



CONSULTORÍA

ANÁLISIS DE LA ECONOMÍA CREATIVA EN EL PROGRAMA ESTRATÉGICO REGIONAL VALDIVIA INNOVADORA, SUSTENTABLE Y CREATIVA

CENTRO CULTURAL DE PROMOCIÓN CINEMATOGRÁFICA DE VALDIVIA

Junio 2016



INDICE

INTRODUCCIÓN	3
FUENTES DE INFORMACIÓN.....	4
1. ANALISIS DE ECONOMÍA CREATIVA	5
1.1. COLOCACIÓN AÑOS 2008-2014	6
1.1.1. Fondo Cultura y las Artes	6
1.1.2. Corfo	7
1.1.3. Sercotec.....	7
1.1.4. FNDR 2%.....	7
2. ANALISIS DE BRECHAS	8
2.1. INDUSTRIA CREATIVA Y SU CADENA DE VALOR	8
2.1.1. MÚSICA	9
2.1.1.1. ANÁLISIS DE LA CADENA DE VALOR	10
2.1.2. AUDIOVISUAL	10
2.1.2.1. ANÁLISIS DE LA CADENA DE VALOR	10
3. PROPUESTAS TÉCNICAS.....	12



INTRODUCCIÓN

La Corporación Regional de Desarrollo Productivo, es una institucionalidad público- privada, descentralizada, de derecho privado, sin fines de lucro, e instrumento operativo y ejecutor del Gobierno Regional y el Consejo Regional, de gran trascendencia para llevar a cabo las directrices regionales y en suma fortalecer la gerencia estratégica regional.

El rol de esta institución, es formular, implementar y ejecutar, estudios, programas y proyectos estratégicos que favorezcan la consolidación de la Región de Los Ríos como la Nueva Región y a la construcción de un tejido empresarial vigoroso que fortalezca el desarrollo económico local.

El presente informe se desarrolla en el contexto del apoyo de la Corporación Regional de Desarrollo Productivo al fortalecimiento de las Industrias Creativas. Este sector económico se está potenciando a nivel local por medio de un programa estratégico regional: Valdivia creativa, el cual a su vez se ha desarrollado al alero del programa Estratégico de desarrollo de Ciudades Innovadoras de Corfo, que busca potenciar a la industria creativa, la innovación, el emprendimiento y el entorno urbano y patrimonial de diversas ciudades chilenas.



FUENTES DE INFORMACIÓN

Se utilizó como fuente de información las tablas con datos entregados por las diversas agencias del estado vinculado a fomento productivo. Entre las fuentes consultadas, se encuentran los datos obtenidos desde la dirección regional del Servicio de Cooperación técnica (SERCOTEC) de Los Ríos, Corporación de fomento de la producción (CORFO), Consejo nacional de la cultura y las artes (CNCA) y los fondos Nacional de desarrollo regional (FNDR), dependiente de la Subsecretaría de desarrollo regional (SUBDERE) y operado desde el Gobiernos regional (GORE) de los Ríos.

En un trabajo previo realizado para el Nodo “Fortalecimiento de las redes en la Industria Creativa de la Región de Los Ríos – Valdivia 2015”, se identificó los diversos instrumentos disponibles a la fecha y las colocaciones en el periodo 2008-2014.

Para el análisis de la cadenas de valor, se sostuvo reuniones con dos asociaciones gremiales representativa de los subsectores de la música y el audiovisual, como también un análisis de estudios previos de cada uno de ellos.



1. ANALISIS DE ECONOMÍA CREATIVA

Una de las grandes apuestas a nivel nacional es potenciar la economía creativa. Este concepto acuñado por Jhon Howkins (2001) se refiere a sistemas donde el valor es basado en nuevas cualidades imaginativas en vez de los recursos tradicionales como tierra, trabajo y capital. El término aun cuando se encuentra en constante evolución, de acuerdo a Howkins, incluye la estética, branding, modelos de negocio (cadenas de valor), redes (sistema y ecología), cultura (intrínseca y valor instrumental), educación y aprendizaje, propiedad intelectual (apropiable y de fuentes abiertas), management, políticas, precio, estadísticas públicas, software, start up, diseño urbanístico y trabajo. El concepto se basa en personas que usan su imaginación para incrementar el valor de las ideas, las cuales cruzan todos los sectores de la economía, a diferencia de las industrias creativas, las cuales se enfocan en sectores productivos determinados.

