

# PROGRAMA EN REVISIÓN DE DISEÑO 2023

<b>Ministerio</b>	MINISTERIO DE ECONOMIA, FOMENTO Y TURISMO
<b>Servicio</b>	CORPORACION DE FOMENTO DE LA PRODUCCION
<b>Programa</b>	Factoría Creativa
<b>Tipo</b>	Reformulación
<b>Estado</b>	CALIFICADO
<b>Código</b>	PI070620220016922
<b>Calificación</b>	Recomendado Favorablemente

## Sección 1: Antecedentes

Código sistema

PI070620220016922

Nombre del Programa (420 caracteres)

Factoría Creativa

Descripción del Programa (1.200 caracteres)

Este Programa busca aumentar las ventas de las empresas de la economía creativa nacional a través del apoyo de actividades que promuevan una mayor competitividad y sustentabilidad de su actividad para robustecer la estabilidad de la empresa en el mediano-largo plazo. Esto se realiza a través del cofinanciamiento de iniciativas en ámbitos que incluyan acciones de Fortalecimiento Empresarial como también acciones que incluyan el desarrollo y/o fortalecimiento de un Portafolio Creativo. Esto ámbitos de acción se deben abarcar soluciones a carencias relacionadas con falta de competencias, de estructura organizacional y de mirada estratégica del negocio, junto con la posibilidad de integrar mejoras en la gestión y uso de derechos de propiedad intelectual, gestión de precios de contenidos creativos, licenciamiento, ventas y merchandising, entre otros. Esto se complementa con el desarrollo de actividades vinculadas al desarrollo y/o fortalecimiento de un Portafolio Creativo que permita solventar gastos para impulsar la creación de bienes, contenidos, servicios, espectáculos y/o experiencias creativas con potencial.

Unidad responsable de la formulación del Programa.

Servicio:	Corfo
Unidad responsable de la formulación del Programa:	Subdirección de Iniciativas Corporativas
Nombre responsable de la formulación del Programa:	Isidora Cabezón Papic
Cargo:	Coordinadora de Economía Creativa
Teléfono del contacto:	56998212344
Email de contacto:	isidora.cabezon@corfo.cl

Información contraparte operativa de la formulación del Programa

Nombre:	Isidora Cabezón Papic
Cargo:	Coordinadora Unidad de Economía Creativa
Teléfono del contacto:	56998212344
Email de contacto:	isidora.cabezon@corfo.cl

Información contraparte  
DIPRES

Eje de acción del Programa

Crecimiento

Ámbito de acción del Programa

Fomento productivo

Asociar el programa con los objetivos ministeriales (A1).

Descripción

Reactivar la economía, con foco en las micro, pequeñas y medianas empresas, que se han visto especialmente afectadas por la pandemia y que generan un porcentaje importante de los empleos del país.

Crear programas de acceso al financiamiento, apoyo a la gestión, desarrollo de capacidades empresariales y de mecanismos de asociatividad para las Empresas de Menor Tamaño de modo de poder enfrentar la transformación digital.

Desarrollar programas innovación para disminuir la brecha digital de la pequeñas y medianas empresas, fortaleciendo plataformas de capacitación, comercialización y colaboración, que les permita competir en nuevos mercados.

Si el Programa cuenta con información para la ciudadanía o usuarios informe el/los links. (Sitio web, portal de información y postulación, entre otros). (500 caracteres)

[www.corfo.cl](http://www.corfo.cl)

## Sección 2: Diagnóstico

Describa el **principal problema** público que el Programa abordará, **identificando la población afectada**. (1.000 caracteres)

Las MiPEs creativas en Chile se enfrentan a un problema de bajo crecimiento en sus ventas lo que impide sustentar su actividad económica de manera permanente. Al año 2020, el 69% de las empresas creativas estaban en la categoría de microempresas (31.287 empresas), y el 10% de las empresas se consideraron pequeñas (4.681) por lo que la masa total de empresas que podemos considerar como Mipes Creativas, asciende a 35.968 empresas contribuyentes en 1ra categoría.

Presente **datos cuantitativos** que evidencien que el problema señalado anteriormente está vigente y que dimensionen la brecha generada por dicho problema. (1.500 caracteres)

Según datos del Servicio de Impuestos Internos (SII), en el 2005 las empresas creativas representaban el 2,6% de las empresas del país y el 1,8% de las ventas realizadas. Con el tiempo, se observa cómo la Economía Creativa, en adelante "EC", aumenta en su participación respecto a la cantidad de empresas, la que llega al 3,5% en año 2020, pero su volumen de ventas solo representa el 1,3%-1,4% de las ventas nacionales, lo que indica que no existe una correlación directa entre la masa empresarial y el volumen de ventas del sector. En otras palabras, las nuevas empresas aportan menos ventas que las empresas existentes, probablemente debido a que las empresas ya consolidadas o maduras, son las que generan las ventas estructurales de la industria. Un análisis previo de cifras del SII indica que entre el 2009 y el 2019 la cantidad de empresas del sector creció a un 5,4% promedio al año, mientras que el total de la economía lo hizo a un 3,1%. En ese mismo periodo, la facturación del sector creció a una tasa promedio anual de 3% mientras que en el resto de la economía fue de un 6%. Así también, en el "Análisis descriptivo del impacto de la pandemia sobre las empresas en Chile" (MINECON, 2021), se muestra que las mipymes se han visto afectadas por la pandemia Covid-19 en casi todos los sectores, siendo el rubro "Actividades Artísticas, de Entretenimiento y Recreativas" uno de los más afectados con una caída del 64,2% de las ventas de las micro y del 49,3% de las pequeñas empresas.

