DOCUMENTOS DE TRABAJO · N° 1
Asociación Red de Economía Creativa y Cultural
de Magallanes y Antártica Chilena

INFORME DIAGNÓSTICO

Economía creativa y cultural de Magallanes 2026

De la economía creativa a la industria creativa

Evidencia, comparación regional y visión de la Red

Red CreaMag
Punta Arenas · Octubre de 2026

Región de Magallanes y de la Antártica Chilena

Informe diagnóstico de la economía creativa y cultural de Magallanes 2026

De la economía creativa a la industria creativa. Evidencia, comparación regional y visión de la Red

AUTORÍA Asociación Red de Economía Creativa y Cultural de Magallanes y Antártica Chilena (Red CreaMag)

FECHA Octubre de 2026

VERSIÓN Documentos de Trabajo Red CreaMag N° 1 · Versión 1.0, octubre de 2026

CÓMO CITAR
Red CreaMag (2026). *Informe diagnóstico de la economía creativa y cultural de Magallanes 2026. De la economía creativa a la industria creativa*. Documentos de Trabajo Red CreaMag N° 1. Punta Arenas, Chile.

LICENCIA CC BY 4.0 — se permite compartir y adaptar citando a la Red CreaMag.

Índice

Presentación **5**
Cómo leer este informe 5
Resumen ejecutivo **6**
Diagnóstico 6
Lo que la región ya decidió 7
Oportunidades 7
Precedentes 7
La visión de la Red 8
1. Alcance, definición y método **9**
1.1 Qué entendemos por economía creativa e industria creativa 9
1.2 Fuentes 9
1.3 Límites 10
2. Las tesis de la Red a la luz de la evidencia **11**
2.1 Tesis que se sostienen 11
2.2 Tesis que se reformulan 12
2.3 Tesis que se descartan 14
2.4 Tesis pendientes de verificar 15
3. Caracterización: talento sin industria **16**
3.1 Agentes culturales 17
3.2 Empresas y exportación 18
3.3 Fondos de cultura y audiovisual 20
3.4 Demanda, consumo y conectividad 22
3.5 Formación y talento: la región forma poco y su talento se va a estudiar fuera 22
3.6 Ingreso, costo de vivir y costo de producir 23
4. La economía creativa de subsistencia: artesanía, ferias y emprendimiento **28**
4.1 Por qué importa 28
4.2 Lo que está medido 28
4.3 Dónde se ejerce hoy esa capacidad 29
4.4 Los puentes que existen y los que faltan 29
5. Marco institucional regional **31**
5.1 La Estrategia Regional de Desarrollo 2023-2030 32
5.2 Trece años de actas del Consejo Regional 32
5.3 Las decisiones de fomento productivo que no tuvieron continuidad 34
5.4 El Comité de Desarrollo Productivo Regional 35
5.5 Los programas Transforma de CORFO en Magallanes 35
5.6 El Plan de Desarrollo de Zonas Extremas 2025-2035 36
5.7 La Zona Franca de Punta Arenas 37
5.8 La Mesa de Economías Creativas de Magallanes 37
5.9 La escala municipal: Punta Arenas 38
6. Comparación de estrategias **41**
6.1 Planificación regional en Chile 42
6.2 Fomento productivo regional en Chile 42
6.3 El caso Atacama: una arquitectura de articulación 45
6.4 Los programas de largo plazo: Chilecreativo y Valparaíso Creativo 46
6.5 América Latina 47
6.6 Internacional 47
7. La brecha estructural: el mercado contrata equipos **49**
7.1 La tesis 49
7.2 La evidencia 49

7.3 Por qué los instrumentos actuales no alcanzan por sí solos 50
7.4 El modelo a dos bandas: servicios que transfieren conocimiento 52
8. Oportunidades de mercado 54
8.1 El mercado 54
8.2 Por qué calza con una zona extrema 55
9. Brechas, vacíos de información y ventanas 57
9.1 Lo que falta saber 57
9.2 Ventanas y plazos ya definidos 58
9.3 Indicadores para una línea base 59
9.4 Método para la línea base 59
9.5 Vacíos para presentar en la Mesa 60
10. La visión de la Red 62
10.1 Cómo entiende la Red el desafío 62
10.2 Lo que la Red impulsa 62
10.3 Lo que la Red pone a disposición de la Mesa 63
Anexo A. Cronología institucional 2010-2026 64
Anexo B. Fuentes 66
Actas del Consejo Regional de Magallanes 66
Actas y documentos de la Municipalidad de Punta Arenas 66
Actas del Consejo Nacional de Televisión 66
Planificación, registros y estudios 66
Fomento productivo 68
Prensa regional 68
Mercado e internacional 68

Presentación

Este documento reúne el levantamiento que hizo la Red, con información pública, sobre la economía creativa y cultural de Magallanes. La Red ha trabajado con un conjunto de tesis sobre el sector; aquí las somete a prueba con evidencia: las actas del Consejo Regional de Magallanes entre 2013 y 2026, las actas del Consejo Nacional de Televisión, los registros nacionales de agentes culturales, las bases de beneficiarios de CORFO de todas las regiones desde 2014, los registros de FOSIS, INDAP y Fondart sobre la artesanía y el emprendimiento de subsistencia, el Plan de Desarrollo de Zonas Extremas 2025-2035, los programas estratégicos de largo plazo de CORFO (Chilecreativo y Valparaíso Creativo) y la experiencia de otras regiones que ya conectaron la economía creativa con el fomento productivo.

