

**PERFIL DE PROYECTO**  
**SISTEMA DE MEDICION Y SEGUIMIENTO DE LA ECONOMIA CREATIVA DE**  
**VALDIVIA Y LA REGION DE LOS RIOS.**

Estudio elaborado por:



**Valdivia, Mayo 2016.**

## Índice

• Introducción.....	2
• La necesidad de un mayor conocimiento de la economía creativa regional. ....	3
• Marco de análisis de la economía creativa regional.....	4
• La Estructura de la Economía Creativa Regional.....	7
• Empresas creativas formales de la Región de Los Ríos. ....	10
• El Empleo creativo en la Región de los Ríos. ....	12
• La formación técnica y superior creativa en la Región de los Ríos.....	16
• Identificación de variables a medir de la economía creativa regional. ....	18
• Benchmarking de iniciativas o experiencias similares .....	21
• Determinación de costos y agenda de inversión de su implementación.....	25
• Fuentes de financiamiento y modelo de gestión del proyecto .....	27
• Modelo de operación .....	29
• Perfil del Proyecto “Sistema de Medición y Seguimiento de la Economía Creativa de Valdivia y la Región de los Ríos”.....	33
• Anexos .....	45

## • Introducción

---

La región de Los Ríos constituida como tal solo desde el año 2008, se encuentra en un proceso de consolidar sus ventajas competitivas sectoriales, ya que siendo una provincia dependiente por 32 años, no contó con las herramientas para hacerlo. Mirar hacia adentro del territorio regional, fortalecerlo y estimular su crecimiento para beneficio de sus habitantes, ha sido la motivación de la Estrategia Regional de Desarrollo del Gobierno Regional y de la Corporación de Desarrollo Productivo Los Ríos.

Una de las características que llama la atención en nuestro territorio es que a pesar de ser una región pequeña en tamaño, el aporte que se hace a la producción científica nacional es superior al promedio nacional. A esto hay que sumar el hecho de contar con uno de los festivales de cine más reconocidos a nivel nacional y latinoamericano con una trayectoria de 23 años, que ha incentivado la actividad audiovisual y cultural a nivel local. Luego, una cantidad importante de estudiantes universitarios que vienen a Valdivia año a año, que activan un mercado local para la cultura, la entretención y la vida nocturna, que unido a las características urbanas, abundante naturaleza y un no menor patrimonio arquitectónico, se funden con una marca territorial de “ciudad creativa” reconocida nacionalmente.

Al revisar los datos regionales del sector, queda la sensación de que la “marca” creativa de Valdivia es un gran activo, ya que al comparar su aporte económico a la región, con el de otras regiones del país, todavía estamos en niveles por debajo del promedio nacional. Porqué se da este fenómeno, quizás es una de las respuestas que se necesita conocer a partir de iniciativas como ésta y a lo que se quiere contribuir con un análisis y un perfil de un proyecto de seguimiento mediante indicadores de la economía creativa a nivel local.

## • La necesidad de un mayor conocimiento de la economía creativa regional.

Uno de los fenómenos económicos más interesantes de la última década, es el rápido crecimiento mundial de las industrias creativas, sobre el 14% creció el comercio Internacional. Para darse una idea de la importancia, basta con comparar que las exportaciones creativas de Estados Unidos (US\$ 49 Mil Millones) superan a las exportaciones de Cobre de Chile<sup>1</sup>. En el caso del Reino Unido, es el 2do exportador de bienes y servicios creativos del mundo con más de USD 24 mil millones anuales. En este contexto, los países latinoamericanos poseen una gran potencial, son importadores netos de bienes y servicios creativos.

En el caso de Los Ríos, el aporte del sector creativo a la economía regional es menor al registrado a nivel nacional. El aporte de la economía creativa al PIB Nacional es de 1,6% en el 2013. En la región de Los Ríos éste fue de un 0,4% en el mismo año<sup>2</sup>. Algo similar ocurre en términos del empleo. Es un hecho que hay un déficit de conocimiento sobre la economía creativa a nivel local, y también de entender de mejor manera qué factores explican sus variaciones.

A nivel nacional, CORFO ha elaborado el Programa Estratégico Nacional de Economía Creativa, destacando como una de las fallas de coordinación, “la elaboración de monitoreos estadísticos, caracterizaciones económicas, mapeos, etc., [los cuales] son pilares fundamentales para el desarrollo de estrategias sectoriales. La información disponible sobre el sector es dispersa y no hay un banco de datos óptimo que pueda apoyar las propuestas de intervención”<sup>3</sup>. En este sentido un desafío consiste, precisamente, en definir “indicadores propios del fenómeno de la Economía Creativa”<sup>4</sup>. Esto es refrendado a nivel local, en el Programa Estratégico Regional (PER) “Valdivia Innovadora, Sustentable y Creativa”, el cual incorpora en su hoja de ruta la iniciativa “Observatorio de medición y seguimiento de la economía creativa regional” con el propósito de conformar un sistema de obtención, elaboración y difusión de información sobre la economía creativa (CORFO, 2015).

La falta de información sobre el sector creativo y cultural local, hace imposible visualizar la transformación de la economía local hacia una economía creativa más consolidada y competitiva. Se trata de una brecha cuyas causas dicen relación con: a) Las industrias creativas son un sector que combina diferentes subsectores de la economía y para el cual existe información parcial, sobre todo a nivel local, debido entre otras razones a la informalidad del sector y el nivel de agregación de datos a nivel nacional, y b) La dispersión de los datos obstaculiza la visibilidad de la dinámica del sector, considerando métricas

---

<sup>1</sup> Las exportaciones de cobre de Chile bordean los US\$ 46 mil millones el año para el 2011, y descendes a US\$ 37 mil millones el 2014.

<sup>2</sup> “Valdivia Innovadora, Sustentable y Creativa”, PER CORFO, 2015.

<sup>3</sup> Programa Estratégico Nacional de Economía Creativa, CORFO, 2015.

<sup>4</sup> Informe de consultoría “Diagnóstico y caracterización de la Economía Creativa”, Elaborado por Estratégica, para CORFO, 2015.

diferentes y distintos ministerios con niveles distintos de desagregación, lo que unido a fallas de coordinación y altos costos de transacción, agravan el problema.

Las estadísticas son un mapa que destaca las características más relevantes del entorno: arrojan luz sobre las decisiones que se deben tomar para evitar desvíos de ruta y alcanzar las metas; facilitan la navegación, ayudando a eliminar el ruido que produce un exceso de información detallada, y dan una vista panorámica, para anticipar los obstáculos que se deben sortear y las oportunidades que podemos explotar.

## • Marco de análisis de la economía creativa regional.

---

### El concepto de Economía Creativa.

---

La “economía creativa” está siendo cada vez más relevante para los países, por su impacto transversal en el resto de la economía. En la economía creativa, la industria y los servicios se funden cada vez más. En este sentido la economía creativa también se funde con el paradigma de la **economía del conocimiento**, sector de la economía que utiliza el conocimiento como elemento fundamental para generar valor y riqueza por medio de su transformación a información.<sup>5</sup>

La economía creativa, definida por Howkins, comprende los sectores en los que el valor de sus bienes y servicios se fundamenta en la **propiedad intelectual**<sup>6</sup>: arquitectura, artes visuales y escénicas, artesanías, cine, diseño, editorial, investigación y desarrollo, juegos y juguetes, moda, música, publicidad, software, TV y radio, y videojuegos.

Desde una mirada latinoamericana, donde existe una “tradición” intelectual en torno al concepto de industrias culturales, se está hablando de “economía naranja”<sup>7</sup> lo que englobaría de una vez todas las miradas que se tienen de este sector. De esta manera, la economía naranja es “el conjunto de actividades que de manera encadenada permiten que las ideas se transformen en bienes y servicios culturales, cuyo valor está determinado por su contenido de propiedad intelectual. El universo naranja está compuesto por: i) la Economía Cultural y las

---

<sup>5</sup> PER “Valdivia: Creativa innovadora y sustentable”, 2015

<sup>6</sup> **Propiedad intelectual:** Reconocimiento legal de un derecho particular a favor de un autor u otros titulares de derechos sobre las obras del intelecto humano. La Declaración Mundial sobre la Propiedad Intelectual de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI), del año 2000, define la propiedad intelectual como “cualquier propiedad que, de común acuerdo, se considere de naturaleza intelectual y merecedora de protección, incluidas las invenciones científicas y tecnológicas, las producciones literarias o artísticas, las marcas y los identificadores, los dibujos y modelos industriales y las indicaciones geográficas”.

<sup>7</sup> La Economía Naranja, una oportunidad infinita, Buitrago, F.,2013, BID.

Industrias Creativas, en cuya intersección se encuentran las Industrias Culturales Convencionales; y ii) las áreas de soporte para la creatividad”.<sup>8</sup>

Las industrias creativas son, por lo tanto, no sólo económicamente valiosas por sí mismas, sino que funcionan como catalizadoras y proveedoras de valores intangibles a otras formas de organización de procesos, relaciones y dinámicas económicas de sectores diversos. Esto permite considerarlas como una “oportunidad” para el desarrollo de la economía y ciudades latinoamericanas. Esta se funda en la “tecnología digital” que permite que “Latinoamérica y el Caribe pueden emplear sus masivos recursos de talento creativo y de patrimonio cultural para generar una interesante ventaja comparativa. Esto implica una transformación que de entrada cuenta con un mercado de casi 600 millones de personas, que vienen experimentando el mayor crecimiento de riqueza de su historia.”<sup>9</sup>

### **Que son las Ciudades Creativas.**

---

La economía creativa se desarrolla más intensamente en ciudades, por la concentración de personas, facilidades e infraestructura, que en medios rurales, aunque en estos últimos, se localiza gran parte del sector patrimonial y artesanías, ya que se asocia a culturas tradicionales y/o indígenas.

Las Ciudades Creativas se erigen como el ambiente óptimo para el florecimiento de las industrias creativas. Landry<sup>10</sup> asevera que hay siete grupos de factores que están presentes en una ciudad creativa: personas creativas; voluntad y liderazgo; diversidad humana y acceso a una variedad de talentos; una cultura organizacional de mente abierta; identidad local positiva e intensa; espacios e instalaciones urbanas; y oportunidades para crear redes. En otras palabras las ciudades creativas constituirían verdaderas “kreatópolis”<sup>11</sup> por sus espacios de interacción y vinculación creativa.

### **Distintos tipos de mediciones en la economía creativa**

---

Frente al fenómeno relativamente nuevo de la economía creativa o “naranja”, hay múltiples aproximaciones cuantitativas para dimensionarla. Eso puede explicar que no exista una fuente de información oficial única en Chile, y que más bien es una brecha nacional que obviamente afecta también a las regiones.

---

<sup>8</sup> *La Economía Naranja, una oportunidad infinita*, Buitrago, F., 2013, BID.

<sup>9</sup> *Idem*.

<sup>10</sup> *The Creative City. A toolkit for urban innovators*; Landry, Richard; London, 2000.

<sup>11</sup> Se trata de un concepto en desarrollo para definir una visión de futuro optimista sobre las industrias creativas acuñado por los autores de la *Economía Naranja*.

Poco a poco se cuenta con mayor información, por los mapeos nacionales y regionales, y las estadísticas que se pueden conocer de fuentes oficiales nacionales. Se ha planteado la pirámide de la información sobre la economía naranja, que relaciona las diferentes necesidades y actividades de información que han sido implementadas en forma parcial a nivel de los países.

Figura 1: Pirámide de Información.



Los peldaños de esta pirámide <sup>12</sup> no especifican una escala territorial de trabajo, aunque se puede desprender que por su contexto de análisis se refiera más a escalas de países y no de regiones o comunas.

No obstante lo limitante que es la situación de la información a escalas regional y comunal en Chile, esta aproximación resulta correcta para comprender que el concepto de “monitoreo” e “indicadores” debe concebirse en forma integrada a los otros peldaños de la pirámide, pero con la pertinencia territorial de acuerdo a las escalas de trabajo.

---

<sup>12</sup> **A. Mapeo:** es el primer paso obligatorio. Los mapeos se realizan siguiendo diferentes metodologías y a la luz de propósitos específicos. En esencia, se trata de tomar una ‘foto’ para capturar un impacto y determinar los vacíos de información existentes.

**B. Estadística básica:** corregir vacíos de información requiere modificar y crear los formularios con los que se hacen las encuestas de producción y consumo. De esta manera se capturan más y mejores datos de las actividades informales, y se reclasifican los datos para un análisis más desagregado.

**C. Cuentas Satélite:** son un mecanismo de medición constante, confiable y comparable, derivado del sistema de cuentas nacionales. Mientras que los mapeos toman fotos, las cuentas satélite hacen la ‘película’ de la actividad económica.

**D. Indicadores:** a partir de un flujo de datos consistente, se definen aquellas variables y parámetros que permiten hacer un seguimiento constante al desempeño global de las actividades culturales y creativas.

**E. Sistemas de información:** una vez se ha desarrollado una cultura de seguimiento a la actividad económica y se han consolidado usuarios de la información, es importante generar la inteligencia requerida para tomar mejores decisiones de política y de conducción de los negocios. (La Economía Naranja, una oportunidad infinita, Buitrago, F., 2013, BID).

A nivel de la región de Los Ríos, entonces la pregunta a través de qué tipo de estrategia conviene pensar en esta pirámide. En la región existe un mapeo de las industrias creativas, levantamientos de datos y asesorías específicas en torno a dos proyectos asociativos (a través de instrumentos de CORFO y Sercotec), y el levantamiento de datos aun en ejecución para la formulación de la política regional cultural.

Para la realidad regional en particular, conviene realizar un análisis de los vacíos existentes en la “estadística básica” a nivel regional, para luego continuar con un diseño del monitoreo de los indicadores.

Gran parte de los indicadores provienen del flujo de datos de la “estadística básica”, aunque es posible combinar con algunas “pesquisas” locales de datos, recogidos a través de un instrumento local, especialmente diseñado. Esto cobra relevancia porque a escala local, hay procesos que son desconocidos por las “estadísticas básicas”, por definición más genéricas.

En la economía creativa, el talento constituye un recurso básico, por lo tanto, su retención o atracción al territorio se convierte en un objetivo estratégico. En consecuencia, el análisis permanente de las características del “ecosistema local creativo”, es una necesidad para entender cómo funcionan estos “espacios de acogida” para estos talentos.

La planificación y gestión urbana permite fortalecer el “capital humano creativo” local, ya que puede garantizar la existencia de espacios o “ventanas” donde interactuar, mostrar y conocer actividades artísticas, culturales o innovadoras. O también, la planificación regional, considerando cómo el sistema territorial, puede acelerar y facilitar los procesos de difusión de la innovación entre las pequeñas empresas, y lo mismo con la difusión del conocimiento, como un camino hacia “territorios creativos”.

## • **La Estructura de la Economía Creativa Regional.**

---

La Industria Creativa y del Conocimiento de la Región de Los Ríos, se define como un sector heterogéneo en cuanto al tipo de personas y empresas que lo componen. El centro de la economía creativa regional son las industrias creativas, y su entorno de influencia, que por medio de vínculos con la investigación científica y la tecnología, producen innovaciones que irradian al resto de la economía regional.

