

2021



Laboratorios Territoriales 2021

Estudio sobre emprendimiento creativo en Chile • Reporte de resultados

Secretaría Ejecutiva de Economía Creativa
Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio,
Gobierno de Chile

Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio

Ministra Consuelo Valdés Chadwick

Subsecretaría de las Culturas y las Artes

Subsecretario Juan Carlos Silva Aldunate

Departamento de Fomento de las Artes

Claudia Gutiérrez Carroza · Jefa del Departamento

Secretaría Ejecutiva de Economía Creativa

Carolina Pereira · Secretaria Ejecutiva Economía Creativa

© 2021 Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio

Se autoriza la reproducción parcial citando la fuente correspondiente. Prohibida su venta.

Este documento fue desarrollado en una alianza estratégica entre la Fundación para el Desarrollo de la Economía y la Industria Creativa-Santiago Creativo y Unit, por encargo de la Secretaría Ejecutiva de Economía Creativa del Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio según licitación pública 1725-119-LE20.

Equipo Unit – Agencia de diseño estratégico y de servicios:

Katalina Papic – Directora de investigación

Nicolás Rebolledo – Director Estratégico

Dalal Leiva – Investigadora en Industrias Creativas y Políticas Culturales

Daniela Soto – Diseñadora de Servicios

Equipo Fundación para el Desarrollo de la Economía Creativa – Santiago Creativo:

Leonardo Ordóñez – Gerente General

Paulina Cruchett – Directora de Estudios e Investigación

Bárbara Nash – Coordinadora de comunicaciones

Carla Redlich – Coordinadora Macrozona Norte

Ximena Nogueira – Coordinadora Macrozona Centro

Macarena Concha – Coordinadora Macrozona Sur

Fernando Haro – Coordinador Macrozona Austral

www.santiagocreativo.cl

www.servicedesignunit.com

Santiago, 2021

i

Para ver más información acerca de la Caracterización de emprendimientos creativos, revisar el documento:

[“Diagnóstico Nacional y Caracterización de Emprendimientos Creativos por Macrozonas de Chile”, 2021.](#)



Contenidos

Introducción	6
Hallazgos Generales	19
Árbol de Problemas y Ecosistema Creativo	24
Hallazgos por Macrozona	33
Macrozona Norte	35
Macrozona Centro	69
Macrozona Sur	105
Macrozona Austral	139
Bibliografía	165



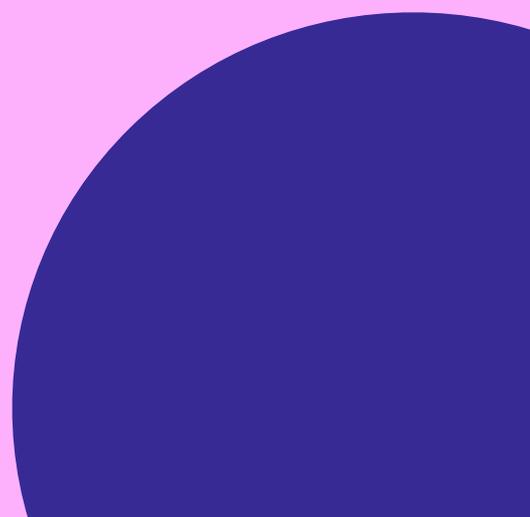
Índice de figuras

Figura 1 – Metodología de trabajo, Laboratorio Territorial	10
Figura 2 – Cuadro Metodológico	11
Figura 3 – Diseño Estrategia Metodológica	12
Figura 4 – Items Rúbricas de evaluación	13
Figura 5 – Participantes por región	15
Figura 6 – Necesidades para la circulación, Región de Arica y Parinacota	33
Figura 7 – Necesidades para la circulación, Región de Tarapacá	41
Figura 8 – Necesidades para la circulación, Región de Antofagasta	49
Figura 9 – Necesidades para la circulación, Región de Atacama	56
Figura 10 – Necesidades para la circulación, Región de Coquimbo	67
Figura 11 – Necesidades para la circulación, Región de Valparaíso	75
Figura 12 – Necesidades para la circulación, Región Metropolitana de Santiago	82
Figura 13 – Necesidades para la circulación, Región del Libertador General Bernardo O’Higgins	91
Figura 14 – Necesidades para la circulación, Región del Maule	102
Figura 15 – Necesidades para la circulación, Región del Ñuble	109
Figura 16 – Necesidades para la circulación, Región del Biobío	115
Figura 17 – Necesidades para la circulación, Región de La Araucanía	121
Figura 18 – Necesidades para la circulación, Región de Los Ríos	126
Figura 19 – Necesidades para la circulación, Región de Los Lagos	137
Figura 20 – Necesidades para la circulación, Región de Aysén del General Carlos Ibáñez del Campo	144
Figura 21 – Necesidades para la circulación, Región de Magallanes y la Antártica Chilena	152



Introducción

Presentación del reporte



Introducción

Los Laboratorios Territoriales 2021 son procesos de investigación participativa que buscan generar y actualizar conocimiento desde una perspectiva metodológica mixta sobre el ecosistema del emprendimiento creativo de Chile a escala regional – macrozonal. La primera versión de estos procesos se desarrolló por encargo de la Secretaría Ejecutiva de Economía Creativa (SEEC) del Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio, con el fin informar el diseño e implementación de medidas de políticas públicas que favorezcan el desarrollo descentralizado y la sustentabilidad económica de los emprendimientos del sector creativo mediante la generación de conocimiento.

A partir del encargo de la SEEC, los laboratorios se realizaron en las 16 regiones del país, dividiendo el proceso en 4 macrozonas (Norte, Centro, Sur y Austral) y trabajando a través de talleres participativos en grupos regionales. Además, se realizó un catastro de agentes territoriales en base a un formulario de caracterización compartida, respondido por la totalidad emprendedores/as participantes del estudio.

Definidos como una investigación participativa exploratoria, esta primera versión tuvo como objetivo generar insumos para dimensionar las brechas y problemáticas existentes en cada región en relación a la circulación de los emprendimientos creativos, así como ideas para abordarlos, tanto a nivel nacional como internacional, y producir información actualizada relativa a los ecosistemas regionales de emprendimiento creativo. Esto, se realizó principalmente a través de fuentes primarias de información, generando datos

basados en las percepciones expuestas por los/as emprendedores/as creativos/as participantes de los talleres, así como del análisis de frecuencia en torno a las respuestas del formulario de caracterización. Los laboratorios fueron realizados entre diciembre 2020 y enero del 2021 de manera remota y participaron emprendedores/as del sector cultural y creativo de las 16 regiones de Chile. La selección de los/as participantes se realizó a través de una convocatoria enfocada en emprendimientos creativos con experiencia o proyección de internacionalización pertenecientes a las industrias creativas, con dos años de trayectoria y que se encuentren desarrollando acciones de impacto regional.

El presente reporte expondrá los contenidos levantados a través de principales 4 apartados correspondiente a cada macrozona. Dentro de cada apartado, se visualizarán los hallazgos específicos de cada región en relación a los dos ámbitos trabajados durante las sesiones con cada grupo y al formulario de caracterización. Primero, se observará la caracterización de perfil de agentes territoriales correspondiente a los/as emprendedores/as creativos de cada región catastrada. Luego, el levantamiento de necesidades y/o problemáticas para la circulación de productos/servicios creativos será presentado y, finalmente, se mostrará el resultado del proceso de ideación de propuestas para hacer frente a las brechas, realizado por los/as participantes durante la actividad.

Marco Teórico

Los elementos que conforman la Economía Creativa son tan antiguos como los propios entendimientos de economía y creatividad. Sin embargo, es posible rastrear el uso de este concepto específico desde hace menos de 25 años, primero en Australia (Commonwealth of Australia, 1994), pasando por UK (Howkins, 2001) y por supuesto en Colombia, donde se acuñó Economía Naranja (Duque & Buitrago, 2013) como su equivalente local.

Desde el uso de términos como Industrias Culturales para referirse a las artes y la cultura por parte de diversos autores y gobiernos alrededor del mundo, el concepto de Economía Creativa aparece como una mirada ampliada de las actividades creativas donde se reconoce su aporte a la generación de trabajos y su contribución, en muchos casos creciente, a la economía de un país mientras que busca “promover la inclusión social, la diversidad cultural y el desarrollo humano” (UNCTAD, 2008: 15). Un punto importante a considerar, es que las definiciones del concepto son diversas y se encuentran en constante transformación y análisis. En otras palabras, no hay solo una definición de Economía Creativa, sino que varias aproximaciones.

Por su parte, el Emprendimiento Creativo y Cultural es un componente clave en el ámbito de la Economía Creativa. Como concepto, aparece en la década de los ochenta (DiMaggio, 1982) para analizar la formación de nuevas instituciones como

la Orquesta Sinfónica y el Museo de Bellas Artes de Boston a fines del S.XIX. Sin embargo, como disciplina comienza a tomar fuerza durante los años 2000 dentro del auge de las industrias culturales y creativas (Throsby, 2008) y su valoración dentro de la economía por parte de diversos países. Aún cuando, al igual que la economía creativa, es un término flexible que posee diversas perspectivas específicas, en términos generales, refiere a una práctica y mentalidad asociada al establecimiento de negocios vinculados con la inclusión de productos/ servicios culturales y creativos en el mercado, los cuales proponen valor en ese sentido pudiendo incrementar el capital cultural (Bourdieu, 1997) y, a su vez, poseen el potencial de generar ingresos financieros (Naudin, 2017) permitiendo la sostenibilidad en el tiempo.

Cabe señalar que, al igual que el emprendimiento a secas, el emprendimiento creativo y cultural es un término asociado a prácticas de innovación (Schumpeter, 1974), no obstante, una de sus diferencias dice relación con que muchas veces la motivación principal no es monetaria (Swedberg, 2006) sino creativa y cultural. Así, aun cuando existen puntos en común entre ambas concepciones, el emprendimiento creativo y cultural se manifiesta y constituye de modo diferente.

Marco Teórico

En Chile, el emprendimiento creativo y cultural es parte fundamental de las políticas de fomento a la economía creativa desarrolladas por el MINCAP a través de la Sec. Ejec. de Economía Creativa. Como indica el Plan Nacional de Fomento a la Economía Creativa (CNCA, 2017) su estrategia se centra, desde una perspectiva descentralizada, en “favorecer el ecosistema de fuentes de financiamiento e instancias de mercado, apuntalando un desarrollo sostenible de los emprendimientos creativos”.

Dentro del fomento al emprendimiento, la circulación y exportación de bienes y/o servicios creativos y culturales es clave, siendo abordada desde dos enfoques transversales: articulación interinstitucional y territorial (CNCA, 2017). En relación al segundo enfoque, una de las problemáticas detectadas en los procesos de la política cultural 2017–2022 dice relación con la distribución regional de oportunidades creativas. En ellos, se detectó que “el desarrollo de los emprendimientos creativos es desigual entre las regiones, considerando la ausencia de planificación sectorial según cada realidad local” (CNCA, 2017: 91). De esta forma, la detección de brechas específicas al territorio es indispensable a la hora de implementar políticas públicas que apunten al desarrollo descentralizado y sostenible del emprendimiento creativo y cultural en Chile, volviéndose necesario levantar información específica que informe el diseño de políticas públicas para ello.

Objetivos

Objetivo de investigación

Levantar un diagnóstico y caracterización compartida de los ecosistemas creativos locales, identificando sus brechas y necesidades para la circulación nacional e internacional, y posibles líneas de trabajo para fomentar su desarrollo futuro.

Preguntas de investigación

1. ¿Cuáles son las características de las emprendedoras y los/as emprendedores/as creativos catastrados, según su territorio?
2. ¿Cuál es la percepción que tienen los/as emprendedores/as creativos participantes de cada región en torno a las barreras y brechas para la circulación nacional e internacional?
3. ¿Cuáles son las ideas que surgen para abordar las barreras y necesidades percibidas para la circulación nacional e internacional, para así fomentar el desarrollo futuro de los emprendimientos de la región?

Metodología

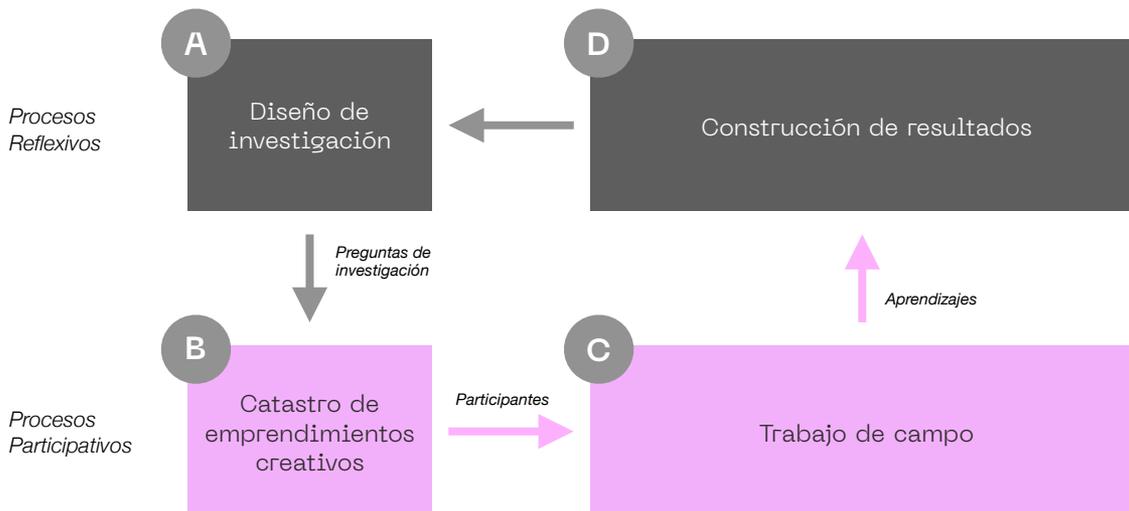
La Metodología de los Laboratorios Territoriales estuvo organizada en 4 grandes etapas (ver Figura 1), en donde cada uno cuenta con una estrategia metodológica, actividades claves y resultados concretos.

- a. **Diseño de la investigación:** Definición de las preguntas de investigación y diseño de los métodos a aplicar.
- b. **Catastro de emprendimientos creativos:** Aplicación de una formulario online a nivel nacional que permitió identificar la muestra de

emprendimientos creativos participantes del estudio.

- c. **Trabajo de campo:** Ejecución de talleres participativos en cada región, así como entrevistas en profundidad a una muestra definida.
- d. **Construcción de resultados:** Proceso de análisis de data y en el cual se construyeron los documentos en donde se plasman los resultados del proceso.

Figura 1 – Metodología de trabajo, Laboratorio Territorial



Metodología

A continuación se detalla cada una de las etapas.

a. Diseño de la investigación

En conjunto con la Secretaría Ejecutiva de Economía Creativa se definieron los objetivos generales y específicos, que dieron pie a la definición de técnicas a aplicar para el

cumplimiento de los objetivos. Para la presente investigación se definió un uso combinado de técnicas cuantitativas y cualitativas, las cuales se visualizan en el cuadro metodológico a continuación (Figura 2).

Figura 2 – Cuadro Metodológico

Objetivo General	Objetivos Específicos	Técnica	Tipo de análisis	Fuente de Información	Información Esperada
Levantar un diagnóstico y caracterización compartida de los ecosistemas creativos locales, identificando sus brechas y necesidades para la circulación nacional e internacional, y posibles líneas de trabajo para fomentar su desarrollo futuro.	Diagnosticar y caracterizar el ecosistema de economía creativa a nivel local y macrozonal	Formulario de caracterización Online	Análisis de frecuencias. Verificación de correlación	Emprendedoras y emprendedores creativos catastrados por representante macrozonal para respuesta online.	Caracterización: Frecuencias por macrozona, sector, género, ventas, edad.
	Identificar la percepción en las barreras de entrada en la circulación nacional e internacional	Talleres participativos	Análisis temático	Percepciones de emprendedoras y emprendedores creativos participantes	Listado de necesidades prioritarias para la circulación nacional e internacional de cada territorio
	Identificar ideas para abordar brechas	Talleres participativos	Análisis temático	Percepciones de emprendedoras y emprendedores creativos participantes	Listado de ideas de acción para apoyar la circulación nacional e internacional en cada territorio

Metodología

b. Catastro de emprendimientos creativos

La finalidad de esta etapa fue levantar un catastro y mapa de agentes territoriales de los emprendimientos creativos de las 16 regiones del país, que permitiría por un lado, desarrollar una caracterización de los emprendimientos de cada región, así como identificar la muestra de participantes para los talleres participativos y entrevistas. Por otro lado, los emprendimientos mapeados formarían parte del primer Catálogo Digital de Emprendimientos Creativos, que estará disponible en la plataforma ec.cultura.gob.cl, en donde los emprendimientos identificados para las entrevistas, serían invitados además a participar

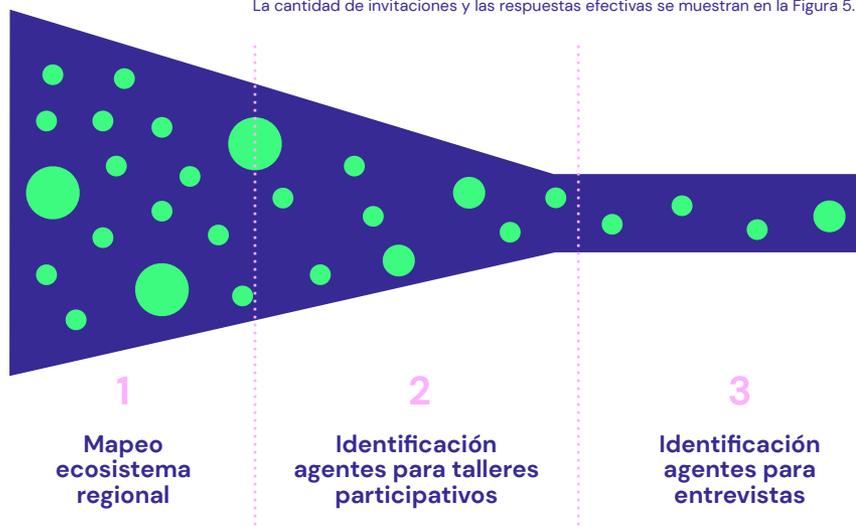
de un proceso para desarrollar un video comunicacional que apoyaría la difusión de su emprendimiento.

Para el cumplimiento de los objetivos, se determinó que la estrategia metodológica a aplicar, considera los pasos a continuación (Figura 3):

1. Mapeo del Ecosistema Regional, en donde, por medio de un formulario de caracterización online que fue difundido por representantes macrozonales, se buscó levantar información georeferencial de los agentes, antecedentes de identificación, características de la actividad económica, su relación y vinculación con el medio, datos de internacionalización y efectos del COVID-19 en el funcionamiento de la empresa.

Figura 3 - Diseño Estrategia Metodológica

La cantidad de invitaciones y las respuestas efectivas se muestran en la Figura 5.



i

Para ver más información acerca de la Caracterización de emprendimientos creativos, revisar el documento:

[“Diagnóstico Nacional y Caracterización de Emprendimientos Creativos por Macrozonas de Chile”, 2021.](#)

Metodología

2. Identificación de agentes para talleres participativos, en donde se buscó identificar a los diez representantes por región (160 en total) que sería invitados a participar de los talleres. La selección se realizó en función de que sean emprendimientos y empresas que tengan alguna experiencia o proyecciones de internacionalización, que cuenten con oferta exportable y pertenecientes de cualquier sector de las industrias creativas, con dos años de trayectoria y que se encuentren desarrollando acciones de impacto regional.

3. Identificación agentes para entrevistas, en donde se definieron a 10 representantes por macrozona quienes fueron convocados a

entrevistas en profundidad, y a quienes además, se les invitó a participar del desarrollo de un video comunicacional de su emprendimiento para ser publicado en la plataforma ec.cultura.gob.cl

Esta selección de agentes representantes se realizó a través de una evaluación por parte del equipo multidisciplinario especializado de la Fundación para el Desarrollo de la Economía e Industria Creativa, en función de las capacidades empresariales de los casos participantes. Los criterios de evaluación considerados se muestran a continuación en la Figura 4.

Figura 4 – Items Rúbricas de evaluación

Criterios	
Antigüedad	Contratación de personal
Derecho de autor	Avance en modelo de negocio
Grado de vinculación artístico - cultural	Integración de innovación en el modelo de negocios
Grado de vinculación territorial	Exportados o potencial de exportación

i

Para ver más información acerca de la Caracterización de emprendimientos creativos, revisar el documento:

[“Diagnóstico Nacional y Caracterización de Emprendimientos Creativos por Macrozonas de Chile”, 2021.](#)

Metodología

c. Trabajo de campo

Un taller participativo es un método de investigación y diseño cuyo objetivo es producir conocimiento basado en la práctica, la experiencia y la colaboración.

Los talleres participativos tuvieron como objetivo explorar sobre percepciones de los agentes en relación a las necesidades del territorio para la circulación nacional e internacional, y levantar ideas para abordar esas necesidades.

Estos talleres tuvieron una duración de 3.30hrs y se desarrollaron de manera online a través de la plataforma ZOOM. Cada taller contó con una Introducción, con el desarrollo de dos actividades prácticas y colaborativas utilizando la herramienta colaborativa MIRO, y un cierre.

La ejecución de estos talleres se realizó por medio de sesiones macrozonales, en donde en cada sesión se realizaron los talleres participativos de forma paralela enfocados en cada región del país. En total se realizaron 16 talleres participativos, uno

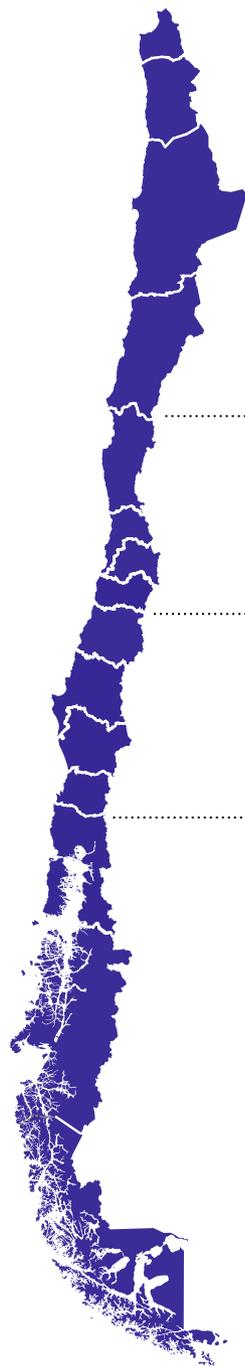
por región del país, en el periodo desde el 20 de Diciembre 2020 hasta el 20 de enero 2021.

Para los talleres fueron convocados la totalidad de agentes identificados, y los participantes efectivos se presentan en la Figura 5.

En relación a las entrevistas, se realizó un total de 40 entrevistas, las cuales se hicieron de manera remota.

Metodología

Figura 5 – Convocatoria y participación por macrozona



Macrozona Norte

Regiones de Arica y Parinacota, Tarapacá, Antofagasta y Atacama.

Macrozona Centro

Regiones de Coquimbo, Valparaíso, Metropolitana y Libertador General Bernardo O'Higgins.

Macrozona Sur

Regiones de Maule, Ñuble BioBío, Araucanía y la región de los Ríos.

Macrozona Austral

Regiones de Los Lagos, Aysén del General Carlos Ibáñez del Campo y Región de Magallanes y la Antártica.

Macrozona Norte	Invitaciones enviadas	Participantes efectivos
Formulario de caracterización	303	56
Talleres participativos	56	27
Entrevistas	11	10

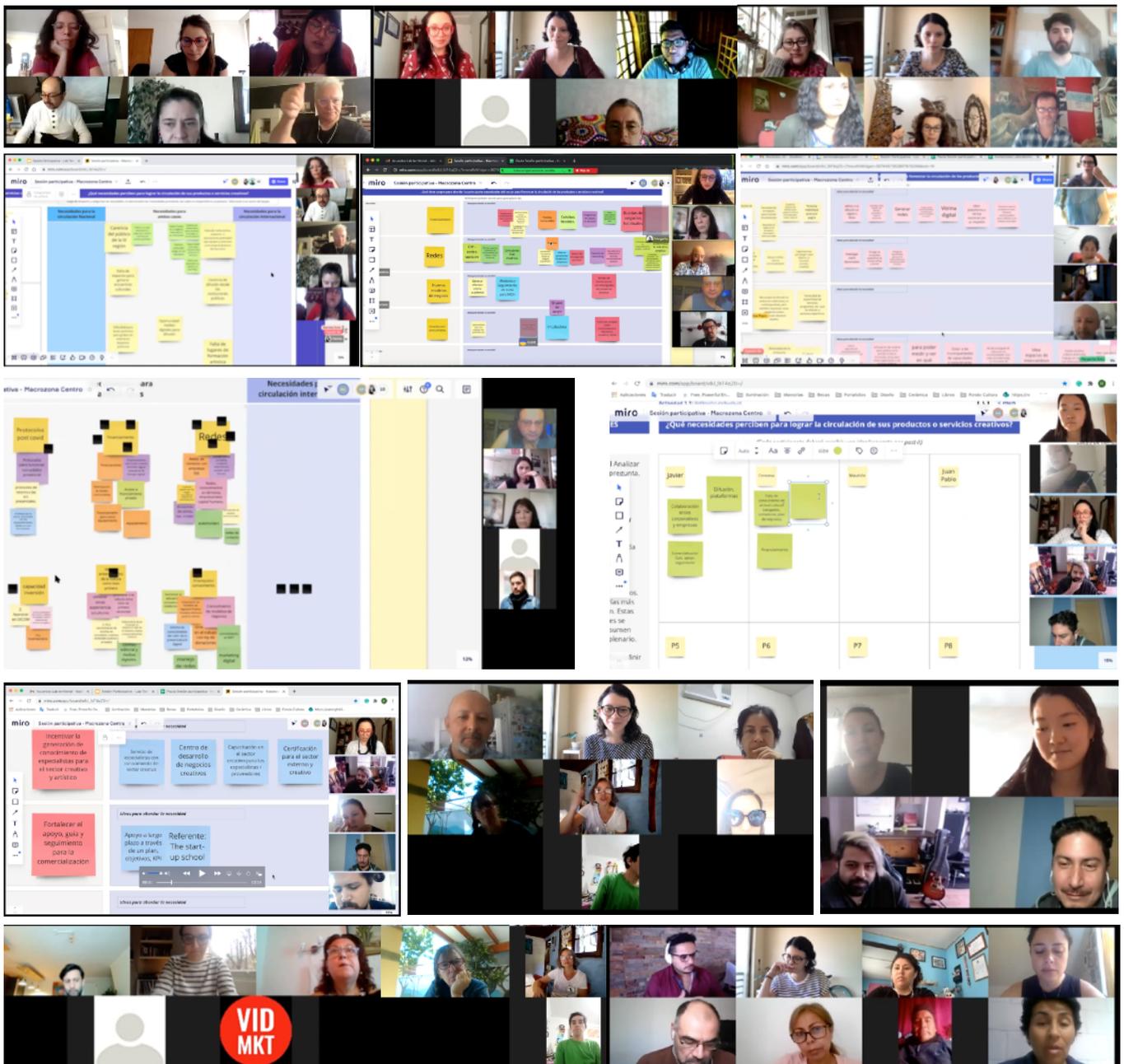
Macrozona Centro	Invitaciones enviadas	Participantes efectivos
Formulario de caracterización	227	70
Talleres participativos	70	26
Entrevistas	12	12

Macrozona Sur	Invitaciones enviadas	Participantes efectivos
Formulario de caracterización	249	60
Talleres participativos	60	18
Entrevistas	11	9

Macrozona Austral	Invitaciones enviadas	Participantes efectivos
Formulario de caracterización	114	34
Talleres participativos	34	17
Entrevistas	11	9

Total Nacional	Invitaciones enviadas	Participantes efectivos
Formulario de caracterización	893	220
Talleres participativos	220	88
Entrevistas	45	40

Imágenes de los talleres participativos



Metodología

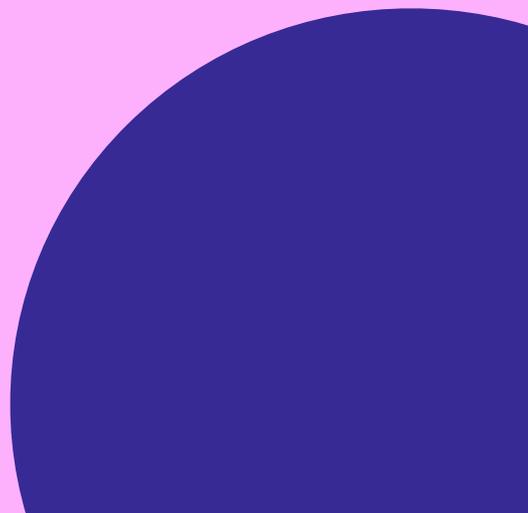
d. Construcción de resultados

Tanto la información cuantitativa como cualitativa fue analizada en su conjunto para obtener los resultados de la investigación.

Los datos recolectados a través del formulario de caracterización fueron analizados a través de un análisis de frecuencias y los datos recolectados tanto en los talleres participativos como en las entrevistas fueron analizados con un método de análisis temático y análisis del discurso (Bryman, 2016). Revisando, organizando y describiendo temas emergentes, se buscó agrupar y analizar temáticas presentes en relación a las dos preguntas trabajadas durante los laboratorios.



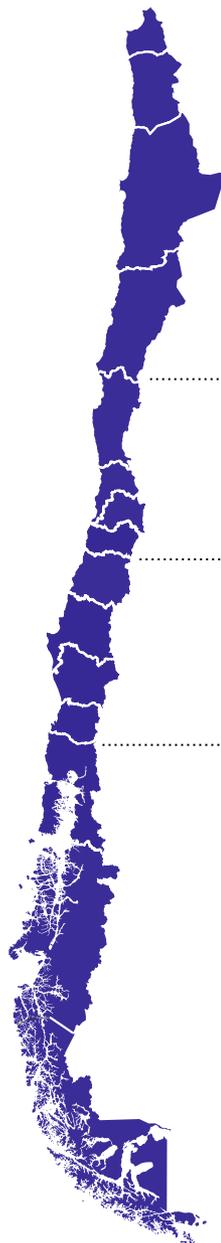
Hallazgos generales



Hallazgos generales

Los Laboratorios Territoriales 2021 buscaron generar y actualizar conocimiento sobre el ecosistema del emprendimiento creativo de Chile a escala regional – macrozonal, relativo a una caracterización del ecosistema, un levantamiento de necesidades para la circulación nacional e internacional, y una co creación de ideas par abordar las necesidades detectadas.

Aún cuando fue posible confirmar que cada ecosistema regional e incluso macrozonal posee características propias, se identificó y constató que también hay ciertas brechas y necesidades urgentes a resolver que son transversales independientes del territorio y sector creativo al que pertenezcan los/as emprendedores/as. Una de ellas es referente a la necesidad de desarrollar habilidades distintas a las artísticas, mayormente relacionadas con capacidades comerciales y digitales. Los emprendimientos creativos y culturales del país requieren poder desarrollar conocimiento y habilidades concretas relacionadas con el emprendimiento creativo y cultural de una manera práctica para desarrollar y sostener sus proyectos en el tiempo en un mundo que es cada vez más digitalizado.



Macrozona Norte

Regiones de Arica y Parinacota, Tarapacá, Antofagasta y Atacama.

Macrozona Centro

Regiones de Coquimbo, Valparaíso, Metropolitana y Libertador General Bernardo O'Higgins.

Macrozona Sur

Regiones de Maule, Ñuble BioBío, Araucanía y la región de los Ríos.

Macrozona Austral

Regiones de Los Lagos, Aysén del General Carlos Ibáñez del Campo y Región de Magallanes y la Antártica.



Hallazgos generales

La necesidad de contar con redes entre los agentes creativos del territorio, tanto entre los propios emprendedores como también con potenciales inversionistas, y con entes públicos resalta también como una brecha identificada en todos los territorios del país. Relacionado con este punto, está la necesidad de contar con un agente articulador de los diferentes actores que permita la generación de vínculos y redes.

