

# VERIFICACIÓN DE RESULTADOS DEL PROGRAMA PUESTA EN VALOR DEL PATRIMONIO

## INFORME FINAL VERIFICACIÓN DEL INDICADOR 4

18 de DICIEMBRE 2012

SUR PLAN LTDA.



---

**MERINO Y NEELY SUR PLAN LIMITADA**

CAM. ANTUCO KM 2 STA. ROSA 14- FONO 43-320031 – LOS ANGELES. [anamariamerino@surplan.cl](mailto:anamariamerino@surplan.cl)

JAVIERA CARRERA NORTE 380- LA REINA- FONO 2-2263938- FAX.2-2272019 – SANTIAGO- [marjolaine@surplan.cl](mailto:marjolaine@surplan.cl)

## TABLA DE CONTENIDOS

I.-	INFORME DE RESULTADOS DEL INDICADOR 4.....	1
I.1	DEFINICIONES .....	1
I.2	METODOLOGÍA .....	1
I.2.1.-	Variables e indicadores .....	1
I.2.2.-	Unidad de análisis y muestreo .....	4
I.2.3.-	Técnicas de recolección de información .....	5
I.2.4.-	Análisis de la información recopilada .....	8
I.2.5.-	Caracterización de la muestra lograda.....	8
I.3	RESULTADOS .....	10
I.3.1.-	Indicadores Generales .....	10
I.3.2.-	Indicadores de Conocimiento .....	16
I.3.3.-	Indicadores de Valoración .....	18
I.3.4.-	Resultados para cada inmueble .....	25



### **MERINO Y NEELY SUR PLAN LIMITADA**

CAM. ANTUCO KM 2 STA. ROSA 14- FONO 43-320031 – LOS ANGELES. [anamariamerino@surplan.cl](mailto:anamariamerino@surplan.cl)

JAVIERA CARRERA NORTE 380- LA REINA- FONO 2-2263938- FAX.2-2272019 – SANTIAGO- [marjolaine@surplan.cl](mailto:marjolaine@surplan.cl)

## I.- INFORME DE RESULTADOS DEL INDICADOR 4

### I.1 DEFINICIONES

**Resultado 4:** La población del entorno de los bienes patrimoniales puestos en valor conoce las inversiones financiadas por el programa y las valora positivamente.

**Indicador 4:** Porcentaje de la población encuestada que conoce las inversiones y las valora positivamente.

**Descripción indicador:** Mide el porcentaje de personas encuestadas que valora positivamente las inversiones realizadas en los inmuebles.

**Periodo de medición:** 28 de octubre de 2012 a 2 de diciembre de 2012.

**Línea base:** No Existe

**Meta:** 10%

**Medio de verificación:** Informe de resultados de la encuesta aplicada.

**Definiciones básicas:** El entorno corresponde a un grupo de personas que tienen una relación cultural con el inmueble que no coincide necesariamente con el entorno geográfico.

### I.2 METODOLOGÍA

#### I.2.1.- Variables e indicadores

El primer elemento a considerar para la configuración de la metodología de evaluación, supone la operacionalización de los conceptos sometidos a análisis. Para ello se ha tomado como referencia lo definido por el propio Programa, o bien, lo que se desprende de los documentos que forman parte del contrato de préstamo.

El primer concepto a operacionalizar refiere al conocimiento por la comunidad de las acciones del Programa, acciones que se vinculan con las tres áreas o componentes del programa: la protección y puesta en valor de los inmuebles, el fortalecimiento institucional de los organismos responsables de la inversión y operación de estos inmuebles, y las actividades de difusión del Programa y del valor del patrimonio.

Por ende, por **conocimiento de las acciones del Programa**, se comprenden tres aspectos:

- Conocimiento de las acciones de protección y puesta en valor de los inmuebles
- Conocimiento del fortalecimiento institucional de los organismos responsables de la inversión y operación de los inmuebles, lo que se verifica centralmente en la gestión del inmueble
- Conocimiento de las actividades de difusión del Programa

El segundo concepto que se desprende del objetivo específico en evaluación consiste en la valoración de las acciones del Programa, acciones ya explicitadas pero que requieren un mayor desglose para una adecuada operacionalización. En virtud de lo anterior, por valoración se entenderá primero, el nivel de satisfacción respecto a las acciones del Programa, y segundo, la percepción en la comunidad del impacto de las acciones del programa. Así, para cada una de las acciones del Programa se tendrán dos dimensiones, la satisfacción de la comunidad y la percepción de la comunidad del efecto de las acciones.

En definitiva, la **valoración de la comunidad las acciones del Programa** se compone de las siguientes dimensiones:

- Nivel de satisfacción y percepción en la comunidad del impacto de las acciones de protección y puesta en valor de los inmuebles
- Nivel de satisfacción y percepción del impacto del Programa en el fortalecimiento institucional de los organismos responsables de la inversión y operación de los inmuebles, que en su forma operacional refiere al Nivel de satisfacción y percepción del impacto en la gestión del inmueble.
- Nivel de satisfacción y percepción de las actividades de difusión del Programa

De este modo, el objetivo específico de conocimiento y valoración en la comunidad de las acciones del Programa, queda definido en su forma general del siguiente modo:

*Grado de conocimiento, satisfacción y percepción de impacto en la comunidad de las acciones de protección y puesta en valor de los inmuebles, fortalecimiento de los organismos responsables de la inversión y operación de ellos, y de las actividades de difusión del Programa*

Una vez definidos y operacionalizados los conceptos sometidos a evaluación, es necesario configurar el esquema de indicadores asociados a cada acción del Programa, de forma que el instrumento a utilizar refleje de manera clara las dimensiones que se medirán en el presente estudio.

Para ello la siguiente tabla presenta de manera acotada los indicadores para cada acción del Programa en evaluación.

ACCION	DIMENSION	INDICADOR
<b>Protección y puesta en valor de los inmuebles</b>	Conocimiento	Conocimiento de la obra financiada
	Satisfacción	Satisfacción con cualidades y atributos del inmueble
	Percepción de impacto	Percepción de impacto a nivel local Externalidades negativas a nivel local
<b>Gestión del inmueble</b>	Conocimiento	Conocimiento del organismo encargado
	Satisfacción	Satisfacción con el acceso al inmueble Satisfacción con el uso y servicios del inmueble
	Percepción de impacto	Calificación del cambio en la gestión
<b>Actividades de difusión del Programa</b>	Conocimiento	Conocimiento de las actividades de difusión
	Satisfacción	Satisfacción con las actividades de difusión
	Percepción de impacto	Percepción del impacto de las actividades de difusión

Para poder observar de manera clara la forma de medición de cada indicador, se detallan las preguntas para cada uno de ellos en la siguiente tabla:

VERIFICACIÓN DE RESULTADOS DEL PROGRAMA PUESTA EN VALOR DEL PATRIMONIO, TRAMO II  
Verificación Indicador Conocimiento y Valoración

ACCION	DIMENSION	INDICADOR	PREGUNTAS	TIPO DE RESPUESTA	
<b>Protección y puesta en valor de los inmuebles</b>	Conocimiento	Conocimiento de la obra asociada al inmueble	¿Cuántas veces ha visitado el inmueble los últimos 2 años?	Frecuencia (Número)	
			¿Ha visto o conoció las obras que se hicieron en el inmueble?	SI/NO	
			¿Visitó o conoció el inmueble antes del año 2010?	SI/NO	
	Satisfacción	Satisfacción con cualidades y atributos del inmueble	Satisfacción con el grado de recuperación o puesta en valor del inmueble	1 a 10	
			Satisfacción con interés y atractivo del inmueble	1 a 10	
	Percepción de impacto	Percepción de impacto a nivel local	La recuperación del inmueble ha ayudado a que la comunidad se sienta orgullosa del lugar en que vive	Grado de acuerdo	
			El inmueble ha mejorado la imagen y atractivo del entorno	Grado de acuerdo	
			El inmueble ha generado actividades culturales, religiosas, turísticas, u otras	Grado de acuerdo	
			La recuperación del inmueble ha generado más empleo	Grado de acuerdo	
		Externalidades negativas a nivel local	El inmueble ha generado comercio en el sector	Grado de acuerdo	
			El inmueble ha generado mayor ruido	Grado de acuerdo	
			El inmueble ha generado mayor basura	Grado de acuerdo	
El inmueble ha generado inseguridad en el sector			Grado de acuerdo		
El inmueble ha generado pérdidas en negocios	Grado de acuerdo				
<b>Gestión del inmueble</b>	Conocimiento	Conocimiento del organismo que administra y gestiona	¿Sabe usted qué institución administra o está a cargo del inmueble?	SI/NO	
			¿Cuál?	Alternativas	
	Satisfacción	Satisfacción con el acceso al inmueble	Facilidades de uso o acceso (restricción de uso, horarios de apertura/cierre)	1 a 10	
			Precio por el uso o el ingreso al inmueble	1 a 10	
		Satisfacción con la información y servicios del inmueble	Limpieza y mantención del inmueble	1 a 10	
			Información y orientación al usuario	1 a 10	
	Percepción de impacto	Calificación del cambio en la gestión	¿Percibe usted algún cambio en la administración de inmueble los últimos 2 años?	SI/NO	
			¿Calificaría el cambio en la gestión como algo positivo?	SI/NO	
	<b>Actividades de difusión del Programa</b>	Conocimiento	Conocimiento de las actividades de difusión	¿Cómo se enteró usted de la recuperación del inmueble?	Alternativas
		Satisfacción	Satisfacción con las actividades de difusión	Calificación actividades de difusión	1 a 10
Percepción de impacto		Percepción del impacto de las actividades de difusión	¿Diría usted que la difusión ha logrado dar a conocer el valor patrimonial del inmueble?	SI/NO	

### I.2.2.- Unidad de análisis y muestreo

En virtud de lo señalado por los Términos de Referencia de la Verificación de Resultados del Programa, la población de referencia o unidad de análisis la compone la población del entorno de los bienes patrimoniales, especificando que el entorno corresponde a un grupo de personas que tienen una relación cultural con el inmueble que no coincide necesariamente con el entorno geográfico. Al respecto conviene precisar en lo particular de cada inmueble qué se entenderá por entorno o las personas que tienen una relación cultural con el inmueble, a fin de definir el muestreo más idóneo para cada caso en particular. Para ello, se han definido y categorizado tres tipos de entornos o de poblaciones de referencia, que está directamente vinculado con las relaciones de tipo cultural que se establecen con el inmueble:

Entorno compuesto por usuarios: Las personas que establecen una relación cultural con el inmueble tienen un uso permanente y frecuente de éste, o bien son un parte de una organización que tiene uso permanente del inmueble, aunque no necesariamente viven en las cercanías del inmueble.

Entorno de tipo local: Las personas que establecen una relación cultural con el inmueble viven en las cercanías de él y no necesariamente lo ocupan de manera frecuente.

Entorno de tipo regional/nacional: Dada las características del bien patrimonial, las personas que establecen una relación cultural con el inmueble pertenecen a la región o a otras regiones del país, esta relación no está necesariamente vinculada con la frecuencia o tipo de uso, sino con el interés nacional o público del bien patrimonial.

Los inmuebles han sido clasificados según el tipo de entorno cultural que poseen, a fin de establecer la población de referencia. Si bien algunos inmuebles poseen más de un tipo de entorno, se asume que el entorno compuesto por usuarios será predominante en el muestreo. La clasificación de los inmuebles se puede observar en la siguiente tabla:

REGION	COMUNA	INMUEBLE	TIPO DE ENTORNO		
			Compu- esto por usuarios	De tipo local	De tipo regional/ nacional
<b>Arica y Parinacota</b>	Camarones	Iglesia de Guañacagua	X	X	
<b>Tarapacá</b>	Pozo Almonte	Salitreras Santa Laura y Humberstone			X
<b>Tarapacá</b>	Camiña	Iglesia de Camiña	X	X	
<b>Tarapacá</b>	Huara	Iglesia de Usmagama	X		
<b>Tarapacá</b>	Huara	Iglesia de Huaviña	X	X	
<b>Coquimbo</b>	La Serena	Colegio Germán Riesco	X		
<b>Coquimbo</b>	La Serena	Iglesia Santa Inés		X	X
<b>Coquimbo</b>	La Serena	Casa Gabriela Mistral Las Compañías		X	X
<b>Coquimbo</b>	Monte grande	Mausoleo G. Mistral			X
<b>Valparaíso</b>	Viña del Mar	Sala Aldo Francia			X
<b>O'Higgins</b>	Paredones	Iglesia San Pedro Alcántara	X	X	
<b>O'Higgins</b>	San Fernando	Patio Capilla Hospital San Juan de Dios	X	X	
<b>O'Higgins</b>	Peralillo	Mediateca Escuela Básica Peralillo	X		
<b>Metropolitana</b>	Santiago	Corporación de Chilena de Prevención del SIDA	X		
<b>Metropolitana</b>	Maipú	Mirador Templo Votivo de Maipú		X	X
<b>Magallanes</b>	Puerto Williams	Casa Stirling			X
<b>Magallanes</b>	Punta Arenas	Casa de los Intendentes	X	X	
<b>Magallanes</b>	Punta Arenas	Fuerte Bulnes			X

Por otra parte, el cálculo de la muestra se vincula de forma directa con dos elementos, primero con las condiciones o características que deben tener los sujetos para formar parte del universo, y segundo, el tamaño de este universo. En el caso de la presente evaluación, y dado que se debe tener cierto nivel de conocimiento del inmueble para ser seleccionado (para efectos de valoración de los distintos aspectos del Programa), se ha definido un muestreo intencionado o por cuotas. Este muestreo, además debe observar el número de personas que forman parte de la población de referencia o el entorno cultural del inmueble. En virtud de ello, se han definido cuotas para cada inmueble observando el número de personas que forman parte del entorno, quedando la muestra conformada de la siguiente forma:

REGION	INMUEBLE	TIPO DE ENTORNO			MUESTRA
		Compuesto por usuarios	De tipo local	De tipo regional/nacional	
<b>Arica y Parinacota</b>	Iglesia de Guañacagua	X	X		40
<b>Tarapacá</b>	Salitreras Santa Laura y Humberstone			X	80
<b>Tarapacá</b>	Iglesia de Camiña	X	X		40
<b>Tarapacá</b>	Iglesia de Usmagama	X			40
<b>Tarapacá</b>	Iglesia de Huaviña	X	X		40
<b>Coquimbo</b>	Colegio Germán Riesco	X			80
<b>Coquimbo</b>	Iglesia Santa Inés		X	X	80
<b>Coquimbo</b>	Casa Gabriela Mistral Las Compañías		X	X	80
<b>Coquimbo</b>	Mausoleo G. Mistral			X	80
<b>Valparaíso</b>	Sala Aldo Francia			X	80
<b>O'Higgins</b>	Iglesia San Pedro Alcántara	X	X		40
<b>O'Higgins</b>	Patio Capilla Hospital San Juan de Dios	X	X		80
<b>O'Higgins</b>	Mediateca Escuela Básica Peralillo	X			80
<b>Metropolitana</b>	Corporación Prevención del SIDA	X			80
<b>Metropolitana</b>	Mirador Santuario Maipú		X	X	80
<b>Magallanes</b>	Casa Stirling			X	40
<b>Magallanes</b>	Casa de los Intendentes	X	X		80
<b>Magallanes</b>	Fuerte Bulnes			X	80
<b>Total</b>					<b>1200</b>

### I.2.3.- Técnicas de recolección de información

En virtud del tipo de evaluación y las características de los distintos aspectos a medir, se configuró una encuesta estructurada (sin preguntas abiertas) y de tipo presencial (cara a cara). Esta encuesta fue aplicada directamente por el equipo consultor, en cada uno de los lugares definidos como entorno cultural de los inmuebles. No obstante, en el caso de muestras de difícil acceso, se realizaron encuestas de tipo auto-aplicadas, siempre y cuando un miembro del equipo consultor estuviera presente al momento de aplicar los cuestionarios y los participantes cumplieran con las características básicas para este tipo de instrumentos (que sepan leer y escribir, disposición de un lugar exento de ruidos molestos, y que no sean sometidos a algún tipo de presión o influencia).

Los criterios de exclusión para participar de la encuesta fueron: que no conozcan el inmueble sobre el cual se le consultará su opinión, personas menores de 14 años y mayores de 90 años, que tengan algún tipo de discapacidad mental, que no tengan algún tipo de impedimento psicológico o físico al momento de ser encuestados.

A todos los encuestados se les garantizó el anonimato y confidencialidad de sus respuestas, como también se les indicó que no tiene ningún costo ni retribución su participación en la encuesta.

La presentación de la encuesta a cada participante consistió en lo siguiente:

*La siguiente encuesta tiene por objetivo conocer su opinión sobre la recuperación y gestión del inmueble patrimonial de su sector, localidad y/o región (se menciona el inmueble). Recuerde que toda la información es estrictamente confidencial y se mantendrá en anonimato todas sus respuestas. No hay respuestas correctas e incorrectas, nos interesa su opinión.*

La encuesta tuvo el siguiente formato.

### **Encuesta de conocimiento y valoración de la inversión**

1. Folio	<input type="text"/>	2. Fecha	<input type="text"/>	<input type="text"/>
3. Región	<input type="text"/>	4. Comuna	<input type="text"/>	
5. Inmueble	<input type="text"/>			
6. Sexo	M <input type="checkbox"/>	F <input type="checkbox"/>	7. Edad	<input type="text"/>
8. ¿Cuántas veces ha visitado el inmueble durante los últimos 2 años?	<input type="text"/>			
9. ¿Visitó o conoció el inmueble antes del año 2010?	SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>		
10. ¿Ha visto o conoció las obras que se hicieron en este inmueble?	SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>		

Ahora le pediremos que califique de 1 a 10 los siguientes elementos del inmueble, ponga NS cuando No sabe y NA cuando no aplica:

11. Grado de recuperación o puesta en valor del inmueble	<input type="text"/>
12. Interés y atractivo del inmueble	<input type="text"/>
13. Facilidades de uso o acceso (restricción de uso, horarios de apertura/cierre)	<input type="text"/>
14. Precio por el uso o el ingreso al inmueble	<input type="text"/>
15. Limpieza y mantención del inmueble	<input type="text"/>
16. Información y orientación al usuario	<input type="text"/>
17. Información histórica y cultural del inmueble	<input type="text"/>
18. Actividades de difusión del inmueble	<input type="text"/>



VERIFICACIÓN DE RESULTADOS DEL PROGRAMA PUESTA EN VALOR DEL PATRIMONIO, TRAMO II  
Verificación Indicador Conocimiento y Valoración

Por favor señale su nivel de acuerdo con las siguientes expresiones. **MDA:** Muy De Acuerdo, **DA:** De Acuerdo, **Medio:** Ni De Acuerdo Ni En Desacuerdo, **ED:** En Desacuerdo, **MED:** Muy En Desacuerdo:

	<i>MDA</i>	<i>DA</i>	<i>Medio</i>	<i>ED</i>	<i>MED</i>
19. La recuperación del inmueble ha generado más empleo					
20. El inmueble ha mejorado la imagen y atractivo del entorno					
21. El inmueble ha generado comercio en el sector					
22. La recuperación del inmueble ha ayudado a que la comunidad se sienta orgullosa del lugar en que vive					
23. El inmueble ha generado actividades culturales, religiosas, turísticas u otras					
24. El inmueble ha generado mayor ruido					
25. El inmueble ha generado mayor basura					
26. El inmueble ha generado inseguridad en el sector					
27. El inmueble ha generado pérdidas en negocios					

28. ¿Sabe usted qué institución administra o está a cargo del inmueble? SI  NO

29. Si contesto sí, ¿cuál institución? \_\_\_\_\_

30. ¿Percibe usted algún cambio en la administración del inmueble los últimos 2 años?

SI  NO

31. ¿Calificaría el cambio en la gestión como algo positivo? SI  NO

32. ¿Cómo se enteró usted de la recuperación del inmueble?

- a) Prensa
- b) Radio
- c) Televisión
- d) Folletos
- e) Carteles
- f) Por opinión de otras personas
- g) Porque ha pasado por el lugar
- h) Por actividades de participación ciudadana

33. ¿Diría usted que la difusión ha logrado dar a conocer el valor patrimonial del inmueble?

SI  NO

#### I.2.4.- Análisis de la información recopilada

Luego del período de recopilación, se llevó a cabo la digitación y procesamiento de las encuestas aplicadas, realizándose análisis estadísticos de tipo de descriptivo para presentar toda la información desagregada por las distintas categorías sometidas a evaluación. El análisis de la información recopilada parte de la base de generar indicadores a nivel general del Programa y para cada inmueble, del grado de conocimiento y valoración de las acciones realizadas, y para ello se construyeron cifras que permiten identificar el cumplimiento de las metas y objetivos del programa.

Se estableció como meta un nivel de cumplimiento del 10% en la Valoración Positiva de los usuarios/visitantes pertenecientes al entorno de cada inmueble. Al respecto, cabe destacar que el logro del 10% se puede observar, primero a nivel general a partir de los resultados en cada variable y dimensión, y segundo, en detalle respecto a cada indicador evaluado, lo que permite no sólo reconocer el cumplimiento del indicador, sino contar con información útil para desprender eventuales recomendaciones y sugerencias.

Es preciso denotar que el peso o valoración interna de cada dimensión y aspecto medido no tiene ninguna implicancia para efectos del análisis estadístico, ya que no se construye un índice o indicador general, sino que el análisis permite indagar y describir cada indicador medido.

#### I.2.5.- Caracterización de la muestra lograda

La muestra lograda en el estudio, da cuenta de un total de 1.238 encuestas, con un mínimo de 40 encuestas y un máximo de 114 encuestas por inmueble. En determinados casos hubo condiciones favorables que permitieron superar el número predefinido. Se contempló en esta redistribución del número de encuestas por inmueble la población del entorno y el público que accede a cada lugar, por ende, se generan cuotas adicionales a los inmuebles de las regiones IV, V y Metropolitana. El detalle se puede observar en la siguiente tabla:

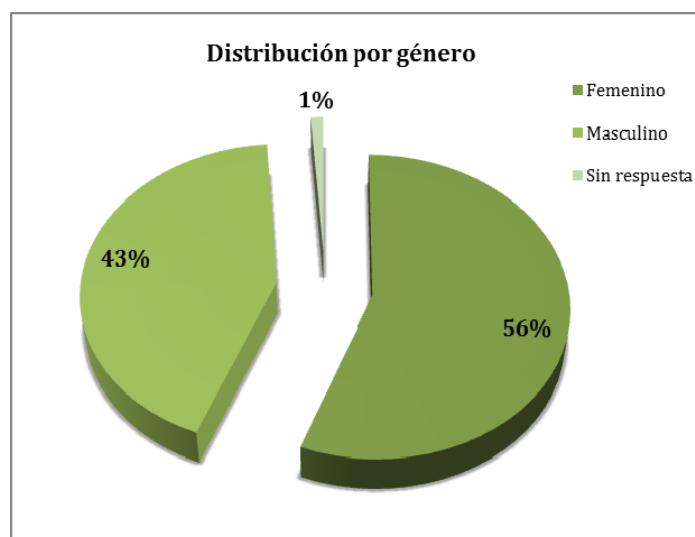
Inmueble	Número de encuestas
Iglesia Guañacagua	40
Iglesia Camiña	45
Iglesia Huaviña	48
Iglesia Usmagama	41
Salitreras Santa Laura y Humberstone	89
Centro Mistraliano	80
Colegio Germán Riesco	80
Iglesia Santa Inés	80
Mausoleo Gabriel Mistral	83
Mirador Templo Votivo de Maipú	114
Corporación Chilena de Prevención del SIDA	92
Sala Aldo Francia	107
Mediateca de Peralillo	59
Patio del Claustro Hospital San Fernando	81
Iglesia San Pedro de Alcántara	76
Fuerte Bulnes	80
Casa Stirling	43
<b>Total</b>	<b>1238</b>

Cabe señalar que se optó por no encuestar el entorno de uno de los inmuebles, la Casa de los Intendentes, debido a que se encuentra en un prolongado período de reparaciones que ha impedido su uso en gran parte del año. Con un grado de conocimiento necesariamente restringido debido a su destino (uso protocolar del Intendente Regional) y prácticamente sin usuarios debido a reparaciones registradas desde la entrega del inmueble, se estimó imposible encuestar a un número significativo de personas que conocieran el inmueble puesto en valor.

De forma consolidada, las encuestas poseen una distribución regional vinculada al número de inmuebles en evaluación y la población de los distintos tipos de entorno para cada inmueble. Así, las regiones de Coquimbo, Tarapacá, O'Higgins y Metropolitana poseen entre un 26% y un 17% de la muestra levantada, mientras en Arica la muestra llega al 3,2% del total.

Región	N	%
Arica y Parinacota	40	3,2%
Tarapacá	223	18,0%
Coquimbo	323	26,1%
Valparaíso	107	8,6%
Metropolitana	206	16,6%
Libertador Bernardo O'Higgins	216	17,4%
Magallanes	123	9,9%
<b>Total</b>	<b>1238</b>	

En cuanto a la distribución por género o sexo del entrevistado, un 56% de los participantes corresponden a mujeres y un 43% a hombres, mientras un 1% de los encuestados no entregó esa información (que corresponden a encuestas auto-aplicadas con supervisión de los profesionales del estudio).



Por último, la edad se distribuye entre los 14 y 87 años, dando un promedio de casi 42 años para la muestra total de entrevistados.

	N	Mínimo	Máximo	Promedio	Desviación estándar
<b>EDAD</b>	1216	14	87	41,93	16,336

### I.3 RESULTADOS

#### I.3.1.- Indicadores Generales

El puntaje total o resultado del indicador de valoración positiva se construyó a partir de las respuestas de los encuestados en las escalas referidas a **satisfacción y percepción de impacto**, que son las variables en que se desagregó la valoración del programa.

Los indicadores considerados para conformar la valoración del programa están medidos de dos formas, los de satisfacción a través de una escala de 1 a 10 (donde 1 es el valor más bajo y 10 el más alto), y los de percepción de impacto a través de una escala Likert que representa el nivel de acuerdo del entrevistado respecto a una serie de frases.

Estas escalas fueron procesadas de dos formas: las escalas de satisfacción, vale decir las preguntas 11 a 18, se consideraron como porcentaje (donde el 1 representa un 10% y el 10 un 100%); y para la escala Likert de percepción de impacto se tuvo que recodificar la variable de forma dicotomizada.

La dicotomización se aplicó del siguiente modo:

- Las preguntas que refieren a aspectos positivos o que directamente se asocian a la percepción de impacto (preguntas 19 a 23), fueron dicotomizadas según el nivel de acuerdo, tomando como valor 1 si la respuesta elegida fue *Muy de acuerdo* o *De acuerdo*, y valor 0 (cero) si la respuesta elegida fue *Término medio*, *En desacuerdo* y *Muy en desacuerdo*.
- Las preguntas asociadas a externalidades negativas (preguntas 24 a 27) fueron recodificadas de forma positiva, considerando que la redacción de las frases refiere a una cualidad o situación negativa (por ejemplo, "El inmueble ha generado más ruido"), se tomó como valoración positiva la elección de las alternativas *En desacuerdo* y *Muy en desacuerdo* (siguiendo con el ejemplo anterior, implica señalar que el entrevistado está en desacuerdo con que el inmueble ha generado más ruido). Por ende, en el caso de las externalidades negativas, la variable dicotómica asume valores 1 para las alternativas *En desacuerdo* y *Muy en desacuerdo*, y valor 0 (cero) cuando las alternativas elegidas son *Término medio*, *Muy de acuerdo* o *De acuerdo*.

Posteriormente, se construyó un indicador de impacto (o puntaje en el indicador Percepción de Impacto) y un indicador de satisfacción (o puntaje en el indicador Satisfacción), que en su conjunto conforman el indicador Valoración del Programa.

La forma en que fueron construidos estos indicadores fue el promedio o media del total de respuestas de cada entrevistado, lo que significa que en las preguntas asociadas a satisfacción se observa el promedio (o porcentaje promedio) en las calificaciones de cada encuestado, y el porcentaje de respuestas positivas (o valoración positiva) en las preguntas de impacto para cada entrevistado.

Así, se tiene un puntaje de satisfacción que representa el promedio de calificaciones de cada usuario en las preguntas que miden satisfacción con el programa, y un puntaje de impacto que refiere al porcentaje de valoraciones positivas en las preguntas dicotomizadas que miden la percepción de impacto (incluidas las externalidades negativas).

Se explica este procedimiento de forma más detallada a través de las cifras generadas a nivel total y regional para la valoración del programa (satisfacción y percepción de impacto). Estas cifras se pueden observar en la siguiente tabla:

VERIFICACIÓN DE RESULTADOS DEL PROGRAMA PUESTA EN VALOR DEL PATRIMONIO, TRAMO II  
Verificación Indicador Conocimiento y Valoración

REGION	Número de encuestas	Impactos Positivos (% de acuerdos del puntaje total)	Externalidades negativas(*) (% de desacuerdos del puntaje total)	Puntaje Impacto	Puntaje Satisfacción
Arica	40	62,0%	98,1%	80,1%	61,4%
Tarapacá	223	64,1%	71,5%	67,8%	83,3%
Coquimbo	323	65,4%	86,5%	76,0%	86,9%
Valparaíso	107	46,0%	58,4%	52,2%	81,0%
Metropolitana	206	65,3%	97,0%	81,2%	95,3%
O'higgins	216	64,0%	89,8%	76,9%	78,6%
Magallanes	123	30,1%	51,0%	40,5%	75,6%
<b>Total</b>	<b>1238</b>	<b>59,6%</b>	<b>80,5%</b>	<b>70,1%</b>	<b>83,8%</b>

(\*)Porcentaje de respuestas en que no se identifican externalidades negativas.

Los puntajes y porcentajes expresados deben entenderse de la siguiente forma. Los impactos positivos refieren al promedio de valoraciones positivas (acuerdo con la frase) entre las preguntas 18 a 23; las externalidades negativas fueron recodificados como de forma positiva, indicando el promedio de valoraciones positivas en las preguntas 24 a 27 (que en esta caso supone estar en desacuerdo con una frase que identifica situaciones negativas); el puntaje de impacto es el promedio entre impactos positivos y externalidades negativas; y el puntaje de satisfacción es el promedio en las calificaciones obtenidas en las preguntas 11 a 17.

Al respecto, resulta interesante observar que los entrevistados de Magallanes y Valparaíso tienden a percibir un impacto menor al mostrado por los encuestados del resto de las regiones, no obstante la satisfacción respecto al programa posee niveles de logro similares al resto de las regiones. Esto puede suponer que los inmuebles en estas regiones cumplen un función específica (cultural, histórica u otra) y no generan un impacto a escala local como el visto en los otros inmuebles.

Estas cifras e indicadores configuran y construyen el puntaje total, o indicador general de valoración positiva del programa. Para ello, se toma el valor promedio en las calificaciones o puntajes asociados a las subdimensiones del concepto valoración, satisfacción y percepción de impacto.

Así, se tiene un indicador total o general de valoración del programa, que en este caso llega a un 76.6% para el total de los encuestados, considerando el promedio de cada sujeto en cada uno de los aspectos evaluados que conforman el puntaje final o total. Vale decir, este puntaje se conforman con las respuestas de los 1.238 sujetos participantes, a través de los promedios obtenidos en cada una de las dimensiones medidas.

Puntaje total	Número de encuestas	Desviación estándar
76,6	1.238	17,1

Esta cifra o indicador general supone indicar lo siguiente:

**META ALCANZADA: El programa alcanza un logro de 76,6% en la Valoración Positiva de los usuarios/visitantes pertenecientes al entorno de cada inmueble, lo cual significa que la meta del 10% se puede indicar como lograda o alcanzada.**

**Se verifica el cumplimiento de lo indicado en CLAUSULA 3.05. Desembolsos del Financiamiento en función de resultados del contrato de préstamo No.1952/OC-CH, que en su letra b condiciona el segundo reembolso de gastos elegibles, en lo relativo al indicador 4.**

A nivel regional esto se desagrega de la siguiente forma, un 57.8% para la región de Magallanes (menor valor) y un 88.2% para la región Metropolitana (valor mayor), con valores o niveles de logro importantes en la región de Coquimbo (81.4%) y de O'Higgins (77.7%). Así, se tiene que en todas las regiones estudiadas el programa resulta exitoso o eficiente según la percepción de los usuarios/visitantes pertenecientes al entorno de cada inmueble.