Señale la **fuentes** de dicha información (encuestas, referencias bibliográficas, etc.) entregando el respectivo link para acceder a ésta. (1.000 caracteres)

"Estudio de Caracterización de Empresas Mipe Creativas en Chile", Corfo, 2022.  
"Análisis descriptivo del impacto de la pandemia sobre las empresas en Chile", MINECON, 2021.

Indique si el programa responde a un mandato legal (Ley, Decreto, Reglamento) y si en dicho mandato legal se establecen beneficios obligatorios, montos mínimos o coberturas mínimas de beneficios. (1.000 caracteres)

No responde a mandato legal

¿El problema afecta de modo particular a alguno de los siguientes grupos de población: **mujeres, pueblos indígenas, personas en situación de discapacidad, personas en situación de dependencia o condición migratoria**? (1.000 caracteres)

No

Más allá del mandato legal, explique por qué, desde el punto de vista de las políticas públicas, el Servicio debe participar en la solución de este problema (prioridad gubernamental, justificación de política pública, etc.). (1.000 caracteres)

Hay sustentos teóricos y de contexto que justifican la intervención del Estado en el sector. Primero, hay fallas de mercado que desincentivan la inversión privada como: -Altos grados de no rivalidad y no exclusión (artes, patrimonio, radio) que perjudican la explotación de la propiedad intelectual -Altos costos hundidos en la producción de "copia 0" -Alta complejidad en reconocer el valor y potencial económico de un bien intangible -Bajo reconocimiento del valor agregado de lo creativo en la industria tradicional. Luego, la Política Nacional de Cultura 2017-2022 (MinCAP) destaca la necesidad de valorizar los bienes y servicios creativos e integrar mecanismos para fomentar la sostenibilidad económica, entre otras. Por la crisis del 2020, UNESCO y BID destacan la urgencia de apoyar al sector en la transformación e innovación de modelos de negocio, fomento a las exportaciones, entre otras.

Identifique las **principales causas** del problema, explicando brevemente las razones que llevan a concluir la existencia de un vínculo con el problema principal. Presente datos cuantitativos que avalen la existencia de este vínculo, identificando la fuente

<b>Causa</b>	<b>Vínculo con el problema y datos cuantitativos que avalen la relación con el mismo (500 caracteres)</b>
Baja Incorporación de capital humano especializado en temas propios de la EC lo que impide el crecimiento en ventas de las empresas creativas	Según el "Estudio de Caracterización de Empresas Mipes Creativas en Chile" (Abril 2022) solo un 55% de las Mipes creativas señala que "cuenta con personal especializado en temas de gestión, administración y negocios" y solo un 27% "cuenta con personal especializado en temas legales".
Bajo uso de herramientas de diferenciación como la gestión de PI, entre otros, lo que impide el crecimiento en ventas de las empresas creativas	En el "Estudio de Caracterización de Empresas Mipes Creativas en Chile" solo un 21% de las Mipes creativa actualmente utiliza registros de propiedad intelectual (PI), solo un 15% actualmente utiliza modelos de licenciamiento y solo un 10% actualmente utiliza gestión de precios de contenidos creativos. El sector creativo esta fuertemente ligado al valor que genera su propiedad intelectual por que es esencial contar con capacidades que de cuenta de su rol como activo (intangibles) en sus balances.
Bajo uso de redes de negocios lo que impide el crecimiento en ventas de las empresas creativas	Según el "Estudio de Caracterización de Empresas Mipes Creativas en Chile" (Abril 2022) el 43% de las empresas no ha participado de encuentros y/o mercados de coproducción y un 36% no ha participado de rondas y/o mesas de negocio.
Altas limitantes de modernización de gestión impiden el crecimiento en ventas de las empresas creativas	Según el "Estudio de Caracterización de Empresas Mipes Creativas en Chile" (Abril 2022) el 47% de las empresas creativas considera un impedimento los altos costos de las herramientas de gestión.

Mencione los **principales efectos** del problema en la población afectada. Presente datos cuantitativos que avalen la relevancia del efecto descrito, identificando la fuente

<b>Efecto</b>	<b>Datos cuantitativos que permitan dimensionar la relevancia del efecto.</b>
El sector creativo tiene un alto nivel de mortalidad de empresas por el bajo crecimiento en ventas y el enfoque de trabajo en proyectos a corto plazo	De las empresas existentes el 2007, en el 2014 un 41,5% (micro) y 45,3% (pequeña) se mantuvo en el mismo tamaño, y un 47,2% (micro) y 24,8% (pequeña) murió ("Dinámica Empresarial: Brechas regionales y sectoriales de las pymes en Chile Periodo 2005-2014; MinEcon; 2016)

## Sección 3: Población del Programa

### 3.1 Caracterización de la población

Caracterice la población potencial que corresponde a la población que presenta el problema público identificado en el diagnóstico. (1.500 caracteres)

La población a atender son las micro y pequeñas empresas (MIPE) creativas correspondientes a los 52 Códigos CIU-4 del Servicio de Impuestos Internos (SII) ligados a actividades creativas de empresas que tributan en primera categoría tales como: empresas de cine, música, editorial, videojuegos, diseño, entre otras. En total, estas abordan alrededor de 12 sectores que se consideran como parte de las denominadas industrias creativas según la UNESCO y el Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio (MinCAP). Al año 2020, el 69% de las empresas creativas en Chile estaban en la categoría de microempresas (31.287 empresas) y el 10% de las empresas se consideraron pequeñas (4.681) por lo que la masa total de empresas que podemos considerar como MIPES creativas en Chile asciende a 35.968. Es importante indicar que el problema de las bajas ventas de las empresas, es transversal y afecta a todas las empresas creativas.

