



PMC Industrias Creativas

Los Ríos Septiembre 2009
Resumen Ejecutivo

El Cluster de Industrias Creativas de Valdivia

- El cluster de Industrias Creativas de Valdivia, está conformado por 112 empresas audiovisuales (radio, tv y cine), 171 empresas del rubro diseño e impresión, 58 de publicidad, 7 del rubro fonográfico, 6 centros culturales, 5 empresas medianas de software de gestión, 13 empresas de diseño web.
- Estas empresas creativas alcanzan ventas anuales por aproximadamente 7.615 MM\$ y generan 1.441 empleos.
- La ciudad cuenta con actividades culturales bien establecidas y reconocidas a nivel regional y nacional. Además cuenta con una importante población universitaria, lo que le ha permitido dar a la ciudad un ambiente creativo y una identidad particular.
- Las exportaciones de las Industrias Creativas Nacionales alcanzaron USD\$ 241,6 Millones en el año 2007 según el informe del Instituto Nacional de Estadísticas sobre Cultura y Tiempo Libre.

Cluster de Industrias Creativas de la región de Los Ríos

La región de Los Ríos es una de las dos nuevas regiones creadas en 2007. Conformada por dos provincias, Valdivia y Ranco y con Valdivia como capital. La población estimada de la región para el 2006 era de 373.712 habitantes, concentrándose la mayoría en la ciudad de Valdivia.

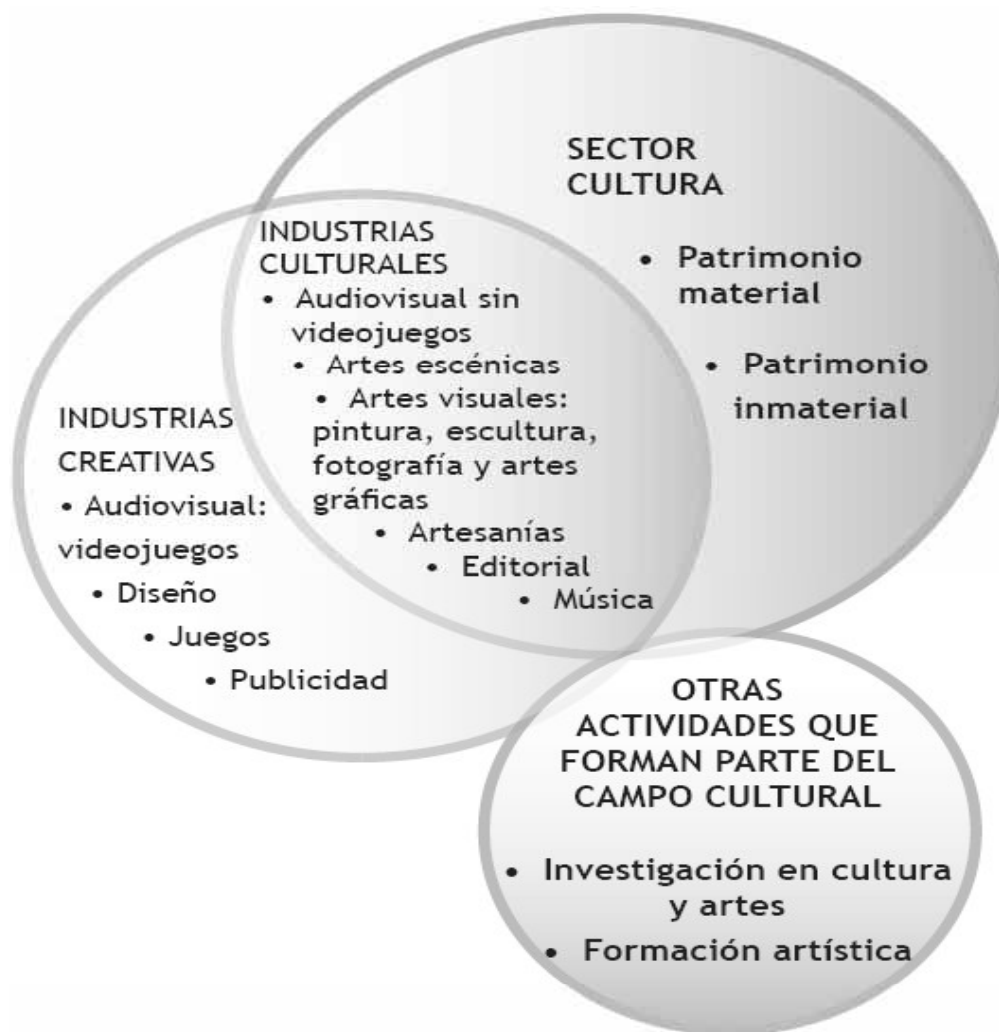
La ciudad cuenta con actividades culturales bien establecidas y reconocidas a nivel regional y nacional, como el Festival internacional de Cine, la semana valdiviana, concierto de música, etc. Además cuenta con una importante población universitaria, lo que le ha permitido dar a la ciudad un ambiente creativo y una identidad particular.

La ciudad cuenta con los elementos y el potencial de convertirse en una ciudad creativa, sin embargo, aun se encuentra en un nivel muy incipiente. El clúster se ha enfocado en tres industrias: audiovisual, TIC's y diseño. Todas ellas están relacionadas entre sí, pero con bajos niveles de asociatividad.



2. Caracterización y Situación actual del cluster

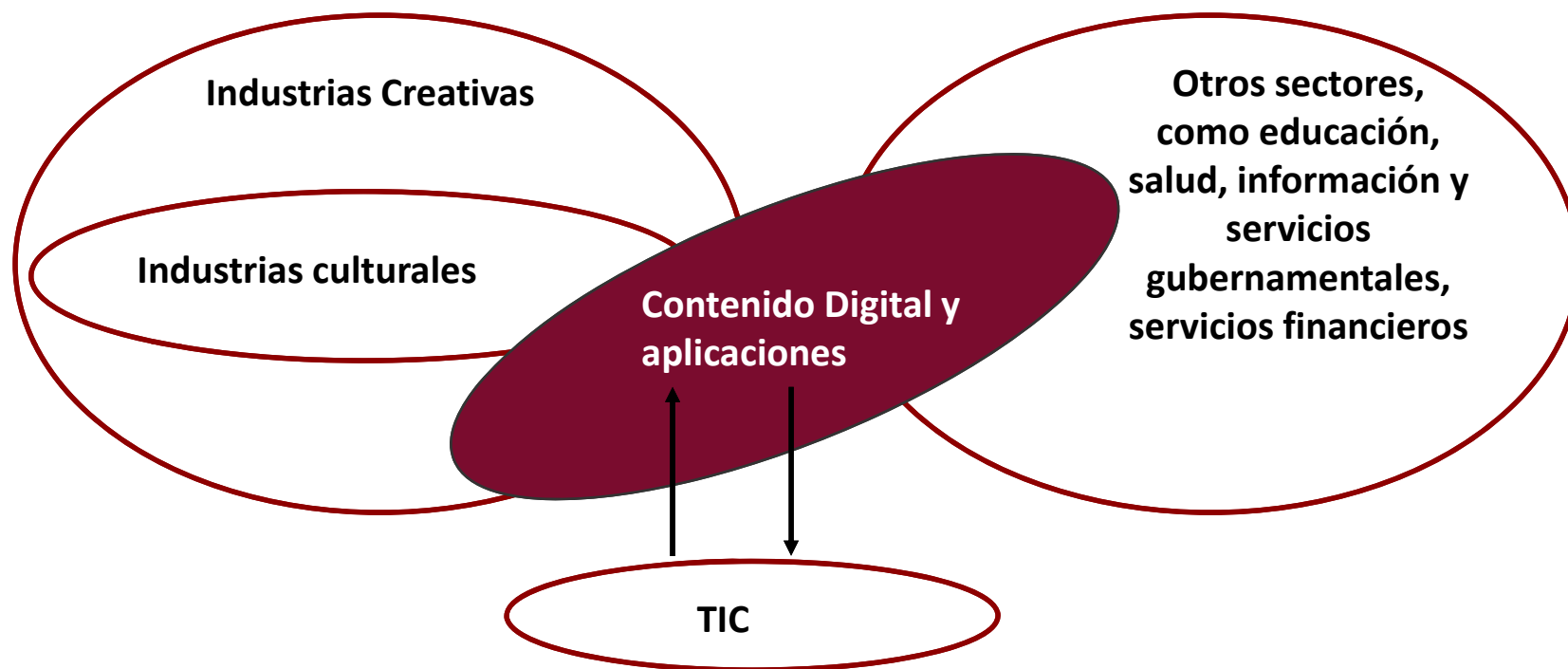
Industrias Creativas son bienes tangibles o servicios intangibles con contenido creativo, valor económico y con objetivo de mercado que son el corazón y sustentan el desarrollo de la economía creativa.



