

Programa de Fomento Distribución Audiovisual

Ministerio de Economía, Fomento y Turismo
Corporación de Fomento de la Producción
Año de inicio: 2005
Año de término: Permanente

1. ANTECEDENTES

Tipo de formulario: Iniciativa

Años comparables de la información: 2

¿El programa cuenta con calificación ex ante?: No

Unidad responsable: Unidad de Economía Creativa

Página web: www.corfo.cl

Nombre del encargado: Isidora Cabezón Papic

Cargo: Coordinadora Unidad de Economía Creativa

Nombre contraparte monitoreo: Lucia Castillo

Cargo: Ejecutiva Economía Creativa

Señale el objetivo estratégico de la institución responsable que más se vincula al programa (acorde al Formulario A-1 Dirección de Presupuestos): Apoyar el cierre de brechas que dificultan el desarrollo productivo mediante la ejecución de programas e instrumentos que contribuyan a enfrentar los grandes desafíos territoriales y nacionales.

El Programa monitoreado, forma parte de un Sistema o Subsistema:

El programa no presenta información.

2. DIAGNÓSTICO Y OBJETIVO

Problema principal: El programa no presenta información.

Propósito del programa: 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.

2.1 Evaluaciones anteriores

Institución	Nombre	Año	Tipo	Link
Consultora QSV Gestión y Política	Evaluación de resultados de proyectos y postulaciones a instrumentos de la Unidad de Industrias Creativas.	2019	Evaluación de Resultados proyectos apoyados 2014-2017	http://repositoriodigital.corfo.cl/handle/11373/715302

3. POBLACIÓN

3.1) Población potencial

Población potencial del programa: El programa no presenta información.

Cuantificación Población potencial: 0

Fuente de información: El programa no presenta información.

Unidad de medida: El programa no presenta información.

3.2) Población objetivo

Criterios de focalización del programa: La población objetivo corresponde a empresas cuyo giro u objeto social se comprenda la actividad audiovisual y posean un nivel de ventas anual igual o inferior a 100.000 UF.

Cuantificación Población objetivo: 594

3.3) Población beneficiada

Criterios utilizados para priorizar o identificar a los beneficiarios atendidos durante el año por el programa. Además, si corresponde, el mecanismo utilizado para ordenarlos: 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.

Señale cuál o cuáles de los criterios de focalización aplicados por el programa le permiten garantizar que la población beneficiada 2021 presenta en forma significativa el problema que da origen al programa: la focalización es de empresas con ventas anuales no superiores a los 100.000 UF. Se estima que el 1% de la potencial podría tener ventas superiores a 100.000 UF (estimación realizada con información histórica del programa)

¿Cuál o cuáles son los criterios que se utilizaron para priorizar a la población beneficiada 2021, independiente de si éstos han sido o no declarados en el diseño ex ante del programa?: Los proyectos beneficiados se priorizan a través de la aplicación de puntaje de evaluación en base a pauta aplicada, de acuerdo a lo que señalan las Bases del Concurso para la tipología que corresponda. Estos fondos son concursables y se adjudican, a través de llamados a Convocatorias en un año en particular.

¿Se utiliza el Registro Social de Hogares (RSH) para seleccionar a los beneficiarios?: No

Cuantificación Población efectivamente beneficiada: 4

Desagregación de población beneficiada durante 2021:

	Egreso durante 2021	Egreso posterior a 2021	Otros (desertores, fallecidos, etc.)	Total
Ingreso previo a 2021 (arrastre)	4	0	0	4
Ingreso durante a 2021 (nuevo)	0	0	0	0
Total	4	0	0	4

Complete cómo se distribuyen los beneficiarios efectivos a nivel regional al 4to trimestre del año 2020:

Región	Beneficiarios efectivos 2021
Arica y Parinacota	0
Tarapacá	0
Antofagasta	0
Atacama	0
Coquimbo	0
Valparaíso	0
Libertador General Bernardo OHiggins	0
Maule	0
Bíobío	0
Ñuble	0
La Araucanía	0
Los Ríos	0
Los Lagos	0
Aysén del General Carlos Ibáñez del Campo	0
Magallanes y Antártica Chilena	0
Metropolitana de Santiago	4

Nota: En la tabla se despliegan sólo aquellas regiones para las que se cuenta con información de beneficiarios atendidos al 31 de diciembre de 2021. Los totales nacionales de beneficiarios se encuentran detallados en las secciones respectivas de este informe.

Si no se cuenta con la desagregación regional, o bien, se realiza una desagregación de beneficiarios en una unidad territorial distinta, se solicita informar y justificar. (La justificación será considerada en el informe final): El programa no presenta información.