Estime la **población potencial**, que corresponde a la población que presenta el problema público identificado en el diagnóstico y su unidad de medida

Número	Unidad
35.968	empresas

Si la **unidad de medida** corresponde a "unidades", precise a qué se refiere con ello. (50 caracteres)

Señale **cómo se estimó** (metodología) y **qué fuentes de datos se utilizó** para cuantificar la población potencial. (500 caracteres)

Se estimó considerando las micro y pequeñas empresas que tributan en 1era categoría de los 52 Códigos CIU-4 ligados a actividades creativas, de acuerdo al registro del SII año 2021, correspondientes a 35.968 empresas. Para esto se tomó como referencia la clasificación del "Marco de Estadísticas culturales" UNESCO" (2009), validado por el Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio. El problema de bajas ventas de las empresas, es transversal y afecta a todas las empresas del sector.

Caracterice la población objetivo que corresponde a aquella parte de la población potencial que cumple los criterios de focalización. (1.500 caracteres)

Se trata de empresas del sector creativo correspondientes a los 52 Códigos CIU-4 del Servicio de Impuestos Internos ligados a actividades creativas de empresas que tributan en primera categoría y cuyas ventas no exceden las 25.000 UF anuales, es decir, se trata de micro y pequeñas empresas del sector creativo del país. En este marco, el programa se focalizará en micro y pequeñas empresas (MIPE) creativas con mayor potencial, es decir aquellas empresas con experiencia en términos de gestión de proyectos (antigüedad) y con capacidad de innovación.

Vale indicar que según el informe "Dinámica Empresarial: Brechas regionales y sectoriales de las pymes en Chile, periodo 2005-2014 del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo" (febrero, 2016), del total de microempresas, un 39% vive a los más tres años, por lo tanto un 61% sobrevive al llamado "valle de la muerte". Sumado a esto, según el estudio "Caracterización de Empresas MIPES Creativas en Chile" (julio, 2022), el 75% de las MIPE creativas poseen capacidad de innovación para el desarrollo de proyectos innovativos propios, por lo que es relevante focalizar en las empresas creativas que demuestren antigüedad y proyectos activos con potencial de innovación. Considerando lo anterior, la población objetivo corresponde a 16.455 empresas.

Estime la **población objetivo** (aquella parte de la población potencial que cumple los criterios de focalización definidos anteriormente).

Número
16.455

De acuerdo con la naturaleza del programa, señale si aplican criterios de focalización para identificar a la población objetivo, en caso de que no apliquen, **justifique:**

Sí

Defina la o las variables y criterios de **focalización utilizados para identificar la población objetivo**, teniendo presente que al menos uno de estos criterios de debe permitir discriminar si la población efectivamente presenta el problema principal identificado en el diagnóstico

Variable	Criterio	Medio de verificación
Antigüedad de la empresa	Empresas con al menos 3 años de antigüedad desde el inicio de actividades ante el SII, con proyectos activos	SII, Iniciación de actividades
Potencial innovador	Empresas con potencial de innovación en su estrategia empresarial y en su cartera de proyectos creativos.	Formulario de postulación, CORFO.

Señale **cómo se estimó** (metodología) y **qué fuentes de datos se utilizó** para cuantificar la población objetivo (500 caracteres)

Según "Dinámica Empresarial: Brechas regionales y sectoriales de las pymes en Chile, 2005-2014" (MINECON,2016), del total de microempresas un 61% sobrevive luego de 3 años. Sumado a esto, según "Caracterización de Empresas MIPes Creativas en Chile" (2022), el 75% de las MIPE creativas poseen capacidad de innovación. Considerando esto, se focalizará en las MIPE creativas que demuestren antigüedad y proyectos con potencial de innovación. La población objetivo es de 16.455 empresas.

El próximo año, ¿el Programa atenderá a toda la población objetivo identificada anteriormente o sólo a una parte?

El Programa atenderá parte de la población objetivo y la entrega de beneficios será gradual a través de los años.

Señale los **criterios de priorización**, esto es aquellos criterios que permiten ordenar el flujo de beneficiarios dentro de un plazo plurianual, determinando en forma no arbitraria a quiénes se atiende antes y a quiénes después. (1.000 caracteres)

La priorización está dada por la calidad de las postulaciones recibidas en las convocatorias definidas para los subsectores creativos que se realizarán para este programa cada año presupuestario. Dichas postulaciones son evaluadas con criterios aplicados en igualdad de condiciones. Estos criterios se engloban en ámbitos como coherencia del componente de fortalecimiento empresarial, innovación y oportunidad del negocio, calidad de la formulación y la propuesta del Portafolio Creativo, propuesta económica, equipo ejecutor, empresa liderada por mujeres, territorio, entre otras. Se asignan notas entre 1 y 5 en cada criterio de evaluación. El resultado final de la evaluación de todas las postulaciones admisibles genera un grupo con los mejores puntajes. En base a esas calificaciones, se confecciona un ranking final, el cual es presentado como propuesta al Comité de Asignación de Fondos de Corfo. La adjudicación final está condicionada por la disponibilidad presupuestaria.