La **economía creativa** abarca sectores y procesos que tienen como insumo la creatividad, sobre todo la cultura, para generar en el ámbito local y distribuir en el ámbito global bienes y servicios con valor simbólico y económico. Implica un desplazamiento fuera de los modelos convencionales y hacia un modelo multidisciplinario que abarca la interfaz entre economía, cultura y tecnología, y focalizado en la predominancia de los servicios y del contenido creativo

2. Caracterización y Situación actual del cluster

Hoy en día, el desarrollo de la economía creativa está muy ligado al desarrollo de la tecnología digital y al desarrollo de la sociedad del conocimiento



Factores que impulsan la transformación hacia la nueva economía

- Creatividad e innovación tecnológica
- Mayor producción, uso y difusión del conocimiento
- Aumento del comercio y negocios electrónicos
- Desarrollo de las Industrias Creativas
- Mayor inversión en I+D+i

Para que una ciudad sea considerada Creativa por la Unesco y forme parte de la red de ciudades creativas que fomentan las economías creativa, hay que cumplir ciertos criterios.

Unesco considera Ciudades Creativas de acuerdo a la especialización de la ciudad

Cine

- Infraestructuras importantes relacionadas con el cine, como estudios, paisajes culturales/cinematográficos, etc.;
- Vínculos continuados o demostrados con la producción, la distribución y la comercialización de películas;
- Organización de festivales de cine, proyecciones y otras manifestaciones cinematográficas;
- Iniciativas de cooperación a nivel regional, sub-regional e internacional;
- Patrimonio cinematográfico representado por archivos, museos, colecciones privadas y/o cinematecas;
- Escuelas y lugares de formación;
- Esfuerzos para la difusión de películas producidas y/o dirigidas a escala nacional o local;
- Iniciativas para el conocimiento del cine de fuera
- **Ciudades Miembros de Ciudad de Cine de UNESCO:** Bradford

Diseño

- Industria del diseño bien establecida;
- Paisaje cultural marcado por el diseño y la arquitectura moderna (plan de ordenación del territorio urbano, espacios y edificios públicos, monumentos, medios de transporte, señalización, tipografía urbana, etc.);
- Escuelas de diseño contemporáneo, centros de investigación en diseño;
- Grupos de creadores y de diseñadores con una actividad continuada a nivel local y/o nacional;
- Tradición en la organización de salones, manifestaciones y exposiciones dedicadas al diseño;
- Posibilidad para los diseñadores y urbanistas locales de aprovechar los materiales locales y las condiciones y entornos urbanos/naturales;
- Industrias creativas inspiradas en el diseño, como la arquitectura y el diseño de interiores, estilismo de moda y diseño textil, accesorios y joyería, comunicación visual, diseño digital e interactivo, diseño urbano, diseño para el desarrollo durable.
- **Ciudades miembros de ciudad de Diseño de UNESCO:** Buenos Aires, Berlin, Kobe, Montreal, Nagoya, shenzhen

Arte Digital

- Desarrollo de las industrias culturales y creativas impulsadas por la tecnología digital;
- Integración activa del arte digital para la mejora de la vida urbana;
- Crecimiento de las formas de arte electrónico con una participación activa de la sociedad civil;
- Acceso más amplio a la cultura gracias al desarrollo de la tecnología digital;
- Programa de residencias de artistas y presencia de espacios-talleres dedicados al arte digital;
- **Ciudades miembros de ciudad de arte digital de UNESCO:** Lyon

3. Contexto y tendencias Sectoriales

El impacto económico de las industrias creativas en el economía global es cada vez mayor ...

El 2005 el mercado global de las industrias creativas fue evaluado en US\$ 1.3 billones

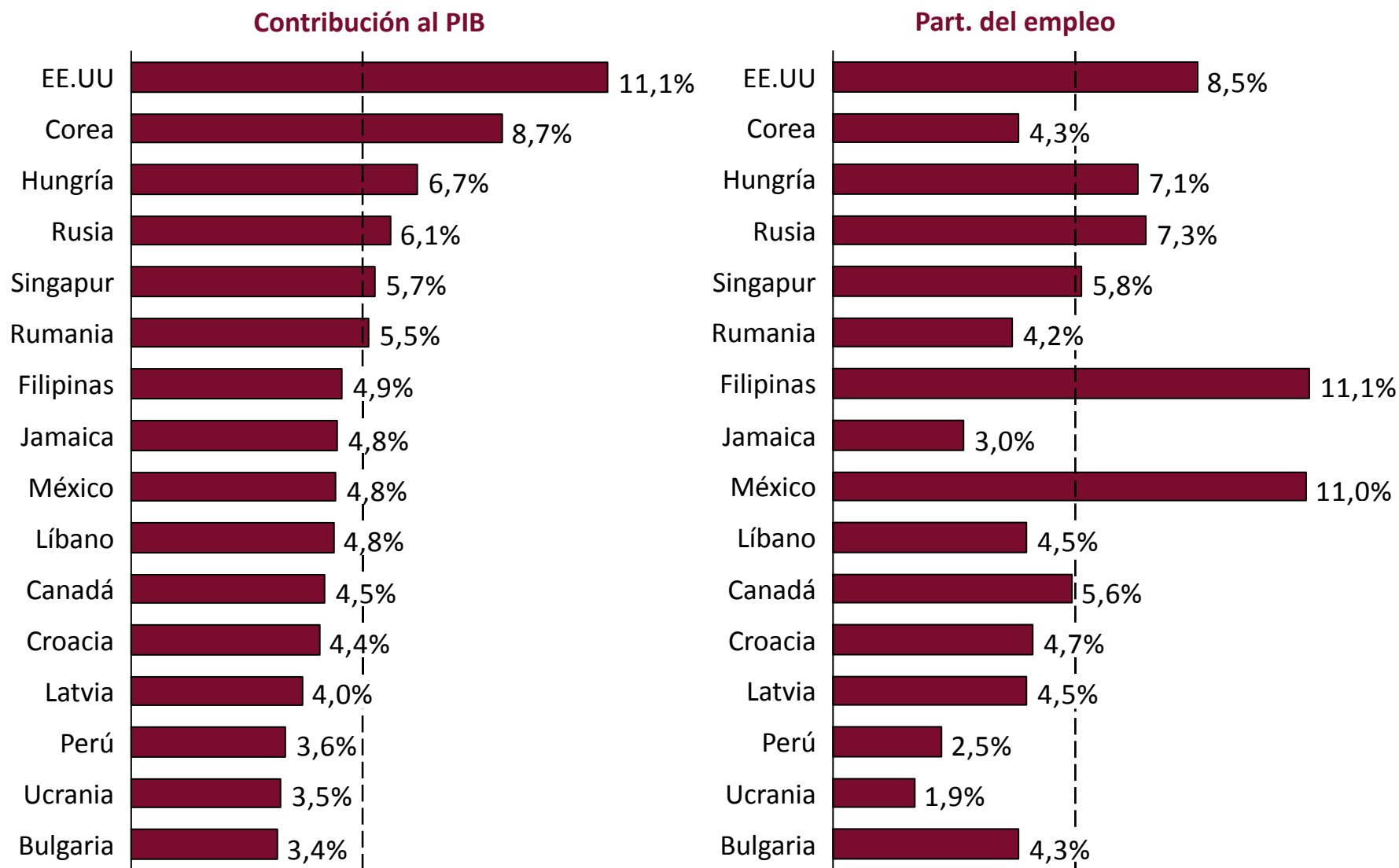
Desde el 2000 esta industria ha crecido a un promedio de 7% anual.

Globalmente representa más del 7% del PIB mundial de acuerdo a datos del Banco Mundial en el 2003.