Por otra parte, el término industrias creativas se refiere a un rango de las actividades económicas las cuales están vinculadas con la generación y explotación de conocimiento e información.

Respecto de la transferencia de recursos hacia los sectores vinculados a la economía creativa en el periodo 2002-2008, este muestra a nivel nacional un incremento con una tasa de crecimiento del 14% y la apuesta es que el sector continúe en crecimiento sostenido, pasando de actual 1,6% PIB nacional al 4% en el 2025.

Para lograr este propósito, el programa nacional ha apoyado la creación de programas regionales que han apostado por potenciar el sector de las industrias creativas y es así como existen:

- Valdivia Ciudad Sustentable, Innovadora y Creativa
- Valparaíso Ciudad Sustentable, Innovadora y Creativa
- Gran Concepción: Creativo, Innovador e Inclusivo

Un análisis de la colocación de recursos a nivel de la Región de Los Ríos, muestra que en general que el sector ha sido apoyado en forma constante por las diversas instituciones gubernamentales y para observar en detalle las colocaciones, se realiza una descripción de las principales fuentes utilizadas.



1.1. COLOCACIÓN AÑOS 2008-2014

De acuerdo a las tablas anteriormente mencionadas, en cada fuente de servicio se tuvo la siguiente colocación de recursos en el periodo:

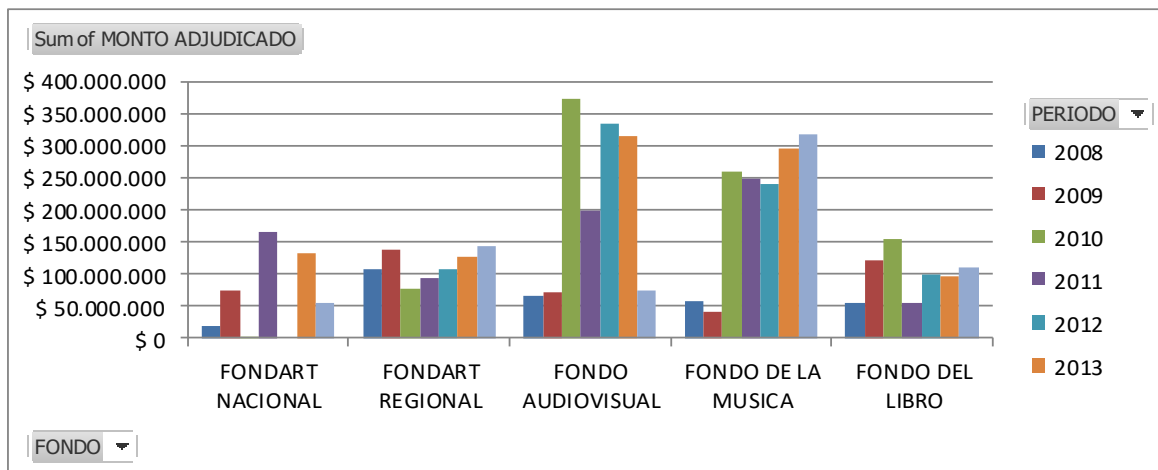
Fuente de recurso	Monto (\$)
Fondo de la Cultura y las artes:	4.827.136.900
Corfo	501.769.075
Sercotec	577.183.953
FNDR 2%	4.011.529.538
Ciudadanía y cultura – CRCA	572.573.028
Total	10.490.192.494

En base a esta información, durante el periodo de 7 años se ha tenido una inversión anual en el sector de aproximadamente \$1.500.000.000.

Si analizamos la información en forma independiente por fuente de financiamiento se tiene las siguientes tablas y gráficas.