Se levanta también una clara necesidad de apoyo para difundir y exhibir los trabajos creativos, esto referido a contar con nuevos y mejores canales y espacios para llegar de forma más expedita a la audiencia.

Se identifica también una necesidad en todas las macrozonas relacionada con diversificar el financiamiento existente, pues existe la percepción de que hoy los fondos disponibles no están focalizados en emprendimientos creativos y culturales, por lo que los emprendedores deben ajustar sus proyectos para cumplir con los requerimientos solicitados.

Asimismo, se percibe como relevante en las regiones más extremas del país, la necesidad de fortalecer canales de distribución y logística para el envío de productos/servicios, esto en debido a la existencia de barreras tributarias, altos costos de envío y plazos extensos para despachos.

Resulta bastante interesante que una de las ideas que surge, de manera sistemática durante el estudio, tiene relación con la creación de alguna

institucionalidad enfocada en el desarrollo y fomento específico de los emprendimientos creativos y culturales de los territorios, que cumpla el rol de articular y coordinar a los agentes creativos, además de guiar y dar seguimiento a los proyectos, entregando espacios e instancias de formación, información y vinculación.

Por otro lado, una idea que toma fuerza en términos generales es la de desarrollar plataformas digitales con el fin de apoyar la comercialización de los productos y servicios creativos, así como conectar y vincular a los agentes del territorio. Se plasma la propuesta de contar con un catálogo actualizado de los diversos actores y trabajos creativos del territorio que permita, además de exhibir los emprendimientos creativos, reconocer el trabajo que se está realizando.

A partir del conocimiento generado en este primer laboratorio territorial, aparecen diversos puntos interesantes de seguir explorando y profundizando. Una línea de investigación futura podría estar enfocada en analizar las particularidades propias de cada sector cultural y creativo en relación al emprendimiento existentes en los diversos territorios, de modo de indagar en el desarrollo sectorial regional para potenciar su sostenibilidad de modo específico. Además, otra línea de investigación podría centrarse en el análisis de las conexiones y relaciones intersectoriales en el territorio y cómo estas impactan al desarrollo de la Economía Creativa a escala local y nacional.



Hallazgos generales

Resulta bastante interesante que una de las ideas que surge, de manera sistemática durante el estudio, tiene relación con la creación de alguna institucionalidad enfocada en el desarrollo y fomento específico de los emprendimientos creativos y culturales de los territorios, que cumpla el rol de articular y coordinar a los agentes creativos, además de guiar y dar seguimiento a los proyectos, entregando espacios e instancias de formación, información y vinculación.

Por otro lado, una idea que toma fuerza en términos generales es la de desarrollar plataformas digitales con el fin de apoyar la comercialización de los productos y servicios creativos, así como conectar y vincular a los agentes del territorio. Se plasma la propuesta de contar con un catálogo actualizado de los diversos actores y trabajos creativos del territorio que permita, además de exhibir los emprendimientos creativos, reconocer el trabajo que se está realizando.

A partir del conocimiento generado en este primer laboratorio territorial, aparecen diversos puntos interesantes de seguir explorando y profundizando. Una línea de investigación futura podría estar enfocada en analizar las particularidades propias de cada sector cultural y creativo en relación al emprendimiento existente en los diversos territorios, de modo de indagar en el desarrollo sectorial regional para potenciar su desarrollo sostenible de modo específico. Además, otra línea de investigación podría centrarse en el análisis de

las conexiones y relaciones intersectoriales en el territorio y cómo éstas impactan al desarrollo de la Economía Creativa a escala local y nacional.

Limitaciones del estudio

Los resultados aquí generados podrán servir para informar el diseño e implementación de medidas de políticas públicas, que favorezcan el desarrollo descentralizado y la sustentabilidad económica de los emprendimientos del sector creativo y cultural de cada región, sin embargo, el estudio presenta algunas limitaciones relacionadas con la muestra y el perfil de los participantes de cada sesión participativa.

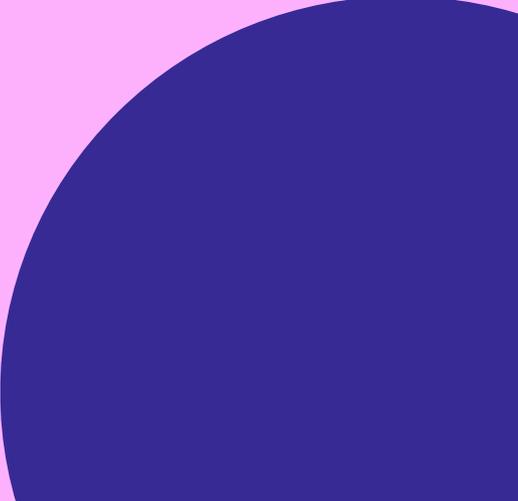
Durante el proceso se pudo constatar un sesgo muestral que incide en la representatividad de los resultados. Esto, debido a que los participantes fueron identificados y convocados a través de un proceso llevado a cabo de manera digital en donde, a pesar de que se apuntó a alcanzar a la totalidad de emprendedores/as de cada territorio que cumplan con las características requeridas, únicamente participaron aquellos que contaban con la disponibilidad de tiempos y el acceso a conectividad. Dando como resultado, una baja participación de emprendedores/as de ciertas regiones del país, así como también, de diversidad sectorial de las instancias participativas.

Además, se percibe una seria deficiencia en la entrega de información por parte de los participantes del proceso, quienes en ocasiones no incluyen sus datos de contacto o la información solicitada de su quehacer de manera completa.



Árbol de Problemas y Ecosistema Creativo

Capítulo desarrollado por la Fundación
para el Fomento de la Economía y la
Industria Creativa, Santiago Creativo



Árbol de Problemas del Emprendimiento Creativo en Chile

El emprendimiento creativo en Chile presenta debilidades de competitividad por una serie de restricciones. Si bien, esta situación se constata desde inicios del siglo XXI hasta la fecha.¹ A partir de una observación y análisis en base a la muestra participante de los Laboratorios Territoriales 2021 y a investigación previamente realizada por la Fundación Santiago Creativo, se identifican ciertas debilidades en común. Dentro de las más observadas, se identifica una falta de conexión que tiene la producción con los siguientes eslabones de la cadena productiva. Esta situación se manifiesta de manera transversal en todas las regiones participantes.

Asimismo, se detectan las siguientes debilidades:

- Persistencia de divergencias ideológicas en torno a la relación entre arte y negocios, lo que se ha expresado en políticas públicas que han valorado prioritariamente la subvención a proyectos como fomento a la creación y el subsidio a la demanda o a las audiencias², dificultando la generación de una cultura de comercialización entre creadores y emprendedores, así como una disposición de pago por parte de los consumidores.
- Se aprecia que las debilidades más frecuentes en la cadena de valor de prácticamente todos los sectores participantes, se ubican en los eslabones de la distribución y la comercialización de los productos y servicios.
- El escaso desarrollo de audiencias, no ha estado focalizado en la valoración de la creación nacional. El público potencialmente interesado en los contenidos creativos, terminan orientando sus preferencias hacia

la oferta extranjera porque la nacional es irregular o está menos posicionada.

- Se aprecia que quienes dicen exportar, lo hacen a través de prácticas informales, lo cual refleja un sistema de exportación en vías de desarrollo.
- Los modelos de negocio de los/las emprendedores/as son escasos y están focalizados en el mercado interno, con orientación al producto y no a la demanda.
- Se observa que la producción ha aumentado en los últimos 20 años mientras su mercado de consumo sigue siendo muy pequeño y poco desarrollado. Otros factores asociados a la inestabilidad del mercado son la piratería – especialmente en la editorial y la fonografía – lo que merma sus volúmenes de venta, así como el gravamen a los libros (I.V.A.) que aumenta su valor de mercado.

¹ CNCA (2014) Mapeo de las Industrias Creativas de Chile.

² A modo de ejemplo en la encuesta 2008 (INE-CNCA) se señala que del total de espectadores que asistieron a espectáculos de las artes escénicas un 51,9% fue pagando entrada y un 53,3% lo hizo de manera gratuita.

Árbol de Problemas del Emprendimiento Creativo en Chile

- Se constata una débil, casi nula, práctica asociativa. Así también se observa una cultura sectorial individual que no promueve la coproducción o la multisectorialidad al momento de producir, distribuir y comercializar un bien o servicio creativo cultural.
- Carencia de información acerca de mercados externos por parte de las empresas y defectos persistentes en las estadísticas oficiales del sector (básicamente, incomparabilidad de los datos para distintos períodos).
- La globalización y la gravitación de las tecnologías digitales han impactado sólo en una parte de los cultores y emprendedores, aumentando la brecha entre quienes manejan los nuevos enfoques y herramientas y los que no. Por ello, se observa un desaprovechamiento de las oportunidades y herramientas que ofrecen las NTIC.
- Existencia de instrumentos de apoyo percibidos como dispersos, escasos o burocráticos por parte los potenciales usuarios.
- Debilidades referidas a la falta de manejo de herramientas de negocios y de elaboración de proyectos comerciales y de internacionalización;
- Rasgos de la cultura sectorial y sus orientaciones que desincentivan el desarrollo de esta competitividad;
- Escasa producción, disposición y demanda de información comercial sectorial y;
- Desconocimiento o escaso uso de los instrumentos de apoyo estatal disponibles para la internacionalización de la producción nacional.

Todo lo anterior se observa en un grupo humano de emprendedores que llevan mucho más de 2 años produciendo en la industria creativa cultural y que en su gran mayoría (70%) tiene formación universitaria completa.

Esta falta de competitividad tiene efectos concatenados que se expresan en:

- Alta informalidad y un bajo nivel de las exportaciones de los emprendedores que conforman los sectores creativos en Chile;
- Su débil posicionamiento internacional y;
- El desaprovechamiento de las oportunidades exteriores para la comercialización de sus bienes y servicios.

Este panorama de debilidad se produce en un mundo que en las últimas 4 décadas experimenta un aumento exponencial de la producción y consumo de bienes y servicios culturales y creativos, con una alta concentración de la balanza comercial en beneficio de 3 países: China, Gran Bretaña y Estados Unidos de Norteamérica. Para las décadas de los 80s y 90s UNESCO señala:

"En este contexto cambiante, caracterizado por nuevos patrones de producción, consumo y comercio, los bienes y servicios culturales no son una excepción. También los mercados culturales se están haciendo globales como lo indica el hecho de que el comercio de bienes culturales se haya multiplicado por cinco entre 1980 y 1998. En la sociedad del conocimiento que otros llaman de la información, las industrias culturales y de contenido son fundamentales y su crecimiento es exponencial..." ³

³ UNESCO: "Cultura, comercio y globalización" en: http://portal.unesco.org/culture/admin/file_download.php/Cultura_comercio_globalización.pdf?URL_ID=14695&filename=10802121975Cultura_comercio_globalización%F3n.pdf&filetype=application%2Fpdf&filesize=15687&name=Cultura_comercio_globalización%F3n.pdf&location=user-S/

Árbol de Problemas del Emprendimiento Creativo en Chile

Para las primeras décadas del siglo XXI el Informe sobre la Economía Creativa de UNCTAD y PNUD⁴, señala que las exportaciones mundiales de bienes y servicios creativos se duplicaron con creces entre 2002 y 2008. La pandemia por COVID19 ha multiplicado las opciones que tienen los emprendedores creativos que se están adaptando a la transformación digital, a fin de ofrecer nuevas experiencias digitales y no perder el contacto con sus distintos mercados de consumo.⁵

En los países en vías de desarrollo se ha tornado una oportunidad para el crecimiento global de la economía, porque la base del sector creativo son los intangibles sujetos a propiedad intelectual, es decir, los recursos culturales, identitarios y las capacidades de innovación que existen en toda sociedad y que son además, reconocidos factores de integración social y proyección hacia el exterior.

Es una industria que genera externalidades positivas con bajo nivel de inversión pública y privada y una alta rentabilización múltiple. La promoción de la creatividad o de la denominada “mercancía del siglo XXI”, tiene un impacto estratégico en el desarrollo sostenible, la rentabilización social, política y económica de todos los países.⁶ Estas son las oportunidades que se desaprovechan si se carece de capacidades competitivas para el comercio internacional de bienes y servicios creativos.

A partir de la información recabada se puede apreciar que las debilidades más frecuentes en, prácticamente en todos los emprendedores de los sectores creativos de la Industria Creativa Cultural de Chile, se ubican en los eslabones de la distribución y la comercialización de los productos y servicios.

Incide en esta situación la ausencia actividades secundarias que según el modelo de cadena de valor

son las llamadas a potenciar los eslabones primarios de la cadena. En este caso nos referimos a:

- Infraestructura de la organización: actividades que prestan apoyo a toda la empresa, como la planificación, contabilidad y las finanzas.
- Dirección de recursos humanos: Profesionales especializados en la distribución y comercialización de productos y servicios.
- Desarrollo de tecnología, investigación y desarrollo: incorporación de innovaciones y NTIC al modelo de negocio.
- Abastecimiento: Establecimiento de estándares y proveedores.

Algunos de los elementos deficitarios son, por ejemplo:

1. Orientación al producto y no a la demanda.
2. Ausencia de estrategias de marketing y posicionamiento de productos y/o marca.
3. Déficits en los servicios de apoyo a los sectores. Específicamente en los puntos referidos a brindar una base destinada a mejorar los eslabones empresariales. Vale decir, servicios de infraestructura, recursos humanos, de desarrollo y de abastecimiento que impliquen mejorar la competitividad de los sectores ante la demanda de productos y servicios provenientes del extranjero.

⁴ El Informe, elaborado conjuntamente por la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD, del inglés, United Nations Conference on Trade and Development) y el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), constituye el segundo estudio exhaustivo de las Naciones Unidas sobre el tema. El primer Informe sobre la economía creativa se publicó en 2008.

⁵ MGC revista de gestión cultural, EDICIÓN ESPECIAL. VOCES MGC: LECTURA SOCIOCULTURAL DE LA PANDEMIA EN CHILE. Pág 64-65.

⁶ Se trata también de una perspectiva ética que queda muy bien descrita en eventos, documentos e instrumentos jurídicos internacionales que se han producido en los últimos 40 años: 1976 (entrada en vigor): Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales. 1982: Conferencia Mundial (México DF). 1990: UNESCO declara el Decenio Mundial de Desarrollo Cultural. 1997: Informe “Nuestra Diversidad Creativa” de la Comisión Mundial de Cultura y Desarrollo (Javier Pérez de Cuellar). 1998: Conferencia Intergubernamental de Políticas Culturales para el Desarrollo: The power of culture (Estocolmo-Suecia). 1998/2001: 2 Informes Mundiales de Cultura de UNESCO. 2003. “Convención para la Protección y Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial”. 2004: Agenda 21 para la Cultura. 2005: “Convención para la protección y promoción de la diversidad de expresiones culturales” UNESCO. 2006: Carta Cultural Iberoamericana.

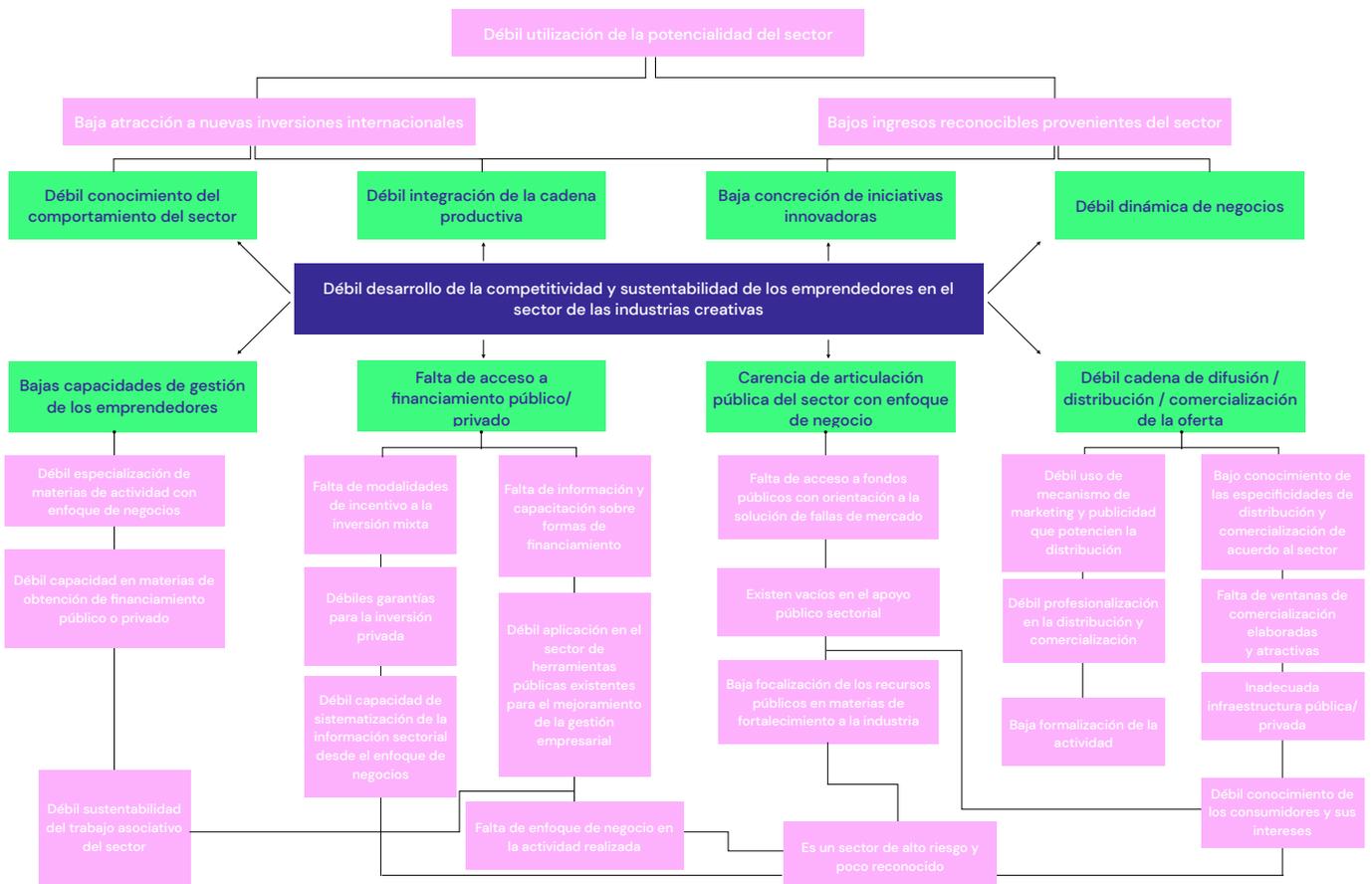
Árbol de Problemas del Emprendimiento Creativo en Chile

Todo lo anterior en vista de incorporar, de parte de las empresas, modelos de negocio que subsanen las debilidades presentadas.

Las empresas o emprendimientos de la industria creativa chilena presentan estas debilidades competitivas que les impiden tomar las oportunidades disponibles en mercados externos, cuyo aprovechamiento les permitiría suplir las limitaciones que presenta el mercado local, complementar las acciones que desarrollan en él o potenciarlas. Incluso, muchos agentes que participan en la cadena de valor de la industria creativa, pese a que

realizan una actividad en forma permanente y exclusiva, no están formalizados y, por lo tanto, carecen de toda posibilidad de aprovechar las oportunidades de exportación disponibles.

Junto con lo anterior, se aprecian debilidades críticas en los eslabones asociados a la distribución y la comercialización, aspectos que se acrecientan en los modelos tradicionales de negocios asociados al intercambio físico de productos. A partir de ello surge la siguiente **figura de Árbol de Problema**.



Fuente: Elaboración propia Fundación para el Fomento de la Economía y la Industria Creativa, Santiago Creativo

Ecosistema Creativo

El concepto de ecosistema proviene de las ciencias naturales, principalmente de la biología. La RAE define ecosistema como un sistema constituido por una comunidad ubicados en un medio físico, el hábitat, en los cuales los seres que forman parte de este espacio, generan una interdependencia entre ellos. Al momento de trasladar este concepto a la Economía Creativa, se despliega con una perspectiva sociológica, en donde se incorporan aspectos vinculados con el tejido social, el fortalecimiento y sustentabilidad del campo, mediante procesos que extrapolan aspectos positivos desde las artes y las culturas, como de la economía, entre ellos el bienestar a nivel monetario, la cohesión social y el desarrollo territorial.

“Un ecosistema creativo se puede entender como un sistema compuesto por comunidades de organismos, individuos y organizaciones que habitan, trabajan e interactúan en los ámbitos de la creación dentro de un determinado territorio. Los distintos actores o agentes que componen los ecosistemas creativos, basan sus prácticas en la propiedad intelectual, aportando valores agregados como la innovación, el conocimiento y la cultura, lo que las ubica dentro de la llamada economía creativa (Uribe, 2018)”.

Desde la Fundación para el Desarrollo de la Economía y Industria Creativa, se identifican al menos cinco sectores que interactúan en diferentes eslabones de la cadena de valor del sector productivo de manera transversal. Entre ellos se encuentra el sector público, la sociedad civil organizada, el ámbito académico, el sector privado y el marco normativo (Santiago Creativo, 2016).

Sistema Integrado de Economía Creativa

Considerando al emprendedor como centro del ecosistema de la Economía Creativa, se realizó un análisis de diversas fuentes vinculadas con el quehacer de las industrias creativas y su conexión con el entorno.

En relación directa con la cadena de valor de los emprendimientos creativos, se analizaron los ciclos culturales de formación, producción, creación, difusión y comercialización de las culturas y las artes, expuestos en el “Mapeo de las Industrias Creativas en Chile, caracterización y dimensionamiento”⁶, espacio donde se identificaron actores relevantes nivel general existentes en los sectores de artesanía, artes visuales, fotografía, teatro, danza, artes circenses, editorial, música, audiovisual, arquitectura, diseño y nuevos medios.

Por otra parte, se identificaron las interacciones que se generan en el ecosistema creativo, expuestos en el curso “El valor de la creatividad y la innovación: La Economía Naranja”⁷, esquema que propone en el centro los desafíos de las y los creadores, con las vinculaciones con organismos que competen temáticas de conexiones profesionales, conexión con cliente/consumidor, habilidades y conocimiento, y financiamiento.

⁶ CNCA (2014) Mapeo de las Industrias Creativas de Chile.

⁷ Curso: “El valor de la creatividad y la innovación: La Economía Naranja”, BID, 2020.

Ecosistema Creativo

Con los antecedentes teóricos tanto del Consejo Nacional de las Culturas y las Artes, del Banco Interamericano del Desarrollo y de la Fundación para el Fomento de la Economía y la Industria Creativa, se elaboró el diagrama de Sistema Integrado del Ecosistema de la Economía Creativa, en el cual se establece en una primera parte la existencia y retroalimentación entre los agentes en el sector público, privado, académico y de la sociedad civil, con el marco normativo vigente, que interactúan con el emprendedor creativo, en la cadena de valor, espacio en el cual se visibiliza la acción recíproca con las y los consumidores, participantes, el acceso, la audiencia y/o el mercado, que nace desde el inicio de la cadena de valor, pero se va

intensificando su conexión con los productos y/o servicios creativos a medida que van avanzando en los eslabones de la misma.

Esta interacción tiene como finalidad fortalecer el ecosistema creativo, apoyando en las diversas limitaciones del núcleo del sistema integrado, que corresponde al “emprendedor/a creativo/a”, las cuales pueden categorizarse como las necesidades de capital humano, las conexiones sectoriales o intersectoriales, el fomento productivo, las necesidades territoriales y las necesidades de relación de consumo o participación con los clientes o usuarios.

Interacciones del Ecosistema de la Economía Creativa BID



Fuente: BID, Curso “El Valor de la Creatividad y la Innovación: La Economía Naranja”

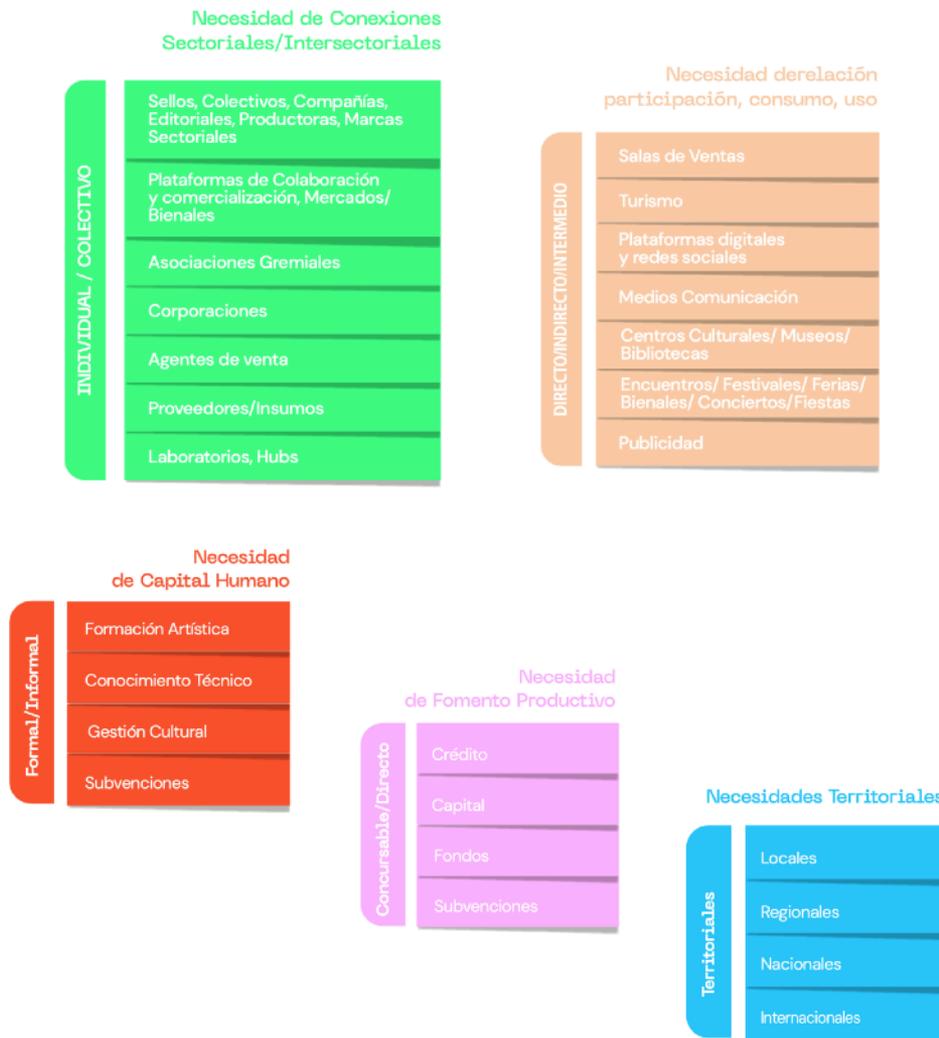
Ecosistema Creativo

Esquema de Sistema Integrado Ecosistema Economía Creativa



Ecosistema Creativo

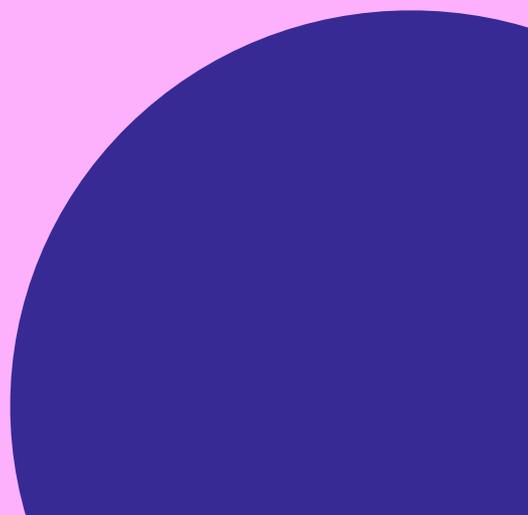
Esquema de Sistema Integrado Ecosistema Economía Creativa



Fuente: Fundación para el Fomento de la Economía y la Industria Creativa, Santiago Creativo



Hallazgos Por Macrozona

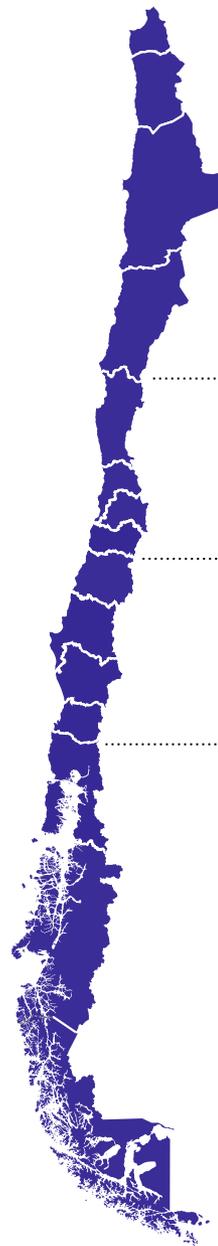


Hallazgos por macrozona

En las páginas a continuación se plasman los principales hallazgos por macrozona, así como los resultados por región, los cuales estarán divididos en relación a las temáticas exploradas: 1. Caracterización de los emprendimientos; 2. Necesidades para fomentar la circulación, 3. Ideas para fomentar la circulación. A través de tres secciones, el documento revisará el análisis de la información generada durante el proceso.

Las macrozonas hacen referencia a los siguientes territorios:

- Macrozona Norte: Territorio que contempla las regiones de Arica y Parinacota, Tarapacá, Antofagasta y Atacama.
- Macrozona Centro: Territorio que contempla las regiones de Coquimbo, Valparaíso, Metropolitana y Libertador General Bernardo O'Higgins.
- Macrozona Sur: Territorio que contempla las regiones de Maule, Ñuble BioBío, Araucanía y la región de los Ríos.
- Macrozona Austral: Territorio que contempla las regiones de Los Lagos, Aysén del General Carlos Ibáñez del Campo y Región de Magallanes y la Antártica.



Macrozona Norte

Regiones de Arica y Parinacota, Tarapacá, Antofagasta y Atacama.

Macrozona Centro

Regiones de Coquimbo, Valparaíso, Metropolitana y Libertador General Bernardo O'Higgins.

Macrozona Sur

Regiones de Maule, Ñuble BioBío, Araucanía y la región de los Ríos.

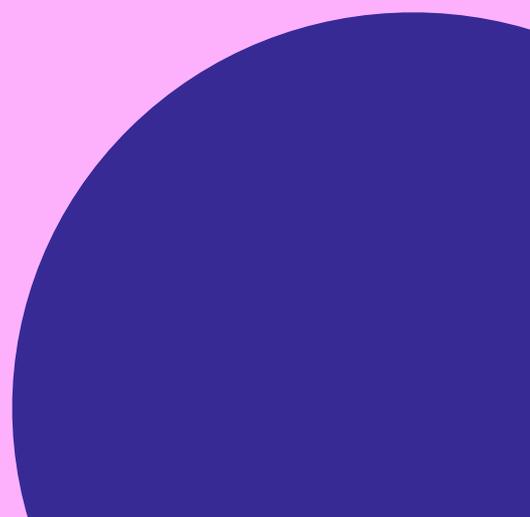
Macrozona Austral

Regiones de Los Lagos, Aysén del General Carlos Ibáñez del Campo y Región de Magallanes y la Antártica.



Macrozona Norte

Territorio que contempla las regiones de Arica y Parinacota, Tarapacá, Antofagasta y Atacama





Hallazgos generales del territorio

El proceso **Laboratorios Territoriales / Macrozona Norte** tuvo como propósito identificar áreas prioritarias de intervención a escala regional, para el fomento a la circulación de bienes y/o servicios de emprendimientos creativos y culturales a lo largo de Chile.

Aún cuando fue posible confirmar que cada ecosistema regional posee características propias, en términos generales, se pudo identificar ciertos puntos en común relativas a las temáticas exploradas: 1. Caracterización de los emprendimientos; 2. Necesidades para fomentar la circulación, 3. Ideas par fomentar la circulación; las cuales de plasman a continuación.

