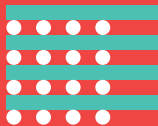




PLAN NACIONAL DE FOMENTO A LA ECONOMÍA CREATIVA



Consejo
Nacional de
la Cultura y
las Artes

Gobierno de Chile

**PLAN
NACIONAL
DE FOMENTO
A LA
ECONOMÍA
CREATIVA**





CONSEJO NACIONAL DE LA CULTURA Y LAS ARTES

Ministro Presidente Ernesto Ottone Ramírez

Subdirectora Nacional Ana Tironi Barrios

Jefe del Departamento de Fomento de las Culturas y las Artes Ignacio Aliaga Riquelme

COMITÉ INTERMINISTERIAL DE FOMENTO A LA ECONOMÍA CREATIVA

Ministro de Economía, Fomento y Turismo

Luis Felipe Céspedes Cifuentes

Ministro de Relaciones Exteriores de Chile

Heraldo Muñoz Valenzuela

Ministra de Educación

Adriana Delpiano Puelma

Ministro de Desarrollo Social

Marcos Barraza Gómez

Ministra de Trabajo y Previsión Social

Alejandra Krauss Valle

Ministro de Agricultura

Carlos Furche Guajardo

Ministro de Hacienda

Rodrigo Valdés Pulido

Secretaría Ejecutiva Comité Interministerial de Fomento a la Economía Creativa

Sofía Lobos Araya

PLAN NACIONAL DE FOMENTO A LA ECONOMÍA CREATIVA

Publicación a cargo de

Sofía Lobos Araya (CNCA)

Supervisión y coordinación

Elvira Correa Reymond (CNCA)
Marycarmen Santos Hojas (CNCA)
Vanessa Carbonell Montoya (CNCA)

Edición, corrección y producción editorial

Tal Pinto Panzer (CNCA)

Diseño y diagramación

Estudio Vicencio

Dirección de arte

Soledad Poirot Oliva (CNCA)

Metodología y sistematización de Mesas Técnicas

Praxis Consultores S.A.

AGRADECIMIENTOS

CONSEJO NACIONAL DE LA CULTURA Y LAS ARTES

- Departamento de Fomento de las Culturas y las Artes
- Secretaría Ejecutiva Fondo del Libro y la Lectura
- Secretaría Ejecutiva Fondo del Audiovisual
- Secretaria Ejecutiva Fondo de la Música
- Áreas Artísticas de Artesanía, Arquitectura, Diseño, Gastronomía, Artes Escénicas y Artes Visuales
- Departamento de Estudios

Contrapartes Técnicas de las Mesas Técnicas del Comité Interministerial del Plan Nacional de Fomento a la Economía Creativa

MINISTERIO DE ECONOMÍA

- División de Empresas de Menor Tamaño
- División de Asociatividad y Economía Social (DAES)
- División Política Comercial e Industrial, Unidad de Estudios
- Instituto Nacional de Propiedad Industrial (Inapi)
- Servicio de Cooperación Técnica (Sercotec)
- Corporación de Fomento de la Producción (Corfo)

MINISTERIO DE RELACIONES EXTERIORES

- Programa de Fomento a las Exportaciones Chilenas (ProChile)
- Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales (Direcon)
- Dirección de Asuntos Culturales (Dirac)
- Fundación Imagen de Chile

MINISTERIO DE EDUCACIÓN

- Secretaría Ejecutiva de Formación Técnico Profesional
- Dirección de Bibliotecas, Archivos y Museos (Dibam)
- Comisión Nacional de Investigación Científica y Tecnológica (Conicyt)

MINISTERIO DE DESARROLLO SOCIAL

- Instituto Nacional de la Juventud (Injuv)
- Corporación Nacional de Desarrollo Indígena (Conadi)

MINISTERIO DEL TRABAJO Y PREVISIÓN SOCIAL

- Servicio Nacional de Capacitación y Empleo (Sence)
- ChileValora

MINISTERIO DE AGRICULTURA

- Instituto Nacional de Desarrollo Agropecuario (Indap)

MINISTERIO DE INTERIOR Y SEGURIDAD PÚBLICA

- Subsecretaría de Desarrollo Regional y Administrativo (Subdere)

MINISTERIO DE HACIENDA

- Comité Técnico Público - Privado de Exportación de Servicios
- Servicio de Impuestos Internos (SII)
- Instituto Nacional de Estadísticas (INE)
- Servicio Nacional de Aduanas
- Banco Central
- Dirección de Presupuestos (Dipres)



PRESENTACIÓN

Una economía sustentable, respetuosa del territorio y del bienestar de sus habitantes, no es posible si dejamos de lado el conocimiento, talento e identidades presentes en nuestro país. Son estos elementos los que serán claves para el diseño de una matriz productiva y exportadora diversa, dinámica y versátil.

La inclusión de la dimensión cultural en las políticas y acciones de desarrollo en Chile, es en este sentido uno de los desafíos más importantes que tenemos por delante. Hoy el 2,2% del PIB de nuestro país viene dado por la contribución del sector creativo. Un número importante, que aún guarda un potencial de crecimiento desconocido, especialmente en vistas de los avances tecnológicos que hacen más accesible y simple producir, distribuir, difundir y consumir bienes y servicios culturales en la actualidad.

En efecto, estamos en un momento histórico para seguir brillando en el mundo y conquistar nuevas audiencias. Se trata de una oportunidad que debe ser reforzada por un marco regulatorio que considere el arte, la cultura y la creatividad desde una mirada multidimensional de política pública, potenciando sus efectos en el ámbito económico y social.

En respuesta a esta necesidad, el segundo gobierno de la Presidenta Michelle Bachelet ha decidido abordar decisivamente el sector creativo, generando iniciativas que fomenten lo que hasta ahora hemos, tímidamente, llamado economía creativa. En este contexto, el Plan Nacional de Fomento a la Economía Creativa introduce y explica esta nueva manera de comprender el sector creativo, se presenta como una herramienta capaz de articular instituciones e instrumentos de financiamiento, y, además, se constituye como la piedra angular para que estos objetivos, fundamentales para el futuro del país, se logren en su totalidad.

Próximos a la creación del Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio, incidir más fuertemente en las estrategias de desarrollo de nuestro país es una tarea imprescindible para nuestra institución y una que asumimos con la mayor de las responsabilidades. Gracias a publicaciones como la que hoy tenemos el orgullo de presentar, podremos generar un cuerpo sólido y bien estructurado que permita abordar los desafíos a nivel cultural que seguramente enfrentaremos en el futuro cercano.

Quiero agradecer muy sinceramente a las instituciones participantes, a sus directores y equipos, quienes trabajaron activamente en las mesas técnicas y reuniones para la formulación de este documento. Su colaboración es y seguirá siendo invaluable para que la economía creativa se establezca como un concepto y una práctica ineludible en la disciplina económica y, más importante todavía, contribuya al desarrollo humano de todos y cada uno de los ciudadanos y ciudadanas de nuestro país.

ERNESTO OTTONE RAMÍREZ

Ministro Presidente

Consejo Nacional de la Cultura y las Artes



PRÓLOGO

La capacidad de la cultura y las artes, así como de los diversos procesos creativos, para representar una alternativa inclusiva de desarrollo humano y económico, es una de las principales razones que motivaron la firma del Instructivo Presidencial que creó el Comité Interministerial en marzo de 2015, cuya misión es la elaboración del Plan Nacional de Fomento a la Economía Creativa.

Como facilitadores de la articulación interinstitucional del Comité Interministerial, la Secretaría de Economía Creativa del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes ha enfrentado diversos desafíos, los cuáles en su mayoría emanan de la falta de consenso en torno a la definición y multiplicidad de impactos del sector creativo, así como del paulatino reconocimiento de su potencial como sector productivo. Estos desafíos se tradujeron en una agenda de trabajo para aunar criterios y visiones, así como difundir sus características entre tomadores de decisión del sector público y privado, de modo de generar el tejido institucional que pudiese albergar las acciones de fomento a la economía creativa.

Entre las acciones realizadas por la Secretaría, se cuenta el haber constituido Mesas Técnicas con las contrapartes del Comité para abordar las temáticas de empleo, internacionalización,

conocimiento y fomento, lo que permitió sumar nuevos actores del aparato gubernamental, consensuar ámbitos de acción y generar compromisos institucionales.

Ciertamente el camino recorrido por el CNCA desde su fundación, en conjunto a organismos cuya misión es de carácter productiva, como Corfo y ProChile, son un precedente fundamental para visibilizar la relevancia y pertinencia del actuar coordinado entre las distintas reparticiones del Estado. Sin embargo, tenemos la certeza de que el capital social fruto del trabajo mancomunado, y el reconocimiento a la contribución que cada institución gubernamental puede realizar, fueron los catalizadores de la implementación de acciones piloto desde el 2016, las que esperamos se vayan afianzando y multiplicando en el horizonte de implementación del Plan.

En relación al sector privado y la sociedad civil, la necesidad de otorgar un marco que facilite el fomento para el desarrollo sustentable a los emprendimientos creativos fue un aliciente para plasmar en el Plan acciones recogidas en los procesos de formulación de las políticas sectoriales.

Fruto del trabajo desarrollado, el Plan se diseñó considerando tres lineamientos estratégicos, los que buscan responder de forma sinérgica y coordinada a las brechas del sector, para encauzar todo su potencial.

Estamos conscientes de que la esencia de la creatividad y conocimiento se materializa a través de la propiedad intelectual y los derechos de autor, por lo que resulta necesario contar con modelos que no solo consideren sino que valoren apropiadamente dichas características. En consecuencia, el Plan contempla favorecer el ecosistema de fuentes de financiamiento e instancias de mercado, apuntalando un desarrollo sostenible de los emprendimientos creativos.

Contribuir a contar con una mayor cantidad de trabajadores capacitados en temáticas de gestión y emprendimiento a lo largo de la cadena productiva del sector creativo, resulta clave al momento de sofisticar la producción, generar sinergias intersectoriales y aumentar los índices de profesionalización.

Finalmente, facilitar la toma de decisiones, la asociatividad y, de esta forma, robustecer la producción creativa, es la base desde la que impulsar la generación y disposición de información estratégica como lineamiento estratégico del Plan.

A su vez, el Plan considera dos énfasis transversales, enfoque territorial y articulación interinstitucional, con el objetivo de reconocer y celebrar las iniciativas que emergen, se sustentan y adquieren sentido en los distintos territorios del país.

Estamos convencidos, y los hechos así lo demuestran, de que el sector creativo es capaz de promover una mayor cohesión social, valores cívicos y participación activa en nuestra democracia, algo tan necesario en el actual escenario de desconfianza hacia las instituciones, sean estas públicas o privadas. Asimismo, tenemos la convicción de que nuestra capacidad creadora constituye un vehículo para la innovación y el emprendimiento, lo cual puede contribuir a sofisticar nuestra matriz productiva y exportadora. Por eso, estamos orgullosos de ser parte de este compromiso con el desarrollo humano de nuestro país, y seguros de que el horizonte definido por el Plan facilitará mayores oportunidades no solo para el sector creativo sino que para nuestra sociedad en su conjunto, pues la creatividad, innovación y confianza son los pilares del desarrollo de la economía global.

