

INFORME FINAL

PLAN ESTRATÉGICO

2011- 2015

dibam

DIRECCIÓN DE BIBLIOTECAS,
ARCHIVOS Y MUSEOS

MUSEO NACIONAL
DE HISTORIA NATURAL



MEG
CONSULTING
& TRAINING

Julio 2011

INFORME FINAL

DEL PROCESO DE PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA 2011 – 2015

MUSEO NACIONAL DE HISTORIA NATURAL

1. ANTECEDENTES

El presente documento expone los principales resultados obtenidos a partir del proceso que se llevó a cabo para elaborar el Plan Estratégico del Museo Nacional de Historia Natural, período 2011 - 2015.

Dicho proceso se realizó durante los meses de Mayo a Julio de 2011, utilizándose un enfoque participativo, es decir, se llevaron a cabo diferentes sesiones de trabajo, a las cuales se invitó a los distintos estamentos (Auxiliares y Vigilantes, Administrativos, Técnicos, Profesionales y Jefaturas) para que, desde su visión e interpretación de la realidad, pudieran entregar su aporte en los análisis estratégicos requeridos. Estos aportes fueron cotejados y validados posteriormente por el Consejo Asesor, instancia que tuvo el rol de definir los ejes de trabajo y establecer las prioridades estratégicas, metas y planes de acción, junto con los respectivos plazos y responsables. De este proceso, guiado por el consultor a cargo, surge el Plan Estratégico para el período antes señalado, el que ha sido validado por el Consejo Asesor del Museo.

Los resultados se presentan en la siguiente secuencia:

- Metodología utilizada
- Revisión de la Misión del MNHN
- Ejes de Trabajo / Factores Críticos de Éxito
- Plan Estratégico del MNHN, período 2011 - 2015
- Planes de Acción
- Anexos: Resultados del análisis estratégico de los grupos participantes

2. METODOLOGÍA UTILIZADA

El proceso se desarrolló siguiendo la estructura del modelo de análisis y formulación estratégica, que contempló los siguientes pasos:

1. Revisión de la Misión institucional.
2. Análisis del entorno, los cambios y tendencias que están ocurriendo y cómo éstos están impactando en la organización. Los resultados se presentan en los anexos.
3. Identificación de las oportunidades y las amenazas que se extraen del escrutinio a nivel externo. Los resultados se presentan en los anexos.
4. Identificación de las capacidades, fortalezas y debilidades que se extraen del escrutinio a nivel interno. Los resultados se presentan en los anexos.
5. Definición de los Factores Críticos de Éxito (FCE) o ejes de trabajo centrales sobre los cuales se focaliza el plan.
6. Definición de los objetivos, estrategias, metas y proyectos; todo lo anterior alineado con los respectivos ejes de trabajo. Acuerdo de plazos y asignación de responsables para cada meta / proyecto.
7. Operacionalización de las metas y proyectos a través de la definición de planes de acción concretos, con las respectivas fechas de ejecución y asignación de responsables.

Para ello se llevaron a cabo las siguientes actividades:

- Cuatro talleres de una duración de un día cada uno con los estamentos Auxiliares y Vigilantes, Administrativos y Técnicos, Profesionales y Jefaturas, los que se desarrollaron durante el mes de mayo en el Centro La Recoleta.
- Cinco sesiones presenciales de medio día con el Consejo Asesor, con el fin de acordar los ejes de trabajo y establecer las prioridades, los objetivos estratégicos y las metas para el período, junto a los respectivos planes de acción.
- Trabajo en comisiones entre sesión y sesión. Se dividió el Consejo Asesor en tres grupos con capacidades complementarias, de modo acelerar el avance de las tareas encomendadas y así poder elaborar los entregables dentro de los plazos establecidos.
- Sesión final de medio día con el Consejo Asesor para sancionar el Plan Estratégico.

3. REVISIÓN DE LA MISIÓN INSTITUCIONAL

Analizada la misión del museo, hubo acuerdo desde un comienzo en que no existían argumentos ni antecedentes que motivaran la realización de algún cambio y/o actualización a dicha declaración. Por consiguiente, la misión definida en el año 2007, con ocasión a la realización del anterior proceso de planificación estratégica, se mantiene plenamente vigente. Dicha declaración se expone a continuación:

"Generar conocimiento y promover la valoración del patrimonio natural y cultural de Chile, para fomentar y fortalecer su comprensión en la sociedad".

4. EJES DE TRABAJO / FACTORES CRÍTICOS DE ÉXITO

En esta etapa se identificaron las áreas claves de resultado para el logro de la misión, considerando el análisis estratégico realizado por los cuatro grupos durante los talleres de un día. Como resultado se identificaron los siguientes siete ejes de trabajo:

1. Reapertura del Museo.
2. Posicionamiento estratégico del Plan de Desarrollo del Museo en las autoridades claves.
3. Diversificación y equipamiento de la oferta de servicios.
4. Fortalecimiento de la estructura organizacional y los mecanismos de coordinación interna.
5. Potenciamiento de la investigación científica.
6. Gestión de colecciones.
7. Fortalecimiento de la comunicación y del desarrollo institucional.

PLAN ESTRATÉGICO DEL MNHN PERÍODO 2011 - 2015

MUSEO NACIONAL DE HISTORIA NATURAL PLAN ESTRATÉGICO 2011-2015

FACTOR CLAVE DE ÉXITO	OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	ESTRATEGIAS	META(S)	INDICADOR(ES)	RESPONSABLE(S)
1. Reapertura del Museo	1.1 Abrir el museo al público el primer semestre de 2012	1.1.1 Mantener un grupo a cargo de la ejecución del proyecto.	1.1.1.1 Cumplir con la ejecución del cronograma del proyecto de renovación del primer piso a junio de 2012.	Cronograma cumplido según lo planificado	C. Gómez / A. López (+ Consejo Asesor)
			1.1.1.2 Desarrollar reuniones de coordinación y evaluación, por lo menos dos veces al mes.	Nº de reuniones ejecutadas	A. López / B. Ojeda
		1.1.2 Difundir el proyecto de renovación de la exhibición biogeográfica y sus alcances a la comunidad del Museo (Comunicación Interna).	1.1.2.1 Presentar el proyecto a la comunidad del Museo y sus avances, antes de fin de año y a principios de 2012.	Una reunión el 2011 Una reunión el 2012 Proyecto final de museografía disponible en Intranet MNHN	C. Gómez C. Gómez A. López / B. Ojeda
		1.1.3 Adecuar las prácticas de trabajo actuales a las condiciones de la nueva exposición.	1.1.3.1 Identificar prácticas a cambiar e implementar adecuaciones (según diagnóstico previo), dos meses antes de la reapertura.	Prácticas identificadas para cambio Nuevas prácticas implementadas	A. López / P. León / R. Faúndez A. López / P. León / R. Faúndez

MUSEO NACIONAL DE HISTORIA NATURAL PLAN ESTRATÉGICO 2011-2015

FACTOR CLAVE DE ÉXITO	OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	ESTRATEGIAS	META(S)	INDICADOR(ES)	RESPONSABLE(S)
2. Posicionamiento estratégico del Plan de Desarrollo del Museo en las autoridades claves	2.1. Lograr el apoyo político permanente para la implementación del Plan de Desarrollo del Museo	2.1.1 Identificar los agentes tomadores de decisiones, en los poderes Ejecutivo y Legislativo	2.1.1.1 Elaborar nómina de agentes estratégicos, a enero de 2012.	Nómina elaborada y sancionada	C. Asesor
		2.1.2 Acordar y coordinar con la Dirección de la DIBAM los niveles de acción de ésta y la Dirección del MNHN	2.1.2.1 Acordar niveles de acción tanto de la DIBAM como del MNHN, a enero de 2012.	Niveles de acción acordados	C. Gómez
		2.1.3 Comprometer a los agentes identificados con la visión de futuro del museo	2.1.3.1 Redactar y diseñar un texto que presente la visión de futuro del Museo a marzo de 2012.	Texto elaborado, editado y diseñado según manual de normas gráficas vigente	C. Gómez / S. Villagrán
			2.1.3.2 Difundir texto a agentes tomadores de decisiones, a más tardar a mayo de 2012.	Texto enviado según nómina de destinatario	S. Villagrán
			2.1.3.3 Invitar a los agentes al museo, a junio de 2012.	Propuesta de planificación de invitaciones	C. Gómez / S. Villagrán

MUSEO NACIONAL DE HISTORIA NATURAL PLAN ESTRATÉGICO 2011-2015

FACTOR CLAVE DE ÉXITO	OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	ESTRATEGIAS	META(S)	INDICADOR(ES)	RESPONSABLE(S)
3. Diversificación y equipamiento de la oferta de servicios	3.1 Implementar nuevos servicios que aporten valor para los usuarios	3.1.1 Equipamiento e implementación de nuevos servicios en el edificio	3.1.1.1 Elaborar audioguías de la exposición Chile Biogeográfico, en español e inglés a marzo de 2012.	Número de audioguías implementadas.	R. Rojas S. Villagrán B. Ojeda
		3.1.2 Mostrar la amplitud y diversidad de las colecciones	3.1.2.1 Exhibir la pieza del mes, desde la reapertura del museo en adelante	Piezas exhibidas.	J. Yáñez L. Azócar S. Villagrán
	3.2 Utilizar el potencial de redes sociales como medio para llegar a las distintas audiencias	3.2.1 Potenciar redes sociales que ya se manejan y desarrollar las no abordadas.	3.2.1.1 Elaborar un reporte sobre el uso de redes sociales, a diciembre de 2011.	Reporte de uso de redes sociales por el MNHN a la fecha	S. Villagran B. Ojeda
		3.2.2 Sensibilizar al usuario interno en la potencialidad de la herramienta	3.2.2.1 Realizar dos charlas informativas sobre el uso de las redes sociales a noviembre 2011 y marzo 2012	Charlas realizadas	S. Villagran B. Ojeda