El detalle en el logro de este indicador por región, se puede observar la siguiente tabla:

REGION	Puntaje total	Número de encuestas	Desviación estándar
Arica	70,8	40	12,1
Tarapacá	75,6	223	15,0
Coquimbo	81,4	323	11,7
Valparaíso	62,9	107	26,1
Metropolitana	88,2	206	7,0
O'higgins	77,7	216	13,4
Magallanes	57,8	123	18,0
<b>Total</b>	<b>76,6</b>	<b>1238</b>	<b>17,1</b>

Al observar el logro alcanzado por cada inmueble, es posible explicar o comprender la situación de cada región respecto a la valoración de los usuarios y visitantes encuestados. Al respecto, conviene destacar la valoración que alcanza el Mirador del Templo Votivo de Maipú (89.2% de valoración positiva), siendo el valor mayor alcanzado entre los inmuebles evaluados.

Con valores cercanos al 80% de valoración positiva se encuentran los siguientes inmuebles:

- Mausoleo Gabriela Mistral
- Centro Mistraliano
- Iglesia Santa Inés
- Colegio Germán Riesco
- Corporación Chilena Prevención del SIDA
- Iglesia San Pedro Alcántara
- Mediateca Peralillo

Por otro lado, los inmuebles que poseen los valores más bajos (cifras en torno al 70%) en el indicador de valoración positiva son:

- Iglesia Guañacagua
- Sala Aldo Francia
- Patio del Claustro Hospital San Fernando
- Casa Stirling
- Fuerte Bulnes

Vale la pena indicar que, independientemente de los valores que asume cada inmueble en este indicador, **todos los inmuebles consiguen superar de manera significativa la meta en la valoración positiva de los usuarios/visitantes de cada entorno.**

Estas calificaciones se desagregan para cada inmueble más adelante, y los valores o puntajes totales se pueden observar en la siguiente tabla:

INMUEBLE	Puntaje	Número de encuestas	Desviación estándar
Iglesia Guañacagua	70,8	40	12,1
Iglesia Huaviña	77,8	48	11,0
Iglesia Usmagama	76,4	41	8,9
Iglesia Camiña	75,3	45	12,8
Salitreras Santa Laura y Humberstone	74,1	89	19,5
Mausoleo Gabriela Mistral	79,7	83	15,3
Centro Mistraliano	83,7	80	9,3
Iglesia Santa Inés	82,4	80	11,8
Colegio Germán Riesco	80,0	80	8,7
Sala Aldo Francia	62,9	107	26,1
Corporación Chilena Prevención del SIDA	87,0	92	8,1
Mirador Templo Votivo de Maipú	89,2	114	5,8
Iglesia San Pedro Alcántara	82,3	76	10,3
Mediateca Peralillo	82,4	59	12,0
Patio del Claustro Hospital Sn Fdo.	70,0	81	13,6
Casa Stirling	63,4	43	13,5
Fuerte Bulnes	54,8	80	19,4
<b>Total</b>	<b>76,6</b>	<b>1238</b>	<b>17,1</b>

Al desagregar el indicador general o total de valoración para cada inmueble, es posible observar que en el ámbito de satisfacción el nivel de cumplimiento asume valores mas altos que para la percepción de impacto, en la mayor parte de los inmuebles (con excepción de la Iglesia de Guañacagua y el Patio del Claustro del Hospital San Fernando). Las diferencias más acentuadas las podemos encontrar en la Sala Aldo Francia del Palacio La Rioja, la Casa Stirling y el Fuerte Bulnes (que además son los

inmuebles con la menor calificación final), lo que supone que si bien la satisfacción es alta, la percepción positiva del impacto del inmueble a nivel local tiende a ser menor.

Por otro lado, aquellos inmuebles con menor calificación en la percepción de impacto, la obtienen principalmente de los impactos positivos y no de las externalidades negativas, lo que merece un análisis específico o en profundidad.

Del mismo modo, resulta interesante observar que sólo en un inmueble las externalidades negativas asumen valores de importancia (lo bajo en la calificación indica una externalidad negativa alta), que es el caso del Fuerte Bulnes. Al respecto es necesario analizar si esto se debe a un problema de medición o a las características propias del inmueble.

Por último, cinco inmuebles prácticamente no presentan externalidades negativas (cifras cercanas al 90%) según la percepción de los entrevistados, el Mirador del Templo Votivo de Maipú, la Iglesia de Guañacagua, la Corporación Chilena de Prevención del SIDA, la Iglesia de San Pedro Alcántara y la Mediateca de Peralillo.

Todas estas cifras y datos se detallan en la siguiente tabla:

INMUEBLE	Número de encuestas	Impactos Positivos (% de acuerdos del puntaje total)	Externalidades negativas (% de desacuerdos del puntaje total)	Puntaje Impacto	Puntaje Satisfacción
Iglesia Guañacagua	40	62,0%	98,1%	80,1%	61,4%
Iglesia Huaviña	48	63,8%	72,4%	68,1%	87,6%
Iglesia Usmagama	41	62,4%	73,2%	67,8%	85,0%
Iglesia Camiña	45	61,3%	75,6%	68,4%	82,2%
Salitreras Santa Laura y Humberstone	89	66,5%	68,3%	67,4%	80,8%
Mausoleo Gabriela Mistral	83	68,9%	82,2%	75,6%	83,7%
Colegio Germán Riesco	80	53,5%	87,5%	70,5%	89,6%
Centro Mistraliano	80	70,0%	87,8%	78,9%	88,5%
Iglesia Santa Inés	80	69,3%	88,4%	78,8%	85,9%
Sala Aldo Francia	107	46,0%	58,4%	52,2%	81,0%
Corporación Prevención del SIDA	92	64,8%	93,2%	79,0%	95,1%
Mirador Templo Votivo de Maipú	114	65,8%	100,0%	82,9%	95,5%
Iglesia San Pedro Alcántara	76	77,9%	90,1%	84,0%	80,7%
Mediateca Peralillo	59	66,4%	94,9%	80,7%	84,1%
Patio del Claustro Hospital Sn Fdo.	81	49,1%	85,8%	67,5%	72,6%
Casa Stirling	43	28,8%	85,5%	57,2%	70,1%
Fuerte Bulnes	80	30,8%	32,5%	31,6%	78,5%
<b>Total</b>	<b>1238</b>	<b>59,6%</b>	<b>80,5%</b>	<b>70,1%</b>	<b>83,8%</b>

Estas cifras e indicadores se han sometido a análisis según el nivel de conocimiento y uso del inmueble, a fin de observar posibles explicaciones a los resultados.



Primero, aquellos usuarios o visitantes más frecuentes tienden a expresar una valoración más alta que los usuarios y visitantes esporádicos (que han visitado el inmueble menos de 10 veces los últimos 2 años), no obstante estas diferencias se explican centralmente por la percepción de impacto y no por la satisfacción con el programa y la gestión de los inmuebles.

Así, es posible indicar que mientras más alto es el nivel de uso y conocimiento del inmueble, mayor es la calificación del impacto que éste posee.

Para constatar lo señalado, ver la siguiente tabla:

Uso inmuebles	Puntaje Satisfacción	Puntaje Impacto	Puntaje Total
Esporádico	83,3%	66,1%	74,1
Bajo	87,3%	76,7%	82,0
Medio	80,0%	71,5%	75,8
Alto	84,2%	83,1%	83,7
Muy alto	85,3%	75,0%	80,2
<b>Total</b>	<b>83,8%</b>	<b>70,1%</b>	<b>76,6</b>

En segundo lugar, se analizó si el hecho de haber conocido el inmueble con anterioridad a la implementación del programa tiene alguna injerencia en la valoración de los usuarios y visitantes.

Frente al particular, la siguiente tabla muestra que la calificación total o valoración tiende a ser levemente superior en aquellos encuestados que conocieron el inmueble con anterioridad al año 2010, quienes poseen una percepción mayor del impacto que ha tenido la recuperación del inmueble. Por el contrario, la satisfacción resulta mayor entre quienes no han conocido el inmueble con anterioridad al año 2010, lo cual supone que este factor no resulta importante respecto a la satisfacción y la gestión de los inmuebles.

¿Visitó o conoció el inmueble antes del año 2010?	Puntaje Satisfacción	Puntaje Impacto	Puntaje Total
Si	82,3%	73,0%	77,5
No	86,5%	65,3%	75,1
<b>Total</b>	<b>83,8%</b>	<b>70,1%</b>	<b>76,6</b>

Por último, se observó si el hecho de haber notado o conocido las obras que se realizaron en el inmueble tiene influencia en la percepción de los usuarios y visitantes. La siguiente tabla indica una situación similar a la mostrada con anterioridad, vale decir, si la persona conoce las obras o la inversión realizada en el inmueble, tiende a tener una mayor percepción del impacto pero no así una mayor satisfacción con el programa y la gestión.

¿Ha visto o conoció las obras que se hicieron en este inmueble?	Puntaje Satisfacción	Puntaje Impacto	Puntaje Total
Si	83,1%	73,0%	78,0
No	86,4%	61,6%	72,6
<b>Total</b>	<b>83,9%</b>	<b>70,2%</b>	<b>76,7</b>

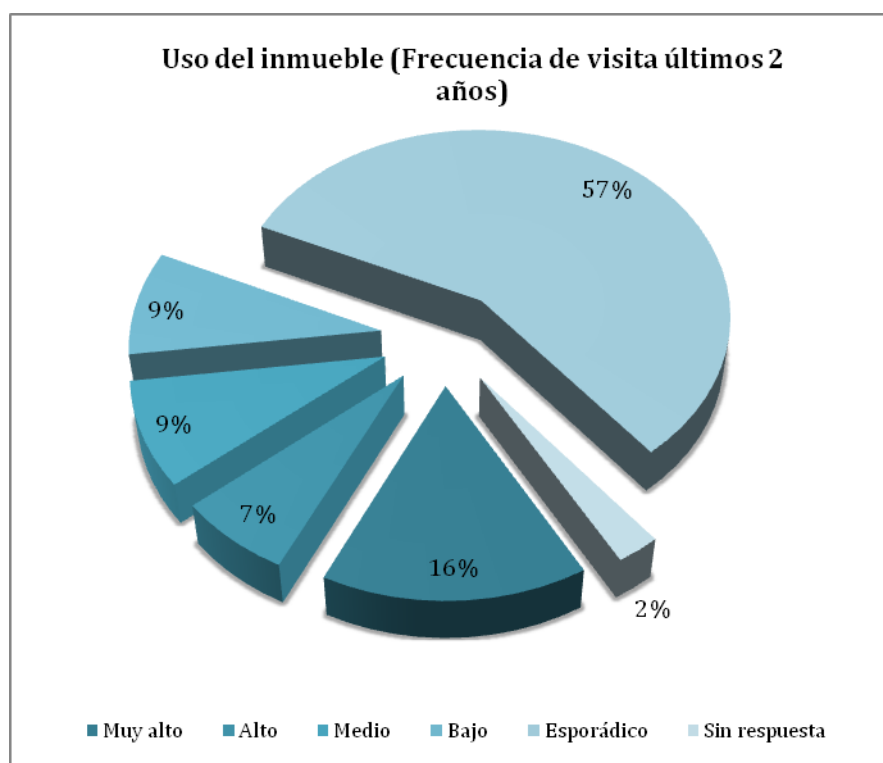
### I.3.2.- Indicadores de Conocimiento

Uno de los criterios de inclusión para participar de la encuesta fue conocer el inmueble. En virtud de lo anterior, estos indicadores no fueron considerados en la conformación del indicador general o en la calificación de la valoración positiva del programa.

Así, los indicadores de conocimiento se observan de manera descriptiva con el fin de caracterizar a los encuestados respecto del uso y frecuencia de visita de los inmuebles, mostrándose en este apartado los gráficos correspondientes a las 1.238 encuestas aplicadas y los gráficos para cada inmueble por separado en un apartado subsiguiente.

En cuanto al uso y conocimiento del inmueble, un 57% de los 1.238 entrevistados posee una frecuencia esporádica de visita (menos de 10 veces los últimos 10 años) y un 16% una frecuencia muy alta (uso casi diario).

Lo interesante de observar en este gráfico es que más de la mitad de los encuestados ha asistido de manera poco frecuente a inmueble, lo que puede incidir en su capacidad de calificar aspectos relativos al impacto de éste en el entorno. De igual modo, es necesario resaltar que un 25% de la muestra la componen sujetos que poseen una frecuencia alta y muy alta de visita o uso, lo cual permite sustentar las diversas conclusiones a las que se llegue con el presente estudio.



Uno de los aspectos de interés era constatar si existía alguna relación entre el conocimiento del inmueble previo a la inversión y la valoración que se tiene sobre éste. El hecho que un 62% de los entrevistados haya conocido el inmueble con anterioridad al año 2010 permitiría realizar este análisis sin grandes dificultades. El siguiente gráfico muestra esta condición de los entrevistados.



De igual forma, resulta de alta relevancia que un 75% de los entrevistados conozcan las obras realizadas en el inmueble, ya que esto permite sustentar las calificaciones y valoraciones que sobre éste se hagan. Esto no asegura la incidencia de la variable en los resultados finales, pero sí logra dar sustento a los indicadores generales antes explicitados.

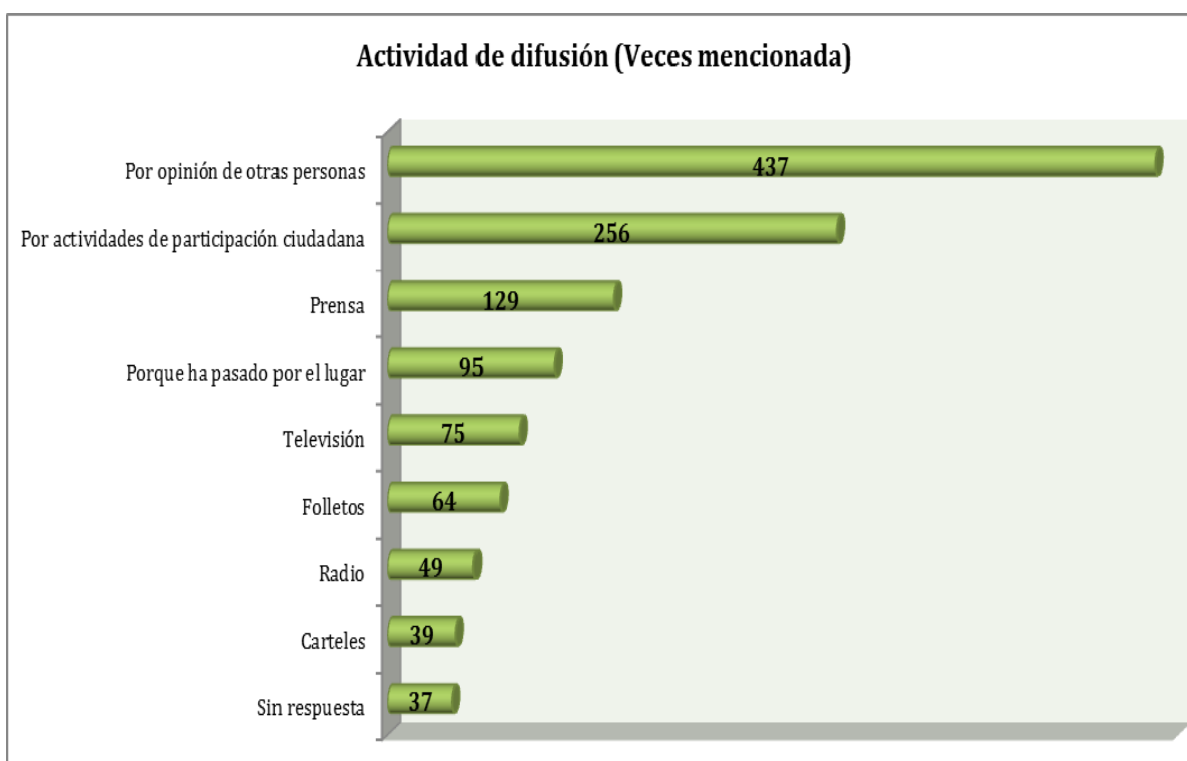


En cuanto al conocimiento de las actividades de difusión, interesa notar que mayoritariamente los visitantes/usuarios encuestados conocen del inmueble y se informan de sus actividades en la propia comunidad (opinión de otras personas) o por actividades de participación ciudadana. Esto no sólo resulta importante para efectos de los análisis

realizados, sino también para efectos del propio programa, en cuanto se denota el carácter local y comunitario en el uso y la gestión de los inmuebles.

Por otra parte, las actividades de difusión de menor mención son los carteles y folletos (publicidad en papel), la radio y la televisión, con ello se denota que la difusión no se realiza por canales de comunicación masivos, sino que se apunta a un público local. Por otro lado, resulta coincidente con el bajo nivel de iniciativas del programa en el ámbito de la difusión.

Esta variable tenía respuesta múltiple, por ende se muestran aquellas alternativas de mayor mención en el siguiente gráfico.



### I.3.3.- Indicadores de Valoración

Los indicadores asociados a la valoración se ajustan a la definición operacional antes explicitada, a saber, la percepción de impacto y la satisfacción.

En la siguiente tabla se muestran los resultados para cada pregunta de la dimensión de satisfacción (componente de la valoración), entregándose los resultados para el total de los encuestados y desglosando el número de casos con respuesta (N), el mínimo y máximo, el valor promedio y la desviación estándar (variabilidad de las respuestas).

Al respecto, se observa que los aspectos vinculados a la higiene y mantención del inmueble (nota promedio 9.4), al interés y atractivo del inmueble (nota 9.0), y al grado de recuperación y puesta en valor del inmueble (nota 9.0), poseen la mayor calificación o mayor satisfacción entre los entrevistados.

Por el contrario, las actividades de difusión del inmueble (nota 7.2) y la información histórica y cultural del inmueble (nota 7.7) son los aspectos de menor destaque. No

obstante, las calificaciones para cada aspecto evaluado se encuentran en un alto nivel de valoración.

Conviene indicar que el número de respuestas en la pregunta por el precio de uso o ingreso (489) es menor al resto de los aspectos evaluados ya que en algunos inmuebles no aplica medir o responder sobre esta materia.

Pregunta	N	Mínimo	Máximo	Promedio	Desviación estándar
Grado de recuperación o puesta en valor del inmueble	1126	1	10	9,0	1,59
Interés y atractivo del inmueble	1212	1	10	9,0	1,61
Facilidades de uso o acceso (restricción de uso, horarios de apertura/cierre)	1149	1	10	8,5	2,14
Precio por el uso o el ingreso al inmueble	489	1	10	8,2	2,68
Limpieza y mantenimiento del inmueble	1203	1	10	9,4	1,34
Información y orientación al usuario	1157	1	10	8,0	2,54
Información histórica y cultural del inmueble	1144	1	10	7,7	2,68
Actividades de difusión del inmueble	1099	1	10	7,2	2,74

Al desglosar a nivel regional las preguntas asociadas a la satisfacción, es posible observar diferencias significativas en temas como la facilidad de uso y acceso (Arica tiene una nota promedio de 4.6, mientras en la región Metropolitana este aspecto tiene un promedio de 9.57), el precio por el uso e ingreso (los encuestados de Magallanes califican en promedio con un 5.79 este aspecto), y la información y orientación al usuario (nota promedio de 4.03 en Arica y de 6.55 en O'Higgins).

De forma consolidada, por regiones los aspectos con menor nota promedio son:

**Arica** – Información y orientación al usuario, información histórica y cultural, y las facilidades de uso y acceso

**Tarapacá** – Información y orientación al usuario, y la información histórica y cultural del inmueble

**Coquimbo** - Información histórica y cultural del inmueble y precio por el uso o ingreso al inmueble

**Valparaíso** – Actividades de difusión y la información histórica y cultural del inmueble

**Metropolitana** – Alta calificación en todos los aspectos

**O'higgins** - Actividades de difusión, la información y orientación al usuario, y la información histórica y cultural

**Magallanes** - Precio por el uso o ingreso al inmueble y las actividades de difusión

VERIFICACIÓN DE RESULTADOS DEL PROGRAMA PUESTA EN VALOR DEL PATRIMONIO, TRAMO II  
Verificación Indicador Conocimiento y Valoración

REGION	Grado de recuperación o puesta en valor del inmueble	Interés y atractivo del inmueble	Facilidades de uso o acceso (restricción de uso, horarios de apertura/cierre)	Precio por el uso o el ingreso al inmueble	Limpieza y mantención del inmueble	Información y orientación al usuario	Información histórica y cultural del inmueble	Actividades de difusión del inmueble
Arica y Parinacota	8,25	8,33	4,64		8,03	4,03	4,11	4,92
Tarapacá	8,73	9,14	8,22	8,30	8,89	7,67	7,61	7,88
Coquimbo	9,14	8,77	9,05	8,25	9,69	8,56	8,21	7,36
Valparaíso	8,21	8,60	7,67	7,86	9,22	8,26	7,05	6,67
Metropolitana	9,74	9,69	9,57	9,57	9,94	9,54	9,23	9,01
O'higgins	9,31	9,06	8,26		9,21	6,55	6,09	5,99
Magallanes	8,03	8,14	7,67	5,79	9,04	7,79	7,97	5,81
<b>Total</b>	<b>9,03</b>	<b>8,96</b>	<b>8,48</b>	<b>8,17</b>	<b>9,35</b>	<b>7,98</b>	<b>7,69</b>	<b>7,23</b>

Al realizar el mismo ejercicio para cada uno de los inmuebles, la tabla siguiente muestra las notas promedio para cada aspecto evaluado en torno a la satisfacción.

El detalle de cada inmueble se puede analizar para cada pregunta de la dimensión satisfacción, no obstante, destacaremos algunos resultados que presentan valores promedios bajos en comparación al resto de los inmuebles en estudio:

**Grado de recuperación o puesta en valor del inmueble** – Salitreras Santa Laura y Humberstone y la Casa Stirling

**Interés y atractivo del inmueble** – Casa Stirling e Iglesia de Guañacagua

**Facilidades de uso o acceso (restricción de uso, horarios de apertura/cierre)** – Casa Stirling, Iglesia de Guañacagua e Iglesia San Pedro de Alcántara

**Precio por el uso o el ingreso al inmueble** – Fuerte Bulnes y la Sala Aldo Francia del Palacio La Rioja

**Limpieza y mantención del inmueble** – Ningún inmueble presenta nota menor a 8.0

**Información y orientación al usuario** - Iglesia de Guañacagua y Patio del Claustro del Hospital de San Fernando

**Información histórica y cultural del inmueble** - Iglesia de Guañacagua y Patio del Claustro del Hospital de San Fernando

**Actividades de difusión del inmueble** - Iglesia de Guañacagua, Patio del Claustro del Hospital de San Fernando y la Casa Stirling

VERIFICACIÓN DE RESULTADOS DEL PROGRAMA PUESTA EN VALOR DEL PATRIMONIO, TRAMO II  
Verificación Indicador Conocimiento y Valoración

INMUEBLE	Grado de recuperación o puesta en valor del inmueble	Interés y atractivo del inmueble	Facilidades de uso o acceso (restricción de uso, horarios de apertura/cierre)	Precio por el uso o el ingreso al inmueble	Limpieza y mantenimiento del inmueble	Información y orientación al usuario	Información histórica y cultural del inmueble	Actividades de difusión del inmueble
Iglesia Guañacagua	8,3	8,3	4,6		8,0	4,0	4,1	4,9
Iglesia Usmagama	9,7	9,7	7,7		9,2	7,4	7,5	8,3
Iglesia Camiña	9,1	9,2	8,0		8,7	7,3	6,8	7,3
Salitreras Santa Laura y Humberstone	7,7	8,6	8,3	8,2	8,7	7,8	7,9	7,3
Iglesia Huaviña	9,5	9,5	8,6		9,1	7,9	7,9	9,0
Mausoleo Gabriela Mistral	9,6	9,0	9,0	8,1	9,8	7,9	6,8	6,8
Centro Mistraliano	8,9	8,8	8,9		9,8	8,9	9,1	7,5
Iglesia Santa Inés	9,4	8,3	8,8		9,8	8,5	8,0	7,4
Colegio Germán Riesco	8,8	9,0	9,5		9,4	8,9	9,0	7,8
Sala Aldo Francia	8,2	8,6	7,7	7,9	9,2	8,3	7,0	6,7
Corporación Prevención del SIDA	9,7	9,5	9,6	9,8	9,9	9,6	9,2	9,0
Mirador Templo Votivo de Maipú	9,8	9,9	9,5	9,5	9,9	9,5	9,3	9,1
Iglesia San Pedro Alcántara	9,1	9,0	7,6		9,2	7,2	7,1	7,1
Mediateca Peralillo	9,4	9,1	8,9		9,6	7,9	7,4	6,7
Patio del Claustro Hosp. Sn Fdo.	9,4	9,0	8,6		8,9	4,7	3,8	4,3
Casa Stirling	7,6	7,0	5,9	9,1	8,8	6,9	7,4	4,6
Fuerte Bulnes	8,3	8,7	8,6	4,9	9,2	8,2	8,3	6,5
<b>Total</b>	<b>9,0</b>	<b>9,0</b>	<b>8,5</b>	<b>8,2</b>	<b>9,4</b>	<b>8,0</b>	<b>7,7</b>	<b>7,2</b>

De igual forma se analizan las preguntas vinculadas a la percepción de impacto, con especial atención en los aspectos positivos (diferentes a las externalidades negativas). Al respecto, la tabla siguiente presenta la elección de los entrevistados (el promedio de todos ellos) en cuanto al grado de acuerdo con las frases asociadas para cada aspecto evaluado.

El primer elemento que resalta es el alto nivel de consenso en torno a dos frases, *el inmueble ha mejorado la imagen y atractivo del entorno*, y *la recuperación del inmueble ha ayudado a que la comunidad se sienta orgullosa del lugar en que vive*. Estos dos aspectos son altamente destacados por los usuarios/visitantes del entorno.

Por el contrario, si bien existe una percepción de impacto positivo respecto a la generación de comercio en el sector debido al inmueble, no existe un consenso tan claro

como en el resto de los temas medidos. Del mismo modo, la generación de empleo es un aspecto evaluado con cierta duda o indecisión en los entrevistados, o sea, no existe la certeza o convicción en los entrevistados que este aspecto haya sido generado o logrado por la recuperación del inmueble. Es probable que el poco tiempo transcurrido desde la puesta en operación de los inmuebles dificulta evaluar impactos económicos que pueden producirse en plazos algo más largos.

Percepción de impacto	Muy de acuerdo	De acuerdo	Término medio	En desacuerdo	Muy en desacuerdo
La recuperación del inmueble ha generado más empleo	13,2	30,0	36,1	15,2	5,5
El inmueble ha mejorado la imagen y atractivo del entorno	54,1	33,8	8,1	3,1	0,9
El inmueble ha generado comercio en el sector	7,9	20,3	35,2	25,8	10,9
La recuperación del inmueble ha ayudado a que la comunidad se sienta orgullosa del lugar en que vive	51,0	32,3	12,6	2,9	1,2
El inmueble ha generado actividades culturales, religiosas, turísticas u otras	39,4	38,3	16,6	4,4	1,3

Al desglosar estos aspectos por cada una de las regiones participantes del estudio, la siguiente tabla muestra el nivel de acuerdo (Acuerdo y Muy de acuerdo) para cada frase asociada. Al respecto, resulta claro que las frases asociadas a la generación de empleo y comercio en el sector, son las de menor valoración en el impacto del inmueble.

Algunos aspectos a resaltar a nivel regional son la baja calificación del impacto del inmueble en las regiones de Coquimbo y Metropolitana de los aspectos referidos a que el inmueble ha ayudado a que la comunidad se sienta orgullosa y que ha generado actividades culturales, religiosas y turísticas. En la región de O'Higgins este último aspecto también posee una valoración baja.

Por el contrario, la generación de comercio pareciera un aspecto a destacar en los inmuebles de la región de O'Higgins y el empleo también asume niveles interesantes e la calificación que hacen los encuestados de los inmuebles de Magallanes.

REGION	La recuperación del inmueble ha generado más empleo	El inmueble ha mejorado la imagen y atractivo del entorno	El inmueble ha generado comercio en el sector	La recuperación del inmueble ha ayudado a que la comunidad se sienta orgullosa del lugar en que vive	El inmueble ha generado actividades culturales, religiosas, turísticas u otras
Arica y Parinacota	36%	97%	25%	87%	76%
Tarapacá	40%	84%	33%	90%	86%
Coquimbo	44%	73%	28%	49%	48%
Valparaíso	26%	99%	25%	96%	81%
Metropolitana	47%	74%	26%	64%	72%
O'higgins	28%	95%	55%	90%	43%
Magallanes	62%	85%	26%	80%	84%



El mismo análisis se realizó para cada inmueble participante del estudio, destacándose los siguientes inmuebles por su alta valoración en el impacto de:

**La recuperación del inmueble ha generado más empleo** - Centro Mistraliano, Iglesia Santa Inés, Fuerte Bulnes, Mausoleo Gabriela Mistral y Salitreras Santa Laura y Humberstone

**El inmueble ha generado comercio en el sector** - Mausoleo Gabriela Mistral, Salitreras Santa Laura y Humberstone, Fuerte Bulnes, Iglesia San Pedro de Alcántara, y la Iglesia de Guañacagua.

Por otra parte, aquellos inmuebles donde se observan valores bajos o comparativamente menores en la valoración de algunos aspectos de alta evaluación general, son:

**El inmueble ha mejorado la imagen y atractivo del entorno** - Sala Aldo Francia, Casa Stirling y las Salitreras Santa Laura y Humberstone

**La recuperación del inmueble ha ayudado a que la comunidad se sienta orgullosa del lugar en que vive** - Sala Aldo Francia, Casa Stirling y Patio del Claustro Hospital de San Fernando.

**El inmueble ha generado actividades culturales, religiosas, turísticas u otras** - Casa Stirling, Mausoleo Gabriela Mistral, Patio del Claustro Hospital de San Fernando y la Iglesia de Guañacagua

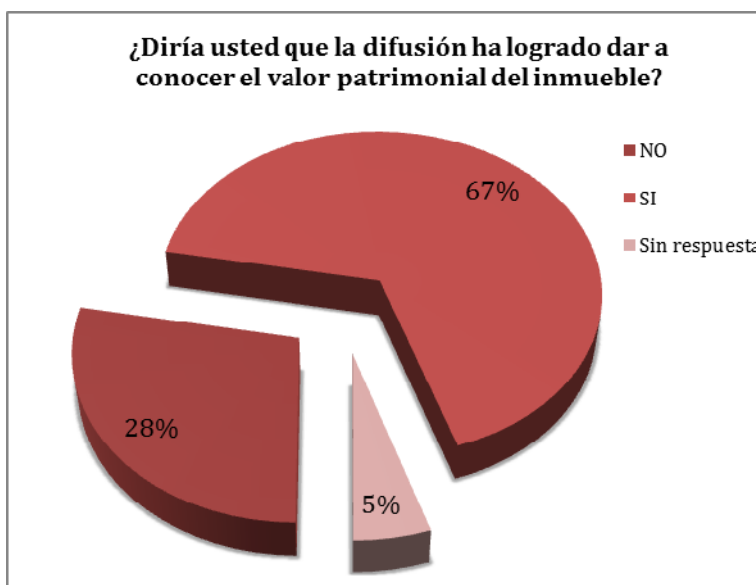
INMUEBLE	La recuperación del inmueble ha generado más empleo	El inmueble ha mejorado la imagen y atractivo del entorno	El inmueble ha generado comercio en el sector	La recuperación del inmueble ha ayudado a que la comunidad se sienta orgullosa del lugar en que vive	El inmueble ha generado actividades culturales, religiosas, turísticas u otras
Iglesia Guañacagua	28%	95%	55%	90%	43%
Iglesia Usmagama	20%	95%	8%	100%	98%
Iglesia Camiña	33%	93%	26%	91%	81%
Salitreras Santa Laura y Humberstone	55%	77%	55%	86%	84%
Iglesia Huaviña	37%	93%	23%	90%	85%
Mausoleo Gabriela Mistral	68%	86%	68%	85%	58%
Centro Mistraliano	80%	96%	13%	76%	95%
Iglesia Santa Inés	76%	87%	13%	77%	98%
Colegio Germán Riesco	24%	88%	8%	83%	85%
Sala Aldo Francia	47%	76%	26%	64%	72%
Corporación Prevención del SIDA	27%	99%	11%	91%	98%
Mirador Templo Votivo Maipú	25%	100%	36%	100%	68%
Iglesia San Pedro Alcántara	43%	99%	55%	97%	97%
Mediateca Peralillo	46%	98%	15%	93%	83%
Patio del Claustro Hosp. Sn Fdo.	23%	97%	5%	73%	50%
Casa Stirling	12%	71%	5%	26%	38%
Fuerte Bulnes	81%	81%	56%	76%	59%

Las externalidades negativas por su parte, se observan sólo de modo general, en la siguiente tabla. Al respecto, resulta interesante que la generación de ruido es el aspecto de mayor ocurrencia entre los consultados, es decir, algunos entrevistados han indicado que el ruido ha sido un aspecto negativo en la recuperación y puesta en valor de los inmuebles, mientras el resto de las frases o aspectos evaluados tiene una muy baja presencia en las opiniones de los 1.238 entrevistados.