SOFÍA LOBOS ARAYA

Secretaria Ejecutiva

Comité Interministerial de Fomento a la Economía Creativa

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	15
2. MARCO METODOLÓGICO	21
3. IMPACTOS DE LA ECONOMÍA CREATIVA Y NECESIDAD DE ARTICULACIÓN INTERINSTITUCIONAL	27
4. CARACTERIZACIÓN DE LA ECONOMÍA CREATIVA	33
5. PLAN NACIONAL DE FOMENTO A LA ECONOMÍA CREATIVA	45
Misión	45
Visión	45
Objetivo general	45
Lineamientos estratégicos y enfoques transversales	46
Ámbitos	56
Beneficiarios	53
Programas, iniciativas y acciones a nivel nacional 2017-2022	57
Metas al año 2022	65
Seguimiento y evaluación	66
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	69
ÍNDICE DE SIGLAS Y ABREVIATURAS	72

Chile enfrenta un complejo escenario en materia de productividad y ha visto una pérdida progresiva en la credibilidad de sus instituciones, lo cual se ha traducido en una disminución del crecimiento económico en los últimos años,¹ así como en una alta disconformidad respecto de los distintos representantes tanto del sector público como privado (CCS, 2016; PNUD, 2012; 2016). Este escenario ha redirigido la atención de la sociedad civil hacia la búsqueda de modelos de desarrollo que promuevan la innovación pero que a la vez resguarden la participación en los frutos del crecimiento. Para lograr esto, es fundamental reforzar la diversidad y sofisticación de la matriz productiva y exportadora y transitar desde una economía basada en la oferta de recursos naturales hacia otra basada en el conocimiento e innovación, pero que a la vez resguarde y priorice la diversidad cultural, idiosincrasia y valores. Precisamente eso ofrece la economía creativa: un sector económico, por definición, sustentable e inclusivo, que se nutre del talento creativo y cuya fuente de recursos es inagotable (si se la fomenta adecuadamente) y no está condicionada por el estrato socioeconómico de origen.

1 De acuerdo a estimaciones elaboradas por la Cámara de Comercio de Santiago, el descenso acumulado de la productividad desde el 2008 al 2016 equivale a 5,6 puntos porcentuales, es decir, un promedio de 0,6% anual.

Fortalecer el capital humano, gestionar el conocimiento con miras de fomentar la innovación y difundir los avances tecnológicos, es una oportunidad para aprovechar la creación de mercados que han emergido gracias a las nuevas tecnologías digitales. Hoy es más barato y simple producir, distribuir, difundir y consumir bienes y servicios culturales; además, Chile hoy cuenta con la densidad artística y creativa y las herramientas para salir al mundo y conquistar nuevas audiencias, cuestión que debe ser cautelada por un marco regulatorio en el que exista una relación armónica entre el derecho de propiedad intelectual y el fomento de nuevas creaciones artísticas.

El reconocimiento de la contribución del sector a la economía nacional, así como de las brechas de mercado y coordinación que limitan su potencial de desarrollo, informaron la creación del primer Comité Interministerial para el Fomento a la Economía Creativa, presidido por el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (CNCA) e integrado por siete ministerios: Economía, Fomento y Turismo; Hacienda; Relaciones Exteriores; Educación; Trabajo y Previsión Social; Agricultura; y Desarrollo Social. El Instructivo Presidencial, Gab. Pres. N° 003 del 30 de marzo de 2015,² por un lado mandata la constitución del Comité Interministerial de Fomento a la Economía Creativa y, por otro, estipula la necesidad de diseñar e implementar el Plan Nacional de Fomento a la Economía e Industria Creativa Chilena (PNFEC), definir sus principios, políticas, estándares, lineamientos generales y modelo de gestión. Para ello, y con el objetivo de responder de forma articulada y sinérgica entre las diversas organizaciones del Estado a los desafíos que presenta el fomento y desarrollo de la economía creativa, se constituye el Comité Interministerial.

La elaboración del Plan es la síntesis de un extenso trabajo que involucró tanto la revisión y sistematización de los diagnósticos realizados por instituciones públicas y privadas (CNCA, 2014; Corfo, 2015; Proyecto Trama, 2014, 2016; IMI, 2016; Fuentes, Ferreti,

2 Instructivo disponible en Transparencia Activa:
<http://transparenciaactiva.presidencia.cl>

Castro, Ortega, 2015) como un activo trabajo de participación de la sociedad civil, academia, privados y sector público, en concordancia con el Programa de Gobierno de la Presidenta Bachelet.

Con el objetivo de consensuar el diagnóstico respecto a los desafíos del sector creativo, el PNFEC responde a diversos procesos de carácter participativo realizados por el CNCA y la Corporación de Fomento a la Producción (Corfo). Por una parte, sintetiza ámbitos específicos de las políticas sectoriales del Libro y la Lectura 2015-2020 y Audiovisual y Música 2017-2022, en las que participaron más de 1.500 representantes de la sociedad civil. Y, por otra, en el marco del diseño de Chilecreativo, uno de los programas de la Agenda de Productividad, Innovación y Crecimiento liderada por el Ministerio de Economía, se realizaron, entre diciembre del 2015 y marzo del 2016, seis mesas con 120 actores relevantes con el objetivo de proponer acciones de fomento en el sector.

La importancia de la economía creativa en el desarrollo económico, social y cultural fundamenta el diseño del PNFEC y facilita la creación de un marco de articulación que evite duplicidades, aúne esfuerzos estratégicos y garantice su sustentabilidad. El diagnóstico compartido respecto a la falta de articulación institucional (Corfo, 2015) hace evidente la necesidad de contar con mecanismos planificados y validados para facilitar dicho proceso.

¿QUÉ ES LA ECONOMÍA CREATIVA?

Para definir el campo de acción de la economía creativa se adaptó el Modelo de Círculos Concéntricos del economista David Throsby, presentado en el documento *Mapeo de las Industrias Creativas en Chile* (CNCA, 2014), en el que se agrupan las áreas creativas en función de su contenido simbólico y su capacidad para generar ingresos comerciales, de tal forma que su presentación facilite la comprensión al lector y permita advertir ciertas conclusiones transversales a cada agrupación.

Así, pues, la industria creativa puede definirse como un conjunto amplio de actividades económicas en el que el producto o servicio contiene un elemento artístico o creativo sustancial (Unesco, 2006). La industria creativa alberga diversos sectores de las artes y la cultura, como la música, el libro y el audiovisual, más toda la producción artística o cultural, ya sean espectáculos o bienes producidos individualmente, y que incluye principalmente a las artes escénicas, las artes visuales, la fotografía y la artesanía, así como sectores de servicios como la arquitectura y el diseño.

Cabe establecer, sin embargo, que los límites que definen el campo de acción de la economía creativa son dinámicos, por lo que esta selección debe ser flexible, lo que permitiría eventualmente la

incorporación de nuevos sectores y la eliminación de otros de acuerdo con su desarrollo.

Throsby, a partir de las investigaciones y propuestas de análisis acerca de la relación que estas disciplinas generan entre sí, postula el concepto de círculos concéntricos, estableciendo que la economía creativa estaría conformada por diversos sectores que se entrelazan y potencian entre ellos. Estos sectores creativos conformarían capas que agrupan a sectores de características similares que se relacionan con otras capas por medio del traspaso de contenidos y herramientas disciplinares de apoyo.

Una reinterpretación del modelo de Throsby aplicado a los campos cubiertos por el PNFEC muestra los siguientes cuatro grupos:

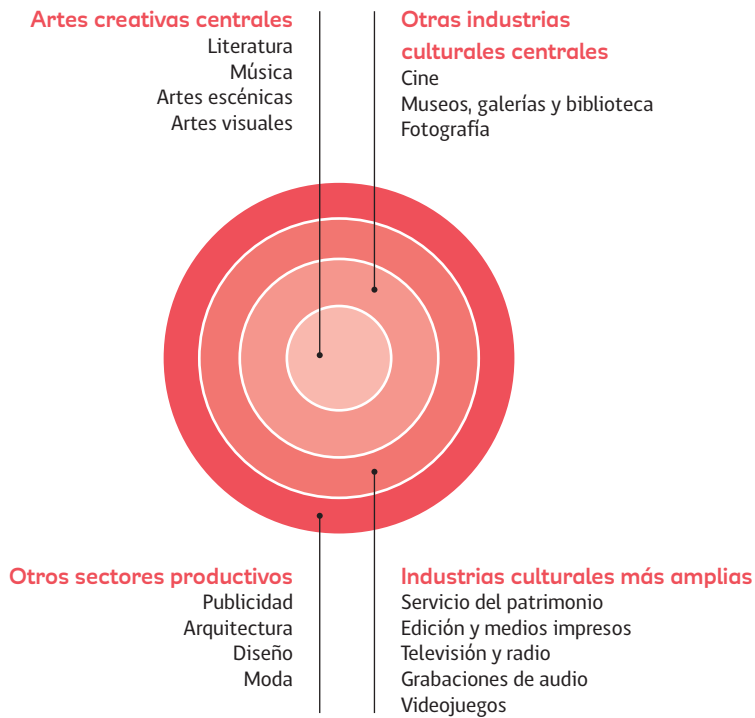
Grupo creativo del core o nuclear: Sector central (núcleo) con fuerte contenido cultural, simbólico y creativo, aunque con bajo potencial e impacto de carácter económico. Gracias a la producción de este grupo se originarían gran parte de los contenidos creativos que alimentan, trascienden y se masifican a través de los otros grupos. Estaría compuesto por las artes escénicas (teatro, danza, artes circenses), artes visuales, artesanía y fotografía.

Grupo creativo industrial: Conformado por sectores cuyos productos cuentan con un alto contenido cultural y creativo. A diferencia del grupo core o nuclear, son capaces de ser producidos industrialmente de forma seriada, como por ejemplo el cine, la música y la industria editorial; además, presentan altos índices de consumo por parte de la población.

Grupo creativo asociado a medios: Sector que se provee de contenidos y elementos de los grupos anteriores y los transforma en bienes y servicios de carácter masivo. Está vinculado principalmente a la industria del entretenimiento que cuenta con un mayor potencial económico, como la televisión, la radio y los medios escritos.

Grupo creativo de apoyo: Sector más alejado del *núcleo*, que si bien mantiene su contenido creativo, lo pone al servicio de otras industrias; transformándose en un insumo del proceso productivo de industrias cuyo fin puede no ser cultural. En este ámbito se encuentran la arquitectura, el diseño, la publicidad y los medios informáticos, donde el valor utilitario del producto final es el que predomina.

DIAGRAMA 1 Modelo de círculos concéntricos de Throsby



Fuente: Mapeo de las Industrias Creativas. Caracterización y dimensionamiento (CNCA, 2014).