**MUSEO NACIONAL DE HISTORIA NATURAL
PLAN ESTRATÉGICO 2011-2015**

FACTOR CLAVE DE ÉXITO	OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	ESTRATEGIAS	META(S)	INDICADOR(ES)	RESPONSABLE(S)
4. Fortalecimiento de la estructura organizacional y los mecanismos de coordinación interna	4.1 Fortalecer la estructura organizacional de acuerdo al plan de desarrollo y a las necesidades inmediatas del Museo	4.1.1 Identificar las necesidades de personal	4.1.1.1 Proponer incremento de personal según plan de crecimiento, a mayo de cada año.	Propuesta elaborada y entregada a la dirección de la DIBAM	C. Gómez / A. López
			4.1.1.2. Elaborar propuesta de estandarización de remuneraciones (personal a contrata), a mayo de cada año.	Propuesta elaborada y entregada a dirección DIBAM.	C. Gómez / A. López
		4.1.2 Incrementar la estructura organizacional según el plan de crecimiento del Museo	4.1.2.1 Lograr el incremento de dotación según plan de crecimiento aprobado, a diciembre de cada año.	Incremento anual de personal efectivamente logrado	C. Gómez / A. López
			4.1.2.2 Lograr la estandarización de remuneraciones según plan aprobado, a diciembre de cada año.	Estandarización anual de remuneraciones efectivamente lograda	C. Gómez / A. López
		4.1.3 Identificar las necesidades de capacitación del personal	4.1.3.1 Elaborar informe de necesidades de capacitación, a enero de cada año.	Informe elaborado y presentado a Unidad de Capacitación DIBAM	A. López / M.E. Muñoz (+ jefes de área)
			4.1.3.2 Preparar plan de capacitación anual, a enero de cada año.	Plan entregado a Unidad de Capacitación DIBAM	A. López / M.E. Muñoz

MUSEO NACIONAL DE HISTORIA NATURAL PLAN ESTRATÉGICO 2011-2015

FACTOR CLAVE DE ÉXITO	OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	ESTRATEGIAS	META(S)	INDICADOR(ES)	RESPONSABLE(S)
4. Fortalecimiento de la estructura organizacional y los mecanismos de coordinación interna (continuación)	4.2. Mejorar la comunicación y los mecanismos de coordinación interna del Museo	4.2.1. Reforzar los conocimientos en materias de Gestión y Administración	4.2.1.1 Elaborar y distribuir un manual de procesos a todo el personal del MNHN, a enero de 2012.	Manual elaborado y validado por jefes de área y supervisores del MNHN. Manual distribuido	A. López A. López
		4.2.2 Realizar reuniones de participación interna inter-áreas	4.2.2.1 Implementar un programa anual de reuniones inter-areas para dar a conocer el quehacer de cada una de ellas. 4.2.2.2 Mantener programa de reuniones informativas bimensuales.	Plan de reuniones implementado Presentaciones distribuidas según programa de reuniones	C. Asesor C. Gómez
		4.2.3 Generar instancias de participación en actividades extra-programáticas y de esparcimiento	4.2.3.1. Implementar un programa anual de actividades extra-programáticas	Programa implementado	Comité creativo (por definir)

MUSEO NACIONAL DE HISTORIA NATURAL PLAN ESTRATÉGICO 2011-2015

FACTOR CLAVE DE ÉXITO	OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	ESTRATEGIAS	META(S)	INDICADOR(ES)	RESPONSABLE(S)
5. Potenciamiento de la investigación científica	5.1 Planificar y estructurar la actividad científica del Museo	5.1.1 Elaborar un plan de colecciones, coherente con la política de colecciones, que oriente la investigación y la recolección de material	5.1.1.1 Elaborar catastro de las áreas carentes de representatividad, a diciembre de 2012. 5.1.1.2 Elaborar un plan de recolección a abril de 2013.	Informe de Áreas Carentes Plan elaborado	J. Yáñez L. Azócar
		5.1.2 Implementar el plan de colecciones	5.1.2.1 Cubrir un 20% de la brecha detectada a diciembre de 2014.	% de la brecha cubierta	J. Yáñez L. Azócar
		5.1.3 Elaborar una Política de Investigación del Museo que oriente y priorice las actividades de investigación	5.1.3.1 Redactar y validar la Política de Investigación, a junio de 2012.	Política validada	J. Yáñez
	5.2 Asegurar la vigencia de la actividad científica del Museo	5.2.1 Prever los futuros retiros, de manera de hacer una transición lo más efectiva posible	5.2.1.1 Formular un plan de recambio generacional, a noviembre de 2011.	Plan elaborado	A. López J. Yáñez
		5.2.2 Ampliar las especialidades de los curadores para cubrir una mayor biodiversidad	5.2.2.1 Contratar cuatro especialistas de áreas no representadas, a marzo de 2015.	Número de especialistas contratados	C. Gómez A. López J. Yáñez
		5.2.3 Potenciar los laboratorios con instrumental adecuado y moderno para subir los estándares de investigación	5.2.3.1 Adquirir instrumental de uso transversal a las actividades científicas, de a lo menos dos áreas a diciembre de 2013.	Instrumental adquirido por área	J. Yáñez
	5.3 Difundir la información científica a los distintos públicos a través de distintos medios	5.3.1 Involucrar a los ciudadanos en el quehacer del museo, respondiendo a sus demandas.	5.3.1.1 Realizar una actividad mensual de difusión por curador, distinta a MUVACO.	Número actividades curatoriales de difusión (prensa, redes sociales, vitrina del mes y otros)	J. Yáñez S. Villagrán
		5.3.2 Posicionar la actividad científica del museo entre sus pares	5.3.2.1 Publicar anualmente a lo menos uno de los artículos científicos en el Boletín del MNHN	Número de publicaciones anuales en el Boletín MNHN	J. Yáñez

MUSEO NACIONAL DE HISTORIA NATURAL PLAN ESTRATÉGICO 2011-2015

FACTOR CLAVE DE ÉXITO	OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	ESTRATEGIAS	META(S)	INDICADOR(ES)	RESPONSABLE(S)
6. Gestión de Colecciones	6.1 Implementar y socializar la Política de Colecciones para guiar las actividades del Museo	6.1.1 Dar a conocer la Política de Colecciones a las distintas áreas y grupos de interés	6.1.1.1 Distribuir y publicar la Política de Colecciones del MNHN, a diciembre del 2011.	Política de colecciones distribuida dentro y fuera del MNHN	L. Azócar S. Villagrán
		6.1.2 Validar el Manual de Procedimientos en relación a la Política de Colecciones	6.1.2.1 Distribuir y publicar el manual de colecciones a la comunidad del MNHN y grupos de interés, a diciembre de 2011.	Manual de Procedimientos distribuido y publicado	L. Azócar
	6.2 Actualizar los sistemas de conservación físico y documental	6.2.1 Identificar el estado de las colecciones (número, conservación, incongruencias) y sus bases de datos	6.2.1.1 Elaborar informes de estado de colecciones y bases de datos a diciembre de cada año.	Informes de estado por colección Informes de Bases de Datos	L. Azócar
	6.3 Preparar el traslado de las colecciones al Depósito Externo de Colecciones (DEC)	6.3.1 Aplicar sistemas de almacenaje y traslado museológicamente seguros, utilizando estándares internacionales óptimos	6.3.1.1 Continuar con la ejecución del sistema de resguardo actual, asegurando el embalaje de a lo menos 3.000 objetos anuales.	Número de objetos embalados anualmente	L. Azócar
	6.4 Asegurar e incrementar el financiamiento para la gestión de colecciones	6.4.1 Buscar nuevas opciones de financiamiento, además de la existente	6.4.1.1 Presentar el proyecto patrimonial a mayo de cada año. 6.4.1.2 Optar a otras fuentes de financiamiento distintas al proyecto patrimonial, al menos uno al año.	Proyecto presentado Número de proyectos presentados	L. Azócar

MUSEO NACIONAL DE HISTORIA NATURAL PLAN ESTRATÉGICO 2011-2015

FACTOR CLAVE DE ÉXITO	OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	ESTRATEGIAS	META(S)	INDICADOR(ES)	RESPONSABLE(S)
7. Fortalecimiento de la comunicación y del desarrollo institucional	7.1 Posicionar la importancia de la institución en las distintas audiencias, a través de actividades de difusión	7.1.1 Elaborar nuevos recursos que permitan difundir el quehacer del MNHN, en sintonía con los intereses tanto de la ciudadanía como de la institución.	7.1.1.1 Publicar dos notas digitales anuales por curador sobre lo que realiza el MNHN. 7.1.1.2 Producir al menos cinco folletos anuales asociados a la muestra Chile Biogeográfico.	Número de artículos publicados Número de folletos	J. Yáñez S. Villagrán
		7.1.2 Elaborar un plan comunicacional transversal en distintos medios	7.1.2.1 Preparar un comunicado oficial sobre la reapertura del MNHN. 7.1.2.2 Crear un plan de medios para la reapertura del Museo, como mínimo dos meses antes de la fecha definitiva. 7.1.2.3 Implementar un plan de medios que se prolongue hasta la reapertura.	Comunicado oficial de reapertura Plan elaborado Plan implementado	S. Villagrán B. Ojeda S. Villagrán S. Villagrán
		7.1.3 Mantener y desarrollar alianzas estratégicas con socios claves	7.1.3.1. Mantener vigentes las alianzas con instituciones que ya existen vínculos. 7.1.3.2 Buscar dos alianzas nuevas con instituciones por año.	Número de alianzas vigentes. Número de alianzas estratégicas nuevas	S. Villagrán B. Ojeda
		7.1.4 Potenciar la imagen corporativa del MNHN	7.1.4.1 Diseñar y distribuir un resumen ejecutivo para promocionar el MNHN, a marzo de 2012. 7.1.4.2 Elaborar una memoria anual del quehacer institucional para difusión, a enero de 2013. 7.1.4.3 Presentar el nuevo logo e imagen corporativa del MNHN, a septiembre de 2011. 7.1.4.4 Implementar la campaña comunicacional para difundir la nueva imagen del MNHN, a diciembre de 2011	Resumen ejecutivo diseñado y distribuido a instituciones Memoria elaborada Presentación de la nueva imagen corporativa Campaña implementada.	R. Faundez S. Villagrán

MUSEO NACIONAL DE HISTORIA NATURAL PLAN ESTRATÉGICO 2011-2015

FACTOR CLAVE DE ÉXITO	OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	ESTRATEGIAS	META(S)	INDICADOR(ES)	RESPONSABLE(S)
7. Fortalecimiento de la comunicación y del desarrollo institucional (continuación)	7.2 Posicionar la importancia de la institución en las distintas audiencias, a través de actividades de extensión	7.2.1 Ampliar la cobertura de las actividades de extensión antes de la reapertura	7.2.1.1 Aumentar la cobertura y frecuencia de Muvaco, a dos regiones no visitadas por año. 7.2.1.2 Elaborar un plan de exposiciones temporales a diciembre 2011.	Número de nuevas regiones visitadas con MUVACO Plan elaborado	R. Rojas R. Faúndez
		7.2.2 Preparar nuevas actividades de extensión post reapertura del museo	7.2.2.1 Realizar al menos cuatro Museos a Puertas Abiertas por año.	Número de Museo a Puertas Abiertas por año	S. Villagrán R. Rojas B. Ojeda
		7.2.3 Desarrollar alianzas estratégicas con instituciones similares y otras.	7.2.3.1 Lograr al menos dos acuerdos anuales con instituciones para actividades de extensión del MNHN.	Número de acuerdos establecidos por año	S. Villagran B. Ojeda

**PLANES DE ACCIÓN PARA IMPLEMENTAR EL
PLAN ESTRATÉGICO DEL MNHN
PERÍODO 2011-2015**

PLANES DE ACCIÓN FCE 1: Reapertura del museo

META / PROYECTO: Cumplir con la ejecución del cronograma del proyecto de renovación del primer piso a junio 2012.