1.1.1. Fondo Cultura y las Artes

Sum of MONTO ADJUDICADO	Column Labels							
Row Labels	\$ 2.008	\$ 2.009	\$ 2.010	\$ 2.011	\$ 2.012	\$ 2.013	\$ 2.014	Grand Total
FONDART NACIONAL	\$ 19.392.940	\$ 75.433.128	\$ 1.271.800	\$ 164.887.431		\$ 132.460.629	\$ 55.218.757	\$ 448.664.685
FONDART REGIONAL	\$ 107.897.683	\$ 137.390.999	\$ 76.124.077	\$ 94.341.712	\$ 107.468.550	\$ 127.948.013	\$ 142.417.366	\$ 793.588.400
FONDO AUDIOVISUAL	\$ 67.279.800	\$ 71.956.820	\$ 371.569.850	\$ 199.064.591	\$ 335.185.459	\$ 314.957.368	\$ 74.486.161	\$ 1.434.500.049
FONDO DE LA MUSICA	\$ 57.712.766	\$ 40.155.948	\$ 258.772.635	\$ 248.783.372	\$ 240.135.468	\$ 294.434.797	\$ 316.629.893	\$ 1.456.624.879
FONDO DEL LIBRO	\$ 56.382.310	\$ 122.673.243	\$ 155.826.716	\$ 54.578.906	\$ 98.739.480	\$ 95.965.408	\$ 109.592.824	\$ 693.758.887
Grand Total	\$ 308.665.499	\$ 447.610.138	\$ 863.565.078	\$ 761.656.012	\$ 781.528.957	\$ 965.766.215	\$ 698.345.001	\$ 4.827.136.900



En esta fuente las líneas del fondo de la Música y Audiovisual representan casi el 60% del recurso total. También es llamativo que sólo un 9% viene de recursos del concurso nacional.

1.1.2. Corfo

Respecto de la información entregada por Corfo, esta es tan básica y subutilizada que no amerita un análisis mayor. Sólo como referencia a esta observación es la presencia de tres nodos en el periodo, lo cual muestra la inmadurez del sector, ya que el instrumento es el basal para sectores productivos, no identificándose Proyectos de difusión y transferencia tecnológica (PDT) o de Bienes públicos para la competitividad (BPC). Adicionalmente y para reafirmar que el sector no ha utilizado los instrumentos de esta agencia es la presencia de un programa de atracción de inversiones sin efecto posterior, la presencia de un programa de emprendimiento local, dos proyectos del programa regional de apoyo al emprendimiento regional y un proyecto del programa de apoyo al emprendimiento, todos instrumentos muy basales en el crecimiento empresarial, siendo la mayoría de estos de un nivel basal y de apoyo a condiciones de entorno.

1.1.3. Sercotec

Para esta agencia, la información entregada corresponde solo a capitales semillas, líneas que apoyan en dos fases o momentos de crecimiento de un emprendedor y empresa: Su creación y primer apoyo de nacimiento de estos. No existe información de proyectos asociativos, con lo cual se recomienda solicitar por ley de transparencia toda la información disponible por Sercotec. Adicionalmente se recomienda analizar qué tipo de emprendimiento se está apoyando con esta fuentes de financiamiento, ya que existen 235 proyectos, por lo que sería recomendable ver la estabilidad de las empresas formadas y su posterior nivel de facturación. Idealmente este análisis se podría realizar en comparación con la información de otros sectores productivos para normalizar los resultados. Otro detalle no menor de observar es que de los proyectos informados, el 62% se ha ejecutado en Valdivia y existen dos comunas que presentan menos del 1% de aporte (Corral y Máfil).

1.1.4. FNDR 2%

Respecto a este fondo, cuenta con 904 proyectos financiados con una muy homogénea distribución en el periodo analizado. Las iniciativas culturales y microiniciativas culturales son el instrumento de mayor demanda con sobre el 48% del total.

Adicional a las corporaciones culturales de cada comuna de la región, llama la atención que “clientes” como la Universidad Austral de Chile postule a este fondo de financiamiento con 30 proyectos (3%), pero por un monto que representa más del 10% del monto total del proyecto.

Otra observación llamativa es que la Municipalidad de Panguipulli, Los Lagos y La Unión capturan cerca del 3% cada uno en recursos en este periodo, lo cual está bastante por sobre la media de las otras comunas, a excepción de Valdivia que captura más del 25% del recurso total.