1. CARACTERIZACIÓN DE LOS EMPRENDIMIENTOS

La presente información corresponde a una síntesis del análisis realizado en torno a los formularios de caracterización levantados del territorio. Para ver más detalle de la metodología y resultados, revisar el estudio “Diagnóstico Nacional y Caracterización de Emprendimientos Creativos por Macrozonas de Chile”, 2021.

A partir de la información recolectada, se puede concluir que los emprendimientos creativos del territorio mantienen las siguientes características generales:

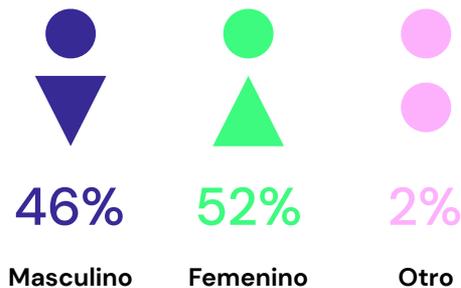
- Si bien se identifican agentes creativos, creadores y cultores que llevan a cabo actividades relacionadas a las industrias creativas, pocos se identifican como productores o exportadores.
- Existe una percepción de “autoexclusión” del ecosistema del emprendimiento creativo. Entre otros motivos, esto se interpreta como relacionado con el conocimiento sobre ICC el cual se observa como deficiente, lo que se manifiesta en el escaso manejo de la terminología utilizada asociada al emprendimiento cultural y a la baja formalización de sus actividades comerciales.
- Se detectan obstáculos importantes para la internacionalización de los productos en zonas fronterizas próximas a sus espacios de producción, debido a restricciones o vacíos legales en ámbitos que implican el traslado de objetos, manufacturas u obras, como en el caso de la artesanía, artes visuales o el traslado de vestuarios para la realización de giras en el área de artes escénicas.
- Se evidencia una percepción los emprendedores culturales de poca adaptabilidad de los recursos públicos a las particularidades del sector cultural. No obstante, se expresa la disposición a desarrollar nuevas formas de trabajo, acogiendo los tiempos que corren y las exigencias del mercado actual, en miras de visibilizar y ampliar su labor productiva.
- Bajo nivel de formalización del sector artístico local que desarrolla actividades económicas, lo que impacta también en la autopercepción de los emprendedores, que escasamente se consideran agentes económicos.
- Deficiente vinculación de los emprendedores con instituciones relacionadas al ámbito del comercio y la industria.
- Débil trabajo intersectorial, que dificulta entramados de soporte para las actividades económicas del sector cultural y sus particularidades.
- Se identifican agentes creativos con mayor grado de profesionalización, como es el caso de las disciplinas de fotografía, artesanía y teatro.



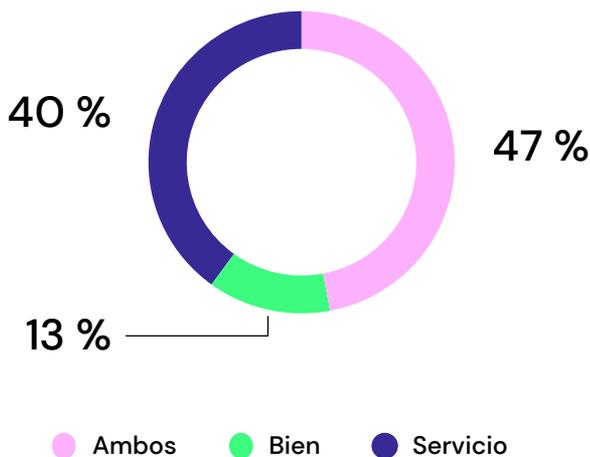
Hallazgos generales del territorio

A continuación se presenta una síntesis del análisis de datos realizados a partir de los formularios de caracterización levantada del territorio, el cuál da cuenta de la distribución por género de los emprendimientos del territorio, el tipo de comercialización que se presenta; y lugares de experiencia e interés de comercialización. Para ver más detalle, revisar el documento "Diagnóstico Nacional y Caracterización de Emprendimientos Creativos por Macrozonas de Chile", 2021.

Género de los/as emprendedores/as



Tipo de comercialización



Lugares de experiencia de comercialización de bienes y/o servicios en el extranjero



Lugares de interés de comercialización de bienes y/o servicios en el extranjero





Hallazgos generales del territorio

A continuación se presentan los principales hallazgos en relación a las necesidades para la circulación nacional e internacional y principales ideas para ser abordadas. Esta información fue levantada en conjunto con emprendedores y emprendedoras del territorio a través de talleres participativo realizados el día 11 de enero de 2021 con participantes de las regiones de Arica y Parinacota (7), Tarapacá (9), Antofagasta (3) y Atacama (8).

2. NECESIDADES PARA FOMENTAR LA CIRCULACIÓN

Espacios de formación y capacitaciones prácticas y concretas hacia de emprendedores/as creativos/as resulta ser una de las necesidades más urgentes de los agentes de la macrozona, principalmente en relación al manejo de RRSS, habilidades comerciales para el desarrollo de planes de negocio y conocimiento administrativo y legal.

De manera transversal a las regiones se percibe la necesidad de contar con un actor articulador del ecosistema, que genere y fomente redes y trabajo colaborativo entre los agentes creativos del territorio, con instituciones públicas, privadas, y con otras industrias (en especial turismo).

El contar con canales tanto presenciales como digitales para difundir y exhibir los productos y servicios creativos también se torna una brecha prioritaria al momento de buscar circular los trabajos en el país y a nivel internacional.

Otra de las brechas prioritarias detectadas en la macrozona dice relación con la falta de fondos específicos para el emprendimiento creativo, necesitando el ecosistema una diversificación de fondos disponibles.

Asimismo, se percibe, sobretodo en la región de Arica, la necesidad de fortalecer canales de distribución y logística para el envío de productos/servicios, en

relación a la existencia de barreras tributarias y de altos costos de envío de productos a nivel nacional.

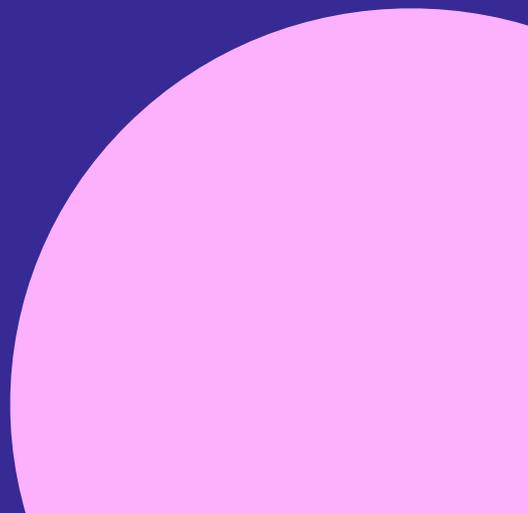
3. IDEAS PARA FOMENTAR LA CIRCULACIÓN

Durante los talleres regionales fue posible idear una gran variedad de propuestas para cada territorio en particular, sin embargo, se observaron ciertos puntos en común entre las cuatro regiones. Por ejemplo, una idea desarrollada transversalmente fue la creación de una plataforma o vitrina de comercialización y difusión para el emprendimiento creativo y cultural local, que permita dar a conocer el trabajo y oferta creativa del territorio, así como conectar a los emprendedores y con sus posibles audiencias. También, se observó en la mayor parte de las regiones analizadas la idea de generar mesas de trabajo periódicas para el ecosistema creativo para generar sinergia tanto con autoridades locales como con los pares, el desarrollo de un mapeo y caracterización del sector a escala local. Asimismo, se detectó un interés por generar instancias de capacitación que contemplen herramientas y temáticas específicas de emprendimiento creativo y cultural, así como también guía y apoyo para los procesos de postulación y acceso a oportunidades.



Región de Arica y Parinacota

Hallazgos por región

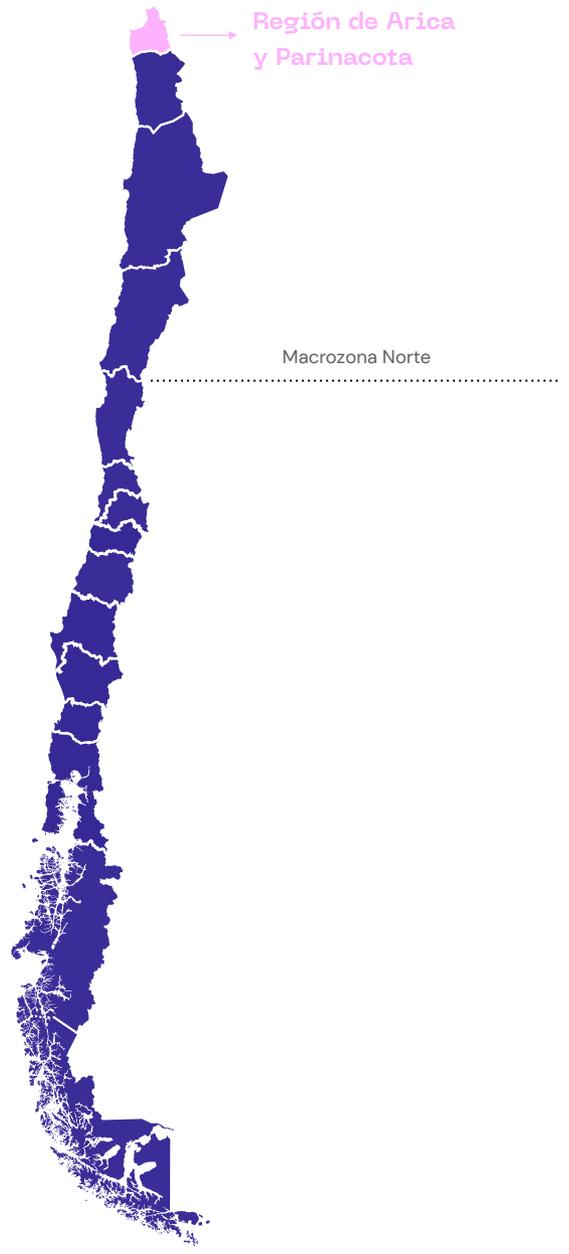




Introducción

Este apartado es un esfuerzo por plasmar la manera en que una selección de emprendedores/as creativos pertenecientes a la **Región de Arica y Parinacota**, perciben el desarrollo de sus emprendimientos en relación a las temáticas exploradas: 1. Caracterización de los emprendimientos; 2. Necesidades para fomentar la circulación, 3. Ideas par fomentar la circulación; A través de tres secciones, el documento revisará el análisis de la información generada durante el proceso.

En relación al perfil de los participantes, del total de emprendedores/as participantes de la sesión regional, un 57% se declara perteneciente al sector Artesanía, y un 14% de Artes Escénicas, 14% Libro y Editorial y 14% Música.





Caracterización de los emprendimientos de la región

La presente información corresponde a una síntesis del análisis realizado en torno a los formularios de caracterización levantados del territorio. Para ver más detalle de la metodología y resultados, ver el estudio “Diagnóstico Nacional y Caracterización de Emprendimientos Creativos por Macrozonas de Chile”, 2021.

Región de Arica y Parinacota – organizada en dos provincias y subdividida en dos comunas: Arica – capital regional— y Camarones, es una de las regiones más pequeñas del país, con un 2,24% de su superficie; lo que se condice con el nivel de población, que representa el 1,3% del total nacional.

La manera de ocupación del territorio está dada por su geografía, con escasas planicies costeras, fuentes hídricas asociadas a las quebradas, zonas altiplánicas de grandes alturas y un clima desértico, determinante también del tipo de actividades culturales y recreativas que se desarrollan. Interesante es su condición fronteriza con Perú y Bolivia, situación que influye tanto en las prácticas culturales de sus habitantes como en la actividad comercial que se genera en ciudades y pasos fronterizos.

Otra característica relevante a la hora de comprender su conformación identitaria y su quehacer cultural es que la población perteneciente a pueblos indígenas de la región es de un 25,9%, mientras que a nivel nacional es de sólo un 9%. Se cuenta, por tanto, con una importante presencia de pueblos indígenas — principalmente Aymara y Quechua—, y con una activa comunidad afrodescendiente, lo que, además del permanente intercambio cultural con los países fronterizos y la creciente migración, entregan a la región de una gran diversidad de identidades culturales.



Necesidades para la circulación

A continuación se muestran las necesidades de mayor relevancia percibidas por los agentes del territorio en torno a la circulación nacional e internacional.

Articulación y redes entre agentes creativos

Se plantea que existe un bajo vínculo entre los propios emprendedores creativos de la región. Desde el punto de vista de la asociatividad se expresa que “falta articular más fuertemente con los gremios, para obtener una voz en común y un poco salirnos de la individualidad” esto impacta en la capacidad de los emprendedores de colaborar entre sí. Junto con eso se menciona la necesidad de contar con un rol articulador y que sea encargado de vincular el sector creativo con otras industrias, por ejemplo, con la industria del turismo “lo que pasa es que en Arica, nosotros nos encontramos en una ciudad muy turística donde llegan un montón de gente a visitar, pero no se gestiona nada para mostrar a los artesanos o a los productores ariqueños para esa fecha.”

Fortalecer canales de distribución y logística para el envío de productos/servicios

Otra de las brechas mencionadas, dice relación con problemas que enfrentan los emprendedores en cuanto al envío de sus productos tanto en Chile como hacia el extranjero. Donde se mencionan barreras asociadas a los costos de envío “los envíos internacionales son muy caros, es un alto costo en comparación con lo que vale el objeto

que yo voy a enviar.” Así como también en relación a plazos de entrega y trámites que afectan la circulación de los productos creativos, “yo mando 5 libros y para poder hacer eso tengo que ir la aduana y tramitar un permiso”.

Desarrollar la percepción del valor cultural que genera el sector creativo

También se menciona la necesidad de fomentar la valoración de la identidad territorial que aportan los emprendimientos creativos. Se menciona como relevante “identificar el sello identitario, territorial, cultural y patrimonial como una distinción que pueda dar una fuerza mayor al valor de lo que hace diferente a un territorio de otro” para mejorar la percepción del valor cultural que generan las actividades culturales y creativas locales.

Diversificar el financiamiento existente

Los/as emprendedores/as creativos de la región perciben una necesidad de diversificar las posibilidades de financiamiento existentes. Se expresa que los fondos actualmente disponibles “no tienen categorizadas las actividades culturales o creativas como emprendimientos, por lo menos en esta región. Entonces, cuando queremos postular a algún tipo de concurso, no calificamos”. Esto refiere a una necesidad de desarrollar líneas específicas para emprendedores creativos donde se reconozcan sus características específicas.



Otras necesidades levantadas

Además de las brechas presentadas, fue posible identificar otras necesidades que afectan la circulación en el territorio tales como: articular el ecosistema local de emprendimiento creativo, obtener conocimientos específicos para el desarrollo de proyectos creativos, formación de emprendedores creativos, potenciar la difusión de

proyectos creativos y culturales de la región, conectividad y digitalización, coordinación interinstitucional, aumentar la colaboración entre los sectores público y privado, descentralización de los recursos y oportunidades, así como también reforzar la identidad territorial de los proyectos creativos y culturales.

Figura 6 – Necesidades para la circulación, Región de Arica y Parinacota

Visualización de las necesidades identificadas en el territorio





“Desde mi lugar planteo la necesidad de identificar el sello identitario, territorial, cultural y patrimonial como una distinción que pueda dar mayor fuerza al valor que hace diferente a un territorio de otro.”

Participante Región de Arica y Parinacota,
Laboratorios Territoriales 2021.



Portafolio de ideas

A continuación se muestran las ideas levantadas por los participantes del laboratorio de la **Región de Arica y Parinacota** para enfrentar las brechas para la circulación.

Centro de Emprendimiento Creativo territorial

Creación de un Centro de Emprendimiento Creativo en la región de Arica y Parinacota que pueda articular a los actores del territorio y apoyar a los/as emprendedores/as creativos/as a lo largo de su desarrollo profesional.

Mesas de trabajo de emprendimiento creativo

Desarrollar mesas de trabajo periódicas tanto entre emprendedores creativos del territorio, como con instituciones de carácter público y privado. Para así, generar conexiones que faciliten la actualización de un catastro de los emprendimientos creativos locales en miras de generar acciones concretas para su desarrollo a nivel regional.

Programa de capacitación para creadores y emprendedores creativos

Desarrollar un programa de capacitaciones enfocada en creadores y emprendedores creativos de la región, donde se entregue información acerca de los apoyos existentes, guiando y apoyando los procesos de postulación, acceso a oportunidades y herramientas de emprendimiento creativo potenciando, a su vez, el quehacer creativo local.

Vitrina de emprendedores regionales

Creación de una vitrina, digital o presencial, que permita difundir el trabajo creativo del territorio en otras regiones de Chile.



Portafolio de ideas

Fondos públicos para emprendedores creativos

Desarrollar fondos estatales que apoyen el desarrollo de proyectos a largo plazo permitiendo generar sostenibilidad a través del tiempo.

Presentación sobre Economía Creativa a instituciones que apoyen el emprendimiento

Realizar una presentación específica sobre Emprendimiento Creativo a las diversas instituciones que entregan apoyos a emprendedores para que, de esta forma, las particularidades de cada sector de la Economía Creativa puedan ser consideradas en su líneas de apoyo.

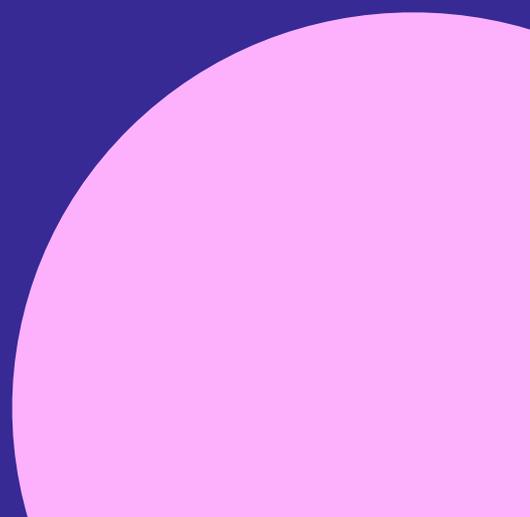
Certificación de artistas y Premio a la identidad regional

Creación de un 'Carnet de artista' que certifique al artista y facilite la comercialización de sus productos o servicios en espacios públicos de la región. Además, generar premios regionales al emprendimiento creativo para relevar la identidad regional de los productos y servicios creativos del territorio.



Región de Tarapacá

Hallazgos por región



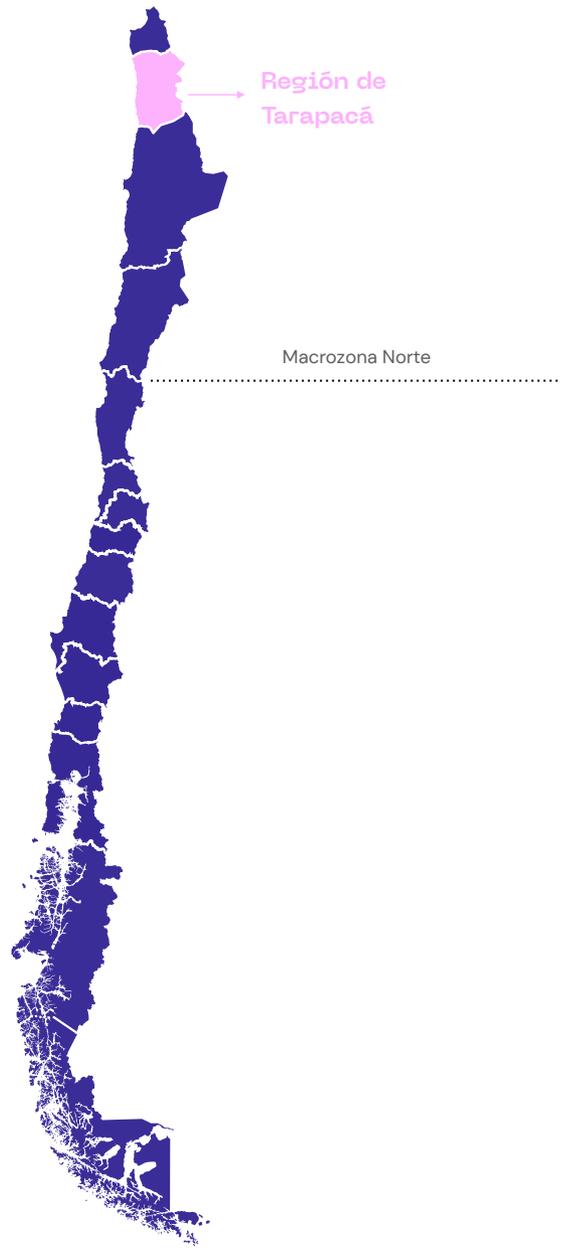


Introducción

Este apartado es un esfuerzo por plasmar la manera en que una selección de emprendedores/as creativos pertenecientes a la **Región de Tarapacá**, perciben el desarrollo de sus emprendimientos en relación a las temáticas exploradas: 1.

Caracterización de los emprendimientos; 2. Necesidades para fomentar la circulación, 3. Ideas par fomentar la circulación; A través de tres secciones, el documento revisará el análisis de la información generada durante el proceso.

En relación al perfil de los participantes, del total de emprendedores/as participantes de la sesión regional, un 44% se declara perteneciente a un sector multidisciplinar, un 33% de Artes Visuales, y un 22% a Artesanía.





Caracterización de los emprendimientos de la región

La presente información corresponde a una síntesis del análisis realizado en torno a los formularios de caracterización levantados del territorio. Para ver más detalle de la metodología y resultados, ver el estudio “Diagnóstico Nacional y Caracterización de Emprendimientos Creativos por Macrozonas de Chile”, 2021.

Región de Tarapacá, cuenta administrativamente con dos provincias: Iquique, con dos comunas, y Tamarugal, con cinco comunas. Si bien es una región extensa en su territorio, su población es escasa (representa apenas el 1,9% de la población nacional). Su economía se sustenta en la actividad minera, aunque la mayor parte de la población se emplea en el área de servicios.

Su conformación identitaria da cuenta de la presencia de pueblos originarios, pescadores artesanales y una gran cantidad de colonias residentes organizadas, entre los que se encuentran croatas, chinos, españoles, italianos, bolivianos, peruanos y colombianos. También destaca la población pampina, quienes se trasladaron a Iquique a medida que las oficinas salitreras fueron cerrando sus faenas. Actualmente, esta se organiza en numerosas agrupaciones

culturales, al estilo de los antiguos centros sociales, las que mantienen vivo el espíritu de la pampa y la época del salitre (CNCA, 2015).

Según el catastro realizado por el MINCAP durante la realización de la Política Cultural 2016–2022, de 54 agentes culturales con personalidad jurídica registrados en Perfil Cultura, el 24% (13) correspondían a centros culturales, a los que le seguían las organizaciones territoriales o funcionales, que representan el 22% (12). Las asociaciones sin fines de lucro predominaban entre este tipo de agentes culturales (44), mientras que aquellas con fines de lucro correspondían a diez organizaciones, dentro de las que se contaban empresas individuales y sociedades limitadas. En las comunas de Colchane y Camiña no se registraban agentes culturales con personalidad jurídica. Dicha conformación no ha variado significativamente durante este tiempo, condición que se manifiesta en el catastro realizado para este estudio.



Necesidades para la circulación

A continuación se muestran las necesidades de mayor relevancia percibidas por los agentes del territorio en torno a la circulación nacional e internacional.

Formación y capacitación de emprendedores/as creativos/as

Los/as emprendedores/as creativos/as de la región perciben una necesidad de capacitación específica en cuanto al uso de redes sociales y herramientas tecnológicas con foco en emprendimiento creativo y cultural, orientación en la postulación a fondos concursables así como habilidades comerciales y administrativas. Se plantea que si bien existen instancias formativas estas se perciben como “enfocadas en emprendedores más tradicionales, por lo cual la industria creativa queda fuera debido al poco conocimiento en la región de estas capacitaciones.”

Espacios de encuentros para generación de redes

Se plantea que es necesario establecer espacios de confianza entre artistas y emprendedores creativos y culturales para articular el ecosistema local y “poder co-crear o desarrollar lazos tanto con artistas de nuestra área como de otras áreas”. Así mismo, se expresa la necesidad de contar con instancias que fomenten la comercialización como ferias, ya que también se consideran como un espacio de intercambio que permiten “poder mostrar las obras, y poder conocer a los grandes coleccionistas” tanto a nivel nacional como internacional.

Coordinación y articulación interinstitucional para el desarrollo regional

Se percibe la necesidad de contar con mayor coordinación entre las instituciones y los emprendimientos creativos tanto a escala nacional como regional. Esto se plantea tanto en términos de conocimiento específico relativo al emprendimiento creativo para que “las entidades pertinentes de la región entiendan lo que es la economía creativa”, como en el apoyo en la difusión por parte de las instituciones de los proyectos locales para “poder hacer crecer los proyectos que estamos generando acá en la región”

Diversificar el financiamiento existente

Otra de las brechas prioritarias de abordar dice relación con la falta de fondos regionales específicos para el emprendimiento creativo. Se expresa que “si bien existen muchos fondos en diferentes instituciones, nosotros tenemos que adaptarnos al objetivo del fondo que se esté lanzando por las diferentes entidades con el fin de calzar” lo que se presenta como un obstáculo para promover el desarrollo de proyectos de emprendimiento creativos locales.



Otras necesidades levantadas

Además de las brechas presentadas, fue posible identificar otras necesidades que afectan la circulación en el territorio tales como: potenciar la difusión de proyectos creativos y culturales de la región, la falta de asociatividad y redes entre los/as emprendedores/as creativos/as de la región, la descentralización del territorio nacional en cuanto a la distribución de recursos para productos y servicios creativos, la brecha de digitalización para

establecer espacios para la comercialización de emprendimientos, el acceso a información y redes sobre apoyos disponibles para la internacionalización, establecer vínculos entre los creadores que les permitan contar con instancias de intercambio de saberes, así como también desarrollar la percepción del valor cultural que genera el sector creativo.

Figura 7 – Necesidades para la circulación, Región de Tarapacá

Visualización de las necesidades identificadas en el territorio





“Si bien existen muchos fondos en diferentes instituciones, nosotros tenemos que adaptarnos al objetivo del fondo que se esté lanzando por las diferentes entidades con el fin de calzar y poder ampliar un poquito más lo que estamos realizando, entonces vivimos como en este sistema de estar en constante búsqueda de fondos en vez de ver un ingreso fijo anual que nos permita una cierta estabilidad laboral también y buscar la oportunidad necesaria para crecer en el área de nosotros.”

Participante Región de Tarapacá,
Laboratorios Territoriales 2021.



Portafolio de ideas

A continuación se muestran las ideas levantadas por los participantes del laboratorio de la **Región de Tarapacá** para enfrentar las brechas para la circulación.

Catálogo de artistas y creadores

Desarrollar un catálogo de uso interno para los artistas y creadores, que les permita potenciar el trabajo colaborativo y puedan así establecer contactos y generar proyectos en conjunto a otros artistas y emprendedores creativos locales.

Red de emprendedores creativos

Generar una Red de Emprendedores Creativos, donde se posibiliten espacios virtuales o físicos donde se trabaje en conjunto a otros emprendedores de la industria creativa, generando líneas de trabajo en común. Esto, con el fin de establecer un gremio que represente a los artistas y emprendedores creativos y potencie la unión de todas las áreas y sectores.

Representante del sector creativo regional

Creación de un rol formal para la representación de los sectores creativos ante las autoridades locales, que pueda actuar como intermediario, y así, aunar conocimientos y necesidades de los sectores creativos locales.

Mesas de trabajo regionales

Entablar mesas de trabajo transversales, con autoridades locales y diversos actores de la economía creativa que permitan comprender y comunicar la relevancia del sector creativo para la región.



Portafolio de ideas

Programa de formación regional para autoridades

Desarrollar un programa de formación para autoridades locales, que permita entregar conocimiento para comprender el valor del sector creativo y difundir su relevancia para el desarrollo regional.

Capacitación de Economía Creativa para emprendedores

Desarrollar instancias de capacitación para emprendedores creativos locales, que les permita clarificar el concepto de economía creativa para sentirse parte del ecosistema creativo y establecer lazos entre ellos.

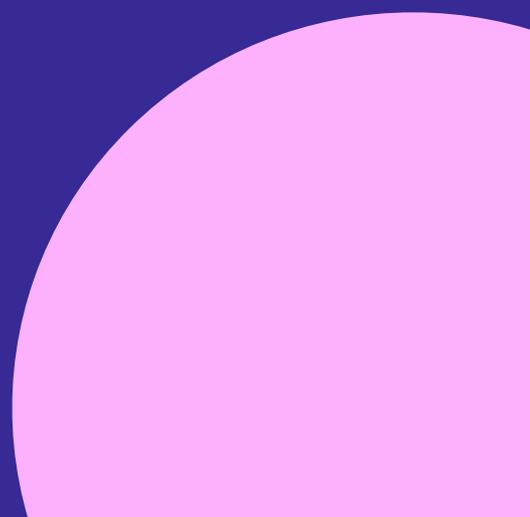
Plataforma informativa para fondos y postulaciones

Creación de una plataforma que permita acceder a información sobre fondos y concursos públicos existentes, a modo de guía para los/as emprendedores/as creativos/as, donde se considere también un espacio para la difusión de programas de apoyo disponibles. Asimismo, donde exista un espacio para la difusión de proyectos creativos de la región para comunicar los productos y servicios creativos locales.



Región de Antofagasta

Hallazgos por región

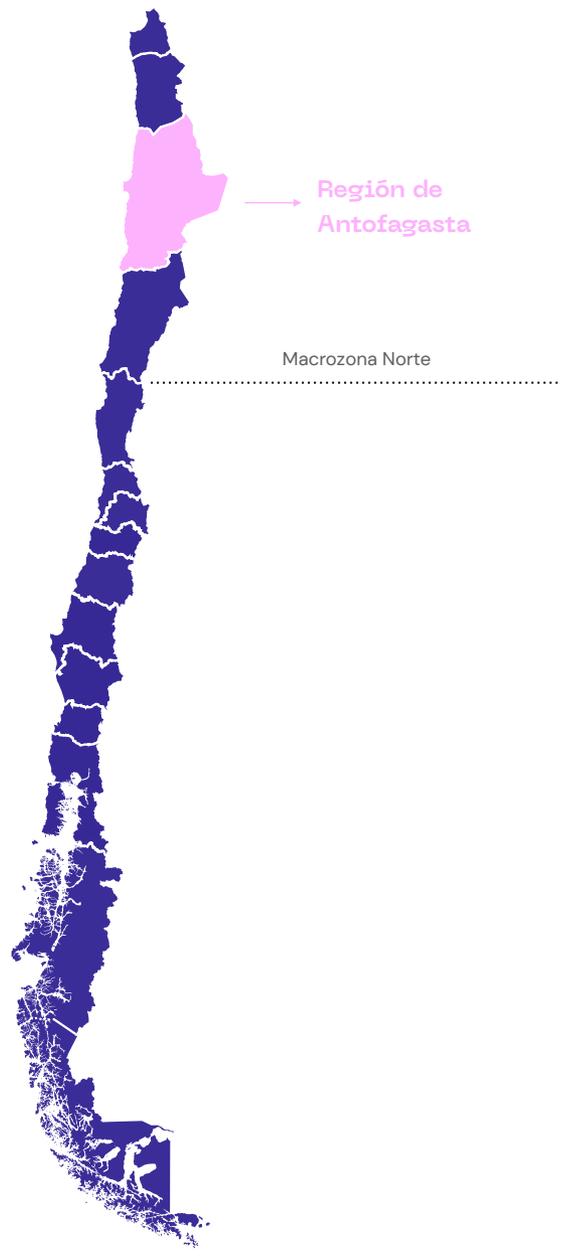




Introducción

Este apartado es un esfuerzo por plasmar la manera en que una selección de emprendedores/as creativos pertenecientes a la **Región de Antofagasta**, perciben el desarrollo de sus emprendimientos en relación a las temáticas exploradas: 1. Caracterización de los emprendimientos; 2. Necesidades para fomentar la circulación, 3. Ideas par fomentar la circulación; A través de tres secciones, el documento revisará el análisis de la información generada durante el proceso.

En relación al perfil de los participantes, del total de emprendedores/as participantes de la sesión regional, un 67% se declara perteneciente al sector Artes Escénicas, y un 33% de Libro y Editorial.