ACTIVIDAD	RESPONSABLE	FECHA LÍMITE
1.- Cronograma aprobado.	C. Gómez	15 julio 2011
2.- Seguimiento y evaluación semanal del cronograma	A. López	30 junio 2012
3.- Cierre proyecto y evaluación (informe) final.	C. Gómez / A. López	30 agosto 2012

PLANES DE ACCIÓN FCE 1: Reapertura del museo

META / PROYECTO: Desarrollar reuniones de coordinación y evaluación, por lo menos dos veces al mes.

ACTIVIDAD	RESPONSABLE	FECHA LÍMITE
1.- Convocar a reuniones según tema(s) específico(s).	A. López / B. Ojeda	Hasta fin del proyecto.
2.- Toma de actas.	B. Ojeda	Hasta fin del proyecto.
3.- Distribución y validación de actas.	B. Ojeda + involucrados	Hasta fin del proyecto.
4.- Publicación de actas e implementación de acuerdos.	A. López / B. Ojeda	Hasta fin del proyecto.

PLANES DE ACCIÓN FCE 1: Reapertura del museo

META / PROYECTO: Presentar el proyecto a la comunidad del museo y sus avances, antes de fin de año y a principios de 2012

ACTIVIDAD	RESPONSABLE	FECHA LÍMITE
1.- Solicitar y coordinar con empresa ReCrea presentación multimedia sobre proyecto museográfico.	A. López / B. Ojeda	31 julio 2011
2.- Acordar fechas reuniones ampliadas años 2011 y 2012	C. Gómez / C. Asesor	31 julio 2011
3.- Convocar a reuniones ampliadas para presentar proyecto museográfico.	S. Villagrán	Según fecha acordada en punto 2
4.- Subir presentaciones proyecto a Intranet MNHN.	B. Ojeda	Máximo 5 días después de las reuniones respectivas.

PLANES DE ACCIÓN FCE 1: Reapertura del museo

META / PROYECTO: Identificar prácticas a cambiar e implementar adecuaciones (según diagnóstico previo), dos meses antes de la reapertura.

ACTIVIDAD	RESPONSABLE	FECHA LÍMITE
1.- Hacer un levantamiento de los requerimientos planteados por la nueva exposición permanente.	A. López / R. Faúndez / P. León	15 octubre 2011
2.- Estimar participativamente (con los involucrados) el o los impactos a las prácticas de trabajo existentes.	A. López / R. Faúndez / P. León + Involucrados	15 noviembre 2011
3.- Plantear las adecuaciones requeridas.	A. López / R. Faúndez / P. León	15 diciembre 2011
4.- Implementar las adecuaciones determinadas	A. López / R. Faúndez / P. León	31 marzo 2012
5.- Evaluar antes de la reapertura al personal crítico (tipo test de conocimientos)	A. López / R. Faúndez / P. León	Un mes antes de la reapertura
6.- Evaluar las prácticas aplicadas después de la reapertura.	A. López / R. Faúndez / P. León	Dos meses después de la reapertura

PLANES DE ACCIÓN FCE 2: Posicionamiento estratégico del Plan de Desarrollo del Museo en autoridades claves

META / PROYECTO: Elaborar nómina de agentes estratégicos, a enero 2012

ACTIVIDAD	RESPONSABLE	FECHA LÍMITE
1.- Detectar instituciones y autoridades que tengan capacidad de influencia y poder de decisión respecto de la visión de futuro del museo.	C. Gómez + Consejo Asesor	30 octubre 2011
2.- Preparar una lista con instituciones y autoridades identificadas en 1.	C. Gómez	30 noviembre 2011

PLANES DE ACCIÓN FCE 2: Posicionamiento estratégico del Plan de Desarrollo del museo en autoridades claves

META / PROYECTO: Acordar niveles de acción tanto de la DIBAM como del MNHN, a enero 2012.

ACTIVIDAD	RESPONSABLE	FECHA LÍMITE
1.- Presentar la lista elaborada en la meta anterior a la dirección de la DIBAM para su evaluación previa.	C. Gómez	15 diciembre 2011
2.- Solicitar reunión con directora de la DIBAM para acordar niveles de acción según lista sancionada en la meta anterior.	C. Gómez	5 enero 2012
3.- Elaborar documento que establezca los acuerdos sobre las áreas de acción de la dirección DIBAM y dirección MNHN.	C. Gómez	10 días después de la reunión

PLANES DE ACCIÓN FCE 2: Posicionamiento estratégico del Plan de Desarrollo del museo en autoridades claves

META / PROYECTO: Redactar y diseñar un texto que presente la visión de futuro del museo, a marzo 2012.

ACTIVIDAD	RESPONSABLE	FECHA LÍMITE
1.- Escribir y aprobar texto final	C. Gómez	15 agosto 2011
2.- Diseñar documento para distribución a agentes identificados.	R. Faúndez / S. Villagrán	30 septiembre 2011
3.- Producción documento y material asociado.	S. Villagrán	30 octubre 2011

PLANES DE ACCIÓN FCE 2: Posicionamiento estratégico del Plan de Desarrollo del museo en autoridades claves

META / PROYECTO: Difundir texto a agentes tomadores de decisiones, a más tardar mayo 2012

ACTIVIDAD	RESPONSABLE	FECHA LÍMITE
1.- Entregar textos a agentes identificados previamente.	S. Villagrán	31 marzo 2012
2.- Realizar seguimiento de la recepción del material remitido.	S. Villagrán	30 abril 2012

PLANES DE ACCIÓN FCE 2: Posicionamiento estratégico del Plan de Desarrollo del museo en autoridades claves

META / PROYECTO: Invitar a los agentes identificados previamente al museo, junio 2012.

ACTIVIDAD	RESPONSABLE	FECHA LÍMITE
1.- Planificar programación de invitaciones.	S. Villagrán	30 abril 2012
2.- Enviar y confirmar invitaciones.	S. Villagrán	31 mayo 2012
3.- Recibir invitados según programa.	C. Gómez + Equipo	30 junio 2012 (a confirmar según fecha de inauguración)
4.- Realizar informe de evaluación de visitas.	C. Gómez / S. Villagrán	Un mes después de las visitas.

PLANES DE ACCIÓN FCE 3: Diversificación y equipamiento de la oferta de servicios

META / PROYECTO: Elaborar audioguías de la exposición Chile Biogeográfico, en español e inglés a marzo de 2012.

ACTIVIDAD	RESPONSABLE	FECHA LÍMITE
1. Proveer contenidos para elaborar guión de audioguías.	J. Yañez	Diciembre 2011
2. Licitación de servicios de audioguías	B.Ojeda	Enero 2012
3. Implementación de audioguías.	R. Rojas M. Villagran B. Ojeda	Desde reapertura MNHN

PLANES DE ACCIÓN FCE 3: Diversificación y equipamiento de la oferta de servicios

META / PROYECTO: Exhibir una pieza por mes

ACTIVIDAD	RESPONSABLE	FECHA LÍMITE
1. Definir criterios de selección	R. Rojas J. Yañez L. Azocar	15 noviembre de cada año
2. Definir piezas a exhibir	J. Yañez L. Azocar R. Faundez	30 noviembre de cada año
3. Calendarizar las piezas a exhibir	B. Ojeda S. Villagran	15 diciembre de cada año
4. - Generar y dar visto bueno a los contenidos para cada una de las piezas seleccionadas	J. Yañez + Curadores involucrados R. Rojas	15 enero de cada año
5. Diseño de material informativo por cada pieza	R. Faundez S. Villagran B. Ojeda	Según calendario
6. Montaje de cada pieza.	R. Faundez	Según calendario

PLANES DE ACCIÓN FCE 3: Diversificación y equipamiento de la oferta de servicios

META / PROYECTO: Elaborar un reporte sobre el uso de redes sociales, a diciembre de 2011.

ACTIVIDAD	RESPONSABLE	FECHA LÍMITE
1. Recopilar y redactar informe	B. Ojeda S. Villagran	30 noviembre 2011
2. Publicar y difundir interna y externamente los resultados del informe	B. Ojeda S. Villagran	30 diciembre 2011

PLANES DE ACCIÓN FCE 3: Diversificación y equipamiento de la oferta de servicios

META / PROYECTO: Realizar dos charlas informativas sobre el uso de las redes sociales, a noviembre 2011 y marzo 2012

ACTIVIDAD	RESPONSABLE	FECHA LÍMITE
1. Agendar y programar charlas	B. Ojeda S. Villagran	15 octubre 2011
2. Convocar a funcionarios	B. Ojeda S. Villagran	30 octubre 2011
3. Primera charla con encuesta de diagnóstico	B. Ojeda S. Villagran	30 de noviembre 2011
4. Evaluar encuesta	B. Ojeda S. Villagran	30 de diciembre 2011
5. Retroalimentar resultados	B. Ojeda S. Villagran	Enero 2012

PLANES DE ACCIÓN FCE 4: Fortalecimiento de la Estructura Organizacional y los mecanismos de coordinación interna

META / PROYECTO: Proponer incremento de personal, a mayo de cada año.