2. ANALISIS DE BRECHAS

2.1. INDUSTRIA CREATIVA Y SU CADENA DE VALOR

Los antecedentes del PMC (2009) de Industrias Creativas de Los Ríos señala que la importancia del sector a nivel regional está dada por 112 empresas audiovisuales, 171 empresas del rubro diseño e impresión, 58 de publicidad, 7 del rubro fonográfico, 6 centros culturales, 5 empresas medianas de software de gestión y 13 empresas de diseño web (Total 372), las que en conjunto facturan cerca de US\$ 13.000.000 al año y generan 1.400 empleos directos. Por otra parte un segundo estudio realizado por el observatorio del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (CNCA) “Caracterización y análisis regional de las industrias creativas Región de Los Ríos” (2013), en la región, se contabilizaban cerca de 400 empresas vinculadas al sector en el año 2005 y cerca de 505 en el año 2011, lo que arroja una tasa de crecimiento de 26%. Claramente un estudio acabado por el PER de la región, debe dar cuenta del número correcto de empresas formalizadas que compone la industria, con el fin de generar línea base y sus indicadores.

Más allá de esta diferencia estadística, en ambos estudios se hace referencia de un análisis de la cadena de valor de la industria, por lo que será utilizado como material de referencia para esta revisión. De acuerdo al estudio generado por el observatorio del CNAC (2013), la cadena de valor a nivel regional considera la nomenclatura de los encadenamientos productivos del Mapeo de las Industrias Creativas en Chile, la que comprende: formación, creación y producción, comercialización y difusión, y consumo. Este concepto acuñado por Michael Porter hace referencia a las distintas actividades que la organización empresarial define para cada uno de sus eslabones (desde la logística y la elaboración hasta la distribución y venta de sus productos). Las fortalezas de este concepto radica en que es considerado como una poderosa herramienta de análisis para la planificación estratégica, van desde el aporte que genera en la identificación de competencias distintivas de un producto o servicio, así como en la identificación de los puntos críticos en la cadena, de manera tal que puedan ser supervisados y monitoreados para llegar a una satisfactoria experiencia de consumo; maximizando la creación de valor, al mismo tiempo que se minimizan los costos.

El análisis de la cadena de valor es un método ampliamente utilizado para analizar la estructura y funcionamiento de las industrias creativas, y a continuación veremos en detalle la cadena de valor de los subsectores priorizados por el PER de IC de la región: la música y audiovisual.

2.1.1. MÚSICA

Para este subsector priorizado, el esquema siguiente muestra una propuesta de cadena de valor, la cual debe ser analizada en detalle debido a los cambios de tendencia en la producción y comercialización basada en las nuevas tendencias de la era digital, principalmente el uso de internet.



Algunos aspectos críticos analizados en otros estudios de la cadena de valor de la música en la región, muestran algunos eslabones faltantes que se detallan a continuación:

Formadores de Talento Humano: Instituciones de Educación Media y Superior que forman Talento para el sector. Cumplen la función de aportar el capital humano requerido para atender las diferentes etapas de la cadena de valor, especialmente la de creación.

Reguladores: Entidades públicas, privadas de naturaleza gremial o mixta, que establecen condiciones y regulan las interacciones entre los actores del sector.

Financiadore: Entidades públicas, privadas o mixtas, capaces de aportar recursos financieros para la producción de bienes culturales.

Formadores de Públicos: Entidades que además de la función de exhibición, plantean esquemas de formación en los que el usuario o espectador enriquece su proceso de consumo y se familiariza con el sentido y propósito de los bienes culturales desde diferentes dimensiones.

Consumidores: Son aquellos que están dispuestos a consumir (pagando o no, según el caso) los productos culturales disponibles en las ventanas de exhibición.

