



OBSERVATORIO
DE ECONOMÍA
CREATIVA VALDIVIA

CARACTERIZACIÓN Y RESULTADOS DE LA RUEDA DE NEGOCIOS 6° Encuentro Música Independiente FLUVIAL Valdivia



Diciembre 2022

fluvial

música ciudad



OBSERVATORIO
DE ECONOMÍA
CREATIVA VALDIVIA



Región de Los Ríos
GOBIERNO REGIONAL
Corporación Regional de
Desarrollo Productivo



Universidad Austral de Chile
Conocimiento y Naturaleza



Región de Los Ríos
GOBIERNO REGIONAL

CARACTERIZACIÓN Y RESULTADOS DE LA RUEDA DE NEGOCIOS 6° Encuentro Música Independiente FLUVIAL Valdivia





EL OBSERVATORIO DE ECONOMÍA CREATIVA DE VALDIVIA

El Observatorio de Economía Creativa (OEC) es un proyecto de la Universidad Austral de Chile, que surge del Programa Estratégico Regional "Valdivia Innovadora Sustentable y Creativa ". Con el financiamiento del Fondo de Innovación para la Competitividad (FIC) del Gobierno Regional de Los Ríos, el proyecto comienza el año 2017. Dicho proyecto permitió realizar una recopilación de casos de observatorios y sus metodologías, realizar dos encuestas al sector, recopilar datos e indicadores del territorio regional y construir una plataforma digital para su difusión.

Adicionalmente, el OEC ha realizado 15 estudios de distintos eventos creativos regionales, lo que ha permitido conocer su impacto económico y social en el territorio, y conocer más de las vinculaciones entre las industrias creativas y el resto de la economía regional.

Actualmente, de mano de la Corporación Regional de Desarrollo Productivo se abre una nueva etapa en el OEC, para consolidar las metodologías aprendidas, abordar nuevas dimensiones de la economía creativa regional y ser una herramienta de apoyo directo al seguimiento del Plan Sectorial de Economía Creativa 2023-2025 del Gobierno Regional de Los Ríos.

EQUIPO OEC

www.observatoriocreativo.cl





fluvial ~

fluvial ~

música ciudad

Rolan

nora

oec

OBSERVATORIO DE ECONOMÍA CREATIVA VALDIVIA



3

CONTENIDOS

1. Introducción	5
2. Ficha Técnica Fluvial	6
3. Objetivos de la encuesta del observatorio	7
4. Caracterización de la Rueda de Negocios Fluvial 2022.	8
5. Perfil social de los asistentes.	9
6. Perfil de la Rueda de Negocios	16
7. Evaluación de los asistentes.	23
8. Conclusiones	28





INTRODUCCIÓN

Fluvial es un encuentro musical desarrollado en la ciudad de Valdivia, diseñado con el objetivo de desarrollar y promover internacionalmente la industria musical independiente chilena. Dentro de sus objetivos se encuentra el fortalecimiento y la asociatividad con gremios de la industria creativa, con asociaciones de músicos/as, el mundo académico y sector afines a su desarrollo como el sector turístico y tecnológico. Es un evento de carácter internacional, que opera como una vitrina de talento y una instancia que acelera el acceso a redes profesionales a nivel global, facilitando las oportunidades para hacer negocios y alianzas de cooperación cultural. La propuesta se consolida en una conferencia donde la música y el paisaje de la histórica ciudad de Valdivia, sirven de base para vivir una experiencia cultural donde agentes, managers, productores y artistas, intercambian ideas, conocimientos y articulan negocios para la circulación global de la música chilena.

En su 6ta versión, Fluvial se estructura en base a 2 pilares: ofrecer a los asistentes una programación artística en formato showcases con presentaciones de artistas nacionales e internacionales y por otro lado, generar instancias de colaboración y aprendizaje mediante la difusión de conferencias, en conjunto de un programa de actividades formativas (paneles, foros, talleres y mesas de trabajo), ruedas de negocios y networking.

Por su parte, el Observatorio de Economía Creativa tiene como misión ser una herramienta de apoyo al ecosistema de la industria creativa y eventos locales, facilitando el levantamiento de información y análisis de datos sobre su impacto en el territorio, que permitan visibilizar su aporte a la economía y sociedad regional y nacional.

Ficha Técnica Fluvial 2022

**30 DE NOVIEMBRE, 1 Y 2 DE DICIEMBRE
2022**

Hotel Puerta del Sur, Valdivia, Región de Los Ríos, Chile

124 delegados de la industria musical independiente y

43 artistas- bandas musicales.

Asistentes de España, Canadá,
Perú, Colombia, Argentina, Brasil,
EEUU, Nueva Zelanda, Reino Unido,
Corea del Sur, Alemania, Paraguay,
México, Uruguay y Chile.

PÚBLICO ASISTENTE, MÁS DE 1.000 PERSONAS.

Rueda de Negocios: más de 500 reuniones.