El informe tiene tres propósitos:

1. **Diagnosticar** el estado de la economía creativa y cultural de Magallanes con datos verificables, distinguiendo lo que está medido de lo que es hipótesis, y depurar las tesis de la Red: mantener las que la evidencia sostiene, reformular las que matiza, descartar las que no resisten y dejar abiertas las que aún no se pueden verificar.
2. **Comparar** la situación regional con las estrategias de otras regiones de Chile, de América Latina y de otros países.
3. **Identificar lo que falta saber:** los vacíos de información, los plazos que ya están definidos y las preguntas que la Red lleva a la Mesa de Economías Creativas.

Qué no es este informe. No es un plan ni una propuesta de política pública: las decisiones de fomento corresponden a cada institución y a cada gestión. Es un panorama, levantado con la información pública disponible, para que esas decisiones se tomen con mejores datos. Donde el informe expresa la posición propia de la Red, lo dice explícitamente. El capítulo 10 expone la **visión de la Red**: lo que la Red decidió impulsar a partir de este levantamiento, como una propuesta entre otras posibles.

Cómo leer este informe

Cada afirmación relevante lleva su fuente. Las actas del Consejo Regional se citan por número de sesión y fecha, tal como se publican en www.coremagallanes.cl. Cuando una cifra proviene de la prensa, de un autoinforme institucional o de una inferencia propia, se indica. Se usa la siguiente escala de evidencia:

Nivel	Significado
A	Dato con fuente documental oficial o primaria (acta, resolución, registro, estudio publicado)
B	Fuente secundaria seria (prensa, declaración institucional) o proxy cercano
C	Inferencia propia o hipótesis condicionada, razonada a partir de datos A o B
D	Sin medición local; requiere verificación

Las fuentes sin enlace público están disponibles en PDF y la Red las pone a disposición de las instituciones que las requieran.

Resumen ejecutivo

Diagnóstico

1. **Magallanes tiene talento creativo, pero no tiene industria.** La región registra 62,4 agentes culturales por cada 10.000 habitantes, sobre el promedio nacional de 46,7. Sin embargo, solo el 33,5% obtiene la mayor parte de sus ingresos del sector, el valor más bajo del país, y apenas el 8,6% trabaja en la fase de producción del ciclo cultural, también la proporción más baja del país (A).
2. **El problema no es la informalidad.** Magallanes tiene la formalidad más alta del país entre los agentes culturales (29,7%). El cuello de botella está en el paso de la creación individual a la producción organizada (A, con lectura C).
3. **La región casi no exporta servicios creativos.** Concentra el 1,1% de las empresas del Mapeo Exportador de las industrias culturales y creativas, el último lugar del país, y la macrozona austral no registra exportadoras de animación, audiovisual ni videojuegos (A).
4. **El valor visual y patrimonial de Magallanes lo aprovechan productoras de fuera.** Al menos 13 proyectos ganadores del Fondo CNTV entre 2008 y 2024 tuvieron a la región como tema o locación. Solo dos fueron adjudicados a una empresa regional, ambos al mismo canal (A/B).
5. **La economía creativa de subsistencia es amplia y está desconectada del fomento productivo.** La artesanía tiene la formalidad más baja de todos los dominios culturales (4,9% a nivel nacional). FOSIS financia cada año a cientos de emprendedores en la región, pero no registra su rubro. No existe un puente documentado entre esa base y los instrumentos de mayor escala (A/C). La figura 1 (capítulo 3) resume estas brechas a lo largo de la cadena de valor.
6. **El trabajo creativo con contrato en Magallanes paga cerca de la mitad que el resto de la economía regional.** Entre 2018 y 2024, la renta promedio de los trabajadores con contrato de las empresas creativas de la región fue de 46% a 57% de la renta promedio de todas las actividades regionales. En las demás regiones (sin contar la Metropolitana) esa proporción es de 78% a 86%. Además, el 64% de quienes trabajan para empresas creativas de la región lo hace a honorarios (SII, 2005-2024; A, con cálculo C; sección 3.6).
7. **El costo de vivir y el costo de producir son cosas distintas.** El Estado reconoce el mayor costo de la zona con la asignación de zona del empleo público (98% en Punta Arenas) y con un subsidio habitacional base de 990 UF en Magallanes, frente a 630 a 660 UF en la mayor parte del país. Pero no existe una medición oficial del costo de vida regional (DIPRES, 2022). Por componentes, el arriendo cuesta como en Santiago y se lleva el 31% del ingreso de los hogares arrendatarios, la proporción más alta del país (Casen 2024), mientras que el gas, subsidiado, y el bus urbano cuestan mucho menos. El sobrecosto que sí tiene indicios es el de **producir**: construcción, pasajes (4,5 veces los de Concepción), logística y escala del mercado. Las compensaciones de zona llegan al empleo público, a la inversión y al empleo con contrato, no a quienes trabajan a honorarios o por cuenta propia, que son la mayoría del sector (A, con lectura C; secciones 3.6 y 8.2).