¿El programa cuenta con la desagregación del número de beneficiarios por aspectos territoriales (urbana, rural, otros)?: No

Cobertura del Programa:

	2020	2021
Población Objetivo	600	594
Beneficiarios Efectivos	16	4
Cobertura	0	0

4. ESTRATEGIA

El programa presenta 2 componentes.

Nombre	Descripción
Línea de Distribución y Comercialización Nacional Financiamiento de Proyectos	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. Producción al 4° trimestre 2021: 2 N° de proyectos adjudicados
Línea de Distribución y Comercialización Internacional Financiamiento de Proyectos	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 Producción al 4° trimestre 2021: 2 N° de proyectos adjudicados

Explique brevemente en qué consiste la estrategia de intervención del programa, describiendo de qué manera se combinan los componentes (bienes y servicios) que entrega el programa para alcanzar su propósito.: 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.

¿El programa experimentó modificaciones o reprogramaciones en su ejecución a partir de la crisis sanitaria por el Covid 19?: No

4.2) Ejecutores

Ejecución: El programa no es ejecutado por instituciones distintas a la responsable del programa.

5. PRESUPUESTO

Programas presupuestarios según Ley de Presupuestos:

Partida presupuestaria	Capítulo	Programa
07	06	01

Presupuesto Inicial (Vigente al 4to trimestre año 2021) (\$miles): 126.404

Presupuesto Final (Vigente al 4to trimestre año 2021) (\$miles): 18.496

Presupuesto Inicial (Ley de Presupuesto 2022) (\$miles): 4.698

5.2) Presupuesto Total

Partida	Capítulo	Programa	Item	Asignación	Subtítulo	Gastos (\$miles)
07	06	01	3	2704	21 (Gastos en personal)	2.704
07	06	01	1	996	22 (Bienes y servicios de consumo)	996
07	06	01	1	122662	24 (Transferencias Corrientes)	14.754
07	06	01	6	42	29 (Adquisición de Activos No Financieros)	42

Total Gasto al 4to trimestre 2021 (\$miles): 18.496

5.3) Gasto Extrapresupuestario

¿El Programa recibió recursos adicionales a los entregados por la Ley de Presupuestos de la institución, o que no son identificados en los programas presupuestarios mencionados anteriormente?: No

5.4) Gastos FET y Fondos especiales

¿Dentro de los gastos ejecutados según Ley de Presupuestos 2021, informados anteriormente, se ejecutaron recursos provenientes del Fondo de Emergencia Transitorio (FET)?: No

¿Dentro de los gastos ejecutados según Ley de Presupuestos 2021, informados anteriormente, se ejecutaron recursos provenientes de Fondos Especiales del Tesoro Público (Fondo para Pymes e Innovación)?: No

5.5) Gasto por Componente

Componente	Gasto (M\$)	Detalle
Línea de Distribución y Comercialización Nacional	8.196	Incluye el reembolso final de dos proyectos de distribución nacional adjudicados el año 2019.
Línea de Distribución y Comercialización Internacional	6.558	Incluye el reembolso final de dos proyectos de distribución internacional adjudicados el año 2019.

Total Gasto por Componentes al 4to trimestre 2020 (\$miles): 14.754

5.6) Detalle regional - Gasto componente

Región	Total ejecutado
Arica y Parinacota	0
Tarapacá	0
Antofagasta	0
Atacama	0
Coquimbo	0
Valparaíso	0
Libertador General Bernardo OHiggins	0
Maule	0
Bíobío	0
Ñuble	0
La Araucanía	0
Los Ríos	0
Los Lagos	0
Aysén del General Carlos Ibáñez del Campo	0
Magallanes y Antártica Chilena	0
Metropolitana de Santiago	14.754
Nivel central	0
Total	14.754

5.7) Gasto Administrativo

Partida	Capítulo	Programa	Item	Asignación	Subtítulo	Gastos (\$miles)
07	06	01	137	0	21 (Gastos en personal)	2.704
07	06	01	1461	0	22 (Bienes y servicios de consumo)	996
07	06	01	3375	0	29 (Adquisición de Activos No Financieros)	42
Gasto Total por Subtítulo (M\$)						3.742