Externalidades negativas (Percepción)	Muy de acuerdo	De acuerdo	Término medio	En desacuerdo	Muy en desacuerdo
El inmueble ha generado mayor ruido	5,8	5,1	13,2	42,4	33,4
El inmueble ha generado mayor basura	0,7	2,5	8,3	45,5	43,0
El inmueble ha generado inseguridad en el sector	1,4	1,2	6,5	43,1	47,8
El inmueble ha generado pérdidas en negocios	0,7	1,0	8,5	42,2	47,6

El último aspecto evaluado a nivel general consiste en la percepción del impacto que han tenido las actividades de difusión del valor patrimonial de los inmuebles. La siguiente tabla muestra que un 67% de los consultados indica que estas actividades tienen impacto en el conocimiento del valor patrimonial del inmueble, cifra que tiende a configurar un nivel de logro importante. Así, es posible indicar que 2 de cada tres sujetos entrevistados señalan que las actividades de difusión han tenido un impacto positivo en la gestión patrimonial y en los logros del programa.

Sin embargo, cabe tener presente que la mayoría de las personas encuestadas declara haber conocido de la recuperación del inmueble por medios ajenos a un plan de difusión (básicamente, la opinión de otras personas de la comunidad).



En el siguiente apartado se detallarán las cifras más importantes para cada inmueble evaluado, indicadores que servirán de complemento a lo ya explicitado y que buscan generar información de utilidad para el programa.

### I.3.4.- Resultados para cada inmueble

#### A.- IGLESIA DE GUAÑACAGUA (Región de Arica y Parinacota)

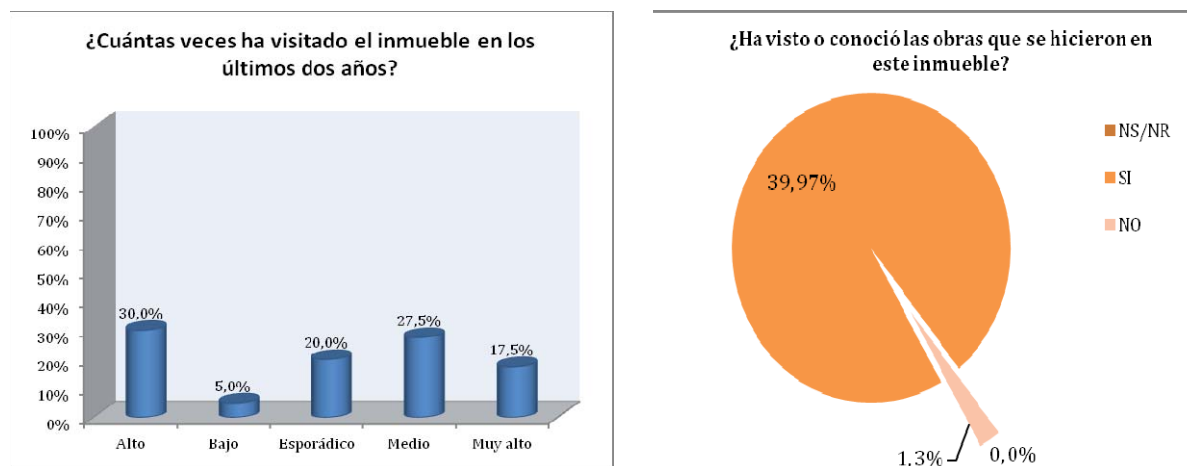
##### Conocimiento

##### **Conocimiento del Programa de Protección y Puesta en Valor del Patrimonio**

Para saber el grado de conocimiento que los visitantes al museo tienen del programa Protección y Puesta en Valor del Patrimonio, se consultó cuántas veces se visitó el inmueble en los últimos dos años y posteriormente, si es que han visto o conocen las obras que se hicieron en este inmueble.

En cuanto a las veces que se visitó el inmueble en los últimos dos años, el 30% tiene una frecuencia de visitas alta (entre 40 a 99 veces) y el 17,5% muy alta (100 o más veces). Esto significa que el 47,7% de los encuestados visita muy frecuentemente la iglesia. Luego, el 27,5% la visita con una frecuencia media (entre 20 a 39 veces), el 20% lo visita esporádicamente (entre 1 y 9 veces) y el 5% con una frecuencia baja (entre 10 y 19 veces).

Frente a la pregunta ¿ha visto o conoció las obras que se realizaron en la Iglesia durante los últimos dos años?, se observa en el gráfico de torta que el 97% si está en conocimiento de las obras realizadas y que sólo una persona no las conoció.



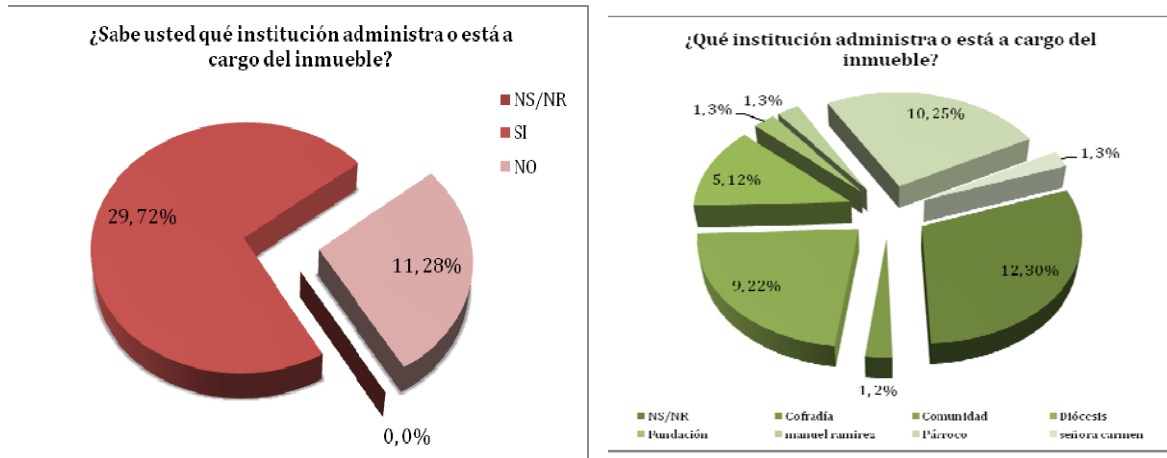
##### **Conocimiento de la gestión de los inmuebles**

Sobre el conocimiento que los visitantes tienen de la gestión de la Iglesia, se consultó si es que saben qué institución administra o está a cargo del inmueble y posteriormente, qué institución está a cargo.

Frente a la primera pregunta, el 72% de los visitantes declara saber qué institución administra el inmueble y el 28% no lo sabe.

Luego, el 30% no sabe o no responde a la pregunta sobre cual es la institución que administra o está a cargo del inmueble, es decir, una persona más que los que declararon en la pregunta anterior no saber que institución la administra. El 70% restante se distribuye entre quienes dicen que la institución que administra la iglesia es el Párroco (25%), seguida de la comunidad (22%) y la Diócesis (12%). Con mucho menor frecuencia (una persona que representa el 1,3%), señalan que es la Cofradía, La Fundación, Manuel Rodríguez y la Señora Carmen.

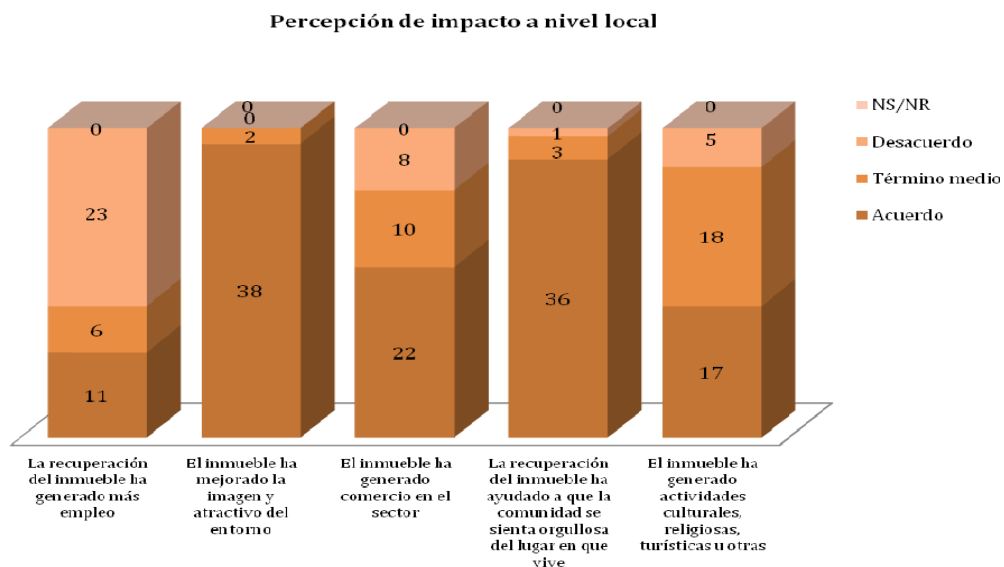
Si se contrasta esta respuesta con las quienes efectivamente administran la Iglesia Guañacagua, podemos constatar que el 47% está en conocimiento de este aspecto de la gestión, ya que la administración corresponde a la comunidad y al párroco.



## Valoración

### Valoración del Programa de Protección y Puesta en Valor del Patrimonio

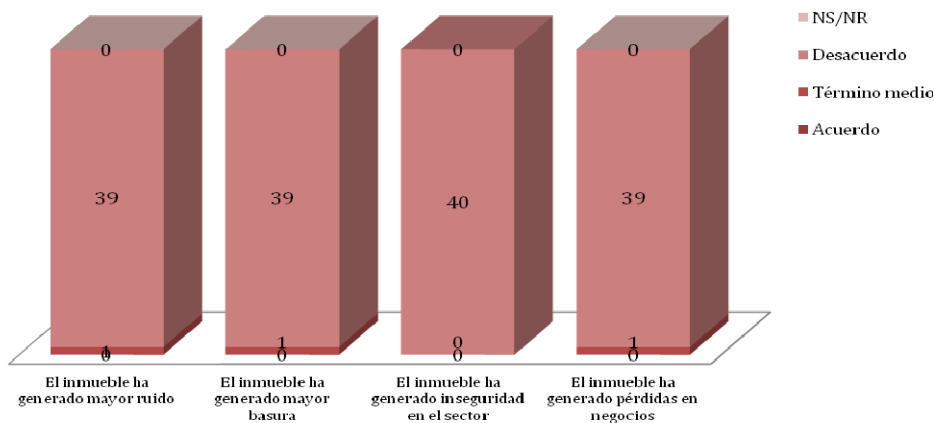
En el siguiente gráfico se ve que en general la percepción del impacto que genera la iglesia y su recuperación en el sector, es positiva. A excepción de la opción “la recuperación del inmueble ha generado más empleo” en la que 23 personas de un total de 40 respuestas señala estar en desacuerdo con esta afirmación, los visitantes señalan estar en acuerdo o medianamente en acuerdo con que el inmueble ha mejorado la imagen y atractivo del entorno (40 respuestas), ha generado comercio en el sector (32 respuestas), su recuperación ha ayudado a que la comunidad se sienta orgullosa del lugar en que vive (39 respuestas) y que ha generado actividades culturales, religiosas, turísticas u otras (35 respuestas).



Respecto a las externalidades negativas, a excepción de una persona, todos los visitantes están en desacuerdo con que el inmueble genere mayor ruido (39 personas en

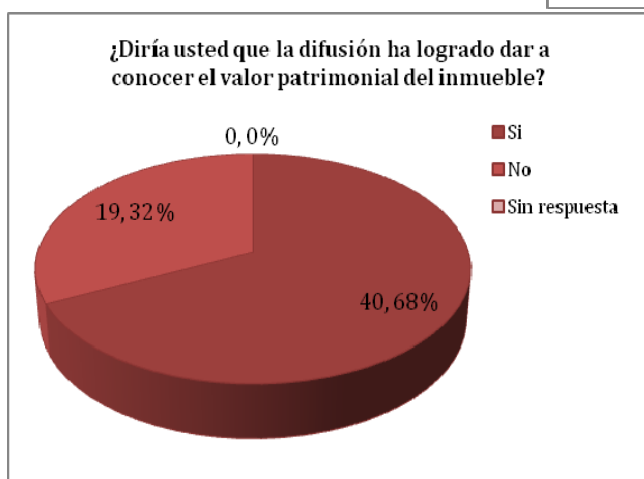
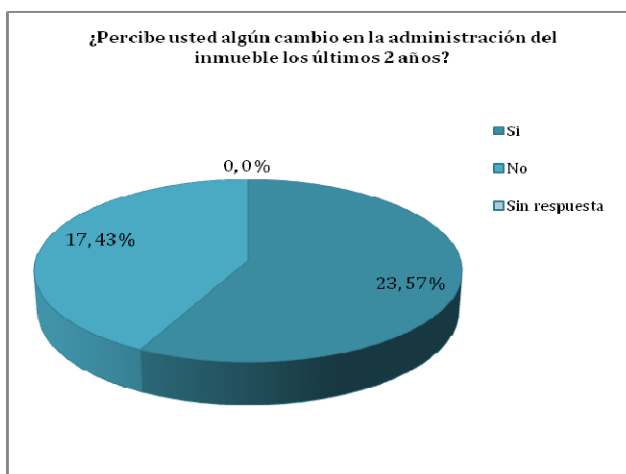
desacuerdo), mayor basura (39 en desacuerdo), inseguridad (40 en desacuerdo) y pérdida en negocios (39 en desacuerdo).

#### Externalidades negativas a nivel local



#### Valoración de la gestión de los inmuebles

Para determinar la valoración de la gestión de los inmuebles, se consultó en la encuesta si es que perciben o no algún cambio en la administración del inmueble durante los últimos dos años. La respuesta es en su mayoría positiva, ya que el 57% si percibe un cambio y el 43% no lo percibió.



#### Valoración de las actividades de difusión del programa

Respecto a los logros obtenidos por las acciones de difusión implementadas, se puede ver en el gráfico siguiente que el 72% sí considera que la difusión ha logrado dar a conocer el valor patrimonial del inmueble y el 28% restante cree que la difusión no logró ese resultado.

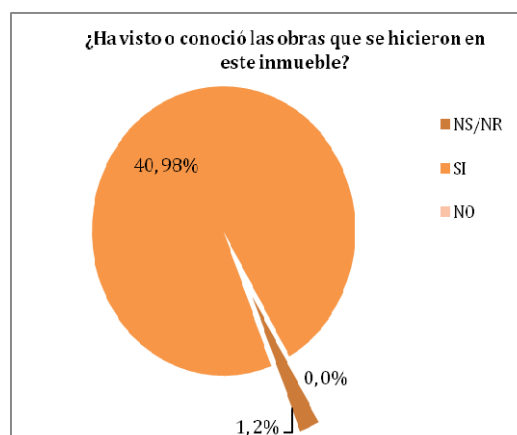
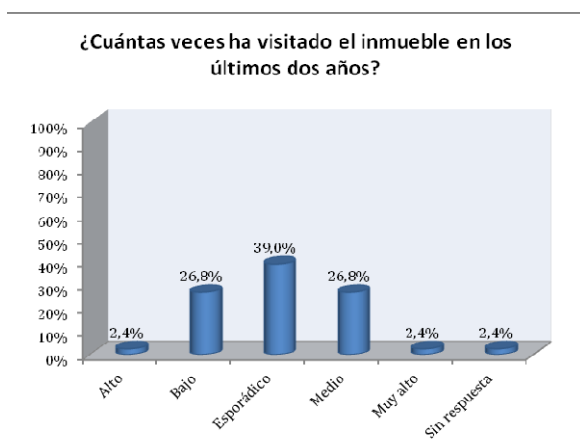
## B.- IGLESIA USMAGAMA (Región de Tarapacá)

### Conocimiento

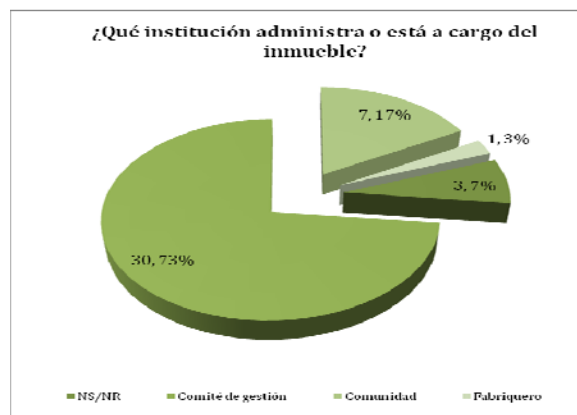
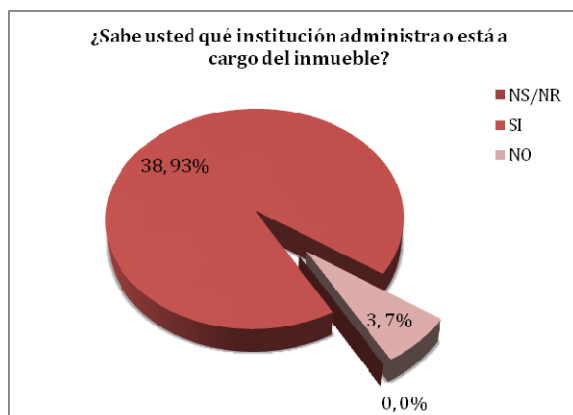
#### Conocimiento del Programa de Protección y Puesta en Valor del Patrimonio

Para determinar el nivel de conocimiento sobre el Programa de Protección y Puesta en Valor del Patrimonio, se consultó a los visitantes a la Iglesia Usmagama cuántas veces han visitado el inmueble en los últimos dos años. De un total de 41 respuestas válidas, el 39% la visita esporádicamente (entre 1 y 9 veces) y el 26,8% la visita con baja frecuencia (entre 10 y 19 veces) y mediana frecuencia (entre 20 y 39 veces). Sólo dos personas (4,8%) la visitan con alta o muy alta frecuencia (más de 40 veces).

En general, se puede decir que el uso de la iglesia tiende a ser bajo, considerando que el mayor porcentaje está concentrado en la categoría “esporádico”, seguido de baja y media (cabe mencionar que la localidad de Usmagama está prácticamente deshabitada y la gran mayoría de usuarios son vecinos que hoy viven en Iquique). Pese a esto, el 98% de los visitantes ha visto o conoció las obras que se hicieron en la Iglesia durante este período, lo que resulta positivo en cuanto a que el Programa logró visibilizarse.



#### Conocimiento de la gestión de los inmuebles



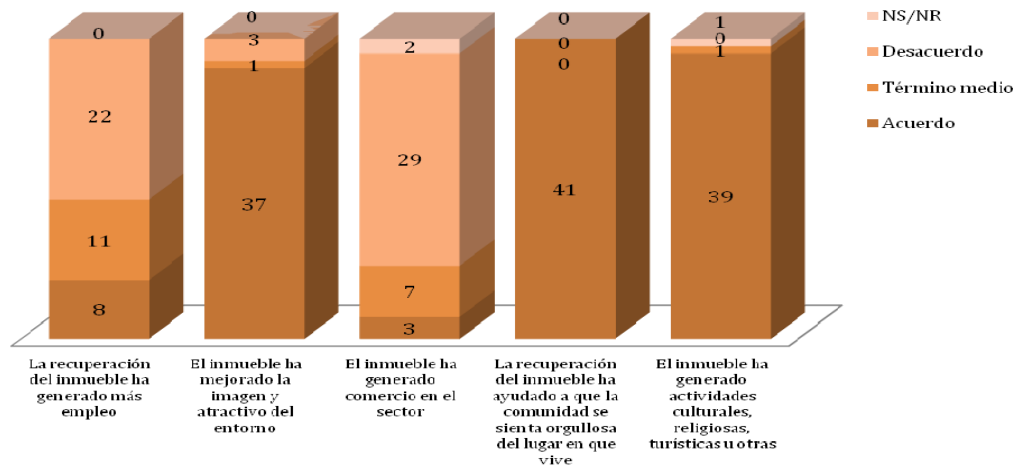
Respecto al conocimiento que los visitantes tienen de la gestión de la Iglesia Usmagama, el 93% declara saber qué institución la administra o está a cargo, lo que con la segunda pregunta se relativiza, ya que sólo el 17% (7 personas) identifican a la comunidad como

su administradora. De acuerdo con la información oficial, las instituciones administradoras de la Iglesia son el Obispado y la Comunidad, por lo que el 83% restante no estaría identificando la institución correcta.

## Valoración

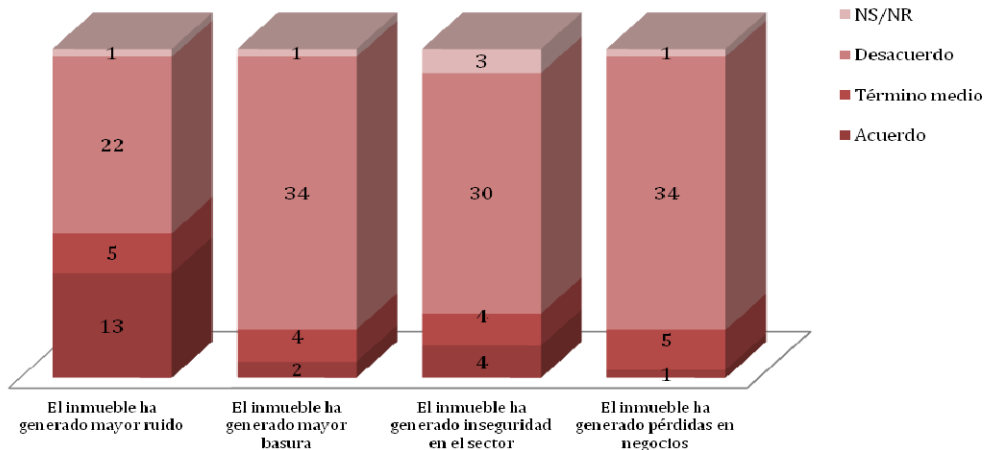
### Valoración del Programa de Protección y Puesta en Valor del Patrimonio

Percepción de impacto a nivel local



Para dar cuenta de la valoración que la población visitante de la Iglesia tiene sobre el Programa de Protección y Puesta en Valor del Patrimonio, se les consultó sobre su percepción de impacto del inmueble y su recuperación. Respecto al inmueble, 38 personas de un total de 41 respuestas válidas, está de acuerdo o medianamente de acuerdo en que la Iglesia ha mejorado la imagen y el atractivo del entorno, y 40 visitantes consideran que ha generado actividades culturales, religiosas, turísticas u otras. Por su parte, todos los visitantes están de acuerdo con que la recuperación de la iglesia ha ayudado a que la comunidad se sienta orgullosa del lugar en que vive.

Externalidades negativas a nivel local



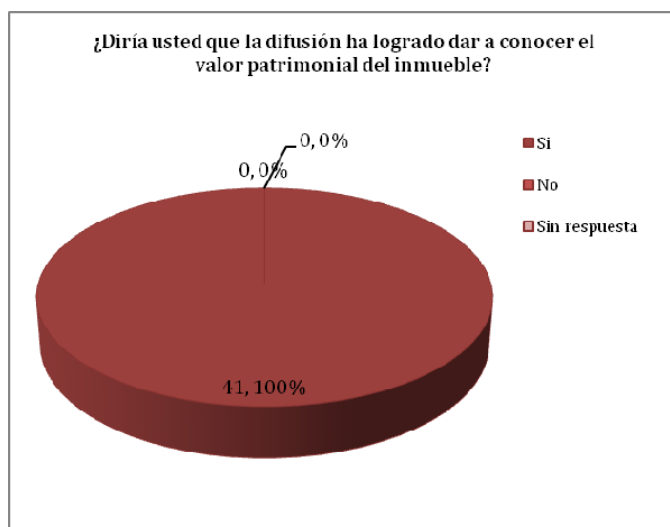
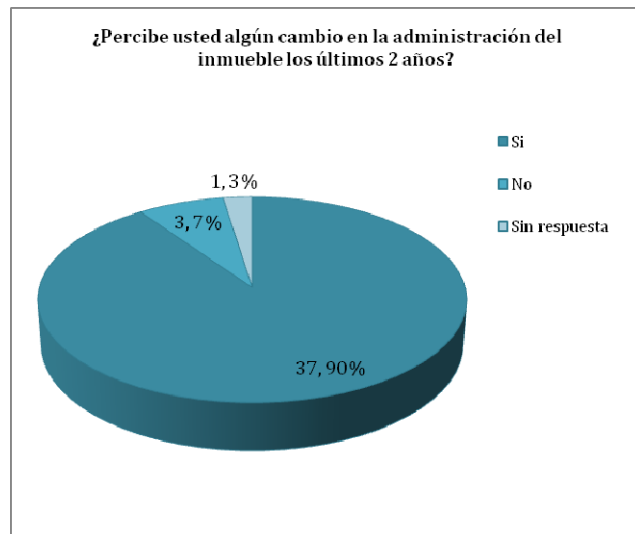
Los aspectos donde se percibe menos impacto positivo, tienen relación con que la recuperación del inmueble ha generado más empleo (sólo 19 personas están de acuerdo o medianamente de acuerdo) y en que la iglesia ha generado comercio en el sector (sólo 10 personas están de acuerdo o medianamente de acuerdo).

Estos resultados señalan que en general la percepción que los visitantes tienen sobre el impacto que genera la Iglesia y su recuperación en el sector, es positiva.

En cuanto a los efectos negativos que la Iglesia y su recuperación generó en el entorno, 18 de 41 personas están de acuerdo o medianamente de acuerdo en que se generó mayor ruido, 6 en que ha generado mayor basura, 8 en que ha generado inseguridad en el sector y 6 en que ha generado pérdidas en negocios. Si bien la mayoría de las personas no percibe consecuencias negativas, resulta relevante identificar las razones que generaron estas externalidades con el fin de mitigar, compensar o reparar estos impactos negativos.

### **Valoración de la gestión de los inmuebles**

Para la valoración de la gestión de la Iglesia se preguntó por la percepción de algún cambio en la administración del inmueble en los últimos dos años. A esta pregunta, el 90% de las personas respondió si y sólo el 3,7% no percibió este cambio.



### **Valoración de las actividades de difusión del programa**

En cuanto a la valoración de las actividades de difusión, se puede ver en el gráfico siguiente que el 100% de los encuestados cree que ésta ha logrado dar a conocer el valor patrimonial de la Iglesia.



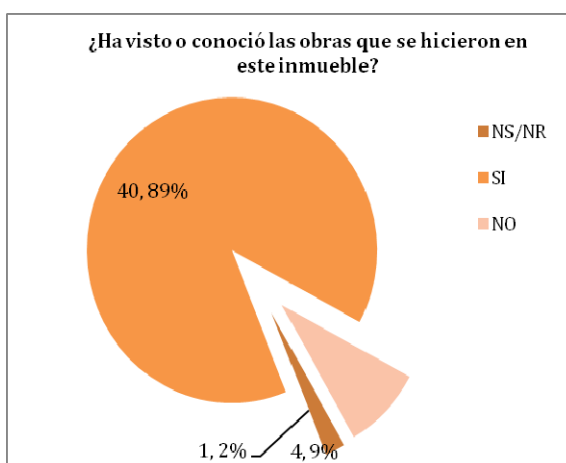
### C.- IGLESIA CAMIÑA (Región de Tarapacá)

#### Conocimiento

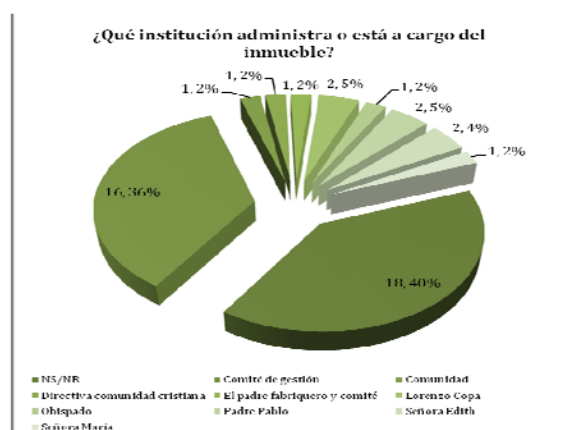
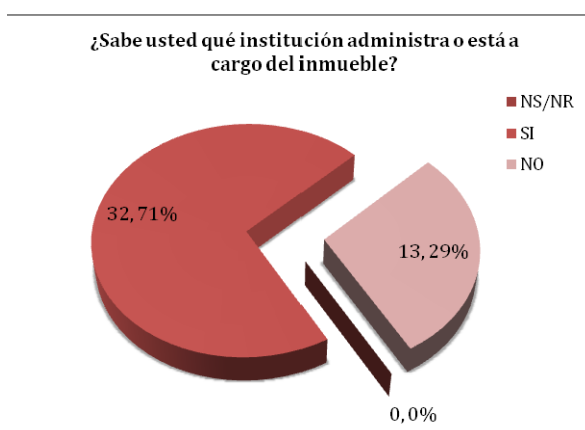
##### Conocimiento del Programa de Protección y Puesta en Valor del Patrimonio

Para determinar el nivel de conocimiento sobre el Programa de Protección y Puesta en Valor del Patrimonio, se consultó a los visitantes a la Iglesia Camiña cuántas veces han visitado el inmueble en los últimos dos años. De un total de 45 respuestas válidas, el 35,6% la visita esporádicamente (entre 1 y 9 veces), el 20% la visita con alta frecuencia (entre 40 y 99 veces), el 15,6% con muy alta frecuencia (100 o más veces) y el 13,3% con mediana frecuencia (entre 20 y 39 veces). Sólo cuatro personas (8,9%) la visitan con baja frecuencia (entre 10 y 19 veces).

En el segundo gráfico se puede ver que el 89% de los visitantes ha visto o conoció las obras que se hicieron en la Iglesia durante este período, lo que resulta positivo en cuanto a que el Programa logró visibilizarse.



##### Conocimiento de la gestión de los inmuebles



Respecto al conocimiento que los visitantes tienen de la gestión de la Iglesia, el 71% declara saber qué institución la administra o está a cargo, mientras que el 29% no lo sabe. Entre las instituciones identificadas se encuentran en primer lugar, el Comité de Gestión (36%), seguido con el mismo porcentaje (5%) por Lorenzo Copa, Padre Pablo y Sra. Edith. Luego, con un 2% se encuentran la Comunidad, la Directiva Comunidad Cristiana,

el Padre Fabriquero y Comité, el Obispado y la Señora María. El alto porcentaje de personas que no respondieron a esta pregunta (40%) y la gran diversidad de respuestas, dan cuenta de que existe un conocimiento que tiende a ser bajo, respecto de este aspecto de la gestión del inmueble.