Lo que la región ya decidió

1. **Hay una base de empresas creativas formales que ya usó el fomento productivo.** Entre 2021 y 2022, los programas de reactivación (PAR) de CORFO para industrias creativas financiaron **90 proyectos en Magallanes por $335 millones** (A). Es una base comparable a la de los PTI creativos de otras regiones, como Ñuble (más de 50 empresas) o Valparaíso (43-44 empresas) (C: son proyectos, no empresas únicas).
2. **El Consejo Regional priorizó dos veces a las industrias creativas y la decisión no se ejecutó.** En 2023 aprobó por unanimidad focalizar un Programa Territorial Integrado (PTI) de CORFO en el «Desarrollo de las Industrias Creativas» (Moción N° 054, 24-04-2023) y lo renovó para 2024 (Moción N° 232, 28-12-2023). No hay registro público de que el PTI se haya formulado ni ejecutado (A). **La competencia de focalización transferida al Gobierno Regional vence en diciembre de 2026.**
3. **El fomento productivo actual no incluye al sector.** Los ejes del CDPR para 2025-2026 son alimentos, turismo, energía y Antártica. De los 57 proyectos que aprobó en 2025 (más de $2.085 millones), ninguno corresponde a empresas creativas (A).
4. **La gran inversión pública de la década tampoco lo incluye.** El Plan de Desarrollo de Zonas Extremas 2025-2035 suma $2,4 billones en 105 iniciativas; su eje productivo representa el 1,7% y no contiene ninguna iniciativa creativa (A).

Oportunidades

1. **El mercado existe y crece.** Las exportaciones mundiales de servicios creativos alcanzaron US$ 1,4 billones en 2022. Chile exportó un récord de US$ 106 millones en servicios de economías creativas en 2025, y la animación pasó de US$ 2,5 millones en 2020 a cerca de US$ 40 millones (A/B).
2. **Los servicios y bienes digitales calzan con una zona extrema.** Se exportan sin logística física, por la fibra óptica que la región ya tiene.
3. **Hay puertas institucionales abiertas en 2026 y 2027:** la nueva concesión de la Zona Franca (vence en agosto de 2030), el eje «Identidad y Cultura Antártica» del nuevo programa Transforma Antártica de CORFO, el Centro de Convenciones de Magallanes (obras 2026-2028), las Mesas Regionales de Artesanía que crea la Ley N° 21.788 y la evaluación de medio tiempo de la ERD.

Precedentes

1. **Atacama articuló instrumentos que ya existían, en lugar de inventar otros nuevos.** Entre 2023 y 2026, el Gobierno Regional de Atacama transfirió $469 millones de su Fondo de Innovación para la Competitividad (FIC) a dos servicios:
   - a **CORFO**, para un PAR de industrias creativas focalizado por códigos de actividad, un IFI Audiovisual regional y un Viraliza;
   - a **ProChile**, para un mapeo de 426 empresas creativas, un catálogo y misiones comerciales.

   Lo valioso es la **visión de articulación**: dinero regional propio, roles separados (CORFO para la empresa, ProChile para el mercado), instrumentos delegados al comité regional y una mesa con los propios creadores. Sus resultados aún no son públicos, y algunas piezas tuvieron baja demanda y debieron reasignarse. Por eso sirve como referente para analizar qué funcionó y qué no (sección 6.3) (A).

2. **En Magallanes, el escalón de entrada es el menos cubierto.** La arquitectura de Atacama trabajó con empresas que ya estaban en el fomento productivo. En Magallanes, la capacidad creativa está sobre todo en personas que trabajan solas (66% por cuenta propia) y que casi no han entrado a esa línea. Los escalones previos son los que hoy tienen menos instrumentos en uso en la región (capítulo 7 y figura 11) (C):
   - competencias de gestión y producción;
   - articulación en equipos;
   - encadenamiento con demanda.
3. **Otras regiones muestran piezas de esa ruta.** Los Ríos calibró el IFI Audiovisual a su escala. Araucanía midió el sector y luego lo incorporó a su ERD. Valparaíso sostuvo durante una década un programa estratégico regional de CORFO, que en 2026 se convirtió en corporación (A).

La visión de la Red

Este informe es un levantamiento de información pública puesto al servicio de la Mesa, no un plan. Lo que sigue es la posición de la Red, construida a partir de él (capítulo 10):

1. **Articular de manera asociativa** a profesionales y empresas, para competir por servicios que requieren equipos y no individuos, construyendo desde la base: habilitar, articular en equipos, formar mandos medios de producción y conectar con demanda.
2. **Apostar por bienes y servicios digitales** para mercados fuera de la región, con un modelo a dos bandas: servicios que generan flujo de caja y **transfieren conocimiento** de los estándares de la industria, y un catálogo propio que escala.
3. **Medir para poder comparar:** una línea base del sector y una herramienta que mida cuánto más cuesta producir en la región.