IMPACTOS DE LA ECONOMÍA CREATIVA Y NECESIDAD DE ARTICULACIÓN INTERINSTITUCIONAL

Si bien a nivel internacional no existe consenso respecto de la definición y alcances de la economía creativa (Corfo, 2015), la necesidad de identificar a los beneficiarios para lograr una mayor focalización de los recursos asignados ha impulsado la delimitación del espectro de actividades artísticas y culturales que abordará este Plan. Desde esa perspectiva, y con el objetivo de distinguir las industrias culturales de los campos artísticos, se identificó la participación del contenido simbólico, y por ende su originalidad y apropiabilidad intelectual para la generación de un producto, así como la mayor o menor incidencia del equipamiento en la producción total. Dicho ejercicio posibilita pasar de políticas públicas enfocadas en el desarrollo de las industrias culturales a unas centradas en la economía creativa, enfatizando el rol de los sistemas colaborativos en la producción artística, así como en la lógica de la cooperación intersectorial característica del sector.

Desde la perspectiva de la política económica, el fomento a la economía creativa ha capturado la atención de tomadores de decisiones a nivel público-privado (Corfo, 2015), pues representa un sector económico que contribuye a la sofisticación de la matriz productiva. No se trata de un fenómeno local; hace ya un tiempo que en el mundo se le prestan atención a las externalidades positivas de la economía creativa. A modo de ejemplo, la Unión Europea ha desarrollado una extensa línea de trabajo (2011;

2012a; 2012b; 2015), entre cuyos resultados más recientes se encuentra la creación de una primera base de evidencias de 98 proyectos de investigación relacionados. Vale la pena destacar los siguientes ámbitos:

Conocimiento: Nuevas ideas, innovaciones y procesos desarrollados entre las organizaciones artísticas, artistas y emprendimientos creativos que impactan/inundan la economía y la sociedad, sin la directa injerencia de quienes los crearon.

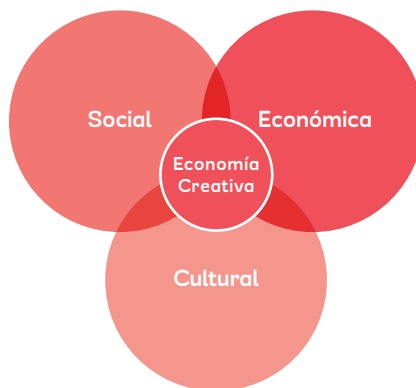
Redes: Impactos y resultados en la economía y la sociedad que emergen de la presencia de alta densidad de arte y/o industrias creativas en un lugar específico (*cluster* o barrio cultural). Los efectos están asociados al *clustering*, es decir, a la socialización, a la difusión de conocimiento. Los beneficios son amplios, entre los que destacan el crecimiento económico, el atractivo regional, el bienestar y el desarrollo y fortalecimiento de una identidad. Los efectos negativos estarían relacionados con la gentrificación y subsiguiente exclusión de los grupos perjudicados por el costo de la vida en sus antiguos barrios.

Industria: Beneficios en la cadena de valor vertical e intersectorial tanto a la economía como a la sociedad en términos de productividad, competitividad e innovación, que emerge de la influencia de las dinámicas de la industria creativa.

Son este tipo de impactos los que se suman a los ámbitos cubiertos desde la perspectiva de política cultural por el fomento al arte y expresiones culturales, cuya influencia en la reafirmación de la idiosincrasia y valores comunes en las sociedades ha sido ampliamente estudiada (PNUD 2002, 2012; Unesco, 2009; 2014, entre otros). Por otra parte, desde la dimensión de política social, los impactos de participar en actividades de carácter creativo y cultural están asociados al aumento de la capacidad de resiliencia y empatía, liderazgo, promoción de valores cívicos, capacidad de pensamiento crítico e innovador [entre otros, Brice. (1999); Catterall (1999); Clift (2012); Fiske (1999)].

La diversidad de externalidades asociadas al fomento de la economía creativa sustentan la definición de la Conferencias de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo sobre este sector (UNCTAD, 2008), la cual la denomina como todas aquellas actividades que tienen el «potencial de fomentar el crecimiento económico, la creación de empleos y ganancias de exportación y, a la vez, promover la inclusión social, la diversidad cultural y el desarrollo humano». De modo de ilustrar el ámbito de acción del Plan y la importancia de que exista coordinación respecto de la formulación de políticas públicas, se elaboró el siguiente diagrama:

DIAGRAMA 2 **Ámbito de acción de la economía creativa en torno a las políticas públicas de carácter social, cultural y económico**



Fuente: Elaboración propia en conjunto con ChileCreativo.

CARACTERIZACIÓN DE LA ECONOMÍA CREATIVA

A continuación se presentan una serie de resultados de la aproximación económica al sector creativo con el objetivo de comprender al sector desde distintas aristas, tales como su contribución al PIB total del país, el empleo que genera, el gasto que realizan los hogares en bienes y servicios creativos, entre otros.

CONTRIBUCIÓN A LA ECONOMÍA

La medición del valor agregado muestra que para el año 2013 (último año para el que existen datos), el sector creativo alcanzó un monto cercano a los \$3 mil millones de pesos. Comparado con el PIB total del país, el valor agregado del sector creativo contribuyó con un 2,2% al valor agregado de toda la actividad económica, similar al aporte del sector Agropecuario/Silvícola (2,6%), y por sobre sectores como la Pesca (0,4%) o el de las Bebidas y Tabaco (1,6%). Un segundo aspecto digno de atención es que la contribución al PIB del sector creativo se mantuvo estable entre los años 2008 y 2013 (en torno al 2%-2,5%), a pesar de los vaivenes de la participación del cobre en el PIB, la que cayó de un 14,8% el

2010 a un 9,8% el 2013. La estabilidad del sector creativo es un buen indicador de las potenciales contribuciones que puede realizar a la sofisticación de la matriz productiva y exportadora.

CUADRO 1 Valor agregado de la cultura considerando definición de 65 códigos CIU³ (millones de pesos corrientes), 2008-2013

	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Valor agregado de la cultura	2.132.899	2.030.287	2.149.837	2.514.839	2.683.297	2.911.490
Valor agregado de la cultura considerando estimación de secreto estadístico	2.158.626	2.060.319	2.181.966	2.539.507	2.720.823	2.948.383
Total valor agregado (sin derechos de importación ni IVA no deducible)	93.847.932	96.443.761	111.007.886	121.402.822	129.027.553	137.229.576
Aporte del sector creativo al PIB del país⁴	2,3%	2,1%	2%	2,1%	2,1%	2,2%

Fuente: Actualización del impacto económico del sector creativo en Chile (CNCA, 2017). Elaborado en base a información del valor agregado y PIB del Banco Central de Chile, y datos de ventas del Servicio de Impuestos Internos.

³ Clasificación Industrial Internacional Uniforme.

⁴ Estas cifras consideran la estimación del secreto estadístico. Cuando el número de empresas que existe para una determinada actividad económica es igual o inferior a 10, el SII no revela los datos de ventas para dicha actividad, de manera que los usuarios de la información no puedan deducir las ventas de algún contribuyente en particular. A esto se le llama secreto estadístico. Su existencia provoca subestimaciones de los valores de venta del sector que el factor de ajuste utilizado pretende corregir.

VENTAS Y TAMAÑO DE LAS EMPRESAS

El tamaño de las ventas de empresas del sector creativo registradas por el Servicio de Impuestos Internos (SII) al año 2014 totalizan 317.490.506 UF, lo que correspondió a un 1,5% de las ventas totales del país. Se trata de un monto similar en magnitud al sector de la Pesca, que representa un 1,7%. (CNCA, 2017). Si se compara la distribución del número de empresas, por tamaño, con los valores para el país, puede advertirse que el sector cultural presenta una distribución similar a la nacional, aunque un tanto más intensivo en microempresas (70% en el sector cultural en comparación a un 64% a nivel nacional para el año 2014).

CUADRO 2 Evolución del número de empresas del sector cultural, definición a 65 códigos, 2014

Porcentaje por tamaño de empresa	Total 2014	Sector cultural y creativo 2014
Grande	1%	1%
Mediana	3%	2%
Micro	64%	70%
Pequeña	18%	15%
Sin Ventas / Sin Info	14%	12%

Fuente: Actualización del impacto económico del sector creativo en Chile (CNCA, 2017). Elaborado en base a datos del Servicio de Impuestos Internos.

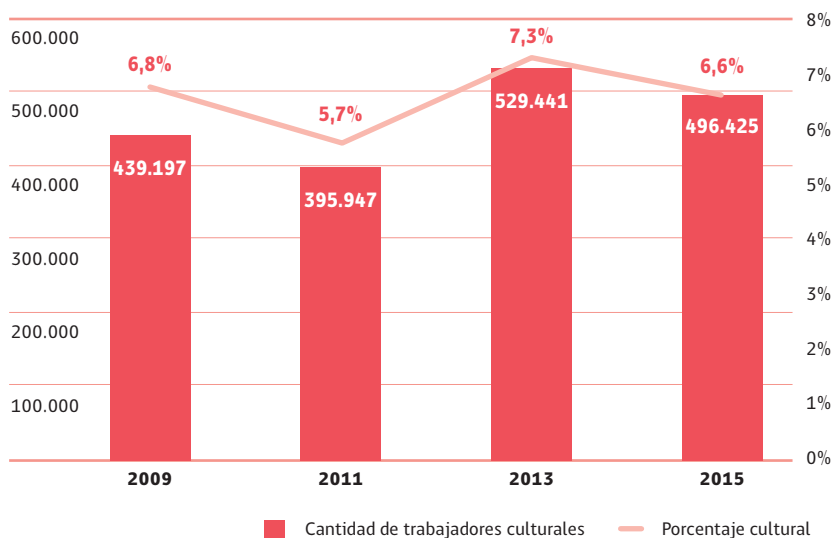
La alta proporción de microempresas puede ser indicativa de la persistencia en el sector de «una reticencia de parte de algunas agentes creativos a observarse bajo lógicas empresariales (CNCA, 2015).» En ese marco, el término emprendimiento creativo, entendido como quien logra por medio de estrategias comerciales mantenerse en el mercado con una propuesta que supere la ejecución de proyectos puntuales, suele causar desconfianza. Con todo, y si bien no existe un consenso respecto de la necesidad de introducir en el sector herramientas empresariales, al menos

algunos agentes consideran que es necesario conseguir un equilibrio entre estos dos extremos: el trabajo artístico como obra de un talento innato que se hace sin remuneración y por amor al arte, versus el trabajo artístico como parte de una industria que busca generar negocios rentables (CNCA, 2015, p.46).

EMPLEO

Según información recabada por la CASEN 2015, 496.425 personas declaran tener alguno de los oficios culturales sugeridos por la Unesco (2009), lo que representa el 6,6% del total nacional de trabajadores (CNCA, 2017).