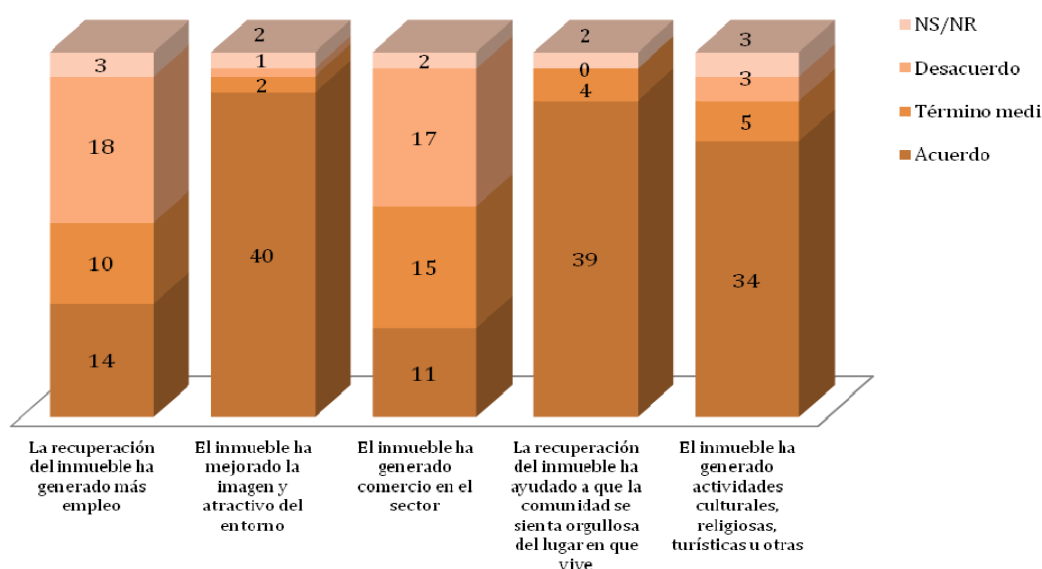
## Valoración

### **Valoración del Programa de Protección y Puesta en Valor del Patrimonio**

Para dar cuenta de la valoración que la población visitante de la Iglesia tiene sobre el Programa, se les consultó sobre su percepción de impacto en el ámbito local del inmueble y su recuperación. Al respecto, 42 personas de un total de 45 respuestas válidas están de acuerdo o medianamente de acuerdo en que la Iglesia ha mejorado la imagen y el atractivo del entorno y 39 visitantes consideran que ha generado actividades culturales, religiosas, turísticas u otras. Por su parte, 43 visitantes están de acuerdo con que la recuperación de la iglesia ha ayudado a que la comunidad se sienta orgullosa del lugar en que vive. Los aspectos donde se percibe menos impacto positivo, tienen relación con que la recuperación del inmueble ha generado más empleo (24 personas están de acuerdo o medianamente de acuerdo) y en que la iglesia ha generado comercio en el sector (25 personas están de acuerdo o medianamente de acuerdo).

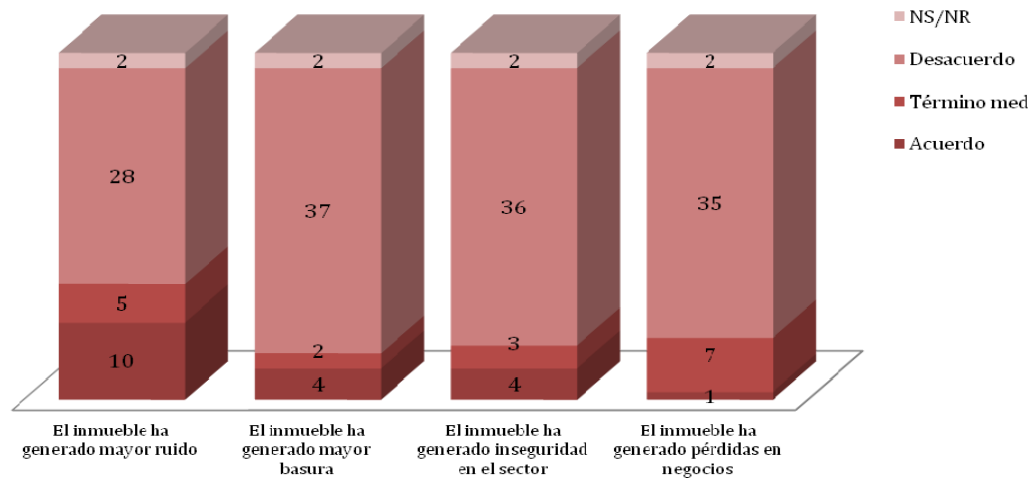
Estos resultados señalan que en general la percepción que los visitantes tienen sobre el impacto que genera la Iglesia y su recuperación en el sector, es positiva.

Percepción de impacto a nivel local



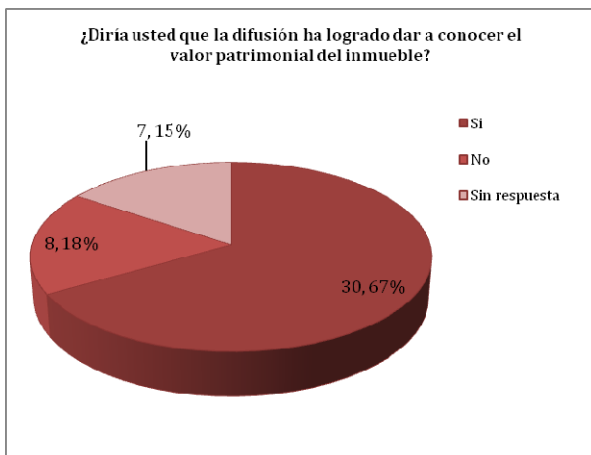
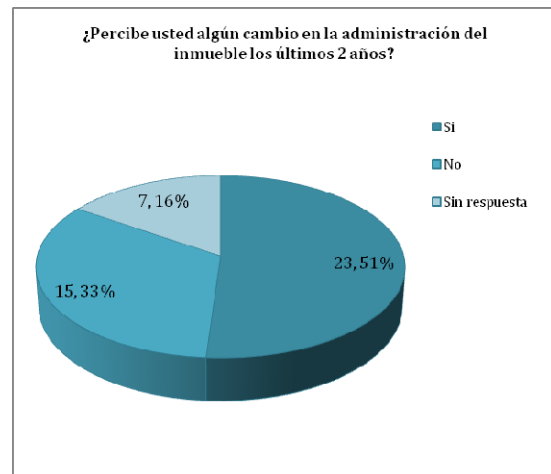
En cuanto a los efectos negativos que la Iglesia y su recuperación genera en el entorno, 15 de 45 personas está de acuerdo o medianamente de acuerdo en que se generó mayor ruido, 6 en que ha generado mayor basura, 7 en que ha generado inseguridad en el sector y 8 en que ha generado pérdidas en negocios. Si bien la mayoría de las personas no perciben consecuencias negativas, resulta relevante identificar las razones que generaron estas externalidades con el fin de mitigar, compensar o reparar estos impactos.

**Externalidades negativas a nivel local**



**Valoración de la gestión de los inmuebles**

Para la valoración de la gestión de la Iglesia se preguntó por la percepción de algún cambio en la administración del inmueble en los últimos dos años. A esta pregunta, el 51% de las personas respondió sí, el 33% no percibió este cambio y el 16% no respondió a esta pregunta.



**Valoración de las actividades de difusión del programa**

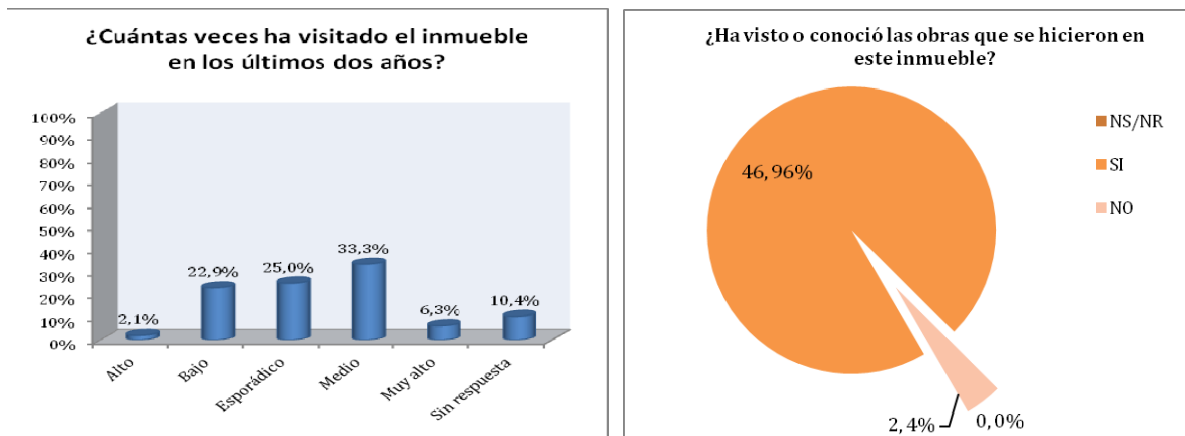
En cuanto a la valoración de las actividades de difusión, se puede ver en el gráfico siguiente que el 67% de los encuestados cree que éstas han logrado dar a conocer el valor patrimonial de la Iglesia y el 18% no lo cree así. El 15% no respondió a esta pregunta.

## D.- IGLESIA DE HUAVIÑA (Región de Tarapacá)

### Conocimiento

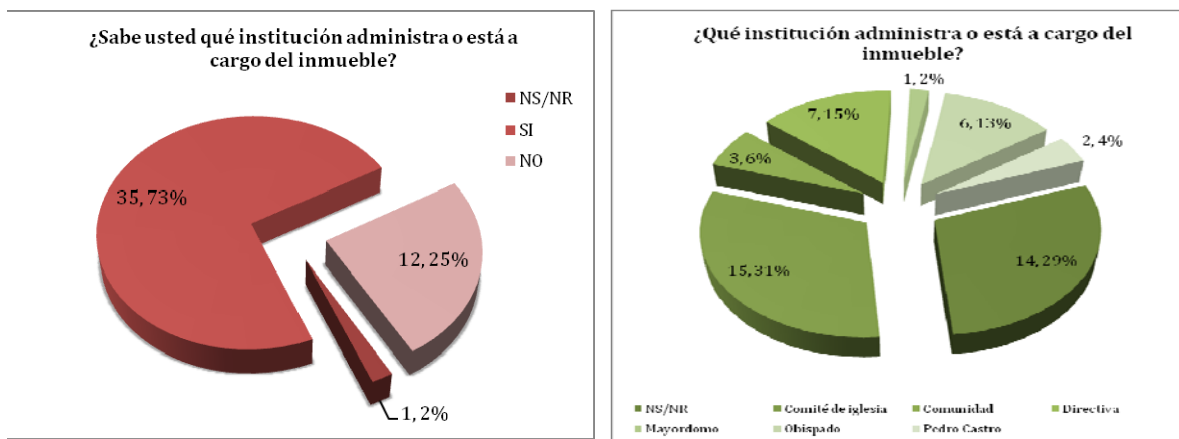
#### Conocimiento del Programa de Protección y Puesta en Valor del Patrimonio

El conocimiento que las personas tienen del Programa, está influenciado por la cantidad de veces que éstas han asistido a la Iglesia en los últimos dos años. En el gráfico siguiente se puede ver que el 33,3% de las personas asiste con una frecuencia media a la iglesia, es decir, entre 20 y 39 veces. A esta le sigue la categoría de uso esporádico con el 25% (entre 1 y 9 veces) y el bajo con 22,9% (entre 10 y 19 veces). Sólo el 6,3% asiste con muy alta frecuencia (100 o más veces) y el 2,1% con alta frecuencia (entre 40 y 99 veces).



#### Conocimiento de la gestión de los inmuebles

Respecto del conocimiento que los visitantes tienen de la gestión de la Iglesia, se puede ver que el 73% declara saber que institución administra o está a cargo del inmueble y el 25% no sabe.



Luego, cuando se les consulta sobre el nombre de la institución que administra o está a cargo del inmueble, la cantidad de personas que no saben o no responden aumenta de 1 a 14 personas, siendo el 29% de las respuestas. Del porcentaje restante, el 31% señala

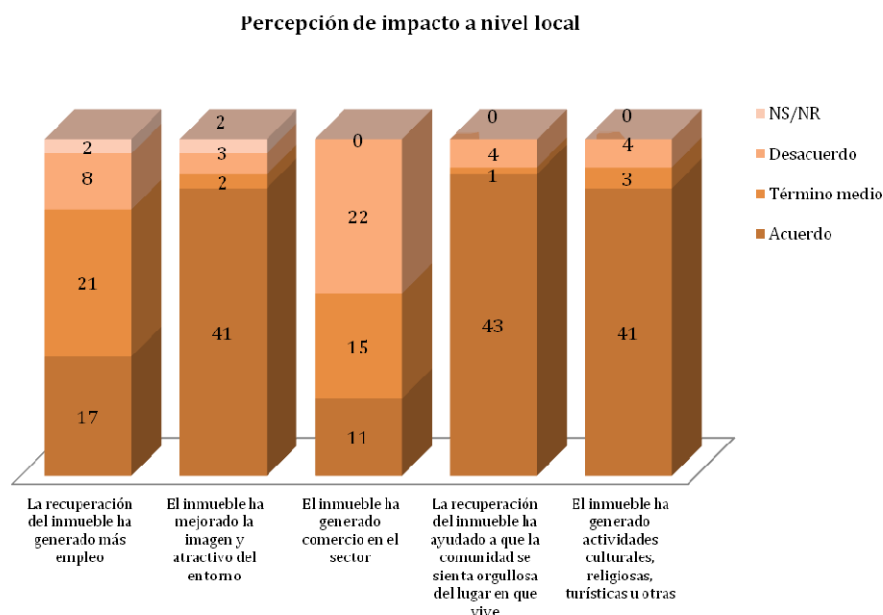
que quien administra es el Comité de la Iglesia, seguido por la Directiva (15%) y el Obispado (13%). Sólo el 6% identifica a la comunidad como su administradora, el 4% a Pedro Castro y el 2% al Mayordomo.

De acuerdo con esto, el nivel de conocimiento declarado se relativiza, ya que los registros oficiales señalan que la institución a cargo es el Obispado y la Comunidad, las que en suma representan el 19% de las respuestas.

## Valoración

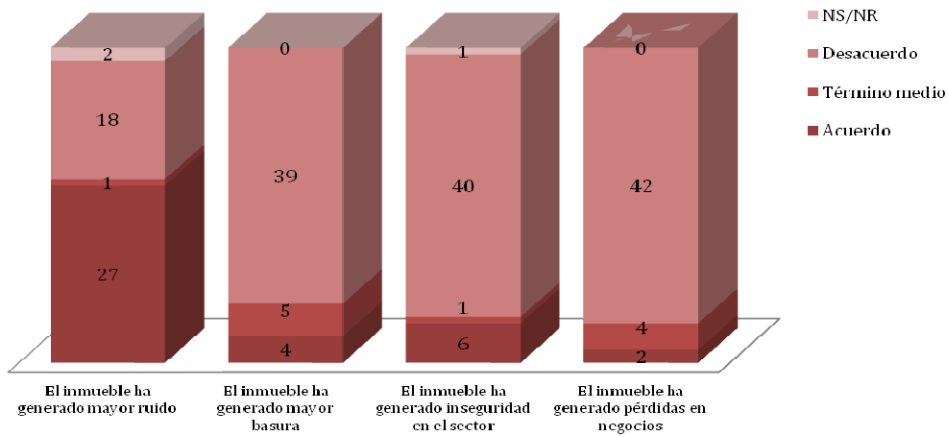
### Valoración del Programa de Protección y Puesta en Valor del Patrimonio

Para conocer la valoración del programa y de la Iglesia, se consultó sobre la percepción de impacto a nivel local del inmueble y su recuperación. Respecto de la recuperación del inmueble, 38 de un total de 48 personas están de acuerdo o medianamente de acuerdo con esta acción ha generado más empleo, y 44 personas consideran que su recuperación ha ayudado a que la comunidad se sienta orgullosa del lugar en que vive. En cuanto al inmueble, están de acuerdo o medianamente de acuerdo en que el inmueble ha mejorado la imagen y atractivo del entorno (43 personas), ha generado actividades culturales, religiosas, turísticas u otros (43 personas) y ha generado comercio en el sector (26 visitantes).



Si bien la evaluación general sobre el impacto de la iglesia y su recuperación en el sector es positiva, se ha generado la externalidad negativa de mayor ruido. Así lo declaran 28 personas que están de acuerdo o medianamente de acuerdo con esta externalidad. Con mucho menos respuestas “de acuerdo o medianamente de acuerdo” se encuentran otras externalidades negativas como: el inmueble genera mayor basura (9 respuestas), genera inseguridad en el sector (7 respuestas) y ha generado pérdidas en negocios (6 respuestas). Estas últimas consecuencias negativas, no sería tan relevantes para el 79% o más de los encuestados.

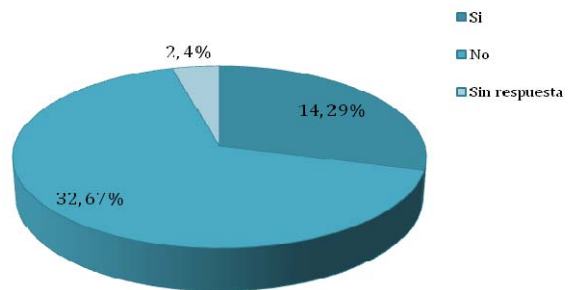
**Externalidades negativas a nivel local**



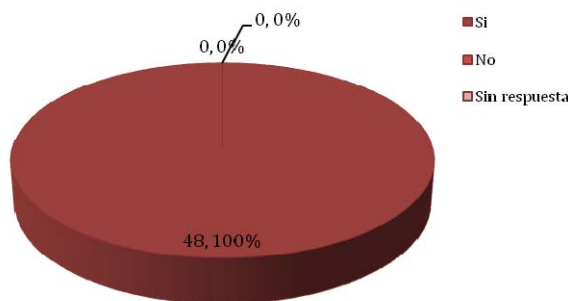
**Valoración de la gestión de los inmuebles**

La valoración de la gestión del inmueble se evaluó por medio de la percepción de impacto o cambio generado en la administración del inmueble los últimos dos años. En el gráfico siguiente se puede ver que sólo el 29% de los visitantes a la Iglesia percibió este cambio en la administración del inmueble. Esto puede explicarse en que la frecuencia de visitas a la Iglesia es más bajo que en otros inmuebles analizados, y que por tanto, en general se sabe menos de las variaciones en el tiempo.

¿Percibe usted algún cambio en la administración del inmueble los últimos 2 años?



¿Diría usted que la difusión ha logrado dar a conocer el valor patrimonial del inmueble?



**Valoración de las actividades de difusión del programa**

Respecto a los logros obtenidos por las acciones de difusión implementadas, se puede ver en el gráfico siguiente que el 100% de los visitantes considera que la difusión si ha logrado dar a conocer el valor patrimonial del inmueble.

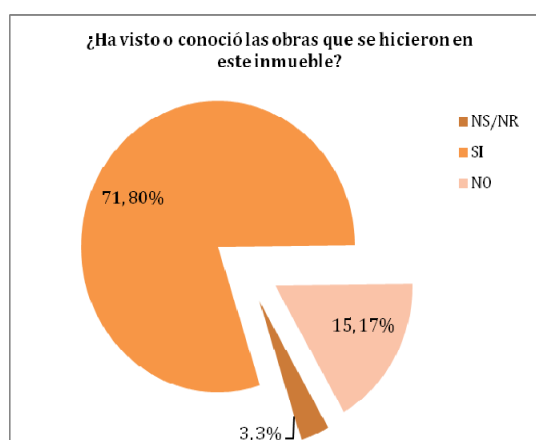
## E.- SALITRERAS SANTA LAURA Y HUMBERSTONE (Región de Tarapacá)

### Conocimiento

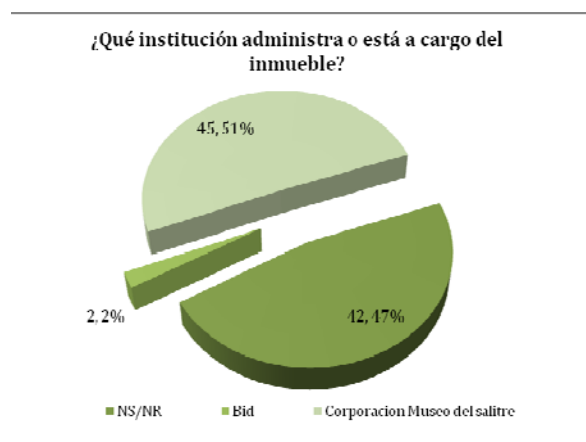
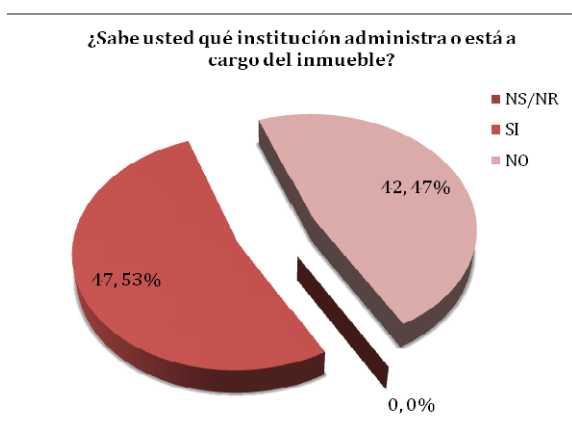
#### Conocimiento del Programa de Protección y Puesta en Valor del Patrimonio

Para determinar el nivel de conocimiento sobre el Programa, se consultó a los visitantes de las salitreras cuantas veces ha visitado el inmueble en los últimos dos años. De un total de 89 respuestas válidas, el 68,5% visita las salitreras esporádicamente (entre 1 y 9 veces), un 9% la visita con una frecuencia baja (entre 10 y 19 veces) y el 7,9% con una frecuencia mediana (entre 20 y 39 veces).

En general, estos inmuebles usados como museos histórico y turístico tienden a ser visitados sólo una vez por las mismas personas, lo que genera una importante diferencia con las iglesias, las cuales son visitadas varias veces por las mismas personas para realizar prácticas religiosas. La esporádica frecuencia de uso por los mismos visitantes, es un factor a tener en cuenta para el análisis del grado de conocimiento y valoración de estos inmuebles.



#### Conocimiento de la gestión de los inmuebles



Frente a la pregunta sobre si el visitante sabe qué institución administra o está a cargo de las salitreras, el 53% responde que sí y el 47% que no. Luego, este nivel de conocimiento sobre la gestión del inmueble se corrobora con el segundo gráfico, donde se ve que el 51% de los encuestados sabe que quién administra o está a cargo es La Corporación

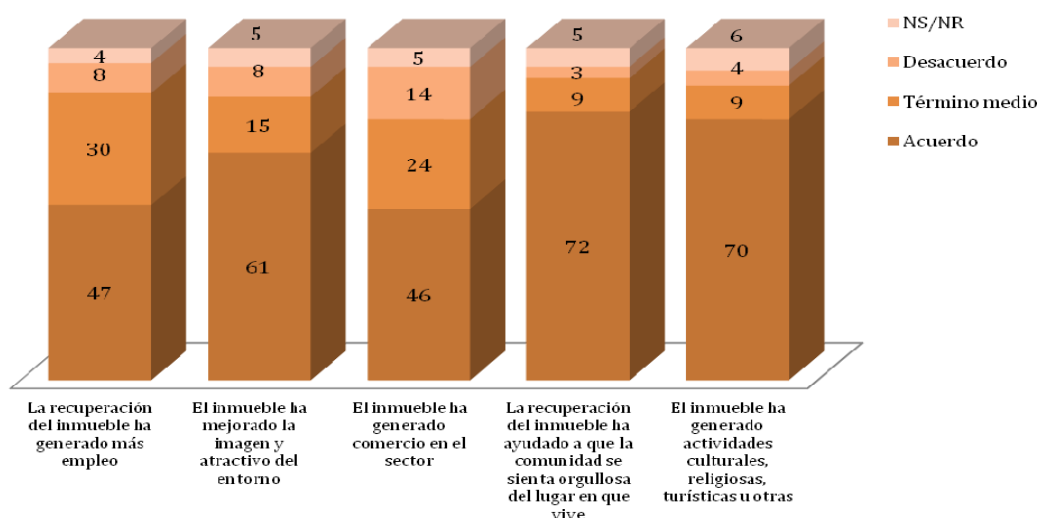
Museo del Salitre. El restante 49% señala que es el BID (2%) y no sabe o no responde (47%). Frente a este inmueble, podría señalarse que el conocimiento de la gestión está más relacionado con las actividades de difusión que con la frecuencia con que una misma persona visita el inmueble.

## Valoración

### Valoración del Programa de Protección y Puesta en Valor del Patrimonio

Para dar cuenta de la valoración del programa, se consultó a los visitantes por su percepción frente al inmueble y su recuperación. Respecto al inmueble, los visitantes en general están de acuerdo y medianamente de acuerdo con siguientes impactos positivos: el inmueble mejora la imagen y atractivo del entorno (76 respuestas), ha mejorado el comercio en el sector (70 respuestas) y que ha generado actividades culturales, religiosas, turísticas u otras (79 respuestas). Sobre la recuperación del inmueble, los visitantes están de acuerdo y medianamente de acuerdo con que esta acción ha generado más empleo (77 respuestas) y que ha ayudado a que la comunidad se sienta orgullosa del lugar en que vive (81 respuestas).

Percepción de impacto a nivel local

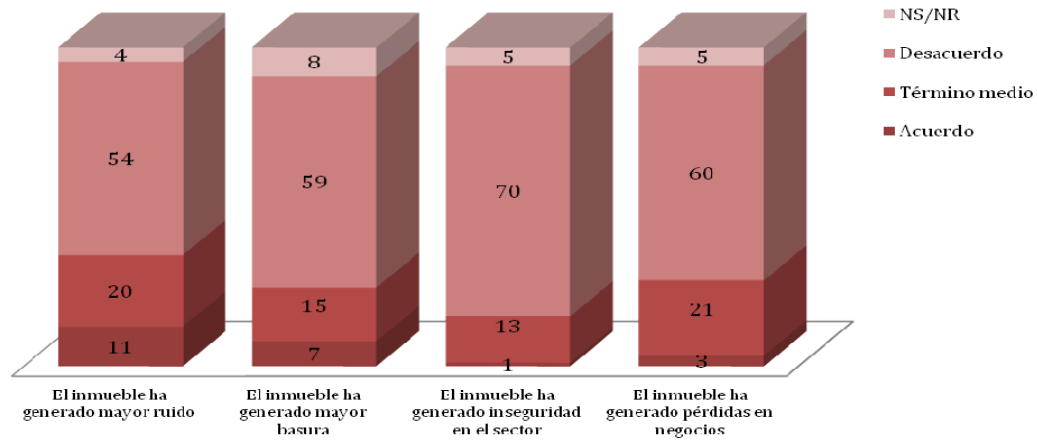


En cuanto a las externalidades negativas, la mayoría de los visitantes están en desacuerdo. Pese a esto, 31 personas están de acuerdo o medianamente de acuerdo con que el inmueble ha generado mayor ruido, 22 personas con que ha generado mayor basura, 14 personas con ha generado inseguridad en el sector y 24 personas con que ha generado pérdidas en el negocio.



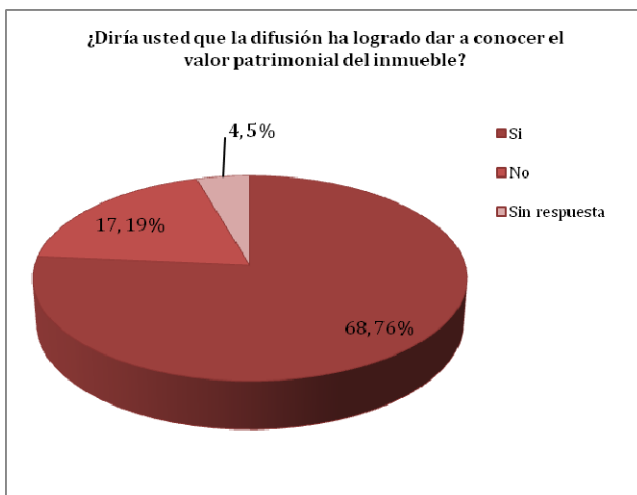
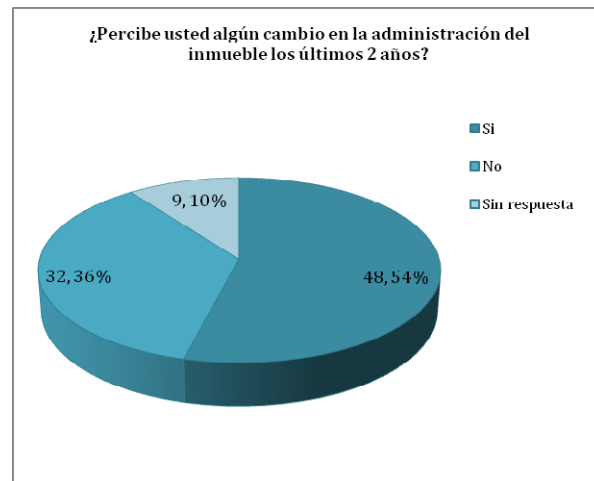
VERIFICACIÓN DE RESULTADOS DEL PROGRAMA PUESTA EN VALOR DEL PATRIMONIO, TRAMO II  
Verificación Indicador Conocimiento y Valoración

**Externalidades negativas a nivel local**



**Valoración de la gestión de los inmuebles**

En cuanto a la percepción del impacto o cambio generado en la administración de las salitreras en los últimos dos años, se puede señalar que el 54% de los visitantes perciben que sí lo ha habido y el 36% que no.



**Valoración de las actividades de difusión del programa**

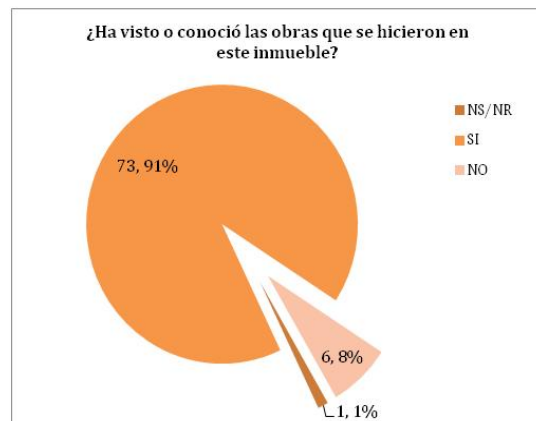
Respecto a los logros obtenidos por las acciones de difusión implementadas, se puede ver que el 76% de los visitantes considera que la difusión ha logrado dar a conocer el valor patrimonial del inmueble, que el 19% no percibe este logro y que el 5% no da respuesta a esta pregunta.

**F.- CASA GABRIELA MISTRAL LAS COMPAÑIAS (CENTRO MISTRALIANO)  
(Región de Coquimbo)**

**Conocimiento**

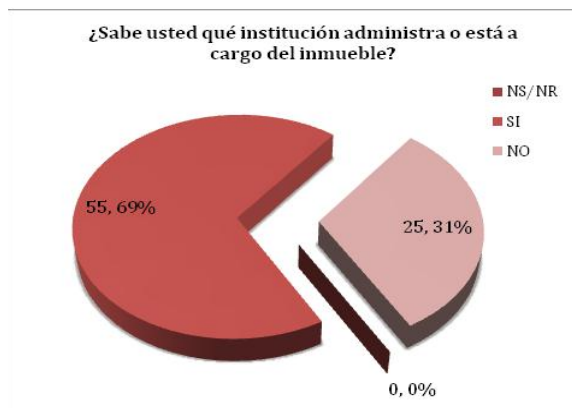
**Conocimiento del Programa de Protección y Puesta en Valor del Patrimonio**

El Centro Mistraliano corresponde a un centro cultural al cual el 57,5% de sus visitantes ha asistido esporádicamente (entre 1 a 9 veces) y el 23,8% asistió con frecuencia baja (entre 10 y 19 veces) en los últimos dos años. Pese a que las personas que lo visitan asisten con poca frecuencia al Centro, e 91% de quienes lo han visitado si ha visto o conoció las obras que se hicieron en este inmueble.