(Sólo si marcó que la entrega de beneficios será gradual en los años). Cuantifique **la población beneficiaria**, que corresponde a aquella parte de la población objetivo que cumple los criterios de priorización y que el programa atenderá en los próximos 4 años

2023	2024	2025	2026
40	44	48	53

**Criterios de egreso:** Explique los criterios en base a los cuales se determinará que un beneficiario se encuentra egresado del Programa. (1.000 caracteres)

Como egreso, se entenderá cuando los proyectos adjudicados, hayan sido ejecutados, rendidos y aprobados en su Informe Final, con los pagos de saldos, si corresponde. Este Informe final da cuenta del desarrollo de cada una de las actividades que abordaron las acciones ligadas al ámbito de Fortalecimiento Empresarial y del desarrollo y/o fortalecimiento de su Portafolio Creativo. En el primero se analizará en base a la estrategia presentada, qué capacidades de gestión fueron incorporadas o fortalecidas al interior de la empresa; qué inversiones realizaron y cuáles fueron los efectos de éstas durante el periodo de ejecución del proyecto. En el segundo ámbito se revisará cual fue la estrategia y las acciones que permitieron el desarrollo y/o fortalecimiento de su portafolio artístico, analizando el aumento de valor de este, ya sea como activo intangible (propiedad intelectual) o tangible dependiendo del caso.

Indique en cuántos meses/años promedio egresarán los beneficiarios del Programa

15,00 MESES

¿Pueden los beneficiarios acceder más de una vez a los beneficios que entrega el Programa?

Si

En caso de respuesta afirmativa, explique las **razones** por las cuales un **beneficiario puede acceder más de una vez** a los beneficios que entrega el Programa. (1.000 caracteres)

Un mismo beneficiario podrá acceder más de una vez al subsidio, sólo al haberse cumplido un plazo de 2 años desde que se adjudicó el subsidio anterior. Una vez cumplido ese plazo, las empresas podrán volver a beneficiarse, en la medida que enfrenten nuevos desafíos. Esto debido a que, luego de 2 años, es posible identificar resultados obtenidos por el/la beneficiaria en el proyecto anterior y se puede visualizar la pertinencia o no de entregar el apoyo nuevamente, producto de la evaluación que se realiza a la propuesta postulada.

En virtud de los antecedentes provistos, se presenta la cobertura del Programa. (auto-llenado)

	2023
Sobre población potencial (población beneficiaria / población potencial)	0,11 %
Sobre población objetivo (población beneficiaria / población objetivo)	0,24 %

### 3.2 Sistematización del proceso de selección de beneficiarios

¿El Servicio cuenta con **sistemas de registros** que permitan identificar agregadamente a los **beneficiarios** (RUT, RBD, Datos de Contacto, etc.)? Si su respuesta es afirmativa, descríbalos (500 caracteres)

Si

Para la postulación a este tipo de cofinanciamiento, Corfo pone a disposición un sistema informático que agrupa información asociada al postulante y eventual beneficiario/a: RUT, razón social, Representante(s) legal(es), contacto, giro, sector, antigüedad, tramo de ventas (con consulta directa a SII), fondos solicitados a Corfo y aportados como parte del cofinanciamiento, entre otros

Si existe un **proceso de postulación a los beneficios** del Programa ¿El Servicio cuenta con **sistemas de registros** que permitan identificar a los postulantes (RUT, RBD, Datos de Contacto, etc.)? Si su respuesta es afirmativa, descríbalos. (500 caracteres)

Sí

Para la postulación a este tipo de cofinanciamiento, Corfo pone a disposición un sistema informático que agrupa información asociada al postulante y eventual beneficiario/a: RUT, razón social, Representante(s) legal(es), datos de contacto, giro, sector, antigüedad, tramo de ventas (SII), presupuesto total y cofinanciamiento, entre otros.

¿Con qué otra información de **caracterización de postulantes y beneficiarios** cuenta el Programa? (Por ejemplo: sexo, edad, Región, categoría ocupacional, nivel socioeconómico, etc.). (500 caracteres)

Región, giro de su actividad, antigüedad, tramo de ventas, cantidad de empleados, empresa liderada por mujer.

¿El Programa usa o utilizará el Registro Social de Hogares para caracterizar o seleccionar a sus beneficiarios?

No

## Sección 4: Objetivos y Seguimiento

### 4.1 Resultados esperados del Programa

Indique el **fin del Programa**, entendido como el objetivo de política pública al que contribuye el Programa. (250 caracteres)

Las MIPes Creativas son fortalecidas a través de su actividad económica contribuyendo al desarrollo del sector.

Indique el **propósito del Programa**, entendido como el resultado directo que el Programa espera obtener en los beneficiarios, una vez ejecutado. (250 caracteres)

Las MiPEs creativas en Chile incrementan sus ventas anuales respecto de la situación base.

Señale el **indicador** a través del cual se medirá el logro del propósito (indicador asociado a la variable de resultado señalada en el propósito)

<b>Indicador:</b>	Porcentaje de beneficiarios con proyectos terminados que lograron un aumento en sus ventas al año 2 de su término (egreso)
<b>Fórmula de cálculo (numerador/denominador):</b>	(Número proyectos terminados (egresados) que lograron un aumento en sus ventas en t/ Número proyectos terminados (egresados) en t-2)*100
<b>Unidad de medida:</b>	%

Señale el valor actual y esperado (proyectado y corregido por el efecto de la reformulación) del indicador anterior

Situación actual		Situación esperada con Programa reformulado
2021	2022	2023
NM	NM	NM

Describa la metodología utilizada para obtener los valores del numerador y denominador del indicador, tanto para sus valores actuales como esperados. (1.500 caracteres)

Al momento de la postulación, las empresas declararán sus ventas a través del Formulario 29 y/o 22 del SII, lo que permitirá establecer una línea de base para todos los postulantes. Para medir el indicador, se monitoreará a las empresas beneficiarias luego 2 años de cerrado el proyecto con su Informe Final aprobado. El programa hará un levantamiento tipo censal a todos los beneficiarios que estén en la condición señalada, consultando las ventas anuales para calcular el porcentaje de aumento respecto al año en que postuló y se adjudicó el apoyo. Si bien no será posible medir este indicador para el 2023 -dado que a la fecha el programa aún no se inicia-, como valor de referencia se estima que un 20% de las empresas beneficiadas aumentarán su tramo de ventas luego de 2 años, considerando el estudio "Impacto de Corfo en el Sector Creativo 2015-2021" (que indica que el 23% de las empresas aumentan su tramo de ventas luego de 1 año de adjudicado un proyecto con apoyo Corfo).