GRÁFICO 1 Personas empleadas en oficios culturales y participación (%) en el empleo total, 2009-2015

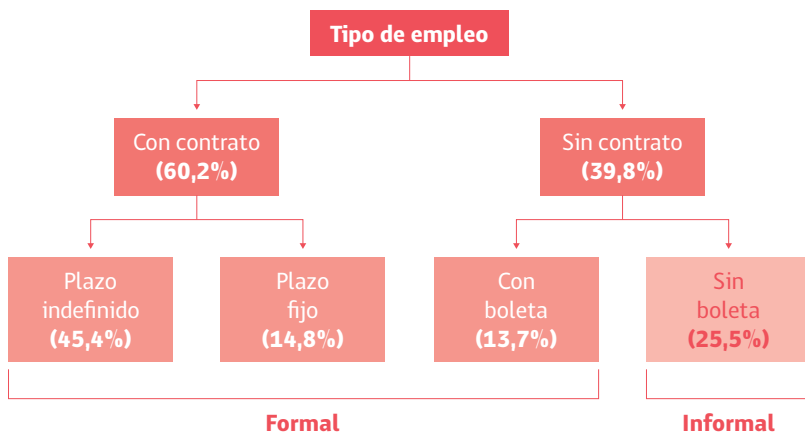


Fuente: Actualización del impacto económico del sector creativo en Chile (CNCA, 2017). Elaborado en base a datos CASEN (2009, 2011, 2013 y 2015).

En relación al tipo de empleo, el 59,9% de las personas que desempeñan oficios culturales son trabajadores dependientes, lo que difiere del escenario general de la economía, en el que el 73% posee este tipo de empleo, ya sea en el sector público o privado. Por otra parte, mientras que en el sector cultural el 35,4% corresponde a trabajadores por cuenta propia, a nivel nacional sólo el 19,2% del total de trabajadores lo es.

Al año 2015, el sector cultural presenta una proporción de personas ocupadas que se desempeñan sin contrato alguno considerablemente mayor al total nacional (39,8% frente a 22,4%, respectivamente). Adicionalmente, el sector presenta una tasa de informalidad significativamente más alta que la nacional, dado que un 25,5% de los ocupados trabajan sin contrato ni boleta, lo que contrasta con el 15% a nivel país.

DIAGRAMA 3 Distribución de trabajadores de oficios culturales por tipo de relación laboral, 2015



Fuente: Actualización del impacto económico del sector creativo en Chile (CNCA, 2017). Elaborado en base a datos CASEN 2015.

La informalidad estaría directamente relacionada con «una disminución en la calidad del empleo» en el sector creativo, lo que «redunda en una desprotección en términos de estabilidad laboral y protección social (CNCA, 2015, p.45).» De hecho, se estima que más de un 35% de los trabajadores que se desempeñan en este sector no están afiliados a ningún sistema previsional (Corfo, 2015). Este escenario laboral «actúa como desincentivo a la atracción de talentos y profesionales calificados al sector creativo (Corfo, 2015, p.47).»

En términos generales, en el sector creativo la asociatividad está vinculada con tres grandes tipos de organizaciones: gremios y sindicatos; sociedades de derechos de autor, y agrupaciones técnico-artísticas. Esta última categoría está conformada por colectivos artísticos, compañías y bandas (Brodsky et al., 2014). De acuerdo al Catastro de Trabajadores de la Cultura —en consonancia con la naturaleza de su quehacer— la mayoría (61,2%) de los actores de esta industria pertenece a agrupaciones técnico-artísticas, mientras que el 24,6% forma parte de algún gremio o sindicato y un 18,4% a una sociedad de derechos de autor.

Además, puede observarse una carencia de organizaciones gremiales transversales al sector cultural que agrupen a artistas, técnicos e intermediarios y representen todas las expresiones culturales, a pesar de que actualmente se encuentre en operaciones la Unión Nacional de Artistas, una organización conformada por asociaciones de «todas las disciplinas artísticas» (literatura, música, teatro, artes audiovisuales, artes visuales y danza).⁵ De acuerdo a los agentes del sector creativo, las debilidades en materia de asociatividad les restan capacidad de incidencia en la política cultural y en la institucionalidad, e impiden que se produzcan sinergias entre disciplinas que agreguen valor a sus productos y servicios (Corfo, 2015).

5 Para mayor información, ver <http://www.unionnacionaldeartistas.cl/>

COMERCIO INTERNACIONAL

En los últimos tres años, Chile ha sido un importador neto de bienes creativos, con 18 dólares por cada dólar exportado. Las importaciones representan cerca del 5% de las importaciones totales, mientras que las exportaciones apenas suman el 0,3% de las exportaciones totales.

En relación a las exportaciones de bienes, las artesanías, y productos editoriales (diarios y revistas) son las más importantes, representando casi el 60% del total de las exportaciones de bienes creativos.

Por otra parte, en el caso de las importaciones, el 70% corresponde a medios informáticos, radio y televisión, los que incluyen impresoras, dispositivos para el almacenamiento de datos, aparatos emisores de radio y televisión, entre otros equipos para la reproducción. Si bien es cierto que la Unesco recomienda incluir estos bienes en la medición, es posible que una parte considerable de estas importaciones no tenga directa relación con la cultura, por lo que la relación entre importaciones y exportaciones podría estar sesgada al alza.

A pesar del carácter de importador neto, Chile cuenta con ventajas comparativas para liderar la innovación a nivel sudamericano, gracias a la alta proporción de trabajadores calificados en el sector (2,1% del total),⁶ así como un flujo relevante de exportaciones de

6 De acuerdo a Proyecto Trama (2014), los artistas, técnicos e intermediarios de la cultura de las cuatro regiones (Maule, Antofagasta, Santiago y Valparaíso) que abarca el estudio *El Escenario del Trabajador Cultural en Chile* cuentan con un alto índice de educación formal: un 62% posee estudios universitarios. Además, un 15,7% cuenta con estudios de posgrado y un 15,1% con educación técnica profesional, mientras quienes solo alcanzaron educación media suma el 7%. Adicionalmente, es necesario destacar que el 2,1% de participación referida solo considera trabajadores en empresas formalizadas por empresas registradas en las mutuales de seguridad chilenas, de acuerdo a códigos de actividad afines a la economía creativa. Vale destacar que la participación del empleo creativo en el total varía cuando se trata de información autorreportada, lo cual ilustra deficiencias en las metodologías de registro de la actividad económica.

servicios creativos en la región. Si bien existen discrepancias en cuanto a la participación de la exportación de servicios creativos dentro del total nacional, según los datos del Servicio Nacional de Aduanas un 94% son comercializados en países americanos (INE, 2016), de los que el 83,5% corresponde a Servicios Informáticos y Asesoría Legal en Propiedad Intelectual, 9,5% a servicios de Arquitectura, Diseño y Servicios Creativos y 3,9% a Medios Audiovisuales e Interactivos.

El fortalecimiento de la exportación de servicios en Chile ha sido un aspecto central en las políticas públicas encargadas de diversificar la matriz exportadora. En ese sentido, instancias de mercado y ferias internacionales constituyen una vitrina para la oferta cultural nacional, sustentada en la calidad de sus profesionales y creadores. Estos mercados son fundamentales para superar esas barreras geográficas y lograr conexiones personales que sirvan como punto de partida de proyectos creativos que después se pueden profundizar a través de las diversas plataformas digitales que hoy existen. Asimismo, estas instancias facilitan y fomentan la asociatividad entre los creadores, lo que genera un círculo virtuoso para la creación de nuevos proyectos.

El fomento de la exportación de servicios y bienes intangibles creativos permite que Chile enseñe al mundo sus valores fundantes y las diversas identidades que conviven en su territorio; es decir, exportar servicios también es una manera de difundir y promocionar el conocimiento y talento de los trabajadores del sector creativo del país.

Ahora bien, desde una perspectiva de la diversidad cultural regional, si se quieren fomentar iniciativas y actividades relativas a la economía creativa lo más singulares posible, es fundamental corregir la alta concentración de instituciones de

educación superior y de empresas formalizadas en las regiones Metropolitana, Valparaíso y Biobío.⁷

Chile ha avanzado en las últimas tres décadas producto de un crecimiento sostenido que permitió lograr progreso económico y mejoras en la calidad de vida sin precedentes en materia de disminución de la pobreza y aumento de la clase media. Sin embargo, hoy ese crecimiento es percibido como desigual por una parte importante la ciudadanía, que considera insuficientes las mejoras en términos de educación, salud y seguridad social (PNUD, 2012). En ese contexto, la economía creativa ofrece oportunidades de crecimiento más inclusivas y sustentables (Unión Europea, 2015), capaces de poner en la agenda problemáticas sociales e identitarias a través de diversas expresiones artísticas y culturales, sin descuidar una decidida contribución a la productividad, el empleo y el posicionamiento internacional del país.

7 De acuerdo al INE (2016), la región Metropolitana concentra el 60,7% del total de matrículas, Valparaíso el 12,2%, y la región del Biobío el 8.9%, contabilizando entre las tres una participación del 81,8%. En relación al número de empresas, un 61,7% de ellas están localizadas en la región Metropolitana, un 8,1 % para la región de Valparaíso, y un 6,7% en Biobío. La participación de las tres regiones sobre el total de empresas es de un 76,5%.

PLAN NACIONAL DE FOMENTO A LA ECONOMÍA CREATIVA

MISIÓN

Hacer de la economía creativa un motor de desarrollo social, cultural y económico para el país.

VISIÓN

Hacia el año 2022 el sector creativo será ser parte importante del desarrollo económico del país, aumentando el avance del conocimiento sectorial, proyectando una imagen país en el mundo y promoviendo la diversidad cultural, la inclusión social, y el desarrollo humano del territorio.

OBJETIVO GENERAL

Impulsar el diseño e implementación de medidas de política pública que favorezcan el desarrollo descentralizado y la sustentabilidad económica de las iniciativas y emprendimientos del sector creativo, mediante el fomento de la oferta creativa y la generación de conocimiento.

LINEAMIENTOS ESTRATÉGICOS Y ENFOQUES TRANSVERSALES

El objetivo del Plan se aborda de forma concreta mediante la formulación de tres lineamientos estratégicos y dos enfoques transversales, los que se presentan a continuación.

LINEAMIENTOS ESTRATÉGICOS

[i] Fomento para el desarrollo sostenible

Su objetivo es asegurar la sostenibilidad económica en el tiempo de los proyectos e iniciativas creativas y culturales a través de la disponibilidad de financiamiento que favorezca la innovación y su escalamiento. Implica la formulación de acciones, iniciativas y programas relacionados con el fomento a la producción y comercialización o difusión tanto nacional como internacional de la oferta productiva.

Entre las acciones contempladas se destacan la focalización de instrumentos de fomento a la economía creativa, creación de instrumentos de financiamiento que favorezcan la sofisticación e innovación, generación de una estrategia de internacionalización, que considere imagen país y participación en mercados internacionales, y la creación de mecanismos de intercambio comercial.