No se conoce exactamente las magnitudes, aunque si los “vehículos” que hace que esa relación se convierta en un “foco” de innovación regional. La estructura de la economía creativa regional contiene los vehículos de los que se habla, es decir, empresas, creadores e innovadores, instituciones, etc. Movidio por la energía de la información y de la tecnología

digital que les permite conectarse a mercados globales, clientes y prosumidores<sup>13</sup> ubicados a nivel global.

La estructura de la industria creativa y del conocimiento regional está conformada principalmente por microempresas, organizaciones, artistas individuales e investigadores. La creatividad regional también se expresa en la investigación científica, la innovación, el conocimiento, etc. En la Región de los Ríos existe una importante oferta formativa y de investigación, con un número de centros de investigación, universidades, y *staff* de investigadores que superan los de otras regiones, "...específicamente en la ciudad de Valdivia, desde donde deben irradiar su impacto hacia otros territorios de la región" (CONICYT, programa Regional, 2010: 53). Se trata de al menos 15 entidades de investigación y desarrollo (centros, universidades, institutos, nodos, núcleos y anillos de investigación), entre las cuales se incluyen 5 universidades, las cuales, en conjunto, reciben cada año a cerca de 500 estudiantes en 17 carreras consideradas creativas<sup>14</sup>. Ello incide en la presencia de una importante población universitaria, además de atraer profesionales de diversas regiones, lo cual favorece la consolidación de las denominadas "clases creativas" (Florida, 2003: 8)<sup>15</sup>

Las diferentes áreas de la economía creativa consideradas por su relevancia a nivel regional son:

- ❖ Las Industrias Creativas: Unidades productivas formales, principalmente a partir de la información del SII.
- ❖ Oficios Creativos: A partir de la encuesta de Caracterización Socioeconómica Nacional (CASEN) 2011, es posible estimar el empleo, distinguiendo entre 54 oficios creativos, y sus características como ingreso, situación laboral, etc. Clasificación Internacional Uniforme de Ocupaciones (CIUO).
- ❖ Investigación, ciencia y tecnología: El sector de la investigación y producción científica está compuesto por un abanico de profesionales pertenecientes a los centros de formación superior y de investigación científica (Universidad Austral de Chile, Universidad Santo Tomás, INACAP, Universidad San Sebastián y Centro de Estudios

---

<sup>13</sup> *Prosumidor: Es un acrónimo formado por la unión de dos conceptos, el de "productor" y del de "consumidor". Según las nuevas tendencias de la internet 2.0, el concepto tradicional de "consumidor" se esta reemplazando por el de "prosumidor". Actualmente, el término se aplica a aquellos usuarios que funcionan como "canales de comunicación humanos", lo que significa que, al mismo tiempo que son consumidores, son a su vez productores de contenidos.*

<sup>14</sup> *Ingreso anual por centros de educación superior y técnica, Datos obtenidos en sitio web del Centro de Estudios del Ministerio de Educación, <http://centroestudios.mineduc.cl/index.php?t=96>.*

<sup>15</sup> *PMC Industrias Creativas, Consultora Dalberg, 2009*

Científicos del Sur)<sup>16</sup>. De acuerdo a datos de CONICYT, en la Región de Los Ríos, los que publican científicamente son del orden de 700 autores por año. En el año 2012, 628 Investigadores tuvieron artículos publicados (como autor) en revistas científicas indexadas.

- ❖ La educación técnica y superior: 3 Universidades, 2 Institutos Profesionales y 2 Centros de Formación Técnica, que reparten 19 carreras de formación creativa en la región. Como fuente de información se utilizó la base de matriculados del Servicio de Información de Educación Superior (SIES).

En el detalle, cada una de estas áreas comprende rubros y sub-rubros más específicos, de acuerdo a modelo DMCS<sup>17</sup> de industrias creativas, al que se agrega el rubro de investigación y desarrollo y de las carreras creativas en la educación superior y formación técnica.

- Las Industrias Creativas:
  - ✓ Arquitectura
  - ✓ Arte visuales y escénicas
  - ✓ Artesanías
  - ✓ Mercados de artes y antigüedades
  - ✓ Cine, vídeo y fotografía
  - ✓ Software, juegos de vídeo y publicaciones electrónicas
  - ✓ Diseño de moda y textil
  - ✓ Diseño industrial y gráfico
  - ✓ Fotografía
  - ✓ Editorial
  - ✓ Música
  - ✓ Educación y cultura
  - ✓ Patrimonio (museos y bibliotecas)
  
- Grandes categorías de Oficios Creativos.
  - ✓ Artesanos
  - ✓ Artistas visuales
  - ✓ Fotógrafos y operadores
  - ✓ Actores y directores de
  - ✓ cine, radio, teatro y televisión
  - ✓ Trabajadores del sector editorial
  - ✓ Músicos
  - ✓ Arquitectos y dibujantes técnicos
  - ✓ Diseñadores y técnicos de apoyo al diseño
  - ✓ Trabajadores en medios informáticos
  - ✓ Operadores y locutores de radio y televisión

---

*16 También hay que mencionar la existencia de ong's como WWF y TNC, que también realizan investigaciones en el campo de la sustentabilidad, desarrollo comunitario y conservación.*

*17 La clasificación del Reino Unido, determinada en los documentos de mapeo del año 1998 y 2001 realizados por el Departamento de Cultura, Medios y Deporte (DCMS por su sigla en inglés), tuvo absoluta influencia en la mayoría de los países al desarrollar su clasificación de estadísticas culturales en la última década.*

- ✓ Trabajadores del sector publicidad
  - ✓ Trabajadores de educación superior e investigación
  - ✓ Trabajadores del sector patrimonio
- La producción de Ciencia y Tecnología.
    - ✓ Investigación y desarrollo (laboratorios, centros de estudios, certificadores y asesores en sustentabilidad e innovación).
    - ✓ Patentamiento, royalties, etc.
  - La formación Técnica y Superior.
    - ✓ Alumnos y docentes de carreras técnicas y de educación superior creativas. Son 19 en total.

### • **Empresas creativas formales de la Región de Los Ríos.**

---

Para el año 2014 se registran 648 empresas <sup>18</sup>, correspondientes al sector de la Industria Creativa a nivel regional. Los subsectores de mayor presencia regional (en términos de número de empresas formales) son la Artesanía, la Editorial, la Publicidad, y los medios informáticos. Otros sectores de importancia son el sector musical, el audiovisual y el diseño. En todas las comunas existe un patrimonio cultural singular, contando con creadores, tradiciones, y prácticas vigentes, las cuales estimulan el turismo, y éste, la creación artesanal (al menos 70 artesanos en la región).

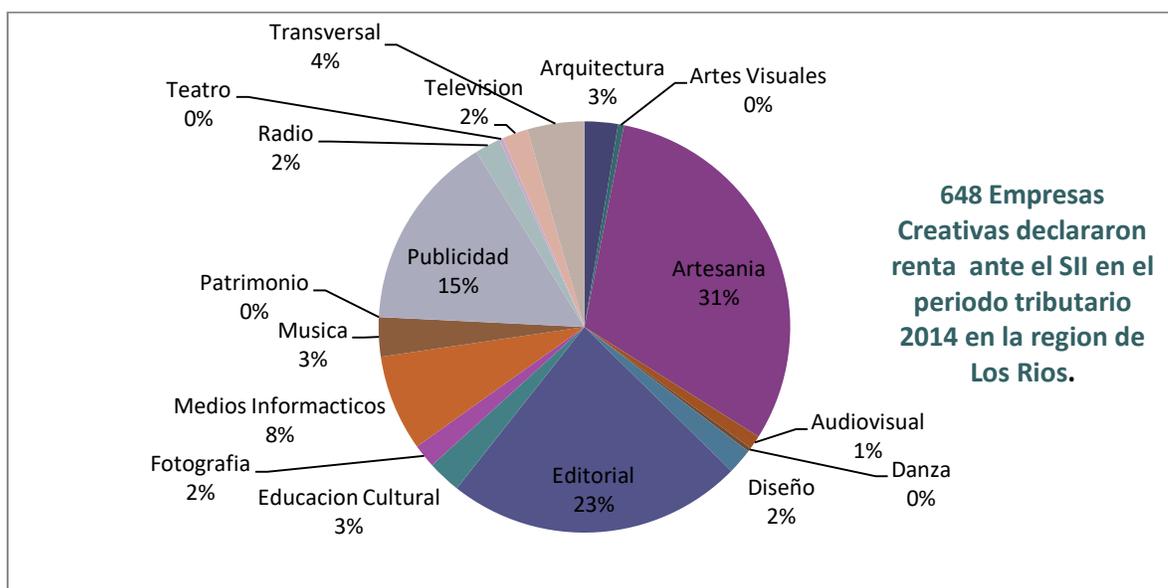
La estructura que presenta tiene como principales concentraciones de empresas en el sector Artesanía con un 31% de las empresas, un 23% en el rubro Editorial, un 15% en el rubro Publicidad. Luego siguen los demás rubros con porcentajes de un dígito, tal como se aprecia en la figura 2.

Las 648 empresas declaran ventas por UF 411.256, lo que equivale a US\$ 15.435.707, lo que equivale al 0,39% de las ventas totales regionales. Este valor está por debajo del aporte que las empresas creativas realizan a nivel nacional, que llega al 1,42%, es decir, 3,6 veces menos relevante a nivel regional (Tabla 2).

---

<sup>18</sup> Se trata de empresas que ante el SII, están identificadas como contribuyente de 1a Categoría.

**Figura 2: Participación por subsector economía creativa en base a N° de empresas**



Fuente: Elaboración Propia en base a los datos del SII.

Así también, el aporte que hace la región de Los Ríos a las ventas totales del sector es sólo de un 0,14 %, mientras las ventas totales regionales representan el 0,51% de las ventas totales nacionales. En conclusión, el sector tiene un mayor potencial de desarrollo que el alcanzado, si comparamos con el promedio del país. El pequeño tamaño poblacional de la ciudad de Valdivia y su región puede estar siendo causal de este menor desarrollo relativo. La información analizada permite identificar un sector creativo altamente concentrado en la capital regional.

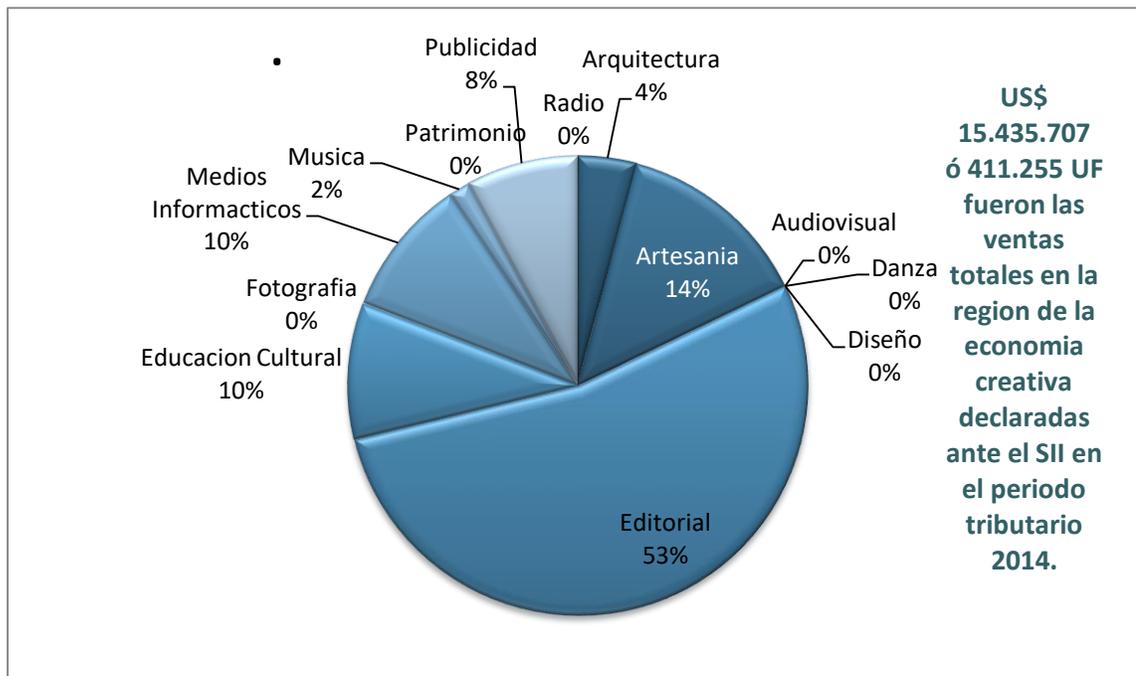
**Tabla 1: Comparación de las ventas (UF) del sector Industria Creativa y Total Ventas a nivel Regional y Nacional, 2014**

	Ventas Industria Creativa (UF)	Ventas Totales (UF)	Tasa participación ventas Ind. Creativas.
<b>Nivel Regional</b>	411.256	105.131.000	0,39%
<b>Nivel Nacional</b>	298.024.106	20.963.116.676	1,42%
<b>Tasa de concentración regional</b>	0,14%	0,51%	

Al revisar los subsectores que contribuyen son el Editorial con 53%, la Artesanía con el 14%, Medios Informático con un 10%, Educación Cultural con un 10%, Publicidad con el 8%,

Arquitectura con el 4%, Música con un 2%, además de los otros subsectores que contribuyen con cifras menores<sup>19</sup> (Figura 3).

**Figura 3: Ventas por subsector de la economía creativa. Región de Los Ríos, Año 2014.**



Fuente: Elaboración Propia en base a los datos del SII.

## • El Empleo creativo en la Región de los Ríos.

El empleo creativo se puede analizar desde distintos puntos de vista. Por un lado, se puede entender como los oficios que generan las empresas creativas, pero también se puede entender como oficios creativos en empresas no creativas. Siguiendo con la metodología propuesta en el Mapeo de las Industrias Creativas en Chile<sup>20</sup> se consideran 54 oficios creativos (Ver tabla 3), los que aparecen en la encuesta CASEN.

De acuerdo a los datos de la encuesta CASEN para el último año disponible, el 2011 existía en la región un total de 125.672 personas ocupadas, mientras a nivel nacional la ocupación era de 6.914.037 personas. La Región de Los Ríos representa el 1,8% de las personas ocupadas en Chile.

<sup>19</sup> Educación Cultural de acuerdo al SII incluye todas las escuelas no escolares como escuelas de música, modelaje, de locución, etc; y también la investigación y el campo experimental de las ciencias sociales.

<sup>20</sup> Mapeo de Industrias Creativas en Chile, Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, 2014.

**Tabla 2: Comparación ocupados creativos y total ocupados a nivel regional y nacional, 2011.**

	Ocupados Creativos	Total Ocupados	Tasa participación ocupados creativos
<b>Nivel Regional</b>	7.304	134.071	5,4%
<b>Nivel Nacional</b>	409.406	6.914.037	5,9%
<b>Tasa concentración regional</b>	1,8%	1,9%	

Fuente: Elaboración propia en base a Encuesta Casen 2011.

