



OBSERVATORIO
DE ECONOMÍA
CREATIVA VALDIVIA

RESULTADOS

ENCUESTA A EMPRESAS DEL SECTOR INDUSTRIAS CREATIVAS de a Región de los Ríos

Proyecto FIC 16-20
2018
Valdivia



Región de Los Ríos
GOBIERNO REGIONAL

Proyecto financiado por el Fondo de
innovación para la Competitividad (FIC)
del Gobierno Regional de los Ríos y su
Consejo Regional.



Universidad Austral de Chile
Conocimiento y Naturaleza



OBSERVATORIO
DE ECONOMÍA
CREATIVA VALDIVIA



Región de Los Ríos
GOBIERNO REGIONAL

Proyecto financiado por el Fondo de
innovación para la Competitividad
(FIC) del Gobierno Regional de los
Ríos y su Consejo Regional.



Universidad Austral de Chile
Conocimiento y Naturaleza

RESULTADOS ENCUESTA A EMPRESAS DEL SECTOR INDUSTRIAS CREATIVAS de la Región de Los Ríos

PROYECTO FIC 16-20
2018
VALDIVIA



El Observatorio de Economía Creativa Valdivia

El Observatorio de Economía Creativa (OEC) es un proyecto de la Universidad Austral de Chile, postulado al Fondo de Innovación para la competitividad (FIC) el año 2016, iniciando sus actividades a principios del año 2017. Actualmente posee tres líneas de trabajo.

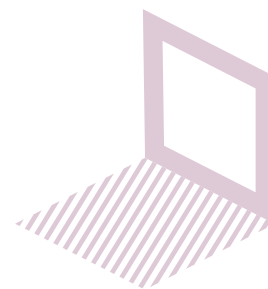
En su primera línea de trabajo, ha generado un benchmarking internacional de diferentes observatorios, para finalmente diseñar una plataforma digital de información, con 40 indicadores relacionados a la economía creativa, a escala comunal, regional o nacional.

La información recopilada se realizó gracias a los datos disponibles y actualizados de: CONICYT, Ministerio de Educación, Gobierno Regional, Municipalidades, SII, Encuesta Casen, Ministerio de las Culturas y las Artes, Ministerio de Telecomunicaciones, INE, Extranjería, Ministerio de Desarrollo Social, Ministerio de Economía.

Una segunda línea de trabajo del OEC, ha sido la realización de un levantamiento de información primaria sobre la oferta y la demanda del sector creativo en las principales comunas de la Región de los Ríos.

Una tercera línea de trabajo ha sido el levantamiento de información para medir el impacto de los eventos culturales en la economía local y de esta manera poder hacer conexiones importantes y obtener estadísticas relevantes para el sector económico-creativo.

EQUIPO OBSERVATORIO
Valdivia, marzo 2019.



Introducción

Esta encuesta se realiza entre noviembre del 2017 y abril del 2018 en Valdivia principalmente, para caracterizar al sector creativo de la Región de los Ríos, y levantar información que no es posible obtener de fuentes secundarias y que ayudan a comprender mejor cual es su situación actual respecto de las distintas dimensiones de interés relacionadas con su situación empresarial, las fuentes de financiamiento, el nivel de empleo y la capacitación de sus trabajadores, el comportamiento de sus ventas y acceso a mercados, el grado de vinculación a nivel local, y el origen de sus insumos, por mencionar los aspectos mas relevantes.

Otros aspectos que se consultaron son aquellos relativos a la percepción del entorno local y sus ventajas o desventajas para el desarrollo de la economía creativa y el suyo propio.

En algunas de estas variables se analiza además según el tipo de productos o servicios creativos que prestan, cosa de poder detectar si existen industrias que se vean mas favorecidas por el en entorno local.

Se agradece a todos los que colaboraron en esta encuesta especialmente a Dra. Susana Coper por sus aportes en la discusión sobre sus contenidos y a la Dra. Andrea Báez encargada de la elaboración de la metodología y aplicación de la encuesta, ambas de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad Austral de Chile.



Metodología y definición de la muestra

BASES DE DATOS DISPONIBLES

- Se utilizó la base de datos del SII 1er categoría con 229 registros, que contiene direcciones, se actualizaron algunos registros con teléfonos y/o e-mail.
- La base de datos SII 2da categoría con 487 registros, no contienen direcciones por lo que no se pudo usar.
- Base de datos de distintos gremios creativos
- Directorios proporcionados por CNCA de La Región de los Ríos (de danza, teatral, entre otros)

MARCO DE MUESTREO

- Base de Datos Consolidada con 234 registros con teléfonos, direcciones y/o correos electrónicos

TAMAÑO DE MUESTRA REQUERIDO

- El tamaño de muestra necesario con un 95% confianza, para una variabilidad del 50%, y un error de muestreo de 5 % aplicando factor de corrección para tamaño de población finita fue de 139.

UNIDAD A ENCUESTAR

- Se entrevistó a los dueños o representantes de las empresas.
- Se entrevistó a Administradores de los espacios culturales.

PLATAFORMA UTILIZADA

- Se utilizó la plataforma Kobocollect que consiste en toma presencial o telefónica, donde al encuestado se le van realizando las preguntas y sus repuestas se digitan directamente en celular o Tablet y vía internet se va a un servidor del Observatorio. También se recurrió a la plataforma de Encuesta fácil que consiste en enviar el link de cuestionario, previa consulta, a correo electrónico el cual es contestado directamente por el encuestado.

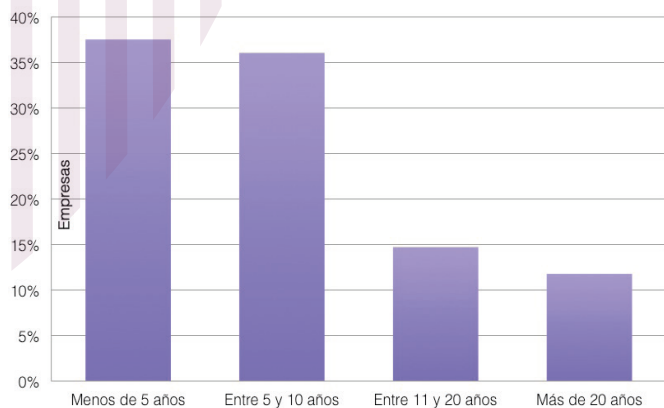
Finalmente la base de datos con la cual se realizaron los análisis que se presentarán a continuación constan de 162 registros distribuidos en los distintos sectores de la economía creativa de la región de los ríos.



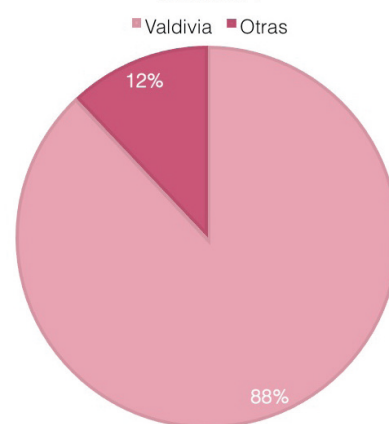
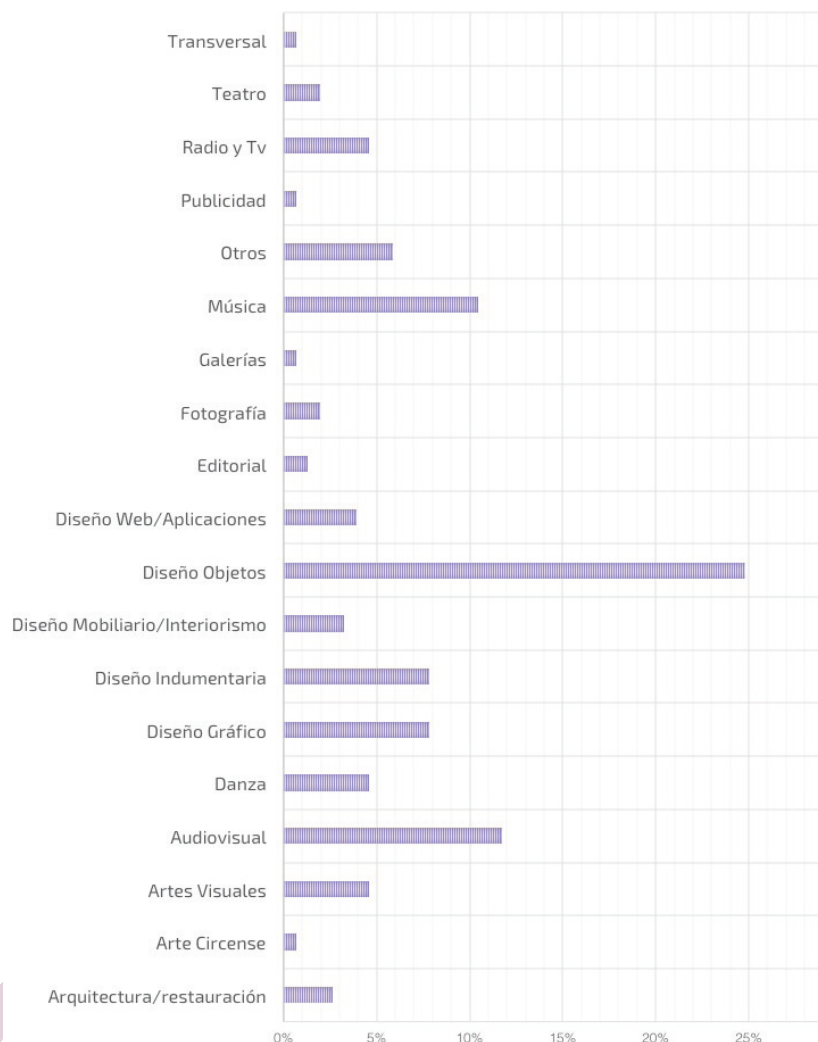
Resultados de la encuesta

1. Caracterización de las empresas

ANTIGÜEDAD DE LAS EMPRESAS



SECTOR DE PERTENENCIA DE LAS EMPRESAS



El 88% pertenece a la comuna de Valdivia y el 12% a otras comunas de la región.