ACTIVIDAD	RESPONSABLE	FECHA LÍMITE
1.- Establecer un diagnóstico de las necesidades anuales de nuevo personal.	C. Gómez / A. López	15 enero 2012
2.- Preparar propuestas anuales de petición de nuevo personal.	C. Gómez / A. López	Mayo de cada año
3.- Contratar personal asignado anualmente.	C. Gómez / A. López + Equipo	Según procesos internos
4.- Evaluar incremento de personal y los impactos generados	A. López + Equipo	Al cierre del PE 2011-2015

PLANES DE ACCIÓN FCE 4: Fortalecimiento de la Estructura Organizacional y los mecanismos de coordinación interna

META / PROYECTO: Elaborar propuesta de estandarización de remuneraciones (personal a contrata), a mayo de cada año.

ACTIVIDAD	RESPONSABLE	FECHA LÍMITE
1.- Establecer un diagnóstico de las necesidades de estandarización según principios transversales y equitativos.	A. López	15 enero 2012
2.- Plantear principios generales de estandarización de grados de personal a contrata a la dirección de la DIBAM.	C. Gómez	31 marzo 2012
3.- Preparar propuestas anuales de petición de estandarización de grados del personal a contrata.	C. Gómez / A. López	Mayo de cada año
4.- Implementar estandarización de remuneraciones de personal a contrata según recursos asignados.	A. López	Según procesos internos

PLANES DE ACCIÓN FCE 4: Fortalecimiento de la Estructura Organizacional y los mecanismos de coordinación interna

META / PROYECTO: Elaborar informe de necesidades de capacitación, a enero de cada año.

ACTIVIDAD	RESPONSABLE	FECHA LÍMITE
1.- Diagnosticar necesidades de capacitación del personal.	M.E. Muñoz	30 de octubre cada año
2.- Elaborar informe de necesidades de capacitación al Depto. de Gestión y Desarrollo de la DIBAM.	M.E. Muñoz	30 noviembre de cada año
3.- Obtener respuesta formal del Depto. de Gestión y Desarrollo de la DIBAM al informe remitido.	M.E. Muñoz	30 diciembre de cada año

PLANES DE ACCIÓN FCE 4: Fortalecimiento de la Estructura Organizacional y los mecanismos de coordinación interna

META / PROYECTO: Preparar plan de capacitación anual, a enero de cada año.

ACTIVIDAD	RESPONSABLE	FECHA LÍMITE
1.- Elaborar plan anual de capacitación basada en informes de necesidades.	A. López	15 de enero de cada año
2.- Entregar propuesta de plan anual de capacitación al Dpto. de Gestión y Desarrollo de las Personas de la DIBAM para su revisión y aprobación	A. López	15 de marzo de cada año
3.- Implementar plan de capacitación anual según recursos disponibles y/o asignados.	A. López	30 noviembre de cada año

PLANES DE ACCIÓN FCE 4: Fortalecimiento de la Estructura Organizacional y los mecanismos de coordinación interna

META / PROYECTO: Elaborar un manual de procesos distribuido a todo el personal del MNHN, a enero 2012.

ACTIVIDAD	RESPONSABLE	FECHA LÍMITE
1.- Redactar Manual de Procesos de Gestión y Administración	A. López	30 de septiembre
2.- Validar Manual por Jefaturas	A. López	30 de octubre
3.- Distribuir formalmente a todos los funcionarios del Museo	A. López	Al 30 de diciembre 2011

PLANES DE ACCIÓN FCE 4: Fortalecimiento de la Estructura Organizacional y los mecanismos de coordinación interna

META / PROYECTO: Implementar estrategias anuales de mejoramiento continuo en las comunicaciones y relaciones inter- e intra- áreas.

ACTIVIDAD	RESPONSABLE	FECHA LÍMITE
1.- Identificar puntos críticos de interacción entre áreas.	C. Asesor (en consulta con jefes y supervisores)	Diciembre de cada año
2.- Proponer estrategias de mejoramiento continuo en las comunicaciones y relaciones.	C. Asesor	Marzo de cada año
3.- Implementar y monitorear estrategias aplicadas.	C. Asesor	Fin de cada año

PLANES DE ACCIÓN FCE 4: Fortalecimiento de la Estructura Organizacional y los mecanismos de coordinación interna

META / PROYECTO: Mantener Reuniones Informativas bimensuales.

ACTIVIDAD	RESPONSABLE	FECHA LÍMITE
1.- Preparar presentación	C. Gómez	Bimensual
2.- Citar a reuniones	M. Vásquez	Bimensual
3.- Distribuir y publicar presentación en Intranet	C. Gómez	Hasta 5 días después de cada presentación.

PLANES DE ACCIÓN FCE 4: Fortalecimiento de la Estructura Organizacional y los mecanismos de coordinación interna

META / PROYECTO: Implementar un programa anual de actividades extra-programáticas.

ACTIVIDAD	RESPONSABLE	FECHA LÍMITE
1.- Formar un grupo de trabajo (Comité)	R. Faúndez	Septiembre 2011
2.- Proponer programa de actividades	R. Faúndez y Comité	Noviembre 2011
3.- Implementar programa	R. Faúndez y Comité	Enero 2012

PLANES DE ACCIÓN FCE 5: Potenciamiento de la investigación científica

META / PROYECTO: Elaborar catastro de las áreas carentes de representatividad, a diciembre 2012.

ACTIVIDAD	RESPONSABLE	FECHA LÍMITE
1. Levantamiento de las áreas carentes de representatividad, por colección.	Jefes de área	enero - septiembre de 2012
2. Integración y procesamiento de información	J. Yáñez L. Azócar	noviembre de 2012

PLANES DE ACCIÓN FCE 5: Potenciamiento de la investigación científica

META / PROYECTO: Elaborar un plan de recolección a abril de 2013.

ACTIVIDAD	RESPONSABLE	FECHA LÍMITE
1. Establecer las prioridades de recolección	J. Yáñez L. Azócar	enero de 2013
2. Establecer calendario de salidas a terreno para recolectar en las áreas carentes de representatividad.	J. Yáñez	marzo de 2013

PLANES DE ACCIÓN FCE 5: Potenciamiento de la investigación científica

META / PROYECTO: Cubrir un 20% de la brecha detectada a diciembre de 2014.

ACTIVIDAD	RESPONSABLE	FECHA LÍMITE
1. Ejecutar cometidos funcionarios para salidas a terreno	Curadores	Según calendario
2. Elaborar reportes de salidas a terreno	Curadores	Según calendario

PLANES DE ACCIÓN FCE 5: Potenciamiento de la investigación científica

META / PROYECTO: Redactar y validar la Política de Investigación a junio de 2012.

ACTIVIDAD	RESPONSABLE	FECHA LÍMITE
1. Plan de reuniones entre los curadores para definir los lineamientos	J. Yáñez	agosto de 2011
2. Nombrar un grupo de trabajo que realice la redacción de la política	J. Yáñez	septiembre de 2011
3. Reunión con los jefes de área curatorial para validar la política	J. Yáñez	junio de 2012

PLANES DE ACCIÓN FCE 5: Potenciamiento de la investigación científica

META / PROYECTO: Formular un plan de recambio generacional a noviembre de 2011.

ACTIVIDAD	RESPONSABLE	FECHA LÍMITE
1. Realizar catastro de curadores con edades de jubilación	M. E. Muñoz	agosto de 2011
2. Priorizar las especialidades que requieren contrataciones de recambio	J. Yáñez	septiembre de 2011
3. Elaborar el cronograma	J. Yáñez	diciembre de 2011

PLANES DE ACCIÓN FCE 5: Potenciamiento de la investigación científica

META / PROYECTO: Contratar cuatro especialistas de áreas no representadas a marzo de 2015.

ACTIVIDAD	RESPONSABLE	FECHA LÍMITE
1. Definir los especialistas requeridos, priorizándolos	J. Yáñez	Diciembre 2011
2. Solicitar las contrataciones	C. Gómez	Abril de cada año

PLANES DE ACCIÓN FCE 5: Potenciamiento de la investigación científica

META / PROYECTO: Adquirir instrumental de uso transversal a las actividades científicas, de a lo menos dos áreas a diciembre 2013.

ACTIVIDAD	RESPONSABLE	FECHA LÍMITE
1. Hacer diagnostico de las necesidades de dos áreas curatoriales	J. Yáñez	abril de 2012
2. Priorizar el instrumental requerido	J. Yáñez	abril de 2012
3. Preparar bases de licitación	Jefes de área	enero de 2013
4. Ejecutar el proceso de adquisición de los equipos	A. López	
5. Evaluar y retroalimentar la inversión	J. Yáñez	

PLANES DE ACCIÓN FCE 5: Potenciamiento de la investigación científica

META / PROYECTO: Realizar una actividad mensual de difusión por curador, distinta a MUVACO.

ACTIVIDAD	RESPONSABLE	FECHA LÍMITE
1. Realizar notas para twitter, facebook, vitrina del mes, página Web, y otros medios digitales y escritos.	Jefes de áreas curatoriales	Cada mes

PLANES DE ACCIÓN FCE 5: Potenciamiento de la investigación científica

META / PROYECTO: Publicar anualmente a lo menos uno de los artículos científicos comprometidos en el Boletín del MNHN.

ACTIVIDAD	RESPONSABLE	FECHA LÍMITE
1. Entregar artículo científico al editor del boletín	Jefes de áreas y curadores	julio de cada año
2. Edición y publicación de artículos en el boletín MNHN	Editor Boletín	octubre de cada año

PLANES DE ACCIÓN FCE 6: Gestión de Colecciones

META / PROYECTO: Distribuir y publicar la Política de Colecciones del MNHN a diciembre del 2011.

ACTIVIDAD	RESPONSABLE	FECHA LÍMITE
1. Elaborar la política de colecciones	L. Azócar	Agosto de 2011
2. Revisar y validar política de colecciones	C. Gómez J. Yáñez L. Azócar	Septiembre de 2011
3. Definir grupos de interés	L. Azócar	Octubre de 2011
4. Publicar y difundir la política de colecciones	S. Villagrán B. Ojeda	Diciembre de 2011

PLANES DE ACCIÓN FCE 6: Gestión de Colecciones

META / PROYECTO: Distribuir y publicar el manual de procedimiento de colecciones a la comunidad del museo y grupos de interés.

ACTIVIDAD	RESPONSABLE	FECHA LÍMITE
1. Reunión de validación del manual de procedimientos de colecciones con los administradores de colecciones	L. Azocar	Octubre de 2011
2. Distribuir manual de procedimientos a los funcionarios y grupos de interés	L. Azócar S. Villagrán B. Ojeda	Diciembre de 2011
3. Publicar manual de procedimientos	S. Villagrán B. Ojeda	Diciembre de 2011

PLANES DE ACCIÓN FCE 6: Gestión de Colecciones

META / PROYECTO: Elaborar informes de estado de colecciones y bases de datos a diciembre de cada año.