2.1.1.1. ANÁLISIS DE LA CADENA DE VALOR

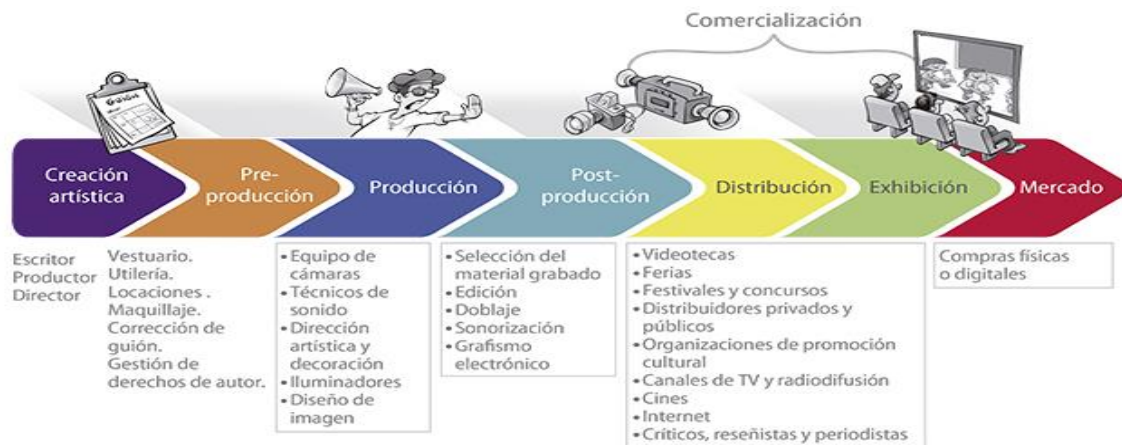
Más allá de los eslabones a considerar en la cadena de valor, es importante definir los componentes presentes en la región, números de empresas y actores relevantes en esta. Si consideramos la información de proyectos adjudicados indicados en el punto 3 de este informe, se identifican en la información desagregada, que existe adjudicación de proyectos en toda la cadena de valor en la región, pero que su tasa es más baja en comparación a otras regiones como la región del Bío Bío, Valparaíso o la Región Metropolitana. Esto es esperable debido a que el sector es considerado incipiente respecto de otras regiones.

Desde el punto de vista de la cadena completa, se ve la generación de creaciones, pero que no alcanzan una comercialización y escalamiento adecuado. En base a esto se debe definir las brechas que afectan a este quiebre en la cadena y evaluar si los instrumentos de fomento están dando cuenta de estas o se debe definir nuevos instrumentos específicos que apoyen al sector o modificar los ya existentes, con el fin de generar una masa crítica y una industria vinculada.

La planificación de la intervención de este sector debe definir el estadio buscado y la ruta de desarrollo para alcanzarlo. La estrategia para este plan de acción deberá definir actores que desarrollen los productos, servicios y proyectos necesarios para alcanzar el estadio buscado, junto a los plazos de postulación y ejecución.

2.1.2. AUDIOVISUAL

Al igual que en el sector de la música, la cadena esquematizada en la siguiente figura, muestra algunos cambios que deben ser incorporados para dar cuenta de la distribución y exhibición de las creaciones.



2.1.2.1. ANÁLISIS DE LA CADENA DE VALOR

Para proyectos, empresas y emprendedores de la cadena, se utilización de fondos públicos en diversos puntos de la cadenas, siendo estos asociados a los fondos Corfo para la creación y en un menor grado comercialización. El Fondart nacional y regional puede abarcar gran parte de la



cadena, pero los montos de adjudicación no son suficientes para algunos proyectos de gran magnitud o expectativa de esta.

A nivel regional no se ve un trabajo de consolidación del capital social, tema que se lleva generando hace varios años en regiones con un sector desarrollado o semi desarrollado. Esto quizás viene vinculado a una débil masa crítica regional, informalidad en la tributación ante impuestos internos de algunos actores, lo cual se traduce en una nula articulación entre las entidades públicas que apoyan de manera inorgánica al sector.



3. PROPUESTAS TÉCNICAS

Las Industrias creativas y culturales, hacen un aporte estratégico al crecimiento y desarrollo de las industrias tradicionales, para competir en el mundo globalizado es necesario que los bienes y servicios sean "empaquetados" con un diseño, denominación de origen, con una historia que contar que los diferencie, donde la Industrias Creativas y Culturales, son la clave estratégica para la diversificación y penetración de nuevos mercados y la agregación de valor.

