***CORPORACION CULTURAL***

***VIVENCIAS DE LA PAMPA***

*Relatos e Historias de vivencias*

*Salitre, Pampa y Sol*

***ENERO 2023***

***PROYECTO :******CORPORACION CULTURAL VIVENCIAS DE LA PAMPA.***

1. ***INTRODUCCION.***

*Este es consecuencia de satisfacer una necesidad de hacer un “ levantamiento” de las Vivencias de la gente de la pampa, rica en historias y leyendas.*

*Nuestra misión es concentrar las Historias de la Pampa escritas por hijos del salitre, de primera “mano”, sin intermediarios, que capture el patrimonio cultural de las experiencias de cada persona. Por lo mismo, están todos invitados a participar, desde Iquique a Taltal*

*Este documento forma parte del Desarrollo Histórico y real de la* ***CORPORACION CULTURAL VIVENCIAS DE LA PAMPA*** *creada sin fines de lucro, con la única intención de dar a conocer a las distintas generaciones, la vida en la pampa, muy particular y única. De usos y costumbre muy especiales, características propias de una comunidad muy unida.*

*Con este propósito se ha creada legalmente este año, la* ***“CORPORACIÓN VIVENCIAS DE LA PAMPA”****.*

*La composición de su Directorio es la siguiente :*

*Presidente : Jorge Alvarez T.*

*Vicepresidente : Guillermo Guzmán C.*

*Secretaria : Tatiana Riquelme C.*

*Tesorero : Héctor Retamales A.*

*Primer Director : Luis Prez C..*

*Segundo Director : Mauricio Camus.*

1. ***OBJETIVO GENERAL Y OBJETIVOS ESPECIFICOS.***

***OBJETIVO GENERAL.***

*Queremos rescatar la memoria histórica de la gente de la pampa, a través de sus vivencias y llegar a generar Obras Literarias, Libros, Obras de Teatro, Documentales, Cortometrajes, Conversatorios, entre otros, como expresión cultural del Arte.*

*También queremos llega a promover los principios y valores en área educacional a través de Charlas, exposiciones, conversatorios, entre otros como apoyo al sector en nuestro País.*

***OBJETIVOS ESPECÍFICOS:***

*Los siguientes son los Objetivos Específicos :*

* 1. *Difundir a través del Area Educacional, valores y principios de gente de la Pampa.*
  2. *Incrementar el encuentro familiar y armonía de compartir historias con pampinos de diversas edades, sin distinción*
  3. *Incrementar nivel de participación ciudadana de organizaciones sociales, vecinales etc.*
  4. *Promover y motivar la cultura.*

1. ***ALCANCE Y DESARROLLO DEL PROYECTO.***

***MARCO GEOGRAFICO. Área de Influencias***

*El proyecto se ubica en la I y II del País, desde Iquique a Taltal, lugar de origen de una gran cantidad de las Oficinas Salitreras. Deben ser alrededor de 300 Oficinas Salitreras.*

*Una vez que se cerraron las Oficinas Salitreras, a excepción de María Elena, las personas se instalaron en el norte de Chile, principalmente en las ciudades de Antofagasta, Calama e Iquique.*

*Muchos de ellos regresaron a su lugar de origen, Ovalle, Cuarta Región. Habían llegado con el “Enganche” en los trenes del Sur.*

***MARCO TEMPORAL***

*No existe limitaciones en el tiempo para el Desarrollo de la Corporación Cultural.*

***MERCADO OBJETIVO.***

*Nuestro Mercado Objetivo es el que se encuentra representado por las personas que nacieron en alguna oficina Salitrera -Desde Iquique a Taltal- mas aquellas que sienten un arraigo muy cercano a ella. Personas que fueron profetas en la Pampa.*

*Se estima un Mercado Objetivo de 5.800 personas, tomando en consideración que en una sola red social -Facebook- existe esa cantidad de personas en los grupos asociados a la pampa.*