3. Contexto y tendencias Sectoriales

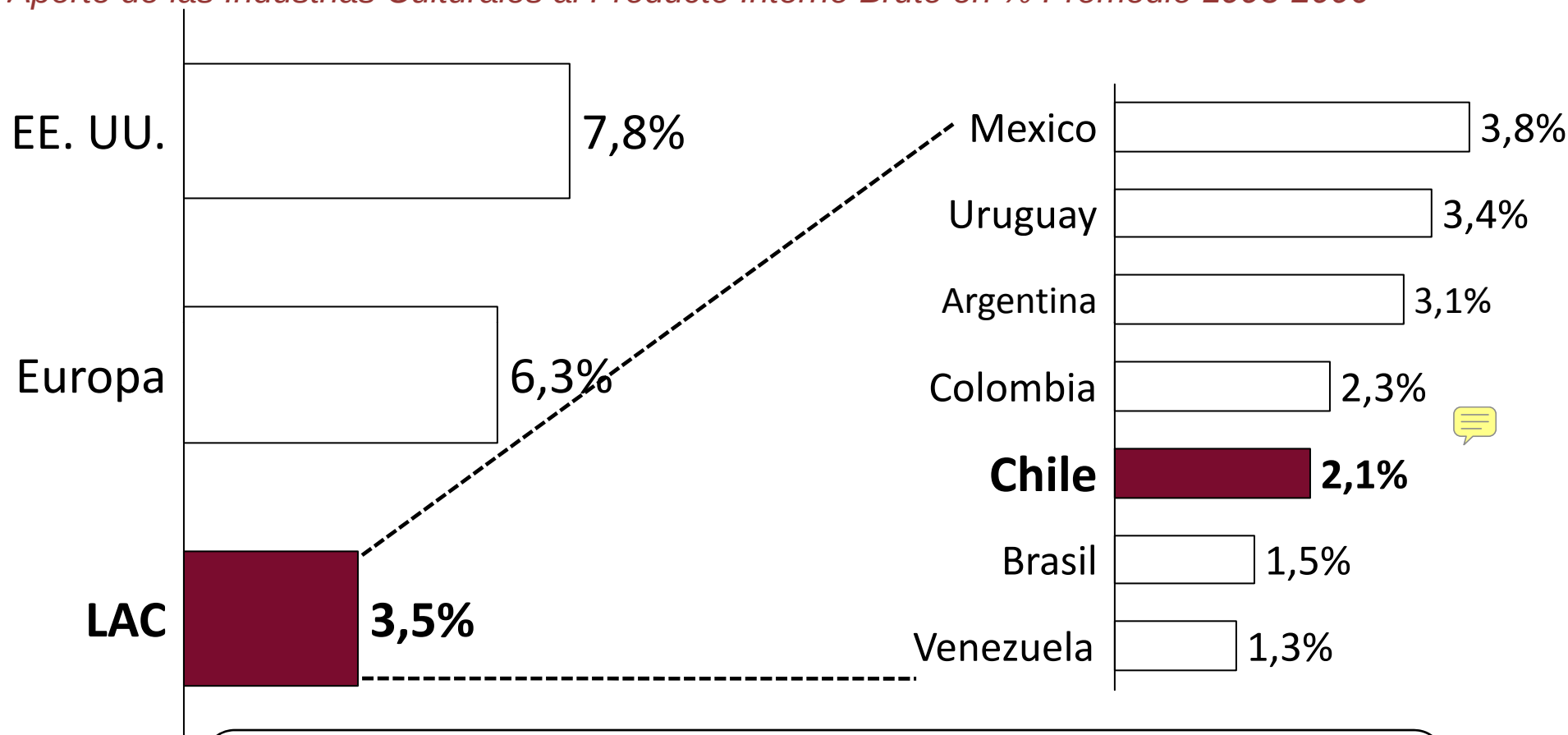
....tanto por su aporte al PIB como en la generación de empleo.



Fuente: WIPO, Marzo 2008

Mientras Latinoamérica tiene un aporte de estas industrias inferior a Europa y EE.UU., el aporte en Chile es aún menor

Aporte de las Industrias Culturales al Producto Interno Bruto en % Promedio 1993-2006

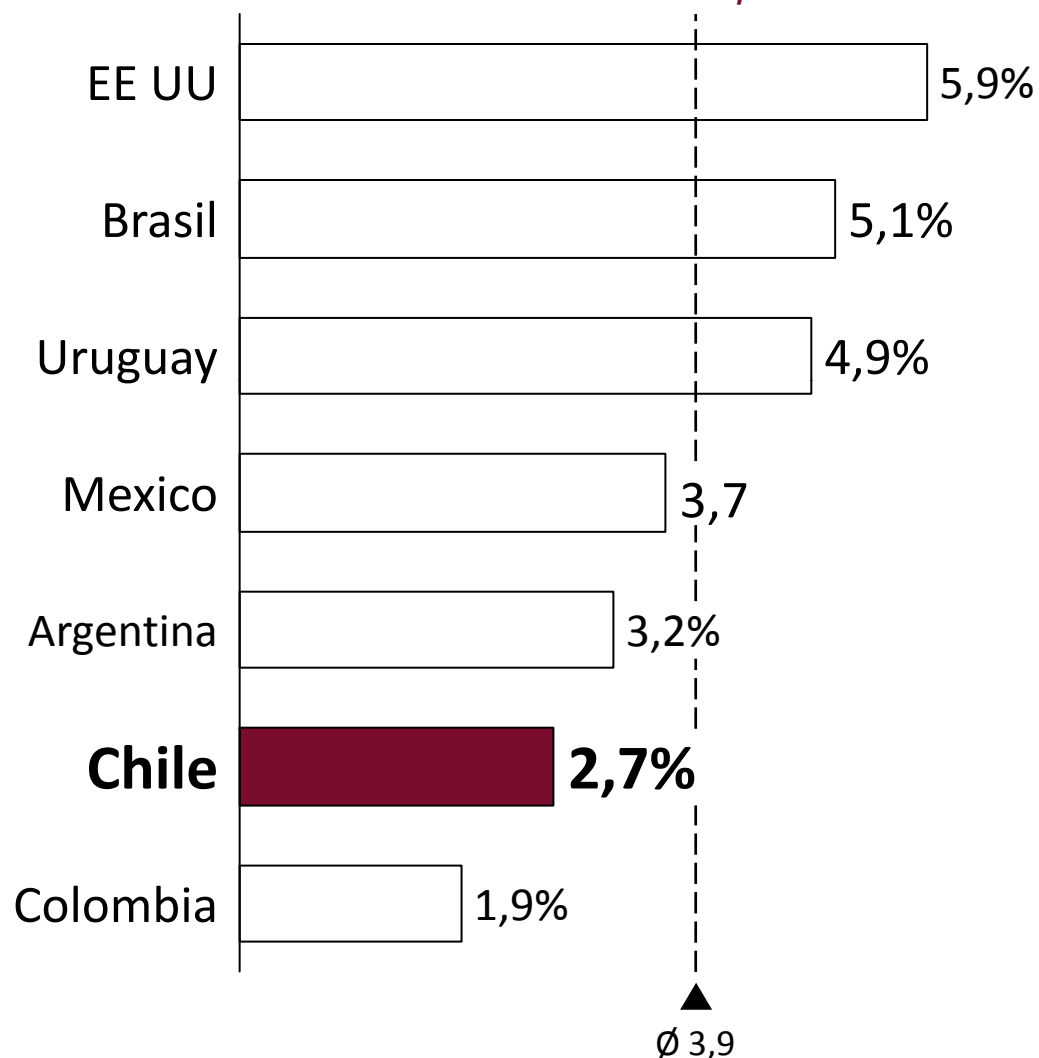


México dado el volumen de su población, ha desarrollado una importante industria audiovisual, editorial y musical, convirtiéndose en la plataforma hispanoamericana para el desarrollo del sector.

3. Contexto y tendencias Sectoriales

También en términos de empleo, el aporte de las industrias creativas en Chile es inferior al promedio latinoamericano

Aporte de las Industrias Culturales al Empleo % Promedio 1993-2006



En Chile las exportaciones de bienes culturales alcanzaron US\$ 241,6 millones y las importaciones un poco más de US\$1.667.