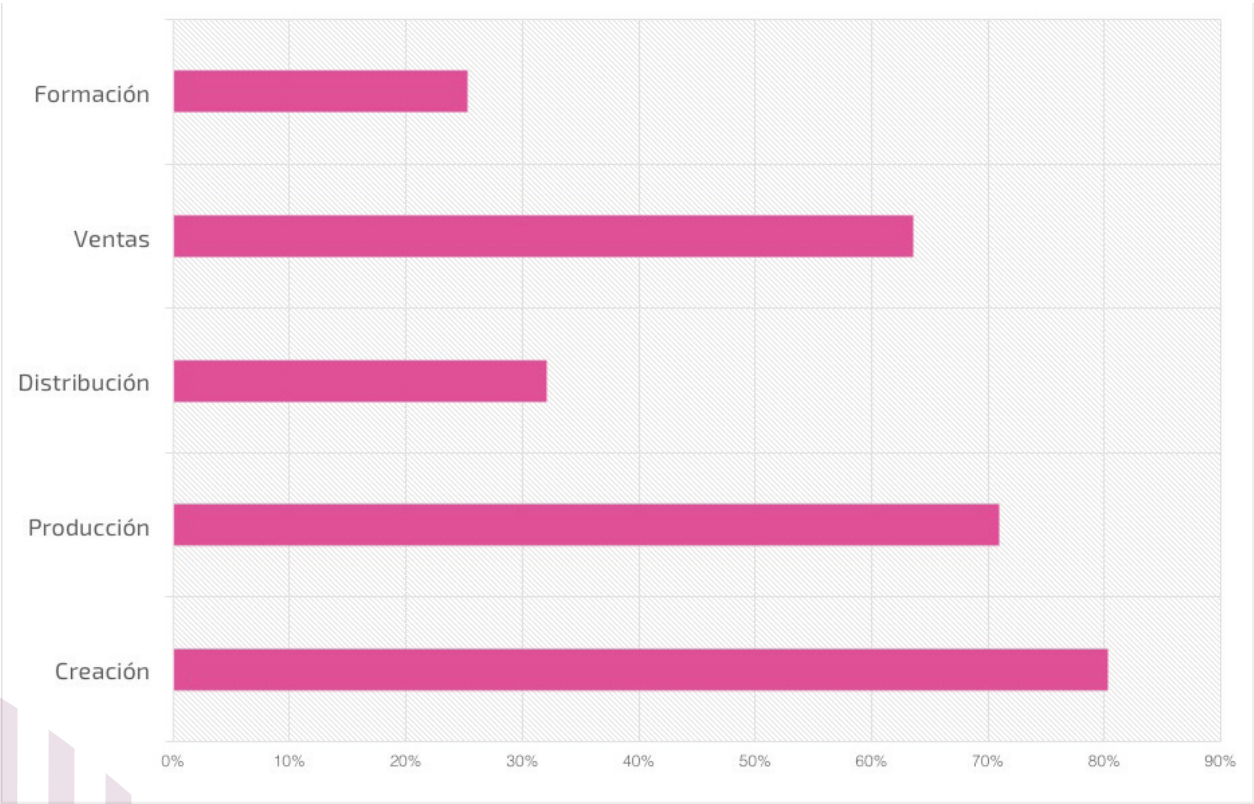
Más del 60% de las empresas tienen 10 o menos años desde su constitución.

El 25% declara pertenecer al sector de diseño de objetos.

En segundo lugar de importancia están las empresas audiovisuales, de la música, le sigue el diseño de indumentaria y diseño gráfico, en orden de importancia relativa, según el número de empresas.

Cadena productiva

ACTIVIDAD QUE REALIZAN

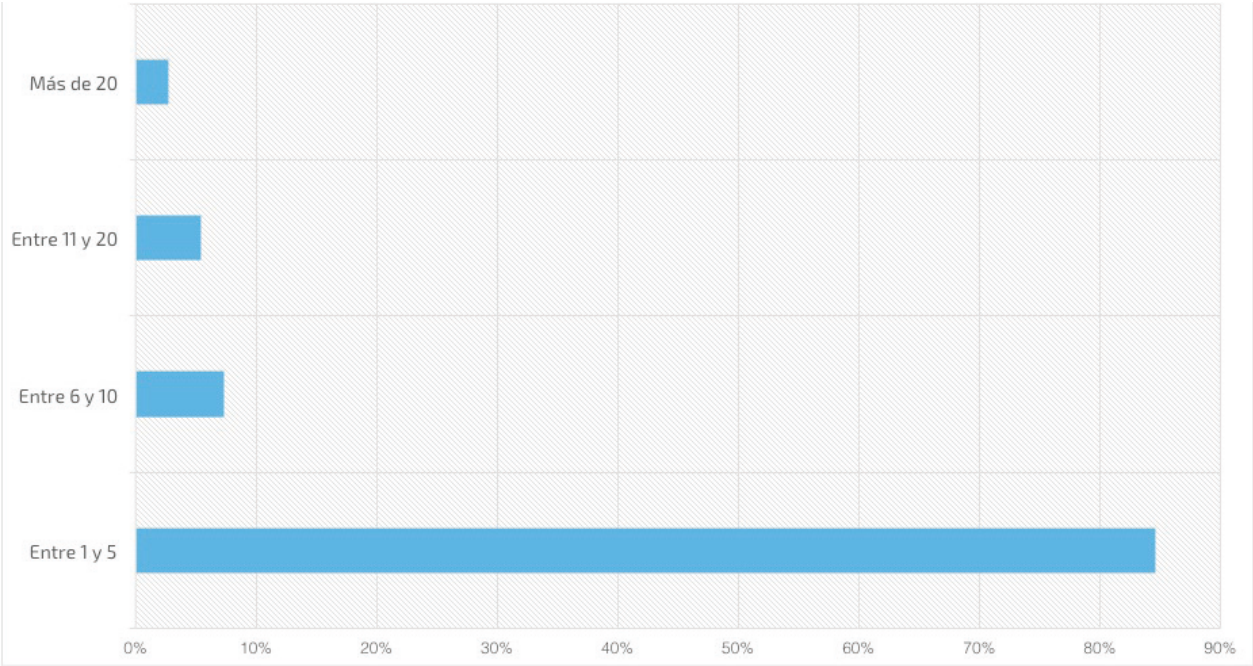


Desde la perspectiva de la cadena productiva o cadena de valor, se observa que la mayoría de las empresas se ubican en los eslabones de creación, producción y ventas. Formación y Distribución están menos representados como eslabones en la cadena local.



Caracterización del empleo creativo en las empresas

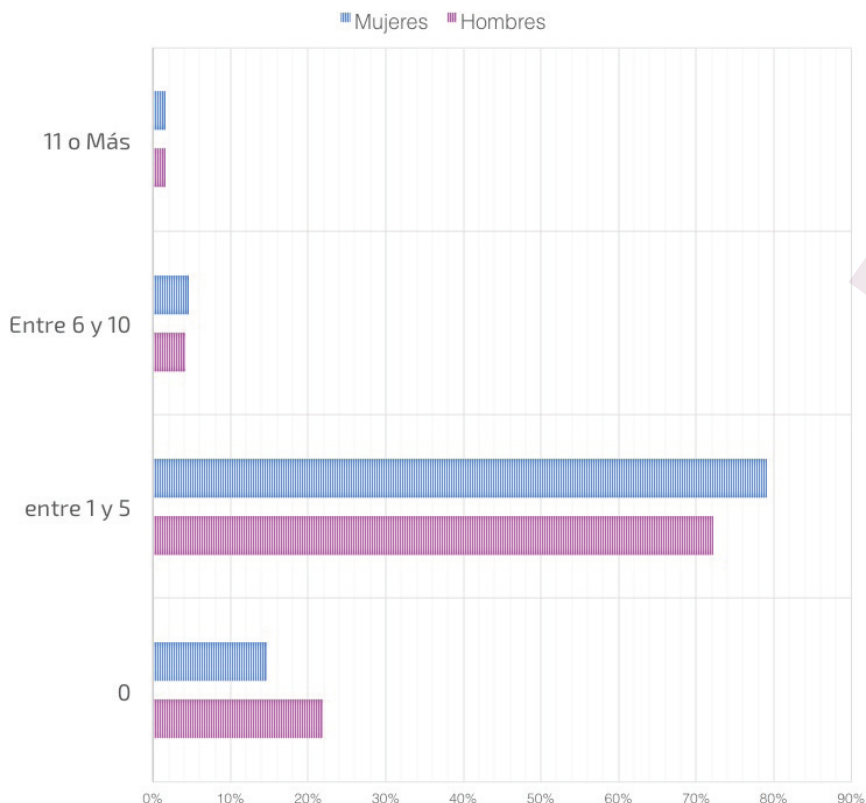
NÚMERO DE PERSONAS EN LA EMPRESA



Más del 80% de las empresas tiene entre 1 a 5 trabajadores permanentes.
Le secunda con un 7% aquellas empresas con entre 6 y 10 trabajadores.