Indique la o las fuentes de información desde donde se obtendrán los datos de las variables (numerador y denominador) que conforman el indicador de propósito y del indicador adicional, si corresponde. (500 caracteres)

Una vez adjudicado el proyecto, se levantará una línea base con las ventas anuales de la empresa. Al finalizar la ejecución del proyecto la empresa envía su Informe Final a través del Sistema de Gestión de Proyectos (SGP). Una vez que Corfo realiza la revisión y cierre de proyecto, comienza el periodo para realizar la medición. Al cumplirse el plazo, Corfo se pondrá en contacto con las beneficiarias para realizar una encuesta que indague sobre los resultados esperados para cada indicador.

Respecto de las fuentes de información mencionadas anteriormente ¿El Servicio cuenta con los medios que le permitan capturar la información necesaria para el (los) indicador (s) de propósito, en forma sistemática y oportuna? En caso de respuesta afirmativa, describa brevemente esos medios (encuestas, plataformas, recolección de datos en terreno, bases de datos, etc.) (500 caracteres).  
En caso de respuesta negativa, describa las acciones concretas, planificadas o en ejecución, para contar con dichos medios a partir del próximo año (500 caracteres).

Sí

Los proyectos son administrados a través de un Sistema de Gestión de Proyectos (SGP) donde se lleva registro de toda la vida del proyecto, desde la postulación, hasta su rendición y cierre, incluyendo los datos de ventas y trabajadores, al momento de postular. Adicionalmente, esta plataforma registra los datos de contacto de los beneficiarios, a partir de la cual es posible contactar directamente a los beneficiarios, una vez finalizados los proyectos, para monitorear los resultados.

Señale la evidencia que le permitió definir la situación proyectada de los indicadores, detallando la forma en que se determinaron los valores entregados (información histórica o de programas existentes, metas institucionales, etc.). (1.000 caracteres)

Si bien no será posible medir este indicador para el 2023 -dado que el programa aún no se inicia y se requieren al menos 2 años de cerrados los proyectos-, como valor de referencia para el 2026 se estima que un 20% de las empresas beneficiadas aumentarán su tramo de ventas luego de 2 años. Lo anterior se proyecta considerando los datos arrojados por el estudio "Impacto de Corfo en el Sector Creativo 2015-2021" (Corfo, 2022), que indica que el 23% de las empresas con proyectos apoyados por Corfo, asociados al sector creativo, entre el 2015 y 2021, aumentaron su tramo de ventas luego de 1 año de adjudicado un proyecto con apoyo Corfo.

¿El Programa tiene año de término?

No, el Programa tiene una duración indefinida.

(Sólo si marcó que el programa tiene año de término) Indique el **año de término** proyectado para el programa

0

Justifique la fecha de término del Programa, sea que se señaló un año de término o que se marcó como programa de duración indefinida. (1.200 caracteres)

Este Programa es de carácter permanente porque la problemática planteada, la cantidad de población objetivo y la complejidad así lo ameritan. En primer lugar, los recursos que se administran para este Programa son limitados y las empresas que necesitan apoyo en mejorar sus capacidades empresariales son muchas y de muy variadas temáticas y dimensiones, al contemplar diversos subsectores dentro de la Economía Creativa: Editorial, Diseño, Música, Artes Escénicas, Audiovisual, Artesanía, Artes Visuales, Fotografía, Medios Audiovisuales/Interactivos y Medios Informáticos (Videojuego). En segundo lugar, las características del sector en relación a las fallas de mercado que, en parte, justifican la intervención pública, son barreras altas y permanentes que pueden ser superadas o, por lo menos, disminuidas. Esto hace necesario que el apoyo exista entregando el empuje para que las empresas creativas interesadas en mejorar sus condiciones empresariales y sus contenido artísticos, puedan acceder a un subsidio cofinanciado acorde a sus necesidades.

(Sólo si marcó que el Programa tiene fecha de término indefinida).

Señale el año en el cual el Programa planea logrará su **plena implementación (estar en régimen) y, por lo tanto, podrá cuantificar resultados relevantes y ser sometido a una evaluación de continuidad**

2026
------

## 4.2 Información de resultados esperados

Si corresponde, señale el **indicador adicional** que permita complementar la medición del propósito.

<b>Indicador:</b>	Porcentaje de beneficiarios con proyectos terminados (egresados) que fortalecieron y/o incorporaron Capital Humano especializado en temas vinculados a la gestión comercial y/o legal al año 2 de su término (egreso)
<b>Fórmula de cálculo (numerador/denominador):</b>	(Número proyectos terminados (egresados) que fortalecieron y/o incorporaron Capital Humano especializado en temas vinculados a la gestión comercial y/o legal en t/Número proyectos terminados (egresados) en t-2)*100
<b>Unidad de medida:</b>	%

Señale el valor actual y esperado del indicador adicional.

