

# EDICIÓN DE INICIATIVA PROGRAMÁTICA 2021

**Ministerio** MINISTERIO DE ECONOMIA, FOMENTO Y TURISMO  
**Servicio** CORPORACION DE FOMENTO DE LA PRODUCCION  
**Iniciativa** Programa de Fomento Distribución Audiovisual  
**Tipo** Edición  
**Estado** CALIFICADO  
**Código** PI070620180010458  
**Calificación** Recomendado Favorablemente

## Sección 1: Antecedentes

Código sistema

PI070620180010458

Nombre de la iniciativa (420 caracteres)

Programa de Fomento Distribución Audiovisual

Descripción de la iniciativa (1.200 caracteres)

Esta iniciativa tiene como objetivo que las empresas del sector audiovisual beneficiarias puedan comercializar y distribuir las obras audiovisuales (series, unitarios y/o videojuegos), a través de distintas ventanas de exhibición en el territorio nacional e internacional basado en la necesidad de intervención pública en el último eslabón de la cadena productiva, que es la Distribución/Comercialización. Esta contempla altos riesgos en la inversión y, por tanto bajo interés de inversión privada, así como también modelos de comercialización muy dinámicos producto de nuevas tecnologías que modifican la forma de distribuir, lo que hace complejo llegar a los públicos objetivo. Cada proyecto de distribución presenta, a través de concursos anuales o bianuales, propuestas con campañas perfiladas de acuerdo al tipo de producción, territorios y público objetivo. Esto requiere un análisis detallado de los componentes de la estrategia, pertinencia y coherencia, aplicando los criterios de evaluación transversales fijados por bases, buscando como propósito final, que las empresas del sector audiovisual avancen en el largo plazo hacia la sostenibilidad de su actividad económica.

Unidad responsable de la formulación de la Iniciativa

Servicio:	
Unidad responsable de la formulación del Programa:	Gerencia de Asuntos Corporativos
Nombre responsable de la formulación del Programa:	
Cargo:	
Teléfono del contacto:	
Email de contacto:	

Información contraparte de la iniciativa

Nombre:	
Cargo:	
Teléfono del contacto:	
Email de contacto:	

Información contraparte  
DIPRES

Nombre:	Ernesto Laura
Email de contacto:	elt@dipres.cl

Eje de acción de la iniciativa

Crecimiento
-------------

Ámbito de acción de la  
iniciativa

Fomento productivo
--------------------

## Sección 2: Objetivos y Seguimiento

Indique el **objetivo** de la iniciativa.  
(250 caracteres)

El objetivo es que las empresas del sector audiovisual beneficiarias puedan comercializar y distribuir las obras audiovisuales (series,unitarios y/o videojuegos), a través de distintas ventanas de exhibición en el territorio nacional e internacional.

Señale un **indicador** que permita medir el objetivo planteado por la iniciativa.

<b>Indicador:</b>	Porcentaje de proyectos terminados que se exhibieron en a lo menos 2 ventanas de exhibición nacional
<b>Fórmula de cálculo (numerador/denominador):</b>	(Número proyectos terminados que alcanzaron a lo menos 2 de ventanas de exhibición nacional en t /Número total de proyectos terminados en t)*100
<b>Unidad de medida:</b>	%

Señale el valor actual y esperado del indicador anterior.

Situación actual		Situación esperada
Año 2019	Año 2020	Año 2021
83,33	83,00	83,00

Señale la **metodología o evidencia**, que permite definir la situación actual y esperada.  
(1.500 caracteres)

Las ventanas de exhibición de obras audiovisuales del mercado nacional son 6: TV abierta, plataformas digitales nacionales y multiregionales, salas de exhibición nacional, copias físicas y venta de derechos de exhibición de funciones. En el caso de videojuego, las ventanas son plataformas digitales (como Steam, Playstation, descargas) y/o venta física. El promedio de ventanas abarcadas por proyectos cerrados entre el 2018 y 2019 es de 2,4. Con ese resultado y el hecho de que los videojuegos pueden abarcar máximo 2 (plataformas digitales y/o venta física), es que se estima como un logro que los proyectos abarquen 2 o más ventanas de exhibición, dado que eso permite una mayor difusión, captura de públicos objetivo y más retornos de la inversión. Para el 2019, se tomó el total de los proyectos finalizados (24) y se revisó cuántos habían alcanzado al menos 2 ventanas (20), alcanzando un 83%. Para el caso 2020 y 2021, se espera mantener los resultados de indicador en un 83%.

Si corresponde, señale el **indicador adicional** que permita complementar la medición de resultados.