ACTIVIDAD	RESPONSABLE	FECHA LÍMITE
1. Elaborar formato de informe anual de estado de colecciones	L. Azócar	Octubre de cada año
2. Pedir informes respectivo a curadores y/o empresas externas que ejecute el trabajo de conservación de colecciones	L. Azocar Jefes de Área (curadores)	Noviembre de cada año
3. Pedir informe a encargado de bases de datos biológicas	L. Azocar O. Gálvez	Noviembre de cada año
4. Elaborar informe anual de estado de colecciones y bases de datos	L. Azocar	Diciembre de cada año

PLANES DE ACCIÓN FCE 6: Gestión de Colecciones

META / PROYECTO: Continuar con la ejecución del sistema de resguardo actual asegurando el embalaje de a lo menos 600 objetos anuales.

ACTIVIDAD	RESPONSABLE	FECHA LÍMITE
1. Medir el número de objetos resguardados 2.	L. Azocar	Diciembre de cada año
3. Priorizar colección crítica a resguardar	L. Azócar + Jefes de Área	Diciembre de cada año
4. Elaborar bases de licitación para resguardo de objetos	L. Azócar	Enero de cada año
5. Evaluar el trabajo de resguardo	L. Azócar + Jefe de Área	Diciembre de cada año

PLANES DE ACCIÓN FCE 6: Gestión de Colecciones

META / PROYECTO: Presentar el proyecto patrimonial a mayo de cada año

ACTIVIDAD	RESPONSABLE	FECHA LÍMITE
1. Preparar el proyecto patrimonial para resguardo de colecciones	L. Azocar	Abril de cada año
2. Presentar el proyecto patrimonial	C. Gómez	Mayo de cada año

PLANES DE ACCIÓN FCE 6: Gestión de Colecciones

META / PROYECTO: Optar a otras fuentes de financiamiento distintas al proyecto patrimonial, al menos uno al año.

ACTIVIDAD	RESPONSABLE	FECHA LÍMITE
1. Identificar fuentes de financiamiento	L. Azócar	Enero de cada año
2. Preparar proyectos para presentar a instancias de financiamiento	L. Azocar	uno al año

PLANES DE ACCIÓN FCE 7: Fortalecimiento de la Comunicación y del Desarrollo Institucional

META / PROYECTO: Publicar dos notas digitales anuales por curador sobre lo que realiza el MNHN.

ACTIVIDAD	RESPONSABLE	FECHA LÍMITE
1. Hacer un calendario de notas a publicar	S. Villagran B. Ojeda.	30 Diciembre de cada año
2. Redacción y elaboración de artículo, por lo menos uno por semestre por curador desde enero de 2012	J. Yáñez Curador o funcionario/autor	Desde enero a diciembre
3. Revisión y visto bueno de artículo	J. Yáñez. S. Villagrán	Según calendario
4. Difusión artículo	M. Villagrán B. Ojeda	Según calendario

PLANES DE ACCIÓN FCE 7: Fortalecimiento de la Comunicación y del Desarrollo Institucional

META / PROYECTO: Producir al menos cinco folletos impresos anuales asociados a la muestra Chile Biogeográfico.

ACTIVIDAD	RESPONSABLE	FECHA LÍMITE
1. Hacer un calendario de folletos a publicar	S. Villagran B. Ojeda.	Diciembre 2011
2. Seleccionar y redactar cada folleto	J. Yáñez. + Curador Raúl Rojas	Según calendario
3. Diseñar y elaborar folleto	R. Faundez	Según calendario
4. Revisar folleto y validarlo	M. Villagran B. Ojeda.	Según calendario
5. Difusión del folleto	M. Villagrán B. Ojeda	Según calendario

PLANES DE ACCIÓN FCE 7: Fortalecimiento de la Comunicación y del Desarrollo Institucional

META / PROYECTO: Preparar un comunicado oficial sobre la reapertura del MNHN.

ACTIVIDAD	RESPONSABLE	FECHA LÍMITE
1. Redactar comunicado	S. Villagran B. Ojeda	15 enero 2012
2. Elaborar de plan de medios para difusión del comunicado.	S. Villagran B. Ojeda	30 enero 2012
3. Difusión comunicado	S. Villagrán B. Ojeda	Comenzar tres semanas antes de la reapertura

META / PROYECTO: Crear un plan de medios para la reapertura del Museo, como mínimo dos meses antes de la fecha definitiva.

ACTIVIDAD	RESPONSABLE	FECHA LÍMITE
1. Elaborar calendario	S. Villagran B. Ojeda	Dos meses previo a la fecha de reapertura
2. Elaborar el plan de medios para difusión de la reapertura.	S. Villagran B. Ojeda	Sujeto a calendario

META / PROYECTO: Implementar un plan de medios que se prolongue hasta la reapertura.

ACTIVIDAD	RESPONSABLE	FECHA LÍMITE
1. Difundir el plan de medios para la reapertura	S. Villagran B. Ojeda	Dos meses previo a la fecha de reapertura
2. Ejecutar el plan de medios de reapertura	S. Villagran B. Ojeda	Sujeto a calendario
3. Evaluar el plan	M. Villagrán B. Ojeda	Un mes después de terminado el plan

PLANES DE ACCIÓN FCE 7: Fortalecimiento de la Comunicación y del Desarrollo Institucional

META / PROYECTO: Mantener vigentes las alianzas con instituciones que ya existen vínculos.

ACTIVIDAD	RESPONSABLE	FECHA LÍMITE
1. Levantamiento y evaluación de alianzas vigentes	M. Villagran B. Ojeda	15 Diciembre 2011
2. Programación de reuniones con instituciones	M Villagran B. Ojeda	15 Enero 2012
3. Participación en instancias ya vigentes	C. Gomez M. Villagran B. Ojeda	Marzo- Diciembre período 2012-2015

PLANES DE ACCIÓN FCE 7: Fortalecimiento de la Comunicación y del Desarrollo Institucional

META / PROYECTO: Buscar dos alianzas nuevas con instituciones por año

ACTIVIDAD	RESPONSABLE	FECHA LÍMITE
1. Sondear posibles instituciones con las que efectuar alianzas	S. Villagran B. Ojeda	Abril- Mayo de cada año
2. Agendar reuniones con las instituciones seleccionadas.	S. Villagran B. Ojeda	Junio- Noviembre de cada año
3. Reporte anual de nuevas alianzas	M. Villagran B.Ojeda	A diciembre de cada año

PLANES DE ACCIÓN FCE 7: Fortalecimiento de la Comunicación y del Desarrollo Institucional

META / PROYECTO: Diseñar y distribuir un resumen ejecutivo para promocionar el MNHN, a marzo de 2012.

ACTIVIDAD	RESPONSABLE	FECHA LÍMITE
1. Elaborar propuestas de diseño	R. Faundez M. Marinov	15 Noviembre 2011
2. Revisión y visto bueno del diseño de resumen ejecutivo	C. Gomez S. Villagran	30 diciembre 2011
3. Producción de resumen ejecutivo	A. Lopez	Enero 2012
4. Distribución de resumen ejecutivo	S. Villagran B. Ojeda	Marzo a Diciembre 2012

PLANES DE ACCIÓN FCE 7: Fortalecimiento de la Comunicación y del Desarrollo Institucional

META / PROYECTO: Realizar una memoria anual del quehacer institucional para difusión, a enero de 2013

ACTIVIDAD	RESPONSABLE	FECHA LÍMITE
1. Solicitar información de actividades institucionales relevantes por área	Jefes de Área.	15 noviembre 2012
2. Redacción de memoria anual	S. Villagran B. Ojeda	15 diciembre 2012
3. Diseño de memoria anual	R. Faundez M. Marinov	30 enero 2013
4. Publicar y difundir memoria anual 2012	A. Lopez M. Villagran	Marzo- Diciembre 2013.

PLANES DE ACCIÓN FCE 7: Fortalecimiento de la Comunicación y del Desarrollo Institucional

META / PROYECTO: Presentar el nuevo logo e imagen corporativa, a septiembre de 2011.

ACTIVIDAD	RESPONSABLE	FECHA LÍMITE
1. Desarrollar una presentación audiovisual atractiva del logo e imagen corporativa para lanzamiento oficial.	R. Faundez L. Veloso	30 Agosto 2011
2. Elaboración de material corporativo para entregar durante el Aniversario 2011	R. Faundez B. Ojeda S. Villagrán	14 septiembre 2011
3. Presentación nuevo logo en aniversario del MNHN	C. Gomez	14 septiembre 2011

PLANES DE ACCIÓN FCE 7: Fortalecimiento de la Comunicación y del Desarrollo Institucional

META / PROYECTO: Implementar la campaña comunicacional para difundir la nueva imagen del MNHN, a diciembre de 2011.

ACTIVIDAD	RESPONSABLE	FECHA LÍMITE
1. Diseñar campaña comunicacional	S. Villagran B. Ojeda	30 Agosto 2011
2. Etapa 1: Presentación nuevo logo en aniversario del MNHN	C.Gomez	14 septiembre 2011
3. Etapa 2: nueva imagen MNHN en 41ª Feria Científica	R. Rojas S. Villagran B. Ojeda	5 Octubre 2011
4. Reforzar campaña comunicacional	S. Villagran B. Ojeda	15 septiembre – diciembre 2011

PLANES DE ACCIÓN FCE 7: Fortalecimiento de la Comunicación y del Desarrollo Institucional

META / PROYECTO: Aumentar la cobertura y frecuencia de Muvaco a dos regiones no visitadas por año.

ACTIVIDAD	RESPONSABLE	FECHA LÍMITE
1. Elaborar un calendario de visitas e identificar regiones potenciales	R. Rojas	Marzo de cada año
2. Gestión y ejecución de los viajes	R. Rojas	Abril a noviembre de cada año

PLANES DE ACCIÓN FCE 7: Fortalecimiento de la Comunicación y del Desarrollo Institucional

META / PROYECTO: Elaborar un plan de exposiciones temporales, a diciembre 2011.