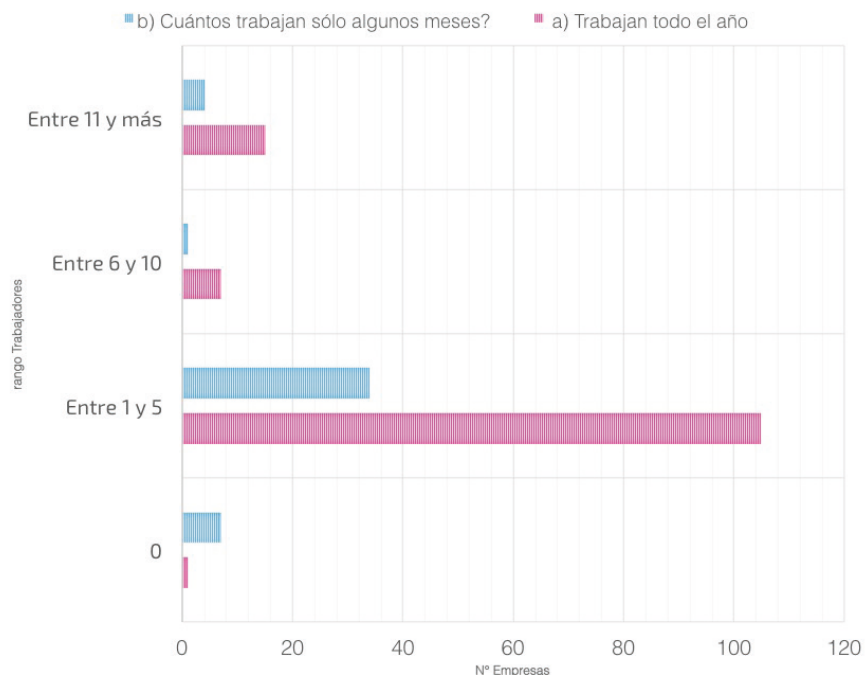


PUESTOS CREATIVOS



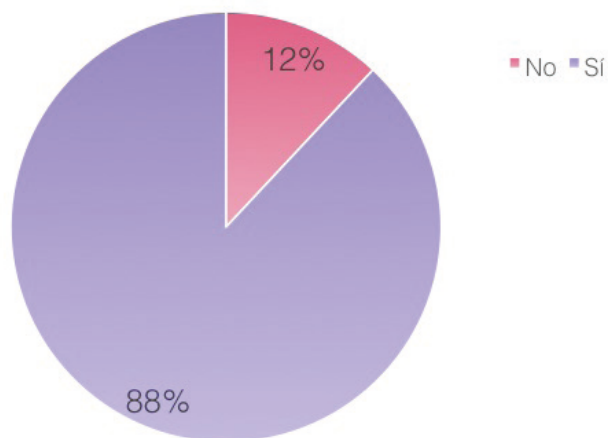
En estas empresas prevalece la presencia femenina en puestos de trabajo creativos, aunque la proporción de hombre es mayor en las empresas sin empleados.

PERMANENCIA EN EL TRABAJO



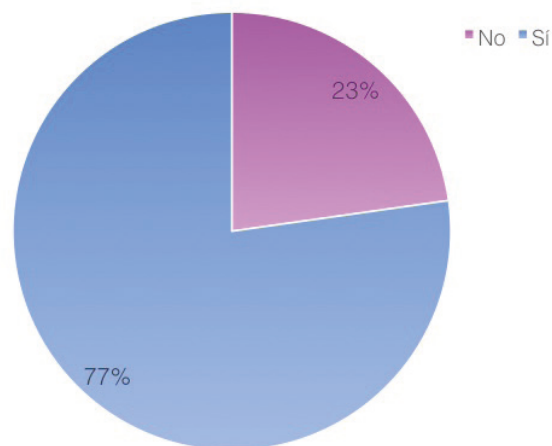
Respecto a la permanencia en el trabajo la mayoría trabaja todo el año en el sector, independiente del numero de trabajadores. Solamente en las empresas sin trabajadores, el trabajo es de solo algunos meses.

Los trabajadores en puestos creativos, ¿proviene mayoritariamente de la Región de Los Ríos?



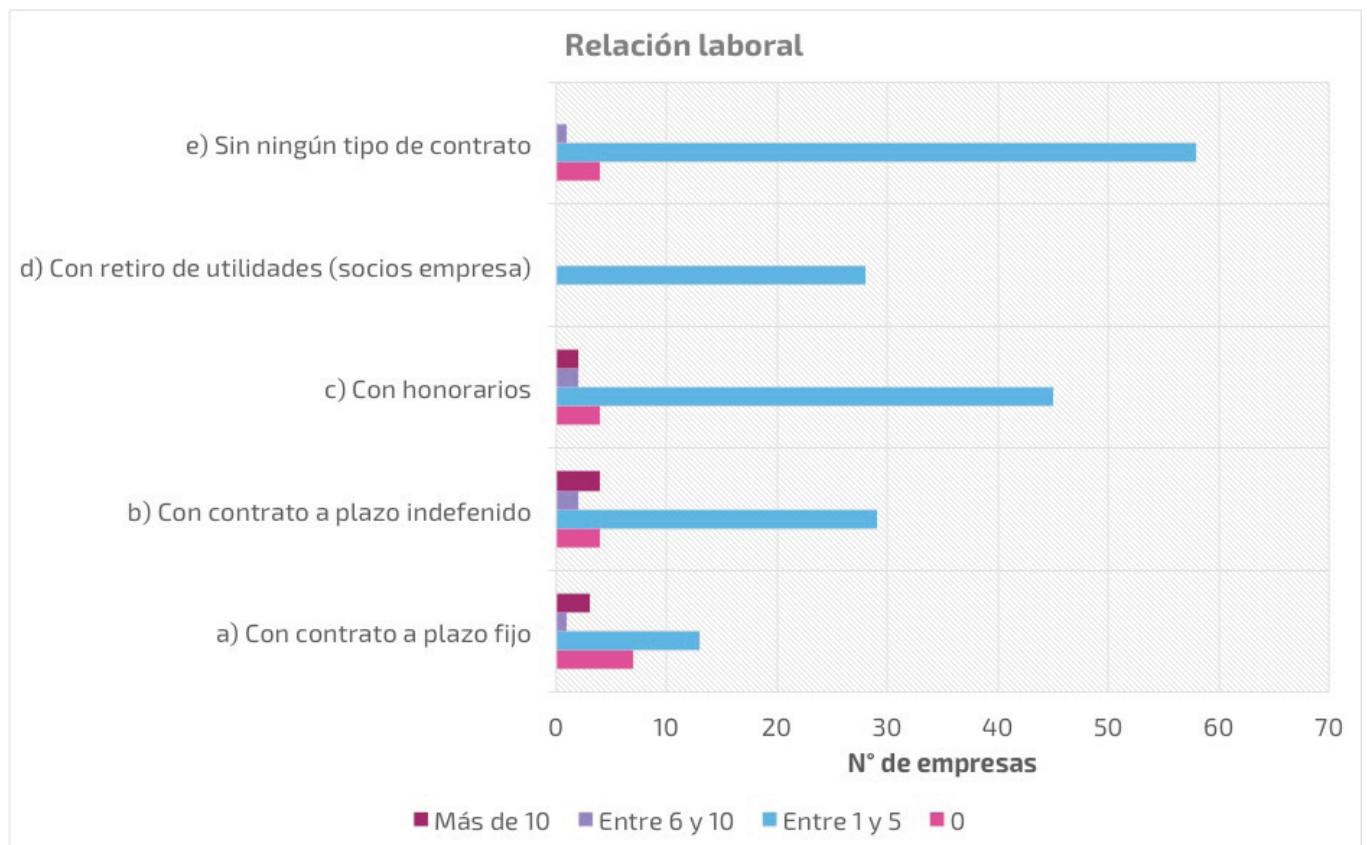
El 88% indica que los trabajadores en puestos creativos provienen de La Región de Los Ríos, y solo el 12% provienen de fuera de la Región.