Por su parte, a nivel nacional se registran 409.406 ocupados en empleos creativos, lo que equivale al 5,9% del total nacional. En la región, 7.304 personas -el 5,8% - está ocupado en empleos creativos, proporción similar a lo presentado a nivel nacional.

**Tabla 3: Oficios Creativos seleccionados para el análisis del empleo.**

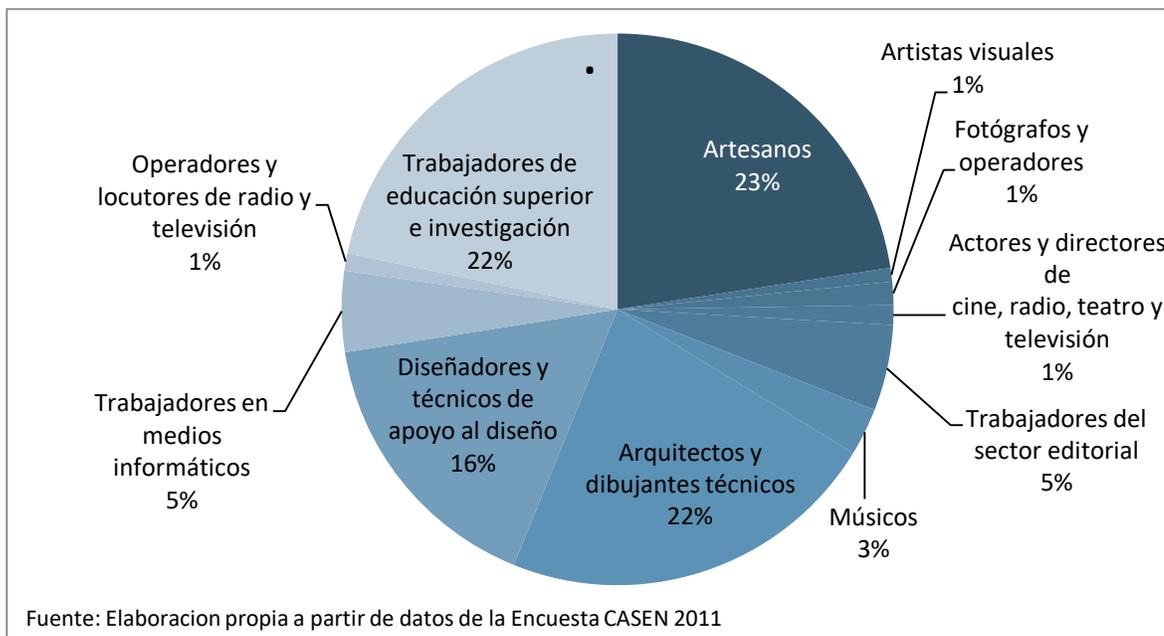
Sector y subsector		Glosa
Artesanos	Artesanos	Constructores y afinadores de instrumentos musicales
		Alfareros y afines (barro, arcilla y abrasivos)
		Artesanos de la madera y materiales similares
		Artesanos de la madera, tejidos, cuero y materiales similares
		Artesanos de los tejidos, cuero y materiales similares
		Ebanistas y afines
		Grabadores de vidrio
		Joyereros, orfebres y plateros
		Pintores decoradores de vidrio, cerámica y otros materiales
		Sopladores, modeladores, laminadores, cortadores y pulidores
Tejedores con telares o de tejidos de punto y afines		

Artistas visuales	Artistas visuales	Escultores, pintores y afines
Fotógrafos y operadores	Fotógrafos y operadores	Fotógrafos y operadores de equipos de grabación de imagen
		Operadores de máquinas para fabricar accesorios fotográficos
Actores y directores de cine, radio, teatro y televisión	Actores y directores de cine, radio, teatro y televisión	Actores y directores de cine, radio, teatro, televisión y afines
Trabajadores del sector editorial	Editorial creadores	Autores, periodistas y otros escritores
		Filólogos, traductores e intérpretes
	Editorial operadores	Codificadores de datos y correctores de pruebas de imprenta
		Encuadernadores y afines
		Estereotipistas y galvanotipistas
		Cajistas, tipógrafos y afines
		Grabadores de imprenta y fotograbadores
		Operadores de máquinas de encuadernación
Operadores de máquinas de imprenta		
Músicos	Músicos profesionales	Compositores, músicos y cantantes
	Otros músicos	Músicos, cantantes y bailarines callejeros, de cabaret y afines
Arquitectos y dibujantes técnicos	Arquitectos	Arquitectos, ingenieros y afines, no clasificados bajo otros
		Arquitectos, urbanistas e ingenieros de tránsito
	Dibujantes técnicos	Delineantes y dibujantes técnicos
Diseñadores y técnicos de apoyo al diseño	Diseñadores y decoradores	Decoradores y diseñadores
	Técnicos de apoyo al diseño	Costureros, bordadores y afines
		Impresores de serigrafía y estampadores a la plancha
		Patronistas y cortadores de tela,

		cuero y afines
		Sastres, modistos y sombrereros
		Tapiceros, colchoneros y afines
		Zapateros y afines
		Apelambradores, pellejeros y curtidores
Trabajadores en medios informáticos	Trabajadores en medios informáticos	Creadores y analistas de sistemas informáticos
		Directores de departamentos de servicios de informática
		Programadores informáticos
Operadores y locutores de radio y televisión	Operadores y locutores de radio y televisión	Locutores de radio y televisión y afines
		Operadores de equipos de radiodifusión, televisión y telecomunicaciones
Trabajadores del sector publicidad	Trabajadores del sector publicidad	Directores de departamentos de publicidad y de relaciones públicas
		Modelos de moda, arte y publicidad
Trabajadores de educación superior e investigación	Trabajadores de educación superior e investigación	Directores de departamentos de investigaciones y desarrollo
		Profesores de universidades y otros establecimientos educativos
		Sociólogos, antropólogos y afines
Trabajadores del sector patrimonio	Patrimonio transmisores	Curanderos
		Practicantes de la medicina tradicional
		Constructores con técnicas y materiales tradicionales
	Patrimonio preservadores	Archiveros y conservadores de museos
		Bibliotecarios, documentalistas y afines
		Empleados de bibliotecas y archivos

A nivel regional, los de 7.304 oficios creativos están compuestos por Artesanos (23%), educación superior e investigación (22%), Arquitectos y dibujantes técnicos (22%). Luego siguen los diseñadores, sector editorial, informáticos, músicos, artistas visuales, fotógrafos, directores y actores, operadores y locutores de radio (Figura 4).

**Figura 4: Estructura Ocupacional de la fuerza laboral creativa, Región de los Ríos, 2011.**



### • La formación técnica y superior creativa en la Región de los Ríos.

Para el año 2014, existen 2.004 personas matriculadas en carreras creativas en la Región. Se observa la existencia de 5 programas educativos orientados a la creación en las disciplinas como arquitectura, diseño, música, artes visuales. Por otro lado, existen 12 programas educativos orientados a dar soporte a la cadena de producción y de comercio y que están en las disciplinas de gastronomía, diseño e informática principalmente. Dos programas educativos por último, van en la línea de soporte teórico, y tienen relación con las disciplinas de la literatura, y estudios transversales en cultura.

La gran mayoría de estas carreras son carreras de pregrado (84% de los programas), y una cantidad menor corresponden a carreras de postgrado (16% asociado a los programas de Literatura y Estudios Transversales en Cultura). No existe la opción de pos títulos en la región en el ámbito de las carreras artísticas y/o creativas. El perfil de los estudiantes que escogen estas carreras es por otro lado principalmente proveniente de Colegios Municipales (43%) y Particular Subvencionados (49%). Menos presencia tienen en estas carreras alumnos de colegios particulares pagados (8%).

Las carreras creativas que actualmente se imparten en la Región son las siguientes:

**Tabla 4: Carreras Creativas Región de Los Ríos, 2014.**

Nombre Institución	Nombre Programa	Vacantes	Matrícula Total Año	1°	Matricula Total
U. AUSTRAL DE CHILE	Arquitectura	75	79		326
	Licenciatura en Artes Visuales	30	32		117
	Periodismo	40	45		184
	Ingeniería Civil Acústica	20	29		106
	Ingeniería Civil Electrónica	52	57		193
	Ingeniería Civil Informática	65	67		308
	Ingeniería Electrónica	s/i	0		6
	Interpretación Musical (**)	s/i	s/i		s/i
U. TECNOLÓGICA DE CHILE INACAP	Ingeniería en Informática	20	14		114
	Ingeniería en Informática	15	14		61
I.P. SANTO TOMÁS	Diseño Gráfico	40	48		133
	Téc. Nivel Sup. en Diseño Publicitario Multimedial	s/i	s/i		4
	Ing. Ejec. en Informática	25	20		63
	Ing. Ejec. en Informática	25	15		41
C.F.T. INACAP	Téc. Nivel Sup. en Gastronomía Internacional	64	59		136
	Téc. Nivel Sup. Analista Programador	20	24		68
	Téc. Nivel Sup. Analista Programador	15	16		38
	Téc. Nivel Sup. en Electricidad Industrial	20	24		49
	Téc. Nivel Sup. en Electricidad Industrial	25	29		57
(**) A partir del año 2015, el Conservatorio de Música es parte de la nueva Facultad de Arquitectura y Artes.					
Total		551	572		2004
Total todas las Carreras		s/i	3.431		15.636
% Creativo/todas las carreras			17%		13%

Fuente: Elaboración Propia en base a datos del Servicio de Información de Educación Superior (SIES).

## • Identificación de variables a medir de la economía creativa regional.

El monitoreo de distintos indicadores de la economía creativa tiene como objetivo mejorar el conocimiento que se tiene sobre el sector. Por ejemplo, conocer mejor cuál es su impacto regional directo e indirecto, así como también conocer cuál es el impacto de las políticas públicas que se llevan adelante a nivel local.

Una primera aproximación para establecer un marco de trabajo, es distinguir aquellos ámbitos o entornos de la realidad que forman parte del sistema económico creativo, tomando como referencia las características que localmente son más importantes. Estos entornos interactúan simultáneamente, por ejemplo en la ciudad de Valdivia, creando un ecosistema propicio al desarrollo de la actividad y la cadena de valor creativa<sup>21</sup>. También la debilidad de estos entornos en cuanto a su presencia en algún territorio, puede explicar porque ahí se desarrolla menos la economía creativa.

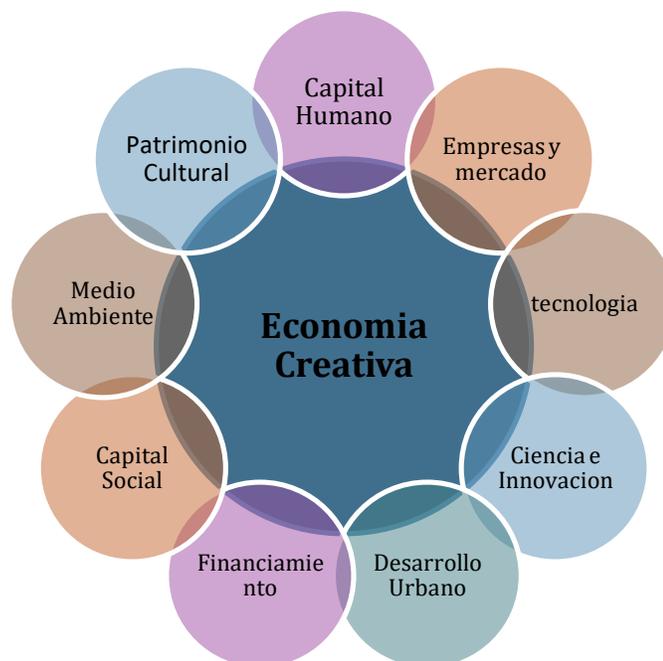
Pero el verdadero sentido que tienen, es que son verdaderas “cajas negras o grises” ya que no sabemos exactamente que variables y qué relaciones pueden ser más significativas en cuanto a explicar las variaciones de la economía creativa regional. Se precisa conocer el **qué**, el **cuándo**, el **dónde**, ya que hoy sólo conocemos el **cuánto** se vende y cuánto empleo se genera desde la economía creativa (figura 5).

A partir del análisis de cada ámbito y sus variables, y de conocer qué grado de incidencia tienen las diferentes variables en la cadena productiva y ciclos de producción de los subsectores creativos, es que se puedan establecer protocolos para la construcción de indicadores dinámicos a lo largo del tiempo, y de esa forma poder efectuar el seguimiento de las variables, ver sus resultados, etc. Es importante también tener en cuenta lo mencionado sobre el análisis de esta información que debe realizar el sector, como una buena práctica, sin lo cual tampoco se cumplirían los objetivos finales de fortalecerlo.

---

<sup>21</sup> *Modelo de análisis que permite describir el desarrollo de una actividad empresarial identificando sus partes constituyentes – actividades primarias y secundarias -. Se presenta como un sistema interdependiente de eslabones que añaden valor al producto final. La cadena de valor de las industrias culturales y creativas se inicia con la concepción de ideas creativas que combinadas con otros insumos producen un bien o un servicio cultural/creativo, el cual adquiere valor a lo largo de la cadena hasta llegar a los canales de marketing y distribución para el consumidor y la audiencia final. Aunque el valor añadido se define como la diferencia existente entre el coste de los factores de producción y el precio de venta final, en este sector, el valor final de los productos culturales y creativos puede incorporar dimensiones intangibles (valor de marca o identitario) no traducibles inmediatamente en el precio pero que conducen a nuevas aportaciones a medio o largo plazo (mecenazgo, voluntariado, publicidad, etc.). (Unesco, 2011)*

Figura 5: Ámbitos o Entornos de la economía creativa regional.



La medición de la creatividad en términos de estadísticas sigue siendo un problema, ya que la lista de indicadores para medirlos no refleja necesariamente su verdadera contribución a la sociedad. En ese sentido, los “indicadores” son aproximaciones de la realidad y no verdades absolutas<sup>22</sup>. Su utilización no es más que una forma de aproximación sistemática, objetiva y continua a la realidad del sector en la región. A partir de estos indicadores, sus instancias de gobernanza podrán obtener respuestas sobre su desempeño y corregir los programas o proyectos en caso de ser requerido.

Cada uno de estos ámbitos refleja una conjunto de “variables” y que inciden en la creación de territorios creativos, que son válidas para el caso local.