Situación actual		Situación esperada
Año 2021	Año 2022	Año 2023
NM	NM	NM

Describa la metodología utilizada para obtener los valores del numerador y denominador del indicador, tanto para sus valores actuales como esperados (1.000 caracteres)

Al momento de la postulación, las empresas declararán su composición y número de trabajadores, lo que permitirá al programa establecer una línea de base para todos los postulantes. Para medir el indicador del programa, la administración monitoreará a las empresas beneficiarias luego 2 años de cerrado el proyecto con su Informe Final aprobado. La administración del programa hará un levantamiento de tipo censal a todos los beneficiarios que estén en la condición señalada, consultando directamente respecto a la incorporación de capital humano especializado en temas vinculados a la gestión comercial y/o legal respecto al año en el que postuló y se adjudicó el apoyo.

Indique la o las **fuentes de información** (institucionales u otras) de donde se obtendrán las variables que conforman el indicador de propósito identificado en la sección de resultados (500 caracteres)

Una vez adjudicado el proyecto, se levantará una línea base con las ventas anuales de la empresa. Al finalizar la ejecución del proyecto la empresa envía su Informe Final a través del Sistema de Gestión de Proyectos (SGP). Una vez que Corfo realiza la revisión y cierre de proyecto, comienza el periodo para realizar la medición. Al cumplirse el plazo, Corfo se pondrá en contacto con las beneficiarias para realizar una encuesta que indague sobre los resultados esperados para cada indicador.

Respecto de las fuentes de información mencionadas anteriormente ¿El Servicio cuenta con los medios que le permitan capturar la información necesaria para el (los) indicador (s) de propósito, en forma sistemática y oportuna? En caso de respuesta afirmativa, describa brevemente esos medios (encuestas, plataformas, recolección de datos en terreno, bases de datos, etc.) (500 caracteres).  
En caso de respuesta negativa, describa las acciones concretas, planificadas o en ejecución, para contar con dicha información a partir del próximo año (500 caracteres)

Si

Los proyectos son administrados a través de un Sistema de Gestión de Proyectos (SGP) donde se lleva registro de toda la vida del proyecto, desde la postulación, hasta su rendición y cierre.

Señale la evidencia que le permitió definir la situación proyectada de los indicadores, detallando la forma en que se determinaron los valores entregados (información histórica o de programas existentes, metas institucionales, etc.). (1.000 caracteres)

Dado que el programa iniciará su implementación en 2023 y que los proyectos tendrán una duración de 15 meses, se espera poder contar con información del indicador de propósito en el año 2026, no pudiéndose generar antes de ello.

## Sección 5: Estrategia y Componentes

### 5.1 Estrategia de intervención del Programa

Explique en qué consiste la estrategia de intervención del Programa, describiendo brevemente las relaciones de causalidad que determinarían que los componentes propuestos son suficientes para lograr el propósito. Se debe describir además la secencialidad de la intervención, señalando en orden cronológico las acciones que realiza el programa para entregar sus bienes y/o servicios a la población beneficiaria, detallando pasos y actores relevantes del proceso. (3.000 caracteres)

Las MIPES creativas en Chile agrupan al sector denominado Industrias Creativas. Este corresponde a 52 códigos CIUU de actividades económicas validadas por la Unesco y por el MinCAP y abordan sectores diversos como el cine, la música, videojuego, diseño y el mundo editorial. Es un sector estrechamente vinculado a la propiedad intelectual y al valor que ésta produce. El balance entre valor comercial (apropiable) y cultural es distinto en cada uno de estos sectores. Cuando el foco de la política pública está representado por la creación de valor a nivel de industrias bien organizadas, en las que muchas veces el objetivo de maximización de ganancias es claro y para las cuales existe una demanda real y mercados bien definidos, los instrumentos de política deben ser otros; es por eso que el sector creativo requiere instrumentos focalizados, que incluyan acciones ligados al ámbito del fortalecimiento de capacidades empresariales pero también con un foco en el desarrollo y/o fortalecimiento de sus portafolios creativos, sean estos de contenidos, bienes, servicios o espectáculos. Parte importante de la motivación de los creativos y sus equipos es intrínseca (les gusta lo que hacen) más que comercial. En estos sectores cuesta encontrar emprendedores con habilidades (capital humano) específicas para desarrollar modelos de negocio y con competencias de evaluación financiera, cuestión fundamental al momento de intentar conseguir recursos.

Asimismo, en algunos subsectores creativos existe una creencia generalizada de que los creadores consideran su empresa más bien como un proyecto (acotado en el tiempo).

Cada ámbito apoyado por este instrumento abarcará la solución a carencias relacionadas con falta de competencias, estructura organizacional y mirada estratégica del negocio, junto con poder integrar mejoras en la gestión de derechos de propiedad, licenciamiento, entre otras cosas, todo con el fin de contar con las herramientas necesarias para aumentar las ventas de la empresa. Esto implica integrar actividades y gastos relacionados con la realización de capacitaciones, implementación de tecnologías y uso de software, certificaciones y otras acciones necesarias para obtener los resultados esperados asociados al propósito de este Programa. Con estos dos ámbitos se espera aumentar los ingresos al ser más competitivos con estrategias diversas de apalancamiento de recursos para sustentar su actividad en el mediano-largo plazo. El instrumento se implementa como un Concurso de administración centralizada basado en la evaluación de la calidad de los proyectos postulados, cofinanciando hasta el 80% con un tope total de hasta \$35MM por iniciativa. Posterior al cierre de las Postulaciones, se realiza la evaluación que arroja los resultados de beneficiarios recomendables a la Comisión Asignadora de Fondos. Una vez formalizados, se inicia la ejecución de los proyectos. Al finalizar su ejecución, entregan un Informe Final financiero y técnico.