Caracterización de los emprendimientos de la región

La presente información corresponde a una síntesis del análisis realizado en torno a los formularios de caracterización levantados del territorio. Para ver más detalle de la metodología y resultados, ver el estudio “Diagnóstico Nacional y Caracterización de Emprendimientos Creativos por Macrozonas de Chile”, 2021.

Región de Antofagasta está compuesta por las provincias de El Loa (conformada por las comunas de Calama, Ollagüe y San Pedro de Atacama), Antofagasta (que considera las comunas de Antofagasta, Mejillones, Sierra Gorda y Taltal) y Tocopilla (conformada por las comunas de María Elena y Tocopilla). La capital regional es Antofagasta, con una población de 361.873 habitantes, correspondiente al 59,6% de la población del territorio.

La existencia de un fuerte sector minero en la región ha impactado en el ámbito cultural de forma significativa. Las empresas mineras constituyen, por una parte, una de las fuentes más importantes y visibles de financiamiento de iniciativas artístico-culturales por medio de la Ley de Donaciones Culturales; por otra, generan dinámicas divergentes de fortalecimiento o debilitamiento de identidades locales, así como procesos migratorios intrarregionales, interregionales y desde otros países. Efectivamente, Antofagasta tiene un índice

de población migrante muy por encima del promedio nacional, correspondiente al 5,3% del total de sus habitantes (CNCA, 2015).

Llama la atención en esta región la escasa formalización como agentes económicos de los emprendedores culturales. Si bien existen grandes iniciativas culturales de carácter local financiadas por empresas mineras y fondos públicos (Feria Internacional de Libro FILZIC, Festival de Teatro Zicosur, Semana internacional de Arte Contemporáneo, SACO) así como iniciativas de carácter nacional que tienen una réplica importante en la región, generando impacto en la producción local (Antofagasta a mil, Puerto de Ideas, Antofagasta en 100 palabras), los actores y agentes culturales se encuentran escasamente vinculados a instancias de desarrollo económico, lo que queda de manifiesto en el presente catastro.



Necesidades para la circulación

A continuación se muestran las necesidades de mayor relevancia percibidas por los agentes del territorio en torno a la circulación nacional e internacional.

Formación y capacitación en herramientas digitales para emprendedores creativos

Los/as emprendedores/as creativos/as de la región perciben la una necesidad de capacitación específica para el sector creativo local en cuanto al uso y conocimiento de herramientas digitales, ya que se expresa que “es fundamental poder manejar las herramientas digitales, y así poder mostrar y difundir tus productos.” También, los/as participantes señalaron la necesidad de formación en ámbitos legales y administrativos para abordar barreras específicas relativas al sector creativo.

Adaptación al contexto pandemia

Otra de las necesidades prioritarias es la brecha digital acentuada por el contexto de la emergencia sanitaria y los protocolos Covic, donde se plantea que “la red se ha visto muy afectada ya que las políticas culturales son bastante débiles para el sector” lo que ha afectado la sensación de inseguridad laboral e incertidumbre para los/as emprendedores/as creativos/as que han tenido que adaptarse al mundo digital de manera abrupta.

Diversificación del financiamiento

Se plantea la necesidad de contar con fondos regionales que financien proyectos a largo plazo que permitan el desarrollo de proyectos creativos de manera más completa, “requerimos poder trabajar y desarrollar proyectos... que posibiliten sostener un equipo de trabajo de manera permanente”

Difusión de productos y servicios creativos de la región

Se plantea la necesidad de contar con espacios locales, tanto físicos como digitales, para visibilizar y comercializar los productos y servicios creativos. Sobre esto se expresa que es necesario “promover de manera digital nuestros productos, pero hay una escasez de un espacio físico para realizar la actividad cultural”.



Otras necesidades levantadas

Además de las brechas presentadas, fue posible identificar otras necesidades que afectan la circulación en el territorio tales como: fortalecer la asociatividad y redes en la región que permitan tanto establecer vínculos entre los/as emprendedores/as creativos/as como generar espacios de intercambio de saberes, mejorar el acceso a información de carácter administrativo para la gestión de los proyectos, recibir orientación

y guía para postular a fondos de emprendimiento, sensibilizar y formar a las audiencias para incentivar el consumo de productos y servicios culturales locales, abordar las barreras idiomáticas para apoyar la circulación internacional, fomentar las políticas públicas para el desarrollo del ecosistema creativo regional, así como también contar con infraestructura para el sector creativo en la región.

Figura 8 - Necesidades para la circulación, Región de Antofagasta

Visualización de las necesidades identificadas en el territorio





“El tema de la capacitación es fundamental, nosotros necesitamos poder manejar herramientas digitales, que nos ayuden a mostrar y difundir nuestros productos.”

Participante Región de Antofagasta,
Laboratorios Territoriales 2021.



Portafolio de ideas

A continuación se muestran las ideas levantadas por los participantes del laboratorio de la **Región de Antofagasta** para enfrentar las brechas para la circulación.

Encuentros zonales

Desarrollar encuentros zonales entre los/as emprendedores/as, artistas y creadores de la zona para aumentar el vínculo y la colaboración en la región.

Programa de capacitación para emprendedores creativos

Desarrollar un programa de capacitación para emprendedores/as creativos/as enfocado en temáticas como el uso de herramientas digitales, marketing digital y habilidades comerciales, que les permita difundir sus productos y servicios creativos. Se menciona además la idea de poder acceder a asesorías personalizadas para los emprendimientos creativos.

Plataforma digital de venta y difusión

Creación de una plataforma para emprendedores creativos, que les permita comercializar sus productos y servicios, además de contar con un espacio digital para difundir sus proyectos. Sobre esto se manifiesta la posibilidad de crear cápsulas audiovisuales para presentar a los artistas, creadores y emprendedores creativos de la región de Antofagasta.

Catastro y mapeo del sector creativo regional

Realizar un Mapa de Emprendimientos Creativos por área y región que posibilite el desarrollo de un catastro con ejemplos de buenas prácticas de emprendimientos creativos, que les permita tener referentes para la difusión de los proyectos y la formación de audiencias en cuanto al consumo cultural.

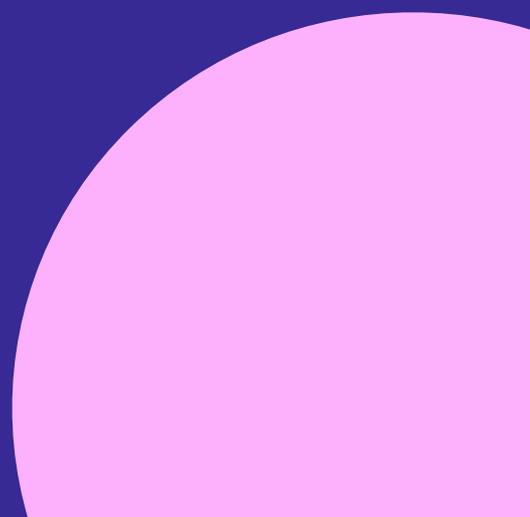
Línea de concurso enfocada en la postulación de artistas en conjunto con emprendedores creativos

Establecer una línea de fondos concursables donde los emprendimientos creativos tengan la posibilidad de postular en conjunto a otros artistas y creadores para generar colaboración y sinergia en el ecosistema creativo de Antofagasta.



Región de Atacama

Hallazgos por región

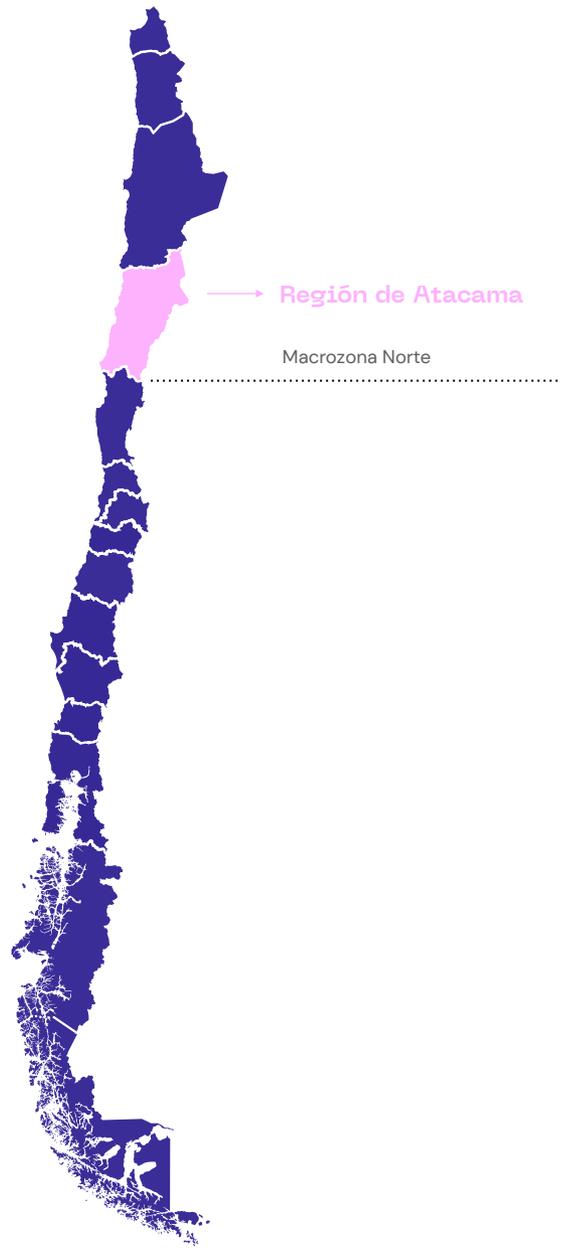




Introducción

Este apartado es un esfuerzo por plasmar la manera en que una selección de emprendedores/as creativos pertenecientes a la **Región de Atacama**, perciben el desarrollo de sus emprendimientos en relación a las temáticas exploradas: 1. Caracterización de los emprendimientos; 2. Necesidades para fomentar la circulación, 3. Ideas par fomentar la circulación; A través de tres secciones, el documento revisará el análisis de la información generada durante el proceso.

En relación al perfil de los participantes, del total de emprendedores/as participantes de la sesión regional, un 38% se declara perteneciente al sector Artes Escénicas, y el porcentaje restante distribuido entre Artes Visuales, Artesanía, Audiovisual, Diseño y Libro y Editorial.





Caracterización de los emprendimientos de la región

La presente información corresponde a una síntesis del análisis realizado en torno a los formularios de caracterización levantados del territorio. Para ver más detalle de la metodología y resultados, ver el estudio “Diagnóstico Nacional y Caracterización de Emprendimientos Creativos por Macrozonas de Chile”, 2021.

Región de Atacama se encuentra dividida en las provincias de Chañaral, Copiapó y Huasco. A su vez, la provincia de Chañaral está compuesta por las comunas de Chañaral y Diego de Almagro; la provincia de Copiapó por las comunas de Caldera, Copiapó —capital regional— y Tierra Amarilla; y, finalmente, la provincia de Huasco por las comunas de Huasco, Vallenar, Alto del Carmen y Freirina. Estas dos últimas sufren de aislamiento estructural —geográfico, administrativo, climático— lo que dificulta sus condiciones de desarrollo.

En cuanto a su conformación identitaria, existe cerca de un 2% de población migrante, fundamentalmente de origen colombiano, peruano y boliviano, y un 17% de población perteneciente a pueblos indígenas, de origen diaguita y colla fundamentalmente.

La principal actividad económica desarrollada en la región refiere a la minería y los servicios asociados

a ella, siendo la segunda región del país más importante en producción minera.

Según la Política Cultural Regional 2016–2022, los agentes culturales se concentran en la capital regional, Copiapó, con 157 (51%) del total de 309 agentes registrados en Perfil Cultura en la región. Por otra parte, hay inscritos 52 agentes culturales con personalidad jurídica, de los cuales el 21% son organizaciones territoriales o funcionales (11), un 21% agrupaciones o asociaciones (11), y 19% son organizaciones sociales (10). La gran mayoría son grupos de asociaciones sin fines de lucro (42), incluyendo asociaciones, corporaciones, municipios y fundaciones. Por su parte, las organizaciones con fines de lucro incluyen, además, empresas individuales y sociedades limitadas.



Necesidades para la circulación

A continuación se muestran las necesidades de mayor relevancia percibidas por los agentes del territorio en torno a la circulación nacional e internacional.

Asociatividad y redes

Los/as emprendedores/as creativos/as de la región perciben una necesidad de fortalecer el trabajo en red tanto a nivel territorial como con el ecosistema creativo. Se expresa que “identificamos que las redes de trabajo o la unión sectorial son muy importantes para el trabajo colaborativo entre los emprendedores” para poder generar vínculos tanto con otros emprendedores/as como con intermediarios u otros actores relevantes de la región.

Formación y capacitación a emprendedores creativos

Se levanta la necesidad de desarrollar habilidades tanto comerciales como de digitalización para que los propios emprendedores/as puedan desarrollar proyectos sostenibles en el tiempo.

Conectividad y digitalización

Otra de las brechas mencionadas, dice relación con la falta de plataformas digitales y sistemas de información, donde se pueda sistematizar información clave para el desarrollo y difusión de los proyectos creativos y culturales de la región.

Obtener conocimientos específicos para el desarrollo de proyectos creativos

Se plantea que existen brechas de conocimiento en relación al uso de herramientas digitales, manejo de redes sociales y habilidades comerciales. Sobre esto se plantea que los/as emprendedores/as “han ido adquiriendo (estos conocimientos) de manera autodidacta o a través de algunos seminarios” pero se considera necesario poder formalizar estas prácticas para fortalecer su quehacer.

Potenciar la difusión de proyectos creativos y culturales de la región

También se menciona la necesidad de potenciar la difusión de sus proyectos. Se expresa que “no tenemos cómo poder generar una plataforma o una vitrina para poder presentar, mostrar, compartir lo que hacemos” lo cual genera una falta de visibilización de los/as emprendedores/as creativos/as del territorio.



Otras necesidades levantadas

Además de las brechas presentadas, fue posible identificar otras necesidades que afectan la circulación en el territorio tales como: diversificar el financiamiento existente, mejorar el acceso a financiamiento como fondos públicos para los/as emprendedores/as creativos/as, mejorar el acceso

a la información y la vinculación con redes internacionales, articular el ecosistema local de emprendimiento creativo, así como también contar con apoyos para la internacionalización de emprendimientos creativos.

Figura 9 – Necesidades para la circulación, Región de Atacama

Visualización de las necesidades identificadas en el territorio





“Otra necesidad que identificamos es fortalecer las redes de trabajo y la unión sectorial. Nos referimos al trabajo colaborativo entre los emprendedores, los vínculos y los intermediarios, que todos y todas son súper importantes.”

Participante Región de Atacama,
Laboratorios Territoriales 2021.



Portafolio de ideas

A continuación se muestran las ideas levantadas por los participantes del laboratorio de la **Región de Atacama** para enfrentar las brechas para la circulación.

Centro de Emprendimiento Creativo

Creación de un Centro de Emprendimiento Creativo en la región que pueda articular a los actores del territorio y apoyar a los/as emprendedores/as creativos/as a lo largo de su desarrollo profesional. Este centro podría contar con un espacio físico para llevar a cabo actividades artísticas y culturales locales, y así potenciar además el desarrollo de redes.

Este centro puede actuar también como un centro de desarrollo de negocios especializado.

Redes y Encuentros de emprendedores

Se propone desarrollar acciones concretas que permita generar redes entre agentes creativos.

Por ejemplo, se propone organizar encuentros periódicos con agentes creativos de la región y de la macrozona para conectarlos y fomentar así la asociatividad y redes del territorio. Se espera también que estos espacios permitan compartir experiencias y buenas prácticas como una instancia de aprendizaje entre pares.

Programa de colaboración público-privada

Se propone establecer una línea estratégica de trabajo y colaboración entre el sector público y privado, para poder instalar conocimientos y

desarrollar mecanismos para el apoyo a proyectos creativos y culturales de la región.

Mesas de trabajo colaborativo

Se propone desarrollar mesas de trabajo sectoriales, interdisciplinarias e institucionales, tanto públicas como privadas. Esto con el objetivo de generar conexiones que faciliten el trabajo coordinado de acuerdo a las necesidades de los emprendedores/as creativos/as de la región.

Plataforma de comercialización y difusión de emprendimientos creativos

Se propone desarrollar una plataforma que pueda contar con un catálogo o catastro de emprendedores y agentes creativos de la región. Esto permitiría reconocer el trabajo creativo del territorio, así como conectar entre emprendedores y con futura audiencia. Esta plataforma podría tener un foco de exhibición y comercialización de productos y servicios.

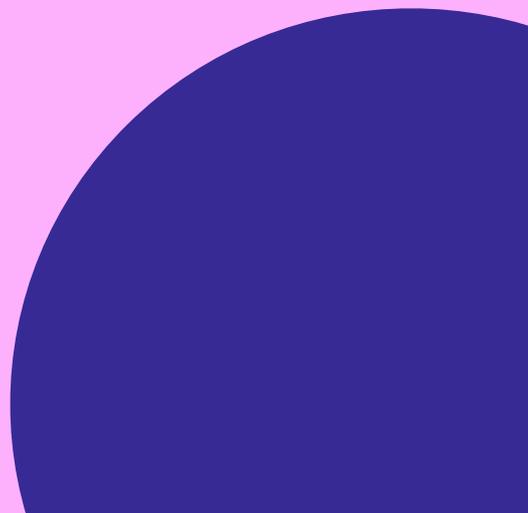
Catastro y mapeo del sector creativo regional

Se propone además generar un diagnóstico actualizado del territorio, incluyendo un Mapeo de stakeholders. Además se propone crear programas de capacitación en modelos de negocios y marketing digital.



Macrozona Centro

Territorio que contempla las regiones de Coquimbo, Valparaíso, Metropolitana y Libertador General Bernardo O'Higgins.





Hallazgos generales del territorio

El proceso **Laboratorios Territoriales / Macrozona Centro** tuvo como propósito identificar áreas prioritarias de intervención a escala regional, para el fomento a la circulación de bienes y/o servicios de emprendimientos creativos y culturales a lo largo de Chile. Aún cuando fue posible confirmar que cada ecosistema regional posee características propias, en términos generales, se pudo identificar ciertos puntos en común relativas a las temáticas exploradas: 1. Caracterización de los emprendimientos; 2. Necesidades para fomentar la circulación, 3. Ideas par fomentar la circulación; las cuales de plasman a continuación.

1. CARACTERIZACIÓN DE LOS EMPRENDIMIENTOS

La presente información corresponde a una síntesis del análisis realizado en torno a los formularios de caracterización levantados del territorio. Para ver más detalle de la metodología y resultados, revisar el estudio “Diagnóstico Nacional y Caracterización de Emprendimientos Creativos por Macrozonas de Chile”, 2021.

- Bajo nivel de formalización actividades económicas del sector artístico, especialmente en las regiones de Coquimbo y O'Higgins, principalmente en el sector de la artesanía.
- Disminución de actividad del sector creativo producto de la situación actual del país.
- Ausencia de una política pública que de respuesta al sector ante el efecto producido por la pandemia COVID-19, lo que se evidencia en una primera reacción de desconfianza hacia la solicitud de participar en una encuesta como la que se aplicó.
- Débil trabajo intersectorial, que impacta también en la autopercepción de los emprendedores culturales, que escasamente se consideran agentes económicos. No obstante, se evidencia que el territorio presenta espacios de desarrollo artístico que se ubican en este sector económico.

-Se observan agentes creativos con un alto nivel de profesionalización, como es el caso de los sectores de video juegos, artes escénicas, producción musical y diseño.

- Se evidencia una escasa accesibilidad a los recursos proporcionados por organizaciones públicas para el sector cultural.

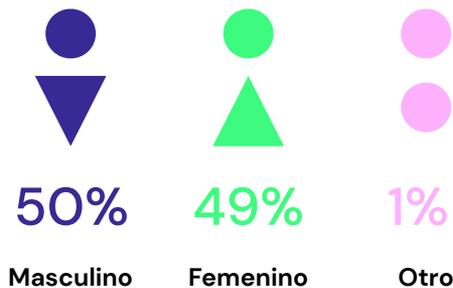
- Se expresa la disposición a desarrollar nuevas formas de trabajo, acogiendo el contexto y las exigencias del mercado actual, con el fin de visibilizar y acrecentar su labor productiva.



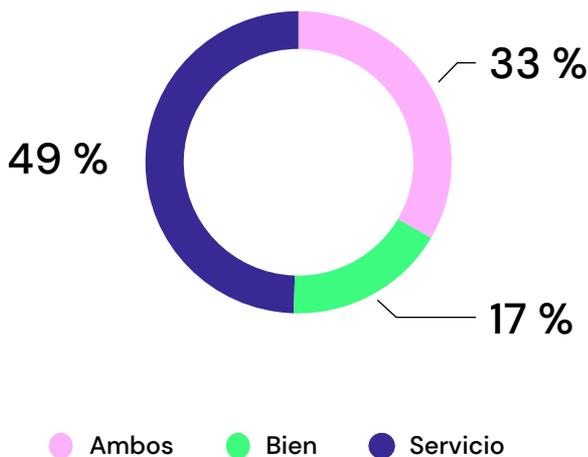
Hallazgos generales del territorio

A continuación se presenta una síntesis del análisis de datos realizados a partir de los formularios de caracterización levantada del territorio, el cuál da cuenta de la distribución por género de los emprendimientos del territorio, el tipo de comercialización que se presenta; y lugares de experiencia e interés de comercialización. Para ver más detalle, revisar el documento "Diagnóstico Nacional y Caracterización de Emprendimientos Creativos por Macrozonas de Chile", 2021.

Género de los/as emprendedores/as



Tipo de comercialización



Lugares de experiencia de comercialización de bienes y/o servicios en el extranjero



Lugares de interés de comercialización de bienes y/o servicios en el extranjero





Hallazgos generales del territorio

A continuación se presentan los principales hallazgos en relación a las necesidades para la circulación nacional e internacional y principales ideas para ser abordadas. Esta información fue levantada en conjunto con emprendedores y emprendedoras del territorio a través de talleres participativo realizados el día 22 de diciembre de 2020 con participantes de las regiones de Coquimbo (7), Valparaíso (4), Metropolitana (8) y Libertador General Bernardo O'Higgins (7).

2. NECESIDADES PARA FOMENTAR LA CIRCULACIÓN

Las principales brechas y necesidades identificadas en la macrozona para el fomento a la circulación de bienes y/o servicios, tiene relación primero con una necesidad de formación a los agentes creativos, principalmente en relación al desarrollo de habilidades y conocimientos en comercialización y de digitalización, que les permita por un lado, desarrollar planes comerciales sustentables, y por otro lado, utilizar plataformas digitales para exhibición, difusión y venta.

Así mismo, los/as emprendedores/as creativos/as del territorio perciben una falta de articulación de los agentes creativos y una falta de redes y asociatividad entre el propio ecosistema. Se identifica la necesidad de contar con un agente que pueda mediar entre los diversos actores, fomentado la generación de encuentros y vínculos que potencie la industria creativa de la macrozona.

Otra brecha detectada de manera transversal en el territorio se relaciona con la necesidad de diversificar el financiamiento existente, esto referente a que los fondos públicos y privados existentes hoy no son específicos a la industria creativa, por lo que los/as emprendedores/as creativos/as deben adaptar sus proyectos a los criterios estipulados. Se detecta también una necesidad de apoyar la difusión y exhibición de los emprendimientos creativos del territorio

3. IDEAS PARA FOMENTAR LA CIRCULACIÓN

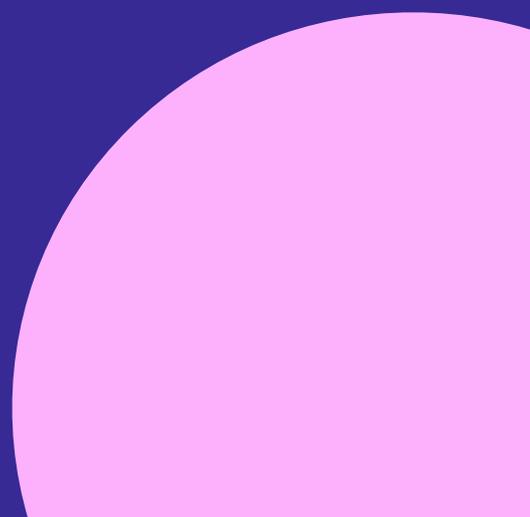
A pesar de que se levantan numerosas ideas, se puede apreciar que de manera sistemática surge la propuesta de creación de un centro de emprendimientos creativos o alguna institucionalidad creativa y cultural para cada región que cumpla el rol de articular y coordinar a los agentes creativos del territorio, además de apoyar y dar seguimiento a los proyectos de los emprendimientos, entregando espacios e instancias de formación, información y vinculación.

Asimismo, y de manera transversal, se propone el desarrollo de una plataforma digital que permita la difusión, vinculación y comercialización de productos y servicios creativos.



Región de Coquimbo

Hallazgos por región





Introducción

Este apartado es un esfuerzo por plasmar la manera en que una selección de emprendedores/as creativos pertenecientes a la **Región de Coquimbo**, perciben el desarrollo de sus emprendimientos en relación a las temáticas exploradas:

1. Caracterización de los emprendimientos; 2. Necesidades para fomentar la circulación; 3. Ideas par fomentar la circulación; A través de tres secciones, el documento revisará el análisis de la información generada durante el proceso.

En relación al perfil de los participantes, del total de emprendedores/as participantes de la sesión regional, un 43% se declaró multidisciplinar, un 29% del sector Diseño, un 14% artesanía, y un 14% artes escénicas.





Caracterización de los emprendimientos de la región

La presente información corresponde a una síntesis del análisis realizado en torno a los formularios de caracterización levantados del territorio. Para ver más detalle de la metodología y resultados, ver el estudio “Diagnóstico Nacional y Caracterización de Emprendimientos Creativos por Macrozonas de Chile”, 2021.

Región de Coquimbo posee una superficie de 40.580 km², equivalentes al 5,3% del territorio nacional. Se divide administrativamente en tres provincias, Elqui, Limarí y Choapa, limitadas por las cuencas de los ríos homónimos, y quince comunas, siendo su capital regional La Serena (BCN, 2017). La población de la región de Coquimbo, según las proyecciones del INE para el año 2017 es de 794.359 personas, de las cuales 393.566 son hombres y 400.793 mujeres, y representa el 4,3% de la población nacional. La geografía de la región se compone principalmente por tres valles transversales, que denominan a cada una de las tres provincias; esta morfología permite el desarrollo de la actividad agrícola en la región.

Desde una perspectiva económica, la región posee una matriz diversa, principalmente sustentada por las áreas de servicio, silvoagropecuaria, minería, turismo y acuicultura. La riqueza natural de este territorio, que incluye playas extensas, campo,

montañas y gran biodiversidad terrestre y marina, ha permitido a la Región de Coquimbo valorizarse como destino turístico a partir de la década de 1980, en tanto sus cielos de notable transparencia han posibilitado que se transforme en una de las principales áreas en el mundo para la observación astronómica.

Según la Política Cultural Regional 2017–2020, se observa que existen 1.177 empresas vinculadas a actividades del ámbito cultural y creativo —según datos del Servicio de Impuestos Internos (SII) para el año 2015—; la mayoría realiza actividades culturales vinculadas directamente al rubro artístico. Otro tipo de empresas vinculadas al ámbito cultural y creativo son las dedicadas a actividades transversales, ligadas al ámbito de la educación; de este tipo, existen 102 empresas registradas en la región. Por otro lado, las empresas de equipamiento, infraestructura y soporte representan el 14,9% del total de empresas creativas. En cuanto al giro de cada empresa, se puede observar que el mayor desarrollo en la región lo tiene artesanía, con 240 empresas; le sigue publicidad, con 174 empresas; luego artes literarias, libros y prensa, con 160 empresas, mientras que el sector con menos representación es el de patrimonio, con solo dos empresas.



Necesidades para la circulación

A continuación se muestran las necesidades de mayor relevancia percibidas por los agentes del territorio en torno a la circulación nacional e internacional.

Coordinación interinstitucional

Los emprendimientos de la región perciben una falta de apoyo de las Seremías a la industria creativa, especialmente en relación a facilitar una articulación entre los propios emprendedores con el resto de las instituciones públicas. Se visualiza la oportunidad de que la Seremia mantenga un rol de articulación y coordinación interinstitucional y con los agentes del territorio con el objetivo de facilitar así la conexión entre actores.

Formación de emprendedores creativos

Los/as emprendedores/as creativos de la región perciben una necesidad de formación en habilidades digitales que les permitan utilizar estos medios para la difusión de sus proyectos y conexión con otros actores.

Junto con esto se levantan barreras idiomáticas, tanto como para dar a conocer los emprendimientos como en la incorporación de otros idiomas en las propias obras, levantando la necesidad de contar con formación en idiomas que apoye su internacionalización.

Así mismo, los agentes perciben una falta de lugares y espacios de formación artística y técnica que permita formar nuevos artistas, así como también formar a la audiencia. Se menciona que “Aquí la mayoría nos formamos en otras regiones, como por ejemplo en Valparaíso o tomamos cursos

también en la Región Metropolitana. Hoy, a todos quienes queremos crecer dentro del área cultural, nos hacen migrar”

Fortalecer canales de distribución y logística para el envío de productos/ servicios

Los agentes visualizan obstáculos referidos a la distribución de sus bienes o productos creativos, tales como por ejemplo Barreras tributarias para llegar al extranjero o a otras regiones del país. Los altos impuestos están hoy desincentivando la circulación internacional.

Difusión de proyectos creativos

Los emprendimientos de la región perciben la necesidad de contar con información de los diversos agentes locales, que permita difundir el trabajo de la región, y así fomentar el desarrollo regional. Plantean por ejemplo la carencia de un catálogo o vitrina de los agentes de la región que cualquier persona pueda acceder. Esto lo relacionan también con la falta de difusión desde las propias instituciones públicas locales de los proyectos creativos de la región.

Los emprendedores de la región mencionan que “Hoy no hay un espacio, sea digital o físico, donde se pueda encontrar esta nómina de todos los agentes culturales de la región, artesanos, audiovisuales, en general no hay.”



Otras necesidades levantadas

Además de las brechas presentadas, fue posible identificar otras necesidades que afectan la circulación en el territorio tales como: mejorar el acceso y vinculación con redes internacionales, articular el ecosistema local de emprendimiento creativo, contar con sistemas de información que permitan catastrar y visibilizar los proyectos

creativos locales, fomentar el desarrollo regional de proyectos creativos, disminuir barreras idiomáticas para la internacionalización, apoyar estrategias de mediación para la formación de audiencias, así como también desarrollar la percepción del valor cultural que genera el sector creativo.

Figura 10 – Necesidades para la circulación, Región de Coquimbo

Visualización de las necesidades identificadas en el territorio





“Aquí la mayoría nos formamos en otras regiones, como por ejemplo en Valparaíso o tomamos cursos también en la Región Metropolitana. Hoy, a todos quienes queremos crecer dentro del área cultural, nos hacen migrar”

Participante Región de Coquimbo,
Laboratorios Territoriales 2021.



Portafolio de ideas

A continuación se muestran las ideas levantadas por los participantes del laboratorio de la **Región de Coquimbo** para enfrentar las brechas para la circulación.

Plataforma y catálogo de emprendimientos creativos

Se propone contar con una plataforma que entregue información permanente y actualizada sobre recursos que faciliten y apoyen el quehacer de emprendedores creativos, incluyendo información de fondos, capacitaciones, temas tributarios y otros.

Así mismo, se propone que la plataforma pueda contar con un catálogo o catastro de emprendedores y agentes creativos de cada territorio de la región, el cual debería contener información actualizada que describa al agente e información de contacto. Esto permitiría reconocer el trabajo creativo del territorio, así como conectar entre emprendedores y con futura audiencia.

Encuentro de actores creativos regionales para fomento de asociatividad

Organizar encuentros periódicos con agentes creativos de la región para conectarlos y fomentar así la asociatividad del territorio. Estos encuentros pueden enfocarse también en la conformación de organizaciones gremiales. Este esfuerzo podría ser coordinado por la Seremia o por alguna institucionalidad pertinente, desarrollando

acciones concretas para generar articulación entre actores del territorio.

