

INFORME “DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE PLAN ESTRATÉGICO PARA COMISIÓN FÍLMICA DEL BIOBÍO”

Proyecto Turismo Creativo - Región del Biobío



AGENCIA BOUTIQUE &
PRODUCTORA



PROCULTURA
FUNDACIÓN



Plan de trabajo e informe de etapa N°4.1 "Programa establecimiento apoyo film commission Biobío"

ANTECEDENTES ACTIVIDAD

NOMBRE PROYECTO : Competitividad de oferta turística y creativa; puesta en valor de la identidad cultural del Biobío” - Código BIP 40040188-0

RESPONSABLE PROYECTO : Biobío Film Commission

RUT: 65.148.187-2

REPRESENTANTE LEGAL : Rodrigo Adrián Romero Lineros

RUT: 12.861.755-8

DIRECCIÓN : O'higgins 680 of 203 Concepción

TELÉFONO : +569 9443 3491

EQUIPO DE EJECUCIÓN : Rodrigo Romero Lineros
Carlos Yévenes Guerra
Claudia Inostroza Morales
Macarena Concha San Martin
Graciela Fuentes
Eduardo Villalobos Pino
Javier Sanhueza

MONTO TOTAL DE ACTIVIDAD: \$5.000.000 IVA INCLUIDO



ÍNDICE

- 1.- Diseño e Implementación de Plan Estratégico Biobío FC
- 2.- Justificación
- 3.- Diagnóstico
- 4.- Industria Creativa del Biobío. Iniciativas Similares
- 5.- Brechas
- 6.- Situación Jurídica
- 7.- Plan de Trabajo
- 8.- Formalizar para Internacionalizar



1.- Diseño e Implementación de Plan Estratégico para Comisión Fílmica del Biobío y gran Concepción.

El presente documento propone la hoja de ruta a seguir, para aquellas actividades del sector audiovisual contempladas en el proyecto FNDR *“Competitividad de la oferta turística y creativa; puesta en valor de la identidad cultural del Biobío”* y es resultado además de la sistematización de anteriores estudios e instancias de análisis de la industria creativa regional.

Teniendo como base la Estrategia regional y los lineamientos del Gore Biobío, en cuanto a obtener mayor y mejor promoción turística, difundir nuevas experiencias, actividades y productos, esta hoja de ruta tributa a los diferentes proyectos de ordenamiento territorial e infraestructura habilitante; buscando fomentar la asociatividad turística e intersectorial, contribuir a la economía regional de forma sostenible y generar capacidades adaptativas que respondan a tendencias globales.

Se explicita como eje de acción al gremio intersectorial compuesto por 30 empresarios y empresarias locales, reunidos formalmente bajo el paraguas de Biobío Film Commission, entidad a la cual se ha comisionado articular la estrategia de valor, para atraer producciones al territorio, atenderlos y promocionar a Biobío a nivel global.

Fundada el 18 mayo de 2017, esta organización sin fines de lucro reúne al turismo receptivo y al sector audiovisual, teniendo como ejes de acción principal:



- Desarrollo y fomento del sector productivo audiovisual, multimedia y cinematográfico del Bío Bío.
- Promoción global del territorio y sus locaciones como espacio escénico competitivo y de alto valor agregado.
- Coordinación, cooperación y supervisión de las acciones desarrolladas por producciones cinematográficas.
- Medición del impacto económico de la industria
- Aportar como agente autónomo en asuntos públicos, foros de debate, comisiones normativas, directorios, consejos reguladores, instituciones representativas y otros derivados de su naturaleza.
- Proteger las locaciones y su valor patrimonial

Se trata por tanto de una entidad neutra y sin ánimo de lucro, que trabaja para y por el desarrollo de la industria creativa, audiovisual y turística, como un agente estratégico multisectorial que mantiene, coordina y facilita información de utilidad para el desarrollo sostenible de la actividad.

Su principal propósito es canalizar sinergias y ser elemento de cohesión; junto con fomentar, promover y promocionar los productos y servicios locales, a nivel global.

Además, propicia la inversión en capital humano, mejorando la competitividad empresarial, la eficacia y eficiencia de los recursos en los distintos sectores de la industria, representando al mundo audiovisual y sus intereses como un interlocutor cualificado y comprometido.



Consejo Asesor

- Eduardo Villalobos, Representante encuentros Biobiocine - Festival Internacional
- Claudia Pino, Representante Cine Lebu, Festival Internacional
- Patricio Valladares, Representante Suspense Mercado de Cine Fantástico
- Luis Aguirre, Gestor Cultural
- Macarena Concha, Consorcio Economía Creativa del Biobío
- Eugenia Cartes, Representante Fondos de Cultura
- Mauricio Castro, Representante Cultura Municipalidad de Concepción
- Orly Pradena, Seremi de Culturas, Artes y Patrimonio Biobío
- Carolina Godoy, Directora (S) Sernatur Biobío

Directorio:

- Carlos Yévenes (Presidente)
- Claudia Inostroza (Tesorera)
- Graciela Fuentes (Secretaria)
- Rodrigo Romero (tribunal de ética)
- Mónica Reyes (tribunal de ética)
- Mario Merino (tribunal de ética)

2.- Justificación

La creciente tendencia al alza en las exportaciones del sector audiovisual local se acrecienta mucho más al sumar los logros en distribución, mediante la exitosa participación en festivales internacionales y a través de las nuevas plataformas de exhibición, incluyendo las plataformas transmedia.

En base a cifras oficiales y la información entregada por las propias empresas beneficiarias en diagnósticos previos, el plan de trabajo basa su metodología en actividades que ayuden a paliar brechas concretas: como reforzar la asociatividad, construyendo confianza y cooperación entre productores locales con potencial exportador.

Al reforzar la asociatividad, la innovación disruptiva y una mayor formalización aduanera y tributaria de la actividad, se busca aumentar las ventas en el corto plazo, con sustento en la generación de nuevas ofertas, nuevos productos y la estimulación de la demanda local, nacional e internacional, ahora con más canales de distribución y las competencias necesarias para gestionarlos de manera sostenible.

La hoja de ruta de este proyecto actúa como detonante del trabajo colaborativo y la ampliación global del mercado meta común, complementando actividades que permiten estandarizar ofertas, mejorar competencias, captar tecnologías y pulir los conocimientos técnicos necesarios para exportar nuevos servicios y productos.