Gastos administrativos provenientes de recursos extrapresupuestarios: 0

Total Gasto Administrativo al 4to trimestre 2020 (\$miles): 3.742

Detalle qué incluyen los gastos administrativos del Programa, especificando si se establecen por glosa presupuestaria u otro tipo de normativa: En los gastos administrativos se incluyen los subtítulos 21, 22, 24 y 29. En el 21, se considera el pago anual de las personas con Otras remuneraciones (empleado particular), en proporción al tiempo dedicado a la operación de los proyectos beneficiarios. En el 22, se integran los siguientes ítems: Alimentos y bebida, Textiles vestuarios y calzado, Combustibles y lubricantes, Materiales de uso o consumo, Servicios básicos, Mantenimiento y reparaciones, publicidad y difusión, servicios generales, arriendos, servicios financieros y seguros, servicios y otros gastos. a cada uno de ellos, se aplicó el 0,01% del costo total para Corfo, debido a que esa es la proporción de subsidio gastado por el Programa, en relación al subsidio total que entrega Corfo. Esta misma metodología se aplicó al incluir los ítems Equipos informáticos y Programas informáticos, pertenecientes al Subtítulo 29.

5.8) Resumen Presupuestario

Recursos ejecutados (\$miles) (a): 18.496

Gastos extrapresupuestarios (\$miles) (b): El programa no presenta información.

Total Ejecutado del programa (\$miles) Considera recursos ejecutados y gastos extrapresupuestarios (a+b): 18.496

Gastos componentes (\$miles) (c): 14.754

Gastos administrativos (\$miles) (d): 3.742

Total Ejecutado del programa (\$miles) Considera gastos componentes y administrativos (\$miles) (c+d): 18.496

Gasto por Beneficiario:

	2019	2020	2021
Gasto por Beneficiario	15.794	10.263	4.926
Presupuesto Ejecutado			

6.1) Indicadores de Propósito

Nombre del Indicador	Fórmula de Cálculo	2020 (efectivo al 31 de Diciembre)	2021 (estimado al 31 de Diciembre)	2021 (efectivo al 31 de Diciembre)	2022 (estimado al 31 de Diciembre)
Porcentaje de proyectos terminados que se exhibieron en a lo menos 2 ventanas de exhibición nacional	(Número proyectos terminados que alcanzaron a lo menos 2 de ventanas de exhibición nacional en t /Número total de proyectos terminados en t)*100 Metodología y definiciones conceptuales incorporadas en las fórmulas de cálculo del indicador o de los indicadores, indicando fuente de información: Considerando que el indicador habla de ventanas nacionales, se integraron los 6 proyectos de distribución nacional que terminaron el año 2021, con su carta de aprobación de Informe final emitida en ese año calendario. De esos 6 proyectos, en su informe final se pudo constatar que sólo 2 pudieron exhibir en a lo menos 2 ventanas de exhibición. Esto principalmente por la incapacidad que tuvieron de estrenar presencialmente y estar disponibles en salas de cine, dejando sólo las opciones de campaña digital que, en la gran mayoría de los casos, fueron plataformas de alcance nacional.	73%	70%	33%	

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.): Actualmente no existen más proyectos de distribución audiovisual nacional abiertos, por lo que no habrán proyectos cerrados en el futuro que permitan entregar información en este indicador.

6.2) Indicadores Complementarios

Nombre del Indicador	Fórmula de Cálculo	2020 (efectivo al 31 de Diciembre)	2020 (estimado al 31 de Diciembre)	2021 (efectivo al 31 de Diciembre)	2022 (estimado al 31 de Diciembre)
	Metodología y definiciones conceptuales incorporadas en las fórmulas de cálculo del indicador o de los indicadores, indicado fuente de información:				

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.): El programa no presenta información.

7. OTROS ATRIBUTOS

7.1) Enfoque de Derechos Humanos

De acuerdo con el proceso de implementación, ¿el programa incorporó algún(os) Enfoque(s) y/o perspectiva(s) de Derechos Humanos?: El programa no presenta información.

Justifique por qué no se incorpora algún Enfoque y/o perspectiva de Derechos Humanos: El programa no presenta información.

7.2) Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)

Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)	Meta/s
8. Trabajo decente y crecimiento económico: Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos	8.3 Promover políticas orientadas al desarrollo que apoyen las actividades productivas, la creación de empleo decente, el emprendimiento, la creatividad y la innovación, y alentar la oficialización y el crecimiento de las microempresas y las pequeñas y medianas empresas, entre otras cosas mediante el acceso a servicios financieros

Indique de manera concreta qué elementos del programa permite contribuir a los ODS identificados: Este programa promueve la circulación de obras audiovisuales y videojuegos dentro de circuitos formales en el mercado nacional e internacional, resguardando la existencia de actividad formal, con gastos y aportes trazables, fomentando la realización de actividades creativas e innovadoras orientadas a la atracción de sus públicos objetivos, para mayor visualización y comercialización de sus productos en el mercado

7.3) Pobreza Multidimensional

El programa no presenta información.

Contribución a disminuir la pobreza por ingresos. El programa no presenta información.