1. Alcance, definición y método

1.1 Qué entendemos por economía creativa e industria creativa

La Red distingue entre dos capas:

- **Economía creativa** es el conjunto de actividades que generan valor a partir de la creatividad, el conocimiento y el patrimonio cultural. Incluye la creación artística, la artesanía, el patrimonio y los servicios creativos vendidos por horas o por encargo.
- **Industria creativa** es la parte de esa economía que opera con lógica productiva y escalable: produce bienes y servicios que se venden muchas veces o a muchos clientes, protege y explota propiedad intelectual y trabaja en equipos organizados.

La diferencia práctica está entre **vender tiempo** (servicios por encargo, con techo en las horas disponibles) y **vender productos escalables** (propiedad intelectual y bienes digitales). Ambas capas son necesarias. El problema de Magallanes es que tiene la primera, con baja remuneración, y casi no tiene la segunda.

Para la clasificación de áreas se usa la del mapeo de industrias creativas del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (2014), basada en la de UNESCO, extendida a los servicios y bienes digitales (animación, videojuegos, efectos visuales, producción virtual), siguiendo el mapeo de La Araucanía (Universidad de La Frontera, 2021).

1.2 Fuentes

Tipo	Fuentes principales
Actas e instrumentos regionales	Actas del Consejo Regional de Magallanes 2013-2026 (482 documentos, con reconocimiento óptico de caracteres); ERD 2023-2030; PDZE 2025-2035; presentaciones de CORFO y del CDPR al Consejo Regional
Registros y encuestas nacionales	Registro de Agentes Culturales 2021-2024 (Ministerio de las Culturas, 2026); Encuesta Nacional de Participación Cultural 2024; Encuesta Nacional de Televisión Regiones 2025 (CNTV)
Fomento productivo	Beneficiarios Ley de Presupuestos de CORFO 2021-2026 (todas las regiones); resoluciones y bases de convocatorias; evaluaciones y monitoreo de DIPRES; actas de otros consejos regionales
Industria audiovisual	Actas del Consejo Nacional de Televisión 2015-2026; fichas de ganadores del Fondo CNTV
Mercado	UNCTAD, UNESCO, OCDE, BID, OEA, ProChile, Olsberg·SPI
Emprendimiento de subsistencia y artesanía	Mociones del Consejo Regional sobre FOSIS y SERCOTEC; INDAP; nóminas de Fondart Regional; Sernatur (cruceros); Ley N° 21.788
Casos comparados	ERD de Araucanía y Valparaíso; mapeo de Araucanía (2021); caso Atacama (FIC, CORFO y ProChile, 2022-2026); programas estratégicos Chilecreativo y Valparaíso Creativo (CORFO, 2016-2026)

1.3 Límites

- **La línea base de empresas creativas es parcial.** Este informe procesó por primera vez la serie del SII de empresas, ventas, trabajadores y honorarios por región y actividad (2005-2024; sección 3.2). Esa serie ubica a las empresas por su casa matriz, reserva los datos de actividades con pocas empresas y no informa a quienes trabajan por cuenta propia sin empresa. Falta la apertura por comuna y por tamaño, y una encuesta propia.
- **El Registro de Agentes Culturales es voluntario y autodeclarado.** En regiones pequeñas, pocas inscripciones cambian mucho las tasas.
- **Muchos resultados de programas públicos no son públicos** (nóminas de adjudicados, informes finales, evaluaciones). El capítulo 9 detalla los datos que faltan y quién podría tenerlos.

2. Las tesis de la Red a la luz de la evidencia

La Red ha trabajado con un conjunto de tesis sobre la economía creativa de Magallanes. Este capítulo las revisa una a una con la evidencia reunida para este informe. Cada tesis queda en uno de cuatro estados: **se sostiene**, **se reformula** (la evidencia obliga a precisarla), **se descarta** (la evidencia la contradice) o **pendiente** (no hay aún evidencia suficiente para afirmarla ni para descartarla). Los capítulos siguientes desarrollan la evidencia de cada una.