**Conocimiento de la gestión de los inmuebles**

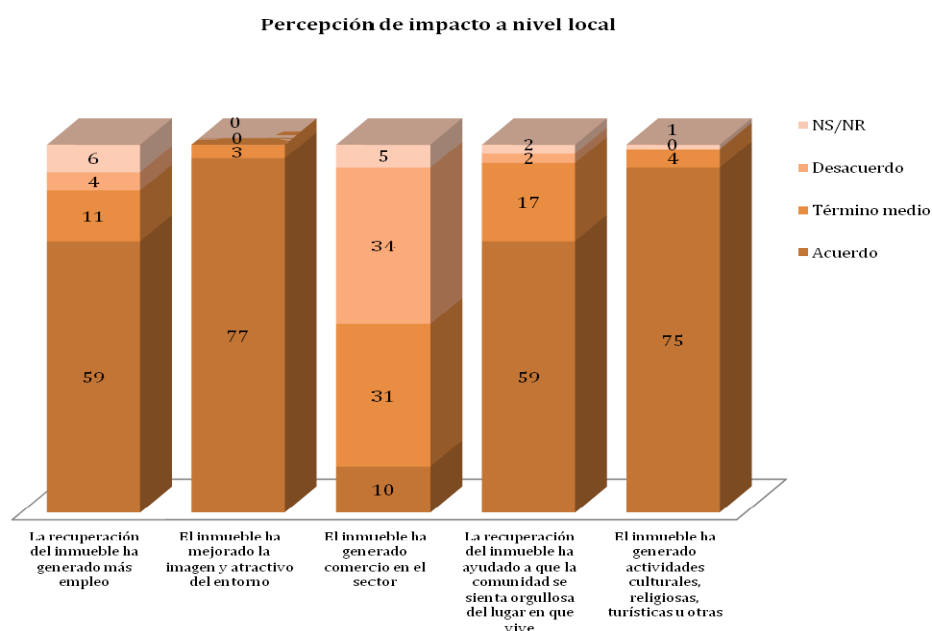
Respecto al conocimiento que los visitantes tienen sobre la gestión del Centro, se puede ver que el 69% declara saber que institución administra o está a cargo del inmueble y el 31% restante señala no saberlo. Luego, el 93% de las personas señalan que la Universidad de la Serena es la institución que administra o está a cargo del inmueble, lo que da cuenta de que la mayoría de los visitantes está en conocimiento de los aspectos básicos de la gestión del Centro.



## Valoración

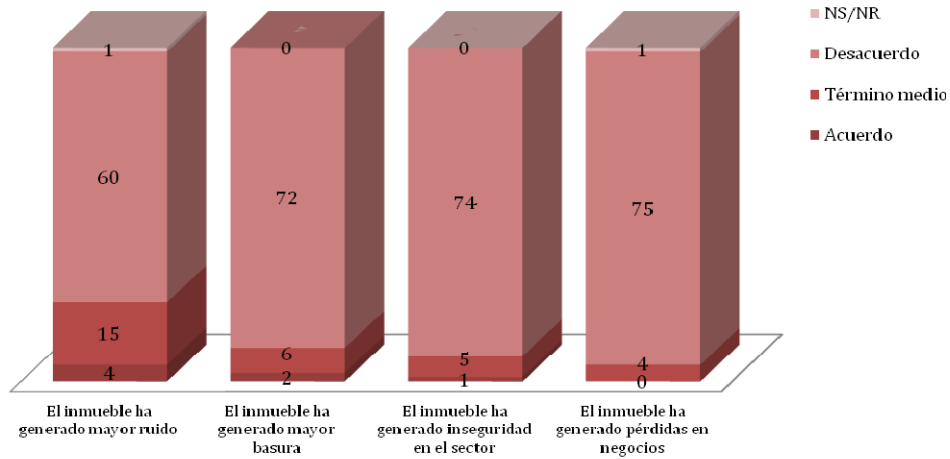
### Valoración del Programa de Protección y Puesta en Valor del Patrimonio

Sobre la valoración del programa consultada como la percepción del impacto positivo que tiene el Centro y su recuperación, se puede señalar que en general la percepción es positiva en todos los aspectos evaluados. Respecto del inmueble, se puede señalar que están de acuerdo o medianamente de acuerdo con que el Centro ha mejorado la imagen y atractivo del entorno (80 personas), ha generado comercio en el sector (41 persona) y ha generado actividades culturales, religiosas, turísticas u otras (79 personas). Los visitantes están de acuerdo o medianamente de acuerdo con que esta acción ha generado más empleo (70 personas) y ha ayudado a que la comunidad se sienta orgullosa del lugar donde vive (76 personas).



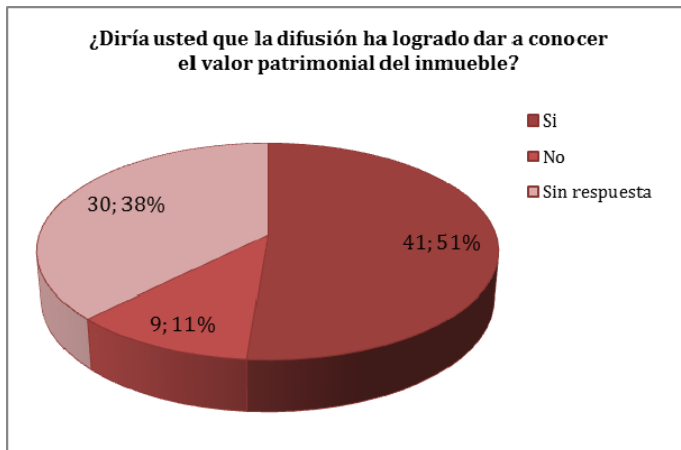
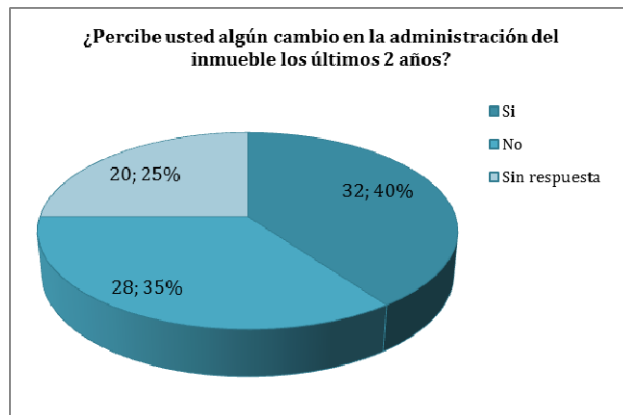
En cuanto a las externalidades negativas del Centro, se puede decir que la mayoría de los visitantes están en desacuerdo con que ocurren, aunque el 19 personas están de acuerdo o medianamente de acuerdo con que el inmueble ha generado mayor ruido, 8 personas perciben que han generado mayor basura, 6 personas creen que ha generado mayor inseguridad y 4 que ha generado pérdidas en negocio.

**Externalidades negativas a nivel local**



**Valoración de la gestión de los inmuebles**

Frente a la valoración de la gestión de los inmuebles, el 40% de los visitantes percibe que sí se ha producido algún cambio en la administración del inmueble en los últimos dos años, mientras que el 35% no lo percibió y el 25% no responde.



**Valoración de las actividades de difusión del programa**

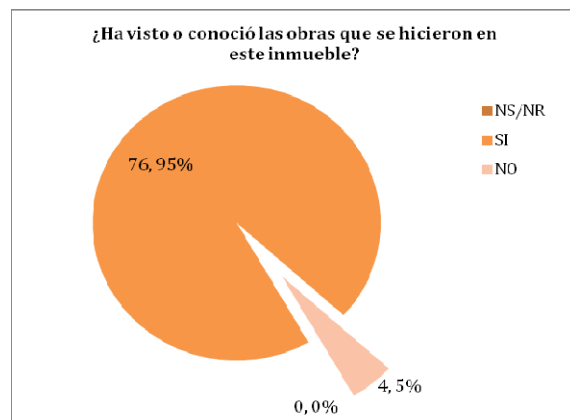
Sobre la valoración de las actividades de difusión del programa, el 51% percibe que éstas han logrado dar a conocer el valor patrimonial del inmueble, el 11% no lo percibe y el 35% no responde.

**G.- COLEGIO GERMÁN RIESCO (Región de Coquimbo)**

**Conocimiento**

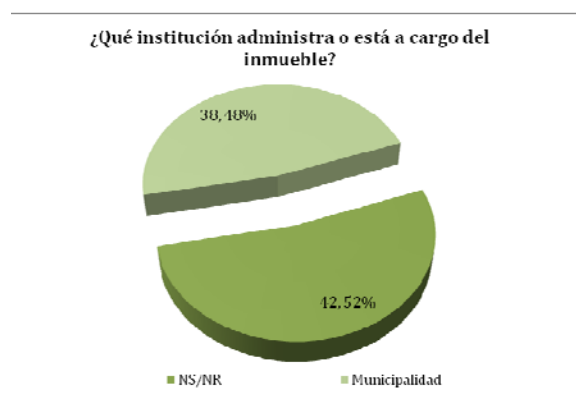
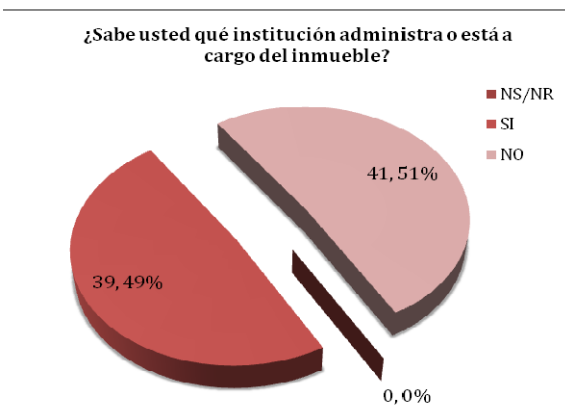
**Conocimiento del Programa de Protección y Puesta en Valor del Patrimonio**

El Colegio Germán Riesco actualmente imparte clases, lo que explica que el 96,3% de los visitantes, de un total de 80 encuestas aplicadas, hagan uso del inmueble con una muy alta frecuencia (100 o más veces). En coherencia con esto, el 95% de los encuestados ha visto o conoció las obras que se hicieron en el inmueble producto de la ejecución del programa.



**Conocimiento de la gestión de los inmuebles**

Respecto al conocimiento que los visitantes tienen sobre la gestión del colegio, se puede ver que el 51% no sabe qué institución administra o está a cargo del inmueble y el 49% restante señala saberlo. Luego, el 48% de las personas señalan que la Municipalidad es la institución que administra o está a cargo del inmueble, lo que da cuenta de que un poco menos de la mitad de los encuestados están en conocimiento de los aspectos básicos de la gestión del colegio.

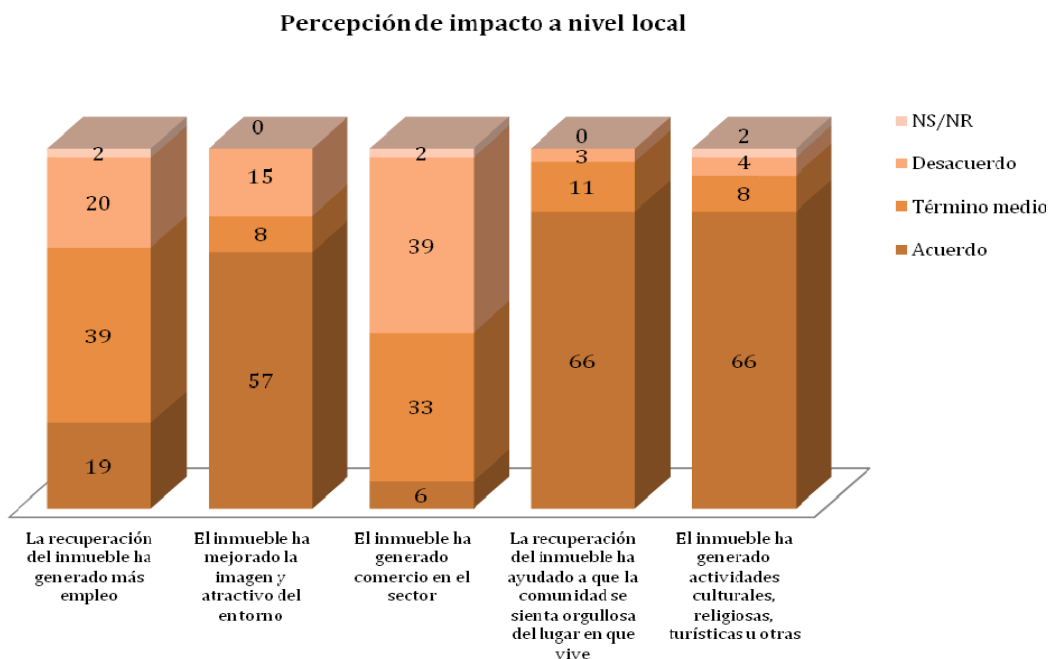


## Valoración

### Valoración del Programa de Protección y Puesta en Valor del Patrimonio

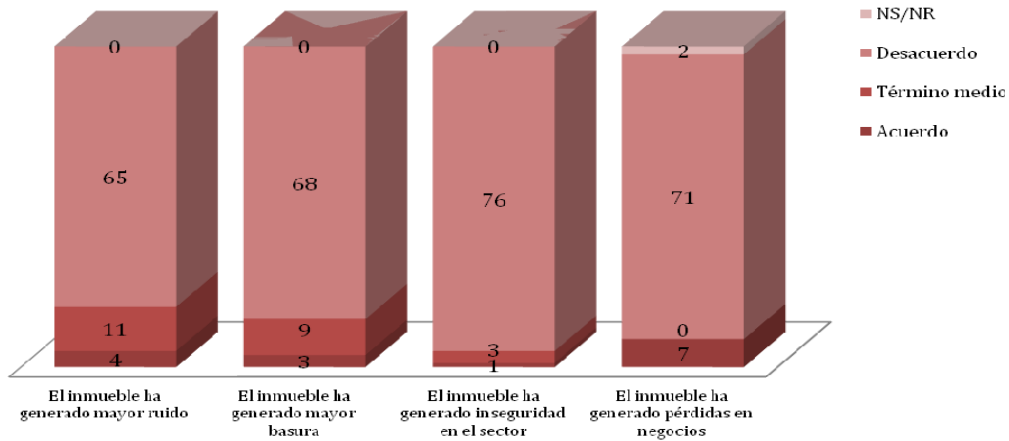
La valoración del programa se consultó por medio de la percepción de impacto a nivel local que tiene el inmueble y su recuperación. Respecto al inmueble, están de acuerdo o medianamente de acuerdo en que ha mejorado la imagen y atractivo del entorno (65 personas) y que ha generado actividades culturales, religiosas, turísticas u otras (74 personas). La percepción sobre que el inmueble ha generado comercio en el sector se distribuye con la misma frecuencia aquellos que señalan que están de acuerdo y medianamente de acuerdo y los que están en desacuerdo (39 personas en ambos casos).

Frente a la recuperación del inmueble, 58 personas están de acuerdo o medianamente de acuerdo con que esta acción ha generado más empleo y 77 personas perciben que la recuperación del inmueble ha ayudado a que la comunidad se sienta orgullosa del lugar donde vive.



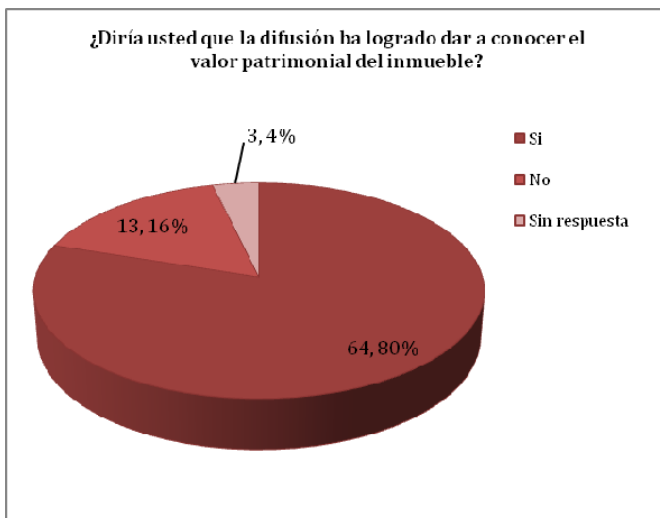
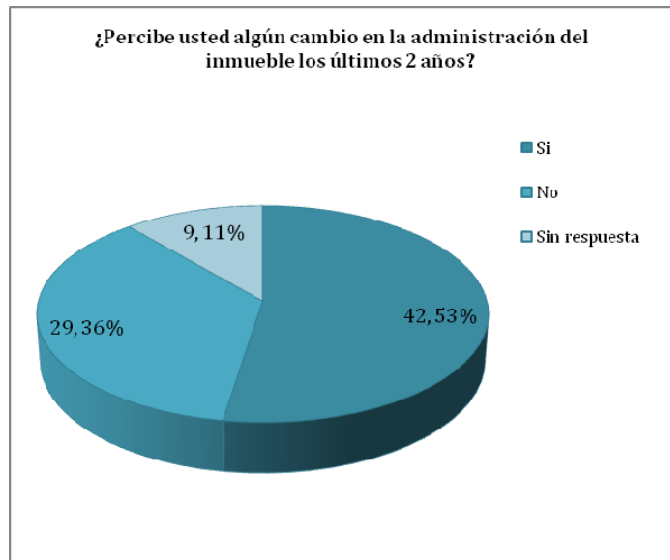
Respecto a las externalidades negativas del colegio, se puede decir que la mayoría de los encuestados están en desacuerdo con que ocurran, aunque el 15 personas están de acuerdo o medianamente de acuerdo con que el inmueble ha generado mayor ruido, 12 personas perciben que han generado mayor basura, 4 personas creen que ha generado mayor inseguridad y 7 que ha generado pérdidas en negocio.

**Externalidades negativas a nivel local**



**Valoración de la gestión de los inmuebles**

En cuanto a la percepción del impacto o cambio generado en la administración del colegio en los últimos dos años, se puede señalar que el 53% de los encuestados perciben que si ha habido cambios y el 36% que no. El 11% no responde a esta pregunta.



**Valoración de las actividades de difusión del programa**

Sobre la valoración de las actividades de difusión del programa, el 80% percibe que éstas han logrado dar a conocer el valor patrimonial del inmueble, el 16% no está de acuerdo con que la difusión ha logrado dar a conocer el valor patrimonial y el 4% no responde a esta pregunta.

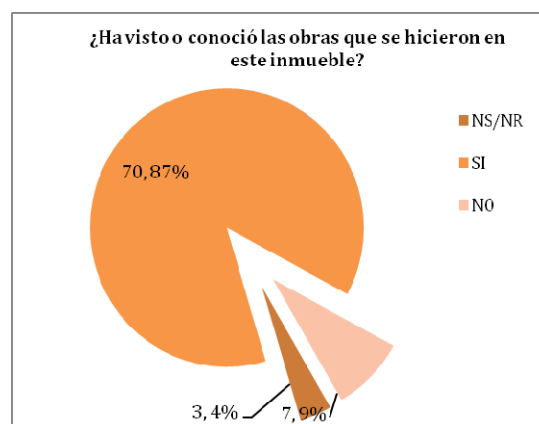
## H.- IGLESIA SANTA INÉS (Región de Coquimbo)

### Conocimiento

#### **Conocimiento del Programa de Protección y Puesta en Valor del Patrimonio**

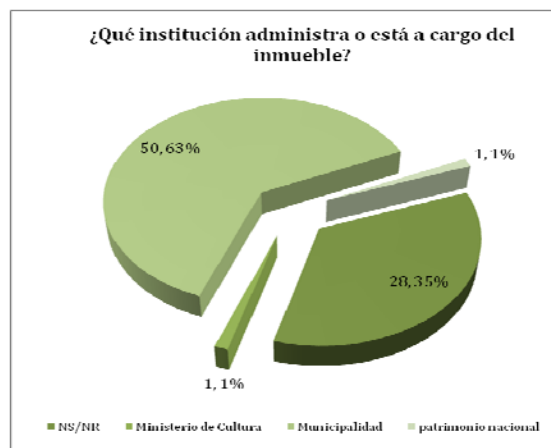
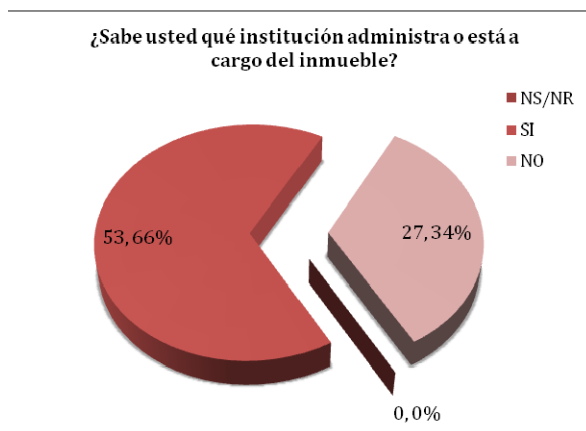
Para determinar el nivel de conocimiento sobre el Programa, se consultó a los visitantes de la Iglesia cuantas veces ha visitado el inmueble en los últimos dos años. De un total de 80 respuestas válidas, el 43,8% visita la iglesia esporádicamente (entre 1 y 9 veces), un 17,5% la visita con muy alta frecuencia (100 o más veces) y el 15% con una frecuencia mediana (entre 20 y 39 veces).

Respecto a si ha visto o conoce las obras que se hicieron en la Iglesia, el 87% declara conocerlas y sólo el 9% no las conoce.



#### **Conocimiento de la gestión de los inmuebles**

Respecto al conocimiento que los visitantes tienen sobre la gestión de la Iglesia, se puede ver que el 66% sabe que institución administra el inmueble y el 34% restante señala no saberlo. Luego, el 63% de las personas señalan que la Municipalidad es la institución que administra o está a cargo del inmueble, lo que da cuenta de que más de la mitad de los encuestados están en conocimiento de este aspecto básico de gestión de la Iglesia.



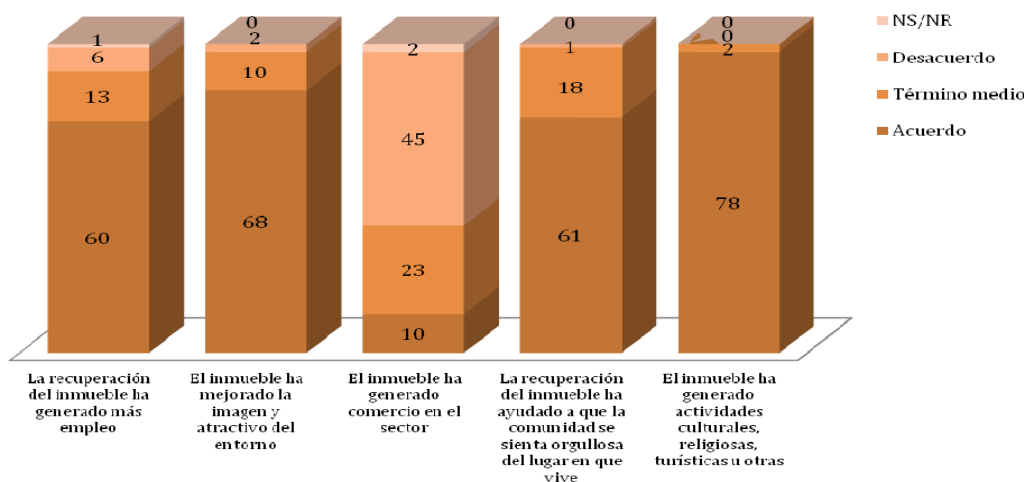


## Valoración

### Valoración del Programa de Protección y Puesta en Valor del Patrimonio

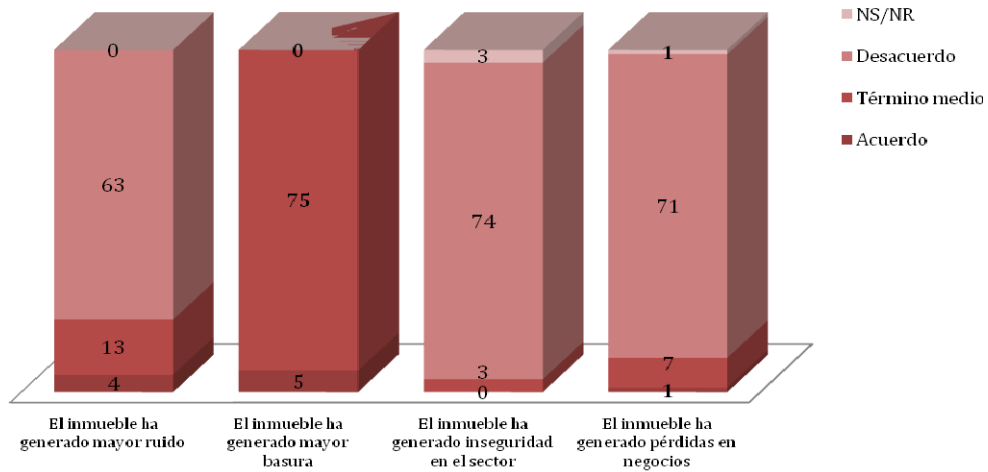
Sobre la valoración del programa, se puede señalar que en general la percepción es positiva en todos los aspectos evaluados, menos en el referido a “el inmueble ha generado comercio en el sector” donde 45 personas de un total de 80, están en desacuerdo. Respecto del inmueble, se puede señalar que están de acuerdo o medianamente de acuerdo con que el Centro ha mejorado la imagen y atractivo del entorno (78 personas) y se han generado actividades culturales, religiosas, turísticas u otras (80 personas). Respecto de la recuperación del Centro, los visitantes están de acuerdo o medianamente de acuerdo con que esta acción ha generado más empleo (73 personas) y ha ayudado a que la comunidad se sienta orgullosa del lugar en que vive (79 personas).

Percepción de impacto a nivel local



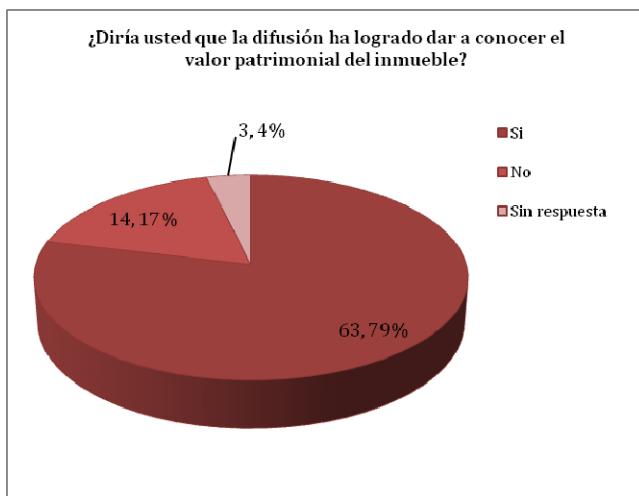
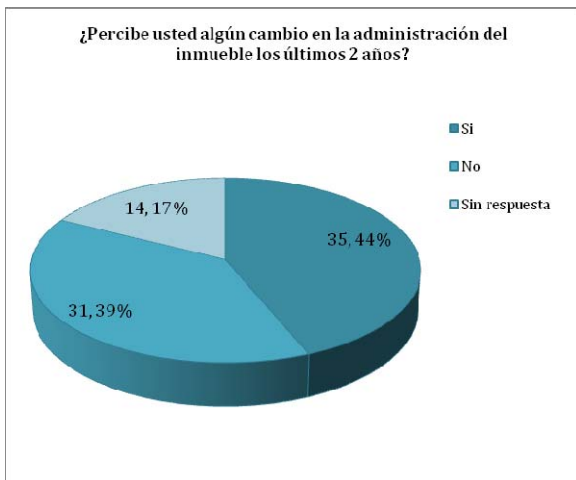
Respecto a las externalidades negativas de la Iglesia, cabe destacar que la consecuencia “el inmueble ha generado mayor basura” fue identificada por todas las personas cómo algo que ocurre. Este impacto negativo debe ser evaluado y reparado por medio de estrategias efectivas de gestión de residuos.

**Externalidades negativas a nivel local**



**Valoración de la gestión de los inmuebles**

En cuanto a la percepción del impacto o cambio generado en la administración de la Iglesia en los últimos dos años, se puede señalar que el 44% de los encuestados perciben que si ha habido cambios y el 39% que no. El 17% no responde a esta pregunta.



**Valoración de las actividades de difusión del programa**

Sobre la valoración de las actividades de difusión del programa, el 79% percibe que éstas han logrado dar a conocer el valor patrimonial del inmueble, el 17% no está de acuerdo con que la difusión haya tenido este logro y el 4% no responde a esta pregunta.

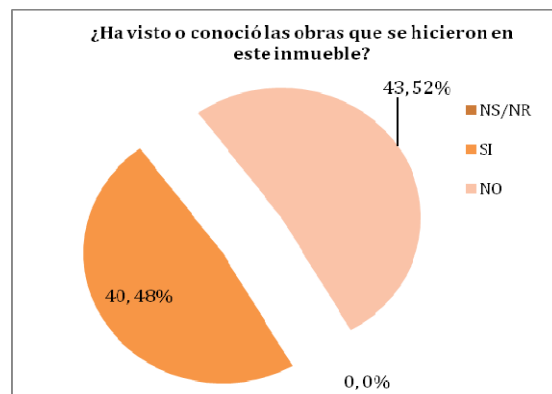
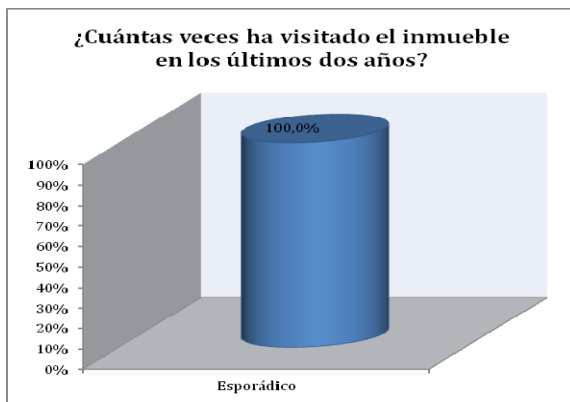
**I.- MAUSOLEO GABIELA MISTRAL (Región de Coquimbo)**

**Conocimiento**

**Conocimiento del Programa de Protección y Puesta en Valor del Patrimonio**

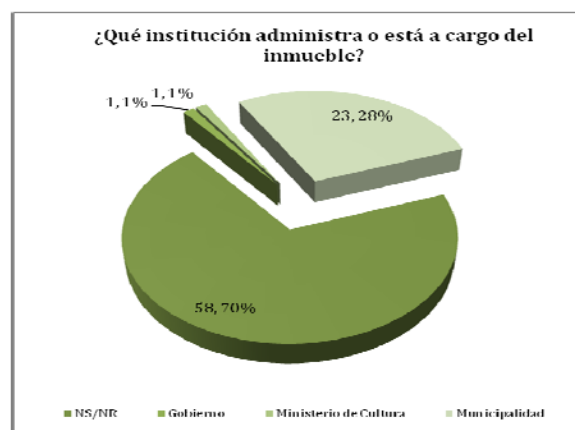
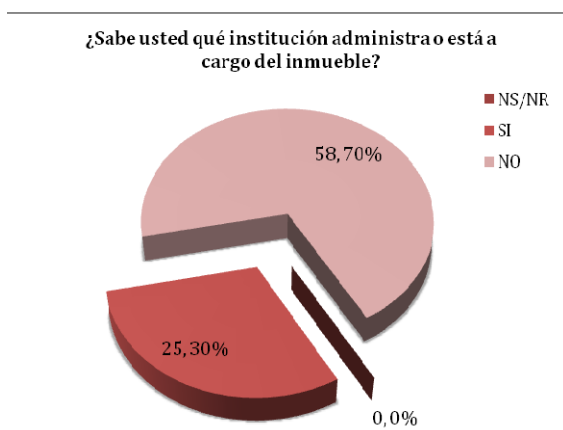
Para determinar el nivel de conocimiento sobre el Programa, se consultó a los visitantes del Mausoleo cuantas veces ha visitado el inmueble en los últimos dos años. De un total de 83 respuestas válidas, el 100% visita el inmueble esporádicamente (entre 1 y 9 veces).