Valdivia / Chile

1-3 DICIEMBRE 2022

AMANDA RHEAUME (CA)
ÁNGEL DE LA GUARDA · ANNI B SWEET (ES) · CÁPSULA (ES)
CATA EFUSIVA · CHOLA Y GITANO · COMO ASESINAR A FELIPES · DE LEIN
DEBAC · EX_TALA · FOEX & PAULO PULUS · FUTURO FÓSIL · IIOII · ISLEÑA
ANTUMALÉN · JARDÍN MOJADO · JAS · JOEL MARIPILO · JUREL SÓNICO & LOS
IMPUREOS · KORA (ES) · LA CIENCIA SIMPLE · LAURA NIQUAY (CA) · LAVANDITA
MALDITOS VECINOS · MALICIA · MARIANA MONTENEGRO · MAWIZA
NOVA MATERIA · ORIETA CHREM (PE) · PAULINA CAMUS · PURÁHEI SOUL (PY)
ROMPEOLA · RUBIO · SISTEMAS INESTABLES · TORTUGANÓNIMA · TSUNAMIS
VAGO SAGRADO · VALENTINA MAZA · VOX SAMBOU (CA)
WEISSER · YOYOYO · ZEBRA 93

fluvial
música ciudad

FluvialMusica
FluvialMusica
FluvialChile

Chile

OBJETIVOS DE LA ENCUESTA DEL OBSERVATORIO

- Conocer el perfil del público asistente a la Rueda de Negocios Fluvial 2022.
- Conocer el impacto generado entre los asistentes a la rueda de negocios, mediante el levantamiento de información de los acuerdos logrados en la rueda.
- Obtener una percepción de los asistentes sobre los logros y aspectos a mejorar del evento





OBSERVATORIO
DE ECONOMÍA
CREATIVA VALDIVIA

CARACTERIZACIÓN DE LA RUEDA DE NEGOCIOS FLUVIAL 2022

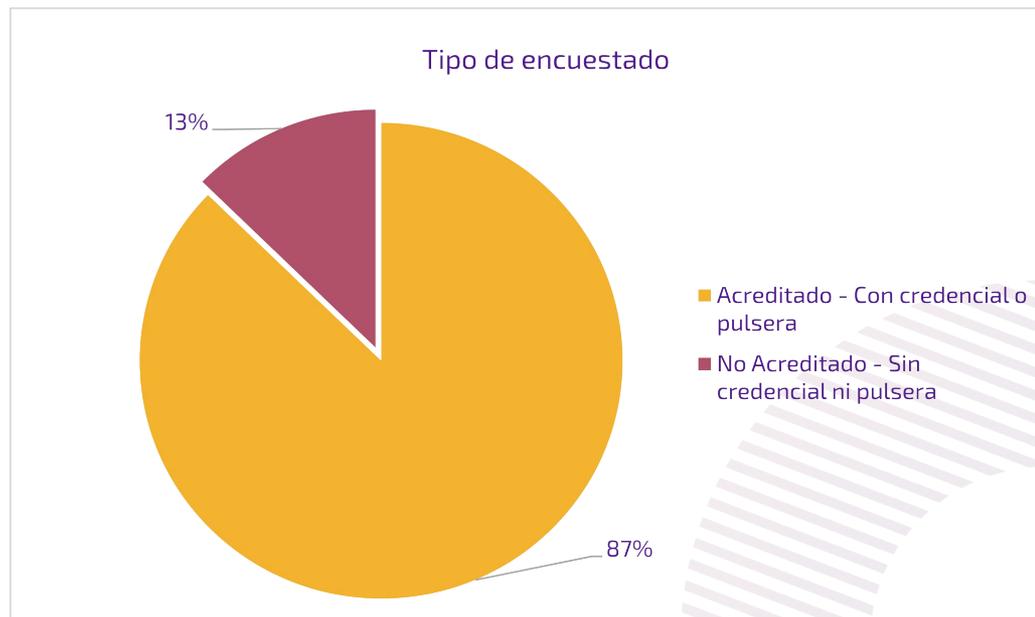
Para realizar esta caracterización, se realizaron encuestas presenciales a los participantes. Las encuestas se aplicaron los días jueves 1 y viernes 2 de diciembre en dependencias del café "La Última Frontera". Durante los 2 días de realización de la rueda de negocios, se logró encuestar a 55 personas y los resultados son los siguientes.



PERFIL SOCIAL DE LOS ASISTENTES A LA RUEDA DE NEGOCIOS

Las personas acreditadas representan el 87% y el 13% restante corresponde a participantes no acreditados.

Dentro de los participantes en la rueda de negocios había acreditados y no acreditados. Los acreditados son aquellos que se inscribieron previamente en la página oficial del evento, y su identificación se registra con un código QR en la credencial. Los participantes no acreditados no realizaron previamente esta inscripción, pero participaron de igual forma en la rueda de negocios.





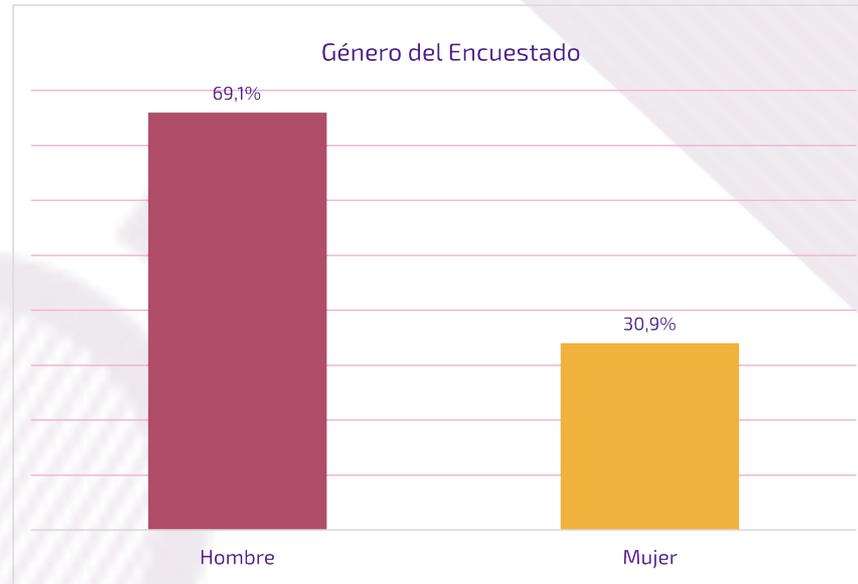
La mayor parte de los asistentes a la rueda de negocios, corresponden a artistas 27,3%, sellos discográficos 18,2%, profesionales de la industria 16,4% y empresas de servicios con un 10,9%. En menor representación asistieron representantes de asociaciones gremiales y representantes de universidades con 3,6% cada uno, y 1,8% indicó ser parte de una institución pública. un 18,2% manifestó representar a otras instituciones en las cuales se encuentran empresas productoras de eventos, productoras, fundaciones y representantes artísticos.