2.1 Tesis que se sostienen

Tesis	Evidencia principal	Capítulo
Hay talento, pero no hay industria. La región tiene una base creativa proporcionalmente grande que no logra vivir del sector ni producir a escala	62,4 agentes culturales por 10.000 habitantes (país: 46,7); solo el 33,5% vive principalmente del sector, el valor más bajo del país; 8,6% en la fase de producción, la menor del país	3
Vender tiempo no es lo mismo que vender productos escalables. El servicio por encargo tiene techo; la propiedad intelectual y los bienes digitales escalan	La mayoría de los estudios chilenos de videojuegos exporta más del 90% de su facturación; los estudios que crecen combinan servicios y propiedad intelectual propia	7 y 8
Los servicios y bienes digitales calzan con una zona extrema	Se exportan sin logística física; la región tiene fibra óptica y el primer lugar en adopción tecnológica; los servicios creativos mundiales suman US$ 1,4 billones y la participación de los países en desarrollo se duplicó entre 2010 y 2022	8
La ERD 2023-2030 no trata al sector como pilar, pero la semilla existe	La ERD lo menciona sin lineamiento, acción ni indicador; en 2025 se pidió su evaluación de medio tiempo	5
Hay que salir de los fondos del arte y entrar al fomento productivo	Los fondos de cultura financian obras, no estructuras productivas; los instrumentos que construyen empresas están en CORFO, SERCOTEC y el CDPR	3, 5 y 10
Araucanía es un espejo para Magallanes: una región de matriz primaria que midió el sector y lo incorporó a su ERD	ERD Araucanía 2040 con objetivo, línea, acciones, indicador con línea base del SII y Mesa de Industrias Creativas	6
Sin plan, gobernanza ni monitoreo, una estrategia queda en el papel	Evaluación de la ERD 2020 de Valparaíso; programas estratégicos nacionales sin evaluación de impacto independiente	6
Existen canales de internacionalización ya construidos	Diez años de Chilean Animation en Annecy; delegaciones chilenas de videojuegos en la GDC; departamento de industrias creativas de ProChile	6 y 8
El sector creativo regional produce para el mercado local: no está articulado hacia fuera de la región	Magallanes tiene el 1,1% de las empresas del Mapeo Exportador de ProChile; ninguno de los 90 proyectos PAR creativos declara exportación; los cinco instrumentos de CORFO con foco en mercados externos (2017-2019) no tuvieron continuidad ni resultados públicos; no hay evidencia pública de que los medios regionales vendan contenido fuera de la región	3 y 5

Tesis	Evidencia principal	Capítulo
La región no tiene carreras de animación, cine ni comunicación audiovisual	Ninguna en veinte años de datos de matrícula (2007-2026); solo existen diseño gráfico y digital y arquitectura	3
El talento creativo de la región se forma fuera	El 59% de los jóvenes de la región que eligieron una carrera creativa entre 2018 y 2026 ingresó fuera de Magallanes (estimación propia, C)	3
La región ya decidió y no dio continuidad	Nodos 2017-2018, Red Exporta 2019, PAR 2021-2022 (90 proyectos), PTI focalizado en 2023 y 2024, Viraliza 2023-2024: sin línea sostenida	5
Las industrias creativas pueden ser transversales a los ejes del CDPR	Turismo, Antártica, alimentos y energía demandan contenidos, diseño y comunicación; el eje «Identidad y Cultura Antártica» de Transforma Antártica	5 y 9
La nueva concesión de la Zona Franca es una oportunidad para los servicios creativos	Concesión vigente hasta agosto de 2030; mesa técnica con un eje de servicios profesionales y tecnológicos; las bases aún no nombran servicios	5
El trabajo creativo paga poco frente al resto de la economía regional	Entre 2018 y 2024, la renta de los trabajadores con contrato de las empresas creativas de Magallanes fue de 46% a 57% de la renta promedio regional; en las demás regiones, sin la Metropolitana, de 78% a 86%. En 2024, cada actividad creativa con datos (publicidad, impresión, artes escénicas, arquitectura, diseño) pagó en Magallanes menos que la misma actividad en otras regiones (SII)	3
Las compensaciones de zona extrema no llegan al trabajo creativo	La asignación de zona es solo para el empleo público y la bonificación a la contratación excluye a profesionales e independientes. El 66% de los agentes culturales de la región trabaja por cuenta propia (Registro de Agentes Culturales, 2022), y el 64% de quienes trabajan para empresas creativas lo hace a honorarios (SII, 2024)	3 y 8
Medir antes de decidir	Araucanía y Atacama midieron antes de invertir; la falta de línea base es la principal debilidad para pedir un PTI	10

2.2 Tesis que se reformulan

Tesis original	Cómo queda	Por qué	Capítulo
Las barreras del sector son el talento y el costo de vida	**La barrera no es la falta de talento, sino la falta de equipos y de nivel productivo.** El costo de vida se trata en la fila siguiente	La base creativa es mayor que el promedio y la más formal del país; lo que falta es producción organizada	3 y 7
El costo de vida y la repatriación de talento condicionan la formación de equipos	**Hay que separar tres cosas: el costo de vivir, el costo de producir y el ingreso.** (1) El costo de vivir no tiene un índice oficial; por componentes, la vivienda cuesta como en Santiago y pesa más en el ingreso que en cualquier otra región, mientras el gas y el transporte urbano son más baratos. (2) El costo	(1) DIPRES (2022): «no hay medidas directas que cuantifiquen el costo de vida desagregadas a nivel regional». La Canasta Única de Gasto del INE (2015) ubicó a Punta Arenas en 92,9 frente a Santiago = 100 (B). Por componentes: arriendo mediano de $400.000 frente a $380.000 en la RM, y 31% del ingreso del hogar arrendatario, el más alto del país (Casen 2024, B); agua +58%; electricidad similar; gas −93% (subsidiado); bus urbano −53% (sección 3.6). Las cifras de «25% a 35% más caro» vienen de exposiciones en la	3 y 8