Respecto al conocimiento sobre las obras de recuperación realizadas durante los últimos dos años, el 48% declaró conocerlas y el 52% no las ha visto.



**Conocimiento de la gestión de los inmuebles**

Respecto al conocimiento que los visitantes tienen sobre la gestión del Mausoleo, se puede ver que el 30% sabe que institución administra el inmueble y el 70% restante señala no saberlo. Luego, el 28% de las personas señalan que la Municipalidad es la institución que administra o está a cargo del inmueble. El alto porcentaje de personas que no respondieron a esta pregunta (70%), dan cuenta de que el conocimiento tiende a ser bajo, respecto de este aspecto de la gestión del inmueble.

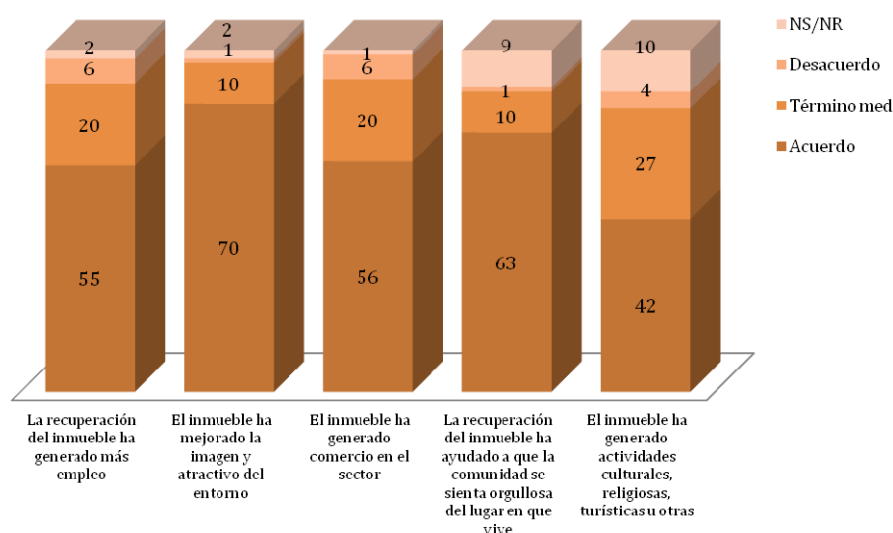


## Valoración

### Valoración del Programa de Protección y Puesta en Valor del Patrimonio

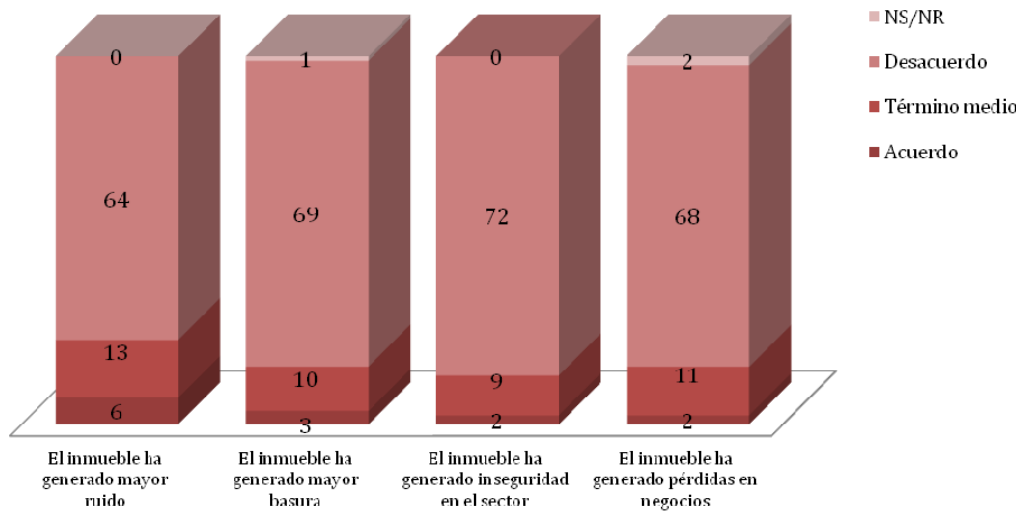
Sobre la valoración del programa, se puede señalar que en general la percepción es positiva en todos los aspectos evaluados. Respecto del inmueble, se puede señalar que están de acuerdo o medianamente de acuerdo con que el Mausoleo ha mejorado la imagen y atractivo del entorno (80 personas), que ha generado comercio en el sector (76 personas) y se han generado actividades culturales, religiosas, turísticas u otras (69 personas). Respecto de la recuperación del Centro, los visitantes están de acuerdo o medianamente de acuerdo con que esta acción ha generado más empleo (75 personas) y que ha ayudado a que la comunidad se sienta orgullosa del lugar en que vive (73 personas).

Percepción de impacto a nivel local



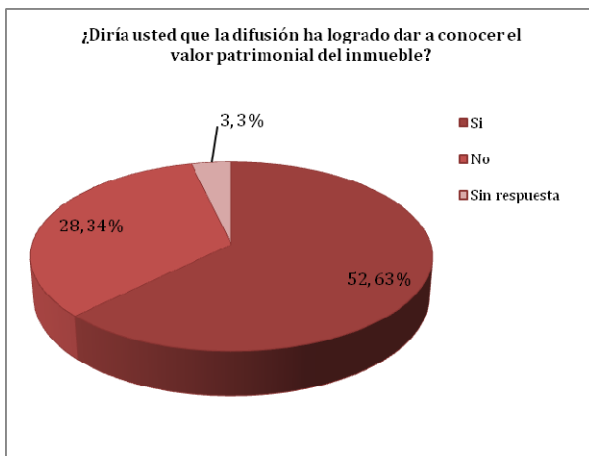
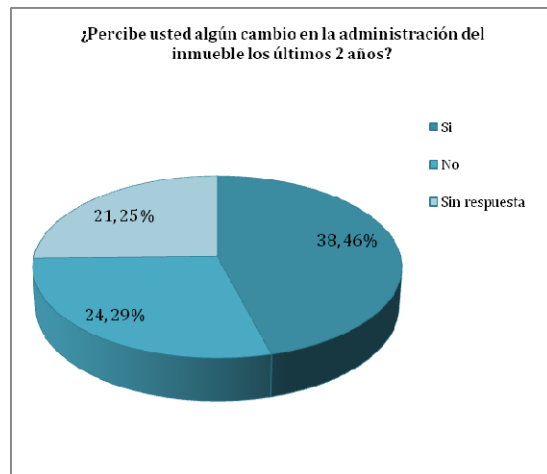
Respecto a las externalidades negativas del Mausoleo, se puede decir que la mayoría de los encuestados están en desacuerdo con que ocurran, aunque 19 personas están de acuerdo o medianamente de acuerdo con que el inmueble ha generado mayor ruido, 13 personas perciben que han generado mayor basura, 11 personas creen que ha generado mayor inseguridad y 13 que ha generado pérdidas en negocios.

**Externalidades negativas a nivel local**



**Valoración de la gestión de los inmuebles**

En cuanto a la percepción del impacto o cambio generado en la administración del Mausoleo en los últimos dos años, se puede señalar que sólo el 29% de los encuestados perciben que si ha habido cambios, mientras que el 46% no lo ha percibido. El 25% no responde a esta pregunta.



**Valoración de las actividades de difusión del programa**

Sobre la valoración de las actividades de difusión del programa, el 63% percibe que éstas han logrado dar a conocer el valor patrimonial del inmueble, el 34% no está de acuerdo con que la difusión haya tenido este logro y el 3% no responde a esta pregunta.

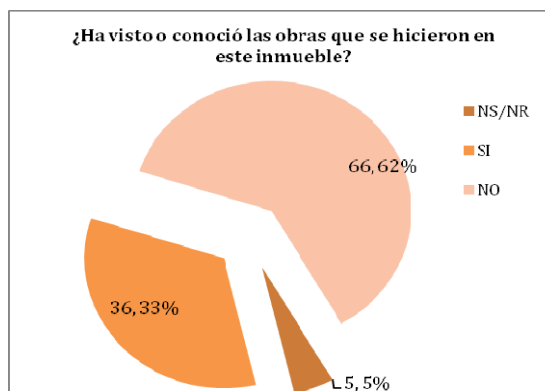
**J.- SALA ALDO FRANCIA PALACIO LA RIOJA (Región de Valparaíso)**

**Conocimiento**

**Conocimiento del Programa de Protección y Puesta en Valor del Patrimonio**

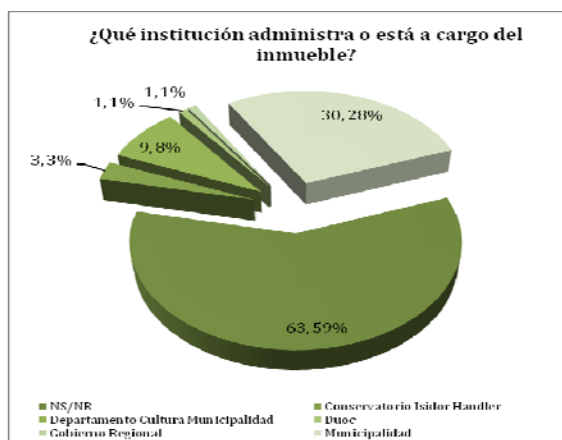
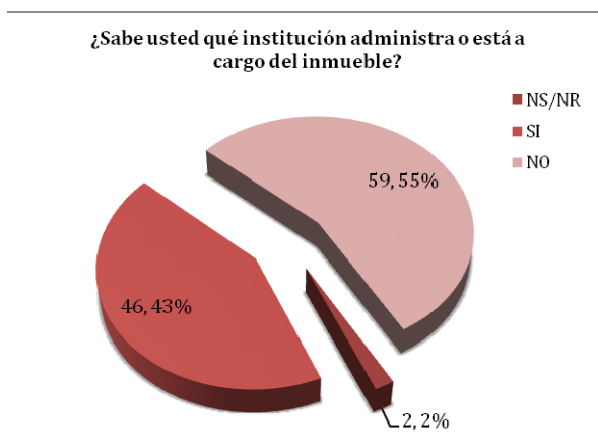
Para determinar el nivel de conocimiento sobre el Programa, se consultó a los visitantes del Palacio cuantas veces ha visitado el inmueble en los últimos dos años. De un total de 107 respuestas válidas, el 92,5% lo visita esporádicamente (entre 1 y 9 veces) y sólo un 6,5% lo visita con una frecuencia mediana (entre 20 y 39 veces).

Respecto al conocimiento sobre las obras realizadas en los últimos dos años, el 33% declara conocerlas y el 62% no las conoce.



**Conocimiento de la gestión de los inmuebles**

Respecto al conocimiento que los visitantes tienen sobre la gestión del Palacio, se puede ver que el 43% sabe que institución administra el inmueble y el 55% restante señala no saberlo. Luego, el 28% de las personas señalan que la Municipalidad es la institución que administra o está a cargo del inmueble, el 8% que corresponde al Departamento de Cultura Municipal y el 3% al Conservatorio Isidor Handler. En general el alto porcentaje de personas que no responde a esta pregunta da cuenta de que el conocimiento sobre este aspecto de gestión tiende a la baja.

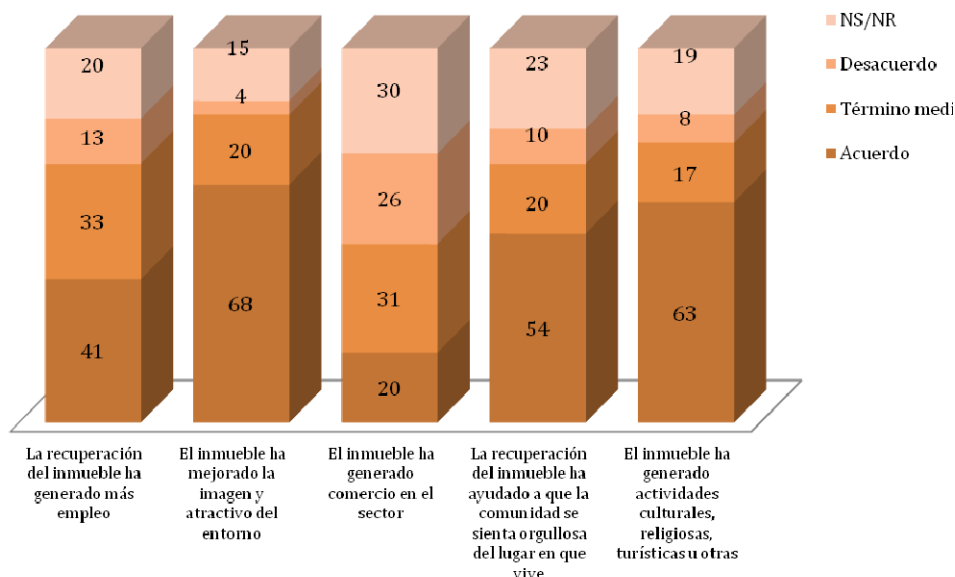


## Valoración

### Valoración del Programa de Protección y Puesta en Valor del Patrimonio

Sobre la valoración del programa, se puede señalar que en general la percepción es positiva en todos los aspectos evaluados. Respecto del inmueble, se puede señalar que están de acuerdo o medianamente de acuerdo con que el Palacio ha mejorado la imagen y atractivo del entorno (88 personas), se ha generado comercio en el sector (51 personas) y que el inmueble ha generado actividades culturales, religiosas, turísticas u otras (80 personas). Respecto de la recuperación del Centro, los visitantes están de acuerdo o medianamente de acuerdo con que esta acción ha generado más empleo (74 personas) y ha ayudado a que la comunidad se sienta orgullosa del lugar en que vive (74 personas).

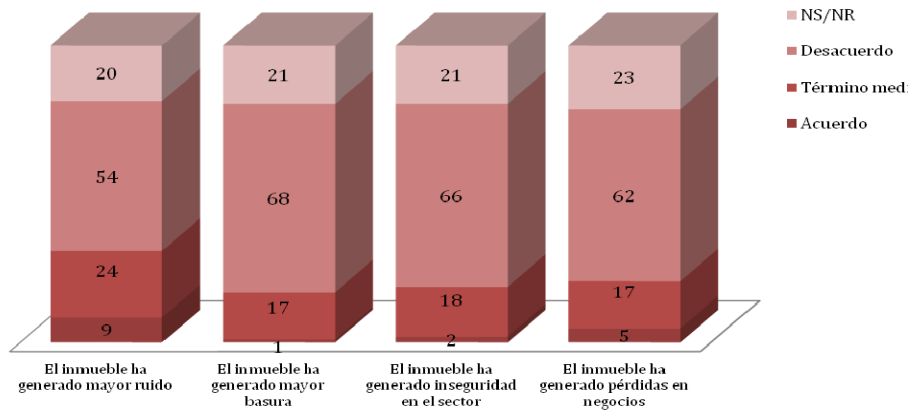
Percepción de impacto a nivel local



Respecto a las externalidades negativas del Palacio, se puede decir que la mayoría de los encuestados están en desacuerdo con que ocurran, aunque el 33 personas están de acuerdo o medianamente de acuerdo con que el inmueble ha generado mayor ruido, 18 personas perciben que han generado mayor basura, 20 personas creen que ha generado mayor inseguridad y 22 que ha generado pérdidas en negocios.

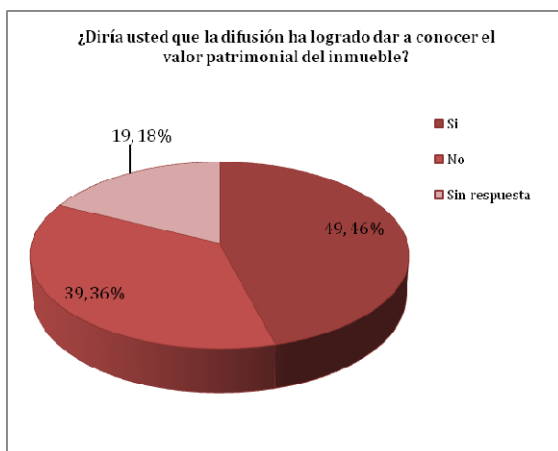
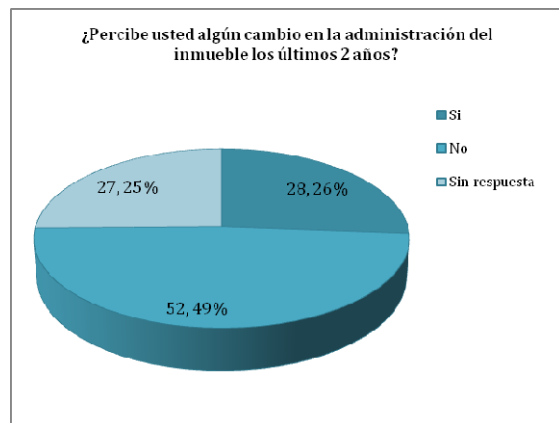
VERIFICACIÓN DE RESULTADOS DEL PROGRAMA PUESTA EN VALOR DEL PATRIMONIO, TRAMO II  
Verificación Indicador Conocimiento y Valoración

**Externalidades negativas a nivel local**



**Valoración de la gestión de los inmuebles**

En cuanto a la percepción del impacto o cambio generado en la administración del Palacio en los últimos dos años, se puede señalar que el 26% de los encuestados perciben que si ha habido cambios, mientras que el 49% no los percibió. El 25% no responde a esta pregunta.



**Valoración de las actividades de difusión del programa**

Sobre la valoración de las actividades de difusión del programa, el 46% percibe que éstas han logrado dar a conocer el valor patrimonial del inmueble, el 36% no está de acuerdo con que la difusión haya tenido este logro y el 18% no responde a esta pregunta.



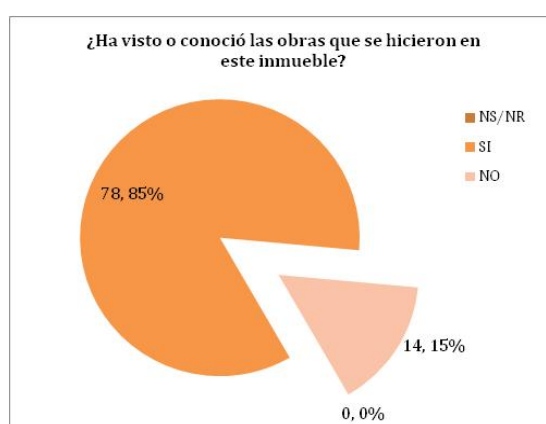
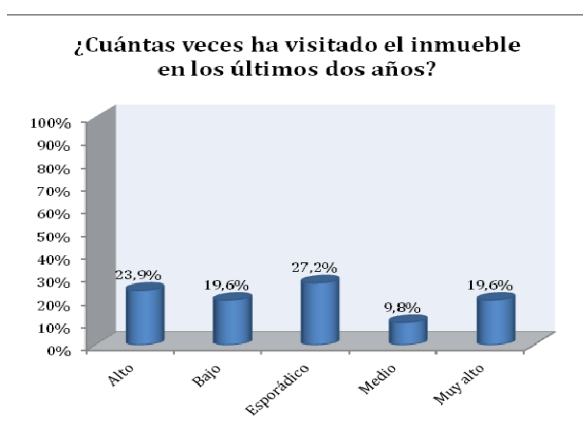
## K.- CORPORACIÓN NACIONAL DE PREVENCIÓN DEL SIDA (Región Metropolitana)

### Conocimiento

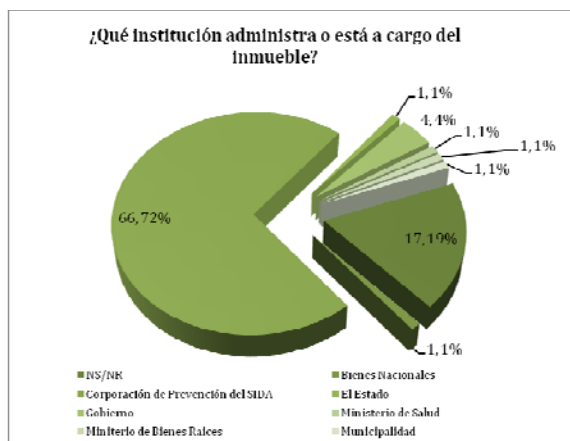
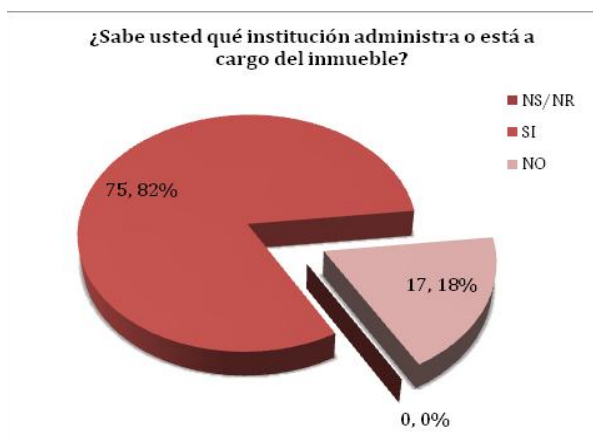
#### Conocimiento del Programa de Protección y Puesta en Valor del Patrimonio

Para determinar el nivel de conocimiento sobre el Programa, se consultó a los visitantes de la Corporación cuantas veces ha visitado el inmueble en los últimos dos años. De un total de 91 respuestas, el 27,2% visita la iglesia esporádicamente (entre 1 y 9 veces), un 23,9% la visita con alta frecuencia (entre 40 y 99 veces) y el 19,6% con una frecuencia muy alta (100 o más veces) y baja (entre 10 y 19 veces).

Respecto a si ha visto o conoce las obras que se hicieron en la Corporación, el 85% declara conocerlas y el 15% que no las conoce.



#### Conocimiento de la gestión de los inmuebles



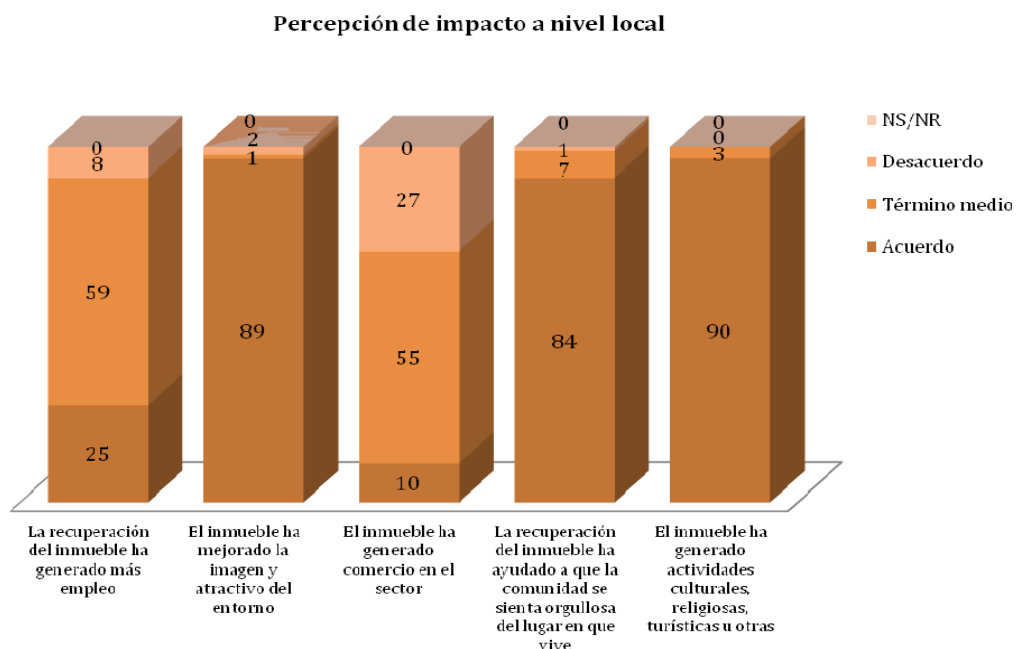
Frente a la pregunta sobre si el visitante sabe qué institución administra o está a cargo de la Corporación, el 82% responde que sí y el 18% que no. Entre las instituciones que los encuestados identifican como responsables de la administración del inmueble, se encuentra con un 72% a la Corporación Nacional de Prevención del SIDA, seguido con un 4% por el Estado. Otras instituciones que son nombradas por una persona son: Bienes Nacionales, Gobierno, Ministerio de Salud, Ministerio de Bienes Raíces y Municipalidad.

De acuerdo a la información oficial, la institución que administra este inmueble corresponde a la ONG AcciónGay, lo que indica que el nivel de conocimiento de los visitantes respecto a este componente de la gestión, es bajo.

## Valoración

### Valoración del Programa de Protección y Puesta en Valor del Patrimonio

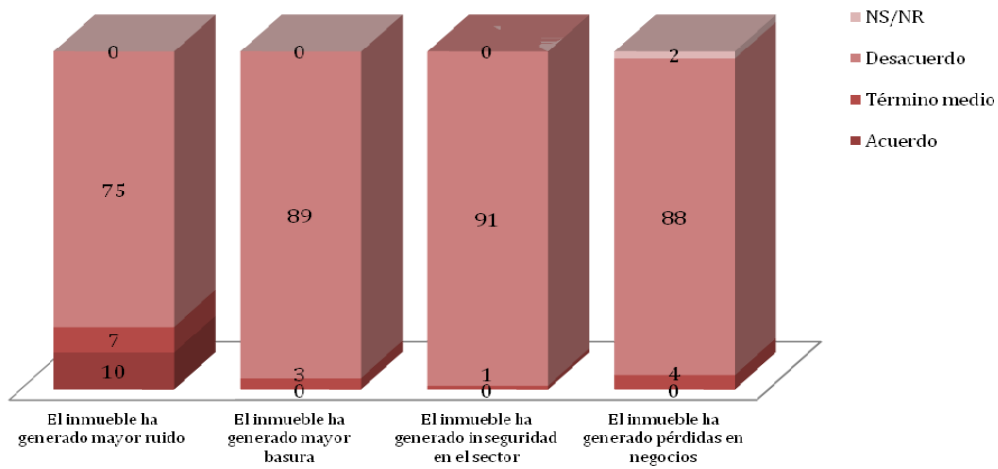
En el siguiente gráfico se ve que en general la percepción del impacto que genera la Corporación y su recuperación, es positiva. Respecto del inmueble, se puede señalar que los visitantes están de acuerdo o medianamente de acuerdo con que el Centro ha mejorado la imagen y atractivo del entorno (90 personas), que el inmueble ha generado comercio en el sector (65 personas) y se han generado actividades culturales, religiosas, turísticas u otras (93 personas). Respecto de la recuperación del inmueble, los visitantes están de acuerdo o medianamente de acuerdo con que esta acción ha generado más empleo (84 personas) y que ha ayudado a que la comunidad se sienta orgullosa del lugar en que vive (91 personas).



Respecto de que la Corporación genere externalidades negativas, la mayoría de los encuestados señalan estar en desacuerdo para los cuatro ámbitos consultados. La consecuencia negativa que más respuestas recibe (17 personas) es que “el inmueble ha generado mayor basura”. Sin embargo, esta frecuencia sólo representa el 18% del total de respuesta a esta afirmación.

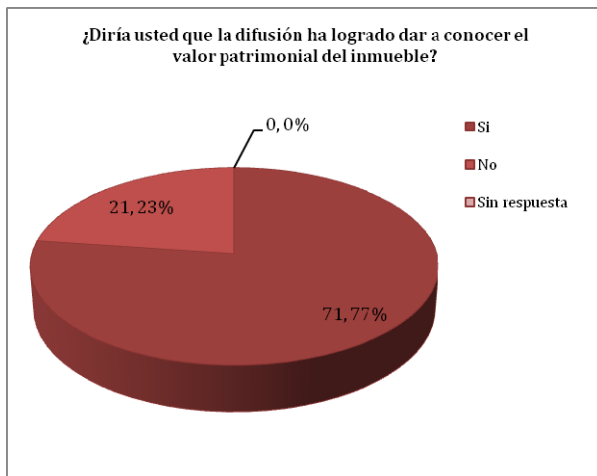
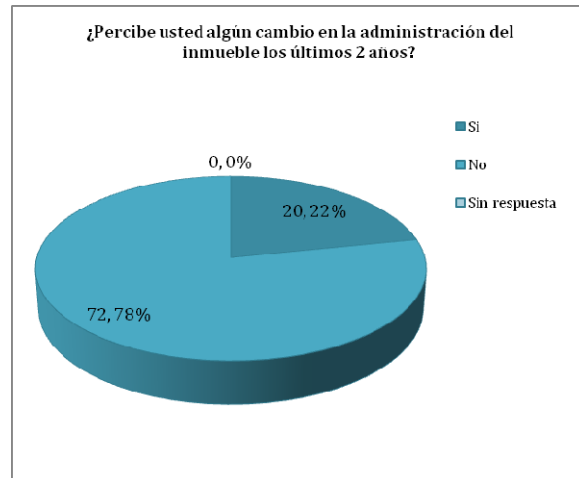
VERIFICACIÓN DE RESULTADOS DEL PROGRAMA PUESTA EN VALOR DEL PATRIMONIO, TRAMO II  
Verificación Indicador Conocimiento y Valoración

**Externalidades negativas a nivel local**



**Valoración de la gestión de los inmuebles**

Sobre la percepción del impacto o cambio generado en la administración de la Corporación en los últimos dos años, se puede señalar que el 78% de los encuestados no percibe que se haya producido y que sólo el 22% si lo percibe.



**Valoración de las actividades de difusión del programa**

Sobre la valoración de las actividades de difusión del programa, el 77% percibe que éstas han logrado dar a conocer el valor patrimonial del inmueble y el 23% no está de acuerdo con que la difusión haya tenido este logro.

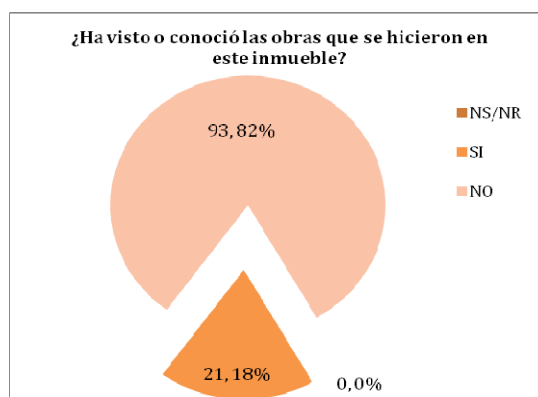
## L.- MIRADOR TEMPLO DE MAIPÚ (Región Metropolitana)

### Conocimiento

#### **Conocimiento del Programa de Protección y Puesta en Valor del Patrimonio**

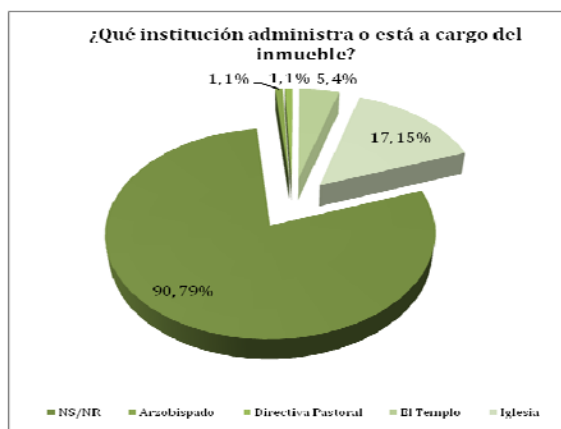
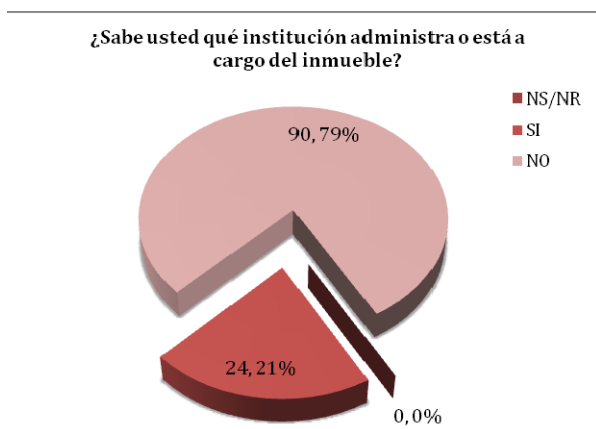
Para determinar el nivel de conocimiento sobre el Programa, se consultó a los visitantes del Mirador cuantas veces ha visitado el inmueble en los últimos dos años. De un total de 114 respuestas, el 97,4% lo visita esporádicamente (entre 1 y 9 veces) y sólo el 2,6% lo visita con frecuencia baja (entre 10 y 19 veces).