ACTIVIDAD	RESPONSABLE	FECHA LÍMITE
1. Elaborar un diagnóstico de las exposiciones disponibles y potenciales	R. Faundez, R. Rojas, J. Yañez S. Villagran	30 de noviembre 2011
2. Evaluar factibilidad de propuesta	A. Lopez C. Gomez	Enero 2012
3. Planificación de exposiciones temporales futuras	Consejo Asesor	Marzo 2012
4. Producción y ejecución	R. Faundez A. Lopez	Abril a diciembre a partir de 2012

PLANES DE ACCIÓN FCE 7: Fortalecimiento de la Comunicación y del Desarrollo Institucional

META / PROYECTO: Realizar al menos cuatro Museos a Puertas Abiertas por año.

ACTIVIDAD	RESPONSABLE	FECHA LÍMITE
1. Evaluar experiencias anteriores.	R. Rojas S. Villagran B. Ojeda	A noviembre de cada año
2. Elaborar programación anual.	R. Rojas S. Villagrán B. Ojeda	A enero de cada año
3. Difundir programación anual	S. Villagran B. Ojeda	A marzo de cada año

PLANES DE ACCIÓN FCE 7: Fortalecimiento de la Comunicación y del Desarrollo Institucional

META / PROYECTO: Lograr al menos dos acuerdos anuales con instituciones para actividades de extensión del MNHN

ACTIVIDAD	RESPONSABLE	FECHA LÍMITE
1. Sondear posibles instituciones con quienes realizar alianzas	S. Villagran B. Ojeda	30 noviembre de cada año
2. Agendar reuniones.	S. Villagran B. Ojeda	Marzo- diciembre de cada año

ANEXOS

RESULTADOS DEL ANÁLISIS ESTRATÉGICO EFECTUADO POR LOS GRUPO PARTICIPANTES

ANEXO 1

RESULTADOS Y APORTES DEL GRUPO DE JEFATURAS

FECHA DE REALIZACIÓN DEL TALLER: 27 DE MAYO DE 2011

ESCRUTINIO A NIVEL EXTERNO

IDENTIFICACIÓN DE LOS PRINCIPALES CAMBIOS Y TENDENCIAS PROVENIENTES DEL ENTORNO Y SU IMPACTO EN EL MNHN

PREGUNTA: ¿Qué cambios y/o tendencias están ocurriendo actualmente, o van a ocurrir en nuestro entorno, que tengan un impacto en el MNHN?

Piense en aspectos como los siguientes (pero no se limite a identificar sólo éstos):

- Políticas de Gobierno
- Aspectos sociales, económicos y políticos
- Desarrollo del Sector
- Regulaciones
- Tecnología
- Clientes / usuarios (actitudes, expectativas, etc.)
- Productos y servicios
- Proveedores
- Marketing / Difusión

Evalúe el impacto que estos cambios y tendencias tienen (o tendrán) en el MNHN y determine cuáles de ellos representan las principales oportunidades y cuáles de ellos las principales amenazas.

Definiciones:

Una oportunidad se refiere a algún aspecto, elemento o tendencia proveniente del entorno externo que puede generar beneficios y un impacto positivo en la organización.

Una amenaza se refiere a algún aspecto, elemento o tendencia proveniente del entorno externo que puede transformarse en un peligro que implique un impacto negativo en la organización.

OPORTUNIDADES

GRUPO 1

Oportunidades (Priorizadas)	¿Cómo nos impacta?	Acciones para aprovechar o maximizar el impacto
- Cambio de institución cultural - Cambio urbanístico del entorno - Redes sociales - Desarrollo de Tecnología - Cambio de la institucionalidad ambiental	- Mejor posicionamiento - Mayor flujo de público - Mejor entorno - Mayor acercamiento a nuevas audiencias - Apoyo a distintas actividades del Museo - Mayores recursos y mejor posicionamiento	- Mostrar lo que hacemos y lo que tenemos - Realizar mayor difusión para re-encantar al público - Colaborar con contenidos para aprovechar facebook y twitter - Actualización de recursos tecnológicos - Búsqueda de alianzas estratégicas

GRUPO 2

Oportunidades (Priorizadas)	¿Cómo nos impacta?	Acciones para aprovechar o maximizar el impacto
Tecnologías 2.0	- Mayor interacción - Creación de nuevas audiencias	- Sensibilizar y capacitar a funcionarios (contenidos y usos)
Polo cultural	- Mayor visibilidad - Creación de nuevas audiencias	- Participación activa en la toma de decisiones
Diversificación y mayor demanda de usuarios	- Más servicios - Más personal - Fidelización - Mejor nivel de satisfacción - Más reconocimiento	- Acoger demandas - Contratar más gente - Diversificar oferta, servicios del MNHN
Creación S.N.B	- Define a una nueva contraparte (Estado) - Cambio exigencias al MNHN - Modificación competencias actuales	- Relación estratégica con M.M.A. - Incorporar al Ministerio M.A. en la difusión del futuro MNHN

GRUPO 3

Oportunidades (Priorizadas)	¿Cómo nos impacta?	Acciones para aprovechar o maximizar el impacto
Toma de conocimiento en la sociedad de la problemática ambiental	- Crecimiento de la demanda de estudios de biodiversidad y difusión	- Vinculación e instalación del tema en las redes sociales - Investigación, exhibiciones y educación referente al tema
Accesibilidad a la tecnología	- Asignación de recursos para tecnología	- Capacitación e incorporación de tecnología en la difusión y educación
Profesionalización y especialización en el ámbito patrimonial y cultural	- Se mejora el perfil del profesional que requiere el Museo	- Contratación del personal especializado
Usuarios más exigentes en estándares y ofertas	- Requiere tomar en consideración las necesidades del usuario para mejorar ofertas y servicios	- Realizar estudios de usuarios

AMENAZAS

GRUPO 1

Amenazas (Priorizadas)	¿Cómo nos impacta?	Acciones para contrarrestar o minimizar el impacto
- Desinterés Gubernamental - Falta de proveedores - Cambios en instituciones culturales - Cambios urbanísticos - Redes sociales - Cambio en instituciones ambientales	- Postergación Plan Maestro - No se cubren necesidades - Desmembramiento - Aumento de la delincuencia - Mayor exposición - Falta de protagonismo	- Mayor presión – lobby - Buscar nuevas formas de contratación - Visibilidad de la especificidad del Museo - Mayor seguridad - Personal con dedicación exclusiva - Mayor presencia en el desarrollo de proyectos

GRUPO 2

Amenazas (Priorizadas)	¿Cómo nos impacta?	Acciones para contrarrestar o minimizar el impacto
- Ciencia oficial	- Disminución, desvalorización de la ciencia que hace el MNHN - Menor visibilidad del MNHN - Menor cantidad de recursos - Alta valorización del público v/s baja valorización de la comunidad científica	- Sensibilizar a tomadores de decisiones - Difundir bio-bibliotecas - Reforzar acciones - Definir y difundir política de inversión del MNHN - Crear y fortalecer red de científicos
- Anuncio de nueva institucionalidad cultural	- Perder relevancia como institución nacional - incertidumbre - Menos autónoma	- Alineamiento con la Dibam
- Acciones con organizaciones afines	- Demanda excesiva de recursos - Incertidumbre - Incapacidad de planificación	

GRUPO 3

Amenazas (Priorizadas)	¿Cómo nos impacta?	Acciones para contrarrestar o minimizar el impacto
- Regulaciones y restricciones en el apalancamiento de recursos	- Limitación de los recursos asignados por Ley de Presupuesto	- Búsqueda de resquicios legales para la obtención de recursos
- Imposición de políticas de Gobierno por sobre el Estado	- No continuidad de las acciones en la línea del Museo	- Manejo de proyectos a corto plazo y mediano plazo
- Re-estructuración de la institucionalidad cultural	- Cambia la orgánica	- Promover las actividades del Museo - Ratificación del posicionamiento del Museo

ESCRUTINIO A NIVEL INTERNO

IDENTIFICACIÓN DE LAS PRINCIPALES CAPACIDADES CON QUE CUENTA EL MNHN

LAS CAPACIDADES DE LA ORGANIZACIÓN

Entenderemos por capacidades los activos y recursos existentes al interior de la organización, que se manifiestan en un nivel superior y distintivo, y que constituyen elementos claves que pueden potenciar el desarrollo y la efectividad de la institución.

Para formular la estrategia de su Organización es crucial el conocimiento de sus capacidades por dos razones. Primero, porque ellas explican la ventaja o desventaja competitiva actual de la Institución y su sustentación en el tiempo. Así, su conocimiento permite identificar decisiones que corrijan desventajas y prolonguen en el tiempo las ventajas.

Y segundo, porque para mejorar las probabilidades de éxito, las instituciones deben buscar oportunidades de crecimiento que se apoyen, al menos en parte, en los recursos y capacidades más estratégicos existentes en la organización. Los buenos proyectos resultan de una combinación de recursos y capacidades iniciales y una buena estrategia que los explota y potencia.

Ejercicio

¿Con qué recursos y capacidades cuenta el MNHN?

Identifique el conjunto de capacidades y recursos relevantes con que cuenta la Organización, distintivos y difíciles de imitar, que le han permitido desarrollarse en el tiempo.

GRUPO 1

- Centro de colecciones oficiales de estado
- Personal especializado
- Edificio Patrimonial
- Valorización social y reconocimiento
- Localización del edificio

GRUPO 2

- Emplazamiento
- Recursos humanos especializado y con compromiso por la institución
- Colecciones
- Reconocimiento y prestigio de la marca MNHN
- Autoridad científica
- Aporte a la educación no formal

GRUPO 3

- Colecciones representativas y referentes acopiadas durante siglos
- Sus funcionarios con sus talentos, compromiso y expertise
- Edificio patrimonial
- Orgánica definida y eficiente, que se articula con sus objetivos y se refleja en los programas y actividades
- Institución que está en la memoria colectiva de la nación

ESCRUTINIO A NIVEL INTERNO

IDENTIFICACIÓN DE LAS PRINCIPALES DEBILIDADES / INCAPACIDADES DEL MNHN

Definición:

Entenderemos por debilidades a los aspectos, recursos o incapacidades provenientes del interior de la organización, que representan brechas importantes y que constituyen elementos claves que impiden el desarrollo y la efectividad de la institución.

Ejercicio

Identifique las principales debilidades / incapacidades del MNHN.