La industria audiovisual chilena vislumbra un gran futuro global, exportando talentos y recibiendo cada vez más galardones. La comercialización de ideas y de servicios o productos crece año a año, pese a que el Servicio Nacional de Aduanas considera exportación de bienes audiovisuales sólo a las ventas en el extranjero de bienes físicos, como son los soportes y aparatos de grabación y reproducción. Sin embargo, las ventas de derechos de propiedad intelectual sobre obras audiovisuales finalizadas, no siempre son recogidas por dicho servicio.

Bajo este escenario, el volumen de ventas de propiedad intelectual en el extranjero se puede ver precario, al servirse exclusivamente de la información autodeclarada de los agentes del sector audiovisual que logran exportar sus obras de manera física.



Sin embargo, existen mercados de destino más consolidados, especialmente para la comercialización de contenidos: Europa, Latinoamérica y todos los países con los que Chile tiene convenios de coproducción (Argentina, Brasil, Canadá, Francia, Italia, Venezuela, Bélgica, entre otros); por tal razón hoy el Estado empuja la globalización de la industria audiovisual chilena, mediante programas internacionales de comercialización y difusión, que permiten a las empresas de Biobío y el gran Concepción el acceso directo y presencial a nuevos mercados internacionales, ya sea tradicionales o Cine B, nicho, festivales y encuentros locales o mundiales para comercializar contenidos e ideas creativas pensadas en el territorio.

A ello se suman iniciativas locales como MIC Conce (Mercado Internacional de Contenidos), que atraen poder comprador hasta la región del Biobío, para conocer proyectos en desarrollo, la oferta de servicios y la compra directa de propiedad intelectual.

Varias empresas audiovisuales de Biobío han logrado exportar formalmente sus servicios, mientras la mayoría lo ha hecho de manera incipiente. Esto representa otro aliciente para comprobar la confianza que los mercados internacionales le otorgan a la marca Chile y en este caso al Gran Concepción Creativo, que además sirve como agregación de valor y denominación de origen.

Actualmente en la oferta regional de productos y servicios audiovisuales encontramos: desarrollo y producción de películas, filmes de publicidad, documentales; preproducción, producción y postproducción de videoclips internacionales, comerciales, cortometrajes, series de TV, subtitulación de programas TV, scouting y gestión de locaciones entre otros servicios que ya han sido comercializados hacia otros destinos.

A ello se suma la explotación en el exterior de la propiedad intelectual, como la venta de derechos de exhibición de series, películas u otros programas cinematográficos y de televisión, como también la venta de guiones (o pre-biblias) desarrolladas como proyectos en la región Biobío y validadas en los encuentros de industria de sus variados festivales de Cine.



Principales Empresas Locales con Potencial Exportador

Clave 70

VyG Audiovisual

LIMBO

UAU

Radical Films

Bio Ingenieria Audiovisual

Gato Perro Films

REM Cine

Gnomo Animación Digital

Moob Audiovisual

Maslow Producciones

Terko Films

Sky View

Aerovisual

La Tostadora

Molotov Cine

Imaginaria Audiovisual

Sense Contents

*Fuente: Informe Caracterización de la Cadena de Valor, Levantamiento de Brechas y Oportunidades de la Industria Audiovisual del Gran Concepción. PTI Industrias Creativas, 28 febrero 2017.



Se distinguen tres modelos de negocios principales de comercio internacional en la industria:

- a) Explotación de la propiedad intelectual en el exterior, mediante la venta de derechos de exhibición de la obra, guiones u otra propiedad intangible.
- b) Venta de servicios audiovisuales en Chile de preproducción, producción y postproducción
- c) Suministro de servicios profesionales especializados en el exterior (profesionales y empresas locales que están siendo contratadas para producciones desde el extranjero).

Los mercados de destino destacan la creatividad, originalidad y carácter de los productos, aunque el potencial exportador y el valor agregado de las empresas beneficiarias, basa su oportunidad en el momento que vive nuestro producto nacional y la creciente búsqueda de ofertas innovadoras y exóticas, por parte de cada vez más mercados.



4.- Industria Creativa del Biobío. Iniciativas Similares

A continuación se describen algunos de los proyectos que actualmente se ejecutan en la región, dentro del sector de las industrias creativas:

REDCREA UDD (FIC-R) <https://redcrea.udd.cl>

Iniciativa ejecutada por la Facultad de Comunicaciones de la UDD y financiada por el GORE Biobío, a través del Fondo de Innovación para la Competitividad. Busca profesionalizar y visibilizar la industria creativa local, elevando la oferta de valor y de esta forma potenciar la competitividad y el crecimiento. Para ello generaron una plataforma de uso abierto, gratuito y autogestionado, en que se invita a realizar un diagnóstico de negocio a Mypymes de industrias creativas y a aplicar la metodología Pyme Naranja para la mejora de etapas (dirección, productos y servicios, mercado, creación y producción e identidad y comunicación).

Situación actual del proyecto RedCreaUDD: RedCreaUDD acaba de iniciar su segunda versión y por estar ligada a la UDD, muestra un alto desarrollo comunicacional, siendo la constante actualización de sus redes sociales un puntal fundamental de un programa plenamente vigente. Actualmente, se encuentra iniciando el Programa para la Profesionalización y Competitividad de la Industria Creativa". La convocatoria fue dirigida a todos los emprendedores y emprendedoras de la Industria Creativa que quieran calificarse en el modelo de Pyme Naranja. Considera Workshop Pyme Naranja y mentorías con expertos.
Beneficiarios:



- **Sector 1 Herencia cultural:**

1.1 Patrimonio natural y cultural: productos derivados y servicios de museos, paisajes culturales, sitios arqueológicos e históricos y gastronomía.

- **Sector 2 Creatividad y medios:**

2.1 Artes visuales y artesanía: pintura, escultura, artesanía y fotografía.

2.2 Libros y prensa: libros, periódicos, otros materiales impresos, ferias de libros y bibliotecas.

2.3 Medios audiovisuales y creativos: filmes y videos, radio y televisión, podcasting, mainstreaming, juegos de video y animación. 2.4 Presentaciones artísticas y celebraciones: artes escénicas, música, festivales, festividades y ferias.