Más de la mitad de los asistentes se identificó como director, aquí encontramos directores artísticos, creativos, musicales, ejecutivos, gráficos, generales, de festivales, de agencias de comunicación, entre otros. Otro tercio (24%), indicó que es artista o músico. El 23% restante agrupa a los participantes que se identificaron como compositores, estudiantes, CEO, socios de empresas, relacionadores públicos, manager y representantes entre otros.





OBSERVATORIO
DE ECONOMÍA
CREATIVA VALDIVIA



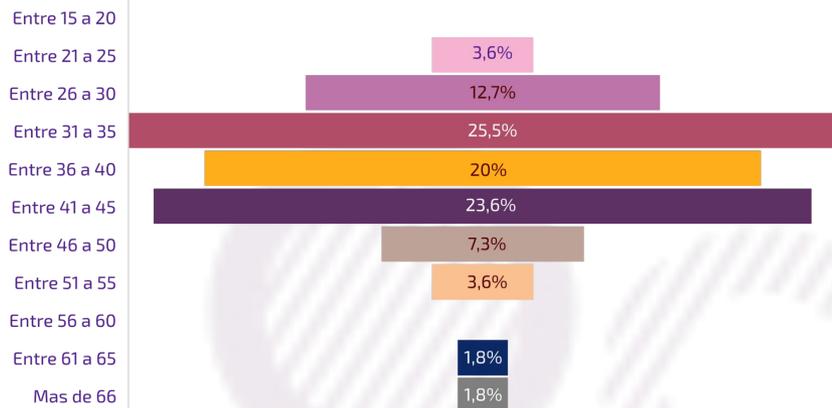
Respecto al género de los participantes en la rueda de negocios, el 69,1 % corresponde a hombres y el 30,9% a mujeres.