1. ***ANALISIS ESTRATEGICO.***

*Hemos desarrollado un Análisis Estratégico de la Corporación, evaluando el entorno interno y externo.*

***4.1 ANALISIS INTERNO***

***FORTALEZAS***

1. *Obtener Historias reales de “Primera mano”. Este solo hecho genera una motivación y pasión adicional al proyecto. Son los mismo Protagonistas quienes cuentan sus historias.*
2. *Existe un valioso patrimonio cultural por descubrir. Mucho interés en participar.*
3. *Gran capacidad profesional de Gestión de los integrantes de la Corporación.*

***DEBILIDADES***

1. *Gran parte de la historia se encuentra solo en la memoria de los protagonistas. No está escrita. Las personas, o tienen mucha edad o no escriben. Estamos resolviendo esta debilidad con la implementación de Conversatorios grupales, con eventos mensuales. Con presencia de un animador, cantantes, cuenta chistes, concursos en una misma jornada.*
2. *Falta de recursos para impulsar el proyecto. Estamos acudiendo a pedir apoyo a las empresas privadas.*
3. *Falta de personal “especializado” para la puesta en marcha del Proyecto. Periodista, Influencer, Captadores de Socios.*
4. *Falta Apoyo Legal, Constitución Corporación, Acta de Inicio, Estatutos.*
5. *Alta diversidad en el material recolectado. En todos sus fondos y formas, distintas personas.*
6. *Baja Capacidad económica de los socios. En general se trata de personas “jubiladas”, de mucha edad.*

***4.2 ANALISIS EXTERNO.***

***OPORTUNIDADES***

1. *Crear Base de datos históricas. Por ejemplo, digitalizar la colección Revista “Pampa”.*
2. *Cooperar en el proceso de enseñanza.*
3. *Marcar presencia en la Región con el objeto de difundir, promover y capturar las vivencias de la pampa.*
4. *Generar antecedentes para construir hitos literarios como libros, que puedan ser representados en Obras de Teatro, Documentales, Cortos de Tv.*
5. *Aprovechar la gran cantidad de material histórico. Encontramos un nicho de mercado “ávido” de contar sus historias.*
6. *Fortalecer el aspecto socio-afectivo del pampino con la finalidad, de que sienta confianza en sí mismo y pueda narrar episodios de su vida en la pampa.*
7. *Tener sentido de pertenencia en cuanto al proceso de edición de los libros Historias de la Pampa.*
8. *Generar alianzas con otros grupos de interés -stackeholders- vinculados a la pampa. Por ejemplo, Club Social de Hijos y Amigos de Pedro de Valdivia.*

***AMENAZAS***

1. *Inestabilidad Política puede dificultar la consecución de recursos.*
2. *Pérdida de la memoria cultural de los Pampinos.*
3. *Pérdida de los valores y principios de los Pampinos.*
4. ***EXTERNALIDADES POSITIVAS DEL PROYECTO***

***5.1 Mayor Inclusión :*** *Todas las personas pueden ser incluidas y participar, con acceso a mayores y mejores oportunidades de distracción y conocimiento de sus raíces, teniendo además participación en las decisiones de la corporación exponiendo conocimientos o historias. Audio libros para personas ciegas.*

***5.2 No Discriminación :*** *No existen barreras a la entrada que sean de importancia. Acceso libre.*

***5.3 Mayor Transparencia :*** *Las personas contarán con toda la información existente sobre la CORPORACION en la Pagina WEB.*

***5.4 Reducción Asimetrías de Información*** *: Se tendrá acceso a la reconstrucción de archivos históricos. La Revista Pampa, Videos de personas que cuentan sus historias.*

***5.5 Mejor Clima de Convivencia :*** *El proyecto beneficiará a toda la población pampina, quienes disfrutaran de lindas pampinas logrando un mejor clima de convivencia e integración social.*

***5.6 Mayor Conocimiento :*** *Debería aumentar el conocimiento de vida pampina de los pobladores salitreros, mejorando a su vez, los niveles de participación de la localidad.*