- **Sector 3 Creaciones funcionales:**

3.1 Moda, diseño gráfico, diseño interior, paisajismo, servicios de arquitectura y publicidad.

- **Sector 4 Conocimiento:**

4.1 Educación, Capacitación, investigación y desarrollo, alta tecnología, informática, telecomunicaciones, robótica, nanotecnología, industria aeroespacial.



BIOBIO CREATIVO (PTI) <https://biobiocreativo.cl>

Programa Territorial Integrado del Comité de Desarrollo Productivo de la Región del Biobío y CORFO. Promueve el potenciamiento estratégico de la industria creativa regional, con sus sectores Música, Audiovisual, Arquitectura y Diseño. Busca generar escenarios para la visibilización de su oferta de productos y servicios, y fortalecer sus capacidades propiciando sinergias, dinamizando y articulando con agentes del sistema creativo nacional e internacional, para aportar al incremento de su competitividad y rentabilidad. Para ello crearon una plataforma (<https://biobiocreativo.cl>) que busca ser un espacio que reúne la información necesaria para encontrar proveedores, información de contacto y oferta de servicios y productos de industrias creativas locales. Incluye un mapa georeferenciado y portafolios de productos.

Situación actual del proyecto Biobío Creativo:

Biobío Creativo ha destinado los últimos meses a la difusión de su plataforma web (biobiocreativo.cl) mediante sus redes sociales. La plataforma no ha sufrido cambios, ni se han agregado nuevos beneficiarios a ella, lo cual se espera que suceda en los próximos meses. Esta es la primera plataforma web que reúne a casi todo el sector creativo del Biobío.

Como hito del programa se muestra el Festiva Rivera, desarrollado en la explanada del Teatro Regional en diciembre de 2021, el cual contó con la presentación de una decena de artistas de música urbana y pop local. Dicha instancia fue aprovechada para difundir la plataforma (estática desde su lanzamiento) y reactivar redes sociales. También el apoyo al sello Film Friendly obtenido por la Municipalidad de Concepción, gracias a Biobío Film Commission. Beneficiarios: El Programa elaboró una página web (<https://biobiocreativo.cl>) en la que clasifica diversos actores de la industria creativa local, en 4 sectores: Música, Audiovisual, Arquitectura y Diseño.



FUTURE + ART (FIC UBB) <https://futuremasart.cl>

Junto con crear una Corporación F+A, para el estudio y ejecución de proyectos públicos vinculados al territorio y su talento creativo, el objetivo de este FIC se desglosa en tres componentes en beneficio de los sectores arquitectura, diseño, música, audiovisual, artes visuales y danza. Busca potenciar redes de valor territorial que generen sinergias entre actores públicos y privados, impulsando iniciativas habilitantes para la innovación en la matriz productiva, posicionando a Biobío como centro competitivo con proyección internacional.

Situación actual Future Mas/Art Biobio UBB

Future Mas / Art ha experimentado una activación importante, desarrollando un gran número de actividades en los últimos meses, lo cual da cuenta que se encuentra en pleno desarrollo y ejecución.

Destaca la realización periódica de actividades sincrónicas online (seminarios, charlas, coaching), reuniones de trabajo con actores representativos de la industria creativa local y el lanzamiento de su página web (www.futuremasart.cl). Esta última, está compuesta por secciones como directorio, portafolio de creadores locales y un e-commerce en donde diseñadores ofrecen sus productos de manera autoadministrable.

Son 70 beneficiarios: Arquitectura (11), artes visuales (10), audiovisual (12), danza (4), diseño (17) y música (16). La plataforma ofrece la georreferenciación de estos actores. Por último, están prontos a lanzar un Libro Portafolio de empresas del sector creativo, en el que se podrá conocer el trabajo, logros alcanzados y servicios de las empresas que son parte de este proyecto FIC. A diferencia del anteriores instrumentos (Conce Crea y Produce) no focaliza en audiovisual y música, sino que además se abre a sectores como la Danza y Artes Visuales, que cuentan con menores grados de desarrollo y profesionalización.

Beneficiarios Empresas formalizadas del rubro arquitectura, diseño, música, audiovisual, artes visuales y danza.



GRAAMA (FIC, UNAB) www.graama.cl

El proyecto consiste en una plataforma web que reúne algunos servicios y oferta productiva del sector audiovisual de la Región de Biobío. Vincula a productores y realizadores del sector audiovisual con profesionales y empresas creativas de la región. Además, promueve la cultura, a los profesionales y locaciones del Biobío, logrando la realización de producciones audiovisuales de alto nivel en el territorio tanto para el mercado nacional e internacional.

Situación actual GRAAMA UNAB: Terminando ya su ejecución, Graama ha mantenido una nutrida agenda de actividades durante su desarrollo, destacando en el último tiempo la realización periódica de conversatorios y capacitaciones virtuales.

Destacan particularmente tres actividades que marcaron hitos:

- 1.- Reunión-desayuno donde diversas municipalidades conocieron los impactos positivos que genera la producción audiovisual en las localidades.
- 2.- “Feria Audiovisual”, que visibilizó la región del Biobío y sus diferentes locaciones para la realización de producciones audiovisuales, brindando además información sobre la oferta de empresas del rubro. La feria además fue instancia para resaltar las capacidades técnicas, vínculos académicos y locaciones, además de atraer a realizadores audiovisuales, mostrar las fortalezas de Biobío y crear un foco de reunión para los agentes regionales.
- 3.- Plataforma graama.cl (actualmente en funcionamiento). Sitio web que opera a modo vitrina de locaciones, proveedores audiovisuales locales y servicios conexos para producciones (hospedaje, catering, movilización, ec).



Beneficiarios: Realizadores locales, nacionales e internacionales de Cine, Publicidad y Televisión

Objetivos:

1-Fortalecer la competitividad del sector audiovisual regional posicionando sus propuestas en locaciones.

2-Generar y comunicar protocolos para producciones, junto a la transferencia de herramientas técnicas y estratégicas a los agentes productivos.

3-Posicionar a la Región del Biobío como locación de interés para realizadores nacionales e internacionales de Cine, Publicidad y Televisión.