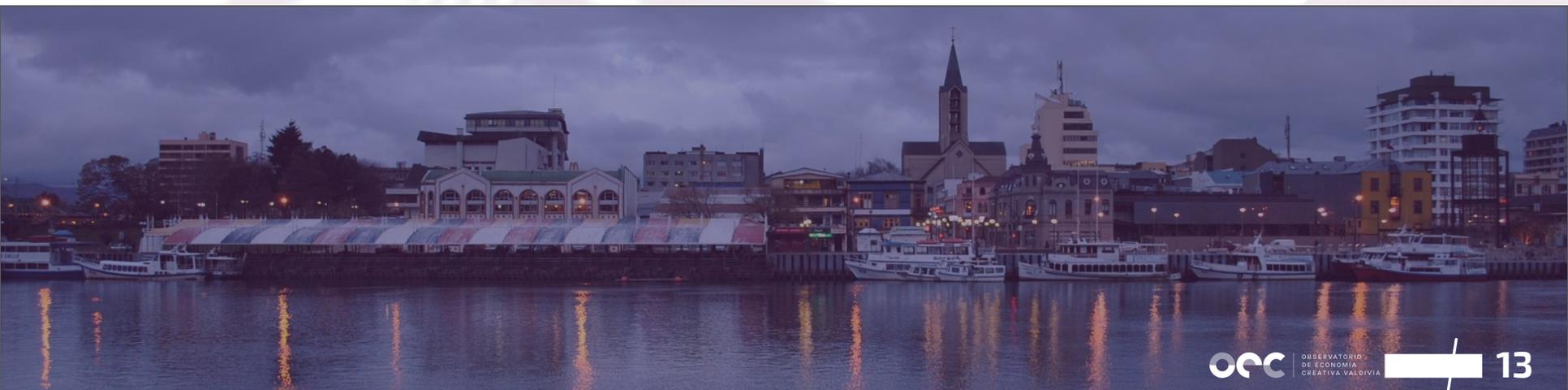
fluvial
música ciudad

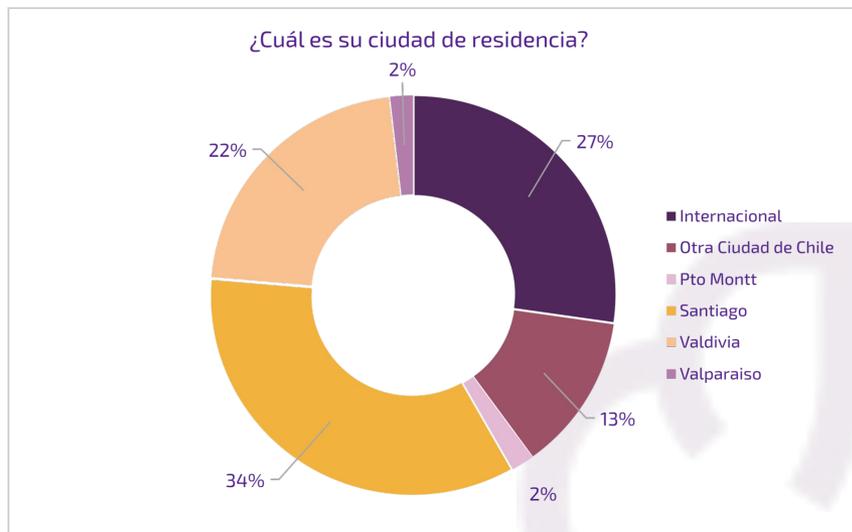


Edad de los Encuestados



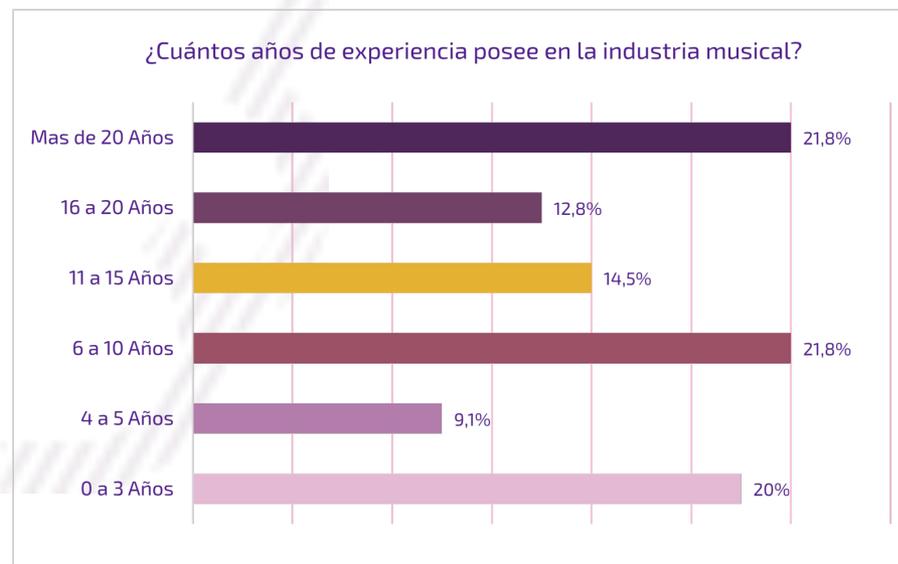
Los asistentes a la rueda de negocios son mayoritariamente adultos, el 69,1% de los encuestados se encuentra en el rango etáreo de los 31 a 45 años, el 16,3% se encuentra en el rango de los 21 a 30 años, el 10,9% entre los 46 a 55 años y el 3,6% entre los 61 o más años





Respecto al origen de los participantes, predominan tres dimensiones. El 34% de los asistentes a la rueda de negocios proviene de Santiago y un 27% son participantes internacionales. El 22% eran de Valdivia, un 13% de otras ciudades de Chile, un 2% de Valparaíso y un 2% de Puerto Montt.

Respecto de la experiencia en la industria de los participantes en la rueda de negocios, existe una combinación muy adecuada. El 21,8% dice tener más de 20 años de experiencia, y un porcentaje similar dice tener entre 6 y 10 años de experiencia. Junto a este grupo más experimentado, hay un 20% que dice tener una experiencia mucho menor, menor a 3 años. Es decir, se encuentran aquellos que se están iniciando en la industria con aquellos que poseen una experiencia mayor.





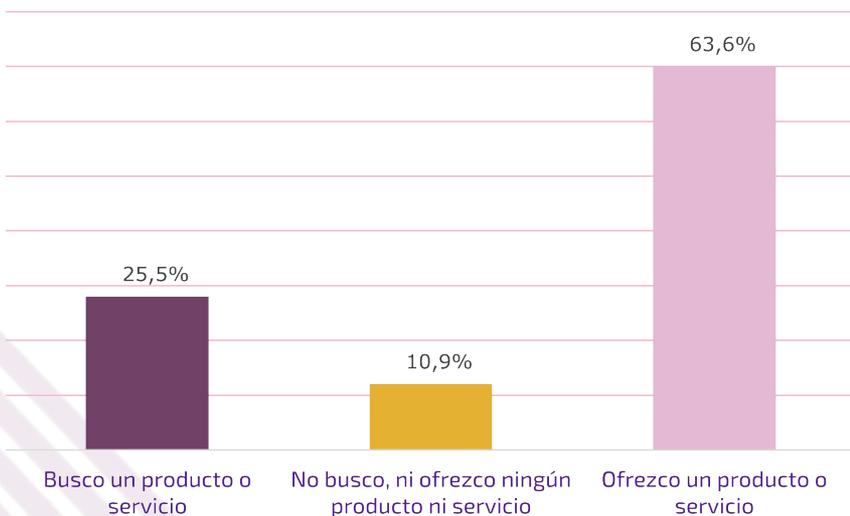
fluvial
música ciudad

oec

OBSERVATORIO
DE ECONOMÍA
CREATIVA VALDIVIA

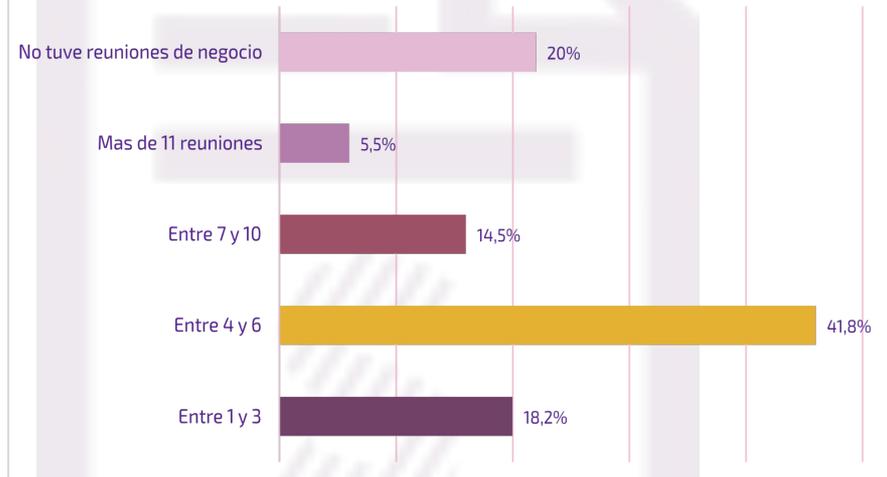
PERFIL DE LA RUEDA DE NEGOCIOS

¿Cuál es su objetivo en la rueda de negocios de Fluvial?