Fuente: INE – Cultura y Tiempo Libre 2007

2. Caracterización y Situación Actual del Cluster

Cadena de Valor del Cluster de Industrias Creativas de la región de Los Ríos



Principales atributos de Valdivia en al atracción de capital en el sector creativo

Festival de Cine

- Festival de cine consolidado dentro de la escena nacional.
- Cada año crece más
- Genera una serie de negocio en su entorno, tanto previos al festival como rondas de negocio dentro del festival.

Entorno propicio para la locaciones

- Diversidad de entornos naturales (zona sur de Chile, bosques nativos, puertos, desembocadura de río, etc...) cercanos y accesibles de manera expedita desde la ciudad.
- Distribución (característica) de la ciudad
- Ciudad es amigable con utilizarla como locación de filmaciones

Concentración geográfica

- Existen 6 productoras audiovisual, 7 empresas del rubro fonográfico, 15 de diseño, 6 centros culturales, 5 empresas medianas de software de gestión, 13 empresas de diseño web
- Fácil interconexión entre empresas, con alta asociatividad

2. Caracterización y Situación Actual del Cluster

Audiovisual, TIC's, Diseño y Música son las áreas creativas con mayor potencial de desarrollo, por lo tanto en las que centrará el PMC

	Valor Agregado	Dimensión de la Industria	Potencial de Crecimiento	Comentarios
Audiovisual				Son las áreas con mayor valor agregado potencial, además de creciente vinculación entre ellas, lo que beneficia su desarrollo.
TIC's				
Diseño				
Música				
Artes visuales				Subsectores creativos débilmente desarrollados, con un bajo número de profesionalización y por lo tanto bajo potencial de crecimiento
Fotografía				
Publicaciones				
Textil				

4. Diagnóstico Competitivo de la Región

Valdivia, como Ciudad Creativa, presenta un fuerte posicionamiento desde el sector Audiovisual.

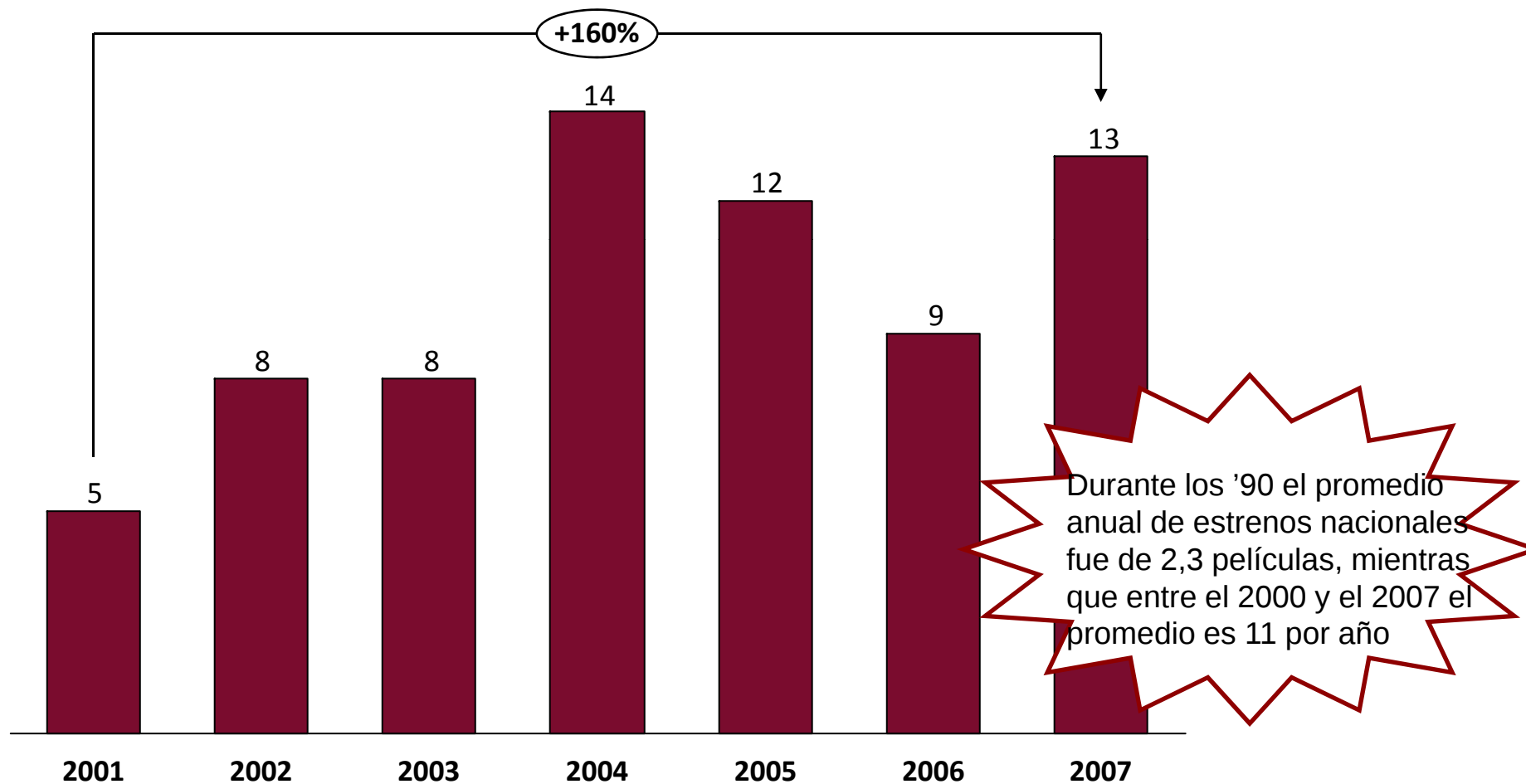
Entre los atributos que resaltan sus empresarios se pueden destacar fundamentalmente los siguientes:



Escenarios Aptos para realizar Films	• Naturales • Edilicios
Disponibilidad de servicios logísticos	• Hoteles • Ss de Catering • Producción • Recursos Humanos capacitados
Gobierno Local apoyo facilitador	• Permisos sin costo • Trámites filmación rápidos

La industria audiovisual nacional ha tenido un creciente desarrollo en los últimos 15 años...

*Largometrajes Nacionales Estrenados 2000-2008**



3. Contexto y tendencias Sectoriales

... del mismo modo como ha crecido la valoración por las producciones nacionales

Taxi para Tres (2001)

Festival Inter. de Cine de San Sebastián
Mejor Película

B-Happy (2003)

Festival de cine de La Habana
Segundo premio "coral"

Cachimba (2004)

Festival Iberoamericano de Huelva
Mejor Fotografía

Machuca (2004)

Festival internacional de Cannes
Selección

Fuga (2007)

Festival de Cartagena
Mejor Opera Prima

Tony Manero (2008)

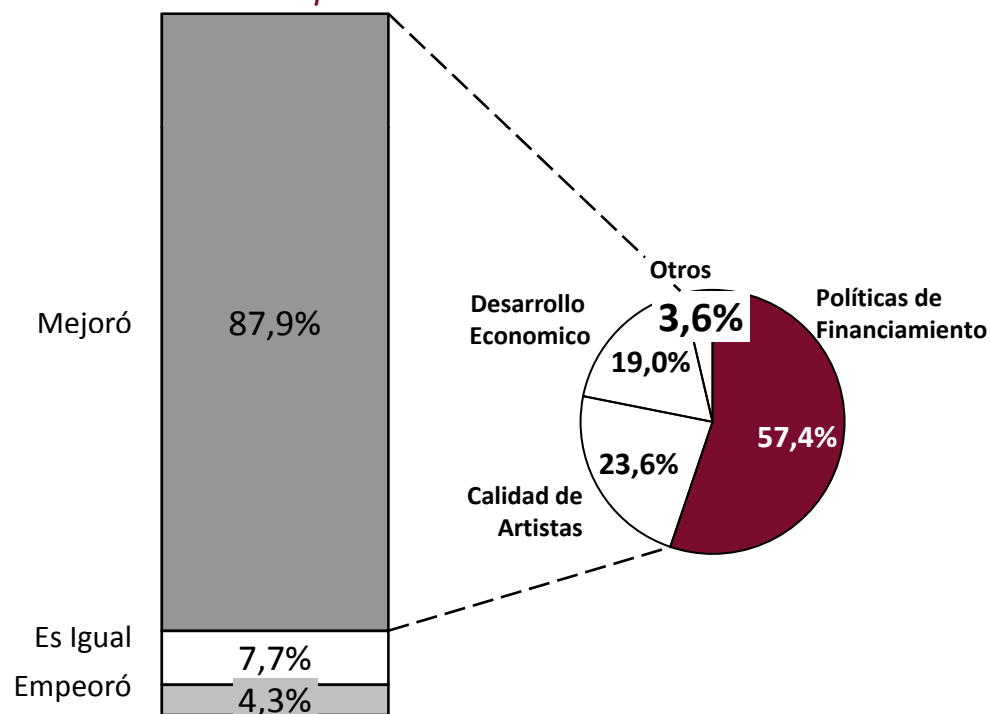
Festival del nuevo cine latinoamericano de
La Habana. - Mejor película

La nana (2009)

Festival de cine de Sundance
Mejor actriz

Existe un consenso del 87,9% entre el público sobre la evolución que ha tenido el Cine Chileno en los últimos años.