El alcance de cada uno de estos ámbitos y lo que interesa medir en cada uno de ellos queda reflejado en la siguiente tabla:

Ámbitos o variables relevantes.	Qué medir?
Capital Humano	Cómo se atrae talento y como se retiene. De que forma estamos formando a los jóvenes respecto de la innovación, la ciencia y las artes creativas. Cuánto oficios, técnicos, especialistas, doctores existen, etc.
Capital Social	Gobernanza del sector, modelos de negocios, vínculos y redes. Confianza, apertura, accesibilidad, participación. Como se trabaja para crear entornos favorables, multiétnicos, tolerantes, etc.
Empresas y mercado	Ventas, empleo, tamaño de las empresas, PIB del sector, Inversión privada, creación y cierre de empresas,

<sup>22</sup> La Economía Naranja, una oportunidad infinita, Buitrago, F., 2013, BID.

	los subsectores en que operan, sus tamaños, y mercados a los que se dirigen, sean estos nacionales o internacionales.
Ciencia, Innovación y tecnología.	Mide la cultura del emprendimiento en un lugar. Además, se busca información sobre el desarrollo de la I + D y la innovación. Postgrados, Publicaciones Indexadas, patentes que se originan en el territorio, qué nuevas tecnologías, etc.
Desarrollo Urbano	La calidad del espacio urbano tanto de una forma objetiva: áreas verdes, espacios públicos, delincuencia etc. Grado de conectividad digital y banda ancha, acceso a internet, etc. Otros indicadores como, índice de bohemia, nuevos medios de transporte urbano, predominio de transporte publico v/s privado, etc. Construcción de nuevos espacios relacionados a la innovación, el talento, a la cultura y espectáculo, como áreas de incubación, áreas de innovación (Labs), área de co creación, etc. La posición en el ranking de ciudades ayuda a ver evolución en el tiempo.
Políticas Financiamiento y	Mide el papel de la infraestructura pública y políticas específicas, incluidos los recursos financieros destinados al emprendimiento creativo, la innovación y la comercialización, el incentivo a la creatividad en un lugar.
Medio Ambiente	Este factor es más transversal desde la perspectiva de la naturaleza ya que puede estar presente en diversos ámbitos .Pero también es interesante observar su dimensión cultural local respecto de la práctica de la sustentabilidad, por ejemplo; y también interesa observarlo como “factor de calidad de vida” a nivel local, por su influencia en la atracción de nuevos talentos a la ciudad.
Patrimonio	El patrimonio, tanto material como inmaterial, es un recurso atractivo para las profesiones e industrias creativas. Algo básico son las políticas de recuperación del patrimonio, y sin esto, es difícil que sea un estímulo a la economía creativa. En una segunda etapa, el emprendimiento cultural e innovación sobre la generación y difusión de contenidos sobre patrimonio es objeto de industrias creativas.
Producción Cultural	Distinción, diversidad, vitalidad y expresión. La oferta cultural es amplia y acoge el debate y el pensamiento crítico? Es accesible desde diferentes grupos sociales? Los extranjeros conviven en armonía con habitantes locales?
Otros	Puede incluirse otras variables evidentemente, pero las anteriores parecen ser las de mayor peso en la explicación del fenómeno de crecimiento de la economía creativa.

Estas variables son una propuesta que puede construirse colectivamente a partir de esta base y de otras experiencias que pueden no haber sido revisadas en esta propuesta. Por esta

razón, al ejecutar el proyecto se considera este espacio de co-creación con un grupo representativo del sector local.

## • Benchmarking de iniciativas o experiencias similares

### UNESCO: Índice de desarrollo de las industrias culturales (IDIC).

Como propósito UNESCO busca estandarizar la comparación entre países de los indicadores económicos de las industrias culturales. El modelo de base que proponen incluye los indicadores más relevantes, y que pueden construirse en la mayoría de los países, siendo esa una de sus fortalezas.

Tabla 5: Modelo de base para indicadores económicos de la UNESCO.

Nombre Indicador	Formula de medición	Descripción	
<b>Valor Agregado Bruto</b>	Valor Agregado Bruto/ PIB de las industrias culturales o subsectores de ella.	Valor agregado bruto /industrias culturales o subsectores en términos absolutos	
	Valor agregado bruto /PIB de las industrias culturales o subsectores de ella en términos relativos.	Parte del Valor agregado bruto / % PIB de industrias culturales sobre VAB / PIB en la economía total (%)	
	Distribución del valor agregado bruto /PIB por sub-sector	Parte del sub-sector industrias culturales en la totalidad del valor agregado bruto / PIB en términos absolutos y relativos	
<b>Empleo</b>	Contribución del empleo en las industrias culturales sobre el empleo total	Empleo de las industrias culturales en el empleo total (%)	
	Distribución del empleo en subsectores de las industrias culturales	Proporción del empleo por subsector de las industrias culturales / empleo total en las industrias culturales en términos absolutos y relativos	
	Volumen total y por segmentos de trabajadores	Número de trabajadores por cuenta propia. Proporción de autoempleo en la totalidad del autoempleo en la economía.	
	Productividad del trabajo en las industrias culturales	VAB por empleado en las industrias culturales	
<b>Actividad económica</b>	Stock de empresas	Número de empresas por tamaño en las industrias culturales	
	Distribución de empresas por sub-sector	Número de empresas por tamaño en los sub-sectores de industrias culturales	
	Creación de empresas	Número de nuevas empresas en las industrias culturales	por cada 10 000 personas
			Mortalidad de empresas
	Distribución de la creación de empresas por sub-sector	Número de nuevas empresas por tamaño en los sub-sectores de industrias culturales por cada 10 000 personas	por cada 10 000 personas

	Distribución de la mortalidad de empresas	Número de empresas cerradas por tamaño en los sub-sectores de industrias culturales por cada 10 000 personas
--	---	--

Fuente: Elaboración propia a partir de publicaciones de UNESCO. <sup>23</sup>

Distintas variables pueden ser agrupadas (agregadas) y usadas para construir un **índice de desarrollo de las industrias culturales (IDIC)**: el primer agrupamiento del IDIC debería contener información básica sobre la dimensión económica de las industrias culturales, a menudo presentado por países (número de empresas, distribución de empresas por tamaño, el número de trabajadores independientes, etc.); el segundo incluiría información sobre la actividad económica de las industrias culturales (VAB / VA, facturación, ganancias, etc.) y la tercera información de empleo (número de empleados, trabajadores por cuenta propia, salario promedio, etc.). La modalidad de base de un IDIC puede tener diferentes componentes según objetivos analíticos. Una de las desventajas del método de índice es que un índice agregado no muestra la importancia relativa de sus diferentes componentes. Con una armonización a nivel internacional, es muy difícil entender por qué los índices nacionales cambian con el tiempo sin el análisis estructural de las industrias y políticas culturales. Así, IDIC puede utilizarse como una medida adicional para evaluar la contribución económica de las industrias culturales y su desarrollo. Sin embargo, puede ser una buena herramienta ya que puede ser comparable en diferentes tiempos y lugares, incluso internacionalmente y construido con los datos disponibles y adaptados a los contextos locales para influir en la acción política.

### Resumen del Modelo de Medición utilizado en Estados Unidos y Canadá.

Existen diferentes enfoques en las mediciones en América del Norte. En Estados Unidos, el enfoque predominante a la hora de la medición del sector es la de diferenciar bajo el concepto de “propiedad intelectual” por un lado y con o sin fines de lucro. En el caso de Canadá es distinto ya que existe por un lado el enfoque basado en la cadena de producción y por otro, el enfoque basado en la propiedad intelectual.

	Concepto	Enfoque	Principales mediciones	Modelo de Medición
<b>Estados Unidos</b>	Artes e industrias creativas con/sin fines de lucro directo/indirecto	Criterio con/sin fines de lucro	-Análisis de impacto económico: total gastos, empleos equivalente a tiempo completo, ingresos familiar, los ingresos del gobierno local y nacional, ingresos federales de impuesto sobre la renta - crecimiento de las industrias sin fines de lucro medida a través del número de organizaciones y participantes	Análisis de multiplicador basado en las tablas Insumo Producto

<sup>23</sup> *Mesure de la contribution économique des industries culturelles Examen et évaluation des approches méthodologiques actuelles*, 2009

			- estructura de la fuerza laboral en el sector de las artes y las industrias culturales sin fines de lucro	
	Industrias constituidas sobre el derecho de autor	Valor del derecho de autor.	- valor añadido por subsector de las industrias del derecho de autor - empleo por subsector de las industrias del derecho de autor - comercio por subsector de las industrias del derecho de autor. - indemnización por empleado - contribución de las industrias de derecho de autor al crecimiento real anual de la economía en general	Análisis del peso económico y análisis estructural.
Canadá	Industrias del derecho de autor (a veces utilizado como sinónimo de industrias culturales)	Valor del derecho de autor (Industrias centrales y no centrales con derechos de autor)	- valor añadido por el subsector de las industrias del derecho de autor - empleo por subsector de las industrias de derecho de autor - comercio internacional (exportación e ingreso en el extranjero) por el subsector de las industrias de derecho de autor	Análisis del peso económico y análisis estructural.
	Sector Cultural (utilizado como sinónimo de industrias culturales)	Modelo de la cadena creativa (criterio de diferenciación de bienes y servicios culturales centrales y no centrales)	- Empleo, número de empleo en sector cultural y tasa de crecimiento. - Valor Agregado Bruto - PIB Nominal - Salarios y remuneraciones (sector cultural y proveedores) - Ingresos netos de empresas (estudio de Montreal). - Beneficio bruto antes de impuestos (estudio de Montreal). - Ingresos públicos generados por impuesto del sector cultural. - Financiamiento privado del sector de las artes (estudio de Montreal). - Valor del comercio internacional de bienes culturales. - Gastos públicos en el sector cultural por nivel de gobierno. - Factor multiplicador del empleo( estudio de Montreal)	Tabla de doble entrada I-O y enfoque de multiplicadores ; Análisis del peso económico y análisis estructural.

Fuente: Fuente: Elaboración propia a partir de publicaciones de UNESCO.

Muy interesante iniciativa que permite hacer un seguimiento a 4 dimensiones del quehacer cultural: el movimiento legislativo, la situación presupuestaria, las políticas de fomento y los compromisos presidenciales.

En su página web reúne información sobre estas políticas a nivel nacional, recopila información de estudios realizados en las regiones de Chile, informes de ejecución presupuestaria, etc. No reúne información sobre ciudades creativas en particular, pero tiene un buen dossier de documentos sobre las industrias creativas en Chile (audiovisual, música, editorial, etc.). También reúne estudios y documentos publicados por otras instituciones de interés para el estudio de las políticas culturales (se trata de documentos que están a disposición del público en las respectivas páginas web institucionales).

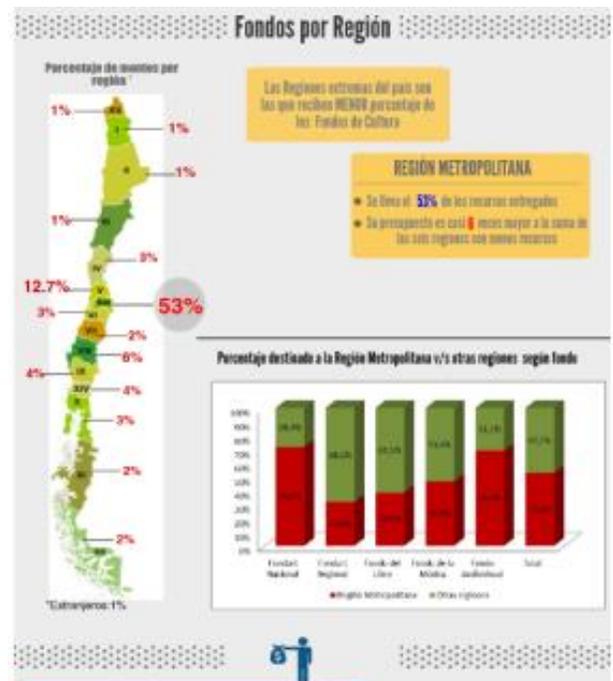


Es un proyecto conjunto de la Universidad de Chile, apoyado por la Embajada de Francia y la Sociedad Chilena del Derecho de Autor. Además cuenta con el patrocinio de la UNESCO.

EL OPC tiene como misión profundizar el conocimiento del sector cultural chileno y contribuir al estudio de las políticas culturales. Busca potenciar el debate público sobre las políticas culturales y aportar al mejoramiento de la oferta formativa en gestión cultural.

Ofrece en su sitio web los siguientes servicios:

- Estudios e investigaciones del sector cultural
- Asesorías en políticas culturales
- Asesorías a la formación en gestión cultural
- Cursos y talleres de capacitación.



## Argentina : Observatorio de Industrias Creativas de Buenos Aires

El Observatorio de Industrias Creativas (OIC) es una herramienta creada por la Subsecretaría de Economía Creativa del Gobierno de la ciudad de Buenos Aires, que posee información sobre estadísticas de del sector, legislación, y publicaciones.

Es una unidad de estudios conformada por un equipo interdisciplinario y dedicada a la obtención, elaboración y difusión de información cuantitativa y cualitativa sobre las industrias creativas (IC) locales. El principal objetivo del OIC es contribuir a la conformación de un sistema de información sobre las IC que sirva a la toma de decisiones tanto por parte de la gestión pública como por parte de los actores que intervienen en la producción cultural y creativa.



Tiene una serie de estadísticas sobre empleo, valor agregado, Comercio exterior y sobre cada uno de los subsectores como audiovisual, editorial, música, teatro, etc.

Es una buena referencia por el detalle de los datos y estadísticas y la forma gráfica de presentación que se utiliza, a partir de planillas Excel.

No presenta datos o análisis sobre la ciudad creativa propiamente tal, es decir, no se encuentran variables que digan relación con el espacio urbano, innovación y economía creativa.

### • Determinación de costos y agenda de inversión de su implementación

La implementación de un buen sistema de seguimiento de la economía creativa a nivel regional debe ligarse a una institucionalidad que permita trascender los ciclos cortos tanto económicos como políticos. También es importante para su validez y sustentabilidad en el tiempo que se haga un diseño robusto en términos de plataforma de datos, y que sea colaborativo institucionalmente, de tal manera que refleje los diferentes intereses de la industria. En ese sentido, asumiendo dicho desafío, la Universidad Austral de Chile ha formulado un proyecto, postulado al FIC-R 2016, que de financiarse, permitirá implementar el sistema de seguimiento, con los criterios enunciados más arriba, pero adicionando otro

elemento importante: la capacidad de investigación y análisis de la información que la universidad puede aportar.

Conforme a lo anterior, se ha dividido el proyecto en tres etapas para su implementación: La etapa de diseño, la etapa de puesta en marcha y la etapa de operación.

### Costos de etapa de diseño y puesta en marcha.

Los costos totales del diseño y puesta en marcha de la plataforma ascienden a M\$ 84.346, de acuerdo al perfil del proyecto elaborado. Su duración se estima en 18 meses en total y un detalle de sus etapas e ítems a financiar se encuentran en el Perfil del Proyecto elaborado.

### Costos en etapa de operación en régimen.

Los costos totales para la operación en régimen de la plataforma se han definido en base a dos escenarios. El **escenario A** considera un equipo humano permanente de 7 personas de manera esporádica, pero con una mayor participación de profesionales en el análisis y procesamiento de la información. En cuanto a gastos operacionales, se considera además la realización de **2** encuestas anuales y un seminario anual de difusión. El costo de esta etapa se estima en M\$ **19.336 anual**, lo que incluye costos operacionales y recursos humanos.