Sobre el propósito de los participantes, la mayoría participa ofreciendo un producto o servicio (63,6%). Luego un 25,5% lo hace porque busca un producto o servicio. Finalmente, hay un grupo menor (10,9%) que participa sin ofrecer o buscar ningún servicio en particular.

¿Cuántas reuniones sostuvo en la rueda de negocios?



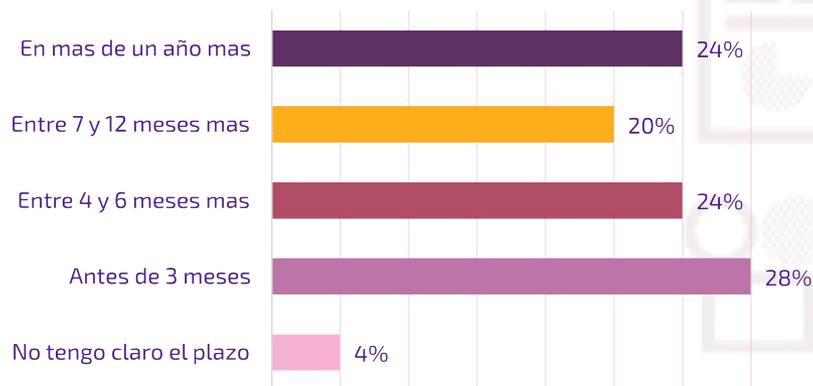
Las reuniones entre las partes ocurren para el 80% de los asistentes. De ellos, poco más de la mitad (41,8%) tuvieron entre 4 y 6 reuniones, y un 18,2% tuvo entre 1 y 3 reuniones. Hay un 20% de los asistentes que tuvo más de 7 reuniones durante los 2 días de duración de la rueda de negocios.

Tipo de acuerdos logrados

Un 44% de los participantes llegó a un acuerdo con la contraparte. Los acuerdos logrados son de distinta naturaleza. Van desde la colaboración y el intercambio, hasta la compra o venta de servicios o productos. Solamente el 12% dice haber llegado a acuerdos de compra venta, por un monto aproximado de USD 4.000. Por lo que es posible inferir que gran parte de los acuerdos logrados están en una fase primaria, que no permite asociarla a un valor.

Respecto de las colaboraciones e intercambios, los acuerdos buscan aspectos como lograr una mayor difusión de los artistas, representaciones, armar conciertos en conjunto, producción conjunta, intercambiar más información, generar proyectos a futuro, visitas y reuniones a futuro.

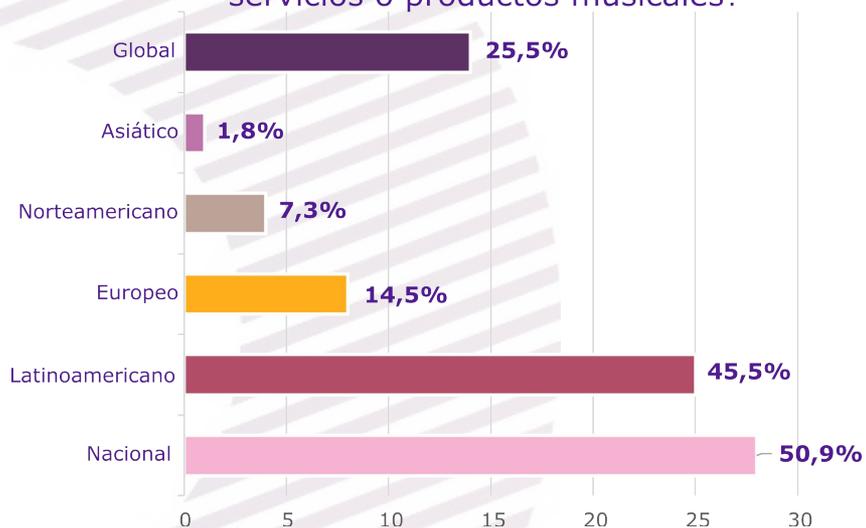
¿En qué plazo se materializarían él o los acuerdos logrados?



Respecto del plazo de materialización de estos acuerdos o colaboraciones, un 52% serán materializados durante los próximos 6 meses. Un 20% se materializa en 7 a 12 meses más y un 24% de los acuerdos o colaboraciones lo harán sobre los 12 meses.



¿En qué mercados actualmente usted difunde sus servicios o productos musicales?

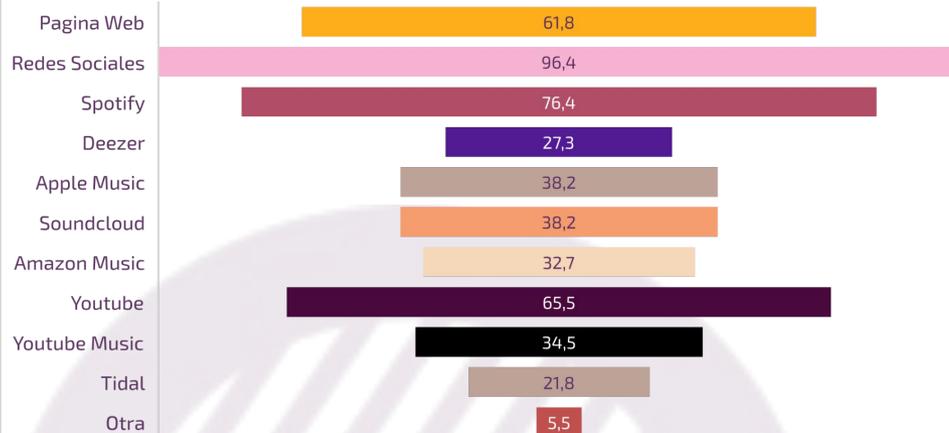


Los mercados meta hacia dónde se dirige el trabajo de promoción es muy diverso. La difusión de los productos y servicios está dirigida principalmente hacia el mercado nacional y latinoamericano, seguido por un segmento relevante que se enfoca hacia el mercado global (25,5%). Con una menor importancia se encuentra el mercado europeo (14,5%), norteamericano y asiático.