Los trabajadores en puestos creativos, ¿para trabajar en su negocio han tenido capacitación previa?



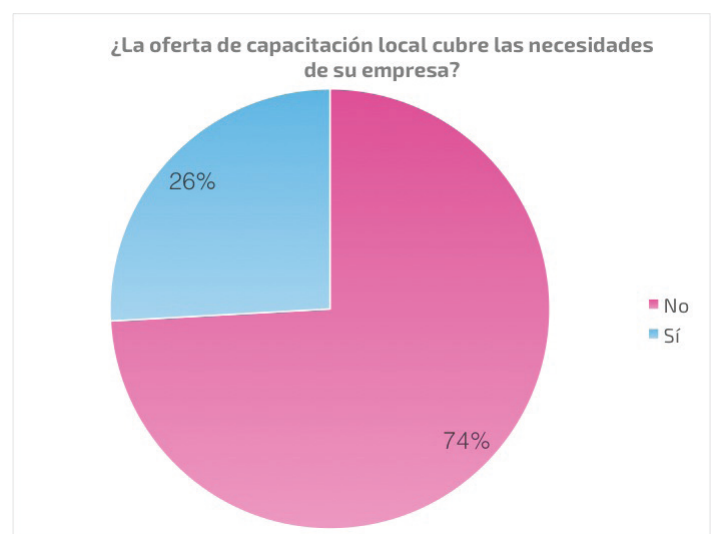
El 77% de las empresas manifiestan que las personas contratadas para puestos creativos han tenido capacitación previa, mientras que el 23% no.

RELACIÓN LABORAL



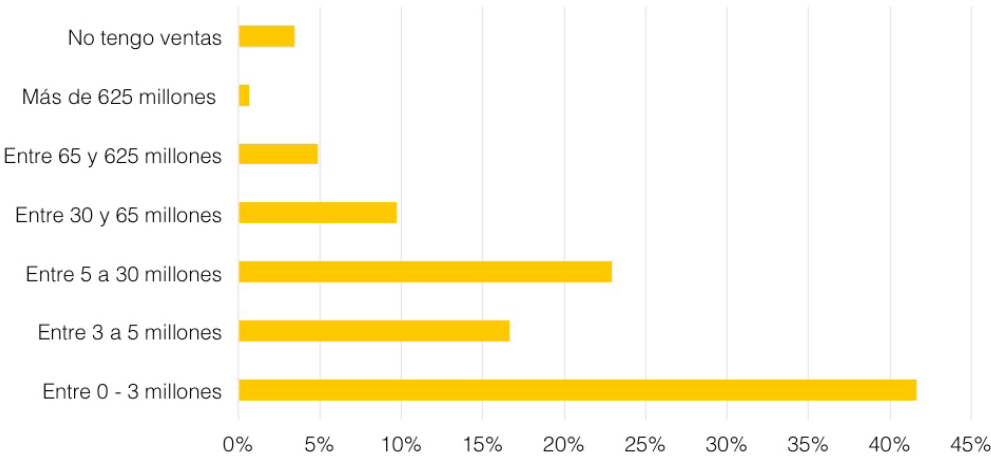
En cuanto a la relación laboral la tendencia que se aprecia es de precariedad laboral, si se toma en cuenta que prevalece inexistencia de contratos laborales, seguida de la modalidad honorarios. Los contratados tienen menos representación en las empresas encuestadas.

Existe una demanda insatisfecha de capacitación local, ya que el 74% indica que la oferta de capacitación local no cubre las necesidades de la empresa.



2. La Gestión Productiva

¿EN QUÉ RANGO SE ENCUENTRAN SUS VENTAS ANUALES?

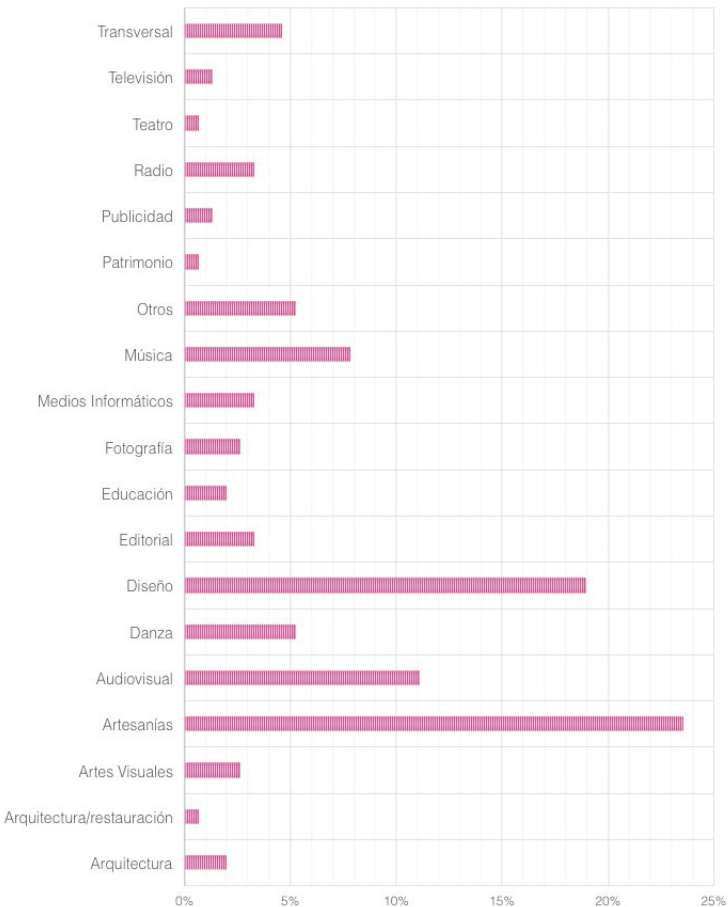


Más del 40% de las empresas tiene un rango de venta entre 0 y 3 millones de pesos anuales, lo que las ubica en el rango de microempresas Nivel 1.

En segundo rango de importancia es el de aquellas que venden de 5 a 30 millones de pesos anuales.

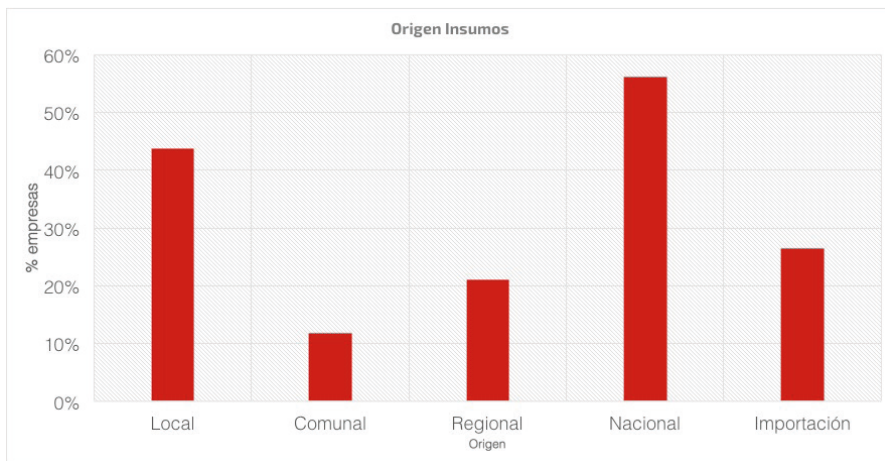
El tercer lugar en importancia lo ocupa el rango de ventas de 3 a 5 millones de pesos anuales.

¿EN QUÉ SECTOR ESTÁN SUS PRODUCTOS O SERVICIOS?



El 23% de las empresas poseen productos de artesanía, mientras que el 19% prestan servicios de diseño. En tercer lugar de importancia, se prestan los servicios audiovisuales con el 11%, seguido de la música con el 7,8%.