Los factores que explicarían esta evolución, son "Las Políticas de Financiamiento" con un 47.5% y "Los Artistas" con un 34.7% de las preferencias.



Fuente: CEU, UNIACC, 2006

Utilizando como una potente herramienta de promoción local el Festival Internacional de Cine de la ciudad

Tres objetivos centrales del FICV:

- Lugar de encuentro para la industria cinematográfica
- Contribuir al desarrollo social, cultural y económico de la zona.
- Crear nuevos espacios públicos



Año a año crece la cantidad de participantes y de visitantes a Valdivia generando difusión del evento y proyectos de realización valdiviana.

El cual se ha convertido en el segundo festival de cine más importante del país y un gran atractivo para la ciudad.

- 210 películas exhibidas
- 137 funciones
- Capacidad 56.100 espectadores
- Casi 50% del presupuesto total, \$112 millones, se gastaron en la ciudad de Valdivia

Espectadores de la 15 va versión del FICV (2008):

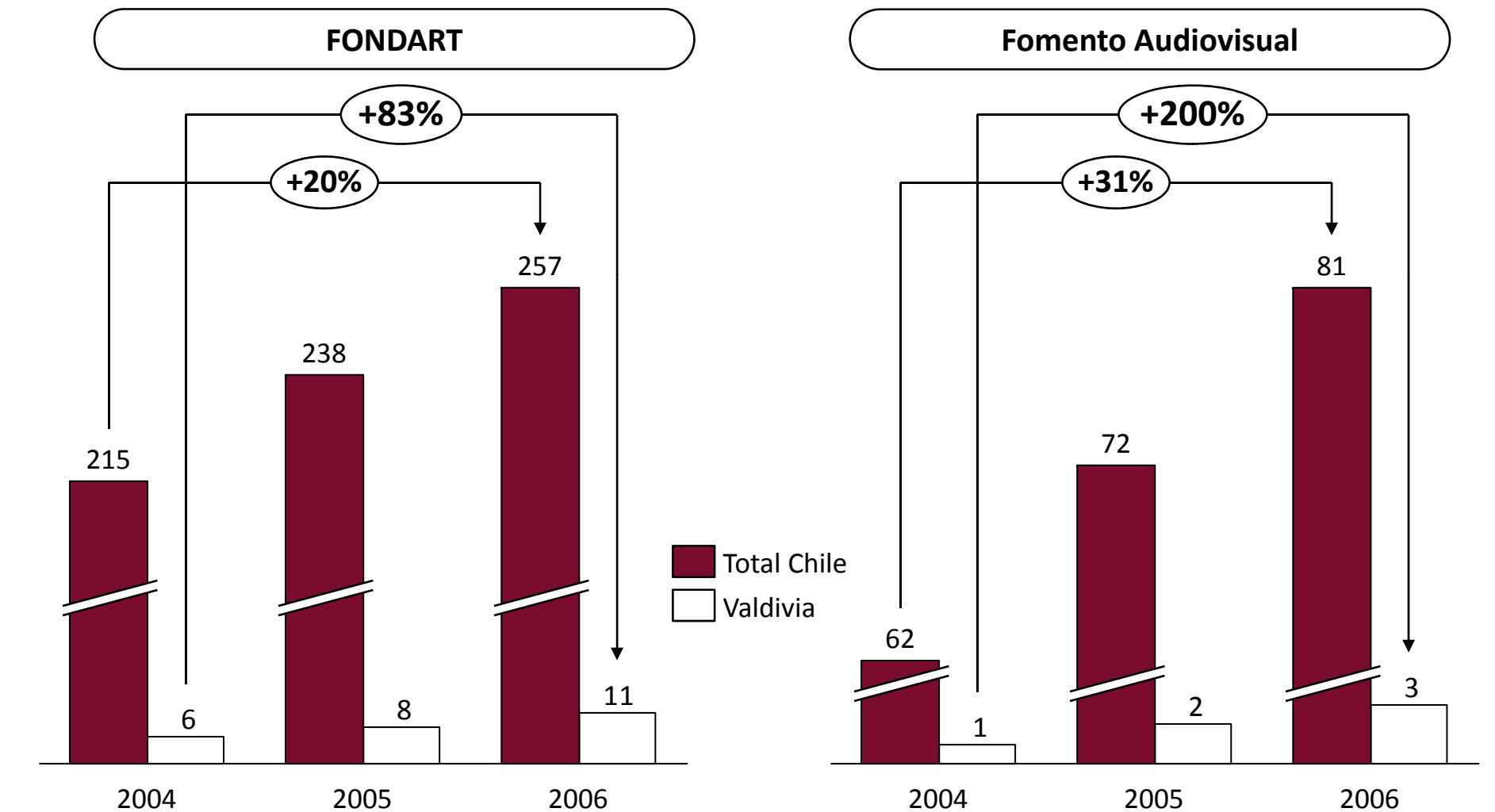
- Asiste mayoritariamente público joven (edad promedio: 28 años)
- Mayoritariamente educado
- 54,6% de los asistentes provienen de región distinta a Los Ríos
- 41.6% de los asistentes ven entre 1 y 5 películas durante el Festival, mientras que 33,3% ve entre 6 y 10
- La mayoría de los asistentes al festival (41,2%), corresponde a un público que consume regularmente productos culturales.
- Un 56,5% de los asistentes a la última versión del festival, ha participado de versiones anteriores



4. Diagnóstico Competitivo de la Región

El Sector Audiovisual Valdiviano es una fuente generadora de proyectos que crece a tasas superiores a las de otras regiones de Chile....

Número de Proyectos presentados en Servicios de Apoyo (2004-2006)



Fuente: Estadísticas Cultura - INE

Por otra parte, la llegada de la televisión digital al país va a traer también un cambio en la legislación, lo que debería promover el desarrollo audiovisual nacional y regional