REACTIVEMOS BIOBIO (FIC - Udec) www.reactivemosbiobio.cl

Reactivemos Biobío es un FIC-R financiado por el Gobierno Regional del BíoBio y ejecutado por la Facultad de Ingeniería de la Universidad de Concepción que pretende impulsar el sector del turismo a través de un nexo con las industrias creativas en el diseño y ejecución de cuatro rutas turísticas para la región.

Situación Actual de reactivemos Biobío:

Pasados ya sus primeros 6 meses de ejecución y fase diagnóstica, actualmente el programa se encuentra en la co-creación participativa, -entre pymes turísticas y de industria creativa-, de 4 rutas turísticas urbanas, con un relato identitario, novedoso e innovador. Ello, tras capacitaciones on line, conversatorio y talleres creativos.



Ámbitos de desarrollo:

Cambios en el cliente: La pandemia del Covid-19 ha impactado el consumo de ofertas turísticas en todo Chile, convirtiendo al mercado en uno mucho más cercano y localizado. El cambio en el cliente de referencia hace necesario un rediseño y adaptación de la venta de productos y servicios.

Adaptación Digital: Lograr la incorporación de estrategias que favorezcan la digitalización, comercialización digital y servicios web que aumenten el valor agregado, productividad y competitividad de los proveedores.

Adecuación a la pandemia: Busca una adecuación a las restricciones y condiciones que impone la crisis sanitaria y que han afectado fuertemente a los sectores turísticos y creativos.

AGICC (Asociación Gremial de Industrias Creativas)

Este gremio ha promovido la racionalización, desarrollo y protección de la Industria Creativa durante casi 10 años. Representa a sus asociados frente a todo tipo de organismos públicos y privados que tengan relación directa o indirecta con la actividad artística y creativa. Para ello, promueve la capacitación y profesionalización de sus asociados, realizando actividades con ese objeto. Para su desarrollo, busca crear, auspiciar, colaborar y promover cursos, becas de estudio y todo tipo de actividades que tiendan al bienestar de sus asociados, velar por el progreso y el desarrollo profesional de sus asociados, informar a las autoridades sobre problemas y necesidades del sector, junto con promover, organizar y/o auspiciar la realización de eventos relacionados con la industria creativa.



Situación Actual de AGICC:

Vigente y con personalidad jurídica, el gremio de las industrias creativas cumplirá 10 años desde su creación. Contando en su historia con importantes hitos, nacidos de su alianza con distintos actores del ecosistema local.

Este año elige nueva directiva, tras 3 períodos consecutivos de su directorio fundacional, por lo que se espera puedan surgir nuevas demandas del sector, ligado principalmente a personas que desarrollan actividades artesanales, de colectivos artísticos, actuación, transdisciplinas y expresiones no siempre formalizadas o con objetivo de negocio.

CONSORCIO DE ECONOMIA CREATIVA #PensadoEnConce

Movimiento integrado por diferentes iniciativas, gremios e instituciones, a través de una marca no formalizada y el hashtag #PensadoEnConce como campaña de visibilización y promoción del talento humano y profesional del territorio, en especial de su capital Concepción como ciudad creativa.

El consorcio se ha reunido en varias instancias para coordinar acciones de industria e intereses sectoriales, participando como actor representativo en mesas interdisciplinarias, reuniones con sector público y acciones vinculadas a coordinar mejor las diferentes iniciativas locales.

Situación Actual:

Por ser un movimiento no formalizado como institución o actividad permanente, el Consorcio de Economía Creativa no dispone de una hoja de ruta clara y unificada, debiendo concentrar sus esfuerzos en la solución de problemáticas puntuales o reuniones extraordinarias de sus líderes, ligados principalmente a la dirigencia y articulación del sector creativo, entendidos como emprendedores y actividades económicas identitarias desarrolladas en Biobío.



BIOBIO FILM COMMISSION (Organización Sin Fines de Lucro).
www.biobiofc.cl

Desde 2017, esta Comisión Fílmica, entidad neutra y sin ánimo de lucro, trabaja para y por el desarrollo de la industria audiovisual de Biobío, como un agente estratégico multisectorial que mantiene, coordina y facilita información de utilidad para el desarrollo sostenible de la actividad fílmica y creativa, en la zona geográfica que debe promocionar.

Situación actual de Biobío Film Commission:

Instalada con éxito a nivel nacional como uno de los agentes regionales más activos en materia de locaciones e incentivos para producciones audiovisuales, la Comisión Fílmica del Biobío y gran Concepción hoy se encuentra frente al desafío de la sostenibilidad y en la búsqueda de un modelo de gestión que le permita financiarse, sin cobrar a los rodajes o producciones. Esto, para seguir promocionando globalmente el territorio, su talento y locaciones, además de facilitar el acceso a la producción audiovisual en Biobío.

Esta institución, que actualmente alcanza 30 socios activos, ha sido el elemento de cohesión del sector audiovisual de Biobío; junto con fomentar, promover y promocionar los productos y servicios locales, en los distintos ámbitos: regional, nacional e internacional.

En estos primeros 5 años, Biobío Film Commission y su plataforma web www.biobiofc.cl (actualmente en renovación) han propiciado la inversión en capital humano, mejorando la competitividad empresarial, la eficacia y eficiencia del recurso humano del campo audiovisual.

Sus directivos han representado al mundo audiovisual y sus intereses en diferentes instancias público-privadas, como un interlocutor cualificado y comprometido

5.- Brechas

- Débil retención de capital humano formado en Gran Concepción.
- Débil integración de productoras que ofrecen servicios anexos logísticos, debido a que no están visibilizados por no estar organizados formalmente para producir a gran escala.
- La Comisión Fílmica con débil visibilidad, al carecer de presupuesto de marketing, para promocionar todas las ventajas competitivas que posee el Gran Concepción para el desarrollo de proyectos audiovisuales de alta gama.
- Falta de incentivos territoriales para atraer grandes producciones, como ocurre en varias otras ciudades de Latinoamérica. (devolución de impuesto, devolución de gastos, rebajas en costes, etc).
- Baja retención del capital social generado por la ciudad de Gran Concepción que al especializarse, encuentran trabajo fuera de la zona.
- Baja participación de capital humano para participar en proyectos audiovisuales por la discontinuidad de los proyectos audiovisuales en el territorio.
- Proveedores de la industria audiovisual de Gran Concepción con débil capacitación especializada para atender a proyectos audiovisuales de alta gama.
- Débil participación de escuelas de formación audiovisual en la oferta académica de postgrados en producción audiovisual broadcast.
- Baja visibilidad del potencial geográfico de Gran Concepción como un polo de referente ofrecer una Comisión Fílmica certificada en industria audiovisual de alta gama.