[ii] Profesionalización y promoción de la asociatividad

Fomentar el desarrollo de conocimientos y habilidades ligadas a la gestión de emprendimientos y normativas asociadas a los proyectos artístico-culturales, que faciliten su desarrollo sustentable y sostenible en el tiempo, promoviendo la interdisciplinariedad entre

subsectores creativos y otros sectores productivos vinculados, así como la asociatividad sectorial e interdisciplinaria, favoreciendo espacios de encuentro y colaboración, el fortalecimiento de gremios y la articulación de alianzas entre agentes creativos.

En este lineamiento se consideran acciones, iniciativas o programas para aumentar la tasa de formalización del sector, instancias de aprendizaje o formación (capacitaciones, cursos, asesorías, mentorías, entrenamientos, entre otros), generación de perfiles para la certificación de competencias, generación de manuales y herramientas para el aprendizaje en el sector, desarrollo de contenidos y mallas curriculares en herramientas de gestión, jornadas y encuentros para la asociatividad y el cooperativismo.

[iii] Fomento al conocimiento sobre la economía creativa

Generar información e inteligencia de mercado sobre la economía creativa a nivel de instituciones públicas y privadas de forma oportuna, contable, descentralizada, desagregada, periódica y sistemática, garantizando su disponibilidad para facilitar la toma de decisiones. A través de este lineamiento se contempla favorecer el diseño y retroalimentación de la política pública, así como el desarrollo de investigación y espacios de reflexión en torno a la economía creativa.

A través de este lineamiento se consideran acciones como estudios e investigaciones que aseguren la generación y difusión a nivel público-privado de conocimiento sobre la economía creativa; observatorios de investigación para instalar mecanismos de análisis y reflexión regulares sobre la base de fuentes de información disponibles acerca de los sectores creativos del país; seminarios y encuentros para dar a conocer presencialmente a beneficiarios buenas prácticas, tanto a nivel nacional como internacional, que puedan ser adoptadas en el territorio local.

ENFOQUES TRANSVERSALES

[i] Territorial

La formulación del Plan tiene como eje rector partir desde la realidad regional y su diversidad en la planificación sectorial, intersectorial y de colaboración público-privada. En este sentido, espera contribuir a descentralizar las decisiones de políticas locales en torno a la economía creativa, generando medidas de fomento al sector coordinadas desde el territorio. Se destaca el rol esencial que tiene la administración local en el desarrollo del sector creativo del territorio, debido a los instrumentos de asignación directa a la población objetivo del Plan y su cercanía.

Durante el período 2017-2022 se proyectan desarrollar, en etapas, Planes Regionales de Fomento a la Economía Creativa (PRFEC) en las 15 regiones del país. Para esto, primero se considera establecer Comités Técnicos Regionales con contrapartes institucionales pertenecientes a los ministerios que forman parte del Comité Interministerial, además de instituciones regionales privadas o de la sociedad civil pertinentes.

Quienes participen del Comité tendrán la tarea de identificar brechas, definir prioridades, diseñar el PRFEC de su región en sintonía con los lineamientos estratégicos y enfoques transversales planteados, en el que se presentarán los programas, iniciativas y acciones específicos.

La elaboración de los Planes Regionales contempla dos etapas:

Etapa 1

Realizar un diagnóstico de la realidad regional en relación a sus economías creativas, identificando las características demográficas y antecedentes socioeconómicos, dinámica del sector a nivel productivo y económico, así como social

y comunitaria (infraestructura pública, privada y redes) y problemáticas y brechas.⁸

En concordancia con observar el estado de desarrollo regional a través de la formulación de diagnósticos, se contempla facilitar la articulación interinstitucional en torno al fomento de la economía creativa, a través de la coordinación entre las Direcciones Regionales del CNCA y servicios públicos regionales de instituciones pertenecientes al Comité Interministerial.

Etapas 2

Diseñar el Plan Regional de Fomento a la Economía Creativa en coherencia con los lineamientos estratégicos y énfasis transversales del Plan Nacional. Una vez aprobado y sancionado, continuar con la implementación y el seguimiento del mismo.

[ii] Articulación interinstitucional

La creación del Comité Interministerial de Fomento a la Economía Creativa se sustenta en facilitar la articulación entre los ministerios que lo componen, así como las instituciones dependientes de ellos, con el objetivo de implementar de forma conjunta el Plan a través de la adecuación y fortalecimiento de la institucionalidad, buscando hacer del sector creativo un motor de desarrollo social, cultural y económico para el país.

⁸ Entre los antecedentes relevantes de caracterización a desarrollar a nivel regional se contempla el contar con un mapa de actores (organizaciones, instituciones, centros de formación, agentes creativos), oferta y demanda según subsectores de actividades culturales, educación, deporte y salud, por localidad y comuna.

Comité técnico

En consideración a la cantidad y diversidad de instituciones involucradas en el fomento de la economía creativa, el Plan contempla generar una institucionalidad innovadora que posibilite la coordinación y sinergia sustentada en el principio de especialización.

A partir del 2016 se activa el trabajo de mesas técnicas, conformando de esta forma un Comité Técnico, liderado por la Secretaría Ejecutiva de Economía Creativa (CNECA), y compuesto por profesionales de los servicios públicos, quienes se reúnen sistemáticamente (al menos tres veces al año) para evaluar seguimiento a acciones y programas comprometidos, y priorizar acciones futuras.

A continuación se presentan las cuatro mesas técnicas de trabajo:

1. **Fomento**, compuesta por representantes de la Corporación de Fomento de la Producción (Corfo); el Servicio de Cooperación Técnica (Sercotec); la Subsecretaría de Desarrollo Regional (Subdere), el Instituto Nacional de Desarrollo Agropecuario (Indap); la División de Empresas de Menor Tamaño y la Unidad de Economía Digital (Minecon) y la Corporación Nacional de Desarrollo Indígena (Conadi).
2. **Profesionalización y Empleo**, compuesta por representantes del Instituto Nacional de la Propiedad Intelectual (Inapi); el Servicio Nacional de Capacitación y Empleo (SENCE); ChileValora; la Dirección de Bibliotecas, Archivos y Museos (Dibam); la División de Asociatividad y Economía Social (DAES) del Ministerio de Economía y la Secretaría Ejecutiva de Formación Técnico Profesional del Ministerio de Educación.

3. **Internacionalización**, compuesta por la Dirección de Asuntos Culturales (Dirac) del Ministerio de Relaciones Exteriores de Chile; la Dirección de Asuntos Económicos Internacionales (Direcon) del Ministerio de Relaciones Exteriores a través de su Dirección de Promoción de Exportaciones (ProChile); y la Fundación Imagen de Chile y Subsecretaría del Ministerio de Hacienda.
4. **Conocimiento**, compuesta por representantes del Instituto Nacional de Estadísticas (INE), el Servicio Nacional de Aduanas; Servicio de Impuestos Internos (SII); el Banco Central, y la Dirección de Presupuestos (Dipres) del Ministerio de Hacienda.

El objetivo de facilitar las instancias de mesas de trabajo es generar coordinación entre los servicios involucrados, tanto a nivel nacional como regional, como una forma de mantener un plan común de operación que facilite sinergias entre las medidas de política impulsadas a nivel del sector público, la articulación público-privada y la visibilización de resultados eficaces y eficientes producto de estas gestiones a nivel de la ciudadanía.

Una de las sinergias esperadas del trabajo de las Mesas Técnicas es que las instituciones abocadas a formular políticas en el ámbito de la cultura y creatividad, pero sin tanta experticia y/o recursos en el ámbito del fomento productivo, puedan demandar, vía transferencia de recursos y el establecimiento de convenios o contratos, la ejecución de proyectos, programas e iniciativas específicas a las instituciones que sí tienen un alto grado de experticia en el ámbito del fomento productivo, pero que no tienen incorporada la especificidad de la economía creativa.

A continuación se presenta el rol de cada institución participante por parte de los ministerios que constituyen el Comité, sumando otras instituciones en vistas de aunar esfuerzos tanto públicos y/o público-privado.

CUADRO 3 Rol de instituciones públicas miembros del Plan Nacional de Fomento a la Economía Creativa

Ministerio	Contrapartes técnicas	Rol
Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (CNCA)	Secretaría Ejecutiva de Fomento a la Economía Creativa	Liderar la articulación del comité político y técnico de fomento a la economía creativa a través de la generación de condiciones habilitantes para la toma de decisiones que faciliten el re-direccionamiento de instrumentos de política pública para responder a las necesidades de sostenibilidad económica de los agentes y proyectos creativos del país.
Ministerio de Economía, Fomento y Turismo	División de Empresas de Menor Tamaño	Difundir los beneficios acerca de la formalización y proporcionar información sobre emprendedores de la economía creativa mediante la Encuesta de Emprendimiento.
	División de Asociatividad y Economía Social (DAES)	Difundir el modelo asociativo de trabajo y fomentar la formalización, presentando a las distintas entidades modelos de emprendimientos colectivos que por sus particularidades se adaptan a las necesidades de los profesionales y rubros de la economía creativa.
	Corporación de Fomento de la Producción (Corfo)	Capacitar y focalizar sus instrumentos para beneficiar a usuarios del sector creativo e incluir a dicho sector en instrumentos que promueven el trabajo colaborativo.
	Servicio de Cooperación Técnica (Sercotec)	Capacitar en regiones, según sus propios requerimientos, e incluir al sector creativo en instrumentos que promuevan la generación de vínculos entre emprendedores.
	Instituto Nacional de Propiedad Industrial (Inapi)	Capacitar en asuntos pertinentes relacionados con el sector creativo y participar en actividades educativas y formativas sobre propiedad industrial.
	División de Política Comercial e Industrial - Unidad de Estudios.	Generar estadísticas económicas y conocimiento sobre el sector creativo.
Ministerio de Relaciones Exteriores	Programa de Fomento a las Exportaciones Chilenas (ProChile)	Promover oferta exportable de bienes y servicios creativos chilenos.

CONTINUACIÓN CUADRO 3

Ministerio	Contrapartes técnicas	Rol
Ministerio de Relaciones Exteriores	Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales (Direcon)	Contribuir en los ámbitos de difusión y formación en el marco de la internacionalización de la economía creativa y su relación con la propiedad intelectual.
	Dirección de Asuntos Culturales (Dirac)	Contribuir a la difusión y distribución de los bienes y servicios asociados a la economía creativa, potenciando su posicionamiento y visibilidad internacional a través de su red de embajadas, consulados y misiones, apoyando aquellas acciones que impliquen trabajo internacional.
	Fundación Imagen de Chile	Potenciar la presencia del sector creativo nacional en el extranjero, proporcionando insumos, tales como: estudios, relatos en torno a la identidad y difusión a través de redes sociales institucionales especializadas.
Ministerio de Educación	Secretaría Ejecutiva de Formación Técnico Profesional	Ofrecer programas de perfeccionamiento en el extranjero para técnicos del sector creativo y generar beneficios para el sector a partir de convenios vigentes con instituciones extranjeras.
	Dirección de Bibliotecas, Archivos y Museos (Dibam)	Desarrollar contenidos sobre derechos de autor, disponer de espacios de difusión sobre la economía creativa y capacitar al sector a través de sus plataformas y cursos online.
Ministerio de Desarrollo Social	Instituto Nacional de la Juventud (Injuv)	Difundir a través de plataformas digitales institucionales información relevante y pertinente para jóvenes respecto al sector creativo.
	Corporación Nacional de Desarrollo Indígena (Conadi)	Entablar un diálogo con los pueblos originarios acerca de economía creativa para luego coordinar acciones y programas.
Ministerio del Trabajo y Previsión Social	Servicio Nacional de Capacitación y Empleo (Sence)	Desarrollar capacitaciones en materia de gestión y administración dirigidas al sector creativo y facilitar espacios de difusión para la economía creativa.
	ChileValora	Facilitar la identificación de perfiles de competencias de trabajadores del sector creativo para lograr su certificación.