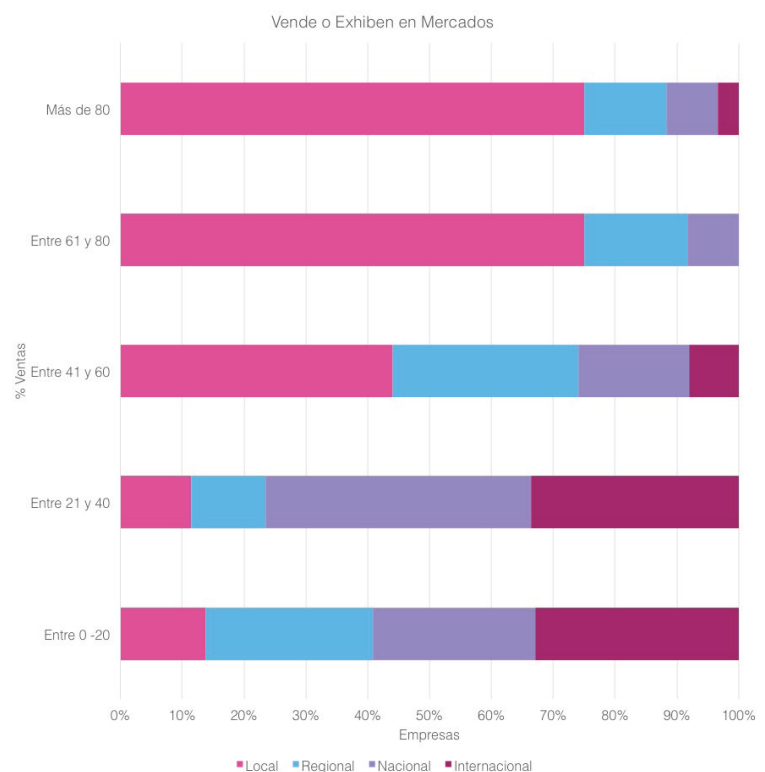
Otros servicios presentes, pero con menor frecuencia son el de danza, otros, transversales. Editorial, nuevos medios, y radio sumados llegan al 10%.

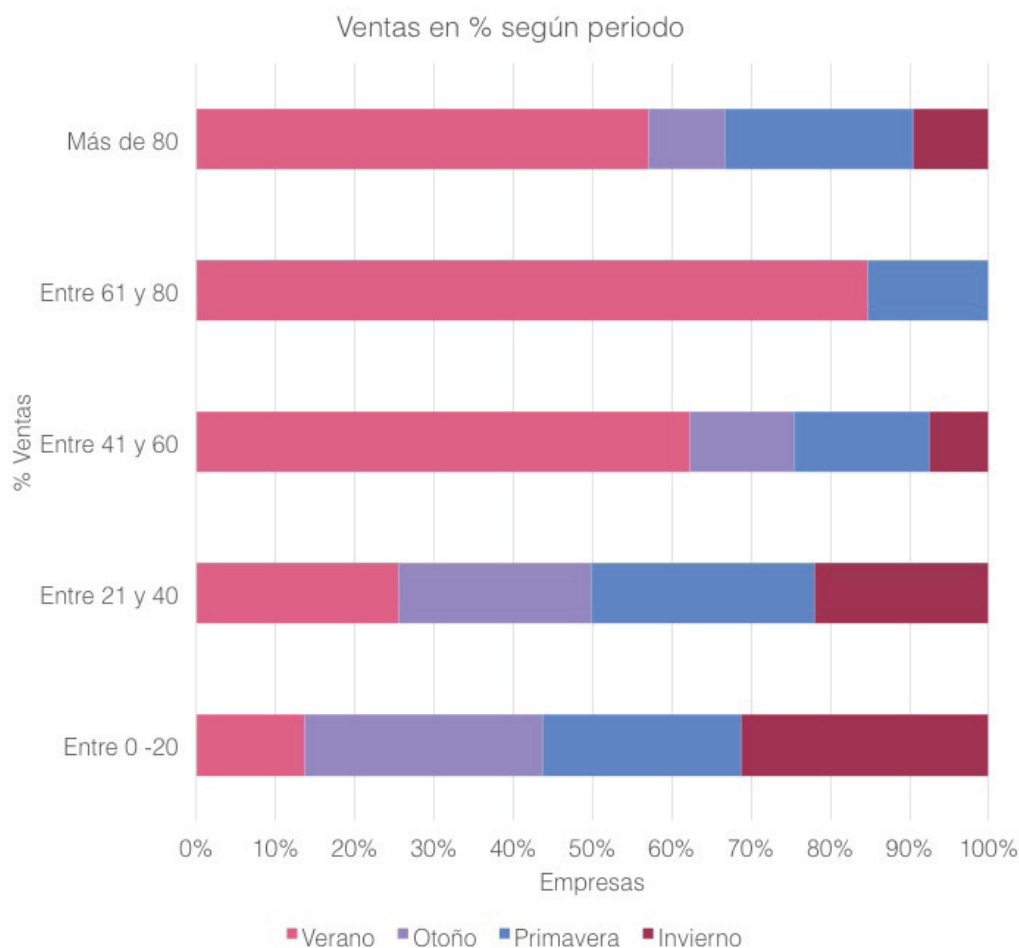


Los insumos que las empresas utilizan en su oferta de valor son principalmente de origen nacional en un 50%, de origen local en un 44% e importados en un 2,6%.



La mayor parte de las ventas se realizan en el mercado local, mas del 80% de las empresas lo hace de esta forma. Mientras que la exportación de productos o servicios creativos es poco relevante, ya que un % minoritario de las empresas señala vender a nivel internacional.

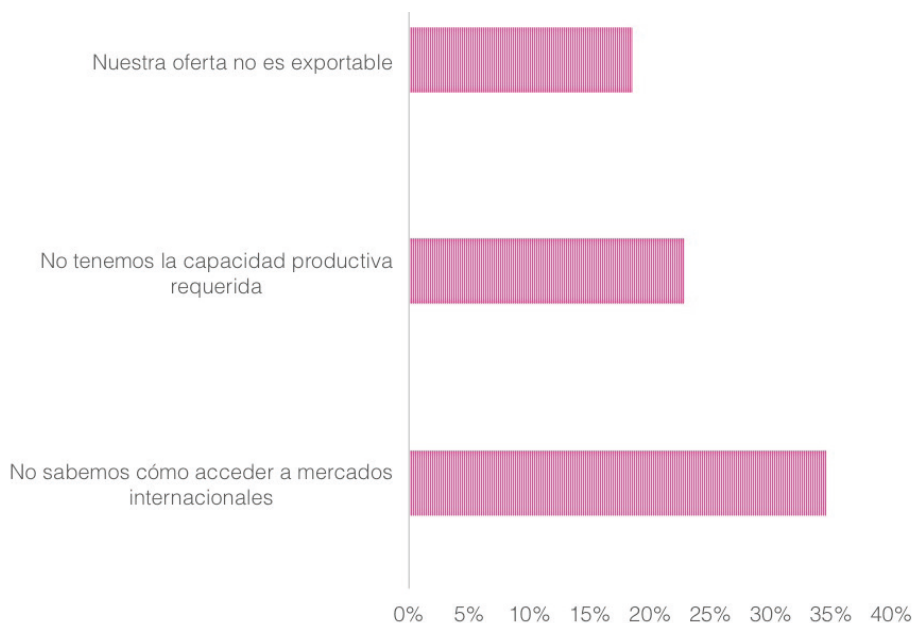




Hay una marcada estacionalidad de las ventas en el época de verano, en el 80% de los casos, el 57% de las ventas ocurre en verano, el 10% en otoño, 23% en primavera y 10% en invierno.

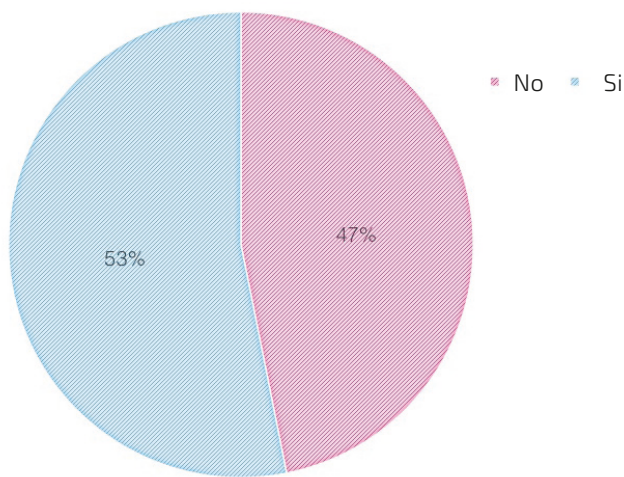
NO VENDE Y/O EXHIBE EN MERCADOS INTERNACIONALES DEBIDO A QUE:

La principal causa que identifican las empresas para no vender o exhibir en mercados internacionales, es que se desconoce como acceder a ellos. Luego le sigue en importancia el no tener la capacidad productiva requerida, y en tercer lugar que la oferta no es exportable.



3.- Calidad y uso de la nuevas tecnologías

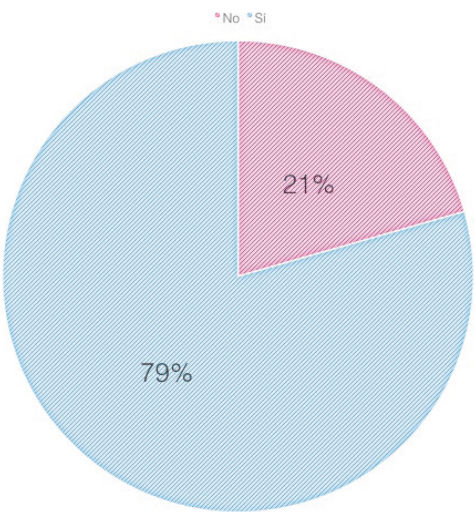
¿SE RIGE POR ALGÚN ESTÁNDAR DE CALIDAD?