Tesis original	Cómo queda	Por qué	Capítulo
	de producir tiene indicios y es lo que hay que medir. (3) Lo que hoy pesa con evidencia es el **ingreso**: el trabajo creativo paga la mitad que el resto de la economía regional, y eso compite con cualquier otro empleo al momento de volver o quedarse	tramitación de la Ley N° 20.655 (2012), no de una medición. (2) El subsidio habitacional base de Magallanes es 1,57 veces el de la mayoría de las regiones; la tabla de precios de obras de la región recarga de 15% a 60% las comunas fuera de Punta Arenas. (3) SII, 2018-2024: 46% a 57% de la renta regional, frente a 78% a 86% en otras regiones	
La hoja de ruta parte con empresas ancla de talento repatriado	**La ruta parte desde la base:** articular a profesionales y empresas en equipos, formar mandos medios y luego escalar; las empresas ancla son una fase posterior	El mercado contrata equipos (8,2 personas en promedio en animación); la región ya tiene una base de 90 proyectos PAR creativos	7 y 10
El incentivo audiovisual (IFI) no convierte a Magallanes en destino de rodajes	**El incentivo solo, sin proveedores locales, no deja valor en la región.** Un IFI calibrado puede servir si hay equipos y demanda	Ningún proyecto IFI en Magallanes; Los Ríos sostuvo un IFI regional; en Atacama el componente tuvo baja demanda; los incentivos no generan empleo local por sí solos (NBER, 2019)	6 y 8
El mercado audiovisual se contrae y abre una oportunidad para Chile	**El mercado no se contrae en dinero, pero se concentra y encarga menos obra original: compra más obra terminada.** Financiar desarrollo es más difícil; llegar con producto hecho o con servicios de producción, más viable	El gasto mundial en contenido se mantiene (US$ 248 mil millones en 2025, Ampere, B), pero bajan las series encargadas y sube lo licenciado: en Netflix, la amortización de contenido licenciado creció 22% entre 2023 y 2025, y la de contenido propio 9% (informe 10-K 2025, A). La exportación chilena de animación sigue creciendo	8
La prestación de servicios es una etapa de baja calidad	**La prestación de servicios es transferencia de conocimiento** hacia la propiedad intelectual propia	Los estudios exportadores combinan ambas líneas; el servicio enseña los estándares de la industria	7
Ninguna producción con temática magallánica la hizo una empresa de la región	**El valor visual y patrimonial de Magallanes lo aprovechan sobre todo productoras de fuera de la región**	De al menos 13 proyectos del Fondo CNTV con Magallanes, la Patagonia o la Antártica como tema o locación (2008-2024), solo dos fueron adjudicados a una empresa de la región, ambos al mismo canal (2014, según la prensa, y 2020). Los paisajes, la historia y los pueblos de la región son materia prima de producciones hechas desde otras regiones	3
Los incentivos audiovisuales de Canadá y Marruecos son inalcanzables para Chile	**Lo inalcanzable no es la tasa del incentivo, sino la escala y el ecosistema**	Marruecos reembolsa el 30% del gasto, igual que el IFI chileno (hasta 30%, y 40% en regiones). Pero en 2025 pagó 243,8 millones de dírhams a 24 producciones extranjeras, y Columbia Británica recibió C$ 3.083 millones de producción extranjera en 2024, con créditos de 36% más 16% adicional para animación y efectos visuales sostenidos por clústeres de empresas	6

Tesis original	Cómo queda	Por qué	Capítulo
La producción virtual permite vender locaciones virtuales en vez de competir por rodajes físicos	**La producción virtual complementa el rodaje físico; las locaciones digitalizadas sirven para atraer rodajes**	No se encontró evidencia de un mercado que compre locaciones virtuales a un territorio. La Spain Film Commission digitalizó espacios de El Escorial y los ofrece gratis, como promoción. La oferta privada (Megascans de Epic) vende activos a precio muy bajo. Comisionados de cine y estudios la describen como complemento. FilMagallanes es un catálogo de 8 locaciones con fotografías, sin escaneos 3D	6 y 8
Los instrumentos de capital humano tienen sesgos contra los oficios creativos	**No excluyen al sector por nombre, pero sus reglas lo dejan fuera en la práctica**	El instrumento «Capital Humano para la Innovación» de CORFO admite técnicos de nivel superior desde 2023. Pero exige un desafío de I+D+i y prohíbe contratar para «marketing, gestión de la innovación y programación de software», que son funciones centrales de los estudios digitales. De 273 proyectos financiados entre 2009 y 2026, ninguno corresponde al sector creativo y ninguno a Magallanes. ChileValora tiene 11 perfiles creativos de 1.130, y ninguno de diseño, animación, videojuegos, fotografía ni artesanía	7
Un pipeline de talento subsidiado (liceos técnico-profesionales, aprendices, OTEC) puede formar técnicos creativos	**Ese pipeline hay que construirlo: hoy solo existe la base digital genérica**	Hay especialidades digitales en 4 de 9 liceos técnico-profesionales, pero ninguna gráfica ni artística; el catálogo SENCE no tiene cursos de software creativo; el programa de Aprendices exige empresas de al menos 5 trabajadores	3 y 7