El presente informe corresponde a un análisis de información disponible por agencias e instituciones del estado. Se han realizado algunas observaciones de las colocaciones entre el periodo 2008-2014, pero se deberá realizar una análisis en profundidad, en donde se crucen la información de las distintas agencias e idealmente se haga un análisis de impacto de las colocaciones realizadas por el Estado, sobre todo en instituciones que aparecen en forma constante y repetitiva en las diversas bases de datos, ya que este análisis permitirá realizar observaciones a los instrumentos de fomento, su operatividad, gestión, seguimiento y factibles modificaciones en su aplicación.

Si bien la CORFO ha jugado un rol de vital importancia en el despertar a los negocios del sector, el esfuerzo se ha concentrado principalmente en fortalecer el capital humano y las redes. Esto ha marcado la estrategia de intervención institucional y no ha generado el suficiente capital social o humano, como para asumir los desafíos de la globalización de los mercados y el dinamismo tecnológico imperante. No se cuenta con instrumentos específicamente diseñados para el sector creativo, que permitan apoyar la inversión y capital de trabajo. El sector requiere de un fuerte impulso en la materia, especialmente en espacios de trabajo colaborativo y financiamiento para acceder a nuevos mercados. Por esta razón, existe hoy en día una clara oportunidad frente a la descentralización de CORFO y SERCOTEC para desarrollar un impulso al sector desde la perspectiva instrumental-operativa.

Debiese sugerirse a la autoridad competente, que en el Consejo Regional, se establezca una comisión de cultura y patrimonio que velase por analizar proyectos de esta índole basados en la estrategia que la Región está construyendo, mejorándola y perfeccionándola, y que se integre la economía creativa como parte de los contenidos que ve la comisión de fomento productivo. La nueva División de Fomento e Industria en el GORE complementará lo anterior y será sin duda un cambio en el paradigma, en el cual, la industria creativa debe estar presente. Un punto a favor, es el notorio interés del gobierno actual por impulsar el sector, frente a una mayor experiencia y desarrollo de sus emprendedores y de las entidades públicas regionales.

Creemos necesario que exista un análisis ex-post de la ejecución de proyectos al menos en los de cultura del 2% del FNDR, para saber si realmente están contribuyendo a los que la Estrategia de Desarrollo Regional desea.

Actualmente los formularios del 2% del FNDR indican algunos objetivos estratégicos para los proyectos a financiar,

- Descubrir y fortalecer la identidad local y regional para consolidar la diversidad cultural presente en el territorio, potenciando una plataforma virtual cultural.
- Lograr el reconocimiento del patrimonio natural a través de la puesta en valor de los recursos naturales presentes en el territorio.



- Poner en valor las expresiones y manifestaciones culturales, históricas y actuales que den cuenta del patrimonio tangible e intangible de la Región.
- Promover y realzar la actividad artística impulsando el desarrollo de las industrias creativas culturales.

Sin embargo, no existe ningún estudio o seguimiento que nos indique que los fondos gastados en el FNDR, están contribuyendo a estos objetivos. Más aún, en el objetivo cuatro que propone impulsar el desarrollo de la Industria Creativa, sólo pueden postular formar jurídicas sin fines de lucro.

Si bien existe una estrategia en construcción para el sector nos parece que algunos de estos ejes pueden ser importantes para involucrar a las industrias creativas en el desarrollo regional:

- 1) Acercar la industria creativa con la industria tradicional, con iniciativas como, por ejemplo, generar un fondo de asociatividad para empresas de ambos sectores, en conjunto. Por ejemplo: un diseñador y un cervecero o un ingeniero naval y un diseñador, entre otros.
- 2) Mayor estrategia en la planificación de los apoyos económicos, donde se trabaje en potenciar las diferentes etapas de la cadena de valor de una determinada área de las industrias creativas, donde la región ya priorizó, audiovisual y música. Por ejemplo: desarrollo o diseño, producción y comercialización. Con iniciativas de fomento escalables.
- 3) Es necesario un instrumento de recolección de información sobre el sector de las industrias creativas, único y confiable que se aplique periódicamente, permitiendo así contar con datos comparables anualmente y tener una imagen real sobre la evolución económica del sector, en el marco de toda la economía regional