(Sí corresponde) Proporcione evidencia de experiencias nacionales o internacionales exitosas que avalen la pertinencia de esta estrategia para la solución del problema principal identificado en el diagnóstico. (1.500 caracteres)

A nivel internacional, una variedad de programas incluyen apoyo financiero directo e indirecto tanto a la oferta como a la demanda de bienes y servicios creativos, formación de capital humano, marco regulatorio (leyes y exenciones favorables para el sector) y mecanismos para mejorar la circulación, entre otros. Colombia y su Consejo Nacional de la Economía Naranja han demostrado lo valioso de impulsar la Economía Creativa a través de apoyos en distintos ámbitos donde se rescata, para efectos de esta línea, el foco de Industria e Integración para la mejora de la productividad y formación (Fuente: <https://www.segundaoportunidad.com.co/la-economia-naranja-en-colombia/>). Reino Unido es un caso de éxito en el apoyo integral y sistemático a todos los sectores de la economía creativa mediante una estrategia similar. Según un informe de DCMS (Department for Digital, Culture, Media and Sport) entre el 2010 y 2018 el aporte a la economía incrementó en un 43,2% (Fuente: [https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment\\_data/file/959053/DCMS\\_Sectors\\_Economic\\_Estimates\\_GVA\\_2018\\_V2.pdf](https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/959053/DCMS_Sectors_Economic_Estimates_GVA_2018_V2.pdf)). En el caso de Polonia, la intervención en el sector de videojuegos fue tal, que el país creó su propio índice en la bolsa de comercio, creciendo un 125% desde el 2019. A nivel nacional actualmente no existen experiencias que den cuenta de un apoyo similar en donde se considere el apoyo a un componente empresarial acompañado de un portafolio creativo.

Indique concretamente **en qué consiste la reformulación**. (Ej.: incorporación de nuevos enfoques, incorporación de nuevos componentes, cambios en la estrategia de intervención, cambios en los criterios de focalización, etc.) (2.000 caracteres)

Hasta antes de abril del 2022 (estudio realizado por Corfo), las fuentes de información con las cuales contábamos era muy diversas, de distintos ámbitos y en algunos casos de distintos años por lo que existían muchas asimetrías de información para los diversos sectores que componen la economía creativa lo cual no permitía desarrollar una propuesta con todos los antecedentes relevantes para la creación de un instrumento que abordara las problemáticas propias de las industrias creativas. Para poder crear una mejor propuesta se licitó un estudio titulado "Caracterización de Mipes creativas en Chile" el cual nos permitió diagnosticar y visibilizar las problemáticas del sector, como también abordar los ámbitos en donde la Corfo podía ayudar para acortar las brechas y barreras que se identificaron como frenos para el crecimiento del sector creativo en nuestro país. En este se se realizaron recomendaciones en base a una revisión bibliográfica, datos de SII, información proporcionada por Corfo en relación a nuestros beneficiarios, como también una encuesta a 479 de estas empresas. Los contenidos del cuestionario se definieron teniendo como referencia las reflexiones realizadas por expertos que han analizado la economía creativa recientemente, planteando tendencias, problemáticas, desafíos y factores de competitividad de las empresas del sector. Las dimensiones abordadas fueron: Caracterización del estadio de las empresas de la economía creativa en relación a los desafíos; Características del modelo de negocio; Factores de competitividad; Barreras para el desarrollo de la competitividad y Riesgos para la sustentabilidad de los negocios

Señale las **razones que justifican la reformulación** del Programa. (Ej.: evaluaciones anteriores, necesidades de coordinación con otros programas, nuevas orientaciones de política, etc.) (2.000 caracteres)

Análisis ex post de Factorías Audiovisual y Musical.  
Además, la propuesta de "Factoría Creativa" toma como antecedente el comportamiento y aprendizaje de dos concursos elaborados por Corfo en años anteriores, específicamente para el sector audiovisual y musical. Estas líneas (Factoría Audiovisual y Factoría Musical) sirvieron para la propuesta de diseño de "Factoría Creativa", dado que permitió hacer un análisis exhaustivo del total de costos y actividades de estas líneas, permitiendo revisar tipos de actividades y costos promedio que las empresas de estos sectores más realizaron en el marco de este concurso. El análisis de las versiones de los Factoría Audiovisual y Factoría Musical, tanto en su versión original (2019), como en su tipología "Impulsa" realizada para los sectores de Audiovisual (2020) y Música (2020 y 2021), permitió identificar las actividades con menos demanda, las actividades más ejecutadas y el precio promedio de éstas. Por ejemplo, se identificó que para el componente de fortalecimiento empresarial las actividades más ejecutadas fueron: Capital de trabajo (pre existente y/o no pre existente); Jefe del Proyecto; Implementación de nuevos y/o mejorados modelos de negocios o de gestión e; Implementación de tecnologías y uso de software. Esto, sumado a la nueva información que levantamos a través del "Estudio de Caracterización de Mipes Creativas en Chile", nos permitieron contar con un diagnóstico preciso y actualizado sobre que es lo que el sector necesita, cual es su problemáticas, cuales son las recomendaciones para sus soluciones y como la Corfo puede apoyar este proceso mediante un instrumento que considere las particulares de este negocio como también las propias del emprendedor creativo.