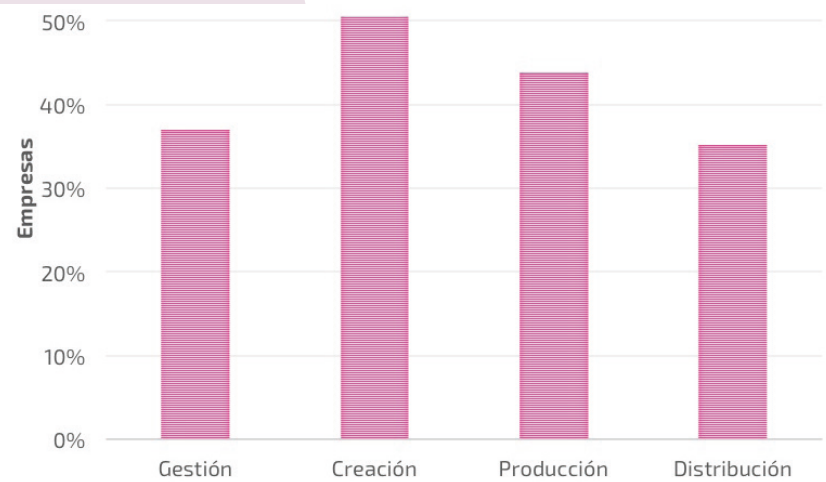
El 53% de las empresas indica que tiene algún estándar de calidad, ya sea en forma de certificaciones, o siguiendo principios propios o del sector.

El 79% de la empresas indica que usa nuevas tecnologías, mayoritariamente en creación y producción. En la distribución el 35% de las empresas utiliza TICS (esto corresponde a ventas por internet, envío de productos digitales, etc.). Representa un desafío aumentar el uso de las TICS en las etapas de gestión y distribución.

¿USA NUEVAS TECNOLOGÍAS TICS?

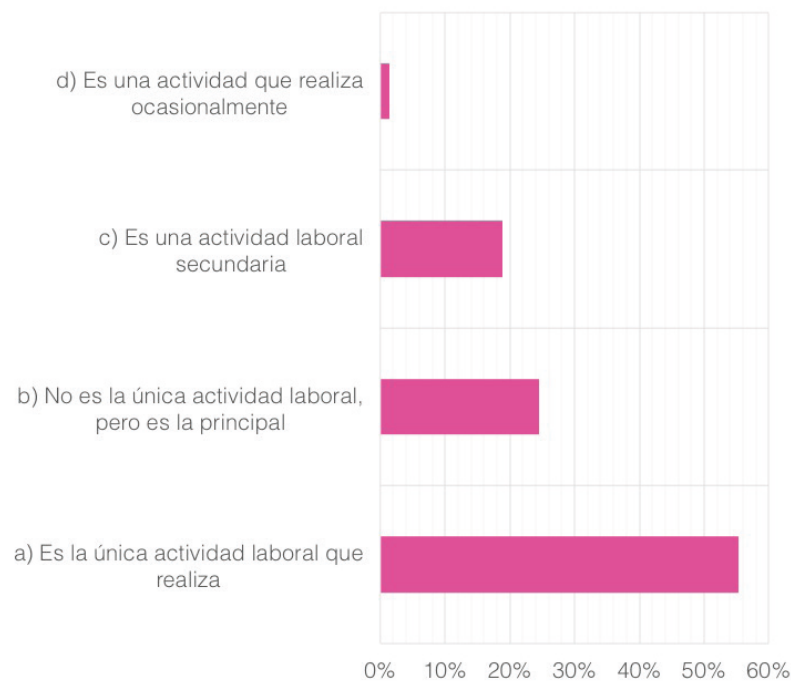


USO DE TICS EN:



4.- Dedicación y grado de formalización.

INDIQUE EL GRADO DE DEDICACIÓN A SU ACTIVIDAD CULTURAL O CREATIVA

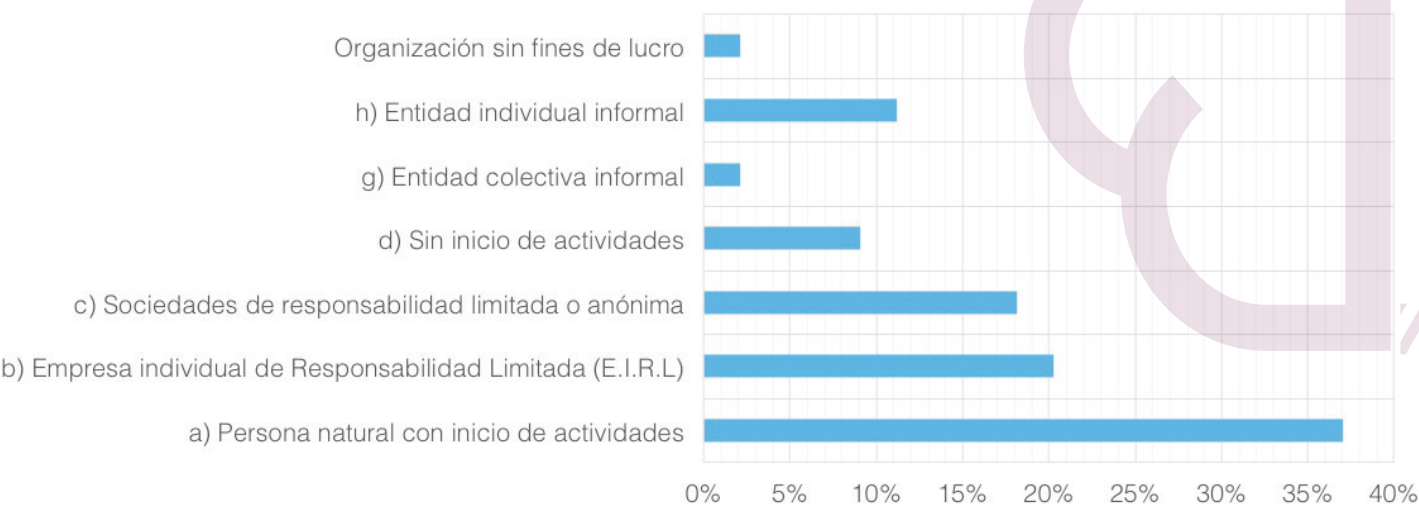


Más del 50% manifiesta que es la única actividad que realiza, seguido de que no es la única pero si la principal.

Respecto al grado de formalización el 37% son personas naturales con inicio de actividades.

Destaca el 8% que no tiene inicio de actividades.

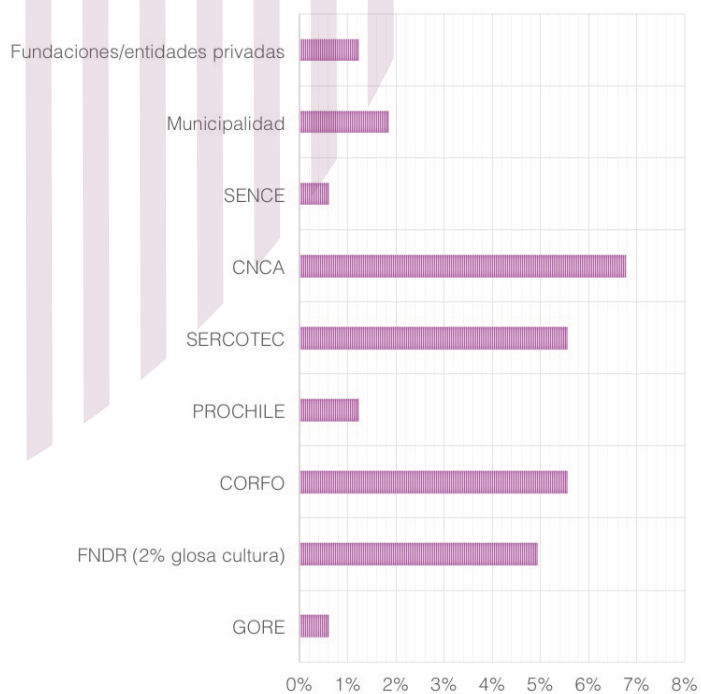
GRADO DE FORMALIZACIÓN DE SU ACTIVIDAD



5.-Financiamiento

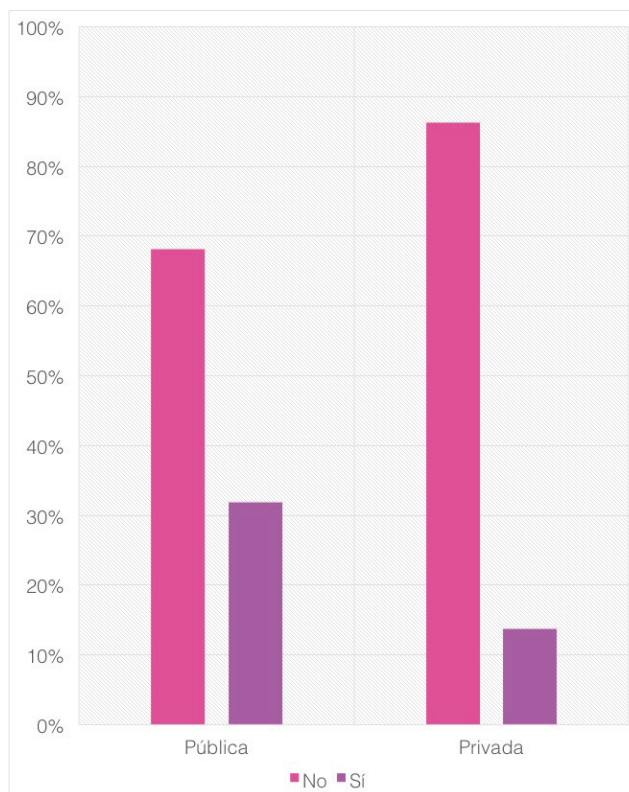
Se observa que poco más del 30% de las empresas ha recibido apoyo público y solo un 13% apoyo privado.