<b>Indicador:</b>	Porcentaje de proyectos terminados que se exhibieron en a lo menos 2 ventanas de exhibición internacional
<b>Fórmula de cálculo (numerador/denominador):</b>	(Número proyectos terminados que alcanzaron a lo menos 2 de ventanas de exhibición internacional en t /Número total de proyectos terminados en t)*100
<b>Unidad de medida:</b>	%

Señale el valor actual y esperado del **indicador adicional**

Situación actual		Situación esperada
Año 2019	Año 2020	Año 2021
83,33	83,00	83,00

Señale la **metodología o evidencia**, que permite definir la situación actual y esperada. (1.000 caracteres)

Las ventanas de exhibición para obras audiovisuales en el mercado internacional son: tv abierta, tv cable, copias físicas, salas de exhibición internacionales, plataformas digitales multiregionales y venta de derechos de exhibición de funciones. En el caso de videojuego, las ventanas son plataformas digitales (como Steam, Playstation, descargas) y/o venta física. El promedio de ventanas abarcadas por proyectos cerrados el 2019 es de 2,3. Con ese resultado y el hecho de que los videojuegos pueden abarcar máximo 2 (plataformas digitales y/o venta física), es que se estima como un logro que los proyectos abarquen 2 o más ventanas de exhibición, dado que eso permite una mayor difusión, captura de públicos objetivo y más retornos de la inversión. Para el 2019, se tomó el total de los proyectos finalizados (6) y se revisó cuántos habían alcanzado al menos 2 ventanas (5), alcanzando un 83%. Para el caso 2020 y 2021, se espera mantener los resultados del indicador en un 83%.

### Sección 3: Población del Programa

Cuantifique la población potencial de la iniciativa.

Número	Unidad
600	empresas

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

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

La clasificación del SII de empresas audiovisuales no identifica en detalle a las que, en la práctica, se vinculan con la distribución y comercialización. Por tanto, la estimación de la población potencial se hace en base a la información entregada por los gremios del sector audiovisual y del videojuego -como APCT, ANIMACHI, ADOC, API, APSP y VGChile- que da un total de 600 microempresas y pymes audiovisuales.

Defina **la o las variables y criterios de focalización**, que corresponden a las condiciones o características a cumplir por la población potencial, para ser considerada parte de la población objetivo de la iniciativa. Si la iniciativa planifica atender a toda la población potencial, y por lo tanto no corresponder aplicar criterios de focalización, se deben identificar de todas maneras las variables y criterios concretos que permiten identificar dicha población.

Variable	Criterio	Medio de verificación
Ventas anuales	Ventas no superiores a 100.000 UF. Se estima que el 1% de la población potencial podría tener ventas superiores a 100.000 UF (estimación realizada con info histórica del programa)	Formulario de Postulación validado con información de SII

Cuantifique la **población objetivo**, que corresponde a aquella parte de la población potencial que cumple los criterios de focalización

Número
0

En el próximo año ¿la iniciativa atenderá a toda la población objetivo identificada anteriormente o sólo a una parte?

El Programa atenderá parte de la población objetivo en 2021 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 que se realizan para este programa. Dichas postulaciones son evaluadas con criterios aplicados en igualdad de condiciones en los siguientes ámbitos: 1. Calidad de la formulación y coherencia del proyecto; 2. Propuesta económica; 3. Experiencia de la empresa y/o equipo ejecutor; 4. El circuito de comercialización y ventanas de exhibición; 5. La estrategia de marketing y perfilamiento de sus públicos objetivo. 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 con nota final sobre 3. 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 el programa atenderá en los próximos 4 años.

2021	2022	2023	2024
15	15	15	15

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

## Sección 4: Estrategia y Componentes

### 4.1 Estrategia de intervención del Programa

Explique brevemente en qué consiste la **estrategia** de intervención de la iniciativa, esto es cómo la provisión de los bienes y/o servicios a la población beneficiada permite el logro del objetivo planteado. (2.500 caracteres)

