
Decreto de pago jul-2014	N/A	2.919.300	125
Decreto de pago jun-2014	N/A	10.000.000	429
Decreto de pago dic-2014	N/A	2.000.000	86
		<b>17.419.300</b>	<b>747</b>

Decreto en tramite		<b>12.562.851</b>	<b>510</b>
--------------------	--	-------------------	------------

<b>Total aportes municipales variables a cultura</b>	<b>6.422</b>
--	--------------

Fuente: cuenta anual 2014

## 12.22. Detalle de la inversión inicial en bienes muebles e intangibles



en Uno Norte, 431, Viña del Mar, Chile - Fonos: (32) 268 80 18 | (32) 269 33 71 - Twitter: @Prosoundcl | Facebo

Ofertas | Comentarios | Proyectos | Formas de Pago | Entrar | Contacto

Inicio » Catálogo » KIT'S DE AMPLIFICACION » PPA500BT » Behringer PPA500BT Kit completo 500W c.bluetooth [PPA500BT] **\$459.900.-**

**EUROPORT PPA500BT**  
**Nueva versión ahora con Procesador Klark Teknik.**

Haga Click para agrandar

- Sistema de Amplificación Ultra-compacta Portátil de 500 Watts, con 6 canales y con tecnología inalámbrica Bluetooth., Procesador Digital Multiefectos KLARK TEKNIK y detección de realimentación FBQ (detección de acoples).
- Ultra-compacta de 500 vatios, sistema de megafonía portátil de 6 canales
- Perfecto para fiestas en casa, escuelas, presentaciones corporativas y educativas, seminarios, aeróbic, subastadores, músicos que trabajan, guías turísticos, etc.
- Un increíble calidad sonora y peso superligero significa no más tener que cargar con el peso muerto.
- Woofers de 8" y 1" motores de compresión-aluminio con diafragma de 1,35" para una reproducción de sonido increíble.
- Conecta tu iPod, iPhone, iPad o cualquier otro reproductor de MP3 a través de Bluetooth.
- Todo cabe dentro de una sola maleta de fácil transporte.

<http://www.prosound.cl/>

Inicio » Catálogo » KIT'S DE AMPLIFICACION » PMP4000/MX15 » **\$958.000.-**  
 KIT PMP4000/MX15 Behringer/B52Pro 800W.Oferta. ~~\$4.050.200.-~~  
 [PMP4000/MX15]



Haga Click para  
agrandar

**KIT BEHRINGER / B-52Pro DE AMPLIFICACION 800 Watts**

Amplificador / Mezclador de 800 Watts, 8 entradas de Micrófono ó Instrumentos + 2 Entradas Stereo + 2 Parlantes de 200Watts + Cables y Micrófono vocal.

Excelente configuración de una muy buen amplificador y mezclador con Cajas Acústicas B-52Pro de calidad superior.

El Driver de 1,75", entrega agudos muy potentes y brillantes, el Woofer de 15", Soporta todo tipo de aplicación, incluso música en vivo para eventos de medio tamaño.

La caja acústica MX-15, construida en madera y terminación en pintura de alto tráfico muy resistente al trabajo itinerante, es nuestra mejor caja acústica pasiva en este rango de precio.

**Aplicaciones:**

Colegios, Amplificación de Eventos, Seminarios, Iglesias, Eventos al Aire Libre, DJ Itinerantes etc.

**Equipos incluidos en el KIT**

**PMP-4000 Behringer**

Mezclador con Amplificador Stereo de 800 Watts  
 100 Efectos Digitales  
 8 Entradas de Micrófono + 2 Stereo

**MX-15 Caja Acústica B-52Pro**

300Watts RMS  
 Woofer 15" + Driver 1,75" Diafragmada de Titanio  
 Construcción en Madera, pintada.  
 Manillas cómoda de transporte.