Programas y fondos de promoción de la cultura en establecimientos educacionales

Se propone crear más y mejores programas y fondos que fomenten que actores culturales puedan promover la cultura dentro de colegios. Junto con esto se propone generar acciones concretas para promover que los propios agentes creativos ofrezcan nuevas instancias formativas, permitiendo así expandir la oferta educativa existente.

Asimismo, se propone ampliar las instancias formativas utilizando plataformas digitales, para así expandir oferta de cursos online.

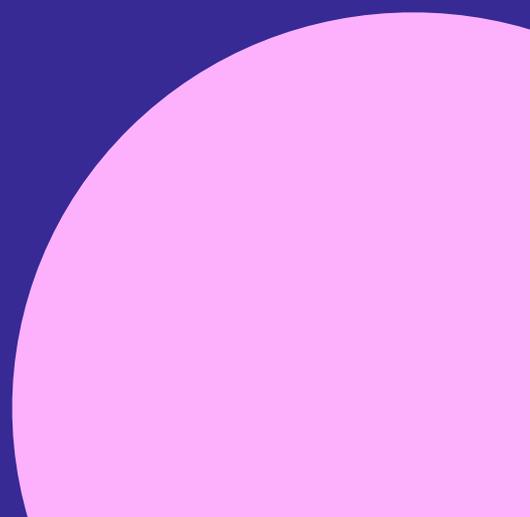
Otras ideas mencionadas

Promover acciones que permitan traer nuevas obras a Chile, para que las obras del extranjero puedan transformar o gatillar a los emprendimientos chilenos. Se propone también crear acciones concretas que permitan articular sector cultural con el sector del turismo. Asimismo, se propone la creación de centros regionales que apoyen el proceso de Denominación de origen.



Región de Valparaíso

Hallazgos por región



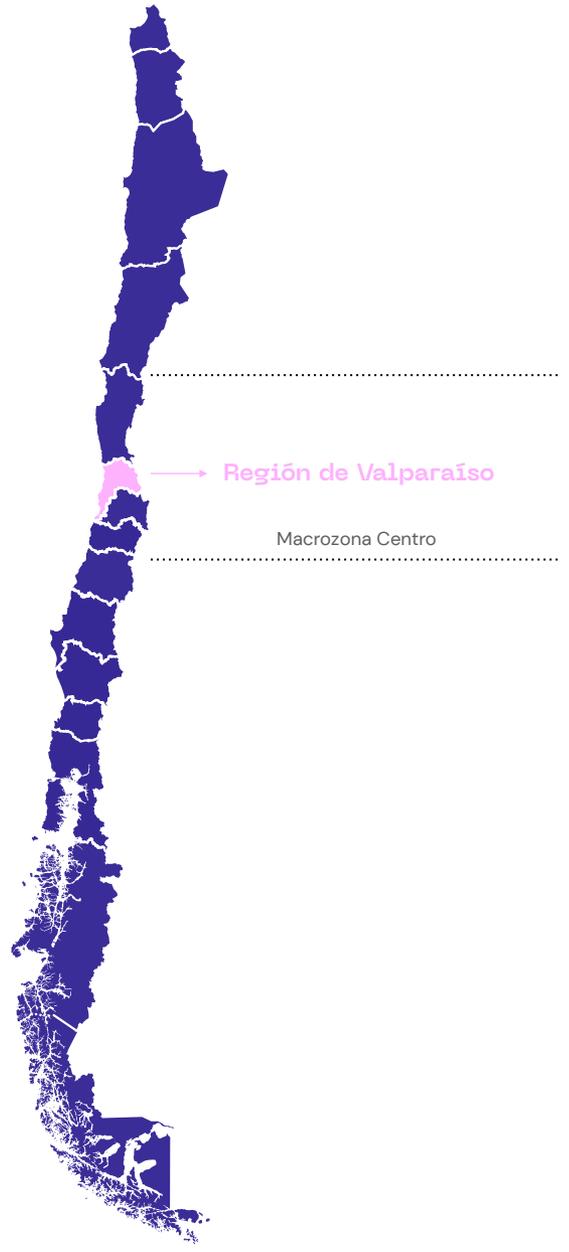


Introducción

Este apartado es un esfuerzo por plasmar la manera en que una selección de emprendedores/as creativos pertenecientes a la **Región de Valparaíso**, perciben el desarrollo de sus emprendimientos en relación a las temáticas exploradas:

1. Caracterización de los emprendimientos;
 2. Necesidades para fomentar la circulación;
 3. Ideas par fomentar la circulación;
- A través de tres secciones, el documento revisará el análisis de la información generada durante el proceso.

En relación al perfil de los participantes, del total de emprendedores/as participantes de la sesión regional, un 25% se declaró multidisciplinar, un 25% del sector Diseño, un 25% artes visuales, y un 25% artes escénicas.





Caracterización de los emprendimientos de la región

La presente información corresponde a una síntesis del análisis realizado en torno a los formularios de caracterización levantados del territorio. Para ver más detalle de la metodología y resultados, ver el estudio “Diagnóstico Nacional y Caracterización de Emprendimientos Creativos por Macrozonas de Chile”, 2021.

Región de Valparaíso, su capital es la ciudad de Valparaíso, sede del Congreso Nacional y uno de los principales puertos de Chile. Cuenta con una población de 1 815 902 habitantes, según el INE, siendo la segunda región más habitada del país. La región está compuesta por las provincias de Isla de Pascua, Los Andes, Petorca, Quillota, San Antonio, San Felipe de Aconcagua, Marga Marga y Valparaíso. La región incluye, además, los territorios del denominado Chile Insular, dentro de los que se encuentran el archipiélago de Juan Fernández, las islas Desventuradas y las islas polinésicas de Rapa Nui y la isla Sala y Gómez. La región está compuesta por 38 comunas.

La Estrategia Regional de Desarrollo de la región de Valparaíso describe a este territorio como diverso cultural y socialmente, característica que marca fuertemente su identidad y que se manifiesta en una gama de prácticas culturales que transitan desde el mundo rural al portuario, extendiéndose por todo el litoral hasta cruzar hacia los territorios insulares, en particular Isla de Pascua que le aporta a esta región una cultura única, reconocida mundialmente.

Del análisis de los atributos identitarios existentes en la región se configura la caracterización de una identidad regional basada en la diversidad, que, desde las dimensiones del territorio, la cultura y el patrimonio, sustentan la narrativa de una historia y de una visión de futuro, más o menos compartida, que debiera contribuir a fortalecer la cohesión social entre sus habitantes (Gobierno Regional de Valparaíso, 2012, p.52).

La región cuenta con un importante patrimonio cultural y natural, de los cuales dos han sido declarados por la Unesco como Patrimonio Cultural de la Humanidad: el Parque Nacional Rapa Nui, el barrio histórico de la ciudad de Valparaíso y los Bailes Chinos.

Según la Política Cultural 2017–2022, se observa que en la región existen 3.984 empresas que entran dentro de la categoría de empresas creativas. De ellas 3.178 están vinculadas directamente con el rubro artístico, 612 a actividades vinculadas a infraestructura, equipamiento, y soporte y 194 a actividades de educación vinculadas al sector artístico. En relación a la distribución de empresas artísticas se identifica que gran parte de ellas están dedicadas al rubro de la artesanía (909), seguido de artes literarias, libros y prensa, (592), y publicidad (469). En el ámbito de los oficios creativos, el 6% de los oficios corresponden a oficios creativos, vale decir 45.284 personas, siendo este porcentaje superior al promedio nacional, que llega al 4%.



Necesidades para la circulación

A continuación se muestran las necesidades de mayor relevancia percibidas por los agentes del territorio en torno a la circulación nacional e internacional.

Formación a emprendedores creativos

Se percibe la necesidad de contar con habilidades y herramientas que apoye a los/as emprendedores/as creativos/as a desarrollar planes de negocio y comercialización, elementos que perciben como prioritarios para la sustentabilidad de su empresa. Junto con esto, se menciona la necesidad de contar con mayor apoyo y capacitación para desarrollar las postulaciones a fondos concursables.

“Este año participamos de un fondo. Y ahí he sentido que nos falta alguien del equipo que tenga conocimiento sobre cómo armar las postulaciones, cómo armar un proyecto, cómo acceder a esas cosas.”

Diversificar el financiamiento existente

Otra de las brechas prioritarias de abordar dice relación con la falta de fondos regionales específicos para el emprendimiento creativo. Se expresa que “los fondos debiesen tener una mirada interna no solamente de emprendimientos de innovación, sino que también de temas de

creatividad y de arte y que estén enfocados a ellos”

Obtener conocimientos específicos para el desarrollo de proyectos creativos

Los/as emprendedores/as creativos/as de la región perciben una necesidad de contar con servicios de apoyen al sector creativo pero que sean especializados en la industria creativa, tales como abogados, contadores, u otros.

“Hay que incentivar la generación de conocimiento de especialistas para el sector creativo y artístico. Con esto nos referimos a que los emprendedores requieren servicios especializados de por ejemplo abogados, contadores, etc. y ellos pocas veces tienen conocimientos del área creativa o artística. Entonces sentimos que es muy importante que se involucren, ya sea en las entidades ligadas al Estado u otros, para capacitar o generar incentivos para que ellos aprendan de esta área y puedan apoyar correctamente a su venta, comercialización, internacionalización y más.”



Necesidades para la circulación

Articular el ecosistema local de emprendimiento creativo

Los agentes perciben barreras en la colaboración entre las mismas empresas y emprendimientos y también con la institucionalidad pública, necesitando una mayor articulación entre los agentes del territorio.

“Si bien hoy han habido actividades con algunas incubadoras que involucran empresas creativas, que lo hacen a modo de concurso, después quedan en nada.”

“Necesitamos lugares e instancias en las que se pueda hacer visible nuestros proyectos... canales que permitan generar la comercialización”

“Necesitamos contar con canales masivos en los medios, sean digitales, radio o televisión, pero tiene que haber un tema de difusión ahí que esté bien coordinado desde un organismo central.”

Potenciar la difusión de proyectos creativos y culturales de la región

Se percibe una carencia en el acceso a canales de difusión para visibilizar los proyectos creativos del territorio.



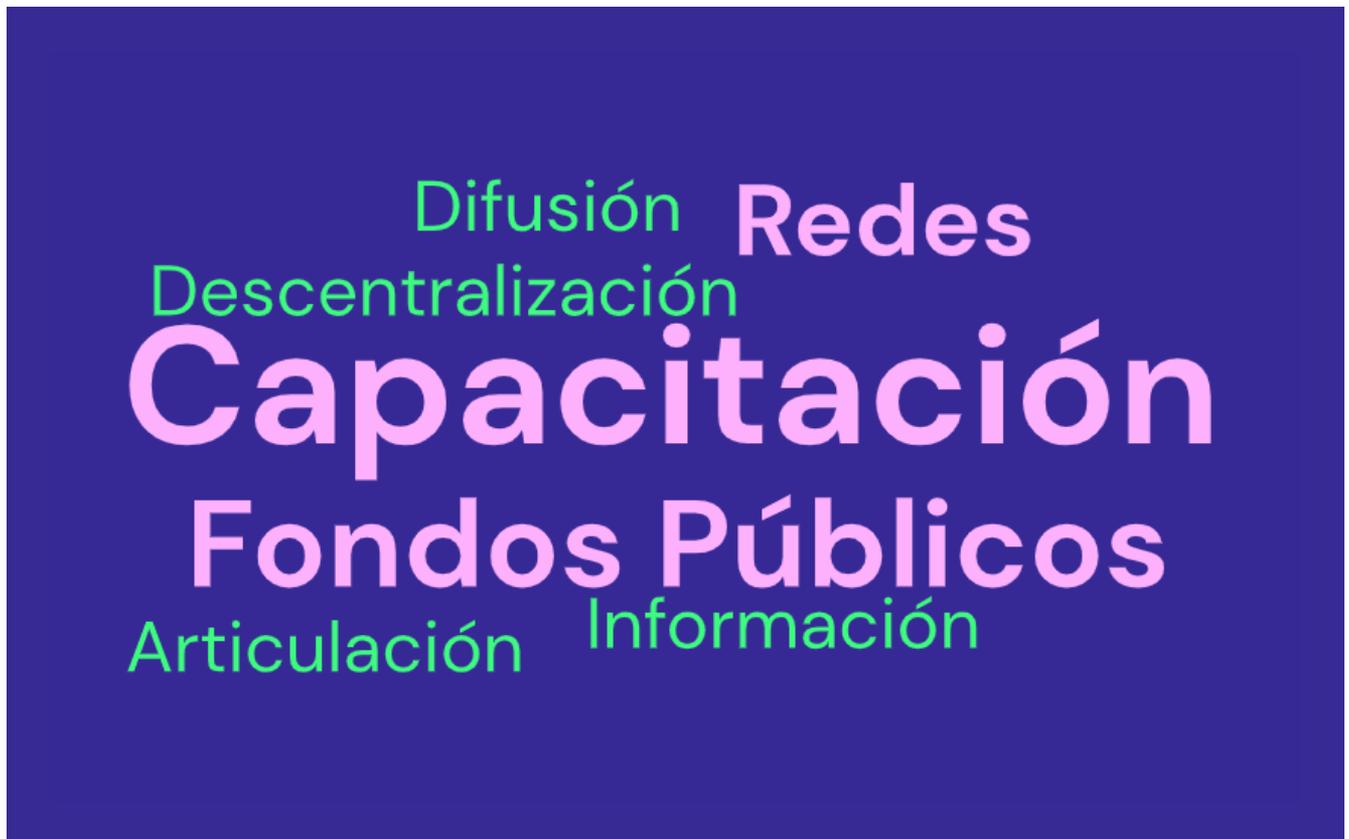
Otras necesidades levantadas

Además de las brechas presentadas, fue posible identificar otras necesidades que afectan la circulación en el territorio tales como: fortalecer la asociatividad y redes en la región que permitan establecer vínculos entre los/as emprendedores/as creativos/as, mejorar el acceso a financiamiento de fondos públicos para los emprendedores/as

creativos/as, adquirir habilidades comerciales que permitan profesionalizar el sector del emprendimiento creativo, así como también la descentralización del territorio nacional en cuanto a la distribución de recursos para productos y servicios creativos.

Figura 11 – Necesidades para la circulación, Región de Valparaíso

Visualización de las necesidades identificadas en el territorio





“Hay muchas cosas que uno desconoce; sobre marketing, plan de negocio, redes sociales...como que uno sabe la idea general y lo puede aplicar de cierta manera, pero siento que falta la bajada a lo cultural, porque hacer un plan de negocio en el mundo del emprendimiento es distinto a hacerlo en emprendimientos creativos”

Participante Región de Valparaíso,
Laboratorios Territoriales 2021.



Portafolio de ideas

A continuación se muestran las ideas levantadas por los participantes del laboratorio de la **Región de Valparaíso** para enfrentar las brechas para la circulación.

Centro de emprendimientos creativos

Creación de un Centro de Emprendimiento Creativo en la región que pueda articular a los actores del territorio y apoyar a los/as emprendedores/as creativos/as a lo largo de su desarrollo profesional.

Se postula que el centro podría también desarrollar Programas de capacitación en el sector creativo para los especialistas / proveedores para que conozcan cómo funciona el sector.

Red de empresas, incubadoras y emprendedores creativos

Se propone desarrollar acciones concretas que permita generar redes entre empresas grandes / incubadoras e instituciones públicas.

Por ejemplo, se propone organizar encuentros periódicos con agentes creativos de la región para conectarlos y fomentar así la asociatividad y redes del territorio.

Plataforma de vinculación cultural

Se propone desarrollar una plataforma que pueda contar con un catálogo o catastro de emprendedores y agentes creativos de la región, la cual permita establecer vínculos entre los propios emprendedores con potenciales clientes. Esta plataforma permitiría reconocer trabajo de los artistas regionales y difundir sus proyectos.

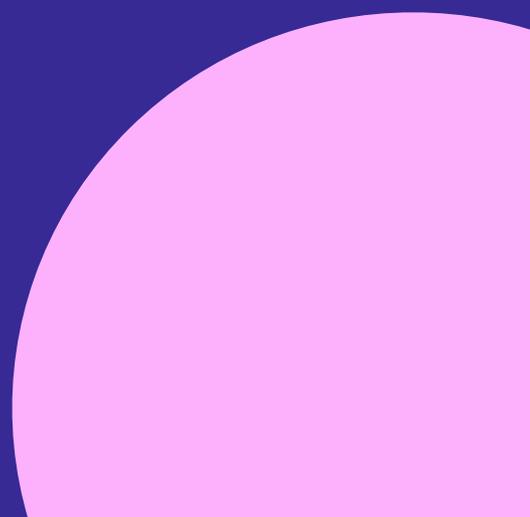
Fondos para emprendimientos creativos

Se propone de que los Fondos ligados a la innovación y emprendimiento hoy cuenten con líneas específicas al sector creativo, para así contar con mejores criterios para asignar recursos.



Región Metropolitana de Santiago

Hallazgos por región

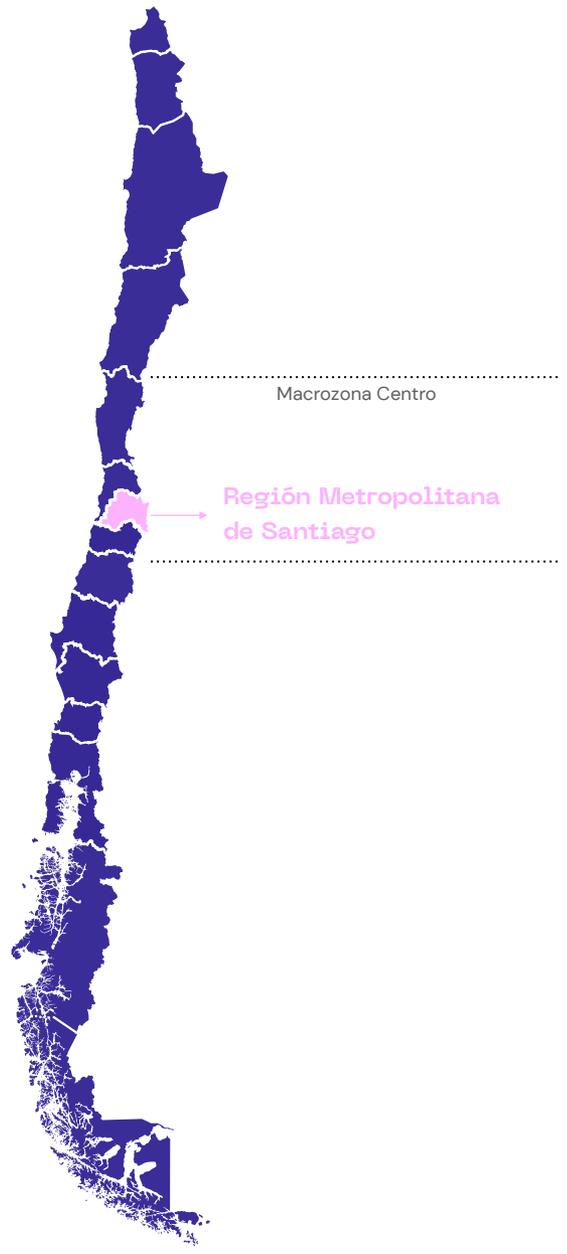




Introducción

Este apartado es un esfuerzo por plasmar la manera en que una selección de emprendedores/as creativos pertenecientes a la **Región Metropolitana de Santiago**, perciben el desarrollo de sus emprendimientos en relación a las temáticas exploradas: 1. Caracterización de los emprendimientos; 2. Necesidades para fomentar la circulación, 3. Ideas par fomentar la circulación; A través de tres secciones, el documento revisará el análisis de la información generada durante el proceso.

En relación al perfil de los participantes, del total de emprendedores/as participantes de la sesión regional, un 50% se declarar perteneciente al sector de Artesanía, un 25% del sector Diseño, un 13% multidisciplinar, y un 13% artes escénicas.





Caracterización de los emprendimientos de la región

La presente información corresponde a una síntesis del análisis realizado en torno a los formularios de caracterización levantados del territorio. Para ver más detalle de la metodología y resultados, ver el estudio “Diagnóstico Nacional y Caracterización de Emprendimientos Creativos por Macrozonas de Chile”, 2021.

Región Metropolitana de Santiago se divide administrativamente en seis provincias y 52 comunas: Chacabuco, con tres comunas; Cordillera, con tres comunas; Maipo, con cuatro comunas; Melipilla, con cinco comunas; Santiago, con 32 comunas, y Talagante con cinco comunas. Su capital regional es Santiago de Chile, que corresponde a la capital del país. Es la región más pequeña en cuanto a su superficie con 15.403,2 km², equivalente al 2% del territorio nacional; a pesar de ello, es la región más habitada, concentrando un 40,5% del total de la población del país, esto es, 7.112.808 personas.

La región Metropolitana de Santiago tiene características diferenciadoras respecto de las otras regiones del país. Se trata de una región con fuertes ventajas competitivas, derivadas principalmente de la concentración de diversas capacidades en su población, y al número de empresas ubicadas en su territorio; goza de una infraestructura vial de calidad, y se sitúan en ella los principales centros de educación superior a nivel nacional y latinoamericano. Asimismo, es el centro de la actividad institucional y política del país. La región concentra, además, gran parte de la oferta cultural y recreacional, lo que refuerza su condición de centro histórico del país. Todo ello le otorga una identidad

singular y diferenciada de las otras regiones de Chile (GORE Metropolitano, 2014).

En la región Metropolitana, y especialmente en Santiago, en relación a la diversidad cultural, la cultura originaria converge ahora con la cultura de los nuevos inmigrantes que han llegado al país. El 4,6% de la población de la región corresponde a migrantes, cifra importante a partir del número de habitantes que concentra la región, la que además está muy por sobre el promedio de población migrante a nivel nacional (2,7%). Un factor que refuerza la diversidad cultural de la región corresponde a la presencia de personas que se declaran pertenecientes a pueblos originarios (7%), cuyo índice es similar al promedio nacional (9%).

Según la Política Cultural Regional 2017-2022, la región Metropolitana tiene inscritos 11.578 agentes culturales (personas naturales) en Perfil Cultura, 4.885 hombres y 6.693 mujeres. El rango de edad predominante de estos agentes es el que va de los 30 a 44 años (51%). Solo 57 agentes tienen 14 años o menos en la región. Todas las comunas tienen agentes inscritos en la categoría de persona natural, siendo Santiago la primera mayoría, con un total de 2.333 inscritos, de los cuales un 61% son mujeres y 39% hombres. A esta comuna le siguen en número: Providencia (1.856), Ñuñoa (1.605), Las Condes (844), La Florida (495), La Reina (485), Peñalolén (335), Puente Alto (292), Recoleta (242), Vitacura (239), Maipú (395), Macul (211) y San Miguel (178). A su vez, las comunas con una menor presencia de inscritos son Tiltil (9), María Pinto (3), San Pedro (2) y Alhué (2).



Necesidades para la circulación

A continuación se muestran las necesidades de mayor relevancia percibidas por los agentes del territorio en torno a la circulación nacional e internacional.

Asociatividad y redes

Se plantea que existe un bajo vínculo entre los propios emprendedores creativos de la región. Desde el punto de vista de la asociatividad se expresa que "Existe una gran necesidad en la formación de redes. Y esto tiene que ver no solamente con el hecho de juntarse para conocerse, sino que juntarse con el objetivo de encontrar nuevos caminos de acceso a los clientes, búsqueda de socios y redes de conocimiento en términos empresariales, capital humano, ampliar red de contactos, compartir experiencias, etc", impactando hoy la falta de redes en la capacidad de los emprendedores de colaborar entre sí y potenciar así sus proyectos.

Diversificar el financiamiento existente

Los/as emprendedores/as creativos/as de la región perciben una necesidad en relación a la falta de fondos regionales específicos para el emprendimiento creativo, ya que hoy deben adecuar sus proyectos a las líneas disponibles las cuales son enfocadas en emprendimientos clásicos e innovación.

Junto con esto, se identifica una brecha en la capacidad de inversión y acceso a créditos de los

emprendedores dedicados a servicios creativos en relación a otras industrias por el hecho de ofrecer intangibles.

Adquirir habilidades comerciales

Se percibe la necesidad de adquirir habilidades y conocimientos que les permita a los emprendimientos creativos acceder a nuevos modelos de negocios que respondan a las necesidades del presente (pandemia, digitalización, entre otros). En palabras de los propios emprendedores se menciona que "Hoy necesito orientación y conocimiento para poder mejorar mi modelos en todos los aspectos, en manejo de redes, en marketing, en el trabajo de ley de donaciones culturales, en todo lo que se refiera al mejoramiento de los modelos de negocio"



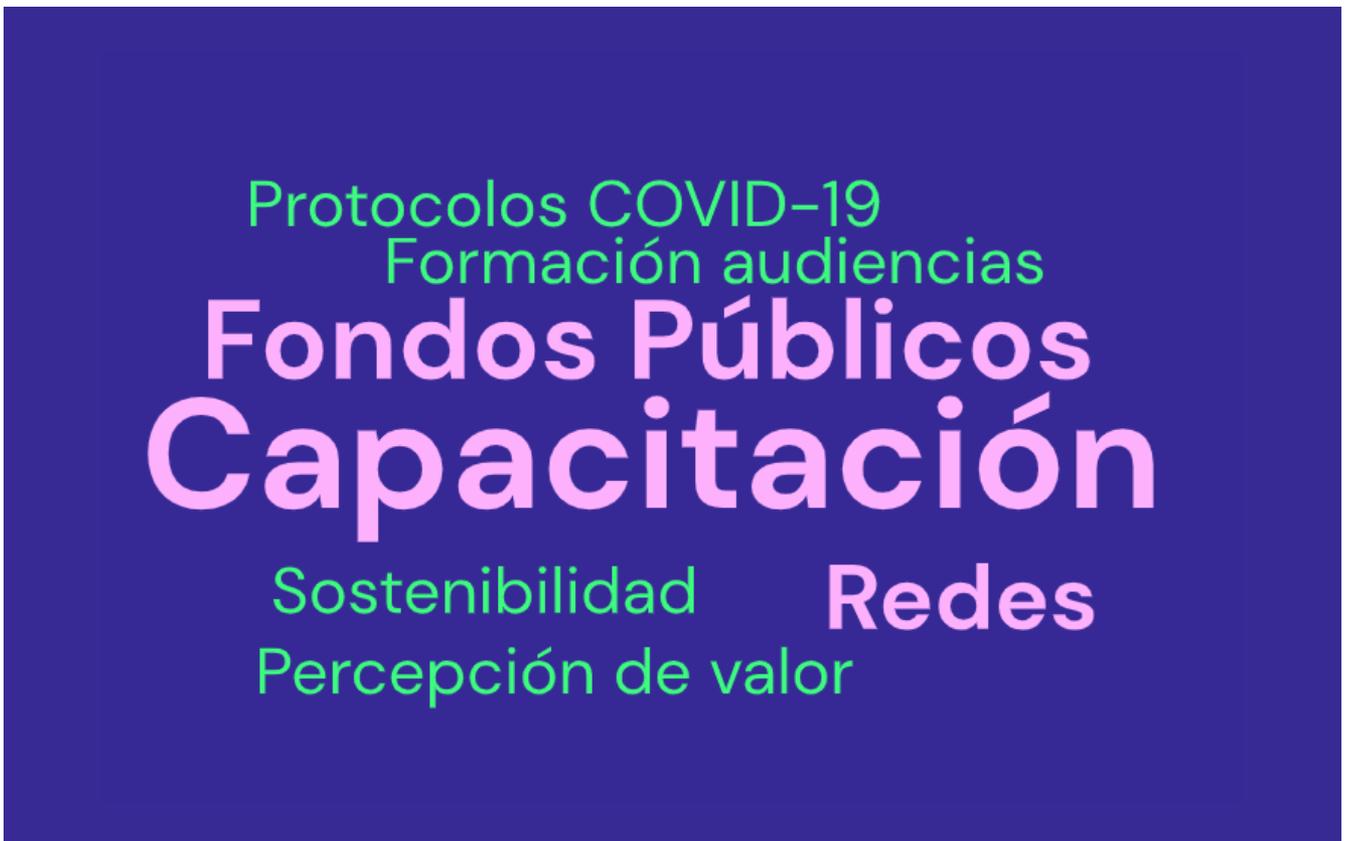
Otras necesidades levantadas

Además de las brechas presentadas, fue posible identificar otras necesidades que afectan la circulación en el territorio tales como: mejorar el acceso a financiamiento público para los emprendedores/as creativos/as, contar con espacios de capacitación que posibiliten el

acompañamiento de los procesos de los/as emprendedores/as, desarrollar la percepción del valor cultural que genera el sector creativo, establecer estrategias para la formación de audiencias, así como también la necesidad de adaptación al contexto de emergencia sanitaria.

Figura 12 – Necesidades para la circulación, Región Metropolitana de Santiago

Visualización de las necesidades identificadas en el territorio





“Existe una gran necesidad en la formación de redes. Y esto no tiene que ver con el hecho de juntarse para conocerse, sino que juntarse con el objetivo de encontrar nuevos caminos de acceso a los clientes, búsqueda de socios, redes de conocimiento, y para compartir experiencias”

Participante Región Metropolitana de Santiago,
Laboratorios Territoriales 2021.



Portafolio de ideas

A continuación se muestran las ideas levantadas por los participantes del laboratorio de la **Región de Metropolitana** para enfrentar las brechas para la circulación.

Centro de emprendimientos creativos

Creación de un Centro de Emprendimiento Creativo en la región que pueda articular a los actores del territorio y apoyar a los/as emprendedores/as creativos/as a lo largo de su desarrollo profesional.

Este centro puede desarrollar grupos de apoyo para compartir experiencia y aprender entre pares, además de entregar espacios de formación en alianza con la academia, y entregar tutoriales simples sobre comercialización, impuestos, marketing digital, y otras temáticas. Además puede contar también con programas que busquen incentivar diferentes formas y modelos negocios, además de orientar a los emprendedores durante la crisis.

Por otro lado, se propone que este centro podría funcionar como una incubadora para el emprendimiento creativo y cultural, en donde se realicen mentorías y seguimiento a los proyectos creativos. Junto con esto podría apoyar en estrategias de exportación, organizando ferias de emprendimiento.

Plataforma de comercialización, difusión y vinculación cultural

Se propone desarrollar una plataforma digital que busque fortalecer el ecosistema del emprendimiento creativo y su entorno, por medio de conectar actores y difundir los proyectos de la región.

Se propone contar con un espacio que permita identificar a los actores de la industria creativo y establecer vínculos entre los propios emprendedores con potenciales clientes. Esta plataforma permitiría reconocer trabajo de los artistas regionales y difundir sus proyectos.

Por otro lado, se propone una plataforma que permita también conectar fondos o financistas con proyectos posibles de financiar.



Portafolio de ideas

Mesas de colaboración entre agentes creativos

Se propone desarrollar acciones concretas que permita generar redes entre los agentes del territorio. Por ejemplo, se propone organizar encuentros o mesas de colaboración permanentes con agentes creativos de la región para conectarlos y poder generar alianzas. Junto con esto, se propone la creación de un programa estratégico de ruedas de negocios, que incluya instancias periódicas para los agentes creativos y que capacite, incentive y promueve diferentes formas y modelos de negocios.

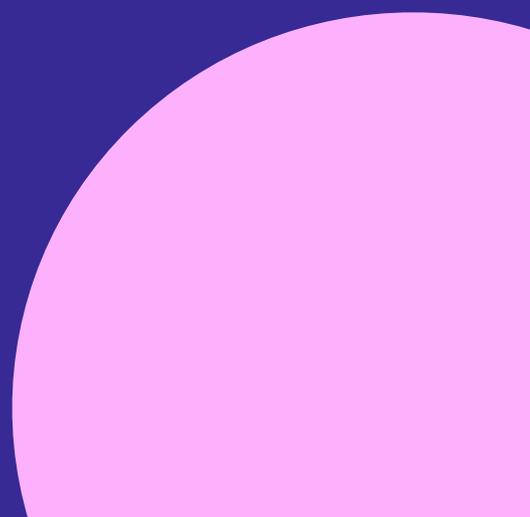
Incentivos tributarios para el emprendimiento

Se propone generar Incentivos tributarios que permitan apoyar el desarrollo y sostenibilidad de los proyectos creativos, entregando además mayores incentivos tributarios que potencien la ley de donación cultural.