***5.7 Beneficios Compartidos :*** *La formación recibida por el alumnado de un centro educativo no beneficia solo a él/ella, sino al conjunto de la sociedad.*

1. ***PLAN DE ACCION : Nuestro Costo Anual es de $ 15,6 millones***

**

* 1. ***COMO SE FINANCIA PLAN DE ACCION.***

*Existen 3 fuentes posibles de financiamiento :*

1. *Fondos Propios. Cuotas de Adherencia. Descuento por Cuenta Corriente.*
2. *Auspicio de Empresas Privadas*
3. *Programas de fondos concursables.*

***Fondos Propios :*** *De acuerdo a los estatutos, se ha fijado cuotas de $3.000, $5.000 y $10.000 por mes. Se espera recaudar alrededor de $ 2.000.000 al año por este concepto. Este aporte, será utilizado para gastos menores propios, tales como arriendo local de reuniones, traslados, comisiones bancarias y cualquier imprevisto.*

* 1. ***¿COMO LO HAREMOS***

1. *Promocionando la Corporación Cultural a través de la página WEB y Redes Sociales, Facebook, Instagram, Twitter, Linkedin y otras*
2. *Creando Centros de Estudios y de Investigación, Bibliotecas, Museos, Memoriales, exposiciones permanentes, Centros de Documentación y Base de Datos. Nuestro principal activo es la colección de todas las Revista PAMPA.*
3. *Realizando diversas actividades culturales, encuentros, exposiciones y capacitaciones con videos, fotografías, películas, diarios, destinada a enseñar, informar y orientar acerca de la cultura en la Pampa.*
4. *Realizaremos también actividades extra programáticas como bailes, rifas etc. Fijaremos nuestro objetivo en crear los Viernes Culturales, Literarios, en que se entrevistará a personajes muy conocidos de la pampa para capturar sus historias. Se grabará el audio para desarrollar el texto. Se grabará el video para subir a la plataforma WEB.*

*La materialización de este proyecto, se encuentra respaldada por la encuesta que se realizó a una muestra representativa de personas pampinas. VER ANEXO*

*Los resultados indican que el 88% piensa que la* ***CORPORACION*** *tendrá un impacto positivo en la comunidad.*

***ANEXO***

*Los resultados de la aplicación de la encuesta se muestran a continuación :*

***ENCUESTA DE FACTIBILIDAD SOCIAL DEL PROYECTO***

******

*Se ha utilizado una muestra de 38 personas. Un 88% piensa positivamente del proyecto.*

*Es decir, gran parte de los encuestados piensa positivamente de la Corporación y del proyecto, a saber :*

1. *Que la Institución está preparada para realizar las encuestas.*
2. *Que existe suficientes personas con vivencias.*
3. *Que se cuenta con el material suficiente para realizar ediciones de libros.*
4. *Que es la mejor opción para llevar a efecto este proyecto.*
5. *Que el proyecto beneficia a la Comunidad en General*
6. *Que es un Proyecto Importante.*

*Con estos resultados, se puede interpretar que el Indicador de Desempeño del 88% (KPI) es mas que satisfactorio, para hacer factible el Proyecto, y que logrará un impacto social importante entre las personas.*

***CONCLUSIONES***

*A través de nuestra investigación de campo, observamos que es indispensable contar con el apoyo de un periodista, que realice la función de “Captura de Vivencias”, para realizar la transcripción de las vivencias de aquellas personas que no lo pueden hacer. La tarea consiste en elaborar un plan de trabajo de 4 horas por sesión con cada uno de los participantes que entregaran vivencias durante 6 meses, y plasmar lo narrado en “escrito”.*

*Este profesional debe incentivar la participación de los representantes y/o responsables en las actividades literarias, y aprovechar estas oportunidades para ampliar el conocimiento sobre la vida de la pampa.*

*También necesitamos del apoyo externo, de una empresa que preste el servicio de captación de socios.*