8. OBSERVACIONES DE LA INSTITUCIÓN

8.1) Diseño

¿El programa cuenta con observaciones sobre el apartado de Diseño?: No

8.2) Población

¿El programa cuenta con observaciones sobre el apartado de Población?: No

8.3) Estrategia

¿El programa cuenta con observaciones sobre el apartado de Estrategia?: Si

Variación significativa de la producción de componentes: Si

Observación: Debido a la baja disponibilidad presupuestaria y las indicaciones establecidas en la Ley de Presupuesto del año 2021, no pudieron realizarse nuevas convocatorias, disminuyendo dramáticamente la producción de los componentes, en comparación con años anteriores.

No reporta o no aplica reportar producción de componentes: No

Modificación o ajuste de uno(s) de lo(s) componentes: No

Periodo de intervención difiere del año calendario: No

Otro(s): No

8.4) Indicadores

¿El programa cuenta con observaciones sobre el apartado de Indicadores?: Si

Variación significativa de los valores reportados para indicadores de propósito: Si

Observación: La imposibilidad de realizar actividades presenciales, cerró la opción de poder abarcar las ventanas de exhibición que requieren de la presencialidad, como son la presencia en salas de cine y venta de funciones. Esto afectó directamente los resultados de indicador ya que 5 de los 6 proyectos que fueron objeto de observación, tenían en su estrategia exhibir en salas y tuvieron que cancelar toda actividad que incluyera presencia de público.

No reporte o hay información incompleta en indicadores de propósito: No

Variación significativa de los valores reportados para indicadores complementarios: No

No reporte o hay información incompleta en indicadores complementarios: No

Otro(s): No

8.5) Presupuesto

¿El programa cuenta con observaciones sobre el apartado de Presupuesto?: Si

Presupuesto inicial / final: Si

Observación: Respecto a lo inicial del 2021 (M\$126.404), se suman gastos administrativos (M\$3.742) más presupuesto de subsidio para el Programa (M\$122.662). Lo ejecutado (M\$18.496) está compuesto por gastos administrativos (M\$3.742) más gasto en subsidio (M\$14.754). La diferencia entre presupuestado y gastado se da por tres razones, principalmente: 1. Pandemia: la gran mayoría de los proyectos de distribución no pudieron ejecutarse en su totalidad, llegando a su cierre con montos menores para rendir y, por lo tanto, sin llegar a acceder al monto de reembolso final que estaba programado, sin gastos de subsidio vinculados al presupuesto 2021. 2. No se realizaron convocatorias nuevas. 3. A partir del monitoreo informado el 2021 para el 2020, la línea de Asistencia de Eventos de Mercado que antes se informaba en el Programa de Distribución, pasó a ser informado como componente adicional en el Programa de Fomento a la Industria Audiovisual, dada su mayor pertinencia en términos de objetivo y enfoque

Ejecución presupuestaria: Si

Observación: Se enfatiza respecto a la gran diferencia que puede observarse entre lo presupuestado y ejecutado en el 2021. Esto se da porque en lo inicial del 2021, se suman gastos administrativos más gasto por componentes. Al agregar lo vinculado al subtítulo 24 (componentes) se considera la totalidad del ítem 24.01.123 presupuestado, es decir, M\$196.416, monto que integra tanto este Programa como el de Fomento a la Industria Audiovisual, esto genera una diferencia mayor entre lo presupuestado y lo ejecutado porque en lo ejecutado se ingresa sólo lo gastado para este Programa de Distribución Audiovisual.

Gastos administrativos: No

Gastos producción (componentes): Si

Observación: La baja disponibilidad presupuestaria, las complicaciones que tuvieron los proyectos para llevar a cabo sus actividades, y las disposiciones establecidas en la Ley de Presupuesto 2021 hicieron disminuir los gastos en los componentes de producción, en comparación con años anteriores.

Gasto por beneficiario: Si

Observación: El sistema se encuentra bloqueado, no despliega información ni tampoco permite ingresarla

Gastos por subtítulos: No

Gastos extrapresupuestarios: No

Otro(s): No

8.6) Observaciones Generales

¿El programa cuenta con observaciones sobre otros apartados?: Si

Duración del programa: No

Contexto socio sanitario COVID-19: Si

Observación: Debido a la baja disponibilidad presupuestaria, no fue posible poner a disposición del sector una línea de distribución audiovisual que se hiciera cargo de las dificultades que representó para el sector el cierre de salas, sin embargo las modificaciones anteriores a la línea dieron cabida a la existencia de estrategias digitales más adecuadas a los nuevas ventanas de exhibición que ya vienen posicionándose hace años como modelos de consumo.

Otro(s): No