GRUPO 1

- Edificio insuficiente
- Falta de personal especializado
- Falta de fluidez en la comunicación interna
- Sueldos bajos en comparación con el mercado
- Edad promedio elevada (falta de recambio)

GRUPO 2

- Recursos humanos insuficientes
- Infraestructura
- Poco interés de parte del personal en los temas administrativos
- Poca interacción entre áreas
- Limitaciones para auto-gestionar recursos

GRUPO 3

- Falta de personal en todas las áreas
- Falta de espacio para las colecciones
- Desconocimiento de procesos administrativos
- Debilidad en la comunicación interna
- Falta de reconocimiento en la labor entre los funcionarios

FACTORES CRÍTICOS DE ÉXITO / ÁREAS CLAVES DE RESULTADO

Definición:

Definimos Factor Crítico de Éxito (FCE) como un elemento esencial e indispensable para competir en un negocio, industria o sector, y que permite focalizar los esfuerzos y planes estratégicos.

Las fuentes de los factores claves de éxito pueden basarse en la determinación de elementos básicos competitivos de la industria, o bien en elementos diferenciadores actuales o futuros. Pueden ser capacidades, competencias y/o recursos críticos para competir. Se deducen de un análisis estratégico interno y externo.

Es deseable focalizarse en un pequeño número de FCE que permitan concentrar los esfuerzos y la energía de la organización.

Ejercicio

Considerando todos los análisis y las conclusiones anteriores, cuáles son los aspectos más relevantes que el MNHN debe considerar para elaborar su estrategia de desarrollo? En otras palabras, ¿en qué 5-6 FCE o áreas claves debe el MNHN concentrarse y basar su Plan Estratégico para los próximos 4-5 años?

GRUPO 1

1. Posicionar al Museo / Difusión
2. Sensibilización de las autoridades
3. Alianzas estratégicas para conseguir apoyo y recursos
4. Fortalecimiento de la estructura (aumentar planta especializada)
5. Potenciar comunicación interna
6. Utilización (potenciar) las TIC

GRUPO 2

1. Personal
 - Capacitación
 - Incremento
 - Renovación
 - Remuneración
 - Revisión orgánica

2. Comunicaciones estratégicas. Externas / Internas
 - Difusión
 - Marketing
3. Validación Plan de Desarrollo
4. Diversificación de servicios (incremento)
5. Investigación y colecciones

GRUPO 3

1. Uso e incorporación de nuevas tecnologías, en las diversas actividades del Museo
2. Aumento y mejoramiento de la oferta y servicios institucionales a través de alianzas estratégicas. Potenciamiento de las redes sociales y estudios de usuarios.
3. Contratación y profesionalización del nuevo personal necesario para las actividades del Museo
4. Posicionar la imagen del Museo en las autoridades vinculadas a la toma de decisiones.
5. Flanquear las limitaciones para la obtención de recursos financieros externos.
6. Conocimiento de los procesos administrativos.
7. Mejoramiento de la comunicación entre los funcionarios del Museo.

ANEXO 2

RESULTADOS Y APORTES DEL GRUPO DE PROFESIONALES

FECHA DE REALIZACIÓN DEL TALLER: 13 DE MAYO DE 2011

ESCRUTINIO A NIVEL EXTERNO

IDENTIFICACIÓN DE LOS PRINCIPALES CAMBIOS Y TENDENCIAS PROVENIENTES DEL ENTORNO Y SU IMPACTO EN EL MNHN

OPORTUNIDADES

GRUPO 1

Oportunidades (Priorizadas)	¿Cómo nos impacta?	Acciones para aprovechar o maximizar el impacto
Institucionalidad medio ambiental	Visibilidad y presencia	- Posicionamiento - Alianzas estratégicas
Institucionalidad cultural	Visibilidad y presencia	- Participación y aporte de sugerencias
Valoración social del medio ambiente	Demanda de información	- Respuesta rápida
Uso masivo de tecnologías y redes sociales	Demanda de información – cliente virtual	- Participación constante - Aprovechamiento integral
Mayor necesidad de distracción – mayoría “Light”	Mayor exigencia para cautivar al público	- Mayor creatividad en la oferta
Cambios del entorno (local)	Retorno del público presencial	- Oferta atractiva
Aumento de grupos erarios de adultos mayores	Cambio de espectro de clientes	- Atención y cuidado - Adaptar la oferta

OPORTUNIDADES

GRUPO 2

Oportunidades (Priorizadas)	¿Cómo nos impacta?	Acciones para aprovechar o maximizar el impacto
Traslado del Edificio del Museo	Mayor demanda de trabajo y re-orientación del mismo	- Cotejar inventarios de colecciones con existencias - Mejorar estado de conservación preventiva
Políticas de Gobierno	Volubilidad del Gobierno y el presupuesto asignado	- Potenciar la imagen pública del Museo - Diversificar los servicios hacia el publico
Alianzas estratégicas	Generación de nuevos recursos Mejor posicionamiento del Museo dentro de la comunidad	- Ser diligente en el cumplimiento de los convenios - Crear banco de proyectos orientados a los agentes estratégicos
Remodelación del Parque de la QN	Incremento potencial del público	- Diversificar los servicios internos hacia el público - Adecuar la estructura de funcionamiento
Preparación de colecciones	Re-orientación del trabajo	- Cotejar inventarios de colecciones con existencias - Mejorar estado de conservación preventiva
Nuevo tipo de público	Adecuación de la nueva oferta del Museo	- Potenciar la imagen pública del Museo - Diversificar los servicios hacia el publico - Explorar nuevas formas de comunicación con este nuevo tipo de público

AMENAZAS

GRUPO 1

Amenazas (Priorizadas)	¿Cómo nos impacta?	Acciones para contrarrestar o minimizar el impacto
Problemática post - terremoto	Frena el desarrollo institucional Disminuye la visibilidad institucional	- Optimizar la gestión - Mejorar la fundamentación de necesidades - Mayor posicionamiento y difusión en diferentes instancias
Cambio de Gobierno	Cambio en las prioridades	- Evaluación anticipada y re-adequación de lineamientos institucionales

GRUPO 2

Amenazas (Priorizadas)	¿Cómo nos impacta?	Acciones para contrarrestar o minimizar el impacto
Creación del Ministerio del Medio Ambiente	Desdibujamiento de la imagen del Museo Dispersión de intereses	- Reforzar y mantener los servicios hacia el público
Nuevos contratos / reemplazo de especialistas	Pérdida del conocimiento implícito de la especialidad	- Ampliar la figura emérita a las labores críticas del Museo

ESCRUTINIO A NIVEL INTERNO

IDENTIFICACIÓN DE LAS PRINCIPALES CAPACIDADES CON QUE CUENTA EL MNHN

GRUPO 1

- Especialistas
- Colecciones
- Acervo de información (documentos, investigaciones)
- Referente nacional e internacional en materia de biodiversidad
- Mandato legal y vigente
- Trayectoria
- Potencial educativo y cultural
- Reconocimiento de los usuarios (memoria colectiva)
- Edificio reconocible
- Ubicación

GRUPO 2

CAPACIDADES Y RECURSOS TANGIBLES:

- Edificio histórico
- Colecciones científicas
- Especialistas en áreas temáticas poco comunes
- Buena infraestructura interna
- Buenas exhibiciones

CAPACIDADES Y RECURSOS INTANGIBLES:

- Prestigio
- Compromiso con la institución
- Referente legal

ESCRUTINIO A NIVEL INTERNO

IDENTIFICACIÓN DE LAS PRINCIPALES DEBILIDADES / INCAPACIDADES DEL MNHN

GRUPO 1

- Falta de especialistas y personal de apoyo
- Estamos insertos en un marco administrativo – legal y en una estructura jerárquica rígida que dificulta la coordinación y el flujo de información
- Fallas en la retroalimentación y el seguimiento de los procesos
- Falta de programa de capacitación interna (integración y complementación para utilizar un lenguaje común)
- Uso no integral de WEB y redes sociales (el museo como un todo)
- Antigüedad del edificio

GRUPO 2

- Falta de recursos económicos
- Despotenciamiento del área científica
- Problemas de espacios físicos para depósitos
- Desconocimiento propio de la organización
- Debilitamiento de las capacidades de difusión

FACTORES CRÍTICOS DE ÉXITO / ÁREAS CLAVES DE RESULTADO

GRUPO 1

1. Re- apertura del Museo (estudios de público – atención de usuarios)
2. Difusión (intra – inter) del quehacer institucional (posicionamiento)
3. Ampliación del espectro de especialistas (y personal de apoyo)
4. Uso integral de tecnologías con innovación en servicios
5. Incrementar y potenciar colecciones científicas y de uso didáctico
6. Integración y coordinación entre áreas

GRUPO 2

1. Apertura del Museo a todo público
2. Posicionamiento del Museo en todo ámbito, especialmente social y científico
3. Potenciamiento de la conservación y difusión de las colecciones patrimoniales
4. Alianzas estratégicas con instituciones
5. Exploración de nuevas formas de llegar al público

ANEXO 3

RESULTADOS Y APORTES DEL GRUPO DE TÉCNICOS Y ADMINISTRATIVOS

FECHA DE REALIZACIÓN DEL TALLER: 11 DE MAYO DE 2011

ESCRUTINIO A NIVEL EXTERNO

IDENTIFICACIÓN DE LOS PRINCIPALES CAMBIOS Y TENDENCIAS PROVENIENTES DEL ENTORNO Y SU IMPACTO EN EL MNHN

OPORTUNIDADES

GRUPO 1

Oportunidades (priorizadas)	¿Cómo nos impacta?	Acciones para aprovechar o maximizar el impacto
Democratización Tecnológica	- Divulgación actividades y datos importantes - Trabajos en red	- Descentralizar página web
Conciencia ecológica	- Exigencia de usuarios en contenidos - Generar productos o actividades específicas	- Generar productos y actividades específicas
Cambios ambientales	- Mayor reacción del MNHN frente al cambio en todas sus áreas	- Generación de productos específicos

GRUPO 2

Oportunidades (priorizadas)	¿Cómo nos impacta?	Acciones para aprovechar o maximizar el impacto
Mejoramiento sector	- Mayor atracción - Pulmón verde - Zona agrado, recreación, belleza del entorno	- Remodelar
Mejoramiento Museo	- Valoración de la institución, funcionarios, reconocimiento	- Publicidad
Transporte extensión	- Mayor acceso público	- Mejorar publicidad
Diversidad de disciplinas y colecciones	- Consultas de especialistas genera reconocimiento científico - Visitas de público general, establecen foco cultural	- Renovación explosiones
Situación económica "estabilidad"	- Mas recursos para salir, mayor posibilidad recreación	- Mayor asignación de recursos
Convenios con otras instituciones	- Seguridad Turismo - Cercanía a la ciudadanía	- Exhibiciones itinerantes
Emplazamiento en una comunidad escolar	- Público escolar cautivo	- Reforzamiento contenidos de los planes educativos