Región del Libertador General Bernardo O'Higgins

Hallazgos por región

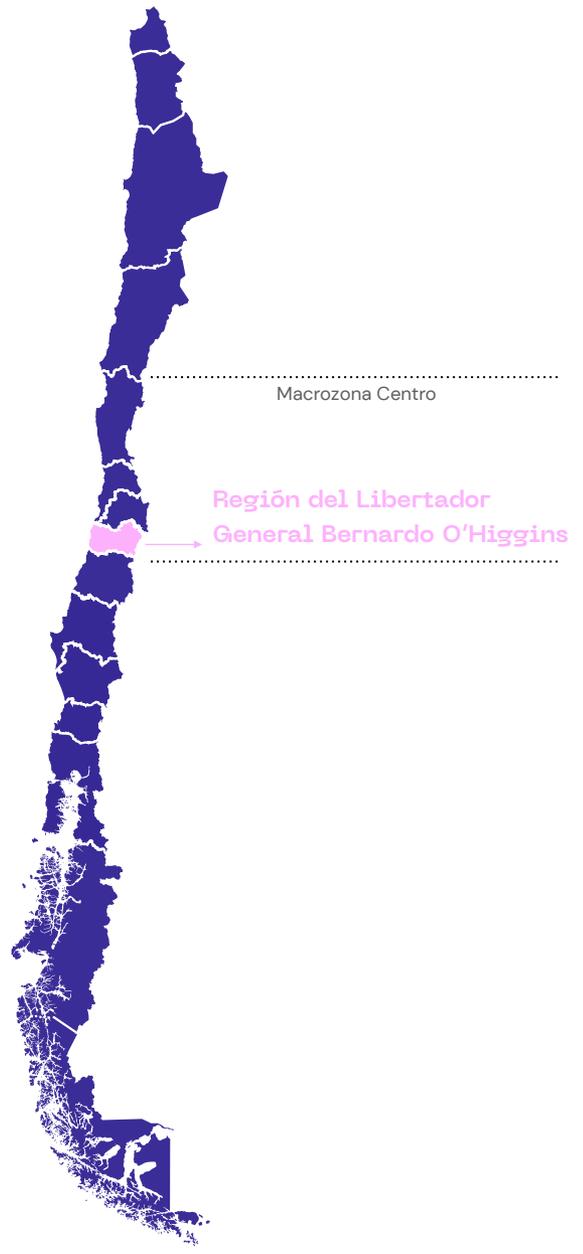




Introducción

Este apartado es un esfuerzo por plasmar la manera en que una selección de emprendedores/as creativos pertenecientes a la **Región del Libertador General Bernardo O'Higgins**, perciben el desarrollo de sus emprendimientos en relación a las temáticas exploradas: 1. Caracterización de los emprendimientos; 2. Necesidades para fomentar la circulación, 3. Ideas par fomentar la circulación; las cuales de plasman a continuación. A través de tres secciones, el documento revisará el análisis de la información generada durante el proceso.

En relación al perfil de los participantes, del total de emprendedores/as participantes de la sesión regional, un 29% se declaró perteneciente al sector de Artes visuales, un 14% Artesanía, 14% audiovisual, 14% Libro y editorial y un 14% multidisciplinar.





Caracterización de los emprendimientos de la región

La presente información corresponde a una síntesis del análisis realizado en torno a los formularios de caracterización levantados del territorio. Para ver más detalle de la metodología y resultados, ver el estudio "Diagnóstico Nacional y Caracterización de Emprendimientos Creativos por Macrozonas de Chile", 2021.

Región de O'Higgins Ubicada en la zona central del país, a menos de 100 de kilómetros de la capital nacional, tiene tres provincias, Cachapoal, Colchagua y Cardenal Caro y 33 comunas. La vocación productiva de la región está asociada principalmente a la agricultura, dada la gran cantidad de suelo de capacidad agrícola, tradición heredada de una zona donde, históricamente, la hacienda fue la principal institución productiva, constituyéndose como piedra angular de confirmación del territorio. Este mismo pasado ha determinado la arquitectura, distribución espacial de los pueblos, la organización social y las tradiciones campesinas, teniendo gran influencia en las creencias religiosas, todo lo cual también puede verse expresado en las distintas festividades y actividades que se celebran en la región, como la vendimia o las carreras a la chilena.

El territorio regional concentra sus esfuerzos productivos en la actividad minera,

particularmente en el cobre, cuya fuente principal es el mineral El Teniente, ubicado en la comuna de Machalí.

El rodeo, las fiestas campestres, vendimias, comidas típicas y arquitectura tradicional, junto al paisaje, fértiles valles y productos agrícolas, conforman los principales atractivos de la región. El teniente y el pueblo de Sewell, Patrimonio de la Humanidad, representan un recurso turístico cultural de importancia, además de los centros termales como las Termas de Cauquenes y las Termas del Flaco y el lago Rapel.

Según la Política Cultural Regional 2017-2020, la región de O'Higgins, tiene un total de 643 agentes culturales individuales inscritos, 272 hombres y 371 mujeres. La comuna con mayor presencia de agentes culturales es Rancagua (219 personas naturales), seguido de San Fernando (59 personas naturales), Machalí (47 personas naturales), y Pichilemu (43 personas naturales). Dentro de la categoría de persona jurídica, los agentes culturales inscritos son 78, de los cuales un 23,1% son municipalidades, un 21,8% son organizaciones territoriales o funcionales y un 14,1% son agrupaciones o asociaciones. Se puede observar además que la amplia mayoría (88,5%) de agentes culturales son personas jurídicas sin fines de lucro.



Necesidades para la circulación

A continuación se muestran las necesidades de mayor relevancia percibidas por los agentes del territorio en torno a la circulación nacional e internacional.

Potenciar la difusión de proyectos creativos y culturales de la región

Los/as emprendedores/as de la región perciben la necesidad de potenciar la difusión de sus proyectos. Expresan la carencia de espacios y lugares en donde pueden dar a conocer sus productos o servicios creativos. En sus propias palabras "Hemos muchos artesanos y no tenemos un espacio donde podamos estar todos para mostrar, para exhibir, para tener una interrelación diaria o permanente con la gente que visite la zona"; "Necesitamos de un espacio para mostrar los productos. Un espacio de calidad. Un espacio que esté acorde con los productos que estamos mostrando."

Formación de emprendedores creativos

Los/as emprendedores/as creativos de la región perciben una necesidad de formación en habilidades comerciales y digitales, que les entregue herramientas concretas y valiosas para poder desarrollar y profesionalizar sus

emprendimientos. Expresan que "hay mucho espacio de educación y de formación, pero no son eficientes, que no son de calidad, que finalmente lo único que te hacen es perder el tiempo. Entonces, necesitamos espacios, donde su objetivo no sea entregar sólo una formación, sino que el objetivo sea obtener un resultado producto de esa formación"

Así mismo expresan necesidad de apoyo en herramientas comerciales, mencionando por ejemplo que "muchos de nosotros empezamos a vender según lo que nosotros creemos, pero no tenemos una base más allá de lo que estudiamos. Por eso necesitamos un apoyo sólido, para establecernos más allá de un emprendedor artesano, si no que como un profesional completo."



Necesidades para la circulación

Fortalecer canales de distribución y logística para el envío de productos/ servicios

Los agentes visualizan obstáculos referidos a la distribución de sus bienes o productos creativos, mencionando altas barreras de entradas relacionadas con las aduanas, y a los altos costos existentes para los envíos y/o traslados de productos. Así mismo mencionan que además de los altos costos, existe poca información y claridad en relación a los procesos de envío de productos. En sus palabras, expresan "claramente existe una barrera para llegar a otros países. No hay mucha claridad del proceso ya que tienes que contratar un agente de aduana cuando el valor es superior a un monto, pero si quieres mandar unas muestra o cosas así, y quieres hacerlo por tu cuenta, es todo un lío. No sé bien cómo hacerlo"

Fomentar el desarrollo regional de proyectos creativos

Los emprendimientos de la región perciben la falta de una estrategia regional descentralizada con recursos asociados que fomente el desarrollo de la industria creativa en el territorio. Expresan que "hoy la estrategia no baja a las regiones de manera descentralizada, con recurso propios y que cubra las necesidades a nivel regionales y locales".



Otras necesidades levantadas

Además de las brechas presentadas, fue posible identificar otras necesidades que afectan la circulación en el territorio tales como: adquirir habilidades comerciales, establecer con instancias de orientación y acompañamiento que permitan profesionalizar el sector del emprendimiento creativo, fortalecer las políticas públicas para el desarrollo del ecosistema creativo regional, reforzar

la identidad territorial de los proyectos creativos y culturales, recibir apoyos para la internacionalización de emprendimientos creativos, la descentralización de los recursos y oportunidades, contar con infraestructura que posibilite la creación de espacios para la comercialización, así como también la necesidad de adaptación al contexto de emergencia sanitaria.

Figura 13 – Necesidades para la circulación, Región del Libertador General Bernardo O'Higgins

Visualización de las necesidades identificadas en el territorio





“Es fundamental hoy una descentralización de las estrategias creativas y culturales, y que éstas vengán acompañadas de recursos y de actividades que vayan en pos del desarrollo de la economía creativa del territorio y en general del país”

Participante Región del Libertador General Bernardo O'Higgins,
Laboratorios Territoriales 2021.



Portafolio de ideas

A continuación se muestran las ideas levantadas por los participantes del laboratorio de la **Región del Libertador General Bernardo O'Higgins** para enfrentar las brechas para la circulación.

Centro de emprendimientos creativos

Creación de un Centro de Emprendimiento Creativo en la región que pueda articular a los actores del territorio y apoyar a los/as emprendedores/as creativos/as a lo largo de su desarrollo profesional.

Este centro puede acompañar y dar seguimiento a los proyectos creativos de la región, además de articular el ecosistema público privado, fomentando la conexión entre actores. Así mismo, podría medir los avances del desarrollo creativo local.

Catálogo nacional de emprendimientos creativos

Se propone desarrollar una plataforma que pueda contar con un catálogo o catastro de emprendedores y agentes creativos de la región y nivel nacional, la cual permita establecer vínculos entre los propios emprendedores con potenciales clientes y con privados dispuestos a financiar proyectos creativos. Esta plataforma permitiría reconocer y apoyar el trabajo de los artistas regionales y difundir sus proyectos.

Red regional de creadores

Se propone desarrollar acciones concretas que permita generar redes entre los agentes del territorio.

Por ejemplo, se propone organizar encuentros periódicos de conexión y de formación entre creadores locales y entre creativos de diversas regiones para compartir experiencias. Esto con el objetivo de conectar y fomentar así la asociatividad y redes del territorio.

Programa de capacitación para emprendedores creativos

Se propone desarrollar una serie de espacios y programas de formación enfocados en emprendedores/as creativos, los cuales incentiven el aprendizaje de habilidades de comercialización con objetivos accionables y medibles en el tiempo.



Portafolio de ideas

Programa regional de 'Fusión turismo, cultura, economía'

Desarrollo de programa regional de 'Fusión turismo, cultura, economía', que permita gestionar y fortalecer el desarrollo local a través de un trabajo en conjunto de los emprendedores con la institucionalidad pública.

Rol: encargado de cultura municipal

Potenciar el rol de encargado de cultura en las municipalidades por medio de programas de formación sobre la Industria Creativa. Esto permitirá dotar a las municipalidades de capacidades y conocimiento en cultura.

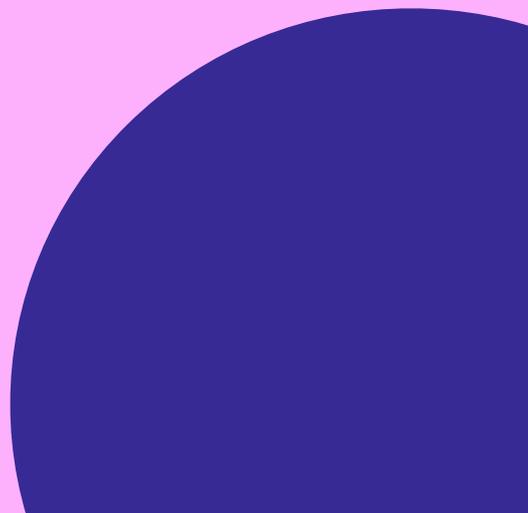
Establecer tipologías de oficio para la Artesanía

En relación al sector de artesanía, se propone establecer, a partir del registro nacional de artesanía, categorías o tipologías del oficio. Esto, que permita y facilite la postulación a fondos, además de ser una guía que considere la diversidad de la disciplina.



Macrozona Sur

Territorio que contempla las regiones de El Maule, El Ñuble, BioBío, La Araucanía y la Región de los Ríos.





Hallazgos generales del territorio

El proceso **Laboratorios Territoriales / Macrozona Sur** tuvo como propósito identificar áreas prioritarias de intervención a escala regional, para el fomento a la circulación de bienes y/o servicios de emprendimientos creativos y culturales a lo largo de Chile. Aún cuando fue posible confirmar que cada ecosistema regional posee características propias, en términos generales, se pudo identificar ciertos puntos en común relativas a las temáticas exploradas: 1. Caracterización de los emprendimientos; 2. Necesidades para fomentar la circulación, 3. Ideas par fomentar la circulación; las cuales de plasman a continuación.

1. CARACTERIZACIÓN DE LOS EMPRENDIMIENTOS

La presente información corresponde a una síntesis del análisis realizado en torno a los formularios de caracterización levantados del territorio. Para ver más detalle de la metodología y resultados, revisar el estudio “Diagnóstico Nacional y Caracterización de Emprendimientos Creativos por Macrozonas de Chile”, 2021.

La macrozona Sur está ubicada en la zona centro sur de Chile, y se compone por las regiones de Maule, Biobío, Ñuble, Araucanía y Los Ríos, con una cantidad poblacional que representa al 25,17% del total del país (INE, 2018), siendo el área Metropolitana de la ciudad de Concepción, en la región del Biobío, la segunda aglomeración urbana más importante del país, luego de Santiago (BCN, s.f.; Martínez et al., 2016). Esta macrozona se caracteriza por su diversidad biogeográfica, riqueza hidrográfica y una única mixtura cultural, todos, elementos que aportan significativamente al relato y manifestaciones artísticas, culturales e identitarias.

A partir de los análisis realizados, se puede demostrar que el territorio cuenta con las siguientes caracterización, las cuales se comparten con una caracterización nacional:

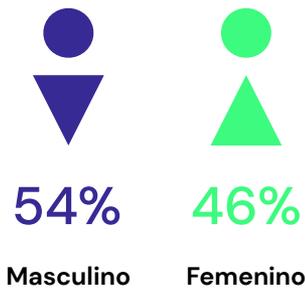
- Débil trabajo intersectorial, que dificulta entramados de soporte para las actividades económicas del sector cultural, con las particularidades que este implica.
- Baja formación de Capital Humano avanzado, lo que en la región del Biobío es disímil al resto de la macrozona, por las intervenciones específicas que ahí se han realizado en los últimos años.
- Desconocimiento de los conceptos y falta de vinculación que los agentes culturales con la ICC, por lo que se da una autoexclusión, desde nuestra visión por falta de conocimiento conceptual
- Escaso manejo del glosario o la terminología utilizada en el ámbito del emprendimiento cultural
- Baja formalización de sus actividades comerciales.
- Trabas en la internacionalización de sus productos en zonas fronterizas próximas a sus espacios de producción, debido a restricciones o vacíos legales en ámbitos que implican el traslado de objetos, manufacturas u obras, como en el caso de la artesanía, artes visuales (pinturas) o el traslado de vestuarios para la realización de giras en el área de artes escénicas.
- Se acusa la poca adaptabilidad de los recursos proporcionados por organizaciones públicas a las particularidades del sector cultural.
- No obstante lo anterior, se expresa por parte de los emprendedores culturales, la disposición a desarrollar nuevas formas de trabajo, acogiendo los tiempos que corren y las exigencias del mercado actual, en pos de visibilizar y acrecentar su labor productiva.
- Bajo nivel de formalización del sector artístico que desarrolla actividades económicas.
- Deficiente vinculación de los emprendedores con instituciones relacionadas al ámbito del comercio y la industria



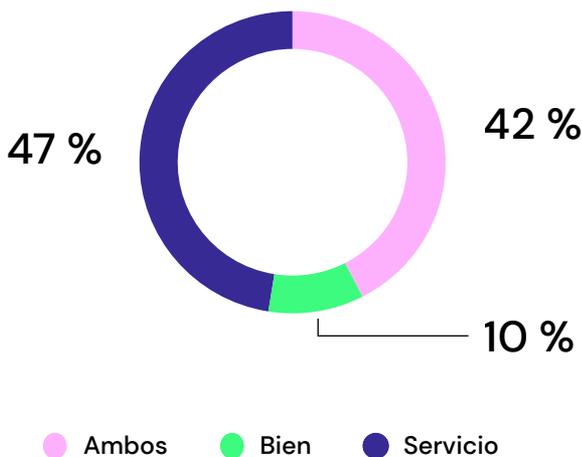
Hallazgos generales del territorio

A continuación se presenta una síntesis del análisis de datos realizados a partir de los formularios de caracterización levantada del territorio, el cuál da cuenta de la distribución por género de los emprendimientos del territorio, el tipo de comercialización que se presenta; y lugares de experiencia e interés de comercialización. Para ver más detalle, revisar el documento "Diagnóstico Nacional y Caracterización de Emprendimientos Creativos por Macrozonas de Chile", 2021.

Género de los/as emprendedores/as



Tipo de comercialización



Lugares de experiencia de comercialización de bienes y/o servicios en el extranjero



Lugares de interés de comercialización de bienes y/o servicios en el extranjero





Hallazgos generales del territorio

A continuación se presentan los principales hallazgos en relación a las necesidades para la circulación nacional e internacional y principales ideas para ser abordadas. Esta información fue levantada en conjunto con emprendedores y emprendedoras del territorio a través de talleres participativo realizados el día 18 de enero de 2021 con participantes de las regiones del Maule (5), Ñuble (4), Biobío (2), Araucanía (3) y Los Ríos (4).

2. NECESIDADES PARA FOMENTAR LA CIRCULACIÓN

Una de las principales brechas y necesidades identificadas en la macrozona para el fomento a la circulación de bienes y/o servicios, dice relación con asociatividad y redes. De manera transversal, se observa una necesidad en términos de las redes de conexión entre los mismos emprendedores/as creativos/as pertenecientes al territorio que les permita desarrollarse colaborativamente facilitando el intercambio de saberes y apoyos tanto entre pares como con organizaciones y gremios del sector.

Asimismo, los/as emprendedores/as creativos/as del territorio perciben una falta de espacios para la comercialización de sus bienes y servicios. Se observa una necesidad de contar con instancias territoriales que generen oportunidades para la comercialización y exhibición de la oferta generada por los emprendimientos locales. En relación a esto, también fue posible detectar una brecha en la difusión de proyectos creativos y culturales de la región, tanto en relación a espacios como a apoyos económicos para su desarrollo.

Otra brecha detectada de manera transversal en el territorio se relaciona con la necesidad de fortalecer canales de distribución y logística para la circulación de productos/servicios creativos, tanto a nivel nacional como internacional. Se perciben obstáculos en relación a los costos de los traslados y envíos, y falta de acceso a servicios de logística por las características y capacidad productiva de los emprendimientos.

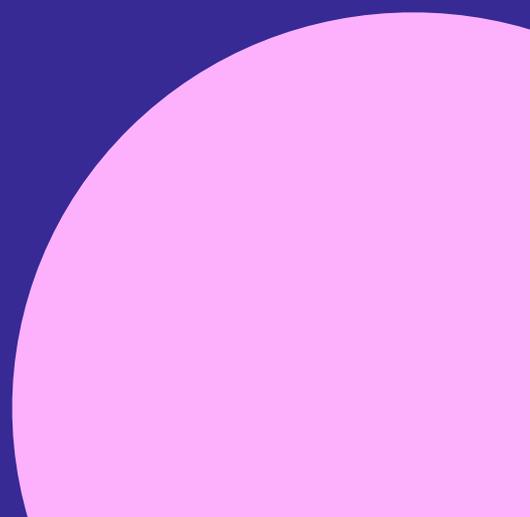
3. IDEAS PARA FOMENTAR LA CIRCULACIÓN

A pesar de que fue posible levantar diversas propuestas para enfrentar las problemáticas relacionadas con la circulación de bienes y servicio creativos, se puede observar que una idea que se presenta en todo el territorio se relaciona con contar apoyo de algún ente articulador del ecosistema del territorio que cuente con espacios de formación y capacitaciones permanentemente disponibles para las diversas necesidades de los proyectos creativos y sus gestores/as. Además apoye en la creación de vínculos y encuentros entre los agentes, y apoye la difusión de los proyectos creativos de la macrozona. Asimismo, se detecta un interés por desarrollar una plataforma para el sector creativo que contenga un catálogo de emprendedores, agentes, artistas y creativos locales, donde a su vez, sea posible conectar con diversos actores del ecosistema de la economía creativa.



Región del Maule

Hallazgos por región





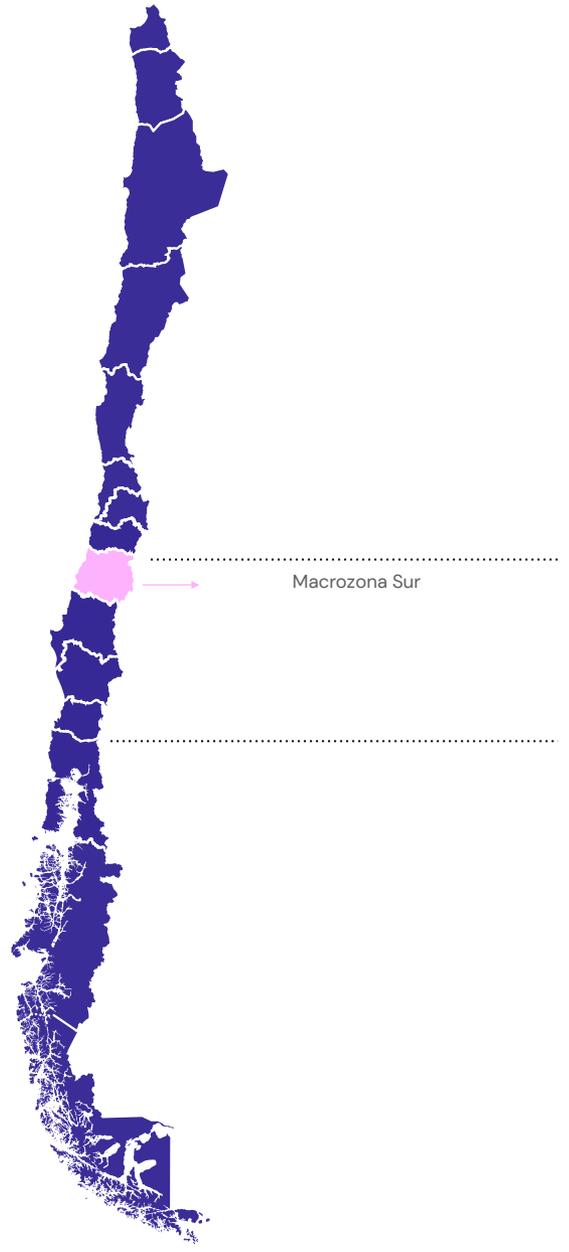
Introducción

Este apartado es un esfuerzo por plasmar la manera en que una selección de emprendedores/as creativos pertenecientes a la **Región del Maule**, perciben el desarrollo de sus emprendimientos en relación a las temáticas exploradas:

1. Caracterización de los emprendimientos;
2. Necesidades para fomentar la circulación;
3. Ideas par fomentar la circulación; las cuales de plasman a continuación.

A través de tres secciones, el documento revisará el análisis de la información generada durante el proceso.

En relación al perfil de los participantes del Laboratorio, del total de emprendedores/as participantes de la sesión regional un 40% se declara perteneciente al sector de la Música, un 20% al sector de Artesanía, un 20% al sector Audiovisual y un 20% al sector del Libro y Editorial.





Necesidades para la circulación

A continuación se muestran las necesidades de mayor relevancia percibidas por los agentes del territorio en torno a la circulación nacional e internacional.

Asociatividad y redes

Los/as emprendedores/as creativos de la región perciben una necesidad de establecer alianzas con centros culturales de cada comuna y desarrollar redes regionales para el trabajo colaborativo. Sobre esto se expresa que “falta un fortalecimiento de redes regionales, entre las comunas, entre la provincia, entre nosotros” que permita la creación de vínculos y asociatividad.

Formación de emprendedores creativos

Debido a las múltiples funciones que deben cumplir los emprendedores/as creativos/as, se perciben brechas en cuanto a la formación específica para ellos/as en ámbitos de marketing, estrategia y modelos de negocio. Se expresa que “falta formación o una plataforma donde los cultores, los lectores o los emprendedores se puedan formar en temas de marketing, de estrategia, de plan de negocio.”

Potenciar la difusión de proyectos creativos y culturales de la región

También se menciona la necesidad de fomentar la difusión de los proyectos creativos de la región y una falta de representatividad del sector del emprendimiento creativo en los medios de comunicación locales. En relación a esto, se señala que es necesario “poder incluir proyectos locales o de otras regiones, porque principalmente cubren a la Región Metropolitana” en los medios de comunicación.



Otras necesidades levantadas

Además de las brechas presentadas, fue posible identificar otras necesidades que afectan la circulación en el territorio tales como: la descentralización de los recursos y oportunidades, diversificar el financiamiento público existente, contar con sistemas de información, fortalecer

vínculos y espacios de encuentro entre los emprendedores/as creativos/as, infraestructura que permita el desarrollo regional, desarrollar estrategias para la formación de audiencias y mejorar la percepción del valor económico y cultural generado por el sector creativo.

Figura 14 – Necesidades para la circulación, Región del Maule

Visualización de las necesidades identificadas en el territorio





“Todos aquí hacemos más funciones de la que nos definimos. Yo soy tejedora, pero para mí esto funciona como un circo doble porque las hago todas, o sea, yo manejo mis redes sociales, estoy sacando fotos, creando contenido interesante y tengo que estar enterada de qué pasa con las convocatorias, entonces es un trabajo constante”

Participante Región del Maule,
Laboratorios Territoriales 2021.



Portafolio de ideas

A continuación se muestran las ideas levantadas por los participantes del laboratorio de la **Región del Maule** para enfrentar las brechas para la circulación.

Programa de Formación y Desarrollo para emprendedores creativos

Creación de un Programa de Formación y Desarrollo para emprendedores/as creativos/as que permita contar con capacitaciones permanentemente disponibles para las diversas necesidades de los proyectos creativos y sus gestores/as. Se propone que el programa pueda hacer uso de relaciones ya existentes con organizaciones sociales y públicas para abordar temáticas como emprendimiento y cultura, nuevas plataformas digitales, marketing y modelos de negocio, según el desarrollo de cada emprendedor/a.

Charlas de industria creativa

Desarrollar ciclos de charlas sobre industria creativa, que puedan acercar nuevos conceptos y conocimientos del ecosistema creativo a los emprendedores/as creativos/as. Se sugiere considerar los tiempos y dinámicas de trabajo de los artistas y trabajadores de la cultura para establecer horarios flexibles que se adecúen a sus necesidades.

Centro de formación de Negocios para proyectos creativos

Establecer un Centro de formación y de Negocios específico para proyectos creativos y culturales, que permita formalizar a los trabajadores de la cultura y la industria creativa y abordar el acceso a información sobre fondos y postulaciones. Se propone que este Centro pueda contar con un programa interno de mentorías para otorgar acompañamiento y guía desde emprendimientos y profesionales con más experiencia que puedan apoyar el desarrollo de los proyectos de la región.

Plataforma digital de cultura regional

Desarrollar una plataforma digital de cultura regional que pueda conectar los espacios culturales existentes, vincular a artistas emprendedores/as creativos/as, así como también difundir cursos, capacitaciones, talleres y mentorías. Se sugiere que la plataforma cuente con cápsulas audiovisuales de los proyectos creativos que pongan en valor la identidad territorial de los productos y servicios creativos.



Portafolio de ideas

Programa regional de difusión

Realizar un Programa de Difusión enfocado a medios de comunicación locales, que permita vincular a periodistas y medios con emprendedores/as creativos/as para fortalecer la visibilidad de los proyectos creativos de la región.

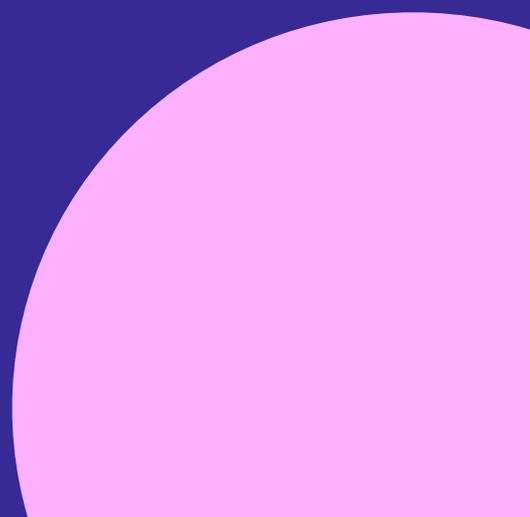
Alianza comunal con centros culturales

Establecer alianzas con centros culturales de cada comuna para coordinar el ecosistema creativo local. Que estas alianzas permitan tanto la utilización del espacio físico de los centros culturales para actividades de comercialización, como los vínculos y las redes ya existentes entre los centros culturales y otras comunas y organizaciones para fomentar la difusión.



Región del Ñuble

Hallazgos por región



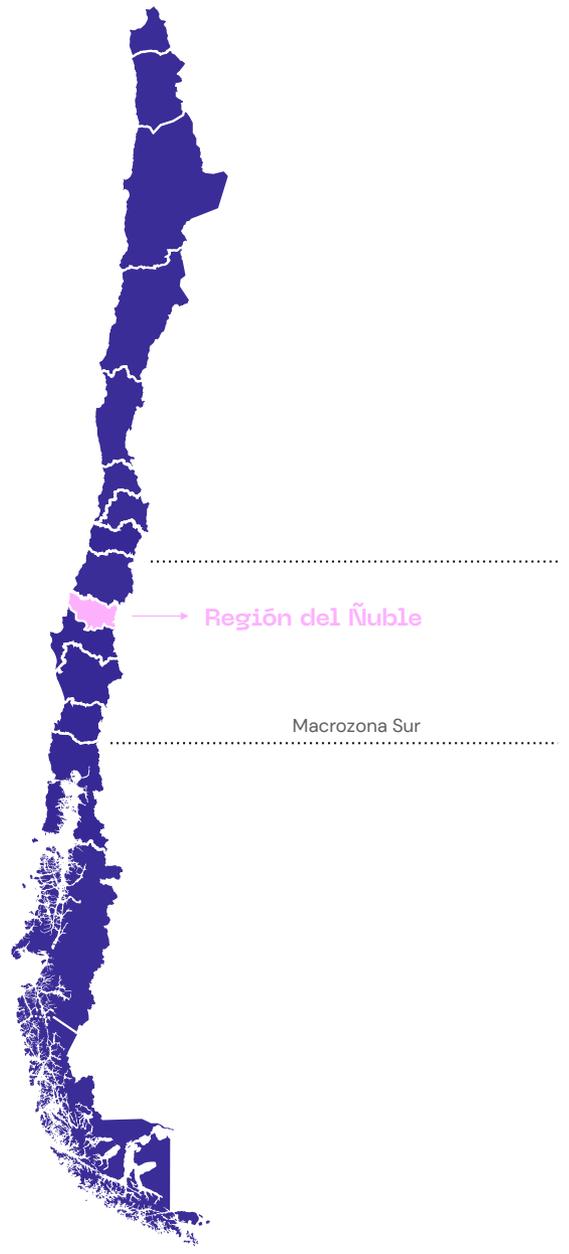


Introducción

Este apartado es un esfuerzo por plasmar la manera en que una selección de emprendedores/as creativos pertenecientes a la **Región del Ñuble**, perciben el desarrollo de sus emprendimientos en relación a las temáticas exploradas:

1. Caracterización de los emprendimientos; 2. Necesidades para fomentar la circulación; 3. Ideas par fomentar la circulación; las cuales se plasman a continuación.. A través de tres secciones, el documento revisará el análisis de la información generada durante el proceso.