**SP-5 Nady**

Micrófono vocal direccional.  
 Cable 7 mts. Canon-Canon

Cables de Parlante  
 2 Cables Speakon-Speakon 10mts

Inicio » Catálogo » KIT'S DE AMPLIFICACION » MX15-MX18 » KIT  
 B-52Pro US3000-MX15-MX18. 1700Watts  
 [MX15-MX18] **\$2.199.000.-**  
~~\$2.440.300.-~~



Haga Click para  
agrandar

**Kit B-52Pro MX15 + Sub Woofer MX18 + US3000**

Sistema de Amplificación de 1.700 Watts RMS, gran potencia, para aplicaciones de Música en Vivo, Discos o Pub' o Sistema de Amplificación para Gimnasio, Iglesias o Colegios.

El Sistema consta de dos Amplificadores de 2400 Watts, dos cajas acústicas para reproducción de Medios Altos + 2 Subwoofer + Crossover digital y cables.

Los Gabinetes están contruidos en madera aglomerada, esquineros metálicos y terminación de Pintura epóxica de alto

tráfico y Patas de Goma.

La Caja acústica MX-15P de B-52Pro de 300 Watts RMS, cuenta con un Woofer de 15" y Driver con diafragma de Titanio de 1,75".

Los Subwoofer con componente de 18" (Made in USA), reproducen bajos potentes y muy definidos.

La suma de reproducción de las Cajas Medio Alto mas los subwoofer, completan un sonido de rango completo, apto para toda aplicación sonora, tanto en vivo como en música envasada.

Los Amplificadores US-3000, soportan hasta 4 componentes con holgura, por lo que este sistema puede crecer sólo sumando cajas acústicas y sub's, configurando un sistema de alta potencia para aplicaciones en vivo muy exigentes, incluso para aplicaciones de Rock en Vivo.

Agregue una Mezcladora y tendrá un super sistema de amplificación.


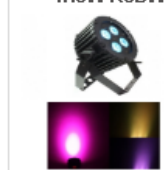
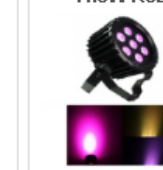
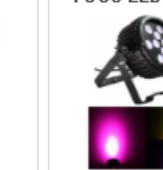




**El Kit contiene:**

- 2 Cajas Acusticas B-52Pro MX-15P
- 2 Subwoofer B-52Pro MX-18
- 2 Power B-52Pro US-3000
- 1 Cross-over Behringer CX-3200
- 4 Cables Canon-Canon de 1mt
- 4 Cables de Parlante Speakon-Speakon de 10 mts
- 2 Pilares Bajo-caja

**\*\* Amplificador B-52Pro US3000**

Potencia por canal en Watts RMS  
 - 4 Ohms : 800 Watts  
 - 2 Ohms : 1200 Watts  
 Mono Bridge  
 - 8 Ohms : 1.600 Watts  
 - 4 Ohms : 2.400 Watts

Inicio » Catálogo » ILUMINACION PROFESIONAL » Proyectores/Focos "LED"

<p><b>American Pro FOCO PAR64 FLATPAR TEC. Nuevo</b></p>  <p>Precio: <b>\$77.000.-</b></p>	<p><b>American Pro QUADTEC 4, FOCO 4X8W RGBW.</b></p>  <p>Precio: <b>\$140.000.-</b></p>	<p><b>American Pro QUADTEC 7. Foco 7x8W RGBW</b></p>  <p>Precio: <b>\$178.000.-</b></p>	<p><b>American Pro QUADTEC 10 FOCO LED 10X8W</b></p>  <p>Precio: <b>\$226.000.-</b></p>
<p><b>American Pro STICK TriTec, Barra Led Exterior</b></p>  <p>Precio: <b>\$269.000.-</b></p>	<p><b>American Pro, FLASHTEC, Strobe Alto Brillo.</b></p>  <p>Precio: <b>\$137.000.-</b></p>	<p><b>American Pro, Strobotec Proyector 280Led DMX</b></p>  <p>Precio: <b>\$79.000.-</b></p>	<p><b>BIG DIPPER BDLP001 Foco 54 Led's de 3W. Oferta</b></p>  <p>Precio: <del>\$59.300.-</del> <b>\$56.900.-</b></p>



Account Blog My Wishlist Log In Sign Up


Search entire store here...