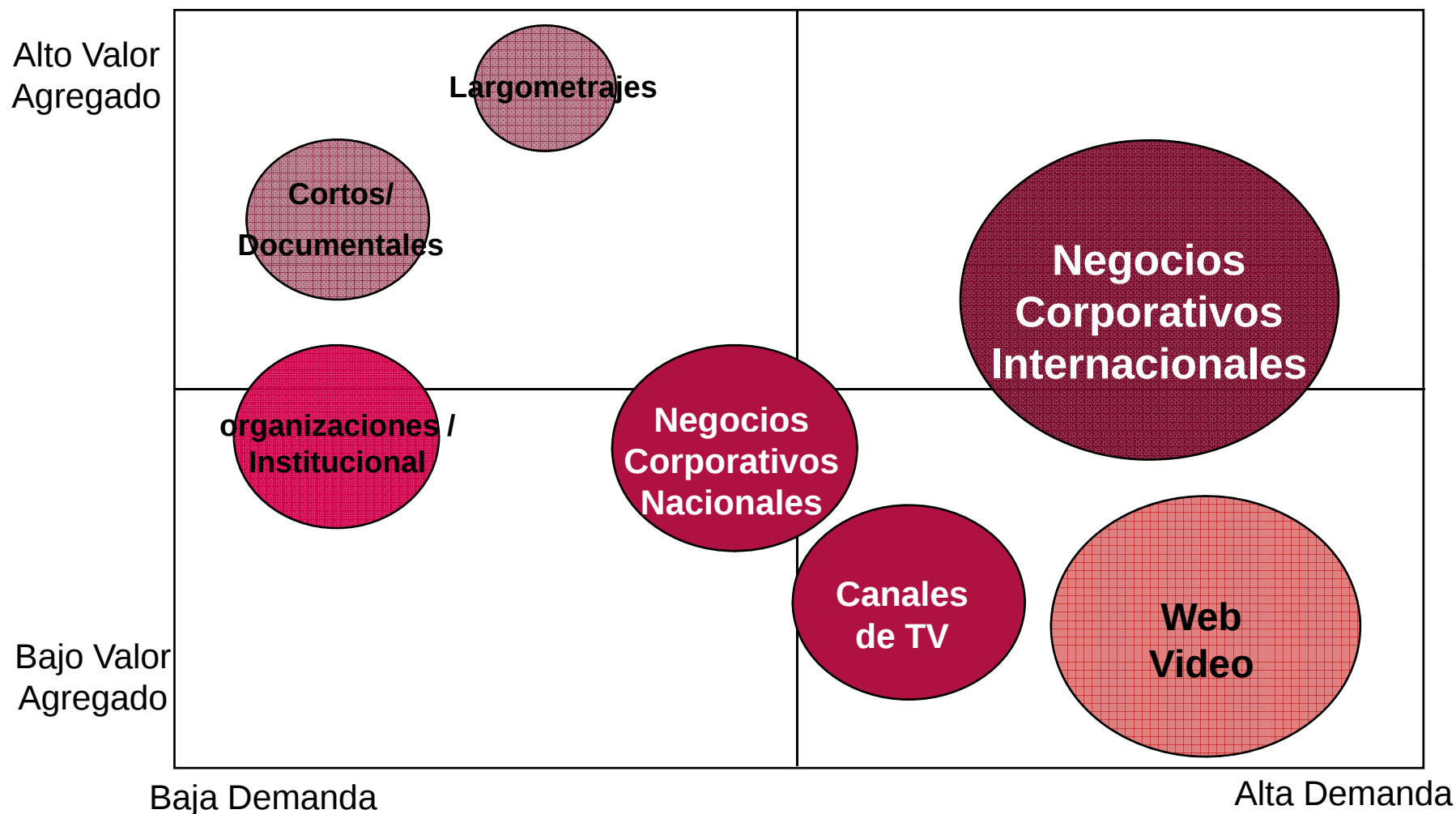
- La proyección y consolidación de la televisión local es el objetivo más ambicioso del Gobierno en el marco de la nueva era de TV digital
- El cambio a la TV digital es la oportunidad histórica para desarrollar la televisión local y regional en Chile.
- El Gobierno impulsará un marco regulatorio que favorezca y promueva la producción audiovisual, "para lo que se requiere aumentar los recursos públicos destinados a la creación de contenidos y profundizar la cooperación técnica dirigida a las pymes de la Televisión local".

Pablo Bello, Subsecretario de telecomunicaciones

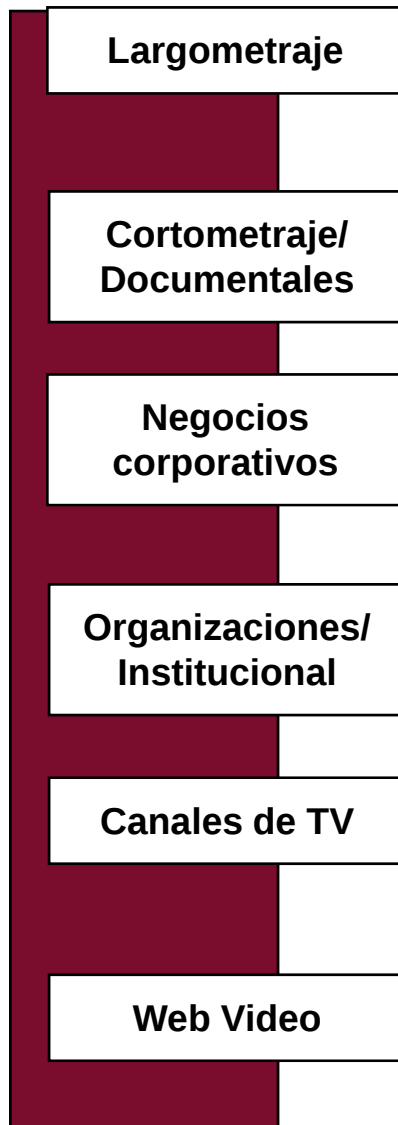
4. Diagnóstico Competitivo de la Región

Largometrajes y documentales/cortos han sido segmentos aprovechados por la industria local, mientras se plantean oportunidades en el desarrollo de Videos Web