- Capital social, con débil especialización en atender a extranjeros que no se comuniquen español.
- Débil, especialización en servicios anexos logísticos, capacidad técnica operativa, y equipamiento, para producción de alta gama.
- La capacidad del Gran Concepción para ofertar sus productos y servicios, da cuenta de una débil visibilidad e integración nacional e internacional a la industria audiovisual.
- Débil vinculación entre las empresas de la región con la industria nacional y la red mundial de producción audiovisual.
- Baja presencia en la web, para ser visibilizados por las redes especializadas de la industria global.
- Falta de elementos publicitarios digitales que permitan promover la actividad y servicios audiovisuales de la región.
- Baja continuidad de producción cinematográfica en el Gran Concepción, provoca que el capital social emigre.
- Escasez de herramientas para evaluar capacidad financiera de los potenciales clientes.
- Incipiente oferta en plataforma tecnológica (Web) para vincularse con mercados distantes.
- Débil capacidad de los prestadores de servicios y operacionales para definir una política comercial.

6.- Situación Jurídica

Las principales empresas audiovisuales de Biobío se encuentran agrupadas en un gremio intersectorial, que las reúne y las complementa con servicios turísticos receptivos (hotelería, transporte, alimentación, otros). Hablamos de Biobío Film Commission, entidad que si bien se encuentra formalizada, aún carece de fuerza legal para proteger patrimonialmente las locaciones, obligar al cumplimiento de normativas de sostenibilidad, defender a sus socios, negociar grandes contratos, establecer comercio internacional, entre otras brechas legales.

Esta falta de competitividad en el aspecto jurídico puede ser subsanada, identificando y trabajando sobre aquellas fuerzas que presionan a las empresas y profesionales del sector audiovisual.

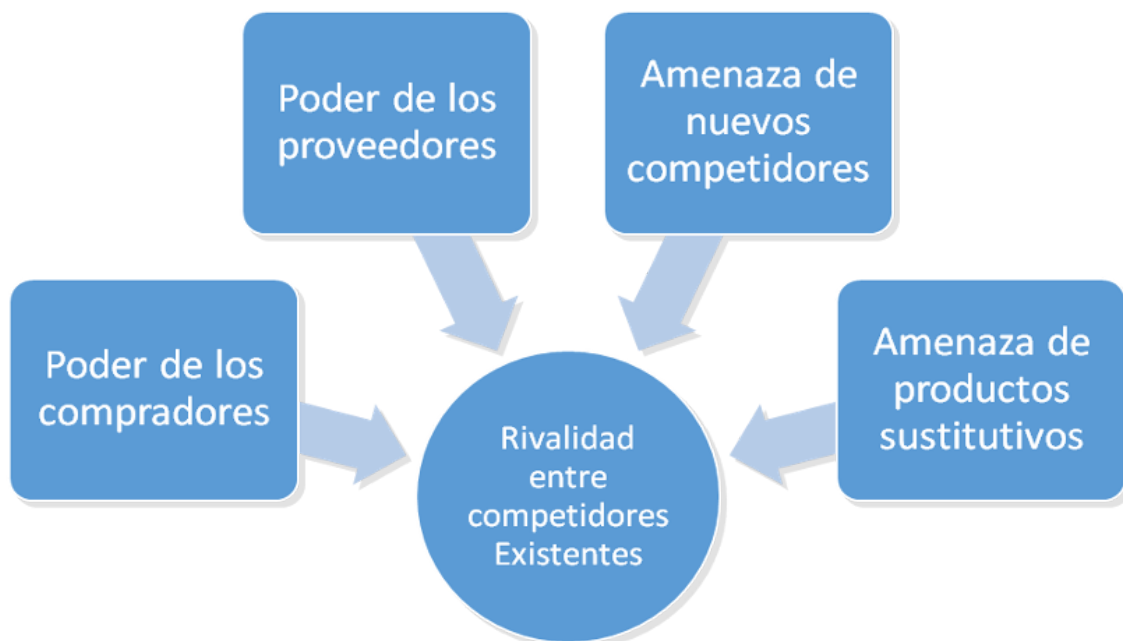
Informe de competitividad: Matriz de Porter

El informe de competitividad en materia legal se hace en base a la matriz de Porter, modelo que señala que *“en un sector industrial determinado operan fuerzas competitivas diferenciadas las cuales cumplen un rol definido, siendo necesario considerar la forma de examinarlas exhaustivamente, a la hora de estudiar las diferentes decisiones respecto de las opciones estratégicas de una organización, permitiendo de esta manera identificar los diferentes flancos que deben estar bajo control y así tener posibilidades de implantar una Estrategia de éxito. No tomar en cuenta algún elemento de estas fuerzas, se constituiría en una omisión insalvable, que por este solo hecho puede hacer inviable la aplicación de una Estrategia”*.

Economía y Administración N°64, Junio 2005. Administración Estratégica: Evolución y Tendencias. Juan Saavedra González.

Hay cinco fuerzas que influyen en la estrategia competitiva de una empresa. El poder de negociación de los consumidores, el poder de negociación de los proveedores, la amenaza de los nuevos actores y la amenaza de los productos sustitutos, se combinan con otras variables para crear una quinta fuerza, el nivel de competencia en una industria.

Cada una de estas fuerzas tiene algunos determinantes o variables que se evalúan en intensidad para sentar las bases de la estrategia que se deberá implementar a futuro para aumentar las posibilidades de éxito de cada negocio identificado.



De acuerdo a lo anterior se calificaron las “Fuerzas de Porter” para los diferentes negocios audiovisuales, en base a las diferentes variables comprendidas en cada Fuerza analizada.

Resumen Fuerzas de Porter: sector audiovisual Biobío.