La cadena de producción audiovisual tiene 3 grandes eslabones: Preproducción, Producción y Distribución/Comercialización. Los fondos públicos en Chile se vinculan de distintas formas: CNTV apoya sólo Producción; Ministerio de las Culturas apoya todos los eslabones de forma complementaria a Corfo, pero no apoya Distribución Internacional. Corfo apoya dos eslabones: Preproducción y Distribución/Comercialización, a través del Programa Fomento a la Industria Audiovisual y el Programa Distribución, respectivamente. Corfo interviene en esta fase por la existencia de ciertas fallas de mercado como altas barreras de entrada y asimetrías de información dado que el programa apoya empresas audiovisuales que buscan posicionar sus productos de manera efectiva en el mercado y obtener retornos económicos, fortaleciendo el ecosistema audiovisual, pero que no siempre cuentan con historial financiero y donde la intangibilidad propia de este tipo de bienes aumenta su riesgo. Esto disminuye sus posibilidades de acceso a financiamiento privado, lo que justifica el apoyo Estatal mientras estas condiciones de mercado no cambien. La Iniciativa se implementa como Concurso y basado la evaluación de la calidad de los proyectos, cofinancia hasta 70% de gastos vinculados a actividades de difusión, avant premiere, subtítulos, doblajes, asesorías, entre otros, con tope de \$30.000.000 en territorio Nacional y \$20.000.000 Internacional. La distinción se debe a que en territorio nacional los costos de campaña de difusión de obras que aspiran a mayor público (más de 30mil espectadores) son mayores. En mercados internacionales, las empresas nacionales negocian acuerdos de distribución y difusión con entidades extranjeras que complementan la inversión. La evidencia indica que a través del financiamiento de las actividades cofinanciables de esta iniciativa, las obras quedan en mejores condiciones de comercialización, pudiendo acceder a más ventanas de exhibición, contribuyendo a una mayor difusión e ingresos. Previo al anuncio de las Bases de concurso, se realizan reuniones con los gremios del sector para integrar mejoras. Existen 10 gremios audiovisuales, entre ellos APCT y VideoGames Chile. Posterior al cierre de Postulaciones, se realiza la evaluación que arroja los resultados de proyectos recomendables a la Comisión Asignadora de Fondos. Una vez formalizados los contratos, se inicia la ejecución de los proyectos, los que al finalizar, entregan un Informe Final financiero y técnico.

### 4.2 Componentes

Componente 1	
Nombre del componente, identificando claramente el bien o servicio que se entrega (200 caracteres)	Línea de Distribución y Comercialización Nacional
Unidad de Medida (100 caracteres)	Nº de proyectos adjudicados
Describa brevemente el <b>bien y/o servicio que se provee</b> a través del componente (ej.: becas, asesorías, subsidios, capacitación, etc.), señalando características técnicas, tiempo de duración o ejecución, y montos máximos o mínimos, sí corresponde. (500 caracteres)	Se entrega un subsidio para cofinanciar actividades para distribuir/comercializar obras audiovisuales en el territorio nacional, como; diseño, publicidad, avant premiere, subtítulos, asesorías, etc, que permitan implementar una campaña de comercialización en máx. 15 meses. Se entrega un cofinanciamiento de hasta 70% (máx \$30.000.000), dependiendo del proyecto y su alcance potencial de público.

<p>Describa brevemente la <b>modalidad de producción</b> (ej.: fondo concursable, asignación directa, subsidio a la demanda, etc.). (400 caracteres).</p>	<p>La modalidad es un fondo concursable con postulación realizada por las empresas. Los proyectos son evaluados por evaluadores internos y la aprobación final de los proyectos la realiza el Comité de Asignación de Fondos de CORFO (CAF). La administración del proyecto está centralizada en la Gerencia de Asuntos Corporativos, a través de la Unidad de Economía Creativa.</p>
<p>Señale los <b>actores relevantes</b> que participan en el proceso de provisión (agentes operadores intermediarios, ONGs, consultores, municipios, etc.), identificando si corresponde mecanismos de rendición de cuentas. (400 caracteres)</p>	<p>El Programa es administrado de manera centralizada por la Unidad de Economía Creativa perteneciente a la Gerencia de Asuntos Corporativos, en todas sus fases de diseño, operación y seguimiento.</p>

<p><b>Componente 2</b></p>	
<p>Nombre del componente, identificando claramente el bien o servicio que se entrega (200 caracteres)</p>	<p>Línea de Distribución y Comercialización Internacional</p>
<p>Unidad de Medida (100 caracteres)</p>	<p>Nº de proyectos adjudicados</p>
<p>Describa brevemente el <b>bien y/o servicio que se provee</b> 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)</p>	<p>Se entrega un subsidio para cofinanciar actividades para distribuir/comercializar obras audiovisuales en el territorio internacional, como; diseño, publicidad, avant premiere, subtítulos, asesorías, etc, que permitan implementar una campaña de comercialización en máx. 15 meses. Se entrega un cofinanciamiento de hasta 70% con un tope máximo de \$20.000.000</p>
<p>Describa brevemente la <b>modalidad de producción</b> (ej.: fondo concursable, asignación directa, subsidio a la demanda, etc.). (400 caracteres).</p>	<p>La modalidad es un fondo concursable con postulación realizada por las empresas. Los proyectos son evaluados por evaluadores internos y la aprobación final de los proyectos la realiza el Comité de Asignación de Fondos de CORFO (CAF). La administración del proyecto está centralizada en la Gerencia de Asuntos Corporativos, a través de la Unidad de Economía Creativa.</p>
<p>Señale los <b>actores relevantes</b> que participan en el proceso de provisión (agentes operadores intermediarios, ONGs, consultores, municipios, etc.), identificando si corresponde mecanismos de rendición de cuentas. (400 caracteres)</p>	<p>El Programa es administrado de manera centralizada por la Unidad de Economía Creativa perteneciente a la Gerencia de Asuntos Corporativos, en todas sus fases de diseño, operación y seguimiento.</p>