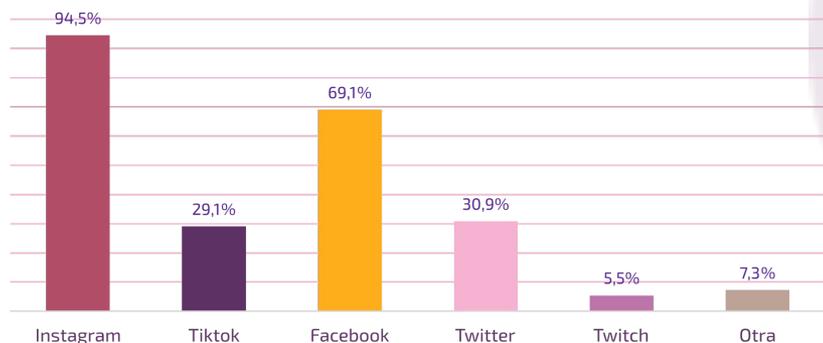


Las plataformas digitales se han convertido en un canal fundamental para la industria musical. En este caso, según los encuestados, las plataformas que lideran su utilización son; Redes sociales con un 96,4% seguido por Spotify 76,4% y Youtube con un 65.5%. También se mencionaron plataformas como la página Web con un 61.8%, seguido con una menor preferencia Apple Music 38.2% y Soundcloud 38.2%.

¿Cuales plataformas digitales ha utilizado para la difusión de sus productos o servicios?



¿Cuál red social utiliza para la difusión de sus productos o servicios?



La red social utilizada por los asistentes a la Rueda de Negocios de forma mayoritaria es Instagram con un 94,5%. Una red que se encuentra entre las primeras a nivel mundial en su alcance. Otra red social que obtuvo mención fue facebook con un 69,1%, seguido por twitter con un 30,9%.

fluvial

fluvial

música ciudad



oec

OBSERVATORIO
DE ECONOMÍA
CREATIVA VALDIVIA

21

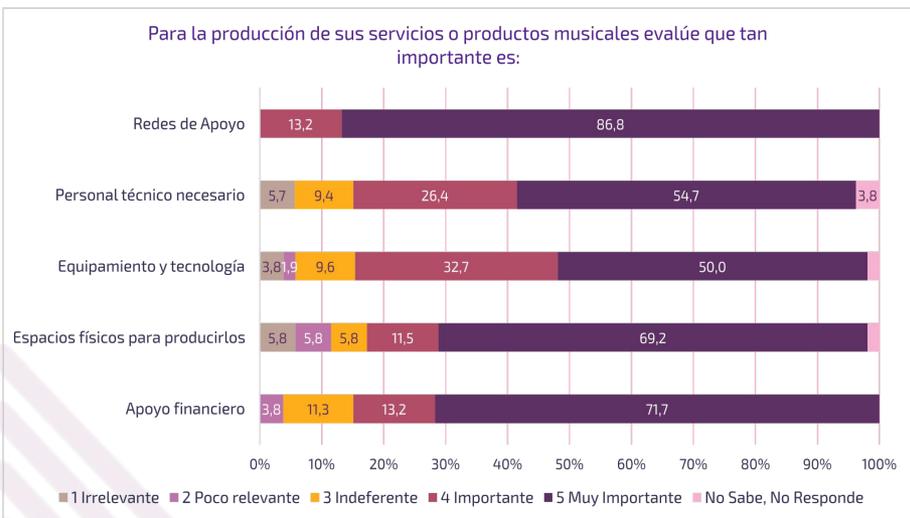
En su opinión, ¿Qué aspectos se podrían mejorar de la rueda de negocios en esta versión de Fluvial 2022?

Al analizar las respuestas de los encuestados por medio de nube de palabras, los tags más repetidos corresponden a "Tiempo", "Información", "Organización" y "Negocios", los cuales tienen directa relación a la rueda de negocios. En su conjunto, estos conceptos se relacionan con ideas de una mayor extensión de las reuniones en la rueda, pues los encuestados indicaron que el periodo es corto para la interacción, tanto en el momento de las reuniones, como en el tiempo global de la actividad. El Tag "Información" hace referencias a la idea de contar con información previa a las rondas de negocios, en palabras de los encuestados indicaron: "Inducción, introducción o presentación de la rueda, tener una base de datos para citas", "conocer previo a la ronda de negocios los productores que estarán presentes", "Información más detallada de los servicios que se están ofreciendo", "Tener un listado de acreditados para que se sepa de antemano quien va a estar presentes. Crear una red online previo a la ronda", entre otros comentarios.