En relación al perfil de los participantes del Laboratorio, del total de emprendedores/as participantes de la sesión regional un 50% se declara perteneciente al sector Audiovisual, un 25% al sector de las Artes Escénicas y un 25% al sector de Artesanía.





Necesidades para la circulación

A continuación se muestran las necesidades de mayor relevancia percibidas por los agentes del territorio en torno a la circulación nacional e internacional.

Descentralización

Los/as emprendedores/as creativos de la región perciben una necesidad de descentralizar y diversificar los apoyos locales específicos para el sector creativo. Se plantea además que es necesario valorar la economía creativa a nivel local a través del reconocimiento de creadores y artistas locales.

administrativos y comerciales, así como también de manejo de herramientas digitales. Los emprendedores/as creativos/as de la región señalan que “ nos hacen falta herramientas, para que nosotros hagamos distintas tareas de contabilidad, de poder registrar horas y puntos más estratégicos” lo que se reconoce como una brecha para el desarrollo y circulación de sus proyectos.

Espacios para la comercialización

También se menciona la necesidad de contar con instancias locales donde se generen oportunidades para la comercialización y circulación de bienes y servicios creativos. Sobre esto se expresa “para vender nuestras piezas necesitamos que existan ruedas de negocios más específicas para poder apoyar a cada uno de los sectores artísticos.”

Formación de emprendedores creativos

Otra de las necesidades mencionadas, dice relación con la formación de emprendedores/as creativos/as en ámbitos estratégicos,



Otras necesidades levantadas

Además de las brechas presentadas, fue posible identificar otras necesidades que afectan la circulación en el territorio tales como: apuntar a la descentralización para mejorar el acceso a financiamiento público de los emprendedores/as creativos/as, potenciar la difusión de proyectos

creativos y culturales de la región, fortalecer la asociatividad y redes en la región que permitan establecer vínculos, así como también desarrollar la percepción del valor cultural que genera el sector creativo.

Figura 15 – Necesidades para la circulación, Región del Ñuble

Visualización de las necesidades identificadas en el territorio





"Es un hecho que se valoran más a los artistas que están en Santiago. Por ejemplo, yo cuando partí con el tema de la innovación en la alfarería me vio una artista de otra región y le encantaron mis piezas y me copió después varias piezas. Después se ganó un Fondart... y así pasa con muchos de los trabajos que se hacen en los sectores rurales, trabajos tradicional, que después lo llevan a cabo en otras partes y ellos se llevan los aplausos y uno queda mirando no más."

Participante Región del Ñuble,
Laboratorios Territoriales 2021.



Portafolio de ideas

A continuación se muestran las ideas levantadas por los participantes del laboratorio de la **Región del Ñuble** para enfrentar las brechas para la circulación.

Programa de difusión de emprendimientos creativos locales

Se propone desarrollar una serie de acciones que permitan exhibir y difundir los trabajos creativos de la región. Un emulo de esto es generar un Programa de Difusión regional con apoyos municipales, enfocado a visibilizar el trabajo de los emprendimientos creativos locales. Esto se completa con la realización una Feria de economía creativa donde se den a conocer los diversos proyectos creativos del territorio, para fortalecer tanto la vinculación entre artistas y creadores/as así como también con las audiencias y comunidades.

Fondos para emprendedores creativos locales

Se propone el desarrollo de nuevos fondos concursables para el apoyo a los emprendimientos locales. Una de las líneas propuestas tiene relación con desarrollo de plataformas digitales para ampliar el acceso y canales de difusión, así como fondos para contar con espacios de formación en el uso de medios digitales, y así diversificar y profesionalizar los sistemas de exhibición digital.

Ruedas de negocios permanentes

Se propone realizar ciclos de ruedas de negocio durante el año, para establecer redes con organismos estatales, y así dar a conocer de forma directa los bienes y servicios creativos de la región.

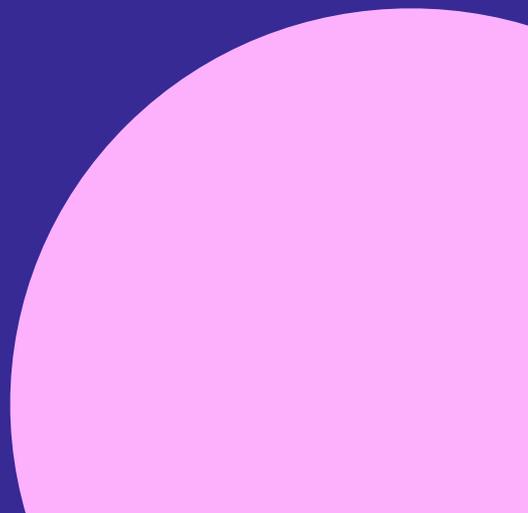
Plataforma de colaboración regional

Desarrollar un Plataforma de Colaboración interdisciplinaria a nivel regional que permita la vinculación entre artistas locales, creadores/as y emprendedores/as creativos/as.



Región del Biobío

Hallazgos por región



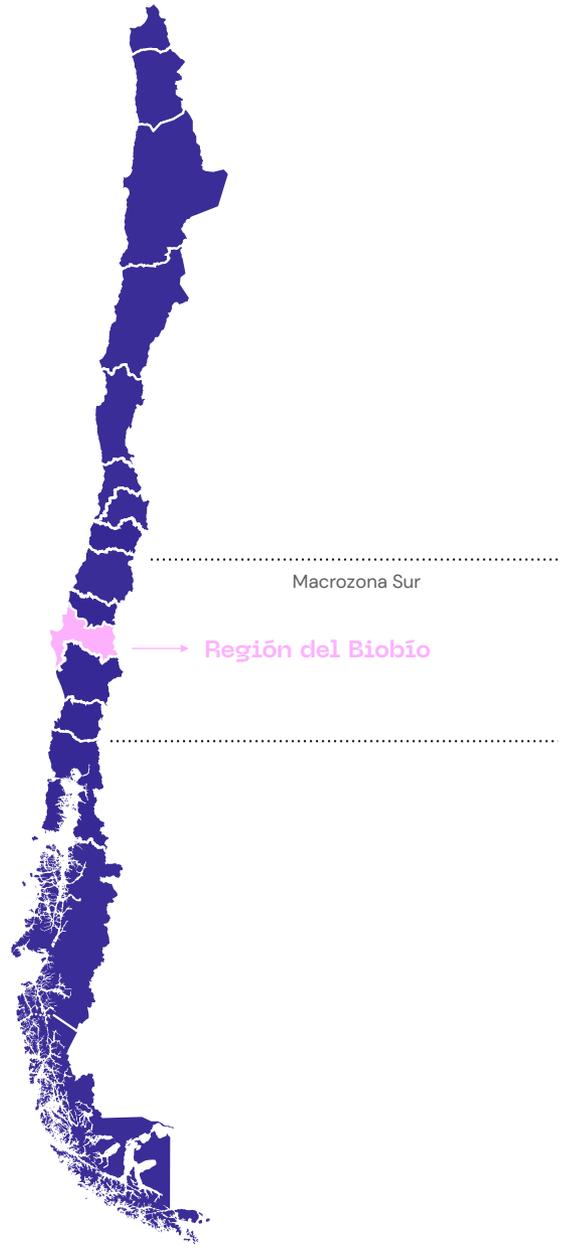


Introducción

Este apartado es un esfuerzo por plasmar la manera en que una selección de emprendedores/as creativos pertenecientes a la **Región del Biobío** perciben el desarrollo de sus emprendimientos en relación a las temáticas exploradas: 1.

Caracterización de los emprendimientos; 2. Necesidades para fomentar la circulación, 3. Ideas par fomentar la circulación; las cuales de plasman a continuación. A través de tres secciones, el documento revisará el análisis de la información generada durante el proceso.

En relación al perfil de los participantes del Laboratorio, del total de emprendedores/as participantes de la sesión regional un 50% se declara perteneciente al sector de las Artes Visuales y un 50% al sector Audiovisual.





Necesidades para la circulación

A continuación se muestran las necesidades de mayor relevancia percibidas por los agentes del territorio en torno a la circulación nacional e internacional.

Asociatividad y redes

Se plantea la necesidad de contar con redes de conexión entre los mismos emprendedores/as creativos/as. Sobre lo anterior se expresa que existen problemáticas comunes entre ellos/as que “podrían solucionarse de manera colaborativa.”

Coordinación interinstitucional

Los/as emprendedores/as creativos de la región perciben una necesidad de mayor conexión con las instituciones públicas tanto para ofrecerles sus productos y servicios creativos, como para recibir apoyos directos regionales o municipales.

Espacios para la comercialización

Otra de las brechas detectadas, dice relación con la problemática de escasez de espacios físicos permanentes de exhibición y comercialización de productos en el territorio. Se expresa que “es muy difícil posicionarte como creativo” lo que dificulta la venta y visibilidad de los productos y servicios creativos en la región.

Fortalecer canales de distribución y logística para el envío de productos/servicios

También se detectan dificultades en ámbitos logísticos, en relación al precio de los traslados y envíos que presenta una brecha de distribución para los pequeños emprendedores/as creativos/as. Sobre esto se señala que “no tenemos tanta capacidad productiva no podemos contratar un servicio de logística porque subirían mucho los precios.”



Otras necesidades levantadas

Además de las brechas presentadas, fue posible identificar otras necesidades que afectan la circulación en el territorio tales como: desarrollar instancias para la formación de emprendedores creativos en temáticas como el marketing digital, contar con infraestructura local para apoyar la

producción de productos y servicios creativos, articular el ecosistema creativo para potenciar la vinculación y generación de redes, así como también mejorar el acceso a la información que permita la conexión directa con instituciones y autoridades locales.

Figura 16 - Necesidades para la circulación, Región del Biobío

Visualización de las necesidades identificadas en el territorio





“Vemos poco compromiso de la institucionalidad pública y privada por adquirir un producto creativo local. O sea, en la realidad nosotros competimos con los chinos. Las grandes empresas compran principalmente marca Chinas.”

Participante Región del Biobío,
Laboratorios Territoriales 2021.



Portafolio de ideas

A continuación se muestran las ideas levantadas por los participantes del laboratorio de la **Región del Biobío** para enfrentar las brechas para la circulación.

Centro de emprendimiento creativo regional

Se propone la creación de un Centro de emprendimiento creativo regional que facilite tanto la vinculación y articulación del ecosistema creativo así como la generación de instancias de guía y acompañamiento entre creadores, artistas y emprendedores/as creativos/as. Se propone que éste sea un espacio permanente, enfocado en industrias creativas, responsable de generar procesos transparentes para involucrar a los diversos agentes.

Ferias de emprendedores creativos

Desarrollar Ferias de emprendedores/as creativos/as que permitan la articulación y vinculación del ecosistema creativo regional con empresas privadas, así como también la difusión de los proyectos creativos.

Programa de formación ejecutiva para emprendedores

Generar un Programa de Formación para capacitar a emprendedores/as creativos/as en ámbitos ejecutivos, tales como el desarrollo de proyectos

con privados, relacionamiento con organizaciones, modelos de comercialización.

Red de tiendas nacionales de productos creativos

Establecer una Red de tiendas nacionales, donde se puedan exhibir y comercializar los productos creativos de la región. Se propone que esta red pueda ser gestionada a nivel local con las municipalidades para potenciar la circulación de proyectos a nivel nacional.

Junto con esto, esta red podría incorporar un Mapa o catálogo de Exhibición que permita contar con información sistematizada de tiendas donde exhibir y comercializar los productos y servicios creativos de la región.

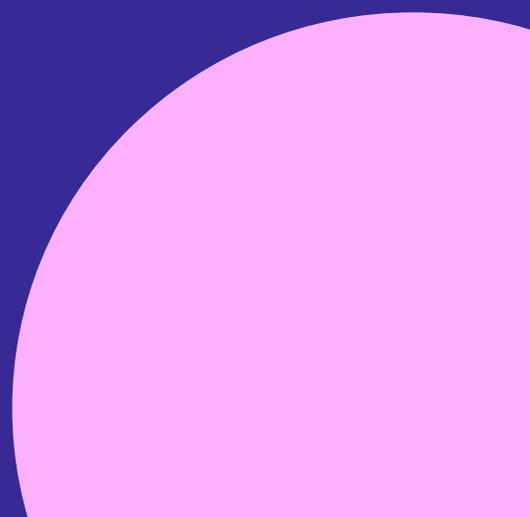
Barrios Creativos

Se propone desarrollar acciones para potenciar el desarrollo de Barrios Creativos en las localidades para potenciar el desarrollo cultural, creativo y turístico del territorio.



Región de La Araucanía

Hallazgos por región

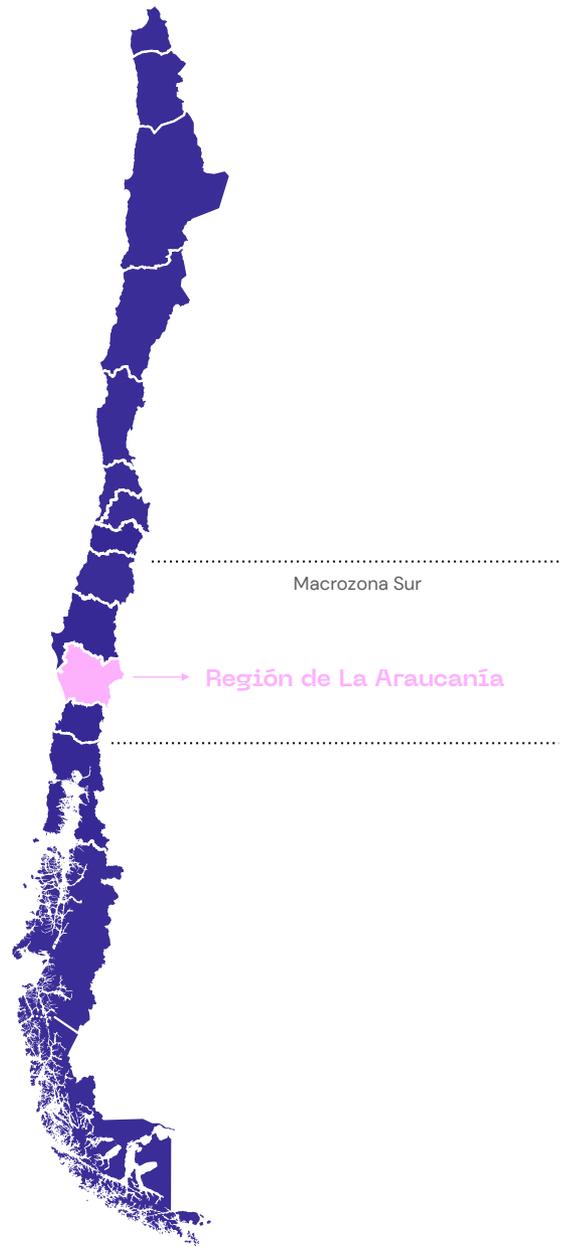




Introducción

Este apartado es un esfuerzo por plasmar la manera en que una selección de emprendedores/as creativos pertenecientes a la **Región de La Araucanía**, perciben el desarrollo de sus emprendimientos en relación a las temáticas exploradas: 1. Caracterización de los emprendimientos; 2. Necesidades para fomentar la circulación, 3. Ideas par fomentar la circulación; las cuales de plasman a continuación.. A través de tres secciones, el documento revisará el análisis de la información generada durante el proceso.

En relación al perfil de los participantes del Laboratorio, del total de emprendedores/as participantes de la sesión regional un 33% se declara perteneciente al sector Artesanía, un 33% al sector Audiovisual y un 33% al sector de la Música.





Necesidades para la circulación

A continuación se muestran las necesidades de mayor relevancia percibidas por los agentes del territorio en torno a la circulación nacional e internacional.

Asociatividad y Redes

Los/as emprendedores/as creativos de la región perciben una necesidad de vincularse de manera directa y formalizada con gremios y asociaciones claves en la Región de la Araucanía. Algunas de estas organizaciones mencionadas son: API, APCT, FILCOMISSION y Cinema Chile.

Apoyo para la internacionalización de emprendimientos creativos

También se plantea la necesidad de contar con guía y acompañamiento para potenciar la internacionalización de los productos y servicios creativos. Se menciona como relevante que los emprendedores/as creativos/as puedan acceder a redes de contactos con agentes, managers, distribuidores a nivel internacional para poder ofrecer sus productos y servicios, así como también recibir orientación en temáticas específicas del mercado internacional como el manejo de la propiedad intelectual.

Fortalecer canales de distribución y logística para el envío de productos/ servicios

También se detectan dificultades en ámbitos logísticos, donde se menciona que es necesario establecer una base de venta, distribución y circulación de programas locales, de modo de permitir la generación de canales de venta en la región.



Otras necesidades levantadas

Además de las brechas presentadas, fue posible identificar otras necesidades que afectan la circulación en el territorio tales como: contar con instancias de formación que permitan adquirir conocimientos específicos para la digitalización de

los proyectos creativos locales, potenciar la difusión de proyectos creativos y culturales de la región, así como también mejorar el acceso a la información sobre fondos públicos existentes.

Figura 17 - Necesidades para la circulación, Región de La Araucanía

Visualización de las necesidades identificadas en el territorio





Portafolio de ideas

A continuación se muestran las ideas levantadas por los participantes del laboratorio de la **Región de la Araucanía** para enfrentar las brechas para la circulación.

Encuentros del Ecosistema Creativo

Se propone desarrollar espacios permanentes de colaboración entre el ecosistema creativo de la región y la Macrozona Sur, que les permita a los emprendedores/as creativos/as generar redes locales, desarrollar concursos, articular el trabajo de artistas mapuches y así fortalecer el ecosistema macrozonal a través de la puesta en valor del territorio.

Programa de formación y Acompañamiento

Se sugiere poder desarrollar espacios de formación y capacitaciones para los emprendedores/as creativos/as que les permita adquirir conocimientos concretos acerca del comportamiento del mercado internacional.

Junto con esto se propone la creación de programas de mentorías y acompañamiento para artistas, creadores y emprendedores/as creativos/as que les permita contar con apoyos para la internacionalización de sus proyectos y recibir retroalimentación de profesionales y personas con experiencia en sus áreas de expertise.

Diversificación de ventas

Generar simbiosis entre carreras de Administración y Artes que permitan tanto desarrollar alianzas y redes así como levantar nuevas ideas de ventas. Se propone utilizar estos espacios de encuentro y vinculación para desarrollar nuevas oportunidades de negocio y entender necesidades y expectativas de calidad de los productos y servicios creativos.

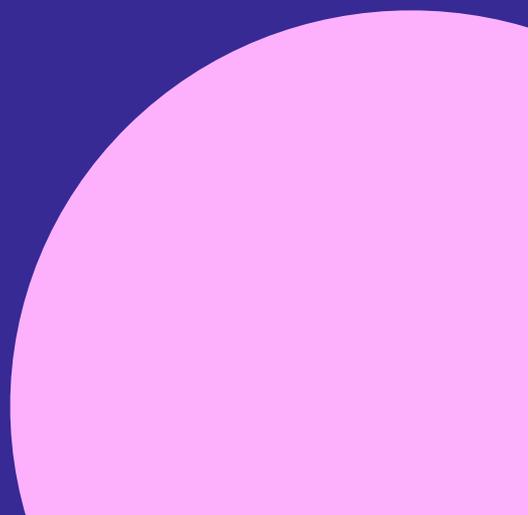
Estudios de mercados internacionales

Desarrollar estudios de mercados internacionales para poder establecer un cruce entre el sector cultural y creativo con los productos y servicios idóneos para cada mercado.



Región de Los Ríos

Hallazgos por región



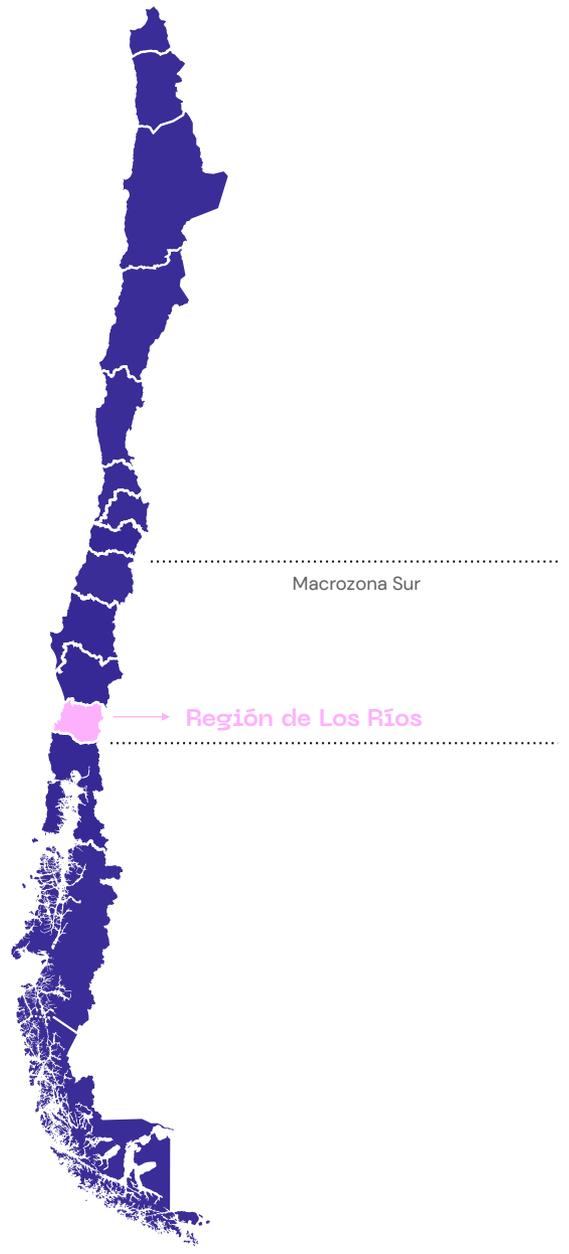


Introducción

Este apartado es un esfuerzo por plasmar la manera en que una selección de emprendedores/as creativos pertenecientes a la **Región de Los Ríos**, perciben el desarrollo de sus emprendimientos en relación a las temáticas exploradas: 1.

Caracterización de los emprendimientos; 2. Necesidades para fomentar la circulación, 3. Ideas par fomentar la circulación; las cuales de plasman a continuación. A través de tres secciones, el documento revisará el análisis de la información generada durante el proceso.

En relación al perfil de los participantes del Laboratorio, del total de emprendedores/as participantes de la sesión regional un 50% se declara perteneciente al sector de las Artes Visuales, un 25% al sector de las Artes Escénicas y un 25% al sector del Libro y Editorial.





Necesidades para la circulación

A continuación se muestran las necesidades de mayor relevancia percibidas por los agentes del territorio en torno a la circulación nacional e internacional.

Asociatividad y redes

Se plantea que existe una falta de conexión y comunicación entre los distintos agentes del sector creativo, dificultando el intercambio de saberes entre pares. Los/as emprendedores/as consideran que en la región existe una necesidad “de articulación entre los agentes...hay poco conocimiento de lo que está pasando entre unos y otros”, esto se expresa tanto entre diferentes disciplinas artísticas y creativas como entre los propios actores dentro de ellas.

Infraestructura

Los/as emprendedores/as creativos de la región señalan una necesidad de espacios físicos de carácter público, donde se facilite la exhibición y colaboración entre los distintos actores del ecosistema creativo local. Se considera prioritario contar con espacios gestionados de dicha forma, pues se estima que en su mayoría la infraestructura dedicada al sector creativo es de carácter privado. Desde esa perspectiva, se expresa que “faltan esos espacios de mayor acceso, espacios municipales o a través de la universidad... (existen) espacios que uno llega a ellos a través de personas, entonces tampoco es que estén abiertos así tan disponibles para todo el mundo”.

Potenciar la difusión de proyectos creativos y culturales de la región

Otra de las brechas por resolver detectadas dice relación con espacios de difusión de los eventos culturales y creativos de la región. Se establece como una necesidad contar con una “parrilla anual” que contenga y actualice la oferta de eventos culturales existentes en el territorio, de modo de unificar toda la oferta cultural perteneciente a las diferentes áreas del sector creativo.

Vincular el sector creativo con otras industrias

También, fue posible observar una necesidad en términos de generar vínculos entre el sector creativo y otras industrias asociadas, como por ejemplo el turismo. Se considera relevante desarrollar estrategias que posibiliten la articulación y sinergia entre industrias dialogantes de modo de potenciar y generar trabajo en conjunto para el desarrollo regional de los emprendimientos creativos. Se evidencia una falta de “conexión que permita también desarrollar acciones conjuntas para poder potenciarse como un ecosistema más allá de áreas específicas”.



Otras necesidades levantadas

Además de las brechas presentadas, fue posible identificar otras necesidades que afectan la circulación en el territorio tales como: fomentar el desarrollo regional de proyectos creativos, contar con instancias de capacitación que permitan adquirir conocimientos y habilidades digitales,

desarrollar sistemas de información para catastrar los proyectos creativos locales y mejorar su visibilización, así como también desarrollar estrategias regionales para la formación de audiencias.

Figura 18 – Necesidades para la circulación, Región de Los Ríos

Visualización de las necesidades identificadas en el territorio





“Veo una distancia enorme entre la red de turismo y la producción artística cultural que hacemos todos los emprendedores que estamos acá. Por ejemplo, Valdivia es súper conocida por ser una ciudad muy turística. Es una ciudad donde puede haber muy poca actividad durante el año, pero todos los meses de primavera y verano tienen un boom importantísimo en actividades y no hay conexión con el mundo cultural”

Participante Región de Los Ríos,
Laboratorios Territoriales 2021.



Portafolio de ideas

A continuación se muestran las ideas levantadas por los participantes del laboratorio de la **Región de Los Ríos** para enfrentar las brechas para la circulación.

Espacio de colaboración para emprendedores/as creativos

Se propone desarrollar un espacio para trabajar colaborativamente entre los diversos actores del ecosistema. El objetivo sería potenciar la colaboración entre los/as diversos/as emprendedores/as creativos de la región.

Plataforma de exhibición de artistas locales

Se propone desarrollar una plataforma de exhibición de la oferta artística y cultural del territorio que integre diversos sectores creativos, y permita unir a los agentes creativos con potenciales inversionistas y con entidades públicas. Se menciona como referente "Butaca Los Ríos".

Estrategias para la exhibición y difusión de emprendimientos creativos

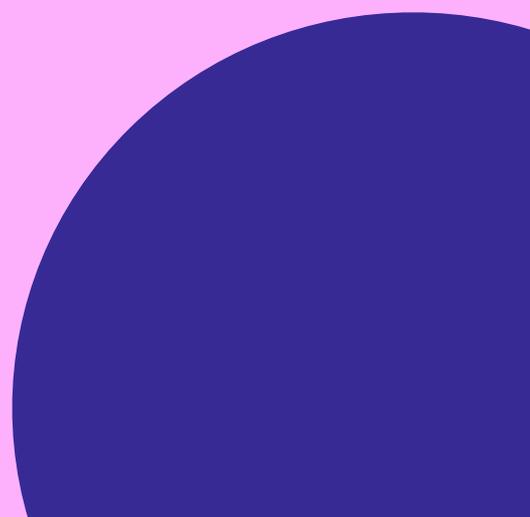
Se propone desarrollar una estrategia comunicacional que apunte a masificar la atención hacia la cultura y creatividad de la región, de modo de generar un polo de atención descentralizado.

Junto con esto se propone generar acceso a espacios públicos para la realización de ferias, galerías temporales, entre otras, para habilitar lugares abiertos a ser intervenidos por los artistas y emprendedores/as creativos de la región.



Macrozona Austral

Territorio que contempla las regiones de Los Lagos, Aysén del General Carlos Ibáñez del Campo y Región de Magallanes y la Antártica.





Hallazgos generales del territorio

El proceso **Laboratorios Territoriales / Macrozona Austral** tuvo como propósito identificar áreas prioritarias de intervención a escala regional, para el fomento a la circulación de bienes y/o servicios de emprendimientos creativos y culturales a lo largo de Chile.

Aún cuando fue posible confirmar que cada ecosistema regional posee características propias, en términos generales, se pudo identificar ciertos puntos en común relativas a las temáticas exploradas: 1.

Caracterización de los emprendimientos; 2. Necesidades para fomentar la circulación, 3. Ideas par fomentar la circulación; las cuales de plasman a continuación.

1. CARACTERIZACIÓN DE LOS EMPRENDIMIENTOS

La presente información corresponde a una síntesis del análisis realizado en torno a los formularios de caracterización levantados del territorio. Para ver más detalle de la metodología y resultados, revisar el estudio “Diagnóstico Nacional y Caracterización de Emprendimientos Creativos por Macrozonas de Chile”, 2021.

Al analizar y diagnosticar la Macrozona Austral, en primer lugar se evidencia correctamente la singularización de estas tres regiones agrupadas por algunos aspectos tales como el aislamiento y una cierta coherencia discursiva respecto a su propia relación con el entorno (geografía). Los insumos contemplados en la creación artística de esta zona, son también reflejo de las condiciones geográficas en las que se desarrollan, alcanzando estos no sólo a los aspectos materiales, en tanto se advierten intangibles. Sin embargo, los insumos materiales hablan también en general del territorio (maderas, gredas, lanas etc).

En general se encontraron casos pertenecientes a prácticamente todas las disciplinas artísticas fomentadas por el MINCAP. No obstante, resulta notoria la ausencia o escasez de producción literaria. Las manifestaciones estudiadas van desde un extremo costumbrista, tradicional y en casos ancestral, hasta la vanguardia interpretativa, con mayor énfasis en la región de Magallanes. Las regiones de Los Lagos y con mayor frecuencia de Aysén se observan más proclives a la

tradición, con pocos ejemplos de manifestaciones más contemporáneas.

Un elemento evidente y complejo para este estudio fue el acceso de manera digital a los/as emprendedores/as creativos/as, pues en localidades extremas, en algunos casos, simplemente este no existe. La falta de sitios web de apoyo o aspectos como acceso público a correos electrónicos o teléfonos de contacto hablan de falta de inclusión formal de herramientas digitales de manera productiva. Lo anterior, también se observa como parte de una desconfianza en hacer públicos los datos identificatorios por riesgos asociados, para lo cual se insiste en la creación de cuentas alternativas de uso exclusivo para fines de divulgación.

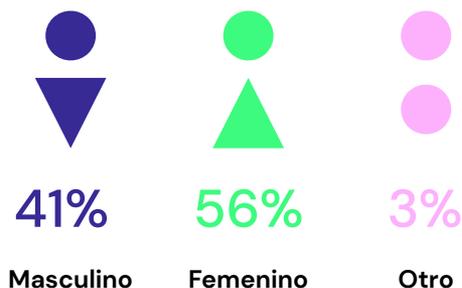
La falta de una red física de comunicaciones que logre dar acceso a todos los puntos de la Patagonia chilena se verá favorecido con la implementación de la Fibra Óptica Austral (FOA), medida del Plan de Zonas Extremas del año 2014 y próxima a ponerse en marcha. Esto abarcará hasta Puerto Williams siendo un aspecto indispensable en conectividad.



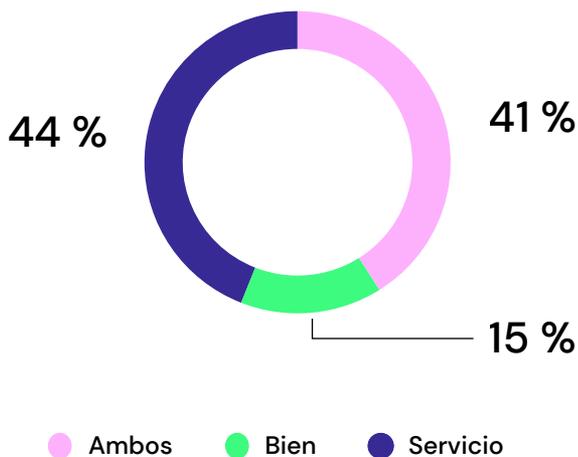
Hallazgos generales del territorio

A continuación se presenta una síntesis del análisis de datos realizados a partir de los formularios de caracterización levantada del territorio, el cuál da cuenta de la distribución por género de los emprendimientos del territorio, el tipo de comercialización que se presenta; y lugares de experiencia e interés de comercialización. Para ver más detalle, revisar el documento "Diagnóstico Nacional y Caracterización de Emprendimientos Creativos por Macrozonas de Chile", 2021.