El **escenario B** considera una mínima organización compuesta por 5 personas de manera esporádica, con mayor énfasis en la administración de las base de datos e índices. En cuanto a gastos operacionales, se considera la realización de **1** encuesta anual y un seminario anual de difusión. El costo de esta etapa se estima en M\$ **8.938 anual**, lo que incluye costos operacionales y recursos humanos.

Un detalle de los ítems considerados y sus valores se encuentra en el Anexo 4.

En el siguiente cuadro se aprecia el ciclo anual de operaciones y ambos escenarios.

Finalmente los costos totales las tres etapas del proyecto y sus variaciones, se puede apreciar en el siguiente resumen.

	Costo Total M\$		Duración
ETAPA DE DISEÑO Y PUESTA EN MARCHA	84.346		18 meses
	<b>Escenario A</b>	<b>Escenario B</b>	
ETAPA DE OPERACIÓN EN REGIMEN	19.336	8.938	Ciclo Anual

## • Fuentes de financiamiento y modelo de gestión del proyecto

La gestión para su financiamiento se analiza de acuerdo a las tres etapas distinguidas previamente: la etapa de diseño, la etapa de puesta en marcha y la etapa de operación.

A continuación se presenta una descripción de las tres etapas:

### i) Etapa de diseño

Esta etapa tiene una duración de 14 meses e involucra las siguientes actividades:

Nro.	Nombre actividad	Descripción de la Actividad
1	Levantamiento inicial y benchmarking	Estudio de requerimientos de información en base a consultas a instituciones públicas y privadas (incluyendo Universidades y Centros de Investigación) del sector y benchmarking.
2	Evaluación de fuentes disponibles	Análisis y evaluación de las fuentes de información disponibles.
3	Selección y Validación de Indicadores	Diseño y validación del conjunto de indicadores de seguimiento a utilizar.
4	Metodologías de Construcción Indicadores	Diseño de metodología de construcción de indicadores en base a información de fuentes secundarias y primarias.
5	Diseño de los procesos de levantamiento de información estadística	Recolección de datos secundarios disponibles en diversas fuentes de información (INE, CNCA, Municipalidades etc). Diseño de la metodología y construcción de instrumento de toma de información primaria a través de encuesta cara a cara y/o on line para la recolección de información de primer orden, la cual se aplicará a muestra representativa de las entidades (empresas) relacionadas con sector de estudio.
6	Levantamiento del proceso de Datos Primarios	Aplicación de instrumento de recolección, digitación, procesamiento, validación y análisis de sus resultados.
7	Desarrollo del Framework	Diseño de base de datos digital y desarrollo de framework. (diseño, desarrollo y evaluación) Open data.

### ii) Etapa de Puesta en Marcha.

Esta etapa tiene una duración de 4 meses e involucra las siguientes actividades:

Nro.	Nombre actividad	Descripción de la Actividad
8	Puesta en Marcha de Plataforma	Poblamiento de datos y marcha blanca
9	Difusión de la plataforma	Plan de inducción del uso de la plataforma

		para la toma de decisiones a usuarios públicos y privados, considera la realización de encuentro con las instituciones públicas, privadas y empresas, gestores culturales, creativos, etc. También considera la realización de campaña de marketing digital, publicaciones en diario local, revistas on-line, páginas webs, principalmente.
10	Validación e Implementación de un modelo de operación a costos razonables.	Optimización de costos de operación anual del observatorio, análisis de alternativas de financiamiento y propuesta, validación de modelo de financiamiento al interior de la UACH, validación de modelo de financiamiento con grupos de interés.

iii) **Etapas de Operación.**

<b>Nro.</b>	<b>Nombre actividad</b>	<b>Descripción de la Actividad</b>
10	Operación indefinida de Plataforma.	A partir del mes 18 se inicia la operación en régimen de la plataforma, con costos reducidos y optimizados, los que son absorbidos en un porcentaje a definir por la UACH. El porcentaje restante corresponde al financiamiento de actividades de difusión e investigación dentro del ciclo anual del sistema de seguimiento, por tanto, son actividades postulables a fondos de fomento regional o fondos especializados

Las fuentes de financiamiento posibles para las etapas de diseño y de puesta en marcha puede corresponder a:

- a) CORFO: Bienes Públicos Regionales.<sup>24</sup>
- b) GORE: FIC-R.<sup>25</sup>

---

<sup>24</sup> De acuerdo a CORFO, un Bien Público “son aquellos que una vez producidos se encuentran disponibles para todos los agentes de la comunidad, y cuyo consumo por parte de un individuo no reduce, real ni potencialmente la cantidad disponible para otro”. En este contexto, los bienes públicos para la competitividad, deben generar condiciones habilitantes para los procesos de innovación nacional, principalmente respecto al perfeccionamiento de mercados, abordando determinadas fallas que limitan los respectivos mercados. No se consideran bienes públicos aquellos productos o servicios altamente apropiables, comerciables o con potencial comercial, como por ejemplo, el desarrollo de dispositivos de cobro, laboratorios, desarrollos científicos patentables o licenciables, entre otros.

El proyecto propuesto se ajusta a estas líneas de financiamiento, ya que se trata de una iniciativa que beneficia a un grupo amplio de empresas de un mismo sector, y circunscritas territorialmente a la región de Los Ríos.

Para la etapa de operación de la plataforma, se debe recurrir a un co-financiamiento público y privado, donde la UACH puede absorber algunos costos operacionales y eventualmente de recursos humanos, pero también el sector privado puede ayudar mediante una membresía anual, que puede quedar sujeta a un valor a definir en función del escenario.

Cabe destacar que existe actualmente un compromiso de la UACH con este proyecto, y ya se han realizado gestiones que desembocaron en la postulación de un proyecto para las Etapas I y II. Es posible que de aprobarse este proyecto, la institución siga mostrando gran interés por continuar con la Etapa III y co-financiar la administración de esta plataforma.

## • Modelo de operación

---

Para mantener disponible la plataforma en el tiempo, la Universidad Austral de Chile realizará los siguientes pasos: i) Comprometer a actores claves con el proyecto con el objetivo de alcanzar un mayor impacto en las entidades atendidas; ii) Validar un modelo de operación con las entidades involucrada y iii) Poner en marcha el modelo de operación

El modelo de operación del sistema de seguimiento debe considerar los siguientes componentes: un equipo de administración, un conjunto de procedimientos de trabajo, reportes y retroalimentación, y canales de comunicación con los diferentes grupos de interés.

La administración de la plataforma considera la colaboración en dos ámbitos. Por un lado en la generación de datos e información sectoriales propia de distintas iniciativas como el Consorcio Valdivia Sustentable y Activa Valdivia, Nodos de Competitividad del sector, el Consorcio Ciudad Universitaria, la Corporación Cultural Municipal, el Centro Cultural de Promoción Cinematográfica de Valdivia y los gremios del sector. Entendemos que esta colaboración es una forma de distribuir costos operacionales y también de que la plataforma reúna información que puede estar dispersa. También se acude a la colaboración de un Consejo Asesor, compuesto por representantes de la industria o cluster a nivel local, con un rol en la inteligencia competitiva y seguimiento de la plataforma.

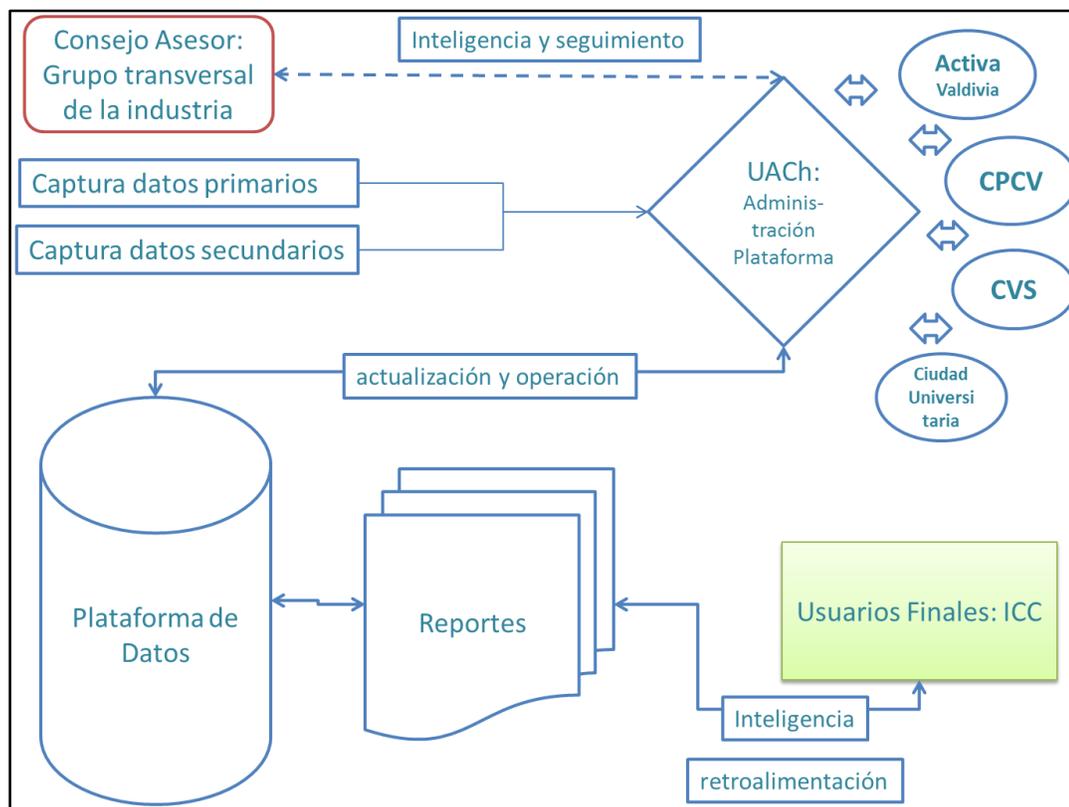
Los procedimientos de trabajo que debe aplicar la administración son los protocolos de levantamiento de datos y construcción de indicadores. Estos serán definidos en la etapa de diseño y puesta en marcha del proyecto, en base al trabajo de especialistas en estadística y gestión de sistemas de datos. En principio, se debe contar con los procedimientos de

---

<sup>25</sup> Las iniciativas financiables por el FIC-R, son proyectos que se enfocan en actividades de investigación con resultados aplicables, desarrollo, transferencia e innovación que aborden materias señaladas en la Estrategia Regional, relacionadas con el desarrollo económico regional, inclusión social y calidad de vida, desarrollo territorial integrado y sustentable, así como administración pública regional y moderna.

levantamiento de información secundaria y primaria, procedimientos de publicación y de mantenimiento de la base de datos. En la figura 6 se grafica el modelo de administración de la plataforma.

Figura 6: Modelo de Administración.



También se propone un ciclo de actividades que permiten asegurar el cumplimiento de los objetivos de la plataforma. Este ciclo es anual, y es responsabilidad de la administración de la plataforma llevarlo adelante. Considera algunos hitos como: la realización de encuestas, un encuentro anual del sector, la publicación de dos actualizaciones anuales de los datos, y la mantención web y sus respaldos. También se consideran los dos escenarios definidos en términos de financiamiento de la etapa de operación.

Ciclo Anual de Administración de Plataforma.

Mes	Escenario A	Escenario B
Enero	Encuesta II Semestre año anterior/Publicación datos año anterior.	Publicación datos año anterior.
Febrero	Acceso desde servidor	Acceso desde servidor
Marzo	Acceso desde servidor	Acceso desde servidor
Abril	Acceso desde servidor	Acceso desde servidor
Mayo	Mantención web y respaldos.	Mantención web y respaldos.
Junio	Acceso desde servidor	Acceso desde servidor
Julio	Encuesta I Semestre/encuentro anual.	Encuesta /Encuentro anual.
Agosto	Acceso desde servidor	Acceso desde servidor

Septiembre	Acceso desde servidor	Acceso desde servidor
Octubre	Acceso desde servidor	Acceso desde servidor
Noviembre	Mantenimiento web y respaldos.	Mantenimiento web y respaldos.
Diciembre	Acceso desde servidor	Acceso desde servidor

La administración de la plataforma estaría bajo la tutela de la Universidad Austral de Chile, por medio de un equipo dependiente de la Dirección de Vinculación con el Medio, y que cumple la labor de administrar y ejecutar todos los procedimientos para la operación del Sistema de Seguimiento en forma continua de acuerdo al ciclo de operación anual propuesto, y de acuerdo al escenario final.

El equipo de administración del sistema de seguimiento posee el siguiente perfil y roles:

**Coordinador General:**

Profesional del área de las ciencias sociales o económicas, con experiencia en desarrollo económico y desarrollo regional, experiencia en el sector de las industrias creativas. Su rol es de administrar, coordinar y generar vínculos con otros observatorios e instituciones, garantizar el cumplimiento de los protocolos de análisis y recogida de datos, convocar anualmente a un evento de retroalimentación del sector creativo, implementar la realización de una o dos encuestas de levantamiento de datos regionales, facilitar el acceso de investigadores y alumnos a los datos de la plataforma, etc.

**Analista Sectorial:**

Profesional (es) a cargo de desarrollar contenidos en los formatos digitales propuestos en base a datos e indicadores de la plataforma, dos (o tres) veces al año, para ser publicados en la plataforma.

**Profesional Estadístico:**

Profesional del área de la estadística a cargo del diseño y aplicación de instrumentos de levantamiento de datos en forma primaria, de acuerdo a estándares estadísticos de confianza aceptables.

**Analista software:**

Profesional del área de la informática a cargo de realizar o supervisar la mantención y actualización del software de la plataforma.

**Secretaría Administrativa:**

Técnico de nivel superior a cargo de organizar y mantener la documentación de respaldo del proyecto, tanto administrativa como contable. Apoya en la coordinación y organización de actividades internas y externas.

**Diseñador Gráfico:**

Profesional del área del diseño que propone los soportes gráficos para los reportes tipo y los reportes anuales, la visualización digital en las plataformas web y móvil, e imagen de la plataforma.

- **Perfil del Proyecto “Sistema de Medición y Seguimiento de la Economía Creativa de Valdivia y la Región de los Ríos”.**

---

Diseño de perfil de proyecto de plataforma de observación de la economía creativa y del conocimiento de Valdivia, que contenga la descripción de objetivos, requerimientos, mecanismos de medición, propuesta de indicadores, presupuestos estimados, equipo profesional mínimo, propuesta de sustentabilidad y vinculación con el programa nacional de Economía Creativa

---

### **Nombre del Proyecto.**

Plataforma de observación y monitoreo de las variables e indicadores relevantes de la economía creativa y del conocimiento de Valdivia y la Región de Los Ríos.

---

### **Entidad Ejecutora propuesta**

Universidad Austral de Chile, Dirección de Vinculación con el Medio.