2.3 Tesis que se descartan

Tesis	Por qué se descarta	Capítulo
El problema del sector creativo regional es la informalidad	Magallanes tiene la formalidad más alta del país entre los agentes culturales (29,7%)	3
En Magallanes falta talento creativo	La región tiene 62,4 agentes culturales por 10.000 habitantes, sobre el promedio nacional de 46,7	3
La región no tiene antecedentes de fomento productivo al sector creativo	Hubo Nodos (2017-2018), Red Exporta (2019), 90 proyectos PAR (2021-2022), focalización PTI (2023-2024) y Viraliza (2023-2024)	5
La articulación asociativa es una idea nueva para la región	Los Nodos de tejedoras y de artesanía para la exportación ya la probaron; el problema fue la falta de continuidad y de registro	4 y 5

2.4 Tesis pendientes de verificar

Tesis	Qué falta para verificarla
Producir en Magallanes cuesta más que en Santiago, y ese sobrecosto resta competitividad a los equipos regionales	Hay indicios: subsidio habitacional 1,57 veces mayor, recargos zonales en obras, fletes y pasajes. Pero no hay una medición para el sector creativo, ni en Chile ni en los territorios con incentivo audiovisual adicional revisados en Canadá, Estados Unidos, Australia y Europa (sección 9.4). Falta construir el índice de sobrecosto por subsector
El talento que estudió fuera vuelve si encuentra un ingreso comparable	Se sabe que unas 600 personas de la región estudiaron carreras creativas fuera entre 2018 y 2026 (sección 3.5) y que el trabajo creativo regional paga la mitad del promedio (sección 3.6). Falta saber cuántos se titularon y volvieron (Mineduc) y qué ingreso necesitarían para volver: encuesta propia

3. Caracterización: talento sin industria

La figura 1 resume dónde se corta la cadena de valor del ecosistema creativo regional. Los capítulos 3 a 7 desarrollan la evidencia de cada eslabón.

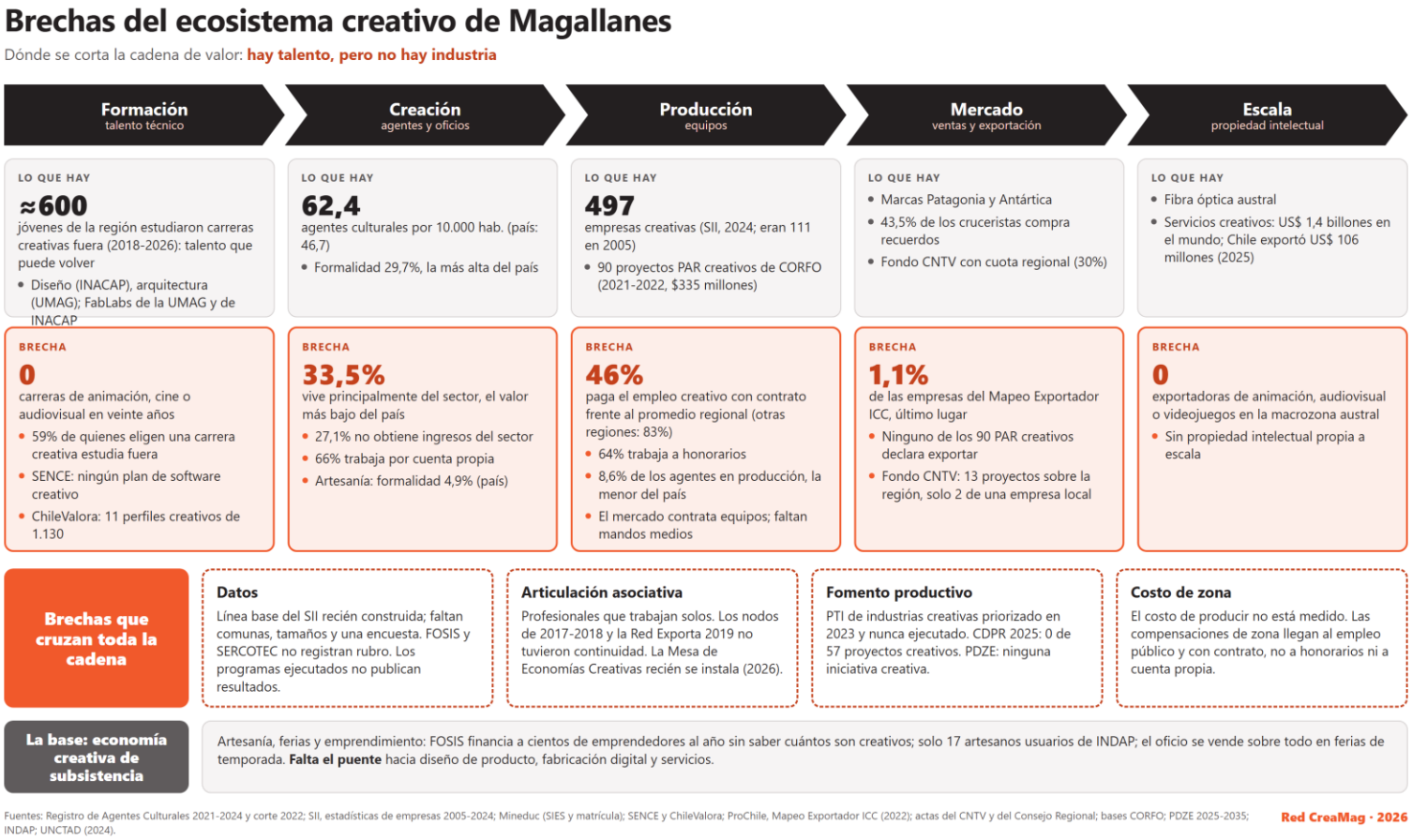


Figura 1. Brechas del ecosistema creativo de Magallanes. Elaboración propia de la Red CreaMag con base en las fuentes citadas en este informe.