CONTINUACIÓN CUADRO 3

Ministerio	Contrapartes técnicas	Rol
Ministerio de Agricultura	Instituto Nacional de Desarrollo Agropecuario (Indap)	Contribuir al desarrollo económico sostenible y a la valorización del sector creativo rural (artesanía y gastronomía), mediante una acción de fomento tendiente a fortalecer el capital humano, social, productivo, natural y cultural, de hombres, mujeres, jóvenes y pueblos originarios en los territorios.
Ministerio Interior y Seguridad Pública*	Subsecretaría de Desarrollo Regional y Administrativo (Subdere)	Generar conocimiento y transferencia de capacidades a los gobiernos regionales en materia de economía creativa, haciendo de vínculo entre la Academia de Capacitación Municipal y Regional, para que se impartan contenidos sobre estas materias. Promover el desarrollo de la economía creativa y sus distintos sectores a nivel regional a través de herramientas institucionales que apoyen a los gobiernos regionales en la articulación y disposición de recursos para tales efectos.
Ministerio de Hacienda*	Comité Técnico Público - Privado de Exportación de Servicios	Promover las exportaciones de servicios a nivel nacional, visibilizando el desempeño del sector creativo en el exterior. Desarrollar y proporcionar apoyo técnico especializado en el sector creativo, para la venta de servicios y productos intangibles en el exterior. Difundir conocimiento sobre exportaciones de servicios a los actores de la economía creativa.

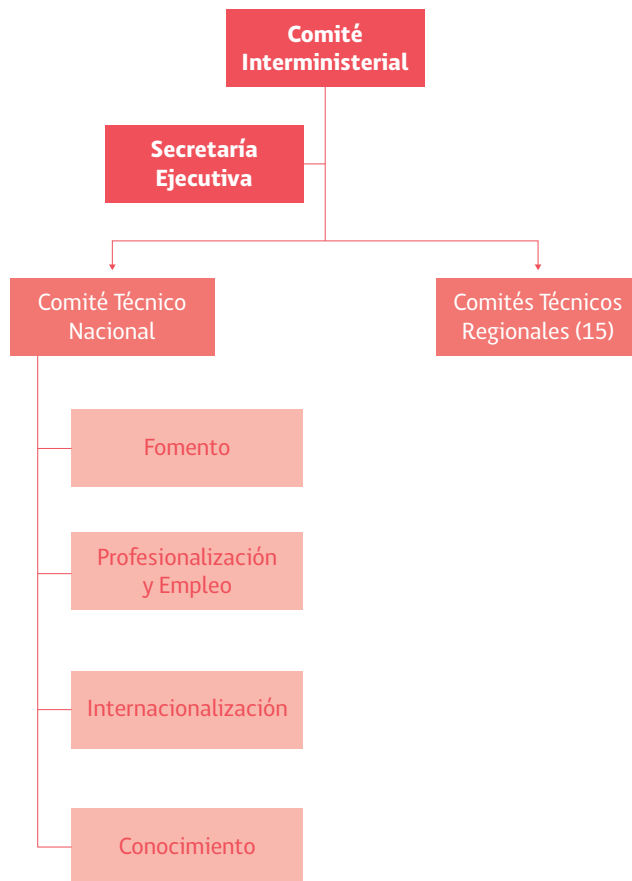
*Instituciones incorporadas durante el año 2016 que no se encuentran en el Instructivo Presidencial N° 003.

Adicionalmente, se encuentran instituciones públicas que presentan un rol a nivel consultivo para la implementación del Plan, ellas son:

- › Servicio de Impuestos Internos (SII)
- › Instituto Nacional de Estadísticas (INE)
- › Servicio Nacional de Aduanas
- › Banco Central

- › Comisión Nacional de Investigación Científica y Tecnológica (Conicyt)
- › Consejo Nacional para la Innovación para la Competitividad y el Desarrollo (CNID)
- › Agencia de Cooperación Internacional (AGCI)
- › Dirección de Presupuestos (Dipres)

DIAGRAMA 4 Organigrama del Plan Nacional de Fomento a la Economía Creativa



ÁMBITOS

De acuerdo a lo planteado anteriormente, los lineamientos estratégicos y los enfoques transversales son los objetivos específicos, los principios orientadores para la propuesta de programas, iniciativas o acciones que serán realizados durante el período 2017-2022. Serán abordados por ámbitos para cada uno de ellos, los que se presentan a continuación:

- [i] **Difusión / Comunicación / Información:** agrupa los programas, iniciativas o acciones que tienen por finalidad dar a conocer, difundir, comunicar e informar respecto el Plan de forma amplia e integradora.
- [ii] **Focalización:** considera programas, iniciativas o acciones tendientes a enfrentar aspectos específicos y focalizados tanto de los lineamientos estratégicos como de los enfoques transversales.
- [iii] **Capacitación / Formación:** contempla programas, iniciativas o acciones que tienen como finalidad transferir conocimiento, capacidades y entrenamiento sobre contenidos relevantes.

La definición de ámbitos específicos para responder a los lineamientos obedece al hecho de que la implementación del Plan requiere del compromiso y concertación de actores por el logro de sus objetivos y fines, es decir, la convicción de todas las instituciones, tanto públicas como privadas, de que el desarrollo de la economía creativa es un factor clave para el desarrollo económico, social y cultural del país. En otras palabras, no se trata solo de sumar recursos, programas e iniciativas sino de orientar los recursos hacia objetivos comunes vía proyectos y programas compartidos de acuerdo a cada especialidad institucional.

BENEFICIARIOS

Basándose en la caracterización realizada por el CNCA (2014) del sector creativo, es posible identificar dos grupos de beneficiarios:

Beneficiarios directos:

- › **Trabajadores** del sector de economía creativa.
- › **Empresas y emprendedores** del sector creativo.
- › **Asociaciones**, sindicatos y gremios.
- › **Universidades**, institutos profesionales y centros de formación técnica.
- › **Académicos e investigadores** del sector creativo.
- › **Mediadores Culturales** (agencias, centros culturales, corporaciones, fundaciones, galeristas, gestores culturales, productores, salas de artes escénicas, otros).

Beneficiarios intermedios:

- › Funcionarios del sector público de las distintas instituciones que se constituyen como contrapartes técnicas de los distintos ministerios que componen el Comité Interministerial de Fomento a la Economía Creativa, tanto a nivel nacional como regional.

PROGRAMAS, INICIATIVAS Y ACCIONES A NIVEL NACIONAL 2017-2022

La implementación de una institucionalidad de fomento a la economía creativa es en esencia gradual; requiere de nuevos aprendizajes por parte de las personas que la implementan, sus beneficiarios y del medioambiente institucional donde están insertas. Por lo mismo, resulta vital identificar etapas secuenciales y progresivas en la implementación del Plan de manera de acumular conocimientos y experiencias, ajustando la institucionalidad a los requerimientos.

Durante las Mesas Técnicas llevadas a cabo el año 2016, las instituciones miembros se comprometieron a realizar las siguientes acciones, iniciativas o programas en conjunto, coordinados por la Secretaría Ejecutiva de Economía Creativa con el fin de una adecuada articulación interinstitucional. El siguiente cuadro las presenta por lineamiento estratégico y enfoques transversales en cada uno de sus ámbitos, considerando corto y mediano y largo plazo.

Fomento para el desarrollo sostenible

Ámbito	Programa/Iniciativa/Acción específica corto plazo (2017-2018)	Instituciones vinculadas	Programa/Iniciativa/Acción mediano y largo plazo (2019 en adelante)	Instituciones vinculadas
Comunicaciones	Difundir los beneficios de la formalización.	<ul style="list-style-type: none"> • CNCA • Corfo • SII • ProChile 	Contar con plan comunicacional articulado entre las instituciones pertenecientes al comité que visibilice las características e impactos del fomento al sector creativo.	<ul style="list-style-type: none"> • CNCA • Sercotec • Corfo • Aduana • SII • ProChile
	Construir un relato identitario para la internacionalización.	<ul style="list-style-type: none"> • CNCA • Dirac • Imagen de Chile 	Campaña internacional sobre identidad y valores de la economía creativa chilena.	<ul style="list-style-type: none"> • CNCA • Dirac • Imagen de Chile
	Visibilizar la oferta creativa nacional en el extranjero a través de una campaña internacional.	<ul style="list-style-type: none"> • CNCA • Dirac • ProChile • Subsecretaría de Hacienda 	Impulsar la creación de marcas sectoriales en los sectores donde no las hay (diseño, artes escénicas, editorial, artesanía y música).	<ul style="list-style-type: none"> • CNCA • ProChile
Focalización	Programa Estratégico Corfo.	<ul style="list-style-type: none"> • Corfo 	Programa Estratégico Corfo.	<ul style="list-style-type: none"> • Corfo
	Focalizar instrumentos para el apoyo del emprendimiento en el sector creativo.	<ul style="list-style-type: none"> • CNCA • Corfo • Sercotec 	Coordinar instrumentos de fomento a la economía creativa para que apoyen las distintas etapas de la cadena productiva de las iniciativas y emprendimientos creativos.	<ul style="list-style-type: none"> • CNCA • Corfo • ProChile • Sercotec
	Ruedas de negocios y encuentros intersectoriales a nivel nacional.	<ul style="list-style-type: none"> • CNCA • Corfo • Indap • Minecon • Sercotec 	Trabajar en el diseño de un programa de acceso a crédito para Mypes del sector.	<ul style="list-style-type: none"> • CNCA • Corfo • Minecon