---

### **Resumen**

El proyecto “Plataforma de observación de la economía creativa de Valdivia” consiste en el estudio, diseño y puesta en marcha de una plataforma digital de monitoreo de la economía creativa en Valdivia, por medio de indicadores claves de diferentes ámbitos que la componen.

El proyecto impacta en el sector de las industrias creativas y del conocimiento (ICC) de la región a través del polo urbano de Valdivia, en los subsectores audiovisual, música, fotografía, diseño de moda y textil, diseño industrial, editorial, patrimonio, diseño urbano, etc.

El sector de **ICC** posee brechas entre las cuales, una relevante, es la falta de información para caracterizar el sector creativo y dimensionar su impacto en la economía local. Otras brechas dicen relación con aspectos no menos importantes, como la generación de conocimiento del negocio y de sus tendencias, la coordinación entre distintos proyectos e iniciativas regionales, comunales, comunitarias, locales, la diversidad de actores en la ciudad, etc.

Con tecnologías de la información y por medio de una plataforma web y móvil, se dispondrá de un conjunto de datos e información del sector para la ciudad de Valdivia, ordenada bajo criterios técnicos y de acuerdo a modelos observados en otras ciudades. La plataforma permitirá contar con información actualizada de los principales ámbitos de la

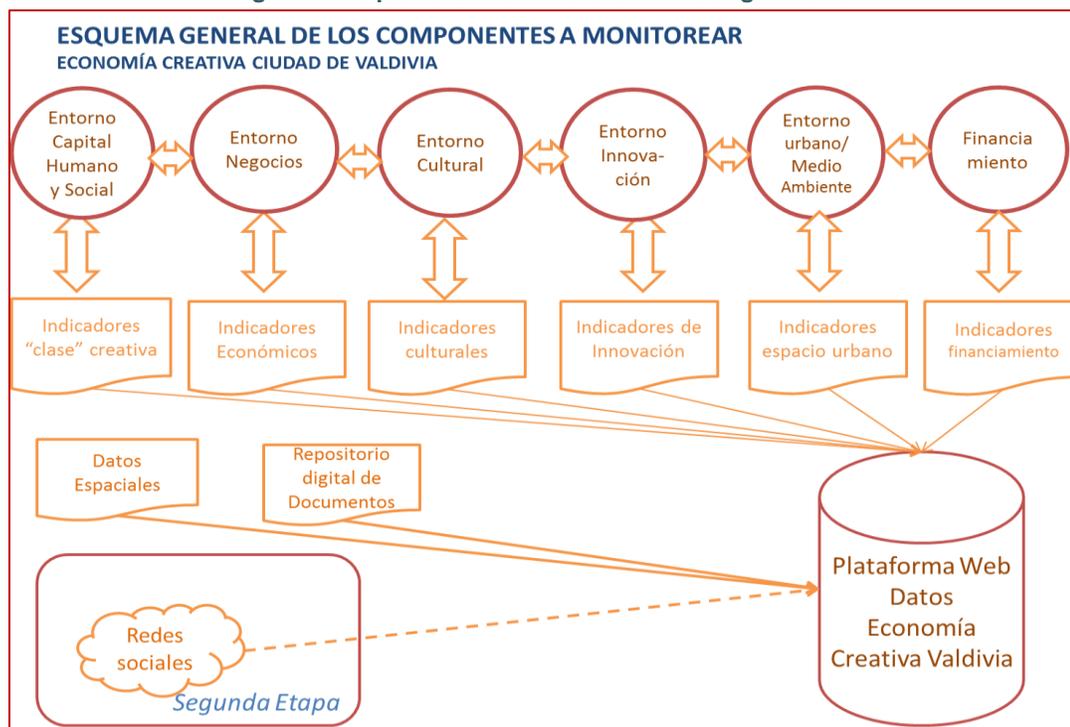
economía creativa en la ciudad en forma sistemática, lo que retroalimentará a los actores de la cadena productiva y mejorara el diseño de las políticas públicas.

Los ámbitos en los cuales se definirán el grupo de indicadores representativos son el **capital social, capital humano, negocios, producción cultural, innovación, medioambiente, financiamiento y espacio urbano**. Se construirán indicadores ad-hoc, considerando la experiencia de otras ciudades. Para ello se requiere desarrollar las metodologías de colecta y procesamiento de datos, definición y valor explicativo, frecuencia, etc.

La sustentabilidad del proyecto es uno de los aspectos más importantes en el diseño, para garantizar la continuidad de los datos e información a futuro. Se contempla una metodología colaborativa e investigativa, a cargo de la UACH, en coordinación con el comité ejecutivo del PER, que incentive la colaboración de otras entidades e iniciativas locales en la aportación de información.

A través de tecnologías de información, con interfaces web y móvil, se proveerá una plataforma digital de datos entre las empresas, instituciones públicas y privadas y la comunidad. Podrán acceder libremente al contenido de la plataforma, lo que incentivará su utilización, la que se reforzará con un plan de difusión y adopción dirigido a los distintos tipos de usuarios. Se espera que luego de seis meses de puesta en funcionamiento, se pueda verificar su uso por parte del sector creativo local.

Figura 7: Esquema General Plataforma de Seguimiento.



## Objetivos General y Componentes del Proyecto.

---

**Objetivo General:** Construcción de una plataforma digital de conocimiento e información y un modelo de gestión que permita el monitoreo de indicadores representativos de la economía creativa de la ciudad de Valdivia y la región de Los Ríos.

**Objetivos Específicos o Componentes:**

1. Determinar un conjunto de indicadores representativos a utilizar, metodología de elaboración y fuentes de información a utilizar.
2. Implementar los procedimientos necesarios para la recolección, registro y reporte de la data relacionada con las mediciones.
3. Construcción de una plataforma digital de conocimiento y datos que permita acceder a la información de manera pública con tecnología opendata.
4. Plan de difusión adecuada a distintos tipos de usuarios.
5. modelo de administración y sustentabilidad de la plataforma.

## Hipótesis o propuesta de valor del proyecto.

---

La hipótesis es que contar con un observatorio o plataforma de conocimiento de la economía creativa, permite al propio sector creativo mejorar su competitividad, coordinación y comprensión de las variables que influyen en el mejor desempeño del conjunto del sector. Se hace más visible el sector dentro de la economía de la región, tanto desde el punto de vista del empleo, así como del producto, lo que es importante para una mejor asignación de los recursos regionales. Como evidencia de otros países, las políticas de fortalecimiento de este sector han traído grandes beneficios a ciudades y regiones, tanto en un mayor crecimiento económico, inclusión social y mejor calidad de los empleos.

## Justificación y Fundamentación del Proyecto.

---

La región de Los Ríos posee una tradición en materia de industrias creativas que ha sido reconocida a nivel nacional. En general, destaca una producción artística cultural consolidada, a la cual se suma una intensa actividad investigativa, siendo una las regiones más documentadas en términos de historia y patrimonio cultural.

Si se habla en términos de economía creativa, su aporte a la economía regional es menor al registrado a nivel nacional: mientras el aporte actual de la economía creativa al PIB Nacional es de 1,6%, en la región éste fue de un 0,4% al 2013 . Su desarrollo se enmarca en un escenario regional donde destaca la concentración del desarrollo cultural y creativo en la

comuna y ciudad de Valdivia, el escaso desarrollo de encadenamientos productivos, y el bajo apoyo del sector privado (Política Cultural Los Ríos 2011-2016).

A grandes rasgos se trata de un sector donde predominan pequeñas organizaciones con un alto nivel de formalización, concentradas en la ciudad de Valdivia y desarrollando la mayor parte de su oferta en el mercado local, con algunas importantes iniciativas de alcance nacional e internacional (IDEE consultores, 2011). Los subsectores de mayor desarrollo han sido los de la música, el audiovisual, y el diseño. De todas maneras, es importante tener presente el subsector de la artesanía, por su relación con el turismo. En todas las comunas existe un patrimonio cultural singular, contando con creadores, tradiciones, y prácticas vigentes, las cuales estimulan el turismo, y éste, la creación artesanal (al menos 70 artesanos en la región).

La creatividad regional también se expresa en la investigación científica, la innovación, el conocimiento, etc. En la Región de los Ríos existe una importante oferta formativa y de investigación, con un número de centros de investigación, universidades, y staff de investigadores que superan los de otras regiones, "...específicamente en la ciudad de Valdivia, desde donde deben irradiar su impacto hacia otros territorios de la región" (CONICYT, programa Regional, 2010: 53). Se trata de al menos 15 entidades de investigación y desarrollo (centros, universidades, institutos, nodos, núcleos y anillos de investigación), entre las cuales se incluyen 5 universidades, las cuales, en conjunto, reciben cada año a cerca de 500 estudiantes en 17 carreras consideradas creativas. Ello incide en la presencia de una importante población universitaria, además de atraer profesionales de diversas regiones, lo cual favorece la consolidación de las denominadas "clases creativas" (Florida, 2003: 8): en este sentido, destaca la caracterización de la ciudad de Valdivia como "pre-clúster", considerando potencialidades que requieren del abordaje de brechas para su mejoramiento competitivo (PMC Industrias Creativas, Consultora Dalberg, 2009).

A nivel de políticas e instrumentos públicos, a la Estrategia Regional de Desarrollo (2009-2019) que incluye entre sus lineamientos los de "Protección y promoción de la identidad patrimonial", y "Economía regional: capital humano, asociatividad e innovación", se suma una Política Cultural Los Ríos (2011-2016), que establece como parte de sus objetivos, "Instalar la producción artística cultural como un eje de desarrollo región" y "Posibilitar el acceso de la población regional a la producción artística cultural a través del fomento de la asociatividad", orientaciones recogidas en la "Política de Desarrollo Cultural e Identidad Regional 2017-2021", en actual elaboración.

Como un precedente relevante de las políticas regionales, entre el 2008 y el 2007 la Agencia Regional de Desarrollo Productivo (ARDP) se diseña y pone en marcha un Programa de Mejoramiento de la Competitividad (PMC) de Industrias Creativas y del Conocimiento regional. La iniciativa era (y sigue siendo) pertinente, considerando que, pese a su desarrollo, el sector sigue observando como una debilidad del sector la falta de información y datos estadísticos que faciliten el diseño de lineamientos estratégicos para el sector. El PMC de industrias creativas, permitió contar, por primera vez, con información del sector (Mapeo de

las Industrias Creativas en Valdivia), y aunque a partir del año 2010 los PMC fueron descontinuados, los esfuerzos locales de dotar de más competitividad se mantuvieron. Sin embargo, la caracterización del sector sigue siendo parcial, sin llegar a consolidar una estructura de datos que dé continuidad al seguimiento. La falta de información que caracterice al sector y permita realizar un seguimiento a lo largo del tiempo es una brecha que continúa vigente, y que incide en la poca visibilidad del sector a nivel local.

A nivel nacional, CORFO ha elaborado el Programa Estratégico Nacional de Economía Creativa, destacando como una de las fallas de coordinación, “la elaboración de monitoreos estadísticos, caracterizaciones económicas, mapeos, etc, [los cuales] son pilares fundamentales para el desarrollo de estrategias sectoriales. La información disponible sobre el sector es dispersa y no hay un banco de datos óptimo que pueda apoyar las propuestas de intervención”. En este sentido un desafío consiste, precisamente, en definir “indicadores propios del fenómeno de la Economía Creativa”. Esto es refrendado a nivel local, en el Programa Estratégico Regional (PER) “Valdivia Innovadora, Sustentable y Creativa”, el cual incorpora en su hoja de ruta la iniciativa OBSERVATORIO DE MEDICIÓN Y SEGUIMIENTO DE LA ECONOMÍA CREATIVA REGIONAL con el propósito de conformar un sistema de obtención, elaboración y difusión de información sobre la economía creativa (CORFO,2015).

Todo lo mencionado anteriormente constituye la problemática objeto de este proyecto. La falta de información sobre el sector creativo y cultural local, hace imposible visualizar la transformación de la economía local hacia una economía creativa más consolidada y competitiva. Se trata de un problema cuyas causas dicen relación con: a) Las industrias creativas son un sector que combina diferentes subsectores de la economía y para el cual existe información parcial, sobre todo a nivel local, debido entre otras razones a la informalidad del sector, y el nivel de agregación de datos a nivel nacional, y b) La dispersión de los datos obstaculiza la visibilidad de la dinámica del sector, considerando métricas diferentes y distintos ministerios con niveles distintos de desagregación, lo que unido a fallas de coordinación y altos costos de transacción, agravan el problema.

Como consecuencias directas, destaca la persistencia de bajos niveles de conocimiento sobre el funcionamiento del sector a nivel local, las fallas de coordinación al interior del sector y de éste con la institucionalidad pública, universidades y centros de investigación, la falta de visibilidad del tamaño del sector, trayectoria y aporte en términos de impacto o efectos.

El Observatorio impacta en una región que posee una reconocida trayectoria en cuanto a industrias culturales, donde el sector se compone de empresas, asociaciones de personas creativas, gremios de profesiones creativas, investigadores, centros de formación, organismos del estado, y organismos internacionales, principalmente. También destaca la presencia de empresas creativas, aunque los registros difieren, como ejemplo, un total de al menos 170 empresas creativas y 554 trabajadores para el sector, indica el INE para el año 2014, frente al total de 372 industrias creativas del Clúster de Industrias Creativas de Valdivia para el año 2009, la proyección desde Corfo (2010), de 545 Industrias Creativas para el año 2014, y las 6 registradas por el SII (2014).

## Población Objetivo.

---

- El sector creativo y del conocimiento está compuesto por empresas, asociaciones de personas creativas, artesanas y artesanos, gremios de profesiones creativas, investigadores, escuelas de formación, universidades, organismos del estado, organismos internacionales, principalmente. El sector posee una alta concentración en la ciudad de Valdivia, especialmente sus subsectores audiovisual, música, literatura y editorial. Para el año 2011, se estima en unas 7.417 personas dedicadas a los diferentes oficios creativos en la región. (CASEN 2011).
- La información que existe es parcial y no da cuenta del verdadero tamaño del sector. De acuerdo al SII en la región existen 648 empresas creativas (2014), informan ventas por US\$ 15 millones en ventas (0,4% de las ventas totales regionales, SII, 2014) y 644 trabajadores dependientes. Existe un sesgo en la información, que subvalora ventas y empleo ya que el SII no publica información del 23,7% de las empresas, por no poder agruparlas en un mínimo de 5, bajo un código de actividad.
- Hay que agregar la existencia de 5 universidades que en conjunto reciben cada año a cerca de 1.200 estudiantes en 19 carreras creativas. La conformación de los estudiantes de economía creativa por sexo, muestra que un 30% son mujeres y un 70% son hombres.(SIES,2014)
- El sector de la investigación y producción científica está compuesto por un abanico de profesionales. Los que publican científicamente son del orden de 700 al año. En el año 2012, 628 Investigadores tuvieron artículos publicados (como autor) en revistas científicas indexadas.
- Existen 70 artesanos Artesanas y artesanos de todas las comunas (con registro en el CNCA), así como los recintos de exposición existentes a lo largo de la Región.