Género de los/as emprendedores/as



Tipo de comercialización



Lugares de experiencia de comercialización de bienes y/o servicios en el extranjero



Lugares de interés de comercialización de bienes y/o servicios en el extranjero





Hallazgos generales del territorio

A continuación se presentan los principales hallazgos en relación a las necesidades para la circulación nacional e internacional y principales ideas para ser abordadas. Esta información fue levantada en conjunto con emprendedores y emprendedoras del territorio a través de talleres participativo realizados el día 13 de enero de 2021 con participantes de las regiones de Los Lagos (6), Aysén del General Carlos Ibáñez del Campo (2), y Magallanes y la Antártica (9)

2. NECESIDADES PARA FOMENTAR LA CIRCULACIÓN

Uno de los principales obstáculos observados para la circulación en la macrozona Austral dice relación con la conectividad y digitalización. Se destaca una necesidad de mejorar, por una parte, el acceso a internet en localidades rurales y, por otra, la formación en herramientas y conocimiento de cultura digital para la difusión y comercialización de los bienes y servicios creativos del territorio.

Además, se detecta una brecha en términos de la difusión de proyectos creativos y culturales del territorio. Se percibe como una necesidad transversal para fomentar la circulación contar con apoyos económicos, espacios y canales de información que trabajen mancomunadamente en estrategias de apoyo para la visibilización del quehacer creativo territorial.

Asimismo, fue posible ver transversalmente una necesidad de mejorar estrategias relacionadas con el fomento al desarrollo regional de proyectos creativos. Los emprendedores perciben debilidades en relación a las estrategias de descentralización para la industria creativa local. Se reconoce que debido a la geografía del territorio, se vuelve imperante profundizar en el trabajo y apoyo, tanto económico como profesional, en relación al emprendimiento creativo, de manera de fortalecer las competencias locales al respecto.

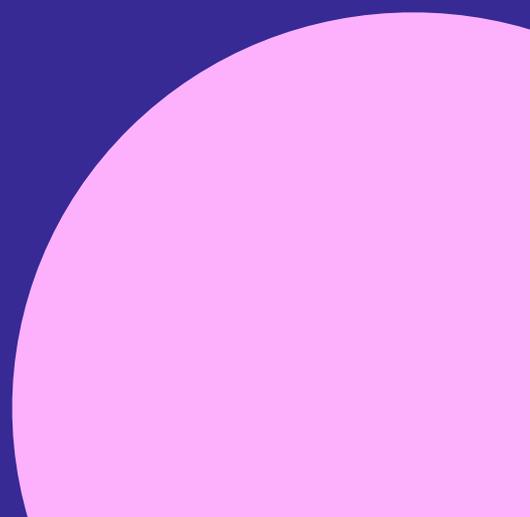
3. IDEAS PARA FOMENTAR LA CIRCULACIÓN

A pesar de que fue posible levantar diversas propuestas para enfrentar las problemáticas relacionadas con la circulación de bienes y servicios creativos, se puede observar que una idea que se presenta en todo el territorio se relaciona con contar con un centro de emprendimientos creativos que tenga el rol de articular, formar y conectar a los agentes del territorio. Junto con esto se levantan diversos programas que apunten a la capacitación y formación en conocimientos específicos. Asimismo, se detecta un interés por desarrollar una plataforma para el sector creativo que contenga un catálogo de emprendedores, agentes, artistas y creativos locales, donde a su vez, sea posible conectar con diversos actores del ecosistema de la economía creativa.



Región de Los Lagos

Hallazgos por región



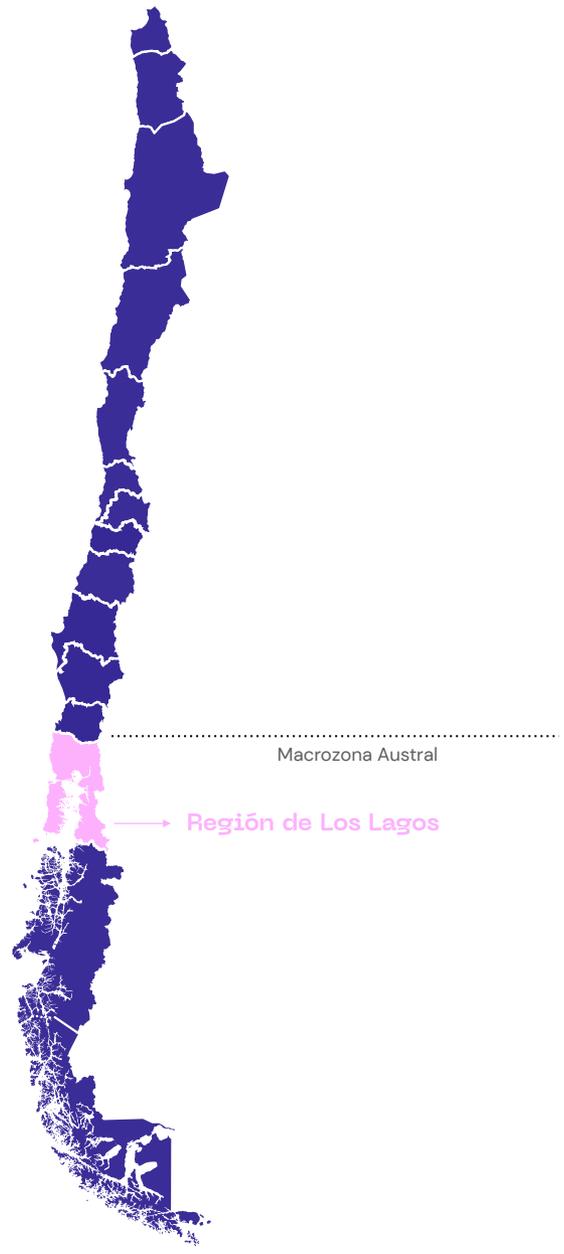


Introducción

Este apartado es un esfuerzo por plasmar la manera en que una selección de emprendedores/as creativos pertenecientes a la **Región de Los Lagos**, perciben el desarrollo de sus emprendimientos en relación a las temáticas exploradas:

1. Caracterización de los emprendimientos; 2. Necesidades para fomentar la circulación, 3. Ideas par fomentar la circulación; las cuales de plasman a continuación.. A través de tres secciones, el documento revisará el análisis de la información generada durante el proceso.

En relación al perfil de los participantes, del total de emprendedores/as participantes de la sesión regional un 67% se declara perteneciente al sector Artes Visuales, un 17% Artes escénicas, y un 16% de Diseño.





Caracterización de los emprendimientos de la región

**La presente información corresponde a una síntesis del análisis realizado en torno a los formularios de caracterización levantados del territorio. Para ver más detalle de la metodología y resultados, ver el estudio "Diagnóstico Nacional y Caracterización de Emprendimientos Creativos por Macrozonas de Chile", 2021.*

Esta región tiene la condición bisagra de estar unida o articulada al resto del país y territorio de manera física y en ese sentido se podría reconocer como zona límite o extremo antes de entrar propiamente en la Patagonia. Esta condición bisagra además debe entenderse con sus servicios regulares de transporte aéreo como escala intermedia entre el centro del país y las zonas aisladas del sur.

Su apuesta es en general de representaciones muy tradicionales sobretodo en Chiloé y su cultura. Sin embargo aspectos más vanguardistas son difíciles de encontrar.

El territorio se vuelve un paño de soporte generalizado y que logra dar una imagen región coherente fusionando oficios con territorio.

En esta zona se debe atender en el proceso creativo la producción o el proceso en aquellas propuestas de carácter folclórico o de cultura tradicional, en tanto la manufactura, las etapas y congregación de productores-cultores con su entorno magnifican sin duda su producción haciéndola más atractiva e identificable.



Necesidades para la circulación

A continuación se muestran las necesidades de mayor relevancia percibidas por los agentes del territorio en torno a la circulación nacional e internacional.

Conectividad y digitalización

Se detectan problemas asociados a la digitalización tanto en términos de acceso a internet, por ejemplo de localidades rurales de la región, como de formación en herramientas digitales para la difusión o comercialización de bienes y/o servicios creativos. Se expresa que "muchos estamos cometiendo errores comunicacionales desde nuestro Instagram hasta creyendo que estamos arriba del cielo digital y no se entiende nada, ni el producto, ni cómo pagar, ni cómo comunicar."

Potenciar la difusión de proyectos creativos y culturales de la región

También se menciona como prioridad hacer frente a problemas de difusión del emprendimiento creativo regional, específicamente en términos de apoyos económicos disponibles y de espacios físicos para la exhibición de sus bienes y/o servicios. Se menciona que *"Yo creo que uno de los problemas, por lo menos aquí en Los Lagos, tiene que ver con eso del espacio donde uno puede mostrar el trabajo que realiza. Si bien es cierto, hay algunas galerías disponibles, pero hay que solicitar una hora casi de un año para otro."*

Desarrollar la percepción del valor cultural que genera el sector creativo

Otra de las necesidades prioritarias de abordar dice relación con fomentar la valoración de la cultura y el trabajo creativo por parte de los habitantes de la región. Se estima que *"hay un tema en las bases de la formación de las personas...de entender cuál es la finalidad de la cultura, que no sea solamente entretenimiento, sino que también, implica cosas más profundas"*

Mejorar el acceso a financiamiento para los/as emprendedores/as creativos/as

Los emprendedores/as creativos/as de la región perciben una brecha en el acceso a financiamientos públicos para sus emprendimientos, específicamente en términos de los fondos públicos disponibles. Se declara un desconocimiento en términos de los criterios de selección de proyectos, manifestando una falta de apoyo en las postulaciones *"No sé cuál será el criterio de selección de proyectos, hay proyectos muy buenos que quedan fuera y se privilegian otros, por ejemplo festivales costumbristas que son rebuenos, pero hay mucho trabajo también que queda en el aire y que mucha gente decide también hacerlo de manera particular, sin fondos públicos."*



Otras necesidades levantadas

Además de las brechas presentadas, fue posible identificar otras necesidades que afectan la circulación en el territorio tales como la formación de emprendedores/as creativos/as, desarrollar la percepción del valor cultural que genera el sector creativo, mejorar el acceso a la información respecto de criterios de evaluación para la adjudicación de fondos públicos, fortalecer canales

de distribución y logística para el envío de productos/servicios, aumentar la colaboración entre los sectores público y privado para permitir la articulación del ecosistema creativo, desarrollar estrategias de formación de audiencias y contar con infraestructura para poder exhibir y comercializar los productos y servicios creativos.

Figura 19 – Necesidades para la circulación, Región de Los Lagos
Visualización de las necesidades identificadas en el territorio





“Como existe un consultorio en cada ciudad pequeña, debería haber un pequeño centro cultural, sin grandes pompas de estructura, donde durante todo el año se deberían dar cursos y que la gente pudiera acceder y exhibir los trabajos creativos. Necesitamos espacios para exhibir nuestros trabajos.”

Participante Región de Los Lagos,
Laboratorios Territoriales 2021.



Portafolio de ideas

A continuación se muestran las ideas levantadas por los participantes del laboratorio de la **Región de los Lagos** para enfrentar las brechas para la circulación.

Convenios para envíos de productos creativos

Crear un convenio con la seremi para poder subvencionar el costo del envío de productos creativos a todo Chile, al cual se pueda acceder a través de una inscripción o postulación por parte de los emprendedores/as creativos. También, generar un convenio para envíos internacional con la cámara de comercio.

Programa cultural escolar

Generar un programa de actividades culturales periódicas en los colegios de la región para educar a los niños y niñas sobre el valor de la cultura.

Programa de capacitación en herramientas digitales

Se propone realizar cursos o capacitaciones sobre herramientas digitales y comunicación efectiva para el emprendimiento creativo.

Programa de apoyo al emprendimiento creativo

Generar redes con la Corfo para que se realice un acompañamiento más permanente en asesorías y capacitaciones para los/as emprendedores/as creativos de la región.

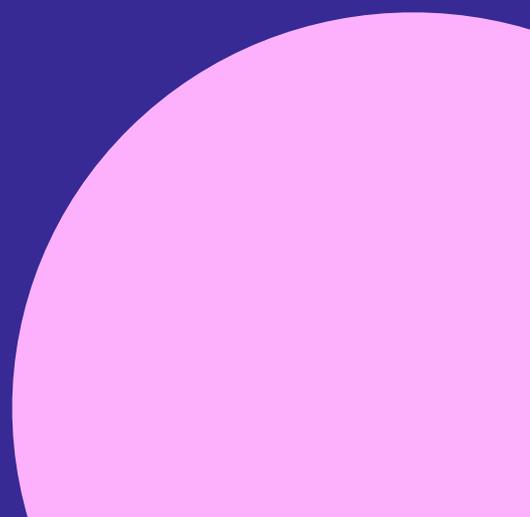
Formación en Industria Creativa

Se propone desarrollar programas educacional es que permita comunicar la importancia de la cultura y las artes desde una perspectiva integral. Estos programas pueden estar dirigidos al público en general, pero también muy relevante a autoridades y funcionarios públicos, esto con el fin de lograr generar planes estratégicos regionales considerando las particularidades del sector, y así apoyar el emprendimiento creativo y cultural de la región.



Región de Aysén del General Carlos Ibáñez del Campo

Hallazgos por región

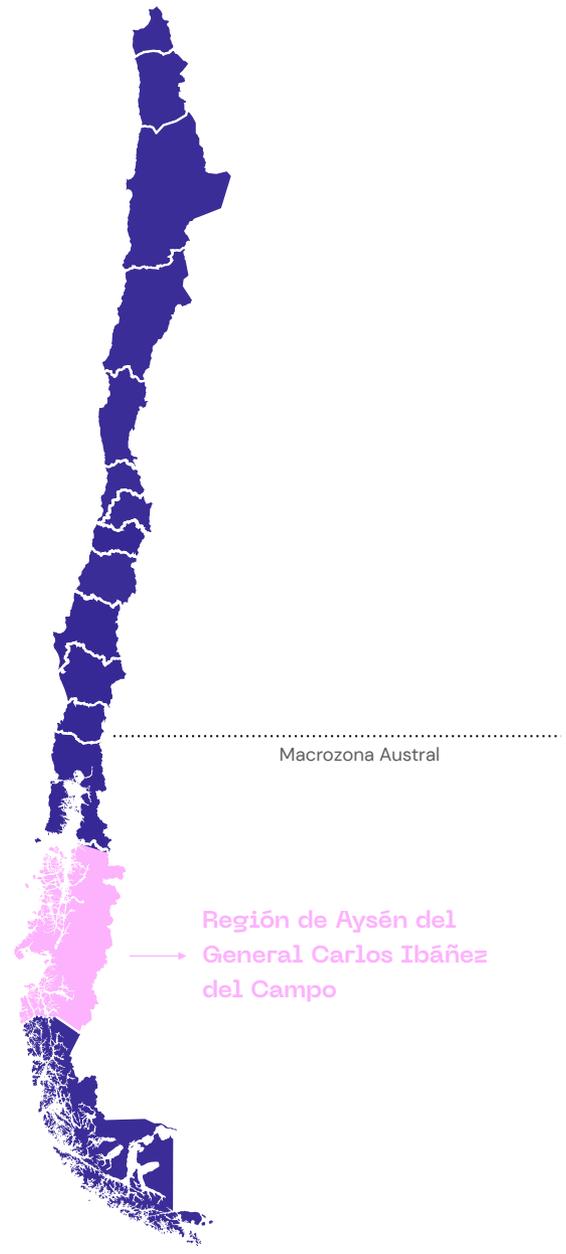




Introducción

Este apartado es un esfuerzo por plasmar la manera en que una selección de emprendedores/as creativos pertenecientes a la **Región de Aysén del General Carlos Ibáñez del Campo**, perciben el desarrollo de sus emprendimientos en relación a las temáticas exploradas: 1. Caracterización de los emprendimientos; 2. Necesidades para fomentar la circulación, 3. Ideas par fomentar la circulación; las cuales de plasman a continuación. A través de tres secciones, el documento revisará el análisis de la información generada durante el proceso.

En relación al perfil de los participantes, del total de emprendedores/as participantes de la sesión regional el 100% se denomina del sector de Artes escénicas.





Caracterización de los emprendimientos de la región

La presente información corresponde a una síntesis del análisis realizado en torno a los formularios de caracterización levantados del territorio. Para ver más detalle de la metodología y resultados, ver el estudio “Diagnóstico Nacional y Caracterización de Emprendimientos Creativos por Macrozonas de Chile”, 2021

Sin duda la región más aislada del país evidenció en este estudio su lejanía y atraso en el manejo de redes comunicativas digitales. Lo anterior alcanza inclusive a la señal telefónica donde con asombro es observar que aún se practica el “recado” a distancia.

Sus propuestas radican principalmente en dos aspectos. Cultura tradicional y un énfasis interesante del concepto de la Travesía, donde el mundo del turismo se abre por una extraordinaria necesidad a tener que incluir aspectos culturales para enriquecer su oferta y enfatizar por tanto la D.O..

Los casos de cultura tradicional tiene el gran valor de tener cluster completos de producción desde el insumo hasta la manufactura la que en ocasiones es de manera grupal recogiendo saberes tradicionales de oralidad.

El recorrido de la geografía como elemento atractivo hacen de este tipo de propuestas una acción de carácter trashumante poco común en las ofertas culturales. Esta trashumancia se debe a la focalización de evidenciar el territorio y su paisaje como marca identificadora y de muy bajo impacto ambiental lo que ahonda los atributos de zona prístina.



Necesidades para la circulación

A continuación se muestran las necesidades de mayor relevancia percibidas por los agentes del territorio en torno a la circulación nacional e internacional.

Descentralización

Los emprendedores/as creativos/as de la región perciben una necesidad muy relevante en relación a la falta de apoyo descentralizado del Estado que permita fomentar el desarrollo regional. Mencionan que, por razones geográficas, los municipios del territorio se encuentran muy aislados, y no cuentan con profesionales o líneas de apoyo focalizados en el sector creativo. Perciben la necesidad de potenciar el desarrollo territorial de estrategias culturales. Expresan “El enriquecer el tema cultural en los municipios o en alguna institución estatal enfocada en el territorio es lo que necesitamos como industria”

Conectividad y Digitalización

Se detectan problemas asociados a conectividad y a digitalización, tanto en término de acceso a internet por temas geográficos del territorio, como además brechas en cuanto a la formación en herramientas digitales y a un bajo interés en el uso de plataformas digitales de parte de la audiencia. Los participantes expresan “Las personas hoy trabajan a través del computador, por lo que no hay interés en utilizar plataformas digitales para además hacer cursos de artes escénicas por ejemplo”

Potenciar la difusión de proyectos creativos y culturales de la región

También se menciona como prioridad hacer frente a problemas de difusión del emprendimiento creativo regional, específicamente en términos de contar con espacios y canales que permitan una visibilización de la creación artística de la región. Debido a las múltiples tareas y roles que los propios emprendedores deben cumplir, dicen no tener el tiempo suficiente para dedicarse a realizar actividades de difusión de sus proyectos, necesitando de apoyo externo para esto. Mencionan “Entendemos que la difusión de nuestros proyectos es clave, pero no me da el tiempo entre una cosa y otra para dedicar tiempo en eso. Necesitamos apoyo”



Otras necesidades levantadas

Además de las brechas presentadas, fue posible identificar otras necesidades que afectan la circulación en el territorio tales como desarrollar la percepción del valor cultural que genera el sector creativo, mejorar el acceso a la información respecto de oportunidades para la

internacionalización, potenciar la asociatividad y redes que permitan el desarrollo regional del ecosistema creativo, así como también fortalecer canales de distribución y logística para el envío de productos/servicios

Figura 20 - Necesidades para la circulación, Región de Aysén del General Carlos Ibáñez del Campo

Visualización de las necesidades identificadas en el territorio





“¿Cómo sostener nuestros proyectos creativos en el tiempo si no tenemos siquiera el tiempo de meternos a la página de mercado público y estudiar las licitaciones, las bases... sé que necesitamos poder generar recursos de manera autónoma para no estar dependiendo del fondo público necesariamente”

Participante Región de Aysén del General Carlos Ibáñez del Campo,
Laboratorios Territoriales 2021.



Portafolio de ideas

A continuación se muestran las ideas levantadas por los participantes del laboratorio de la **Región de Aysén del General Carlos Ibáñez del Campo** para enfrentar las brechas para la circulación.

Centro de emprendimientos creativos

Creación de un Centro de Emprendimiento Creativo en la región que cuente con especialistas del área cultural, y que apoye el trabajo de los emprendedores y artistas del territorio. Este centro puede también ser un intermedio o nexo entre la comunidad y el municipio.

El centro puede apoyar además el desarrollo de estrategias de difusión de los proyectos creativos del territorio. Se menciona como relevante que las estrategias de difusión deben ser focalizadas, que permitan llegar a la audiencia de manera segmentada. Para esto proponen hacer análisis de las estrategias que se han realizado de difusión en el territorio para conocer qué funciona y que no.

Este centro puede estar encargado también de desarrollar instancias de Capacitación constante a los artistas y emprendedores creativos en relación a diversas temáticas.

Plataforma digital de la industria creativa

Se propone desarrollar una plataforma que pueda contar con un catálogo o catastro de emprendedores y agentes creativos de la región, junto con un catálogo de las empresas del territorio

que están dispuestas a invertir en cultura, permitiendo así conectar posibles inversionistas, con emprendedores de la zona. Además se propone que la plataforma pueda consolidar apoyos y fondos (privados-públicos) para que los emprendedores puedan conocer los recursos disponibles..

Vínculos internacionales

Se propone generar acciones concretas que permitan crear y fortalecer vínculos entre asociaciones para fomentar internacionalización y desarrollo de proyectos de manera colectiva.

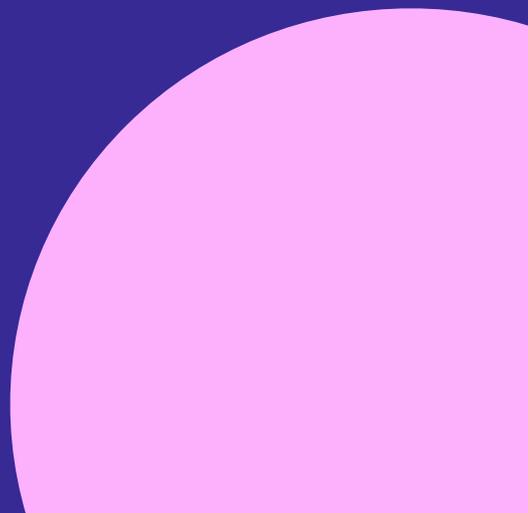
Programa formación de audiencia

Se propone desarrollar un programa de formación de audiencia en donde se realicen más y mejores acciones de Formación y difusión especialmente dirigido a niño/as.



Región de Magallanes y la Antártica Chilena

Hallazgos por región





Introducción

Este apartado es un esfuerzo por plasmar la manera en que una selección de emprendedores/as creativos pertenecientes a la **Región de Magallanes y la Antártica Chilena**, perciben el desarrollo de sus emprendimientos en relación a las temáticas exploradas: 1. Caracterización de los emprendimientos; 2. Necesidades para fomentar la circulación, 3. Ideas par fomentar la circulación; las cuales de plasman a continuación. A través de tres secciones, el documento revisará el análisis de la información generada durante el proceso.

En relación al perfil de los participantes, del total de emprendedores/as participantes de la sesión regional el 33% se declara del sector de Artes visuales, un 22% de artes escénicas, un 22% audiovisual, y un 22% multidisciplinar.





Caracterización de los emprendimientos de la región

La presente información corresponde a una síntesis del análisis realizado en torno a los formularios de caracterización levantados del territorio. Para ver más detalle de la metodología y resultados, ver el estudio "Diagnóstico Nacional y Caracterización de Emprendimientos Creativos por Macrozonas de Chile", 2021

Al extremo sur se observa una mayor comunicación (tal vez por la propia condición aislada) y propuestas que abrazan la vanguardia sin problema. Es más, los ejemplos de patrimonio vinculados a lenguajes de vanguardia logran un excelente resultado al tener propuestas patrimoniales sin perder nuevos aspectos de visiones más contemporáneas y en varios casos con elementos discursivos respecto a la historia y medio ambiente.

La diversidad de disciplinas es prácticamente completa y sin duda la obra de esta zona gráfica perfectamente una condición extrema, interesante e identitaria como pocas en el mundo de hoy. Gran potencial como industria creativa en este ámbito.



Necesidades para la circulación

A continuación se muestran las necesidades de mayor relevancia percibidas por los agentes del territorio en torno a la circulación nacional e internacional.

Adquirir habilidades comerciales

Se percibe una necesidad de contar con formación y conocimiento específico en comercialización, ya sea en temáticas de modelos de negocios, marketing digital y plataformas de difusión, con el fin de contar con herramientas que permitan hacer sostenible los proyectos creativos

Fortalecer canales de distribución y logística para el envío de productos/servicios

Se identifican altas barreras en relación a logísticas de envío de productos creativos, debido a sus altos costos como también a los altos tiempos requeridos para los despachos a otras regiones de Chile o el mundo. Se percibe la necesidad de establecer mecanismos de trabajo en red que faciliten la comercialización y envío al extranjero. Los emprendedores expresan “si somos varios los que queremos trasladar productos, podemos unirnos, usar el mismo canal, y encontrar mejores precios”

Asociatividad y redes

Se plantea que existe un bajo vínculo entre los propios emprendedores y agentes creativos de la región. Se expresa la necesidad de contar con una red de personas, profesionales, artistas y creadores para establecer vínculos y conexiones entre el ecosistema. Los emprendedores mencionan “Busco tener vínculos profesionales con la gente del rubro y poder proyectar las obras artísticas para que en conjunto desarrollemos proyectos que sean realmente sustentable”

Fomentar el desarrollo regional de proyectos creativos

Los emprendimientos de la región perciben la falta de una estrategia regional descentralizada con recursos asociados que fomente el desarrollo de la industria creativa en el territorio.



Necesidades para la circulación

Contar con sistemas de información

También se menciona como prioridad hacer frente a problemas relativos a información, en específico a contar con información sobre apoyos y beneficios del ecosistema, así como información de otros emprendimientos y agentes creativos del territorio.

Obtener conocimientos específicos para el desarrollo de proyectos creativos

Los/as emprendedores/as creativos/as de la región perciben una necesidad de contar con servicios que apoyen al sector creativo pero que sean profesionales especializados en la industria creativa (por ejemplo, en roles administrativos)

Formación de audiencias

Los/as emprendedores/as creativos/as de la región perciben una necesidad de contar con mediación profesionalizada para el desarrollo de audiencias desde temprana edad. Expresan “tenemos que fortalecer a la pequeña audiencia que hay. Además necesitamos fortalecer a todos los que ya están fuera de los planes de estudio escolares. Y para esto necesitamos mayor apoyo de redes, de políticas, del Estado”



Otras necesidades levantadas

Además de las brechas presentadas, fue posible identificar otras necesidades que afectan la circulación en el territorio tales como desarrollar la percepción del valor cultural que genera el sector creativo, mejorar el acceso a la información respecto de beneficios y apoyos para el sector

creativo, potenciar la difusión de proyectos creativos y culturales de la región, adaptación al contexto de emergencia sanitaria, generar políticas públicas para el desarrollo del ecosistema creativo regional.

Figura 21 – Necesidades para la circulación, Región de Magallanes y la Antártica Chilena
Visualización de las necesidades identificadas en el territorio





“Tenemos una gran dificultad para trasladar nuestras obras al extranjero. Es carísimo. Quizás si somos varios los que queremos trasladar productos, podemos unirnos, usar el mismo canal, y encontrar mejores precios”

Participante Región de Magallanes y la Antártica Chilena,
Laboratorios Territoriales 2021.



Portafolio de ideas

A continuación se muestran las ideas levantadas por los participantes del laboratorio de la **Región de Magallanes y la Antártica Chilena** para enfrentar las brechas para la circulación.

Centro de emprendimientos creativos

Creación de un Centro de Emprendimiento Creativo en la región que facilite la circulación y exhibición de obras, además de articular a los actores del territorio. Junto con esto, se espera que el centro pueda acompañar a los/as emprendedores/as creativos/as, apoyándolos en los obstáculos logísticos de envío y traslado de productos creativos.

Este centro puede ser responsable de generar programas de mediación que permitan vincular la cultura con áreas artísticas. Además podría realizar programas de formación y capacitación con el fin de profesionalizar el quehacer de los artistas y emprendedores del territorio.

Política cultural Macrozonal

Se propone establecer Políticas culturales a nivel macrozonal que permitan unir necesidades de las regiones, y que permitan fortalecer los sectores creativos. Esto implica descentralizar los sistemas de implementación de las políticas.

Red de emprendedores creativos

Se propone desarrollar acciones concretas que permita generar redes entre agentes creativos del territorio y permita la articulación de los diferentes actores.

Además se propone hacer uso de redes ya existentes (municipios, universidades) para difundir y comunicar el valor de la cultura en cada territorio.

Plataforma de vinculación de emprendedores y creadores

Se propone desarrollar una plataforma que pueda contar con un catálogo o directorio de emprendedores, agentes y artistas creativos de la región, la cual permita establecer vínculos concretos entre los propios emprendedores. Así mismo esta plataforma puede generar vínculos con potencial audiencia y con otras industrias (turismo por ejemplo)

Estrategias de envíos en red

Se propone desarrollar redes de colaboración para mejorar los costos de transacción y envío de productos creativos a otros territorios. Esto podría apoyar la descentralización de los procesos de venta y circulación.

Bibliografía

Bourdieu, P. (1997). *Capital Cultural, Escuela y Espacio Social*. Siglo XXI Editores.

Byrnes, W. (2019). *The Routledge Companion to Arts Management* (1st ed., Routledge Companions in Business, Management and Accounting)

Bryman, A., (2016) *Social research methods* Fifth. ed

Commonwealth of Australia (1994). *Creative Nation: Commonwealth Cultural Policy*. Department of Communication and the Arts, Government of Australia.

CNCA (2017). *Plan Nacional de Fomento a la Economía Creativa*. Santiago: Secretaría Ejecutiva de Economía Creativa, Ministerio de las Culturas, las Artes y el patrimonio. Gobierno de Chile.

CNCA (2017). *Política Nacional de Cultura 2017-2022*. Santiago: Consejo Nacional de la Cultura y las Artes. Gobierno de Chile.

DiMaggio, P. (1982). Cultural entrepreneurship in nineteenth-century Boston, part II: The classification and framing of American art. *Media, Culture and Society* , 4 , 303–322. doi:abs/10.1177/016344378200400402

Duque, I. & Buitrago, P. (2013). *La Economía Naranja: Una oportunidad infinita*. Washington: BID.

Howkins, J. (2002). *The creative economy: how people make money from ideas*. London: Penguin.

Naudin, A. (2017). *Cultural entrepreneurship: the cultural worker's experience of entrepreneurship* (Routledge studies in entrepreneurship).

Schumpeter, J. (1974). *The theory of economic development : An inquiry into profits, capital, credit, interest, and the business cycle*. Oxford: Oxford University Press.

Swedberg, R. (2006). The cultural entrepreneur and the creative industries: Beginning in Vienna. *Journal of Cultural Economics*, 30(4), pp. 243–261.

Throsby, D. (2008). The concentric circles model of the cultural industries. *Cultural Trends*, 17(3), 147–164.

UNCTAD. (2008). *Creative Economy Report*. Disponible en: https://unctad.org/system/files/official-document/ditc20082cer_en.pdf



ec.cultura.gob.cl

unit

www.servicedesignunit.com



www.santiagocreativo.cl