Ámbito	Programa/ Iniciativa/Acción específica corto plazo (2017-2018)	Instituciones vinculadas	Programa/Iniciativa/ Acción mediano y largo plazo (2019 en adelante)	Instituciones vinculadas
Focalización	Generar convenios para la internacionalización del sector creativo.	<ul style="list-style-type: none"> • CNCA • ProChile 	Generar una estrategia de internacionalización entre Imagen de Chile, Dirac, ProChile y el CNCA.	<ul style="list-style-type: none"> • CNCA • Dirac • Imagen de Chile • ProChile
	Piloto de trabajo con empresarios para incentivar la donación privada. Prospectar mecanismos para facilitar el acceso y utilización del beneficio tributario.	<ul style="list-style-type: none"> • CNCA • Corfo 	Encuentros de empresarios para incentivar Ley de Donaciones.	<ul style="list-style-type: none"> • CNCA • Corfo
Formación	Generar contenido para la formalización comercial de agentes creativos.	<ul style="list-style-type: none"> • CNCA • Minecon 	Implementación de programa de capacitación en torno a acceso a instrumentos de financiamiento para generación/ sofisticación de la oferta creativa nacional.	<ul style="list-style-type: none"> • CNCA • Corfo • Sercotec
	Realizar capacitaciones y producir material de formación como manuales en internacionalización e imagen país.	<ul style="list-style-type: none"> • CNCA • ProChile • Subsecretaría de Hacienda 	Crear un programa de capacitaciones en exportación de bienes y servicios creativos, para avanzar hacia programa de mentorías en exportación de bienes y servicios creativos.	<ul style="list-style-type: none"> • CNCA • ProChile • Subsecretaría de Hacienda
	Generar manuales de emprendimiento creativo.	<ul style="list-style-type: none"> • Minecon 		

Profesionalización y promoción de la asociatividad

Ámbito	Programa/ Iniciativa/Acción específica corto plazo (2017-2018)	Instituciones vinculadas	Programa/Iniciativa/ Acción mediano y largo plazo (2019 en adelante)	Instituciones vinculadas
Comuni- caciones	Hacer visibles buenas prácticas en materia de formación.	<ul style="list-style-type: none"> • CNCA • Secretaría Ejecutiva de Formación Técnico Profesional 		
	Difundir beneficios de la asociatividad al sector creativo.	<ul style="list-style-type: none"> • CNCA • DAES 	Elaborar un directorio de acceso público y actualización permanente con información relevante sobre las asociaciones colaborativas existentes en el sector creativo en Chile.	<ul style="list-style-type: none"> • CNCA • DAES • Sercotec
Focalización	Incluir al sector creativo en instrumentos de profesionalización de Corfo que promueven el trabajo colaborativo.	<ul style="list-style-type: none"> • Corfo (Nodo y Profo) • Sercotec 		
	Apoyar a pequeñas asociaciones a través de programas de apoyo.	<ul style="list-style-type: none"> • Inapi • Minecon 	Generar perfiles para la certificación de competencias.	<ul style="list-style-type: none"> • CNCA • ChileValora
	Focalizar la oferta de capacitaciones en economía creativa.	<ul style="list-style-type: none"> • Sence 	Integrar al sector creativo en el Programa de Formación de Capital Humano en el extranjero, explorando la oferta internacional para el sector.	<ul style="list-style-type: none"> • Secretaría Ejecutiva de Formación Técnico Profesional

CONTINUACIÓN P. 60

Ámbito	Programa/ Iniciativa/Acción específica corto plazo (2017-2018)	Instituciones vinculadas	Programa/Iniciativa/ Acción mediano y largo plazo (2019 en adelante)	Instituciones vinculadas
Formación	Generar documentación de apoyo (manuales, guías y otros documentos) que orienten a las asociaciones en el proceso de constitución legal, conformación de su estructura orgánica y otros aspectos administrativos.	<ul style="list-style-type: none"> • CNCA • Corfo • Sercotec 	Crear un programa que facilite el acceso a la información técnica para la creación y/o formalización de cooperativas y asociaciones del sector creativo.	<ul style="list-style-type: none"> • DAES • Corfo • Sercotec
	Capacitar a organizaciones asociativas del sector creativo en materia de gestión y administración de negocios.	<ul style="list-style-type: none"> • DAES 	Trabajar con el SII/Minecon en la generación instancias de capacitación a los diferentes actores del sector en materia de legislación tributaria.	<ul style="list-style-type: none"> • CNCA • Minecon • SII
	Desarrollar contenidos sobre derechos de autor y disponer de espacios de difusión sobre la economía creativa.	<ul style="list-style-type: none"> • Dibam • Direcon 	Desarrollar capacitaciones sobre propiedad industrial y derecho de autor.	<ul style="list-style-type: none"> • Dibam • Inapi • Direcon
	Desarrollar contenidos que generen un estándar en gestión cultural.	<ul style="list-style-type: none"> • CNCA • Secretaría Ejecutiva de Formación Técnico Profesional • Mineduc 	Focalizar cursos en temáticas de cooperativismo en el sector creativo.	<ul style="list-style-type: none"> • Dibam (Biblioredes)

Fomento al conocimiento sobre la economía creativa

Ámbito	Programa/ Iniciativa/Acción específica corto plazo (2017-2018)	Instituciones vinculadas	Programa/ Iniciativa/Acción mediano y largo plazo (2019 en adelante)	Instituciones vinculadas
Comuni- caciones	Difundir y profundizar en resultados del estudio <i>Actualización impacto económico del sector creativo en la economía chilena</i> .	<ul style="list-style-type: none"> • CNCA • Corfo • Dibam • Direcon • Imagen de Chile • Inapi 	Identificar y difundir modelos alternativos de gestión de los derechos autorales y conexos, que tiendan a diversificar y perfeccionar los existentes.	<ul style="list-style-type: none"> • CNCA • Dibam • Direcon • Inapi
Focalización	Generar convenios con informantes clave, que apunten hacia una mayor calidad de la información y permitan una aplicación más eficiente y eficaz de las políticas públicas.	<ul style="list-style-type: none"> • CNCA • INE • Minecon • ProChile 	Caracterización periódica de la economía creativa.	<ul style="list-style-type: none"> • CNCA • INE • Minecon
	Revisar e incorporar preguntas clave en instrumentos consultivos de otras instituciones. Realizar estudios que colaboren en la caracterización del sector.	<ul style="list-style-type: none"> • CNCA • Minecon 	Creación de un Observatorio Nacional.	<ul style="list-style-type: none"> • CNCA • Corfo
	Piloto Encuesta de Producción Cultural Región Metropolitana.	<ul style="list-style-type: none"> • CNCA • INE 	Encuesta de Producción Cultural Nacional.	<ul style="list-style-type: none"> • CNCA • INE • Minecon
Formación	Organización y desarrollo de seminarios y encuentros sobre economía creativa para conocer buenas prácticas a nivel internacional que permitan ser adoptadas en el territorio nacional.	<ul style="list-style-type: none"> • CNCA • Dibam • ProChile 	Instalar en carreras no creativas los términos de economía creativa en trabajo con universidad, institutos profesionales y centros de formación técnica.	<ul style="list-style-type: none"> • CNCA • Secretaría Ejecutiva de Formación Técnico Profesional • Mineduc

ENFOQUES TRANSVERSALES

Las tablas a continuación son las acciones comprometidas por las instituciones para el desarrollo de los enfoques transversales.

Territorial

Ámbito	Programa/Iniciativa/Acción específica corto plazo (2017-2018)	Instituciones vinculadas	Programa/Iniciativa/Acción mediano y largo plazo (2019 en adelante)	Instituciones vinculadas
Comunicaciones	Hacer de puente con instancias y gobiernos regionales para que se promueva el desarrollo del sector creativo a nivel regional.	<ul style="list-style-type: none"> • Subdere 	Generar conocimiento y transferencia de capacidades a los Gore(s) en materia de economía creativa.	<ul style="list-style-type: none"> • CNCA • Subdere • Gore(s)
Focalización	Desarrollar el Plan Regional de Fomento a la Economía Creativa en cinco regiones.	<ul style="list-style-type: none"> • CNCA • Gore(s) • Subdere 	Desarrollar los Planes Regionales de Fomento a la Economía Creativa en todas las regiones del país, además de su seguimiento y evaluación.	<ul style="list-style-type: none"> • CNCA • Gore(s)
Formación	Hacer el vínculo entre la Academia de Capacitación Municipal y Regional para analizar posibles sinergias en el desarrollo y difusión de contenidos asociados al sector creativo.	<ul style="list-style-type: none"> • CNCA • Subdere 	Desarrollar e impartir contenidos de economía creativa a través de Academia de Capacitación Municipal y Regional.	<ul style="list-style-type: none"> • CNCA • Subdere

Articulación interinstitucional

Ámbito	Programa/Iniciativa/ Acción específica - corto plazo (2017-2018)	Instituciones vinculadas	Programa/ Iniciativa/ Acción - mediano y largo plazo (2019 en adelante)	Instituciones vinculadas
Comunicaciones	Publicar el Plan Nacional de Fomento a la Economía Creativa, socializar en el sector creativo, dentro del Estado y con otros sectores productivos.	<ul style="list-style-type: none"> • CNCA 	Plan de Medios interinstitucional para difundir y visibilizar el Plan Nacional de Fomento a la Economía Creativa.	<ul style="list-style-type: none"> • Todas las instituciones ejecutoras del Plan
	Generar conocimiento en materia de economía creativa en otras instituciones.	<ul style="list-style-type: none"> • CNCA 		
Focalización	Establecer un marco jurídico coherente (Decreto Supremo), para asegurar la institucionalidad del Plan Nacional de Fomento a la Economía Creativa.	<ul style="list-style-type: none"> • Todas las instituciones ejecutoras del Plan 	Crear una metodología y sistema para seguimiento y reportabilidad interinstitucional.	<ul style="list-style-type: none"> • Todas las instituciones ejecutoras del Plan

METAS AL AÑO 2022

- › Alcanzar el 100% de los Planes Regionales de Fomento a la Economía Creativa diseñados y en implementación en cada una de las regiones del país.
- › Aumentar reconocimiento del término «economía creativa», a un 30% de la población.⁹
- › Contar con al menos dos instrumentos de fomento focalizados en economía creativa, en instituciones distintas al CNCA.
- › Contar con al menos dos publicaciones sobre manuales de acceso a instrumentos públicos de financiamiento en el período de referencia.
- › Aumentar en al menos un 50% la exportación de servicios creativos.
- › Aumentar cobertura en formación profesional y técnica relacionada con economía creativa a nivel país, a través de un incremento del 10% en la cantidad de carreras creativas en zonas extremas.
- › Contar con al menos 15 perfiles técnicos actualizados de competencias en oficios del sector creativo.
- › Actualizar códigos de actividad económica relacionados con economía creativa de acuerdo a estándares internacionales.
- › Mejorar la generación y disposición de información a través de la creación de un observatorio de investigación sobre economía creativa.

⁹ Durante el 2016 la Fundación Imagen de Chile realizó un estudio con el objetivo de determinar el posicionamiento de la economía creativa y de los sectores que la integran en la sociedad chilena. Según resultados de la encuesta, solo un 11% de la población reconoce el término «economía creativa».

El fomento a la economía creativa genera información de contenido, de procesos y de resultados toda la cual debe ser acopiada y utilizada para desarrollar y generar conocimiento en un ciclo virtuoso de aprendizaje por parte de todos los actores involucrados en el desarrollo de la economía creativa.