FUERZA	INTENSIDAD
Poder de negociación los compradores	Alta
Poder de negociación los proveedores	Baja
Amenaza de entrada de nuevos competidores	Media
Amenaza de productos sustitutos	Media
Rivalidad entre competidores	Baja

Fuente: Elaboración propia.

En cuanto a comercio y legalidad internacional, el desarrollo de la tecnología para la producción y servicio audiovisual de los últimos años ha cambiado el mercado del campo audiovisual. Esta modificación ha permitido reducir costos de operación que permite la capacidad de implementar nuevas realizaciones fuera de los límites del centralismo nacional.

Es por ello que las producciones audiovisuales están emigrando de Santiago a nuevos espacios, tanto con el fin de refrescar los contextos de sus producciones como por la reducción de costos, pues la recepción de estas realizaciones en regiones es bien acogida.

El mercado de los compradores presenta una gran fuerza competitiva, debido a que son pocos oferentes y pocos demandantes. La capacidad de establecer servicios en producciones de alta gama se produce de forma esporádica y discontinua.

El mercado de los productores audiovisuales es muy especializado ya que la mayoría tiene fácil acceso a proveedores locales, las empresas del ramo local tienen muy poco poder de negociación frente a sus clientes, ya sea por actuar dispersos, no asociados, o simplemente por desconocimiento de normativas.

La existencia de pocos pero fuertes competidores, significa que la capacidad de negociación es muy baja, entonces hay que abrir al mercado nacional e internacional para acceder a las potencialidades de la producción audiovisual mediante una Comisión Fílmica en el Gran Concepción, que logre diferenciarse mediante la especialización de sus integrantes en producción audiovisual de alcance global.

En cuanto a productos sustitutos existe una amenaza potencial media, dado que por el momento no existe suficiente oferta formal en el territorio que pueda reemplazar o sustituir el trabajo de la producción audiovisual, cuya mayor amenaza es la migración de servicios y talentos hacia otros polos de producción.

7. Plan de Trabajo

Bajo una matriz de marco lógico, se ejecutan 10 acciones estratégicas, la cuales finalizan con los siguientes verificadores:

a) Diseño e implementación de plan estratégico para Comisión Fílmica del Biobío.

Actividades:

1.- Planificación y seguimiento de actividades y objetivos

2.- Identificación y coordinación con otros proyectos, diseño participativo e inclusivo

3.- Relatoría, moderación e intermediación profesional para la ejecución de presupuesto participativo

4.- Producción y gestión de tareas informativas y para la generación de confianza

5.- Sesiones de trabajo y camaradería entre empresas regionales del sector

6.- Aplicación de sondeos de opinión a públicos secundarios y referidos generales.

7.- Trabajo de articulación con escuelas de educación superior y sus proyectos del área

8.- Sesiones directas de elaboración presupuestaria. Trabajo de gabinete y sesiones telemáticas

9.- Desarrollo de nuevas iniciativas para la sostenibilidad, desarrollo y escalamiento.

10.- Convocatoria de nuevos socios, campaña informativa y de difusión general.

Verificadores

1.- Consultoría / Carta Gantt y Plan de Acción

2.- Consultoría / Documento con convenios y modelo de asociatividad

3.- Taller de coaching para empresarios del rubro audiovisual

4.- Consultoría / Plan promocional y publicitario

5.- Taller de networking y taller asociativo entre empresarios del rubro audiovisual

6.- Consultoría / Informe de percepción y caracterización actual del sector audiovisual

7.- Consultoría / Informe de acciones vinculadas a formación y alianzas con escuelas

8.- Consultoría / Documento con presupuesto y plan de financiamiento

9.- Informe con postulaciones, proyectos formulados y logros

10.- Informe de impacto y alcance

8.- Formalizar para Internacionalizar

En base a las secciones anteriores se presentan y desarrollan estrategias diferenciadoras que ubiquen con alta probabilidad a la industria audiovisual local en un escenario competitivo. Se debe tener en cuenta que un componente diferenciador que posee una empresa o un sector en particular se logra en definitiva mediante procesos innovadores que desencadenan expresiones de grado superior en cuanto a lo que emana de una producción audiovisual, diferenciándose del resto de los competidores y que a la vez, es valorado por los consumidores dispuestos a pagar un precio mayor por dichos atributos que el sector puede ofrecer y otros no.

En ese sentido, cobra especial relevancia la conformación legal, la protección jurídica y la formalización de procesos, convenios, relaciones, contratos, órdenes de compra, ventas, cobranzas y coproducciones, entre otros ámbitos.

Especialización de la producción audiovisual

El desarrollo de la tecnología para la producción y servicio audiovisual de los últimos años ha cambiado el mercado del campo cinematográfico. Esta modificación ha reducido costos de operación, lo que permite la capacidad de implementar nuevas realizaciones fuera de los límites del centralismo nacional.

El mercado de los compradores presenta una gran fuerza competitiva, debido a que son pocos demandantes. Por tanto, la capacidad de establecer servicios en producciones de alta gama se produce de forma esporádica y discontinua.

Dicho mercado de los productores audiovisuales es muy especializado; al igual que en Valparaíso, Valdivia y Santiago, las empresas del rubro local tienen muy poco poder de negociación frente a sus clientes, ya sea por actuar dispersos, no asociados o cayendo en informalidades.

Lograr ofrecer servicios globales otorgaría al sector regional una oferta más compleja que sus competidores regionales para grabar, sumado a la creciente necesidad y deseo de la industria por filmar y rodar en locaciones fuera del centralismo de la región Metropolitana, esto desemboca en atraer a dichas producciones audiovisuales a filmar en Biobío.

Esta estrategia va acompañada necesariamente de formalidades y convenios, que busquen conectar con sectores que demanden este tipo de servicio tal de absorber una demanda considerable que tiende a darle continuidad a este tipo de servicios.



Penetración del espacio virtual.

La era digital ha transportado a los consumidores de forma masiva al escenario virtual y digital en un sentido amplio y la industria audiovisual no es la excepción. En ese sentido se hace urgente conocer y manejar los derechos y deberes vinculados a las plataformas virtuales.

Por una parte, reforzar una plataforma virtual que aporte en la promoción y publicidad de las locaciones que la región posee mencionadas y descritas como núcleo competitivo, algo que logrará www.biobiofc.cl (web de Biobío Film Commission).