Mencione las **articulaciones** necesarias con otros programas (de la institución o de otras instituciones públicas o privadas), si corresponde. Indique cómo se operativizan (coordinan y controlan) dichas articulaciones y qué rol cumple cada institución y Programa. Además, señale si el Programa apalancará recursos financieros de fuentes externas (públicas o privadas) (1.500 caracteres)

El Programa es administrado en todas sus fases de diseño, operación y seguimiento, de manera centralizada por Corfo. Este no se vincula directamente con otras instituciones para su operación, sin embargo, la participación de Corfo en el Subcomité de Economía Creativa, parte del Comité Técnico Público Privado de Exportación de Servicios, liderado por el Ministerio de Hacienda, hace que este tipo de iniciativas sean observadas por las distintas instituciones que tienen un rol de apoyo y/o coordinación con el sector de la "EC". Como marco de este trabajo coordinado y sistemático, Corfo junto al Ministerio de Hacienda, Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio, ProChile y SubREI, informan brechas sectoriales y avances que cada institución tiene, dentro de sus propias funciones, en pos de acortar dichas brechas, mediante la coordinación interinstitucional y/o la colocación de recursos. La administración de este Programa espera informar periódicamente los avances y resultados a este Subcomité. Para la implementación, se emitirán unas Bases que señalen los lineamientos y condiciones respecto al funcionamiento de este Programa, las cuales serán revisadas anualmente para reconocer la necesidad de ajustes y mejoras, de acuerdo a la experiencia de cada año. Con el Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio, se trabaja de forma coordinada y se revisarán las bases para evitar duplicidades de acciones cofinanciables como también apoyo en la difusión del instrumento.

**5.2 Componentes:** Describa brevemente el bien y/o servicio que se provee a través del componente (ej.: becas, asesorías, subsidios, capacitación, etc.), señalando características técnicas, tiempo de duración o ejecución, y montos máximos o mínimos, si corresponde. (1500 caracteres)

<b>Componente 1</b>	
Nombre del componente, identificando claramente el bien o servicio que se entrega (200 caracteres)	Cofinanciamiento de proyectos de Factoría Creativa
Unidad de medida de producción (100 caracteres)	Proyectos financiados
Describa brevemente el bien y/o servicio que se provee a través del componente (ej.: becas, asesorías, subsidios, capacitación, etc.), señalando características técnicas, tiempo de duración o ejecución, y montos máximos o mínimos, si corresponde. (500 caracteres)	Subsidio de \$35MM correspondiente a un cofinanciamiento de hasta un 80% el cual tiene como objetivo apoyar a MIPes creativas por medio del cofinanciamiento que contemple actividades de Fortalecimiento Empresarial para desarrollar planes de trabajo de mejora o adquisición de competencias y capacidades, inversión y/o capital de trabajo, permitiendo la continuidad y/o el inicio de nuevas actividades tales como: asesorías y/o capacitaciones, Implementación de tecnologías y uso de software, implementación de nuevos y/o mejorados modelos de negocios y/o de gestión, entre otros. A la vez, se contemplan actividades que integren estrategias para aumentar sus ventas, y actividades de desarrollo y/o fortalecimiento de un Portafolio Creativo compuesto por bienes, servicios, contenidos, y/o experiencias creativas. Los proyectos podrán ejecutarse en hasta 12 meses, extendible por 3 meses más.
Describa brevemente la <b>modalidad de producción</b> del componente (ej.: fondo concursable, asignación directa, subsidio a la demanda, etc.). (500 caracteres).	Fondo Concursable de administración centralizada que se implementa a través de convocatorias. Al cierre de las postulaciones, se realiza la evaluación. Con esos resultados, se presenta la recomendación a la Comisión Asignadora de Fondos de Corfo. Una vez formalizados los contratos, se inicia la ejecución de los proyectos que termina con la aprobación de un Informe Final financiero y técnico.
Señale los <b>actores relevantes</b> que participan en el proceso de provisión del componente (agentes operadores intermediarios, ONGs, consultores, municipios, etc.), identificando, si corresponde, mecanismos de rendición de cuentas. (400 caracteres)	Este Programa se administra directamente por Corfo central que se hace cargo de todas las fases de un proyecto, desde la publicación de Bases, pasando por la postulación, evaluación, seguimiento, hasta el cierre de los proyectos con la aprobación de un Informe Final. No existen otros actores relevantes que participan en el proceso de provisión del componente.

**5.3 Nivel de producción:** Señale el nivel de producción de cada componente, dato que debe ser consistente con la población beneficiaria 2023 y con las estimaciones de gasto

<b>Componentes</b>	<b>Unidad de medida de Producción</b>	<b>2023</b>
Cofinanciamiento de proyectos de Factoría Creativa	Proyectos financiados	40

## Sección 6: Uso de Recursos

### 6.1 Estimación de gastos

Señale los gastos totales del Programa

Componentes		2023 (miles de \$)
Cofinanciamiento de proyectos de Factoría Creativa	Total Componente	1.400.000
Gasto administrativo (*)		61.725
Gasto total		1.461.725

Gasto por beneficiario

Indicador Programa	Año 2023 (miles de \$ / beneficiario)
	36.543,13

Gastos por unidad de producción de componente

Componentes	Año 2023 (miles de \$ / unidad de componente)
Cofinanciamiento de proyectos de Factoría Creativa	35.000,00

Porcentaje de gastos administrativos o no asociados directamente a la provisión de los componentes del Programa

Indicador gasto	Año 2023 (Estimado)
	4,22 %

Detalle qué incluyen los gastos administrativos del Programa estimados.  
(1000 caracteres)

Los gastos administrativos del Factoría Creativa incluyen los gastos en Dirección (grado 5°) que corresponden a 4 horas mensuales, los gastos de Coordinación (grado 5°) que corresponde a la mitad de la jornada laboral y los gastos administrativos de 3 ejecutivos técnicos (administrativo 16° profesional grado 8° y profesional grado 9°) con una asignación de 3/4 de sus jornadas. Se ponderó el total de estos gastos en los subtítulos 22 y 29.