ORIGEN DEL FINANCIAMIENTO

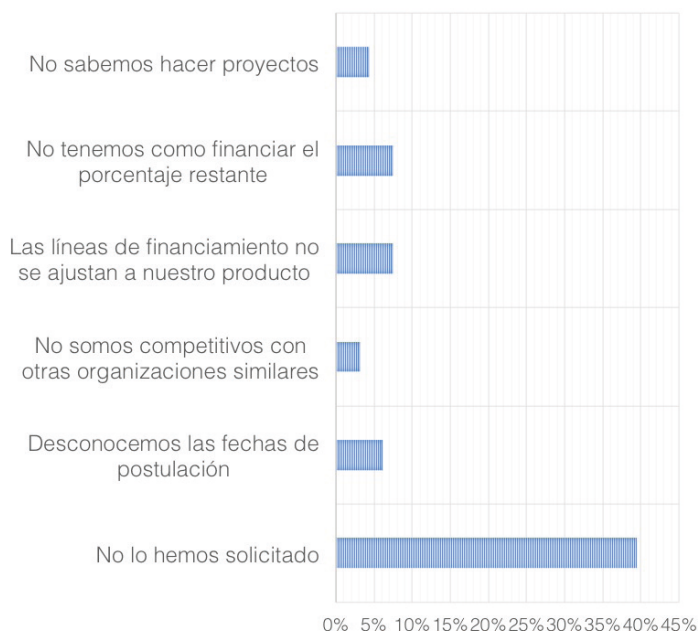


En relación al origen del financiamiento recibido principalmente del sector público, el principal es de CNCA, seguido de SERCOTEC, CORFO y de FNDR. Cabe mencionar que ninguna de estas fuentes ha sido utilizada por más del 7% de las empresas.

APOYO FINANCIERO SEGÚN ENTIDAD

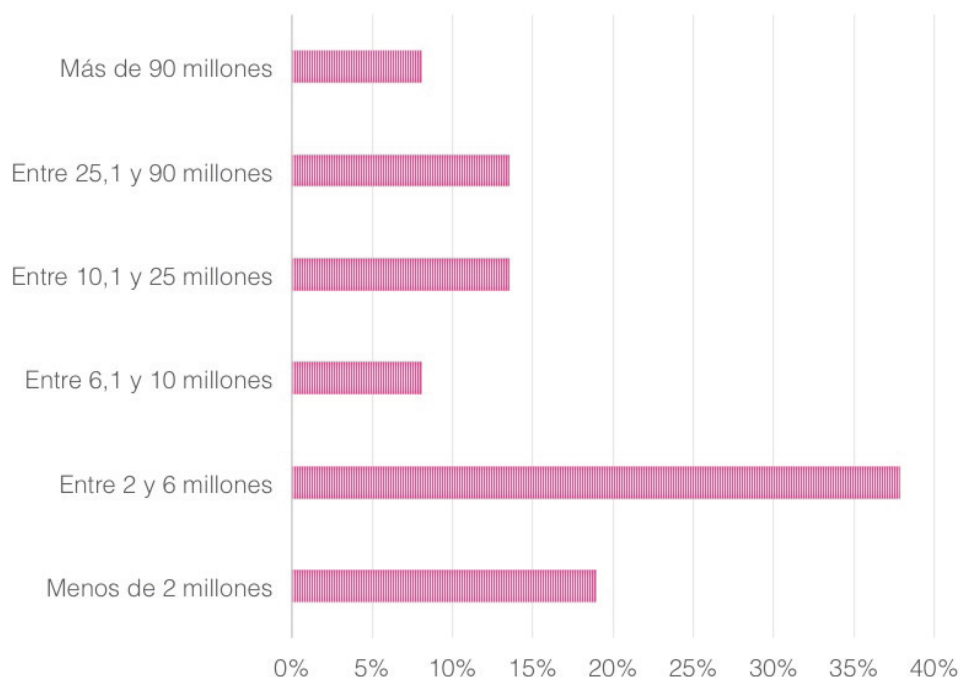


RAZÓN DE NO HABER RECIBIDO APOYO FINANCIERO



La razón más común de no haber recibido apoyo financiero es que no lo han solicitado.

¿ CUÁL FUE EL MONTO TOTAL CONSEGUIDO?. EMPRESAS QUE CONSIGUERON FINANCIAMIENTO



Los montos de estos financiamientos mayoritariamente se encuentran entre los 2 y 6 millones de pesos (38%), solo un 7% ha obtenido un financiamiento de más de 90 millones de pesos.



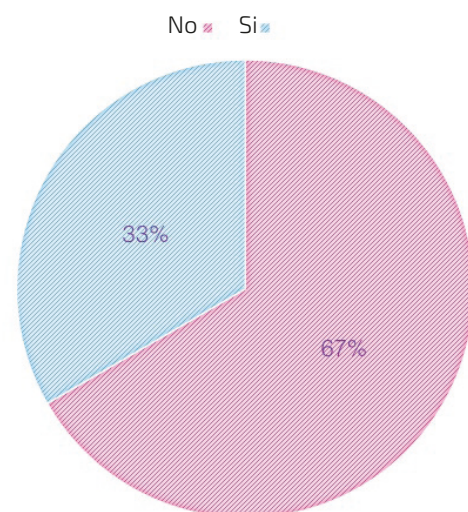
6. Redes y asociaciones

¿PERTENECE A ALGUNA ORGANIZACIÓN, COOPERATIVA, ASOCIACIÓN, ENTRE OTRAS EN TORNO A LA INDUSTRIA EN QUE SE DESARROLLA SU NEGOCIO?

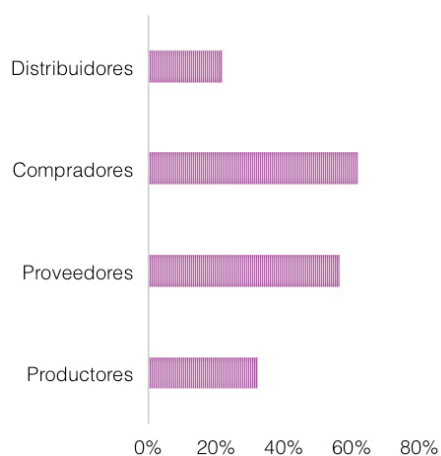
Solamente el 33% pertenece a algún tipo de organización. El 67% de las empresas indica no pertenecer al alguna organización cooperativa y/o asociación.

La mayoría interactúa con compradores, luego con proveedores y productores. El 21% interactúa con distribuidores.

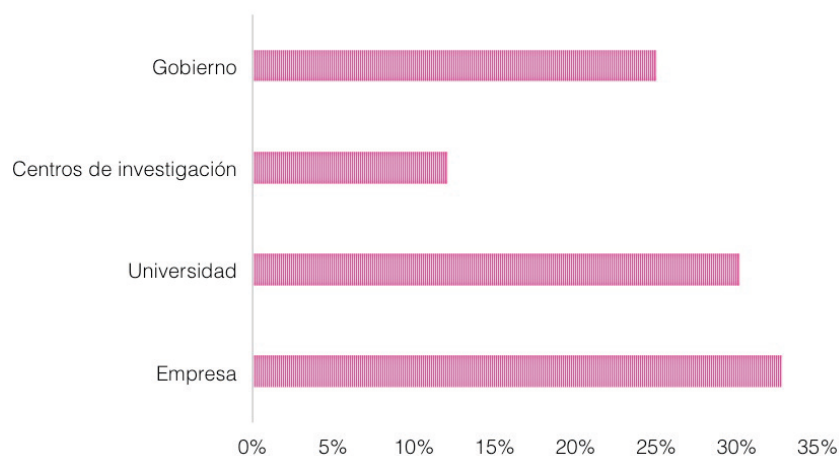
Respecto del grado de relación con entidades tales como empresa, universidad, gobierno, todas fluctúan en torno al 30% de las empresas.