Según datos de la CASEN 2013, la población de la región de Los Ríos equivale a un 2% de la población nacional (404.000 habitantes al 2015 según proyecciones INE), con un 31,5 % de población rural.

## Área de Influencia del proyecto

El área de influencia del proyecto es todo el sector creativo y cultural de la Región de Los Ríos, el que se concentra principalmente en la ciudad de Valdivia. Desde el punto de vista regional, es muy importante tener presente la artesanía, por su relación con el turismo. Se puede decir, que aunque en Valdivia se encuentra principalmente las “empresas creativas”, la industria cultural tiene una presencia en toda la región. En todas las comunas existe un patrimonio histórico local, sus creadores, tradiciones, etc., que estimula el turismo, y éste estimula la creación artesanal.

## Vinculación del proyecto con otros instrumentos de planificación regional.

El proyecto se relaciona directamente con:

a. El Programa Estratégico Regional de CORFO “Valdivia Innovadora Sustentable y Creativa” que está en su etapa inicial de puesta en marcha. El Programa, en su fase de diseño, identificó la necesidad de contar con un sistema de seguimiento en el tiempo de las dinámicas y del crecimiento de la economía creativa en Valdivia, que se traduce en este Observatorio de la Economía Creativa y del Conocimiento. La falta de información sobre el sector también es un problema que se repite en todas las regiones y a nivel nacional, por lo que en estos últimos años se han invertido recursos para mejorar las estadísticas tanto culturales como de industrias creativas. Si bien a nivel se puede apreciar una disminución de esta brecha, a nivel local y regional, aun se necesita estadísticas más desagregadas, sobre todo a nivel comunal y distrital.

b. La Política de Desarrollo Cultural e Identidad de la Región de Los Ríos. La economía creativa es parte de los tópicos de la Política Regional, y por lo tanto, la articulación del Observatorio con el equipo que trabaja en su diseño, permitirá tempranamente coordinar los esfuerzos de medición de la cultura a nivel local, cosa que también será necesaria luego de aprobar la política regional.

## Actividades del Proyecto.

Nombre actividad	Descripción de la Actividad	Medio Verificación	Supuestos
Levantamiento inicial y benchmarking	Estudio de requerimientos de información en base a consultas a instituciones públicas y privadas (centros de investigación tb) del sector y benchmarking.	Lista asistencia reuniones realizadas, Informe de Benchmarking Observatorios	Se tiene conocimiento del sector

Evaluación de fuentes disponibles	Análisis y evaluación de las fuentes de información disponibles.	Informe de fuentes de información	Se trata de información de carácter público y existente
Selección y Validación de Indicadores	Diseño y validación del conjunto de indicadores de seguimiento a utilizar.	Informe de Indicadores Seleccionados, lista asistencia reuniones realizadas	Existe una instancia representativa del sector
Metodologías de Construcción Indicadores	Diseño de metodología de construcción de indicadores en base a información de fuentes secundarias y primarias.	Informe Metodología Construcción Indicadores	N/C
Diseño de los procesos de levantamiento de información estadística	Recolección de datos secundarios disponibles en diversas fuentes de información (INE, CNCA, Municipalidades etc). Diseño de la metodología y construcción de instrumento de toma de información primaria a través de encuesta cara a cara y/o on line para la recolección de información de primer orden, la cual se aplicará a muestra representativa de las entidades (empresas) relacionadas con sector de estudio.	Bases de datos secundaria. Cuestionarios. Modelo de instrumentos diseñado	Existe voluntad de participar en encuesta por parte del sector.
Levantamiento del proceso de Datos Primarios	Aplicación de instrumento de recolección, digitación, procesamiento, validación y análisis de sus resultados.	Encuestas aplicadas	Existe voluntad de participar en encuesta por parte del sector.
Desarrollo del Framework	Diseño de base de datos digital y desarrollo de framework. (diseño, desarrollo y evaluación) Open data.	Informe Modelo de datos, Informe Estructura de la Base de datos.	Se cuenta con una matriz de requisitos para la plataforma
Puesta en Marcha de Plataforma	Poblamiento de datos y marcha blanca	Primer reporte de Plataforma.	N/C
Difusión de la plataforma	Plan de inducción del uso de la plataforma para la toma de decisiones a usuarios públicos y privados, considera la realización de encuentro con las instituciones públicas, privadas y empresas, gestores culturales, creativos, etc. También considera la realización de campaña de marketing digital, publicaciones en diario local, revistas on-line, paginas webs, principalmente.	Lista de Asistencia Talleres y reuniones realizadas. Publicaciones realizadas.	Los potenciales usuarios de la plataforma son alfabetodigitales.

Validación e Implementación de modelo de sustentabilidad	Análisis de costos de operación anual observatorio, alternativas de financiamiento, propuesta de financiamiento en base a fuentes internas y externas público-privadas.	Informe Propuesta de Sustentabilidad de Observatorio, lista de asistencia a reuniones de validación.	Los costos de operación son minimizados, la UACH puede aportar con parte del recurso humano, conectividad y espacio físico.
Cierre del Proyecto	Redacción de Informe Final	Informe Final	

## Resultados esperados del Proyecto.

Los resultados esperados son los siguientes:

Componente u Objetivo Específico	Resultado esperado	Nombre y Descripción del indicador	Formula cálculo	Valor Meta del Indicador	Supuestos
<b>Obj.Gral</b> Construcción de una plataforma digital de conocimiento e información y un modelo de gestión que permita el monitoreo de indicadores representativos de la economía creativa de la ciudad de Valdivia		<b>Impacto Local del Observatorio.</b> Consiste en una medida de como los representantes del sector perciben un mejoramiento de las políticas públicas locales, una mejor coordinación y una mayor efectividad.	Número de representantes de instituciones que declara utilizar la plataforma.	Más del 50% del sector percibe un mejoramiento de las políticas públicas locales (muestra)	Políticas públicas locales utilizan observatorio para mejorar su diseño e implementación.
Determinar un conjunto de indicadores representativos a utilizar, metodología de elaboración y fuentes de información a utilizar.	Se incorpora visión sobre indicadores relevantes de representantes de los diferentes sectores de la economía creativa de Valdivia.	Participación local. Se define como la tasa de participación del sector en la definición de una parte de los indicadores.	N° de representantes en taller que participan/100	85%	Existe interés de sector creativo por participar.
	Se cuenta con un benchmarking de 4 casos representativos y utilizables válidos.	Grado de convergencia del modelo: Se define como el grado de convergencia de otras experiencias	N° de indicadores obtenidos de otras experiencias/N° de indicadores totales propuestos para el monitoreo.	50%	Cada caso internacional tiene un coordinador al cual entrevistar que es ubicable y accede a entregar la información solicitada.
	Se han seleccionado al menos 21 indicadores para 7 ámbitos de la economía	Numero de Indicadores Seleccionados. Se define como el número de indicadores seleccionados para el monitoreo.	N° de indicadores seleccionados para el monitoreo propuesto.	21	El equipo y el directorio PER están de acuerdo en el mínimo de indicadores relevantes.

	creativa				
Implementar los procedimientos necesarios para la recolección, registro y reporte de la data relacionada con las mediciones.	Se cuenta para cada indicador con una metodología de construcción.	N° Indicadores ajustados. Consiste el número de indicadores que cuenta con una metodología que fue validada por el equipo del proyecto.	N° de Indicadores con metodología/N° de indicadores totales del modelo propuesto.	100%	Todos los indicadores son factibles.
	Se cuenta con un instrumento de recolección de datos primarios y secundarios confiables.	Grado de Continuidad de datos. Consiste en la utilización de fuentes de datos que son factibles de utilizar de forma permanente.	N° de fuentes de datos a utilizar/N° de fuentes de datos sin riesgo de discontinuidad.	100%	Las instituciones responsables de generar datos utilizables mantienen sus bases de datos actualizadas.
Construcción de una plataforma digital de conocimiento y datos que permita acceder a la información de manera pública con tecnología opendata	Creación de modelo de requisitos, Desarrollo de una Plataforma de conocimientos y de datos construida.	Plataforma Construida. Se define como el cumplimiento del resultado de la actividad de construcción de la plataforma.	Plataforma de conocimiento y de datos construida/1	100%	Se cuenta con un modelo de datos resultado de las etapas anteriores.
	Puesta en marcha, validación del sistema, generación de datos compatibles con open data	Accesibilidad a datos. Se define como el cumplimiento del requisito de que la plataforma cumpla con estándares de opendatahandbook.org	N° Criterios utilizados en diseño de la plataforma/N° de Criterios recomendados por opendatahandbook	75%	LA política nacional de datos abiertos usa estándares identificables claramente.
Plan de difusión adecuada a distintos tipos de usuarios.	Se posee canal de comunicación por medios de redes sociales	Canales de comunicación del proyecto.	N° de canales de comunicación que usa el proyecto.	3 (redes, radio, 1 medio escrito)	Hay interés de usuarios potenciales de recibir información
	Usuarios públicos y privados participan en actividades de difusión de la plataforma.	Participación en actividades de difusión.	N° de personas que participan	100 personas participan en actividades de difusión presencial	Hay interés del sector creativo por participar e involucrarse en el observatorio.
Modelo de administración y sustentabilidad de la plataforma	La Universidad Austral de Chile se compromete a la mantención de la plataforma y observatorio.	Sustentabilidad Observatorio. Se define como el compromiso verificable de sustentar el observatorio en su operación.	Existencia de un documento de compromiso UACH.	Existe 1 documento de compromiso de operación por parte de la Universidad Austral de Chile.	Hay interés del sector creativo, incluyendo la propia UACH, por aportar a recursos pecuniarios y no pecuniarios a futuro.

## Costos del Proyecto.

El proyecto tiene un costo de \$ 84.346.000 (para 18 meses) sin considerar el costo de operación anual en régimen, el cual se señalo

El costo del proyecto se ha dividido en 4 ítems:

- a) Actividades (operacionales)
- b) Recursos Humanos
- c) Administración.
- d) Difusión.

Los costos de estos ítems se muestran a continuación.

<b>Nro.</b>	<b>Nombre actividad</b>	<b>Monto Total (M\$)</b>
1	Levantamiento inicial y benchmarking	2.090
2	Evaluación de fuentes disponibles	2.810
3	Selección y Validación de Indicadores	1.770
4	Metodologías de Construcción Indicadores	1.180
5	Diseño de los procesos de levantamiento de información estadística	1.660
6	Levantamiento del proceso de Datos Primarios	10.450
7	Desarrollo del Framework	8.500
8	Puesta en Marcha de Plataforma	2.200
9	Difusión de la plataforma	2.800
10	Validación e Implementación modelo de sustentabilidad	300
11	Cierre del Proyecto	2.300
A.	<b>Sub Total actividades (operación)</b>	<b>36.060</b>
B.	<b>Sub total Equipo Profesional Consultor</b>	<b>41.928</b>
C.	<b>Administración</b>	<b>2.808</b>
D.	<b>Difusión</b>	<b>3.550</b>
	<b>Monto Total (M\$)</b>	<b>84.346</b>

## Cronograma de Implementación

Nombre de la Actividad:	Duración Días	Meses																		
		1º	2º	3º	4º	5º	6º	7º	8ª	9º	10º	11º	12ª	13º	14º	15º	16º	17º	18ª	
Levantamiento inicial y benchmarking	59	x	x																	
Evaluación de fuentes disponibles	59			x	x															
Selección y Validación de Indicadores	58					x	x													
Metodologías de Construcción Indicadores	60							x	x											
Diseño de los procesos de levantamiento de información estadística	60							x	x											
Levantamiento del proceso de Datos Primarios	182									x	x	x	x	x	x					
Desarrollo del Framework	302					x	x	x	x	x	x	x	x	x	x					
Puesta en Marcha de Plataforma	59															x	x			
Difusión de la plataforma	150		x					x				x						x	x	x
Validación e Implementación modelo de sustentabilidad	150	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Cierre del Proyecto	27																			x



**Anexo 1: Número de empresas y ventas anuales por subsector de la economía creativa, Región de Los Ríos, Años 2005 y 2014.**

AÑO	2005				2014			
	Número de Empresas	Ventas (UF)	Número de Trabajadores Dependientes Informados	Renta Neta Informada de Trabajadores Dependientes (UF)	Número de Empresas	Ventas (UF)	Número de Trabajadores Dependientes Informados	Renta Neta Informada de Trabajadores Dependientes (UF)
Arquitectura	10	0	3	0	17	16.922	67	2.385
Artes Visuales	3	0	13	0	3	0	0	0
Artesanía	110	27.403	43	1.872	200	56.420	75	5.297
Audiovisual	7	0	12	0	7	0	4	0
Danza	0	0	0	0	2	0	0	0
Diseño	5	0	4	0	13	0	1	0
Editorial	76	126.213	186	18.438	151	219.512	257	29.205
Educación Cultural	12	0	366	0	17	39.601	109	7.768
Fotografía	16	0	63	0	12	0	14	0
Medios Informáticos	44	83.618	88	9.111	49	40.095	21	4.980
Música	2	0	0	0	20	6.290	0	0
Patrimonio	0	0	0	0	0	0	0	0
Publicidad	68	17.067	45	523	100	32.416	29	5.704
Radio	14	12.660	40	2.183	13	0	27	0
Teatro	5	0	0	0	2	0	1	0
Televisión	11	0	22	0	13	0	15	0
Transversal	26	0	22	0	29	0	24	0
TOTAL REGIONAL	410	266.962	907	32.127	648	411.256	644	55.340

Fuente: Elaboración en base a datos del Departamento de Estudios Económicos y Tributarios de la Subdirección de Estudios del Servicio de Impuestos Internos.