Respecto del conocimiento sobre las obras que se hicieron en el Templo, el 18% declara conocerlas y el 82% no las ha visto o conoció.



#### **Conocimiento de la gestión de los inmuebles**

Frente a la pregunta sobre si el visitante sabe qué institución administra o está a cargo de la Corporación, el 21% responde que sí y el 79% que no. Entre las instituciones que los encuestados identifican como responsables de la administración del inmueble, se encuentra con un 15% la Iglesia, seguido con un 4% por el Templo. El gran porcentaje de personas que no responden a esta pregunta da cuenta del bajo conocimiento que se tiene sobre este aspecto de la gestión del inmueble.

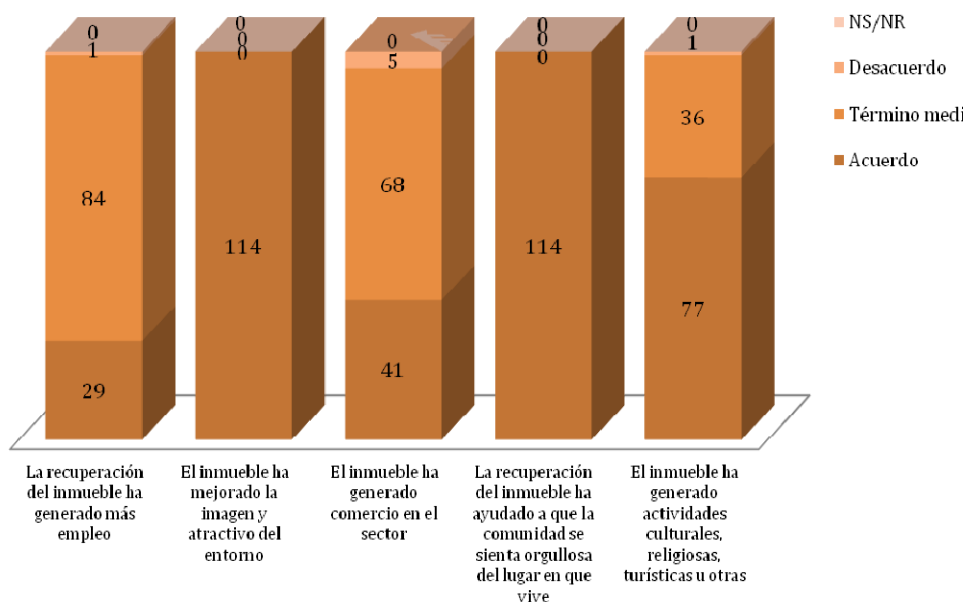


## Valoración

### Valoración del Programa de Protección y Puesta en Valor del Patrimonio

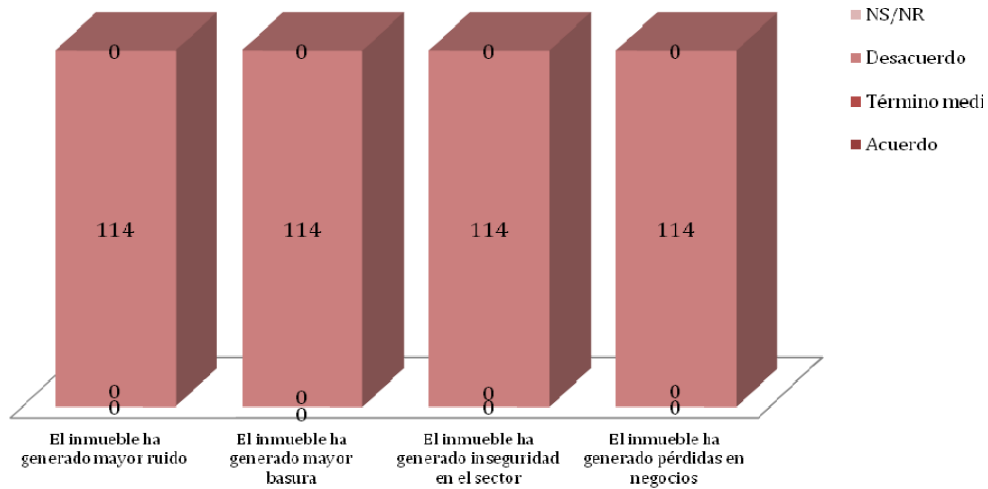
En el siguiente gráfico se ve que en general la percepción del impacto que genera el Templo y su recuperación, es positiva. Respecto del inmueble, se puede señalar que los visitantes están de acuerdo o medianamente de acuerdo con que el Centro ha mejorado la imagen y atractivo del entorno (114 personas), que el inmueble ha generado comercio en el sector (109 personas) y se han generado actividades culturales, religiosas, turísticas u otras (113 personas). Respecto de la recuperación del inmueble, los visitantes están de acuerdo o medianamente de acuerdo con que esta acción ha generado más empleo (113 personas) y que ha ayudado a que la comunidad se sienta orgullosa del lugar en que vive (114 personas).

Percepción de impacto a nivel local



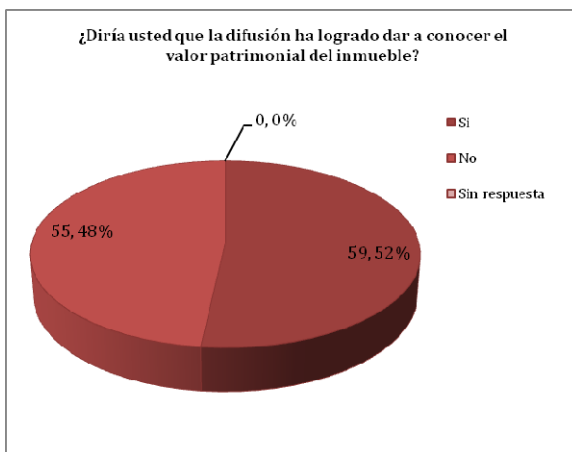
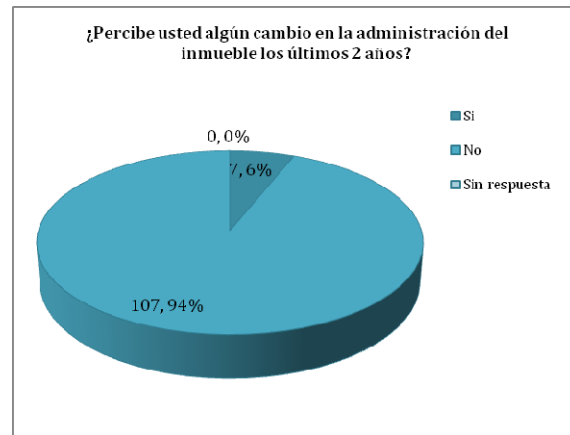
Respecto de que el Templo genere externalidades negativas, todos los encuestados señalan estar en total desacuerdo con que ocurran.

**Externalidades negativas a nivel local**



**Valoración de la gestión de los inmuebles**

Sobre la percepción del impacto generado en la administración del Templo en los últimos dos años, se puede señalar que el 94% de los encuestados no percibe que se hayan producido cambios y que sólo el 6% si lo percibió.



**Valoración de las actividades de difusión del programa**

Sobre la valoración de las actividades de difusión del programa, el 52% percibe que éstas han logrado dar a conocer el valor patrimonial del inmueble y el 48% no está de acuerdo con que la difusión haya tenido este logro.

**M.- IGLESIA SAN PEDRO DE ALCÁNTAR (Región Libertador Bernardo O'Higgins)**

**Conocimiento**

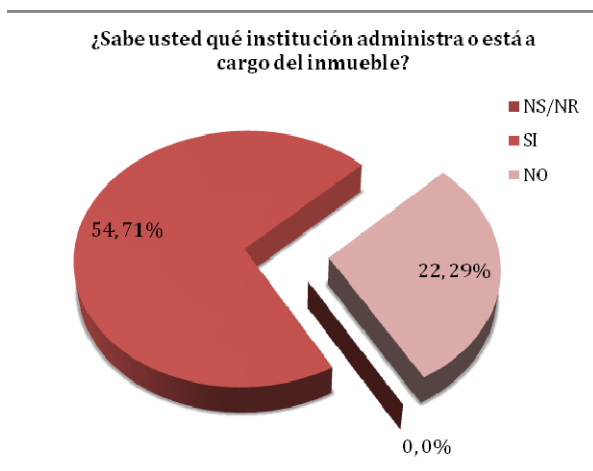
**Conocimiento del Programa de Protección y Puesta en Valor del Patrimonio**

El nivel de conocimiento sobre el Programa, tiene relación con la cantidad de veces que una misma persona ha visitado el inmueble en los últimos dos años. De un total de 76 encuestados, el 34,2% visita la iglesia con alta frecuencia (entre 40 y 99 veces), el 26,3% con muy alta frecuencia (100 o más veces), el 17% esporádicamente (entre 1 y 9 veces), el 15,8% con frecuencia media (entre 20 a 39 veces) y 6,6% con frecuencia baja (entre 10 y 19 veces).

Respecto a si ha visto o conoce las obras que se hicieron en la Iglesia, el 100% declara conocerlas.



**Conocimiento de la gestión de los inmuebles**



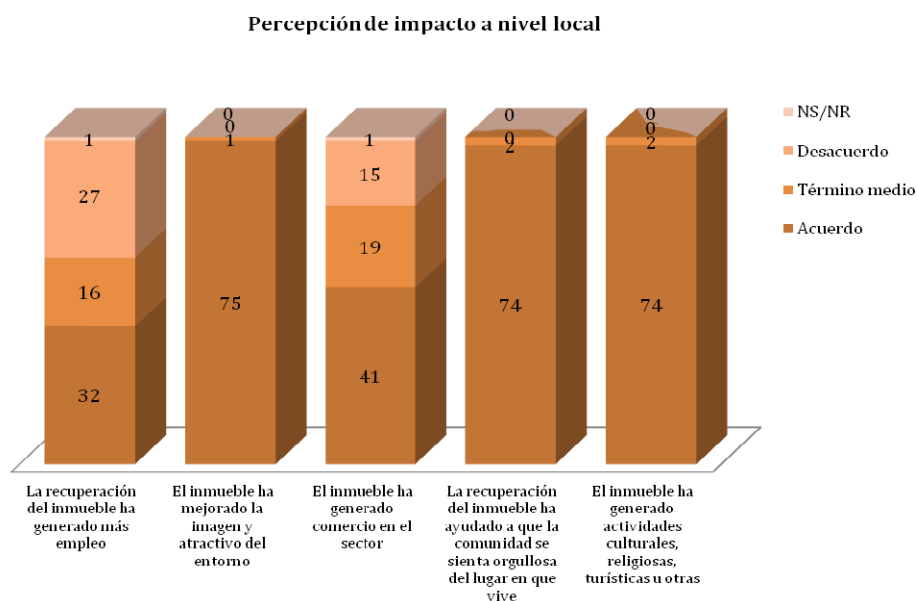
Frente a la pregunta sobre si el visitante sabe qué institución administra o está a cargo de la Iglesia, el 71% responde que sí y el 29% que no. Entre las instituciones que los encuestados identifican como responsables de la administración del inmueble, se encuentra con un 22% a la Municipalidad, seguido con un 19% por Los Guardianes del Monumento y un 12% por el Arzobispado. Otras instituciones nombradas son: Padre

Fermin (11%), La Monjita (4%), el Departamento de Cultura Municipal (1%), Diócesis (1%) y Franciscanos (1%). De acuerdo a la información oficial, la institución que administra este inmueble corresponde al Obispado y al Municipio, lo que indica que el nivel de conocimiento de los visitantes respecto a este componente de la gestión, es medio (32% de los encuestados si se suma opción municipal con arzobispado).

## Valoración

### Valoración del Programa de Protección y Puesta en Valor del Patrimonio

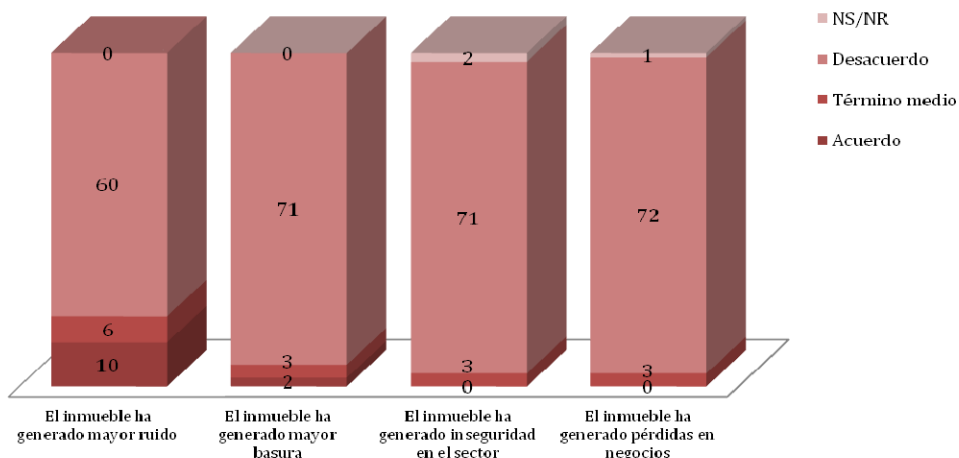
La percepción de impacto positivo que genera la Iglesia y su recuperación es una respuesta general entre los encuestados. Respecto del inmueble, se puede señalar que los visitantes están de acuerdo o medianamente de acuerdo con que la Iglesia ha mejorado la imagen y atractivo del entorno (76 personas), que el inmueble ha generado comercio en el sector (60 personas) y se han generado actividades culturales, religiosas, turísticas u otras (76 personas). Respecto de la recuperación del inmueble, los visitantes están de acuerdo o medianamente de acuerdo con que esta acción ha generado más empleo (48 personas) y que ha ayudado a que la comunidad se sienta orgullosa del lugar en que vive (76 personas).



Respecto de que la Iglesia genere externalidades negativas, la mayoría de los encuestados señalan estar en desacuerdo para los cuatro ámbitos consultados. La consecuencia negativa que más respuestas recibe (16 personas) es que “el inmueble ha generado mayor basura”. Sin embargo, esta frecuencia sólo representa el 21% del total de respuestas a esta afirmación.

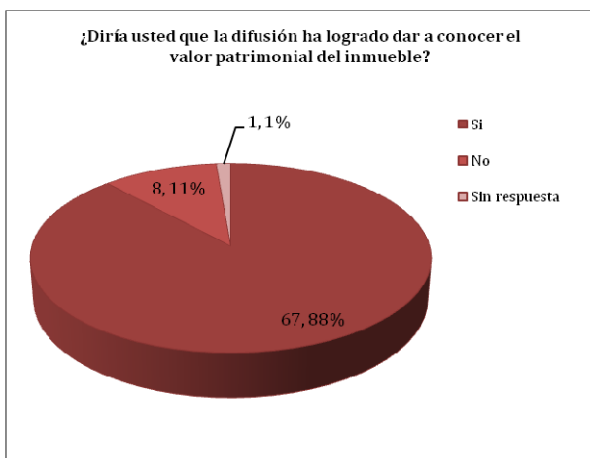
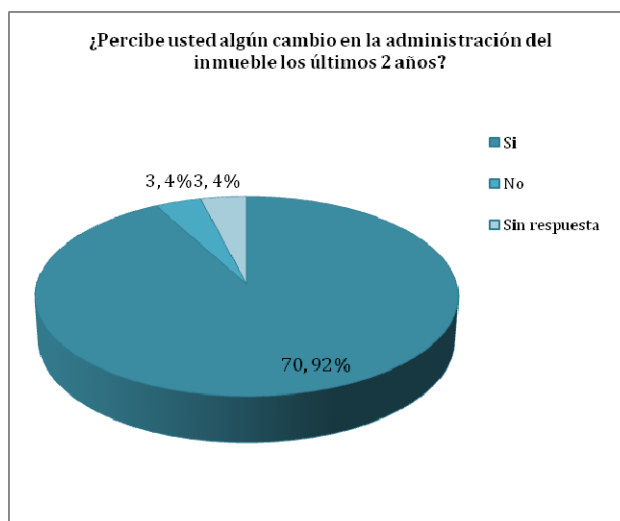


**Externalidades negativas a nivel local**



**Valoración de la gestión de los inmuebles**

Frente a la valoración de la gestión de los inmuebles, el 92% de los visitantes percibe que sí se ha producido algún cambio en la administración del inmueble en los últimos dos años, mientras que sólo el 4% no lo percibió y el 4% no responde.



**Valoración de las actividades de difusión del programa**

Sobre la valoración de las actividades de difusión del programa, el 88% percibe que éstas han logrado dar a conocer el valor patrimonial del inmueble y el 11% no está de acuerdo con que la difusión haya tenido este logro.

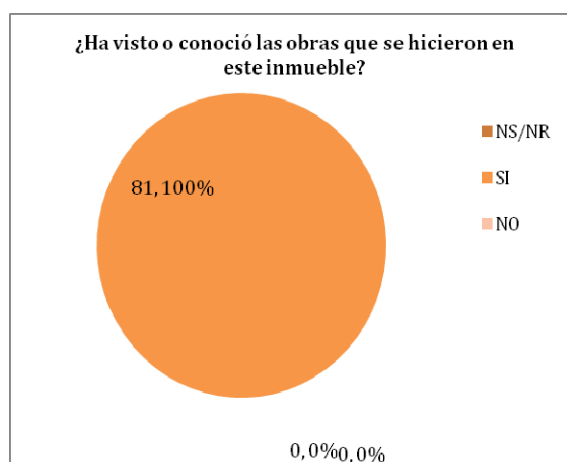
**N.- PATIO DE CAPILLA DEL CLAUSTRO, HOSPITAL DE SAN FERNANDO  
(Región Libertador Bernardo O'Higgins)**

**Conocimiento**

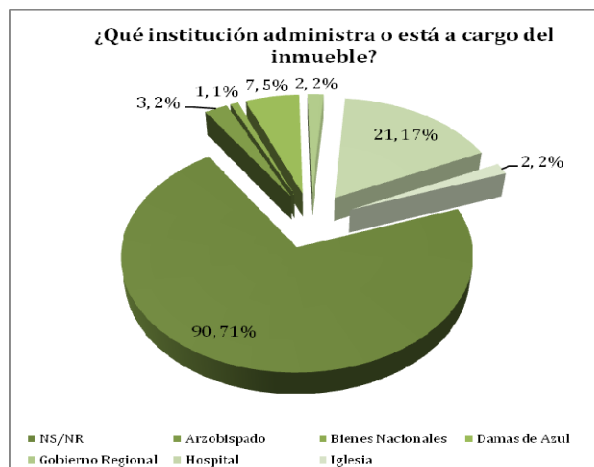
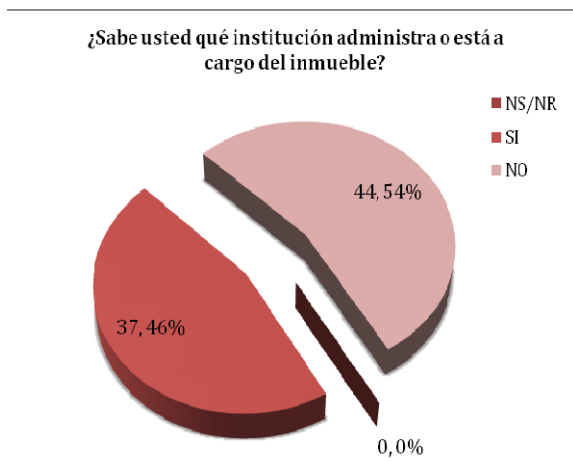
**Conocimiento del Programa de Protección y Puesta en Valor del Patrimonio**

El nivel de conocimiento sobre el Programa, tiene relación con la cantidad de veces que una misma persona ha visitado el inmueble en los últimos dos años. De un total de 81 encuestados, el 50,6% visita la Capilla con muy alta frecuencia (100 o más veces), el 17,3% con baja frecuencia (entre 10 y 19 veces), el 16% esporádicamente (entre 1 y 9 veces), el 13,6% con frecuencia media (entre 20 a 39 veces) y sólo el 2,5% con frecuencia alta (entre 40 y 99 veces).

Respecto del conocimiento que los visitantes tienen de las obras de recuperación de la Capilla, el 100% declara conocerlas.



**Conocimiento de la gestión de los inmuebles**



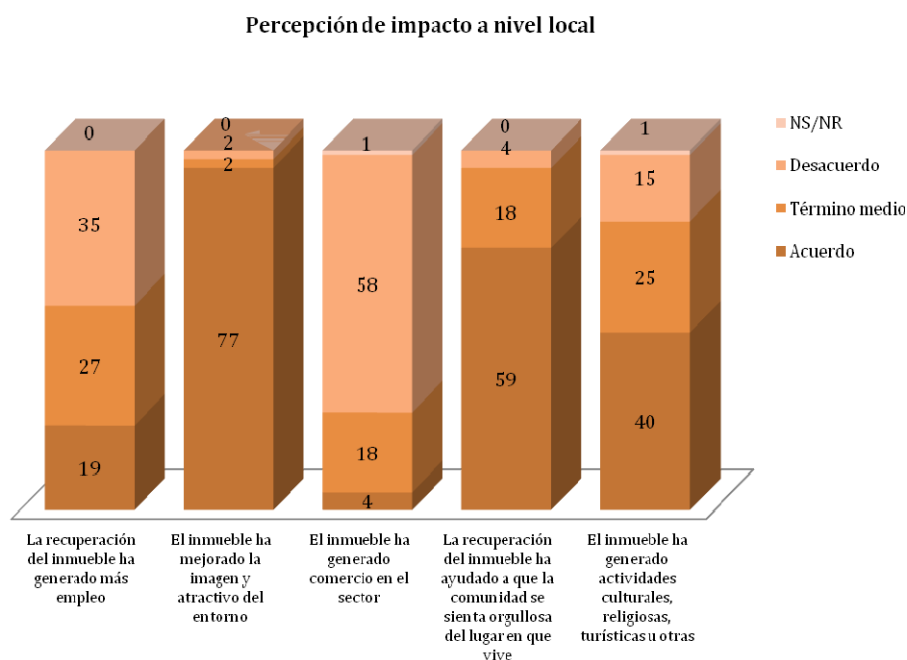
Frente a la pregunta sobre si el visitante sabe qué institución administra o está a cargo de la Capilla, el 46% responde que sí y el 54% que no. Entre las instituciones que los encuestados identifican como responsables de la administración del inmueble, se encuentra con un 17% al Hospital, seguido con un 5% por Las Damas de Azul y un 2% por el Arzobispado. Otras instituciones nombradas son: Bienes Nacionales (1%),

Gobierno Regional (2%) y la Iglesia (2%). El alto porcentaje de personas que no responden a esta pregunta (71%) y la diversidad de respuestas, da cuenta del bajo nivel de conocimiento que el público tiene sobre este aspecto de la gestión del inmueble.

## Valoración

### Valoración del Programa de Protección y Puesta en Valor del Patrimonio

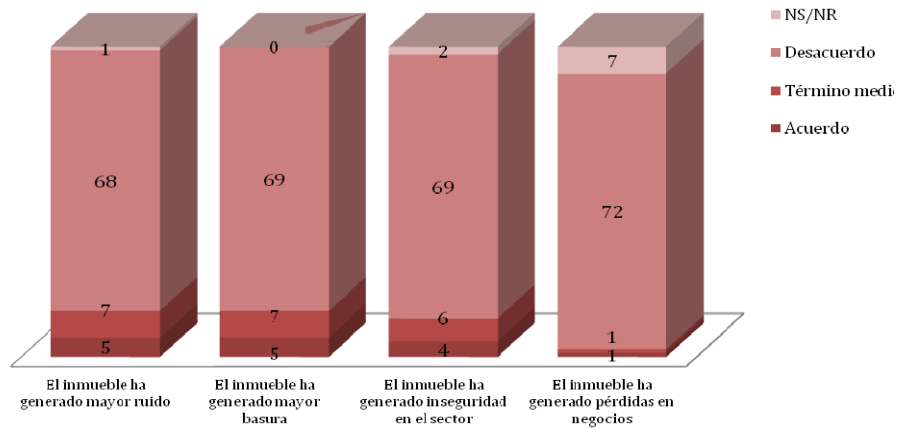
La percepción de impacto positivo que genera la Capilla y su recuperación es una respuesta general entre los encuestados, a excepción del efecto “el inmueble ha generado comercio en el sector, donde 58 personas están en desacuerdo. Respecto del inmueble, se puede señalar que los visitantes están de acuerdo o medianamente de acuerdo con que la Capilla ha mejorado la imagen y atractivo del entorno (79 personas) y se han generado actividades culturales, religiosas, turísticas u otras (65 personas). Respecto de la recuperación del inmueble, los visitantes están de acuerdo o medianamente de acuerdo con que esta acción ha generado más empleo (46 personas) y que ha ayudado a que la comunidad se sienta orgullosa del lugar en que vive (77 personas).



Respecto a las externalidades negativas de la Capilla, se puede decir que la mayoría de los encuestados están en desacuerdo con que ocurran, aunque 12 personas están de acuerdo o medianamente de acuerdo con que el inmueble ha generado mayor ruido, 12 personas perciben que han generado mayor basura, 10 personas creen que ha generado mayor inseguridad y 2 que ha generado pérdidas en negocios.

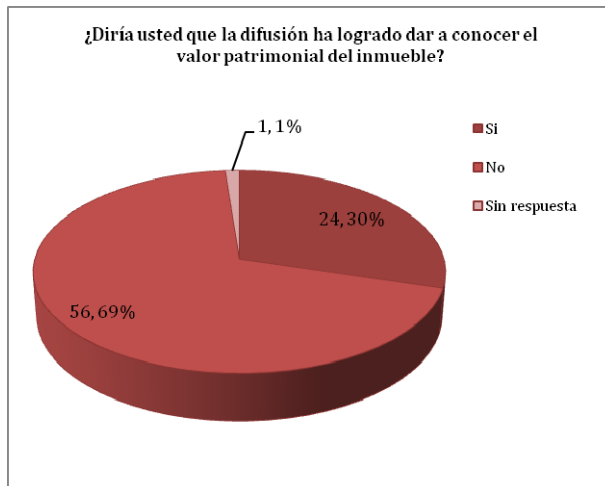
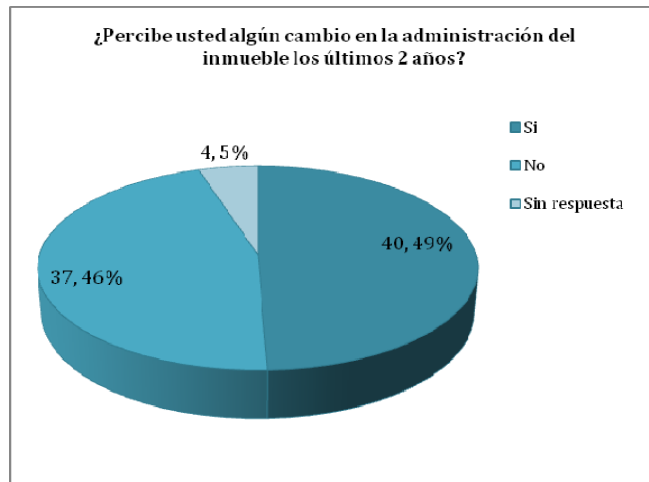
VERIFICACIÓN DE RESULTADOS DEL PROGRAMA PUESTA EN VALOR DEL PATRIMONIO, TRAMO II  
Verificación Indicador Conocimiento y Valoración

**Externalidades negativas a nivel local**



**Valoración de la gestión de los inmuebles**

Frente a la valoración de la gestión de los inmuebles, el 49% de los visitantes percibe que sí se ha producido algún cambio en la administración del inmueble en los últimos dos años, mientras que el 46% no lo percibió y el 5% no responde.



**Valoración de las actividades de difusión del programa**

Sobre la valoración de las actividades de difusión del programa, el 30% percibe que éstas han logrado dar a conocer el valor patrimonial del inmueble y el 69% no está de acuerdo con que la difusión haya tenido este logro.

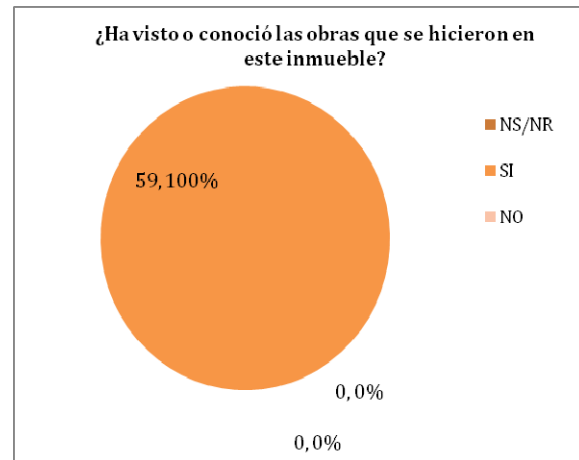
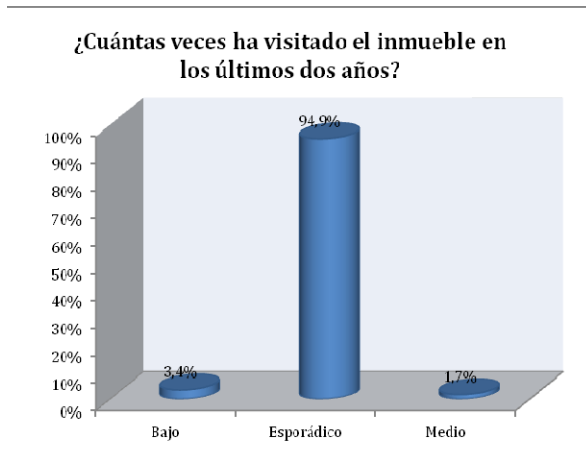
**O.- MEDIATECA ESCUELA BÁSICA DE PERALILLO (Región Libertador Bernardo O'Higgins)**

**Conocimiento**

**Conocimiento del Programa de Protección y Puesta en Valor del Patrimonio**

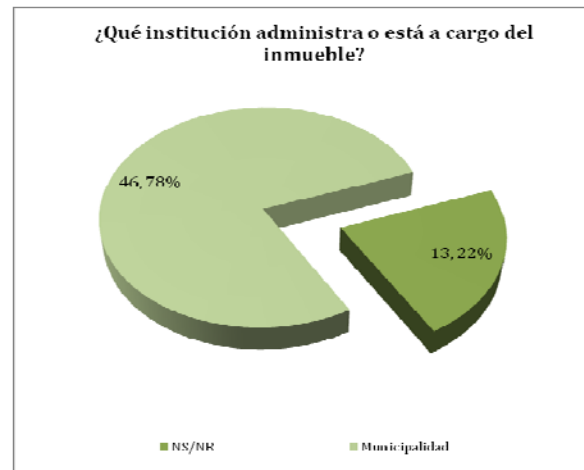
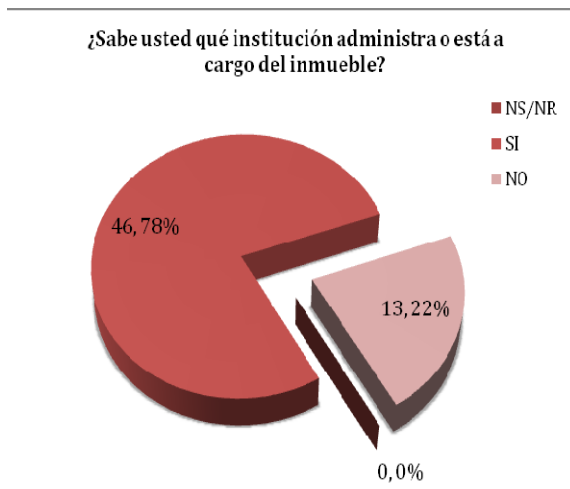
El nivel de conocimiento sobre el Programa, tiene relación con la cantidad de veces que una misma persona ha visitado el inmueble en los últimos dos años. De un total de 59 encuestados, el 94,9% visita la Mediateca esporádicamente (entre 1 y 9 veces).