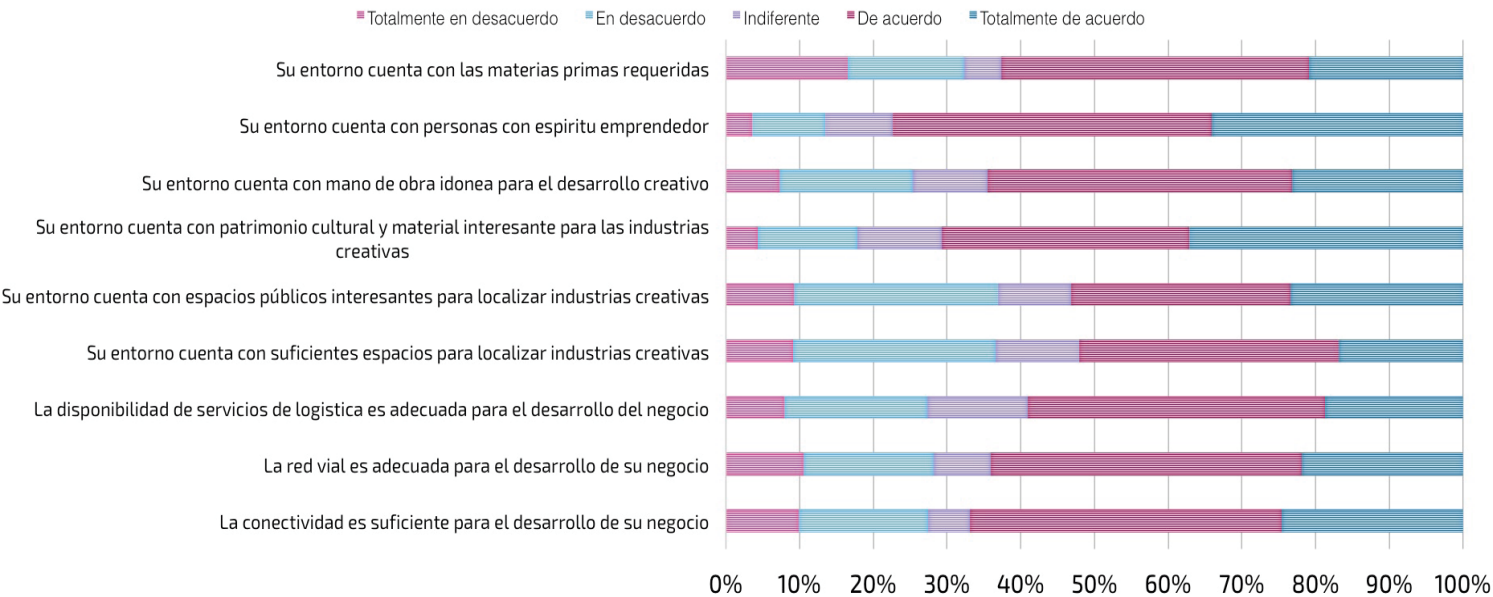
¿CON QUIÉNES INTERACTUÓ?



RELACIÓN CON ENTIDADES



7. Percepción entorno

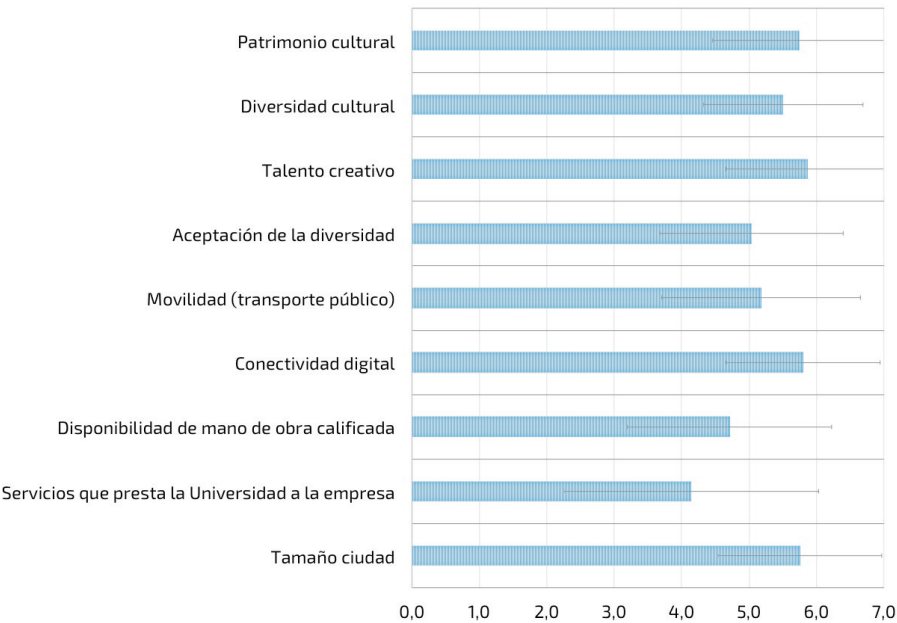


Hay un respaldo a la afirmación de que su entorno cuenta con personas de espíritu emprendedor, y que se cuenta con patrimonio cultural y material interesante para las industrias creativas.

Si bien en la mayoría de las afirmaciones se presenta acuerdo o total acuerdo con ellas, donde esto no está tan claro es en si su entorno cuenta con suficientes espacios para localizar las industrias creativas y en si se cuenta con suficientes espacios públicos.

Ambas percepciones se relacionan con condiciones de localización en la ciudad.

8. Percepción Ecosistema



Las mayores puntuaciones se encuentran en patrimonio cultural, talento creativo, diversidad cultural y conectividad digital, dejando en claro que ninguna de ellas supera la nota 6,0.

Por otro lado las peor evaluadas fueron los servicios que presta la universidad a la empresa y disponibilidad de mano de obra calificada.

9. - Conclusiones

Para conocer de mejor forma cómo están operando las empresas pertenecientes al sector de las industrias creativas se ha realizado una encuesta en la ciudad de Valdivia, y en otras ciudades de la Región de los Ríos.

Las siguientes conclusiones se basan en la evidencia obtenida en las encuestas, que hay que tomar como una medida representativa de la realidad local, teniendo en consideración que no se trata de un censo, sino mas bien de una muestra.

Las empresas pertenecientes a la industria creativa de Valdivia, son un sector empresarialmente joven, ya que la mayoría de los encuestados posee menos de 10 años desde su creación.

Sobre el tipo de empresa, predomina la formula de persona natural con inicio de actividades y la empresa individual de responsabilidad limitada (EIRL).

El nivel de ventas de las empresas abarca rangos por sobre los 625 millones de pesos anuales, aunque un porcentaje relevante del 40% posee ventas menores a 3 millones de pesos al año,



lo que las coloca en un nivel de microempresa nivel 1.

Un porcentaje similar exhibe ventas en rangos que van desde los 5 millones hasta los 65 millones de pesos. El mercado local es el principal destino de sus productos o servicios, y las exportaciones a mercados internacionales son muy menores. El desconocimiento de cómo acceder a dichos mercados es la principal causa que ellos mencionan.

La mayor cantidad de empresas pertenece al sector de diseño de objetos (artesanías).

Las empresas del sector audiovisual y de la música ocupan el segundo lugar. Luego sigue en importancia las otras áreas del diseño. Las empresas poseen principalmente de 1 a 5 trabajadores, que provienen mayoritariamente de la misma región, y en los que predominan levemente las mujeres.

El empleo es en la mayoría de los casos permanente, aunque en los casos minoritarios de las empresas sin trabajadores, esta situación es justamente al revés, es decir solo algunos meses del año.

Otra característica del empleo es la inexistencia de contratos, y una oferta local de capacitación a los trabajadores insuficiente.

El 30% de las empresas ha tenido o tiene acceso a financiamiento público para proyectos creativos, y los que no lo tienen es principalmente porque no lo han solicitado, siendo el ex Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, SERCOTEC, CORFO y FNDR. El financiamiento privado solamente alcanza al 13% de las empresas.

Hay una percepción positiva del entorno como facilitador del desarrollo de sus productos o servicios creativos.

El espíritu emprendedor, el patrimonio cultural y material es lo que más destacan.

Más específicamente, al evaluar el ecosistema creativo local, lo mejor evaluado es el patrimonio cultural, el talento creativo, la diversidad cultural, la conectividad y el tamaño de la ciudad.







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

Para ver una copia de esta licencia, visite <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/> o envíe una carta Creative Commons, PO Box 1866, Mountain View, CA 94042, USA.

Valdivia, 2019.



OBSERVATORIO
DE ECONOMÍA
CREATIVA VALDIVIA



Proyecto financiado por el Fondo de
innovación para la Competitividad
(FIC) del Gobierno Regional de los
Ríos y su Consejo Regional.



Universidad Austral de Chile
Conocimiento y Naturaleza



OBSERVATORIO
DE ECONOMÍA
CREATIVA VALDIVIA

www.observatoriocreativo.cl