(200) \$2.240.000 -

MENU

## Shopping Cart

✓ Silla ISO was added to your shopping cart.

Product Name	Unit Price	Qty	Subtotal
 <p>Silla ISO</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Base 1 x Negro \$0</li> <li>&gt; Color Plástico 1 x Negro \$0</li> </ul>	<a href="#">Edit</a> \$11.200	<input type="text" value="..."/>	\$2.240.000 <a href="#">X</a>

[continuar comprando](#)
[Actualizar Carro de Compras](#)

www.econosillas.cl/checkout/cart/

DISCOUNT CODES

Subtotal \$2.240.000  
**Grand Total \$2.240.000**



mueblepass.cl/carrito/

**Mueblepass** Muebles de Oficina

MENÚ CATEGORÍAS Buscar por palabra o código

Resumen de su compra:  
Su compra en el carrito ha sido actualizada con éxito. Ahora puede presionar el botón "Finalizar compra" para ingresar sus datos y seleccionar su forma de pago.

		Artículo	Precio	Cantidad	Total
x		Mesa Reunion 120x300 10 Puestos	\$535.600	1	\$535.600
x		Escritorio nova 1400	\$214.532	4	\$858.128
x		estante abiertos	\$196.227	1	\$196.227
x		Gabinete Base 120x92H	\$195.600	3	\$586.800

Código del Aplicar cupón Actualizar compra

### Detalles de su compra:

Subtotal \$2.176.755

ctory Sociedad Anonima [CL] <https://www.pcfactory.cl/carro>

AGREGAR + PRODUCTOS ACTUALIZAR CARRO VACIAR CARRO

Producto(s) de la Tienda: Internet

Eliminar	Producto	Cantidad	Precio Unitario Efectivo	SubTotal
x	ID 22530 Dell Notebook Inspiron 15 5000 Core i5-6200U 8GB 1TB 15,6" Radeon R5 M335 2GB Windows 10	2	\$ 549.990	\$1.099.980
x	ID 21420 Asus Notebook K555UB-DM165T Core i5-6200U 8GB 1TB 15,6" Full HD NVIDIA 940M 2GB Windows 10 Negro Metal	4	\$ 599.990	\$2.399.960
x	ID 21034 HP Server ProLiant MicroServer ML-30 Gen9 Intel® Xeon™ E3-1220 v5 - 3.0 GHz, 1TB HDD, 4GB DDR4	1	\$ 519.990	\$519.990
x	ID 16807 Linksys Switch 24b SE3024 10/100/1000	1	\$ 139.990	\$139.990
x	ID 23023 Microsoft Office 2016 Hogar y Empresas - Nuevo packaging	5	\$ 170.590	\$852.950
x	ID 21876 ViewSonic Proyector 3300 Lumenes SVGA HDMI PJD6155	1	\$ 269.990	\$269.990
x	ID 20955 Microsoft Office 2016 Mac Hogar y Empresas	2	\$ 169.990	\$339.980

TOTAL NETO \$4.725.076  
IVA +\$897.764  
TOTAL \$5.622.840



NUEVOS ▾ USADOS ▾ SALAS DE VENTA ▾

SERVICIO TÉCNICO ▾



VERSIONES

SsangYong New Actyon Sports 610 4X2 MT \$11.990.000 + IVA  
Bono de \$500.000 sólo con Producto Línea Normal, Santander Consumer, Mínimo 36 meses. Monto Financiado, Mínimo \$5.000.000.-  
**- Bono de \$500.000**  
Ahora \$11.490.000 + IVA

[Ver detalles](#)

QUIERO COTIZAR

**New Actyon Sports**

Versión

Sucursal

<http://www.guillermomoraless.cl/vehiculos/new-actyon-sports/>