Esta estrategia debe ir acompañada además, de un mix de servicios conexos y complementarios a las locaciones como hotelería, transporte, comida, incluso atractivos de la bohemia regional. Creando un encadenamiento productivo y servicios complementarios necesarios para realizaciones filmicas de acuerdo a sus exigencias que ello involucra. A esto se suma el desarrollo de contenidos transmedia, pensados para su distribución en ambiente web o social media, lo que implica conocer eventuales barreras legales que impidan o dificulten la sostenibilidad de los oferentes locales.



Desarrollo del mercado de locaciones.

En línea con aprovechar el núcleo competitivo de las locaciones se propone crear servicios promotores de la geografía regional o facilitar los nexos con los ya existentes.

Pueden centrarse los esfuerzos en esta estrategia para conseguir mayores scouting, factor ubicado en la fase de preproducción audiovisual, que es un servicio orientado a la búsqueda del lugar idóneo para realizar la grabación.

También se requiere activar permisos de rodaje, convenios formales y tratos con juntas de vecinos o propietarios privados por ejemplo, lo que está en línea con la estrategia de penetración del espacio virtual.

Para ser más específicos respecto a la necesidad de un desarrollo de actividades conexas que acompañan al servicio de las locaciones, encontramos que se podrían formalizar y acompañar el desarrollo de los siguientes proveedores complementarios: Service Rental (equipamiento), Servicios de Catering, Agencias de Casting, Agentes de Actores, Casas Rodantes, Dobles, Efectos especiales, Estudios de grabación, Locaciones, Camiones, Barcos, Helicópteros, Traductores e Intérpretes, entre otros.

También formalizar y hacer sostenible la distribución. Se ha detectado la ausencia de una entidad que pueda propiciar el desarrollo del sector en términos de comercialización, siendo ésta una de las etapas menos atendida por los actores de la cadena.



Por ello, se ve como una oportunidad, el desarrollo de una entidad operadora que tenga como objetivo central el empaquetamiento de productos y servicios para su comercialización, como cortometrajes, largometrajes, documentales, animación u otro tipo de contenidos.

Entre otros roles que debiese cumplir la entidad es el fomento de las relaciones públicas con actores públicos y privados relevantes en torno al audiovisual, propiciando la generación de mesas de negocios entre actores pertenecientes o no a la cadena de valor. Además debiese propiciar el tránsito de la información acerca de servicios técnicos, locaciones y sus características de conectividad, transporte, hotelería, logística y servicios asociados en general, incentivando y facilitando la visita y producción de proyectos en la región y el Gran Concepción.

Protección de las locaciones cinematográficas

Por su diversidad y riqueza, una clara oportunidad presente en el territorio es todo el potencial escénico existente, el cual es favorecido por las características geográficas, las cuales permiten la cercanía considerable entre distintos tipos de paisajes que hacen atractivo al Gran Concepción y la región como un lugar para el desarrollo de una oferta competitiva en el mercado de las locaciones. Lo anterior está sustentado en la posibilidad de unir en pocos minutos la cordillera, mar, lagunas, playas, cerros, bosques nativos, diversidad de climas, entre otros. Además de estar situados justo en la mitad exacta del país más largo del mundo.



Esto posiciona al territorio como espacio privilegiado para explotar sustentablemente las locaciones en producciones audiovisuales de todo tipo: telenovelas, series, videoclips, largometrajes, documentales, comerciales publicitarios, eventos, fotografía, entre otros.

La formalización de dichas oportunidades, es sumamente importante para el desarrollo de la economía regional, ya que por experiencias anteriores, se ha determinado que la intervención cinematográfica en un determinado lugar, genera una inyección importante de recursos e inversiones que pueden servir de potenciamiento turístico por muchos años.

Ejemplo de lo anterior, fue la producción en caleta Tumbes de la telenovela “Santo Ladrón” de Televisión Nacional de Chile (TVN), como también la producción de la película “Subterra” en Lota. Otros ejemplos más contemporáneos son la producciones de los largometrajes “Green Grass”, “Gritos del Bosque”, “Nublado, cubierto y lluvia”, “La Mentirita Blanca”, la reedición de “Johnny cien pesos” y “Inmersión” y la telenovela “Amar Profundo”.

En función de lo anterior, esta oportunidad se debe aprovechar en estrecha coordinación con entidades como Sernatur, MINCAP, Gore y ProChile para alinear la promoción internacional del territorio.

Más allá de los componentes geográficos, culturales e históricos que posee Biobío, como sólidos núcleos competitivos para la industria, se encuentra también un fuerte desarrollo de servicios conexos que se materializan en un elemento logístico que facilita y optimiza cualquier rodaje y generación de producciones audiovisuales.



La gran diversificación del sector hotelero, el alcance de los servicios de transporte, la amplia variedad de restaurantes distribuidos en diferentes comunas del Gran Concepción, imprimen una mayor valor agregado a la oferta. Además, la conectividad que existe entre las diferentes localidades como la Ruta 160, Ruta del Itata, Ruta de la Madera, la ruta concesionada Concepción-Cabrero reducen los tiempos de viaje entre cada locación que se desee utilizar para grabar y rodar.

Difusión de contenidos y material audiovisual en ambiente web

Un diagnóstico categórico por el análisis documentado y los actores claves del sector audiovisual, es el bajo nivel de comercialización y distribución de los contenidos desarrollados, por lo que es necesario detectar oportunidades globales. Sobre la base de lo anterior, se ha detectado como oportunidad, la posibilidad de realizar la difusión de contenidos y producciones audiovisuales en plataformas web o transmedia, que permitan alcanzar nuevos mercados o identificar ciertos nichos susceptibles de ser explotados por un determinado contenido audiovisual o multimedia.



Concepción, ciudad creativa. Ventana para el desarrollo de contenidos.