Para enfrentar los riesgos inherentes a cada etapa del Plan, este fue concebido de manera flexible para permitir modificaciones o correcciones en forma permanente, aproximando las acciones a los fines definidos en los lineamientos estratégicos. De haber sido concebido como un instrumento estático, y tomando en cuenta las variaciones que experimenta el medio, a las variaciones que experimenta el medio, el Plan habría entrañado el riesgo de imposibilitar cualquier potencial mejora u optimización en virtud de los cambios que se producen en el entorno y que influyen en el territorio nacional y en el mismo Estado.

El seguimiento permite examinar las actividades ejecutadas para controlar el desempeño futuro de los proyectos, programas y estudios que constituyen la fase operativa y que fueron establecidos en la estructura del Plan. El seguimiento, mediante observación, registro y análisis, tiene una doble perspectiva: por una parte, la evaluación de resultados, pero también el estado de avance de resultados transitorios en pos del cumplimiento de metas.

Durante el 2017-2018 se diseñará e implementará un sistema de monitoreo liderado por la Secretaría Ejecutiva, a través del cual se generarán indicadores cuantificables para conocer el grado de avance de las iniciativas y acciones propuestas y planificadas.

El objetivo de la generación de indicadores de gestión es evaluar la implementación concreta del conjunto de las iniciativas contenidas en el Plan mediante parámetros predefinidos (número de acciones a implementar anualmente v/s Iniciativas de acciones no

implementadas anualmente) y que, en rigor, constituyen las metas del presente Plan y cuyo comportamiento observado y resultante, permiten establecer la tendencia de la gestión institucional y su proyección futura.

La implementación del sistema de seguimiento y evaluación contempla el registro de indicadores bajo criterios establecidos, los cuales pueden estar orientados a responder tres tipos de preguntas (Gertler et al., 2011):

- › **Descriptivas**, con el fin de obtener una descripción de los procesos desde los agentes involucrados.
- › **Normativas**, con el fin de comparar el estado de los procesos en relación con lo comprometido a la fecha.
- › **Causa y efecto**, para determinar las causas a partir del estado actual de las cosas y sus posibles consecuencias en la continuidad del Plan.

La recolección de datos se realizará en base a matrices o fichas preestablecidas, las cuales deben ser aplicadas con la siguiente periodicidad:

- › Cada institución deberá completar fichas una vez al año con el fin de obtener información descriptiva de los avances, los que deberán ser recolectados por la Secretaría Ejecutiva para determinar el funcionamiento del Plan.
- › La evaluación intermedia y final del Plan estará a cargo de la Secretaría Ejecutiva, con el fin de obtener datos normativos que permitan realizar ajustes oportunos para asegurar su sostenibilidad en el tiempo.



REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BRICE, S. (1999) Imaginative actuality: Learning in the arts during the non school hours. En: Fiske, E. (ed.) *Champions of Change: The Impact of the Arts on Learning*. Washington, DC: Arts Education Partnership and President's Committee on the Arts and Humanities.

CÁMARA DE COMERCIO DE SANTIAGO (2016). *Chile: una orientación estratégica de largo plazo para elevar la productividad*. Santiago: Cámara de Comercio de Santiago.

CATTERALL, J., R. Chapleau, et al. (1999). Involvement in the arts and human development: General involvement and intensive involvement in music and theatre arts. En E. Fiske (Ed.), *Champions of Change: The Impact of the Arts on Learning*. Washington, DC: Arts Education Partnership and President's Committee on the Arts and Humanities.

CLIFT, S. (2012) Creative arts as a public health resource: moving from practice-based research to evidence-based practice. *Perspectives in Public Health*, 132(3), 120-127.

COMISIÓN EUROPEA. (2011) Proposal for a REGULATION OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL on establishing the Creative Europe Programme. En Union, E. (ed.) *COM (2011) 785/2*. Bruselas.

- (2012a) EU cohesion policy support to culture, cultural & creative industries: from 2007-2013 to 2014-2020 - digitisation of cultural material. Bruselas: Comisión Europea.
- (2012b). Promoting cultural and creative sectors for growth and jobs in the EU. Bruselas: Comisión Europea.

CONSEJO NACIONAL DE LA CULTURA Y LAS ARTES (CNCA), (2014a). *Mapeo de Industrias creativas. Caracterización y dimensionamiento*. Santiago: CNCA.

– (2014b). *Política Nacional de la Lectura y el Libro 2015-2020*. Santiago: CNCA.

– (2015). *Diagnóstico de la Economía Creativa en Chile y propuesta componentes plan nacional*

– (2016a). *Política Nacional del Campo de la Música 2017-2022*. Santiago: CNCA.

– (2016b). *Política Nacional del Campo Audiovisual 2017-2022*. Santiago: CNCA.

– (2017). *Actualización del impacto económico del sector creativo en Chile*. Santiago: CNCA.

CONSEJO NACIONAL DE LA CULTURA Y LAS ARTES & INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS (INE) (2015). *Anuario de la Cultura y Tiempo Libre 2014*. Santiago: CNCA.

– (2016) *Estadísticas culturales. Informe anual 2015*. Santiago: CNCA.

CORFO, ACTI & ESTRATÉGICA (2015). *Diagnóstico y Caracterización de la Economía Creativa: Brechas y drivers de los 4 subsectores priorizados y la gobernanza de los esfuerzos públicos*. Santiago: CNCA.

FISKE, E. B. (1999) *Champions of Change: The Impact of the Arts on Learning*. Washington, DC : Arts Education Partnership and President's Committee on the Arts and the Humanities

FUENTES, L., FERRETI, P., CASTRO, F. y ORTEGA, R. (2015). *La edición independiente en Chile: estudio e historia de la pequeña industria (2009-2014)*. Santiago: Cooperativa Editores de la Furia

FUNDACIÓN IMAGEN DE CHILE (2017). *Economía Creativa y Marca País*.

IMI Chile (2016). *Diagnóstico base: Brechas de Exportación*. Santiago: IMI Chile.

HOLLANDERS, H. (2010) Economic relevance and potential of creative industries. En: Towards a Pan-European Initiative In Support of Innovative Creative Industries In Europe. Amsterdam: European Commission's Enterprise & Industry Directorate-General.

MINISTERIO DE ECONOMÍA, FOMENTO Y TURISMO (2016). *Mapeo de Contenidos Digitales*.

PROYECTO TRAMA (2014). *El Escenario del Trabajador Cultural en Chile*. Santiago: Proyecto Trama.

— (2016). *Agenda Trama: Recomendaciones para el desarrollo de las Artes en Chile*. Santiago: Proyecto Trama.

PNUD (2002). *Desarrollo Humano en Chile. Nosotros los chilenos: un desafío cultural* Santiago: PNUD.

— (2012). *Desarrollo Humano en Chile. Bienestar subjetivo: el desafío de repensar el desarrollo*. Santiago: PNUD.

— (2016) *IV Encuesta Nacional de Auditoría a la Democracia*. Santiago: PNUD.

SERVICIO NACIONAL DE ADUANAS (2015). *Anuario Estadístico*. Santiago: Servicio Nacional de Aduanas.

SIES (2014) *Panorama de la Educación Superior en Chile 2014*. Santiago: División de Educación Superior, Ministerio de Educación.

UNESCO. (2009) UNESCO FRAMEWORK FOR CULTURAL STATISTICS. UNESCO Institute for Statistics.

— (2014) *Informe sobre la economía creativa 2013, edición especial. Ampliar los cauces de desarrollo local*.

UNIÓN EUROPEA (2015). *Cultural and Creative Spillovers in Europe: Report on a Preliminary Evidence Review*.

ÍNDICE DE SIGLAS Y ABREVIATURAS

AGCID: Agencia Chilena de Cooperación Internacional para el Desarrollo

CASEN: Encuesta de Caracterización Socioeconómica Nacional

ChileValora: Comisión del Sistema Nacional de Certificación de Competencias Laborales

CNCA: Consejo Nacional de la Cultura y las Artes

CNID: Consejo Nacional de Innovación para el Desarrollo

Conadi: Corporación Nacional de Desarrollo Indígena

Conicyt: Comisión Nacional de Investigación Científica y Tecnológica

Corfo: Corporación de Fomento de la Producción

DAES: División de Asociatividad y Economía Social

DDI: Departamento de Derechos Intelectuales

Dibam: Dirección de Bibliotecas, Archivos y Museos

Dipres: Dirección de Presupuestos del Ministerio de Hacienda

Dirac: Dirección de Asuntos Culturales del Ministerio de Relaciones Exteriores

Direcon: Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales

INE: Instituto Nacional de Estadísticas

Injuv: Instituto Nacional de la Juventud

Inapi: Instituto Nacional de Propiedad Industrial

Indap: Instituto de Desarrollo Agropecuario

Minecon: Ministerio de Economía, Fomento y Turismo

Mineduc: Ministerio de Educación

Minrel: Ministerio de Relaciones Exteriores

ProChile: Programa de Fomento a las Exportaciones Chilenas del Ministerio de Relaciones Exteriores

PNFEC: Plan Nacional de Fomento a la Economía Creativa

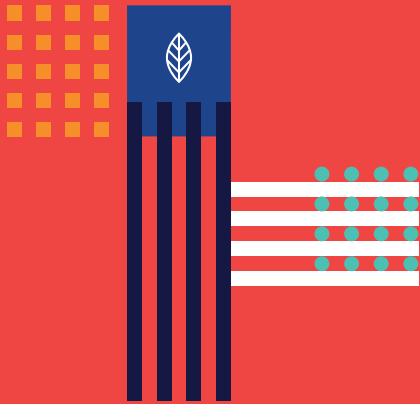
PRFEC: Plan Regional de Fomento a la Economía Creativa

Sence: Servicio Nacional de Capacitación y Empleo

Sercotec: Servicio de Cooperación Técnica

SII: Servicio de Impuestos Internos

Subdere: Subsecretaría de Desarrollo Regional y Administrativo



Una economía sustentable, respetuosa del territorio y del bienestar de sus habitantes, no es posible si dejamos de lado el conocimiento, talento e identidades presentes en nuestro país. Por ello, la inclusión de la dimensión cultural en las políticas y acciones de desarrollo en Chile es uno de los desafíos más importantes que tenemos por delante, más aún si se tiene en cuenta que en la actualidad el aporte de nuestro sector al crecimiento nacional del país es superior a otros ámbitos de la economía.

No se puede subestimar la importancia de la innovación y la creatividad en la economía mundial. Hacerlo supone pasar por alto al sector creativo, un ámbito productivo capacitado para promover una mayor cohesión social, robustecer los valores cívicos, incentivar la participación activa en nuestra democracia y revertir la actual desconfianza hacia las instituciones, sean estas públicas o privadas.

El Plan Nacional de Fomento a la Economía Creativa (2017-2022) cumple con la tarea pendiente de reconocer, valorar y dimensionar los aportes de las artes y la cultura a la economía nacional, así como de velar por su futuro, para lo que se propone, a través de un conjunto de medidas al corto y largo plazo, una hoja de ruta, un camino para la economía creativa en Chile.