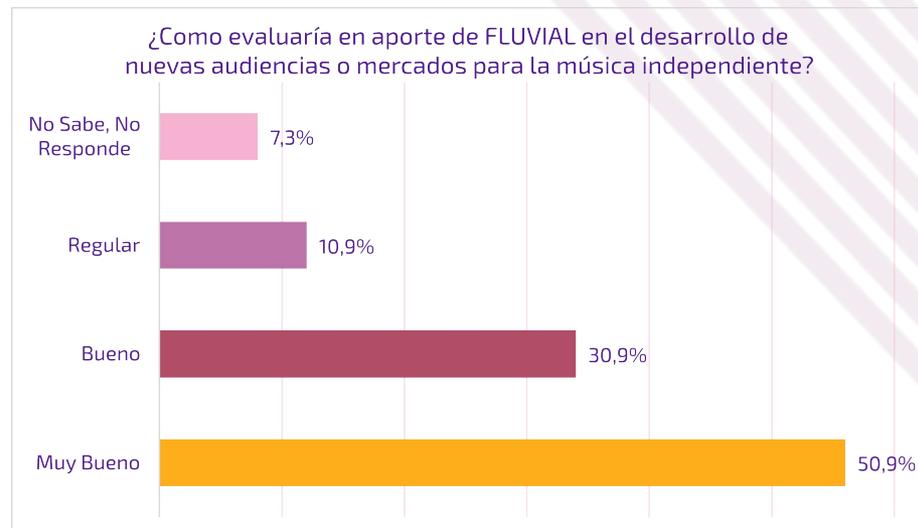
El Tag "Organización", se relaciona con ideas de una percepción de mejora en las actividades, los participantes también indicaron como aspectos a mejorar "Realizar la actividad de la rueda en un lugar más grande", "Que las mesas estén distribuidas por área en la industria", "Contar con una descripción de las empresas participantes", "Contar con una instancia previa para saber mejor cómo funciona la rueda", "Que desde la organización envíen más información con recomendaciones para hacer los negocios más expeditos".



EVALUACIÓN DE LOS ASISTENTES

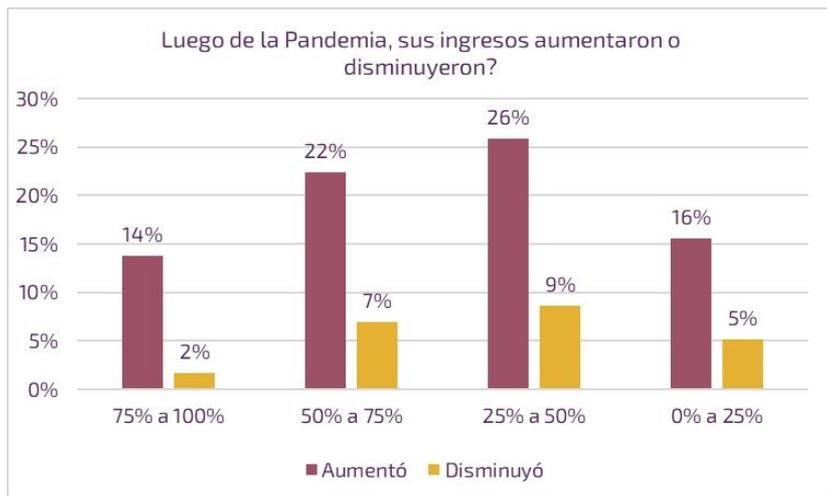


El proceso de producción de un servicio o producto musical es una parte fundamental de la cadena valor, por ende requiere de diversos recursos. Los asistentes a la actividad de la rueda de negocios consideraron en el ítem "Muy Importante" las redes de apoyo con un 86,8%, seguido por el apoyo financiero con un 71,7%, espacios físicos para producirlos con un 69,2%, personal técnico necesario con un 54,7% y equipamiento y tecnología con un 50%. El ítem "importante" obtuvo su mayor mención en equipamiento y tecnología con un 32,7%, seguido por un 26,4% del personal técnico necesario.



La mitad de los asistentes a la rueda de negocios considera como "Muy Bueno" (50,9%) el aporte de fluvial ya sea en el desarrollo de nuevas audiencias y/o mercados para la música independiente. Un 30,9% considera que es "Bueno", un porcentaje menor con un 10,9% lo evalúa como regular y un 7,2% no sabe, no responde.

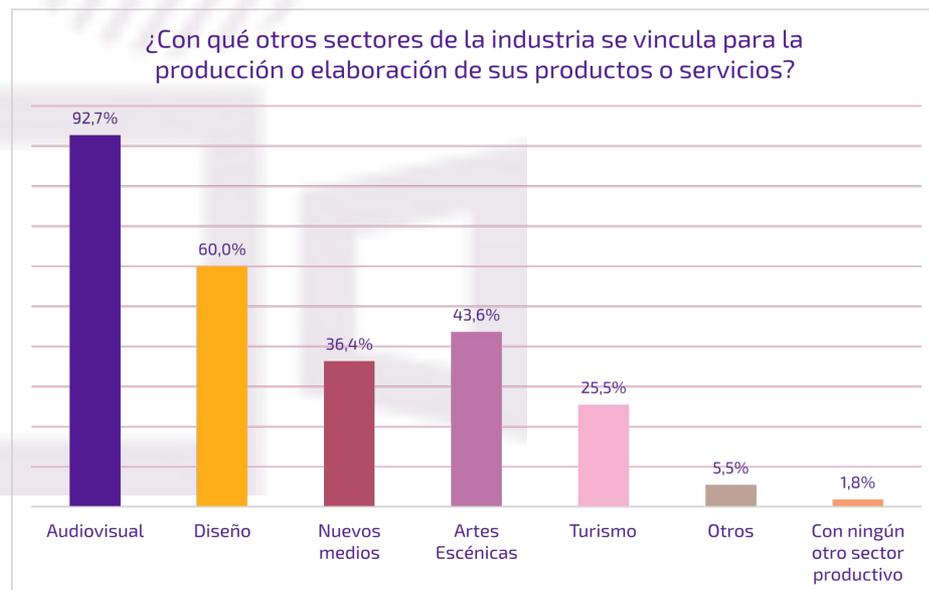




En el caso del escenario post pandemia, el 26% considera que sus ventas aumentaron entre un 25% a 50%. Luego, el 22% estimó un aumento entre 50% a 75%, y un 14% menciona un aumento por sobre el 75% de sus ingresos.