GRUPO 3

Oportunidades (priorizadas)	¿Cómo nos impacta?	Acciones para aprovechar o maximizar el impacto
Alianzas estratégicas	- Mejorar difusión - Abriendo espacios de exhibición - Obtención de recursos	- Potenciar recursos en exhibiciones itinerantes - Obtención de más recursos (becas, bienes, capacitación, etc.)
Tecnologías y usos	- Marcar presencia - Incrementar usuarios y manejo de la información	- Fortalecer imagen corporativa - Crear plataforma informática
Mejoras del Parque, acceso y transporte público	- Mayor cantidad de usuarios	- Actividades extrnas (recorrido, avistamientos de especies, otras actividades culturales)

AMENAZAS

GRUPO 1

Amenazas (priorizadas)	¿Cómo nos impacta?	Acciones para contrarrestar el impacto
Falta seguridad en el entorno	- Disminución usuarios	- Aumento Luminaria - Vigilantes - Cámaras
Planificación centralizada (Estado)	- Coarta la posibilidad de cumplimiento y desarrollo de objetivos y misión	- Desarrollo de estrategias y habilidades para sortear los problemas
Cierre del MNHN	- Disminución de usuarios y productos	- Apurar la apertura - Aumento difusión
Falta coordinación con la administración del Parque	- Disminución de usuarios - Imposibilidad de mejor servicio	- Generar estrategias tendientes a una mejor "coordinación"

GRUPO 2

Amenazas (priorizadas)	¿Cómo nos impacta?	Acciones para contrarrestar el impacto
Sociedad de consumo	- Se prioriza lo material en desmedro de lo cultural	- Difusión - Cercanía - MNHN como marca cultural
Escasez de personal especializado Atención de público Difusión Imagen corporativa	- Público desconoce potencial científico cultural del Museo	- Controlar / educar / actualizar al personal

GRUPO 3

Amenazas (priorizadas)	¿Cómo nos impacta?	Acciones para contrarrestar el impacto
Entorno político	- Entrega de presupuesto (menor presupuesto a las mismas exigencias) - Prioridades políticas que no favorecen lo patrimonial	- Mejora las relaciones públicas, reforzando la misión y visión institucional - Buscar otras fuentes de recursos
Profesionales capacitados en Museología	- Se desdibuja la Institución Museo	- Capacitación Museológica

ESCRUTINIO A NIVEL INTERNO

IDENTIFICACIÓN DE LAS PRINCIPALES CAPACIDADES CON QUE CUENTA EL MNHN

GRUPO 1

- 180 años de registro de la diversidad biológica y cultural
- Edificio propio y ubicación privilegiada
- institución posicionada en la memoria colectiva
- Vigencia de los objetivos funcionales
- Referente de la información biológica y cultural

GRUPO 2

- Colecciones íconos Institucionales. Ballena, Niño El Plomo, Momias Egipcias
- Emplazamiento y edificio. Arquitectura Histórica
- Generación y divulgación. Conocimiento científico
- Ferias científicas / Bibliotecas especializadas
- Profesionales destacados Asociados
- Diversidad de Profesionales especializados

GRUPO 3

- Colecciones únicas
- RR.HH. diversos, colecciones, gestión, educación, etc.
- Valor histórico y tradicional de todo el Museo
- Soporte de otros organismos Públicos, colaboración y representación internacional. (cites)
- Publicaciones, generar conocimiento
- Biblioteca científica
- Calidad de Museo Nacional, depositario, según ley nº 17.288
- Realización de investigaciones
- Ubicación edificio, antigüedad, monumento nacional y propio

ESCRUTINIO A NIVEL INTERNO

IDENTIFICACIÓN DE LAS PRINCIPALES DEBILIDADES / INCAPACIDADES DEL MNHN

GRUPO 1

- Falta de capacitación especializada
- Déficit de espacios e infraestructuras (limitado al ser monumento)
- Falta de especialistas

GRUPO 2

- Difusión: página web propia
- Infraestructura: accesos / topografía / señalética / estacionamiento
- Poca interacciones entre profesionales
- Falta estímulos hacia subalternos
- Trabajo en equipo débil
- Transparencia y socialización de los procesos
- Problema de espacio colecciones
- Reconocimiento valores y/o competencias entre profesionales
- Burocracia institucional: Documentos / licitaciones /

GRUPO 3

- Falta de capacitación, temas generales, desempeño específico.
- Falta de capacitación en manejo administrativo y de gestión de áreas
- Espacio y tiempo en común, mejoras comunicacionales internas
- Exceso de trabajo en ciertas áreas
- Planta reducida en relación a las labores y exigencias
- Mala distribución de espacio (falta)
- Priorización de lo cuantitativo por sobre lo cualitativo

FACTORES CRÍTICOS DE ÉXITO / ÁREAS CLAVES DE RESULTADO

GRUPO 1

1. Fortalecer la investigación (personal, recursos, orientación de productos)
2. Mejoramiento de infraestructura (interior y exterior, ejemplo laboratorio, equipos, entorno, etc.)
3. Potenciar la marca MNHN, difusión (marketing)
4. Aprovechamiento de la tecnología existente y capacidad instalada
5. Fortalecimiento y alianzas de redes cooperativas

GRUPO 2

1. Exhibición acorde a los estándares de un público más exigente. Ser capaces de generar y difundir conocimientos
2. Investigación, establecer a la institución como un elemento de vanguardia en el conocimiento científico
3. Extensión, además de las colecciones e investigación acercar el espacio del Museo y de la Quinta para la remodelación de otras actividades
4. Que la ciudadanía lo sienta como un espacio vivo, activo y cercano
5. Difusión, hacerse presente y atractivo en los medios de comunicación
6. Capacitación personal con capacidades y aptitudes actualizadas. Potenciar sus posibilidades profesionales dentro de la Institución
7. Renovación (actualización). El Museo actual marcando tendencias, atractivo conciente y transversal. Poniendo en valor sus colecciones y aumentando, mejorando su diversidad y documentación

GRUPO 3

1. Mejorar trabajo en equipo (dentro de cada área, Inter-áreas, Infraestructura)
2. Generar soporte computacional: Plataforma digital (unidad, área)
3. Capacitación integral: Conocimiento interno
4. Definir imagen corporativa: Comunicación, Difusión, Extensión
5. Potenciar alianzas estratégicas: Obtención de recursos

ANEXO 4

RESULTADOS Y APORTES DEL GRUPO DE AUXILIARES Y VIGILANTES

FECHA DE REALIZACIÓN DEL TALLER: 9 DE MAYO DE 2011

ESCRUTINIO A NIVEL EXTERNO

IDENTIFICACIÓN DE LOS PRINCIPALES CAMBIOS Y TENDENCIAS PROVENIENTES DEL ENTORNO Y SU IMPACTO EN EL MNHN

OPORTUNIDADES Y AMENAZAS

GRUPO 1

OPORTUNIDADES	AMENAZAS
- Transporte Metro - Transantiago - Paisajes - Remodelación del parque, Estacionamientos, lugares de esparcimiento - Publicidad - Señaléticas - Información - Folletería integral - Patio de comidas, Cafetería, Colaciones - Artesanía	- Seguridad: Falta de iluminación, Poco personal de seguridad, Delincuencia - Cierre del Museo: No atención de Público, no generar recursos, demasiado tiempo cerrado - Entorno: Indigentes, perros vagos, suciedad del Parque, comercio informal (en general)

GRUPO 2

OPORTUNIDADES	AMENAZAS
- Acceso por metro Quinta Normal - Información actualizada (web) - Exposiciones permanente en estación del metro) (Quinta Normal) - Entorno natural del Parque - Las reparaciones del Parque serán beneficiosas en el futuro para el Museo	- Información no clara sobre la reapertura del Museo al público - Partes del Parque cerradas por reparaciones (recuperación) - Poca iluminación y rejas bajas (delincuencia) - Tránsito de vehículos a velocidad excesiva dentro de las calles del Parque - Nula señalética que indique acceso al Museo, desde cualquier punto del Parque

ESCRUTINIO A NIVEL INTERNO

FORTALEZAS Y DEBILIDADES

GRUPO 1

FORTALEZAS	DEBILIDADES
- Funcionarios bien capacitados - Museo va a tu comuna - Precios accesibles a todo público y días domingo liberado al igual que las exhibiciones externas - Tiene una ubicación privilegiada (Parque) - Ser uno de los Museos más visitados de la Región Metropolitana	- Exhibiciones no habilitadas para discapacitados (2do piso) - No contar con estacionamiento para los usuarios - No contar con un casino para los usuarios - Pérdidas de espacio físico - Mal cumplimiento de protocolos de ingreso de visitas - Falta de red húmeda - Suelos bajos

GRUPO 2

FORTALEZAS	DEBILIDADES
- Exhibición: Calidad de la exposición, Muestras atractivas del público general, Entrada liberada - Seguridad: CC TV, Control de acceso - Estructura del edificio: Reforzamiento hall central, Modernización general del Museo - Administración: Capacitación del personal en general, Herramientas de trabajo, Información al personal en las distintas áreas	- Casino para personal y público visitante - Capacitación - Falta de capacitación permanente - Más cursos relacionados con las muestras que se exhiben - Estacionamientos para los visitantes - Relaciones Públicas - Seguridad: Sistema de alarmas, falta de CC TV - Salas de exhibiciones: Falta de espacios para exhibir más colecciones

FACTORES CLAVES DE ÉXITO

GRUPO 1

1. Modernización del Museo
2. Explicativos en 2 idiomas (inglés – español)
3. Capacitación al personal para integrar una buena información a los usuarios
4. Modernizar la infraestructura del Museo
5. Renovación de las colección, principalmente “El niño del Cerro El Plomo”
6. Marketing en medios escritos y electrónicos (twitter, facebooc, etc.), folletería, trípticos y pendones.

GRUPO 2

1. La apertura del Museo
2. Actualizaciones de las exhibiciones
3. El uso de las tecnologías, para la información del público (modulo de consulta)
4. Marketing integral / Posicionamiento
5. Mejoramiento de la infraestructura (accesibilidad)
6. Capacitación integral