Demanda vs. Valor Agregado

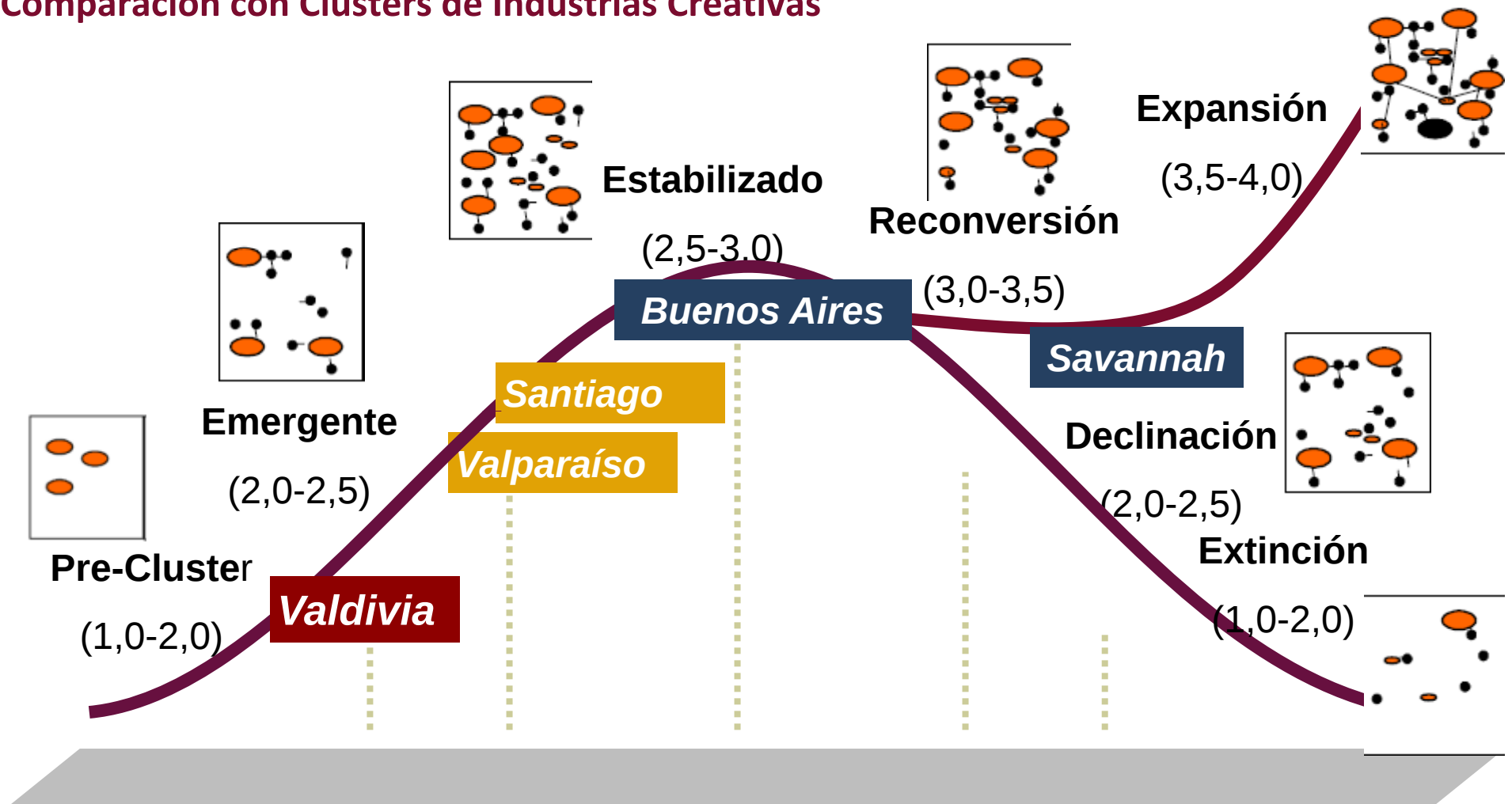


Descripción de los segmentos



- Según la Academia de las Artes y las Ciencias Cinematográficas, la American Film Institute y el British Film Institute se denomina largometraje a una película con duración de cuarenta minutos o mas.
- Cortometraje: Producción cinematográfica que dura sustancialmente menos que el tiempo medio de un largometraje
- Documental: genero cinematográfico y televisivo realizado sobre imágenes tomadas de la realidad. La organización y estructura de imágenes, sonidos (texto y entrevistas) según el punto de vista del autor determina el tipo de documental.
- Material comunicacional audiovisual, con un fin específico en un ambiente corporativo o B2B y visualizado sólo por una audiencia limitada.
- Puede incluir la promoción de productos, servicios o de la compañía, además de capacitación e información.
- El video promocional/institucional tiene características estratégicas y tiene como objetivo un publico amplio
- Los canales de televisión se pueden distinguir en TV abierta y TV por cable.
- En Chile, dentro de la TV Abierta, existe los canales nacionales, regionales y comunales
- A partir de 2010 va comenzar la transición a la televisión digital de acuerdo al estándar ISDB-T con MPEG4 (creado por Japón y adaptado por Brasil) para la señal de libre recepción.
- Producciones audiovisuales accesibles desde la web.
- Sus contenidos, formatos y finalidad son variados.

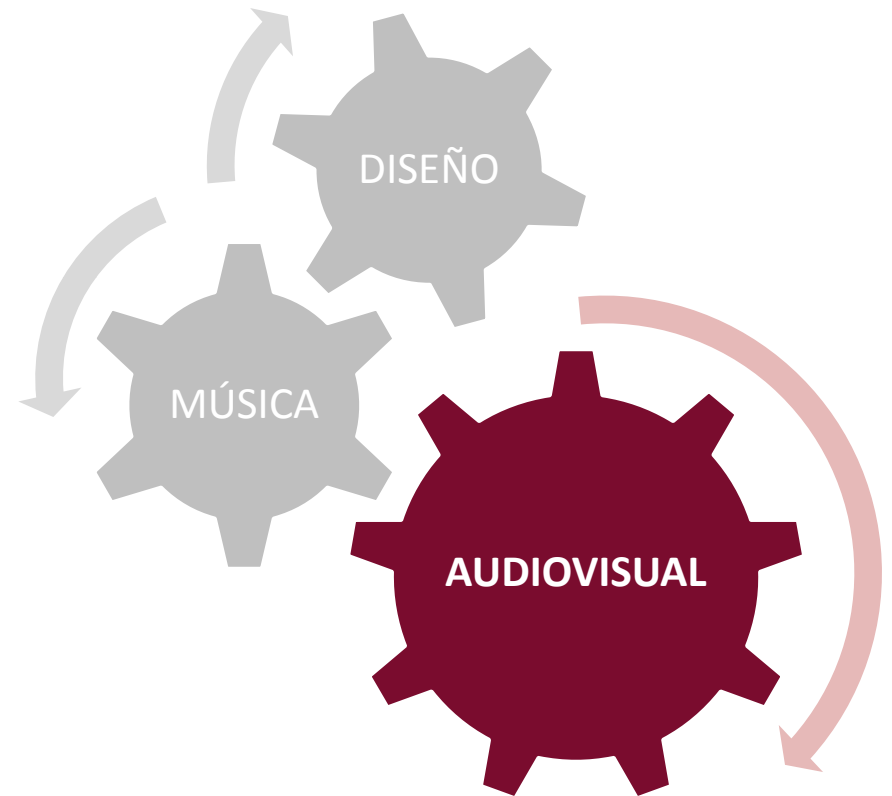
Comparación con Clusters de Industrias Creativas



El cluster de **Industrias Creativas de Valdivia** se encuentra en una posición **Pre Cluster**, por lo que la meta del proceso esta en consolidar un estado de **Emergente**.

Estrategias de ciudades creativas en el mundo para motorizar el desarrollo en las primeras etapas

- Incentivos Fiscales para atracción de Rodajes.
- Atracción de inversiones para completar eslabones de la cadena.
- Vinculación con otras ciudades creativas.
- Observatorio de Industrias creativas.
- Incubadora de empresas creativas.
- Promoción conjunta de la producción local y de la Ciudad.



Savannah, Georgia, una iniciativa para atraer industrias creativas

- La ciudad de Savannah esta ubicada en el estado de Georgia y ofrece una alternativa para los que quieren vivir en una ciudad mas tranquila que Atlanta, la ciudad principal del estado.
- La ciudad ofrece tales atractivos como su clima, zona histórica, y altos niveles de educación.
- La economía de Savannah ha crecido y ha logrado atraer un gran numero de compañías de tecnología (ej. Aviones Gulfstream), aunque siguen siendo sus principales actividades económicas: el puerto, la actividad militar, y el turismo.
- Se creo el Creative Coast Alliance para promover a Savannah y atraer trabajos de alta remuneración.



El Creative Coast Alliance de Savannah trabaja para promover la ciudad

- Creative Coast ofrece incentivos financieros a compañías de tecnología para atraerlos a Savannah, por ejemplo:
 - A industrias de videojuegos ofrecen un año de arriendo gratis, al igual que crédito de impuestos de 30%.
- Organiza ferias de empleo para mostrar aproximadamente 300 compañías de “conocimiento” basadas en el área y fomentar relaciones entre industria y estudiantes



Actividades del Creative Coast Alliance

- Fomentar la asociatividad entre diferentes negocios e industria de Savannah con actores interesados de otras regiones de Estados Unidos.
- Organizar eventos para promover a la ciudad a través de encuentros sociales, festivales de desarrollo profesional con apoyo de universidades y centros educativos, apoyar nuevas ideas y asegurarse que estas tengan financiamiento y apoyo técnico si desean instalarse en Savannah
- Promocionar la ciudad, sobretudo en el sector de tecnología, en el cual hay aproximadamente 49 mil estudiantes

Principales características del modelo de Savannah, Georgia

- Creación de “Creative Coast Alliance” para promover y hacer marketing de las características que ofrece Savannah a empresas de tecnología e industrias fundamentada en el conocimiento.
- “Creative Coast” funciona con un modelo de proveer información a empresas interesadas en abrir cedes en Savannah. También se encargan de promocionar y hacer marketing de las características que hacen la ciudad atractiva para jóvenes graduados en tecnología y empresas trabajando en este mismo sector.
- Al promover las características que la distinguen de Atlanta, Savannah ha logrado atraer empresas que buscan localizarse en la región pero que buscan estándares de vida mas altos que en Atlanta. Savannah promueve imagen de ciudad tranquila, con altos ingresos per cápita, y con población altamente educada.



Visión para el cluster de Industrias Creativas en 2020

Visión

Ser una región creativa e innovadora reconocida globalmente, que contribuye con el desarrollo sustentable.

Misión

Posicionar a nivel global a la Región de los Ríos como un entorno propicio para la atracción de empresas y talentos en la Industria Audiovisual, las tecnologías de información, el diseño y la cultura, generando oportunidades de negocios, mejores empleos y calidad de vida en la región.