Distinto es el caso de la disminución, donde menos del 9% de los participantes dice haber experimentado una disminución de los ingresos después de la pandemia.

La vinculación entre sectores de las industrias creativas o sectores tradicionales genera beneficios intersectoriales (creación de redes, impacto económico), siendo de gran importancia. Para el caso de los asistentes, un 92,7% tiene vinculación con el área audiovisual, un 60,0% tiene conexión con el sector del diseño, seguido por un 43,6% del sector de las artes escénicas. Bajo el 40% está el sector de los nuevos medios con un 36,4%, turismo con un 25,5%, otros con un 5,5% y 1,8% menciona que no tiene vinculación con otro sector productivo.



fluvial

música ciudad



CONCLUSIONES

La rueda de negocios de FLUVIAL, en esta 6ta° versión, tuvo el objetivo de brindar un espacio de conocimiento entre actores de la industria musical independiente nacional e internacional. Estos espacios son relevantes, porque existe una predisposición positiva y horizontal de entablar una relación comercial o de colaboración, lo que ayuda a eliminar los sesgos o asimetrías de información entre los participantes. Más del 80% de los participantes evaluaron positivamente el aporte de FLUVIAL al desarrollo de nuevos mercados.

Los participantes en orden de importancia fueron artistas, sellos discográficos, profesionales de la industria, productoras y empresas de servicios. También estuvieron presentes los gremios, universidades e institucionalidad pública, aunque en una proporción mucho menor. Se puede constatar una representación casi completa de la quintuple hélice de actores, necesaria para un desarrollo sustentable de la industria. Dos tercios de los participantes fueron del género masculino y un tercio del género femenino.

El origen de los participantes es principalmente de Santiago, Internacionales, de Valdivia, y de otras ciudades de Chile. La rueda de negocios permitió el encuentro entre grupos muy experimentados en la industria con aquellos que se están iniciando, lo que es positivo desde la perspectiva del aprendizaje del rubro. Por otra parte, los mercados en los que actualmente están difundiendo sus productos son el mercado nacional y el latinoamericano principalmente, seguido del mercado europeo.

Sobre los resultados de potenciales negocios, en esta versión, hay una diversidad de acuerdos a los que se llegó en las más de 500 reuniones bilaterales efectuadas. El 44% de los participantes llegó a algún tipo de acuerdo en sus reuniones. En esta oportunidad, los acuerdos de compra y venta fueron menores en cantidad, que los acuerdos de colaborar en futuras producciones musicales o presentaciones. Los montos involucrados en las transacciones logradas llegan a los USD 4.000, lo que representa un monto bajo, esto puede deberse a que aún no era posible asociar a un monto específico el resto de los acuerdos logrados, o de querer mantener cierta privacidad en las cifras. Se estima que su materialización será principalmente dentro de los próximos 6 meses, es decir un plazo breve.

En otra dimensión de la industria musical, la mayoría de los participantes (81%) perciben que luego de superada la pandemia 2020-2021, han experimentado una mejora del negocio y de sus ingresos. Solo un 9 % de los participantes estimó que sus ingresos habían disminuído luego de la pandemia.

Otro aspecto explorado, fue el de las colaboraciones con otras industrias creativas. En esto, la mayoría ve al audiovisual, el diseño y las artes escénicas como principales colaboraciones con la industria musical. Esto nos lleva a proponer que en futuras ruedas de negocios se incluyan a estos sectores y propiciar o facilitar estas colaboraciones.

Sobre la producción de sus servicios y productos, se les pidió evaluar la incidencia de distintos factores, siendo el más valorado las redes de apoyo, seguido del apoyo financiero y el equipamiento y tecnología.

Se recomienda para las nuevas versiones de las ruedas de negocios algunos aspectos como equilibrar la participación de género, invitar a otros organismos públicos y privados especialmente ligados al medioambiente. También se recomienda mejorar algunos aspectos de organización de la rueda de negocios como usar un espacio más amplio, promover la rueda previamente entre los participantes, realizar una breve charla previa con tips y recomendaciones a los participantes. Por último, una idea interesante a evaluar podría ser la de ampliar la rueda de negocios a otros sectores de la industria creativa como el audiovisual, las artes escénicas, el diseño, la realidad virtual, algunos servicios turísticos, etc.



fluvial

fluvial

música ciudad



Esta obra está sujeta a la Licencia 4.0 Reconocimiento
Internacional de
Creative Commons.

Para ver una copia de esta licencia, visite
[Creative Commons — Atribución-NoComercial-SinDerivadas
4.0 Internacional — CC BY-NC-ND 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/)

o envíe una carta Creative Commons. PO Box 1866,
Mountain View, CA 94042, USA

Texto: Equipo OEC. Loreto Ovando, Diego Velasquez,
Roberto Martinic

Fotografías: *Victor Huenante / FLUVIAL©*

Valdivia, 2022



OBSERVATORIO
DE ECONOMÍA
CREATIVA VALDIVIA



Región de Los Ríos
GOBIERNO REGIONAL
Corporación Regional de
Desarrollo Productivo



Universidad Austral de Chile
Conocimiento y Naturaleza



Región de Los Ríos
GOBIERNO REGIONAL

www.observatoriocreativo.cl