Respecto a si ha visto o conoce las obras que se hicieron en la Mediateca, el 100% declaró conocerlas.



**Conocimiento de la gestión de los inmuebles**

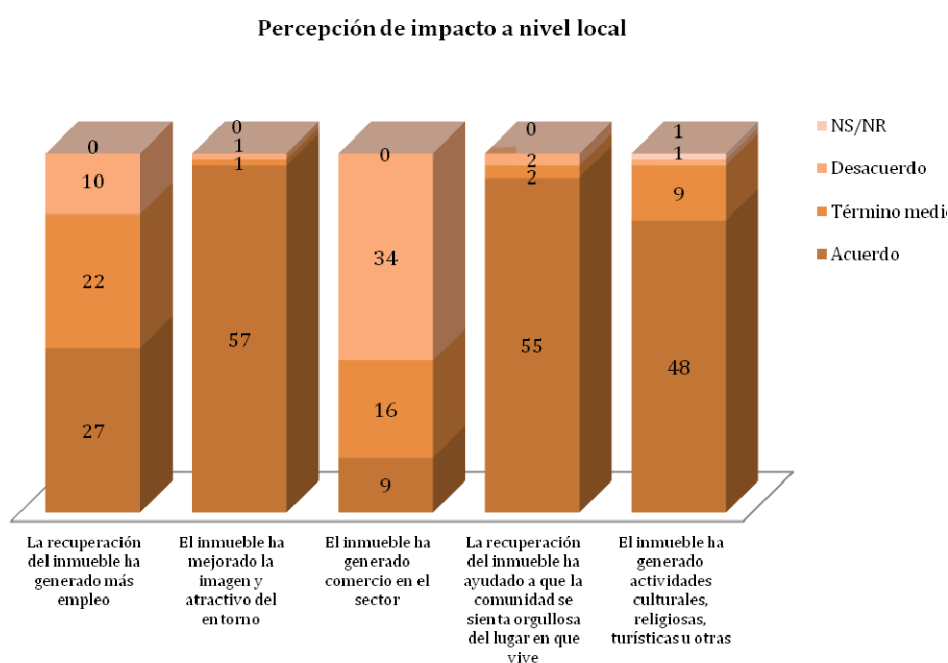
Frente a la pregunta sobre si el visitante sabe qué institución administra o está a cargo de la Mediateca, el 78% responde que sí y el 22% que no. Si bien se identifica como la administradora del inmueble a la Municipalidad con un 22%, el 78% que no responde a esta pregunta da cuenta del bajo nivel de conocimiento que los visitantes tienen sobre este aspecto de la gestión del inmueble.



## Valoración

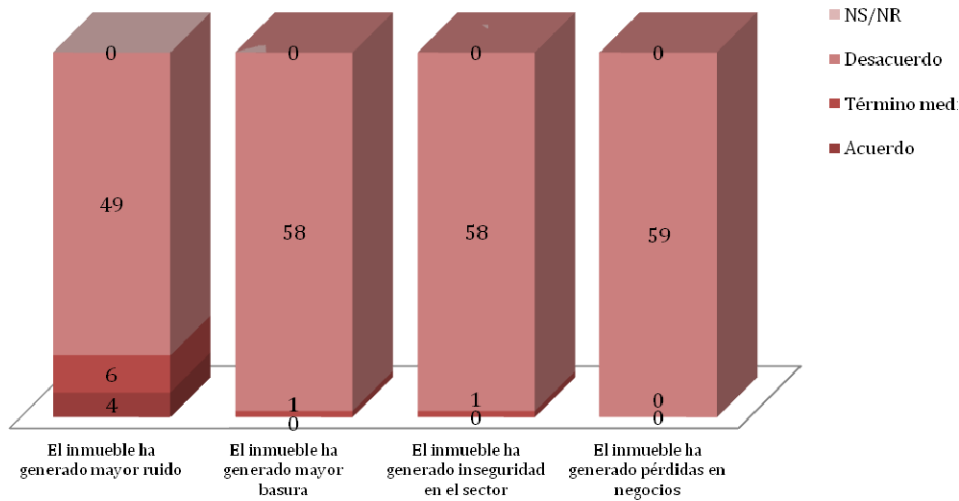
### Valoración del Programa de Protección y Puesta en Valor del Patrimonio

La percepción de impacto positivo que genera la Mediateca y su recuperación es una respuesta general entre los encuestados, a excepción del efecto “el inmueble ha generado comercio en el sector, donde 34 personas están en desacuerdo. Respecto del inmueble, se puede señalar que los visitantes están de acuerdo o medianamente de acuerdo con que la Mediateca ha mejorado la imagen y atractivo del entorno (58 personas) y se han generado actividades culturales, religiosas, turísticas u otras (57 personas). Respecto de la recuperación del inmueble, los visitantes están de acuerdo o medianamente de acuerdo con que esta acción ha generado más empleo (49 personas) y que ha ayudado a que la comunidad se sienta orgullosa del lugar en que vive (57 personas).



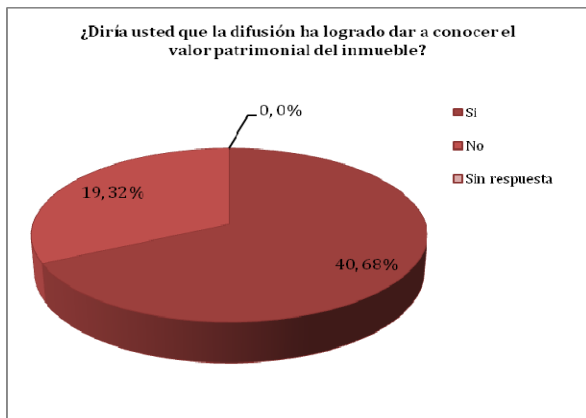
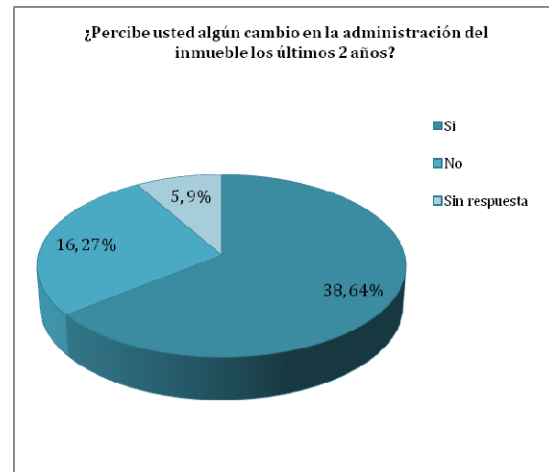
Respecto de que la Iglesia genere externalidades negativas, la mayoría de los encuestados señalan estar en desacuerdo para los cuatro ámbitos consultados. La consecuencia negativa que más respuestas recibe (10 personas) es que “el inmueble ha generado mayor basura”. Sin embargo, esta frecuencia sólo representa el 17% del total de respuestas a esta afirmación.

**Externalidades negativas a nivel local**



**Valoración de la gestión de los inmuebles**

Frente a la valoración de la gestión de los inmuebles, el 64% de los visitantes percibe que sí se ha producido algún cambio en la administración del inmueble en los últimos dos años, mientras que el 27% no lo percibió y el 9% no responde.



**Valoración de las actividades de difusión del programa**

Sobre la valoración de las actividades de difusión del programa, el 68% percibe que éstas han logrado dar a conocer el valor patrimonial del inmueble y 32% no está de acuerdo con que la difusión haya tenido este logro.

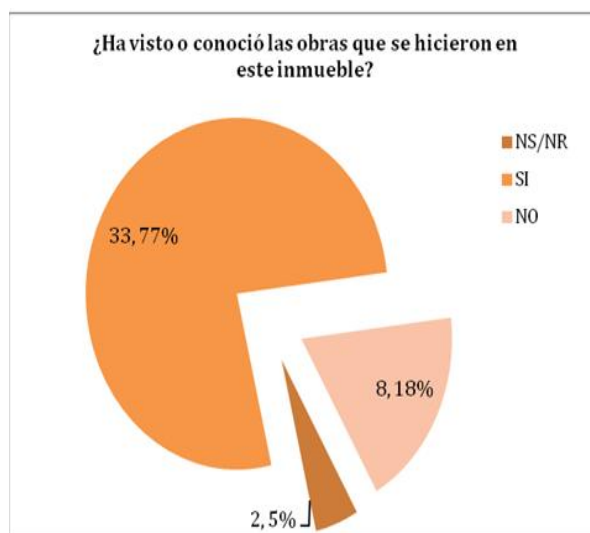
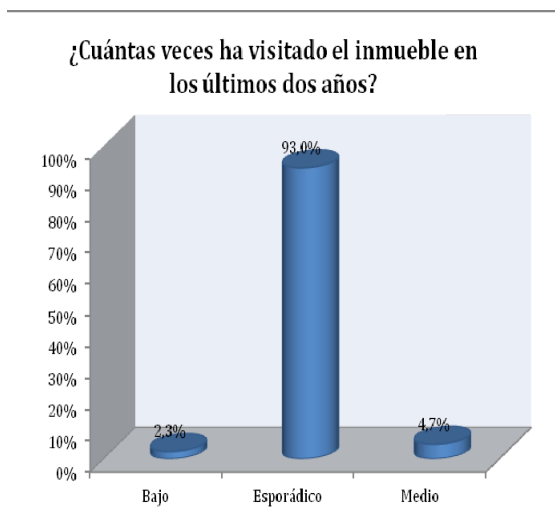
**P.- CASA STIRLING (Región de Magallanes)**

**Conocimiento**

**Conocimiento del Programa de Protección y Puesta en Valor del Patrimonio**

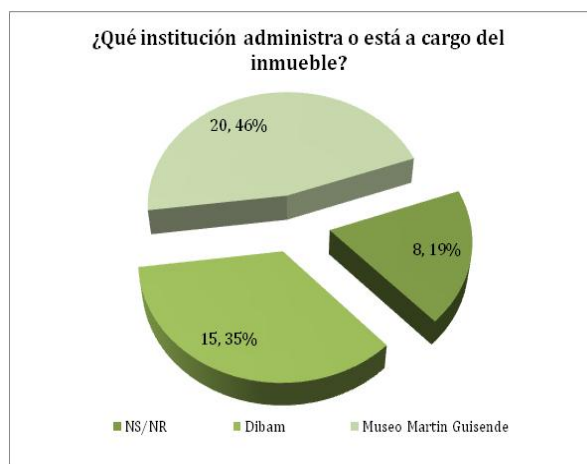
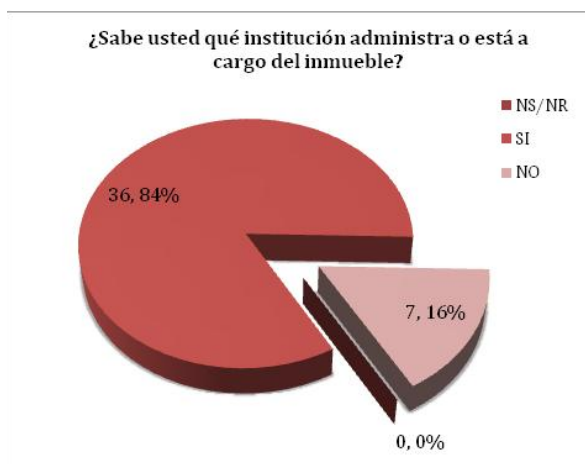
El nivel de conocimiento sobre el Programa, tiene relación con la cantidad de veces que una misma persona ha visitado el inmueble en los últimos dos años. De un total de 43 encuestados, el 93% visita la Casa esporádicamente (entre 1 y 9 veces).

Respecto a si ha visto o conoce las obras de recuperación de la Casa que se hicieron durante los últimos 2 años, el 77% declara conocerlas y el 18% no conocerlas.



**Conocimiento de la gestión de los inmuebles**

Respecto al conocimiento sobre la gestión de Casa Stirling, específicamente si es que los visitantes saben qué institución administra o está a cargo del inmueble, el 84% declara conocer que institución está a cargo, mientras que el 16% declara no conocerlo.



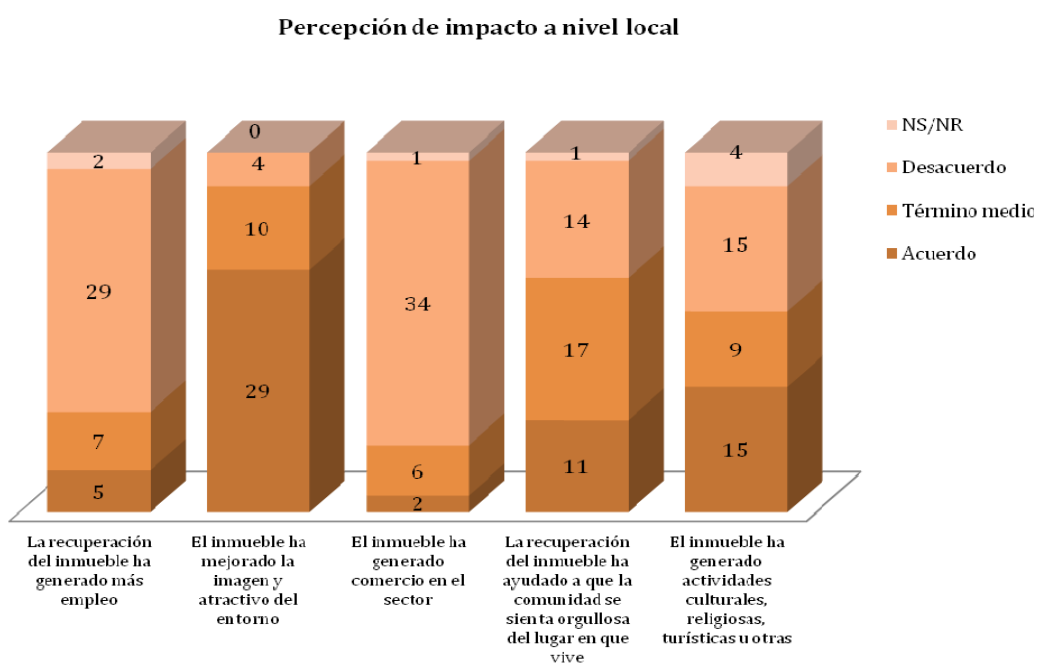


Entre las instituciones identificadas como administradora o que está a cargo del inmueble se pueden señalar al Museo Martín Guisende, con un 46% de respuestas, y a la Dibam, con un 35%. De acuerdo a la información oficial, la institución administradora de este inmueble es Dibam, por lo que sólo un tercio de los encuestados conoce este aspecto de la gestión del inmueble.

## Valoración

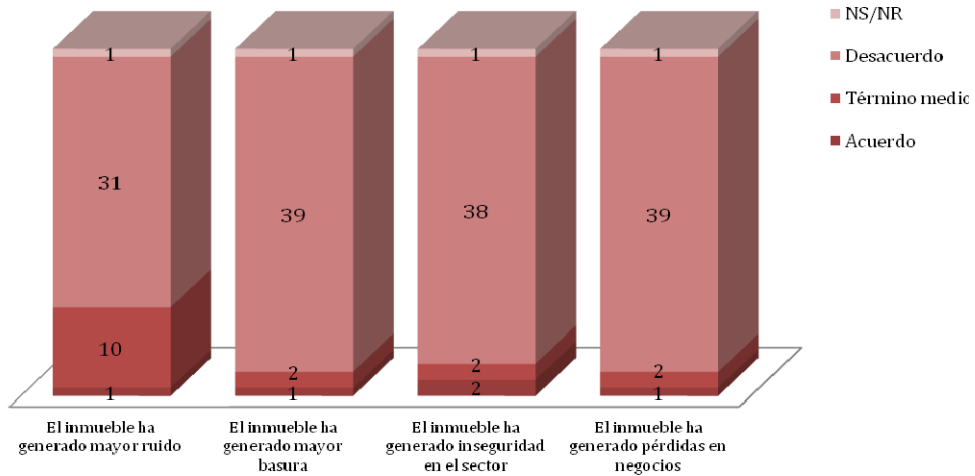
### Valoración del Programa de Protección y Puesta en Valor del Patrimonio

Respecto a los impactos positivos que los visitantes le atribuyen al inmueble, se observa en el siguiente gráfico que 39 de 43 visitantes está de acuerdo o medianamente de acuerdo con que Casa Stirling ha mejorado la imagen y atractivo del entorno, 28 están de acuerdo o medianamente de acuerdo con que la recuperación del inmueble ha ayudado a que la comunidad se sienta orgullosa del lugar en que vive y 24 visitantes están de acuerdo o medianamente de acuerdo con que el inmueble ha generado actividades culturales religiosas o de otro tipo. En los ámbitos donde no se percibe impacto local, es que la recuperación del inmueble haya generado más empleo (29 visitantes en desacuerdo) y que el inmueble haya generado comercio en el sector (34 personas en desacuerdo).



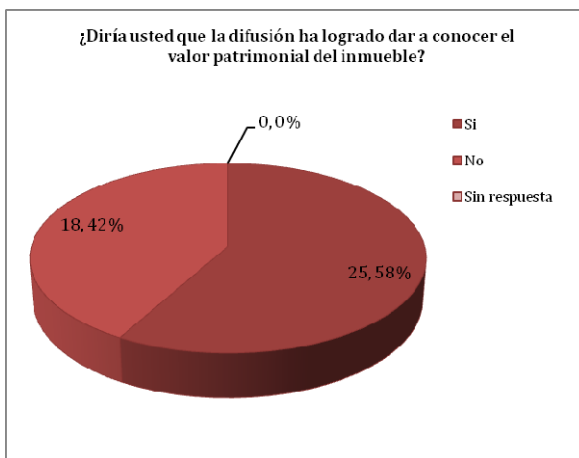
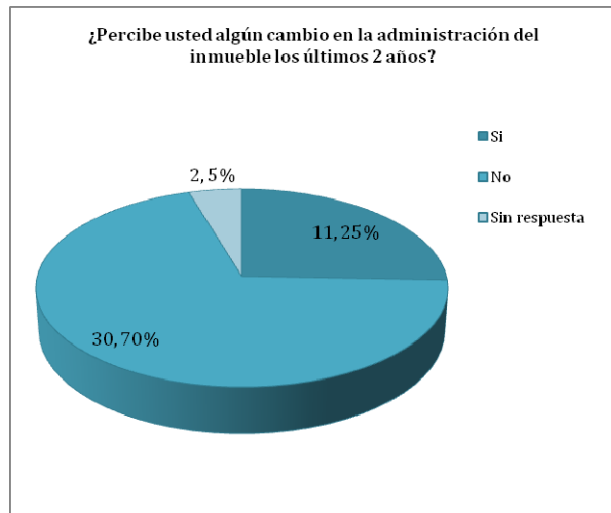
En cuanto a las externalidades negativas, se puede ver que en general no se perciben que el inmueble haya generado mayor ruido, mayor basura, inseguridad o pérdida de negocios. Pese a esta tendencia, hay 11 visitantes (26%) que están de acuerdo o medianamente de acuerdo con que el inmueble ha generado mayor ruido.

**Externalidades negativas a nivel local**



**Valoración de la gestión de los inmuebles**

En cuanto a la percepción de cambio en la administración del inmueble en los últimos dos años, se puede ver en el gráfico siguiente, que sólo el 25% de los visitantes logró percibirlo (11 personas), mientras que el 70% no lo percibió (30 personas) y el 5% no dio una respuesta (2 personas).



**Valoración de las actividades de difusión del programa**

Sobre la valoración de las actividades de difusión del programa, el 58% percibe que éstas han logrado dar a conocer el valor patrimonial del inmueble y el 42% no está de acuerdo con que la difusión haya tenido este logro.

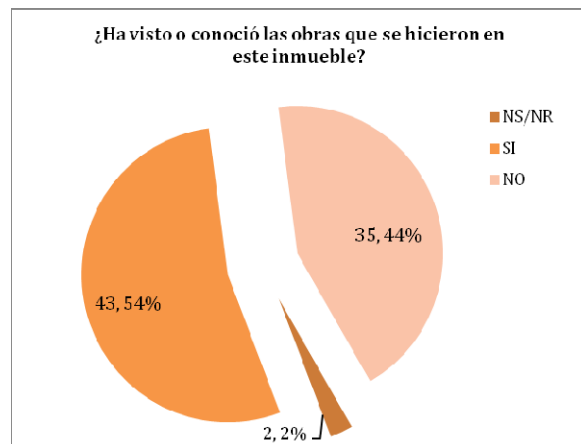
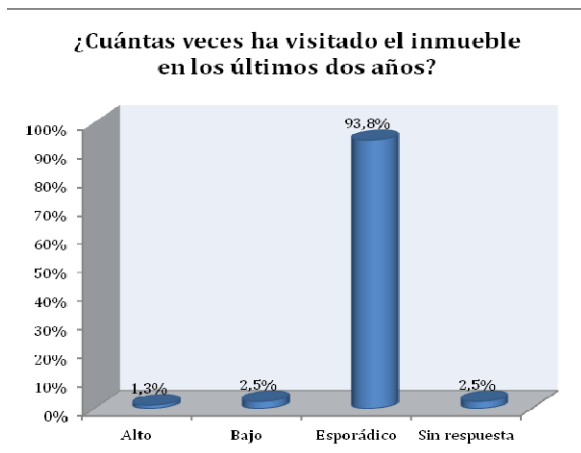
**Q.- FUERTE BULNES (Región de Magallanes)**

**Conocimiento**

**Conocimiento del Programa de Protección y Puesta en Valor del Patrimonio**

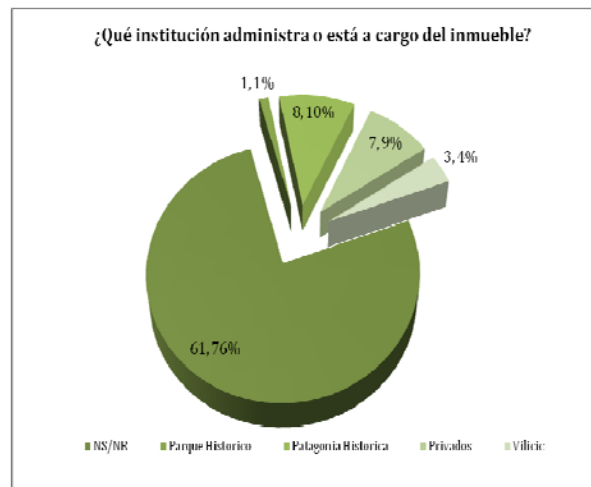
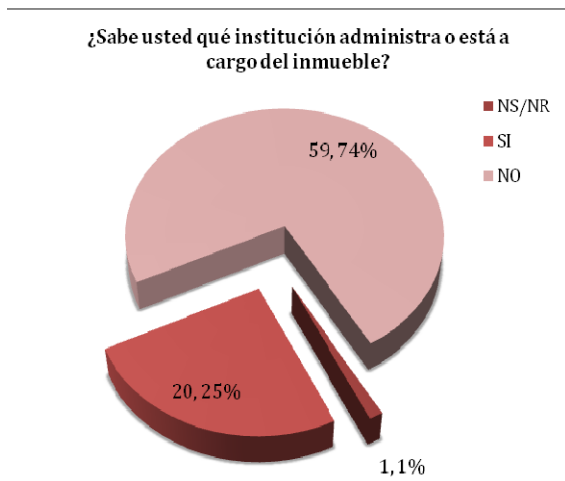
El nivel de conocimiento sobre el Programa, tiene relación con la cantidad de veces que una misma persona ha visitado el inmueble en los últimos dos años. De un total de 80 encuestados, el 93,8% visita el fuerte esporádicamente (entre 1 y 9 veces).

Respecto al conocimiento sobre las obras de recuperación del Fuerte en los últimos dos años, el 54% declara conocerlas y el 44% no conocerlas.



**Conocimiento de la gestión de los inmuebles**

Respecto al conocimiento sobre la gestión del Fuerte, específicamente si es que los visitantes saben qué institución administra o está a cargo del inmueble, el 25% declara conocer que institución está a cargo, mientras que el 74% declara no conocerlo.



Entre las instituciones identificadas como administradora del inmueble se pueden señalar a Patagonia Histórico (10%), a Privados (9%), al Vilicic (4%) y al Parque Histórico (1%). El

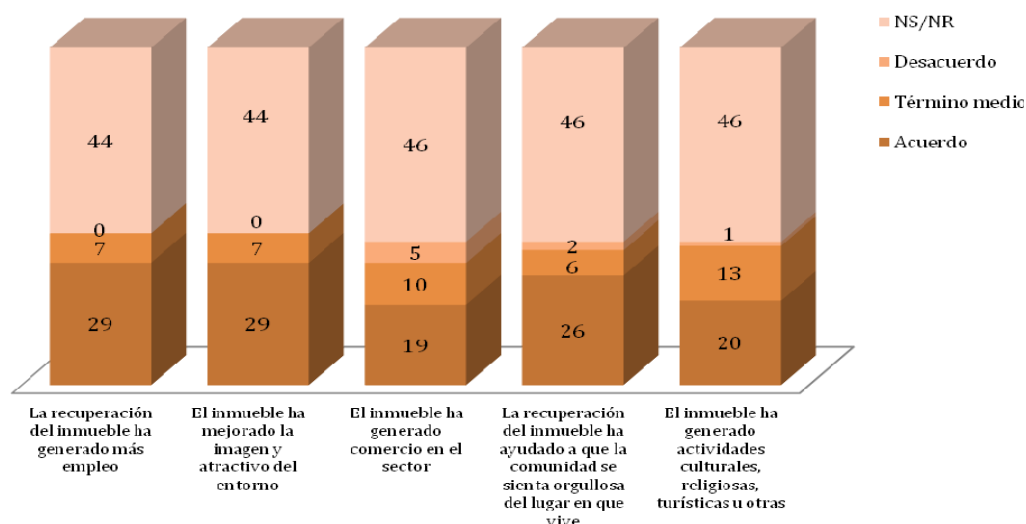
gran porcentaje de personas que no responde a esta pregunta y la gran variedad de respuestas, da cuenta de que el conocimiento sobre este aspecto de la gestión es bajo.

## Valoración

### Valoración del Programa de Protección y Puesta en Valor del Patrimonio

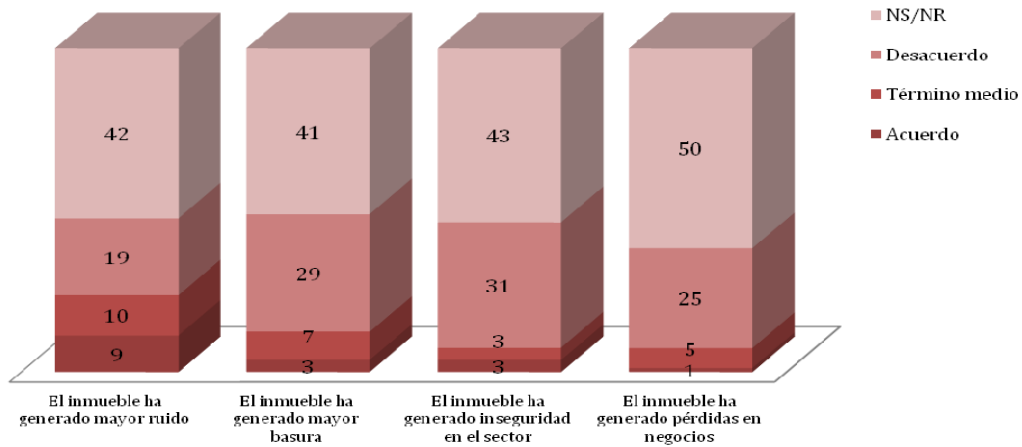
Respecto a los impactos positivos que los visitantes le atribuyen al inmueble, se observa en el siguiente gráfico que en general las personas no saben o no responden. Respecto del inmueble, 36 visitantes están de acuerdo o medianamente de acuerdo con que el Fuerte ha mejorado la imagen y atractivo del entorno, 29 personas señalan que el inmueble ha generado comercio en el sector y 23 personas perciben que se han generado actividades culturales, religiosas, turísticas u otras. En cuanto a la recuperación del inmueble, están de acuerdo o medianamente de acuerdo con que la recuperación del inmueble ha ayudado a que la comunidad se sienta orgullosa del lugar en que vive (31 personas) y que la recuperación del inmueble haya generado más empleo (26 visitantes).

Percepción de impacto a nivel local



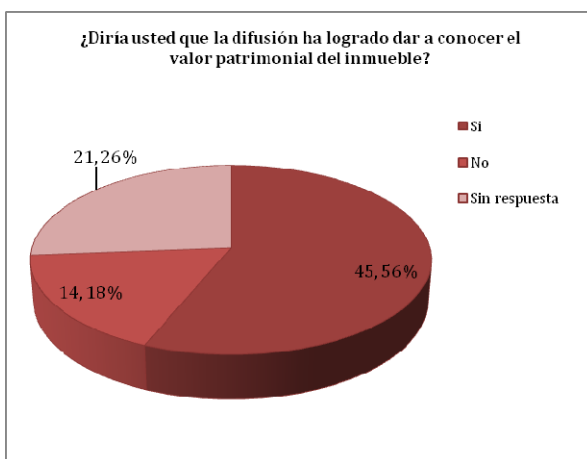
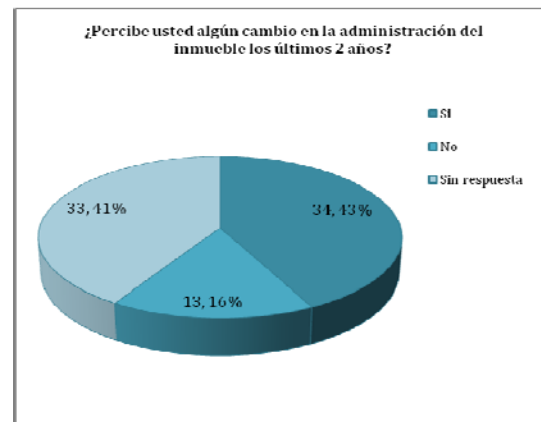
En cuanto a las externalidades negativas, se puede ver que la mayoría de los encuestados no sabe o no responde a esta pregunta. Respecto de los que si contestan, la mayoría están en desacuerdo con que se produzcan efectos negativos derivados del Fuerte, aunque 19 personas están de acuerdo o medianamente de acuerdo con que el inmueble ha generado mayor ruido, mayor basura, 10 personas señalan la basura y 6 personas la inseguridad y la pérdida de negocios.

**Externalidades negativas a nivel local**



**Valoración de la gestión de los inmuebles**

En cuanto a la percepción de cambio en la administración del inmueble en los últimos dos años, se puede ver en el gráfico siguiente, que 43% de los visitantes logró percibirlo (34 personas), mientras que el 16% no lo percibió (13 personas) y el 41% no dio una respuesta (33 personas).



**Valoración de las actividades de difusión del programa**

Sobre la valoración de las actividades de difusión del programa, el 56% percibe que éstas han logrado dar a conocer el valor patrimonial del inmueble y el 18% no está de acuerdo con que la difusión haya tenido este logro. El 26% de los encuestados no responde a esta pregunta.