**Anexo 2: Número de Empresas (orden descendente), Ventas anuales por Subsector y Actividad Económica de la Economía Creativa, Región de Los Ríos, Año 2014.**

<b>AÑO COMERCIAL: 2014</b>					
SUBSECTOR	RUBRO / ACTIVIDAD ECONOMICA	Número de Empresas	Ventas (UF)	Número de Trabajadores Dependientes Informados	Renta Neta Informada de Trabajadores Dependientes (UF)
Artesanía	523991 - COMERCIO AL POR MENOR DE ARTICULOS TIPICOS (ARTESANIAS)	200	56.420	75	5.297
Publicidad	743001 - EMPRESAS DE PUBLICIDAD	93	32.416	28	5.704
Editorial	222101 - IMPRESION PRINCIPALMENTE DE LIBROS	34	94.934	147	20.811
Medios Informáticos	523930 - COMERCIO AL POR MENOR DE COMPUTADORAS, SOFTWARES Y SUMINISTROS	28	31.329	17	3.953
Editorial	222109 - OTRAS ACTIVIDADES DE IMPRESION N.C.P.	27	85.412	25	1.341
Editorial	523922 - COMERCIO AL POR MENOR DE LIBROS	22	13.623	10	410
Editorial	222200 - ACTIVIDADES DE SERVICIO RELACIONADA CON LA IMPRESION	19	0	14	0
Música	921411 - SERVICIOS DE PRODUCCION DE RECITALES Y OTROS EVENTOS MUSICALES MASIVOS	19	6.290	0	0
Arquitectura	742110 - SERVICIOS DE ARQUITECTURA Y TECNICO RELACIONADO	17	16.922	67	2.385
Medios Informáticos	722000 - ASESORES Y CONSULTORES EN INFORMATICA (SOFTWARE)	16	8.766	4	1.027
Editorial	221101 - EDICION PRINCIPALMENTE DE LIBROS	14	20.346	44	4.404
Educación Cultural	809030 - EDUCACION E0TRAESCOLAR (ESCUELA DE CONDUCCION, MUSICA, MODELAJE, ETC.)	12	39.601	35	7.768
Editorial	221200 - EDICION DE PERIODICOS, REVISTAS Y PUBLICACIONES PERIODICAS	11	5.198	7	2.239
Televisión	921310 - ACTIVIDADES DE TELEVISION	10	0	11	0
Editorial	221900 - OTRAS ACTIVIDADES DE EDICION	9	0	9	0
Radio	921320 - ACTIVIDADES DE RADIO	9	0	25	0
Diseño	749929 - OTROS DISENADORES N.C.P.	8	0	1	0
Música	221300 - EDICION DE GRABACIONES	8	0	1	0
Transversal	523350 - VENTA AL POR MENOR DE DISCOS, CASSETTES, DVD Y VIDEOS	8	0	5	0

Audiovisual	921110 - PRODUCCION DE PELICULAS CINEMATOGRAFICAS	7	0	4	0
Publicidad	743002 - SERVICIOS PERSONALES EN PUBLICIDAD	7	0	1	0
Fotografía	523911 - COMERCIO AL POR MENOR DE ARTICULOS FOTOGRAFICOS	6	0	14	0
Transversal	523340 - VENTA AL POR MENOR DE INSTRUMENTOS MUSICALES (CASA DE MUSICA)	5	0	0	0
Medios Informáticos	642062 - CENTROS DE ACCESO A INTERNET	5	0	0	0
Transversal	713020 - ARRIENDO DE VIDEOS, JUEGOS DE VIDEO, Y EQUIPOS REPRODUCTORES DE VIDEO, MUSICA Y SIMILARES	5	0	2	0
Educación Cultural	732000 - INVESTIGACIONES Y DESARROLLO EXPERIMENTAL EN EL CAMPO DE LAS CIENCIAS SOCIALES Y LAS HUMANIDADES	5	0	74	0
Diseño	749921 - DISENADORES DE VESTUARIO	4	0	0	0
Editorial	221109 - EDICION DE FOLLETOS, PARTITURAS Y OTRAS PUBLICACIONES	4	0	0	0
Transversal	513951 - VENTA AL POR MAYOR DE LIBROS	4	0	3	0
Transversal	921430 - ACTIVIDADES ARTISTICAS, FUNCIONES DE ARTISTAS, ACTORES, MUSICOS, CONFERENCISTAS, OTROS	4	0	2	0
Editorial	523923 - COMERCIO AL POR MENOR DE REVISTAS Y DIARIOS	3	0	0	0
Radio	322080 - REPARACION DE TRANSMISORES DE RADIO Y TELEVISION, APARATOS PARA TELEFONIA Y TELEGRAFIA CON HILOS	3	0	2	0
Televisión	642040 - SERVICIOS DE TELEVISION NO ABIERTA	3	0	4	0
Artes Visuales	524010 - COMERCIO AL POR MENOR DE ANTIGUEDADES	2	0	0	0
Danza	921911 - INSTRUCTORES DE DANZA	2	0	0	0
Fotografía	749401 - SERVICIOS DE REVELADO, IMPRESION, AMPLIACION DE FOTOGRAFIAS	2	0	0	0
Fotografía	749402 - ACTIVIDADES DE FOTOGRAFIA PUBLICITARIA	2	0	0	0
fotografía	749409 - SERVICIOS PERSONALES DE FOTOGRAFIA	2	0	0	0
Teatro	921419 - SERVICIOS DE PRODUCCION TEATRAL Y OTROS N.C.P.	2	0	1	0
Transversal	513952 - VENTA AL POR MAYOR DE REVISTAS Y PERIODICOS	2	0	12	0
Artes Visuales	749961 - GALERIAS DE ARTE	1	0	0	0
Diseño	749922 - DISENADORES DE INTERIORES	1	0	0	0
Música	369200 - FABRICACION DE INSTRUMENTOS DE MUSICA	1	0	0	0

Radio	323000 - FABRICACION DE RECEPTORES (RADIO Y TV), APARATOS DE GRABACION Y REPRODUCCION (AUDIO Y VIDEO)	1	0	0	0
Transversal	921420 - ACTIVIDADES EMPRESARIALES DE ARTISTAS	1	0	0	0
Artes Visuales	749950 - ACTIVIDADES DE SUBASTA (MARTILLEROS)	0	0	0	0
Audiovisual	921120 - DISTRIBUIDORA CINEMATOGRAFICAS	0	0	0	0
Audiovisual	921200 - E0HIBICION DE FILMES Y VIDEOCINTAS	0	0	0	0
	<b>TOTAL REGIONAL</b>	<b>648</b>	<b>411.256</b>	<b>644</b>	<b>55.340</b>

Fuente: Elaboración en base a datos del Departamento de Estudios Económicos y Tributarios de la Subdirección de Estudios del Servicio de Impuestos Internos.

**Anexo 3: Estructura Ocupacional de la fuerza laboral creativa regional, 2011 (Número de Personas mayores de 17 años).**

Sector y subsector		Glosa	Urbano	Rural	SubTotal	Total
Artesanos	Artesanos	Constructores y afinadores de instrumentos musicales	30	0	30	1650
		Alfareros y afines (barro, arcilla y abrasivos)				
		Artesanos de la madera y materiales similares	252	59	311	
		Artesanos de la madera, tejidos, cuero y materiales similares				
		Artesanos de los tejidos, cuero y materiales similares	187	83	270	
		Ebanistas y afines	742	151	893	
		Grabadores de vidrio				
		Joyereros, orfebres y plateros	73	0	73	
		Pintores decoradores de vidrio, cerámica y otros materiales	73	0	73	
		Sopladores, modeladores, laminadores, cortadores y pulidores				
		Tejedores con telares o de tejidos de punto y afines				
Artistas visuales	Artistas visuales	Escultores, pintores y afines	32	27	59	59
Fotógrafos y operadores	Fotógrafos y operadores	Fotógrafos y operadores de equipos de grabación de imagen	66	0	66	99
		Operadores de máquinas para fabricar accesorios fotográficos	33	0	33	
Actores y directores de cine, radio, teatro y televisión	Actores y directores de cine, radio, teatro y televisión	Actores y directores de cine, radio, teatro, televisión y afines	11	73	84	84
Trabajadores del sector editorial	Editorial creadores	Autores, periodistas y otros escritores	323	0	323	368
		Filólogos, traductores e intérpretes				
	Editorial operadores	Codificadores de datos y correctores de pruebas de imprenta				
		Encuadernadores y afines	45	0	45	
		Estereotipistas y galvanotipistas				
		Cajistas, tipógrafos y afines				
		Grabadores de imprenta y fotograbadores				
		Operadores de máquinas de encuadernación				
Músicos	Músicos profesionales	Compositores, músicos y cantantes	162	0	162	203
	Otros músicos	Músicos, cantantes y bailarines callejeros, de cabaret y afines	41	0	41	
Arquitectos y dibujantes técnicos	Arquitectos	Arquitectos, ingenieros y afines, no clasificados bajo otros	205	5	210	1637
		Arquitectos, urbanistas e ingenieros de tránsito	1385	42	1427	
	Dibujantes técnicos	Delineantes y dibujantes técnicos				

Diseñadores y técnicos de apoyo al diseño	Diseñadores y decoradores	Decoradores y diseñadores	101	0	101	1196
	Técnicos de apoyo al diseño	Costureros, bordadores y afines	428	12	440	
		Impresores de serigrafía y estampadores a la plancha				
		Patronistas y cortadores de tela, cuero y afines				
		Sastres, modistos y sombrereros	410	0	410	
		Tapiceros, colchoneros y afines				
		Zapateros y afines	245	0	245	
Apelambradores, pellejeros y curtidores						
Trabajadores en medios informáticos	Trabajadores en medios informáticos	Creadores y analistas de sistemas informáticos	230	34	264	346
		Directores de departamentos de servicios de informática				
		Programadores informáticos	54	28	82	
Operadores y locutores de radio y televisión	Operadores y locutores de radio y televisión	Locutores de radio y televisión y afines	57	0	57	74
		Operadores de equipos de radiodifusión, televisión y telecomunicaciones	17	0	17	
Trabajadores del sector publicidad	Trabajadores del sector publicidad	Directores de departamentos de publicidad y de relaciones públicas				
		Modelos de moda, arte y publicidad				
Trabajadores de educación superior e investigación	Trabajadores de educación superior e investigación	Directores de departamentos de investigaciones y desarrollo				1588
		Profesores de universidades y otros establecimientos educativos	1553	35	1588	
		Sociólogos, antropólogos y afines				
Trabajadores del sector patrimonio	Patrimonio transmisores	Curanderos				
		Practicantes de la medicina tradicional				
		Constructores con técnicas y materiales tradicionales				
	Patrimonio preservadores	Archiveros y conservadores de museos				
		Bibliotecarios, documentalistas y afines				
		Empleados de bibliotecas y archivos				

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la Encuesta CASEN 2011 elaborada por Ministerio de Desarrollo Social, Chile.

Selección de códigos de Clasificación Internacional Uniforme de Ocupaciones (CIUO), por sector creativo.

### Anexo 4: Costos de Operación en Régimen de Plataforma de Seguimiento Economía Creativa de Valdivia y Región.

ESCENARIO A														
ETAPA III COSTOS EN OPERACIÓN EN REGIMEN (Valores en Miles de Pesos)														
Ítem	Justificación del Gasto	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	TOTAL \$
Arriendo servidor virtual US\$ 150/mes	Implementación plataforma	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	1.800
Movilizacion	visitas a empresas del sector				100				100				100	300
Viaticos	Visitas a empresas del sector.				100				100				100	300
Material oficina	Administración del proyecto	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	600
Uso de oficina con internet y teléfono.	Administración del proyecto	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	3.000
Seminario anual	Implementación plataforma												500	500
Aplicación de encuestas u otros gastos inherentes.	Implementación plataforma		0	0	0	0	770	0	0	0		0	770	1.540
<b>Sub total Gastos Operacionales</b>		<b>450</b>	<b>450</b>	<b>450</b>	<b>650</b>	<b>450</b>	<b>1.220</b>	<b>450</b>	<b>650</b>	<b>450</b>	<b>450</b>	<b>450</b>	<b>1.920</b>	<b>8.040</b>
Coordinador(a) de Observatorio	Profesional del área de las Ciencias Sociales o Económicas. Con dedicación 1/4 jornada.	384	384	384	384	384	384	384	384	384	384	384	384	4.608
Estadistic@	Profesional que apoya 2 meses al año en aplicación encuestas a muestra.	0	352	0	0	0	0	0	352	0	0	0	0	704

Ingenier@ Informatico	Profesional que apoya 2 meses al año en mantención de software plataforma.	0	0	0	0	704	0	0	0	0	0	704	0	1.408
Antropólog@, Sociólog@ o Geógraf@	Profesional junior que apoya 4 meses al año, con 1/4 de jornada para la actualización de bases de datos y elaboración de indicadores.	256	256	0	0	0	256	256	0	0	0	0	0	1.024
Economista	Profesional senior que apoya 3 meses al año, con 1/4 de jornada para la actualización de elaboración de indicadores.	320	0	0	0	0	320	320	0	0	0	0	0	960
Diseñador	Profesional que apoya 1 mes al año en el diseño de informe digital anual.	288	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	288
Profesional de apoyo administrativo	Apoyo en la coordinación y mantención de documentación de respaldo del proyecto.	192	192	192	192	192	192	192	192	192	192	192	192	2.304
<b>Subtotal Recursos Humanos</b>		<b>1.440</b>	<b>1.184</b>	<b>576</b>	<b>576</b>	<b>1.280</b>	<b>1.152</b>	<b>1.152</b>	<b>928</b>	<b>576</b>	<b>576</b>	<b>1.280</b>	<b>576</b>	<b>11.296</b>
<b>Total Anual</b>		<b>1.890</b>	<b>1.634</b>	<b>1.026</b>	<b>1.226</b>	<b>1.730</b>	<b>2.372</b>	<b>1.602</b>	<b>1.578</b>	<b>1.026</b>	<b>1.026</b>	<b>1.730</b>	<b>2.496</b>	<b>19.336</b>

ESCENARIO B														
ETAPA III COSTOS EN OPERACIÓN EN REGIMEN														
Ítem	Justificación del Gasto	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	TOTAL \$
Arriendo servidor virtual US\$ 150/mes	Implementación plataforma	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	1.800
Movilización	visitas a empresas del sector				50				50				50	150
Viaticos	Visitas a empresas del sector.				50				50				50	150
Material oficina	Administración del proyecto	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	600
Seminario anual	Implementación plataforma												350	350
<b>Sub total Gastos Operacionales</b>		<b>200</b>	<b>200</b>	<b>200</b>	<b>300</b>	<b>200</b>	<b>200</b>	<b>200</b>	<b>300</b>	<b>200</b>	<b>200</b>	<b>200</b>	<b>650</b>	<b>3.050</b>
Coordinador(a) de Observatorio	Profesional del área de las Ciencias Sociales o Económicas. Con dedicación 1/4 jornada.	384	0	384	0	384	0	384	0	384	0	384	0	2.304
Estadistic@	Profesional que apoya 2 meses al año en aplicación encuestas a muestra.	0	352	0	0	0	0	0	352	0	0	0	0	704
Ingenier@ Informatico	Profesional que apoya 2 meses al año en mantención de software plataforma.	0	0	0	0	704	0	0	0	0	0	0	0	704
Antropólog@, Sociólog@ o Geógraf@	Profesional junior que apoya 4 meses al año, con 1/4 de jornada para la actualización de bases de datos y elaboración de indicadores.	256	256	0	0	0	256	256	0	0	0	0	0	1.024
Profesional de apoyo administrativo	Apoyo en la coordinación y mantención de documentación de respaldo del proyecto.	192	0	192	0	192	0	192	0	192	0	192	0	1.152
<b>Subtotal Recursos Humanos</b>		<b>832</b>	<b>608</b>	<b>576</b>	<b>0</b>	<b>1.280</b>	<b>256</b>	<b>832</b>	<b>352</b>	<b>576</b>	<b>0</b>	<b>576</b>	<b>0</b>	<b>5.888</b>
<b>Total Anual</b>		<b>1.032</b>	<b>808</b>	<b>776</b>	<b>300</b>	<b>1.480</b>	<b>456</b>	<b>1.032</b>	<b>652</b>	<b>776</b>	<b>200</b>	<b>776</b>	<b>650</b>	<b>8.938</b>