El desarrollo de la cadena de valor en materia de producción y postproducción aún pasa por un incipiente desarrollo, sin embargo, existen eslabones que tienen potencial para obtener éxito. En efecto, Concepción como ciudad creativa, es un ecosistema especializado que concentra talento de sobra para el desarrollo de contenidos, el cual ha sido detectado por ciertos actores y que han propiciado instancias de profesionalización mayor. Se visualiza la oportunidad de fomentar y propiciar los talentos existentes y otras instancias enfocadas en la generación de contenido y producciones fílmicas de calidad en diversos géneros, con el fin de pulir las capacidades creativas existentes en el Gran Concepción, y a partir de ello, referenciarse como un polo nacional en la creación de contenidos, dando un cierre adecuado a una mayor cantidad de proyectos audiovisuales, y obtener como resultado el escalamiento de la industria audiovisual local.

Sin embargo, dicho desarrollo de contenido debe tener en cuenta la tendencia que sigue el mundo del cine en cuanto a los géneros. Se observa que en la última década los géneros más populares en el mundo y que han experimentado un crecimiento sorprendente son los films de terror, horror, sci-fi y biográfico. En cuanto a los géneros que han disminuido sus niveles de popularidad se encuentran romance, acción, crimen y guerra. Estos elementos son de vital importancia a la hora de internacionalizar la generación de contenido fílmico en la región.



Televisión digital y multiplataforma.

El vertiginoso desarrollo de la tecnología informática ha desafiado la legalidad y forma tradicional de consumo en un sentido amplio. Específicamente para la industria audiovisual y el mercado de la televisión el desarrollo digital conduce a pensar, con sólidos argumentos, que nos encontramos en una transición desde la televisión análoga hacia la digital. Esto último se suma al concepto de multiplataforma donde los clientes y usuarios de ciertos sitios web, páginas y aplicaciones pueden consumir sus productos desde diferentes sistemas operativos, lo que amplía la experiencia de consumo (video on demand, pay per view, etc.).

Esta transición llevó a una reestructuración de la industria audiovisual hacia el mediano o largo plazo dependiendo de factores tecnológicos, sociales y económicos. Lo cierto es que si esto se concreta, las producciones audiovisuales tendrán la posibilidad de integrar servicios de distribución y comercialización en una plataforma mucho menos costosa que las tradicionales.

Las necesidades y deseos de contenido por parte de los clientes se ampliará y segmentará de manera más marcada contribuyendo a la realización de innovadoras realizaciones con exigencias creativas de orden superior; la disponibilidad de profesionales que operen equipos tecnológicos afines será esencial y determinante a la hora de operar y ganar en eficiencia productiva; el marketing digital para publicitar los espacios y realizaciones audiovisuales será menos costoso que el marketing tradicional, pero será crecientemente más efectivo, necesario y de un alcance pertinente con enfoque hacia los navegantes de internet que se asumen como la norma hacia el mediano y largo plazo.



En definitiva, la consolidación y materialización de estas tecnologías es un claro desafío comercial y legal para la industria audiovisual local, en términos de subsanar las falencias en acciones de marketing y publicidad de las producciones audiovisuales ya desarrolladas, considerando la disminución de costos que implica comercializarlas en plataformas digitales y el potencial alcance que puede tener su apuesta de contenido creativo hacia segmentos y públicos globales.

Publicidad.

La Región del Biobío ha experimentado un crecimiento importante respecto al número de empresas y agencias dedicadas al rubro de la publicidad que generan un escenario favorable en términos de apoyo para la comercialización que requiere y exige cualquier industria.

Para el caso del sector audiovisual local este crecimiento impacta en la posibilidad cierta de generar relaciones comerciales con las agencias idóneas disponibles con la capacidad de generar un diseño comunicacional en función de una mezcla de marketing que esté en línea con el target de cada producción audiovisual que genere la industria local, logrando objetivos de ventas que logre materializar la rentabilidad económica de los proyectos.

Además, la publicidad juega un rol que a la vez genera demanda para la industria audiovisual a la hora de requerir piezas corporativas necesarias para las campañas publicitarias de cualquier empresa y también para ciertos servicios públicos que emanan del Estado.



La región posee las capacidades técnicas y capital humano para llevar adelante una penetración de mercado en este segmento de la industria audiovisual ampliando el horizonte para generar flujos. Ello considera que la mayoría de las producciones internacionales ejecutadas en Chile corresponden justamente a spots y piezas audiovisuales de alta complejidad, las que son coordinadas desde Santiago por agentes como "Shoot in Chile" o "Good Gate", quienes podrían realizar contrataciones locales para sus servicios de producción, siempre y cuando existan vías legales expeditas y formales para su concreción.

Acceso a mercados relevantes.

Como ya se mencionó, el desarrollo incipiente de este núcleo crea desafíos para transformarlo en una ventaja competitiva real. Se concreta principalmente a través de políticas y acciones gubernamentales, adquisición de equipos humanos multidisciplinarios y una sofisticación de la gestión por parte de los actores líderes de la industria local. Este componente ofrece un potencial escalamiento de la industria mediante el acceso a mercados globales, posicionamiento de la región como marca y con locaciones fílmicas de nivel internacional y potenciar el turismo regional a través del núcleo competitivo vinculado al territorio y la logística.



Vinculación con instancias afines.

La relación formal con otras iniciativas también es clave, especialmente con aquellos espacios de fomento comercial. Los encuentros de industria son habitualmente algunos de los mejores lugares para acceder a mercados internacionales. La concentración de locations managers, directores y productores, hacen de estos eventos una instancia única para el networking. Ahí es posible difundir la construcción de talentos y capacidades locales, por esto son claves los viajes o misiones tecnológicas del equipo local a Cineposium anual de AFCI y LTS (Feria Anual de Locaciones, Santa Mónica, California, EE.UU), además de los principales eventos en Sudamérica, con BAM Bogotá, SANFIC Santiago o Ventana Sur en Buenos Aires, entre otros.

Luego de sus realizaciones la información recopilada se hace pública dentro de una publicación tipo Reporte Anual, con evaluaciones periódicas y comunicados de prensa, boletines mantención e información actualizada en sitio web de la organización. Este elemento aporta en presentación de los talentos y proyectos locales hacia mercados globales construyendo lazos profesionales asociativos que son potencialmente comerciales. Pero también la formalidad y apego a la normativa aporta certeza, confianza y una base relacional de mayor proyección, que fortalezca tanto a las empresas, como también al territorio Biobío, sus locaciones y todas otras aquellas actividades económicas donde el audiovisual actúa como dinamizador

Concepción, diciembre 2022.