La combinación entre Industria Audiovisual y Tecnología de Información es el eje central de desarrollo, apoyado por Música y Diseño



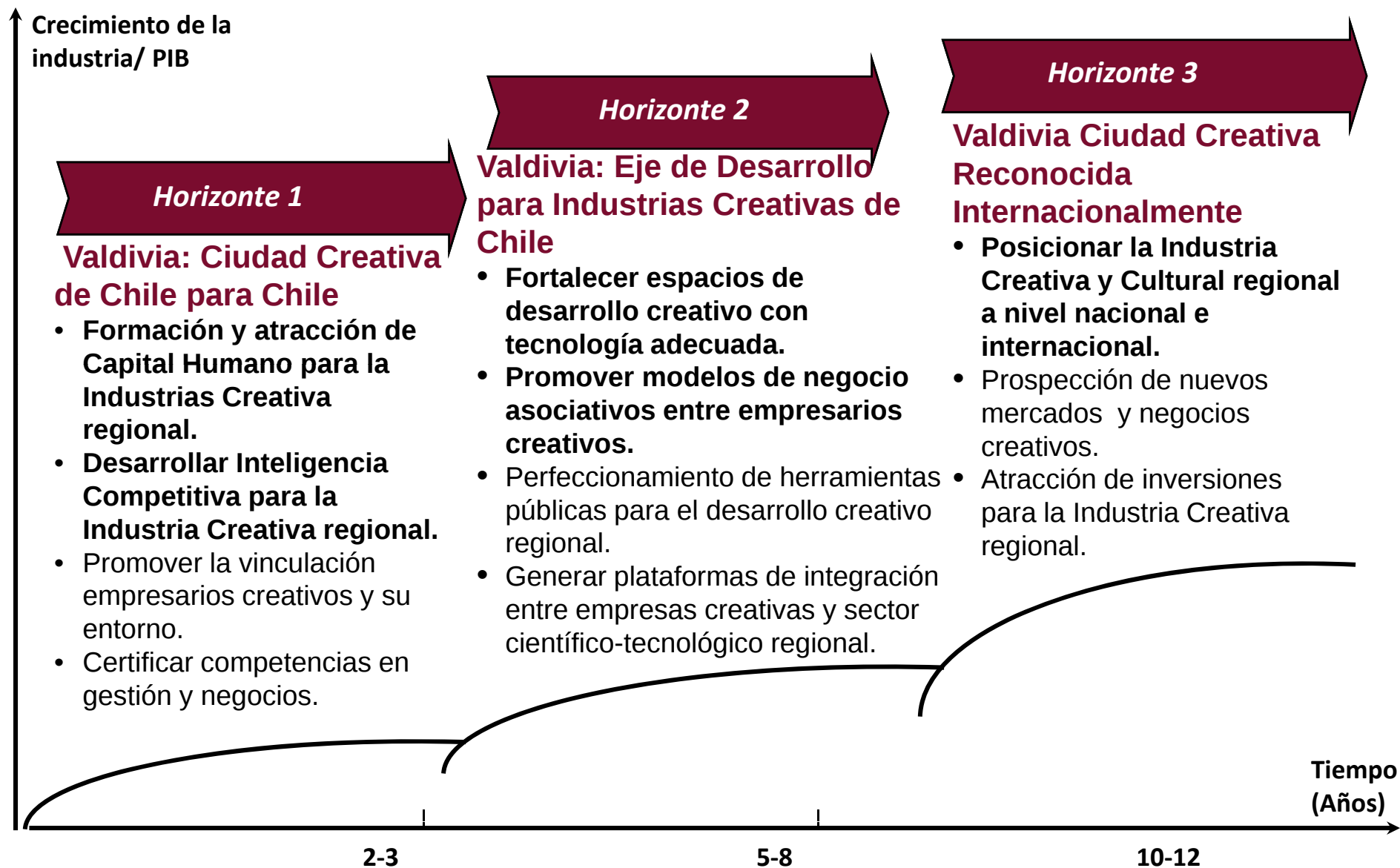
Propuesta de Valor: Valdivia ambiciona consolidarse como una ciudad creativa se especializando en la Industria Audiovisual haciendo fuerte sinergia con las TICs y con el apoyo de la industria musical y de diseño.

	Mañana	Justificación
Productos	• Posicionar a la región como referente de la zona sur en producción cultural. • Fortalecimiento de las ventajas competitivas en industria audiovisual • Desarrollo de TICs utilizando vinculación con Universidades locales. • Uso de Diseño y Música como base de apoyo	• El posicionamiento de la región va a generar mayor número de empleos, además de atraer talentos jóvenes • Ventajas comparativas en Audiovisual y TICs • Negocios emergentes en Diseño y Música
Mercados/ Distribución	• Ser un proveedor nacional de productos creativos de calidad, que luego permita pensar en el salto internacional	• El crear mercado y consolidar la presencia de los productos regionales va a permitir consolidar la región como ciudad creativa • Al ser una ciudad pequeña y el clúster encontrarse en un estado emergente, la asociatividad permite trabajar en conjunto y lograr mejores y más rápidos resultados.
Servicios	• Contar en la región con todos los eslabones de la cadena productiva creativa	• Va a permitir ofrecer el servicio completo en la ciudad y hacerla más atractiva
Promoción/ Precios	• Crear un oficina de atracción de negocios, donde se promocióne la oferta de productos y servicios creativos de Valdivia en Santiago.	• Buena alternativa para promover la ciudad, tanto a nivel nacional como internacional, sobretodo en el plano de locación y atracción de negocios creativos.

Industrias Creativas: Estrategia Propuesta

- En el largo plazo, la ciudad de Valdivia ambiciona consolidarse como una ciudad creativa. Para esto, debe especializarse dentro de las Industrias creativas en la Industria Audiovisual haciendo fuerte sinergia con las TICs y con el soporte y complemento de la industria musical y de diseño.
- Dos requerimientos fundamentales para la cadena de valor son el fortalecimiento de espacios de desarrollo creativo con tecnología adecuada y de la formación y atracción de Capital Humano para la industria
- Comercialmente, es necesario desarrollar inteligencia competitiva y promover modelos asociativos entre los empresarios para la concentración de una mayor masa critica
- Esta estrategia depende del posicionamiento y difusión de Valdivia como polo creativo tanto en Chile como en el resto del mundo
- A partir de estos elementos, el Comité Gestor del cluster definió una visión y misión para desarrollo del cluster en tres horizontes estratégicos.

Visión para desarrollo del Cluster



El Cluster Industrias Creativas de Valdivia tiene 13 Iniciativas Activas con líderes empoderados y con el apoyo del Comité Gestor para su implementación.

1. Experiencias del Diseño mobiliario en Finlandia (Francisco Ziatar)
2. Asociatividad para Negocios Audiovisuales en Valdivia (José Miguel Matalama)
3. Fomento de Negocios de la Industria Creativa (Max Parada)
4. Comisión Fílmica de Valdivia (Bettina Bettati)
5. Programa de Fortalecimiento del Capital Humano en las Industrias Creativas Valdivia (José Miguel Matalama)
6. Desarrollo del Polo Musical de Valdivia (Marcela Godoy)
7. Feria de la Creatividad (Daniel Guerra)
8. Cineastas del Futuro (Adrián Silva)
9. Comunicación y Marketing de las Industrias Creativas (Boris González)
10. Orquesta Austral (Cristobal Urrutia)
11. Barrio de la Creatividad (Roberto Martinez)
12. Asociación con Ciudades Creativas (Tiglat Montecinos)
13. Laboratorio de Ideas Arquitectónicas para la Región (Laura Rodriguez)

7. Iniciativas de Acción

Las iniciativas de acción generadas cubren adecuadamente las estrategias prioritarias para el cluster

Promover modelos de negocio asociativos entre empresarios creativos.

- Experiencia del diseño mobiliario en Finlandia (Francisco Zlatar)
- Asociatividad para Negocios Audiovisuales en Valdivia (José Miguel Matamala)

Desarrollar Inteligencia Competitiva para la Industria Creativa regional.

- Fomento de negocios en la Industria Creativa (Max Parada)
- Comisión Filmica de Valdivia (Bettina Bettati)

Formación y atracción de Capital Humano para la Industrias Creativa regional.

- Programa de Fortalecimiento del Capital Humano en Industrias Creativas
- Cineastas del Futuro. (Adrián Silva)

Fortalecer espacios de desarrollo creativo con tecnología adecuada.

- Barrio de la Creatividad (Roberto Martínez)
- Laboratorio de Ideas Arquitectónicas para la Región Creativa (Laura Rodríguez)

Posicionar la Industria Creativa y Cultural regional a nivel nacional e internacional.

- Comunicación y Marketing de las Industrias Creativas (Boris González)
- Alianzas con ciudades creativas (Tiglat Montecinos)
- Desarrollo del Polo Musical de Valdivia (Marcelo Godoy)
- Feria de la Creatividad (Daniel Guerra)

6. Visión y Marco Estratégico

El cluster ambiciona superar los 60 Millones de USD en ventas del sector hasta 2020

Ventas Industrias Creativas de Valdivia en MM USD