3.1 Agentes culturales

El Registro de Agentes Culturales 2021-2024 del Ministerio de las Culturas es la fuente más completa sobre las personas que trabajan en el sector.

Indicador	Magallanes	Nacional	Fuente (página)
Agentes por cada 10.000 habitantes de 15 años o más	62,4	46,7	p. 71
Personas inscritas (aprox.)	865, el 80,1% en Punta Arenas	71.868	pp. 62-69
Organizaciones inscritas (aprox.)	139, el 70,5% en Punta Arenas	7.074	pp. 103-104
Pertenencia a pueblos originarios	25,4%	16,0%	p. 85
Dedicación exclusiva al sector	37,4%	43,7%	pp. 189 y 194
Sin ingresos del sector	27,1%	21,1%	pp. 207 y 210
Todo o la mayoría del ingreso desde el sector	**33,5%, el más bajo del país**	42,1%	pp. 207, 211 y 219
Formalidad laboral	**29,7%, la más alta del país** (igual a la Región Metropolitana)	25,4%	pp. 209 y 218
Agentes en la fase de producción del ciclo cultural	**8,6%, la menor del país**	12,0%	pp. 147, 152 y 155

Fuente: Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio, *Registro de Agentes Culturales. Informe 2021-2024* (2026). Nivel A.

El propio informe resume el caso regional: Magallanes «combina alta formalidad (29,7%) con baja capacidad de generar ingresos del sector cultural» (p. 219).

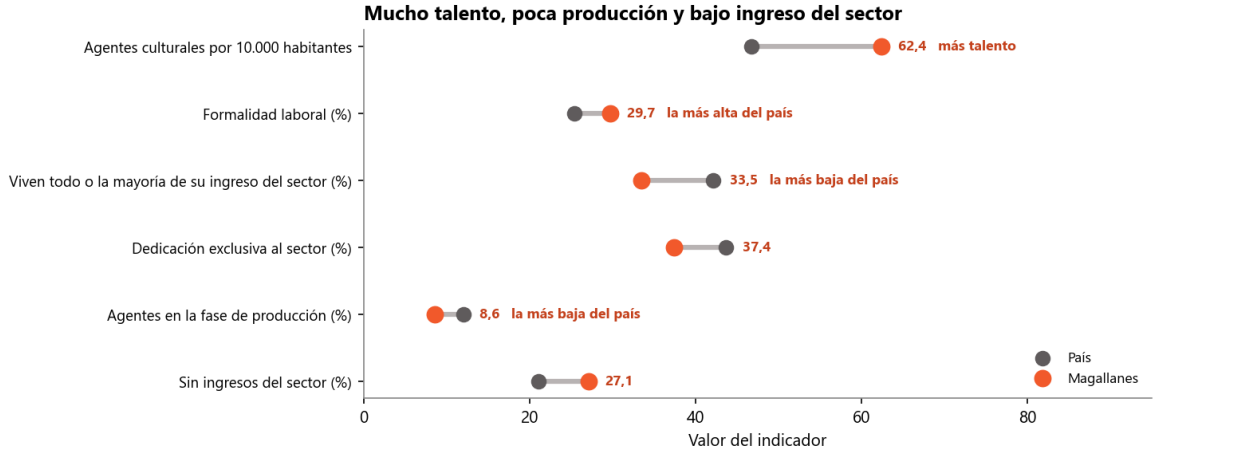


Figura 2. Indicadores del Registro de Agentes Culturales 2021-2024, Magallanes frente al país. Fuente: Ministerio de las Culturas; elaboración propia de la Red CreaMag.

El corte de 2022 del mismo registro, recogido en el *Diagnóstico Regional de Desarrollo Cultural* de Magallanes, precisa cómo trabajan esas personas:

- **por cuenta propia:** el 66,0%;
- **como dependientes:** el 16,3%;
- **de forma voluntaria o no remunerada:** el 12,5%.

Entre los dependientes, el 72,4% tiene contrato, la proporción más alta del país (Ministerio de las Culturas, *Diagnóstico Regional de Desarrollo Cultural. Magallanes*, pp. 35 y 38; nivel A). La formalidad alta de la región es, sobre todo, la de personas que emiten boletas por su cuenta, no la de equipos con contrato.

En la macrozona austral (Aysén y Magallanes), la artesanía representa el 26,9% de las personas inscritas, 10,5 puntos sobre el promedio nacional. En cambio, la macrozona reúne apenas el 1,7% de las organizaciones audiovisuales del país y el 2,0% de las de diseño (pp. 132-134, 172 y 181).

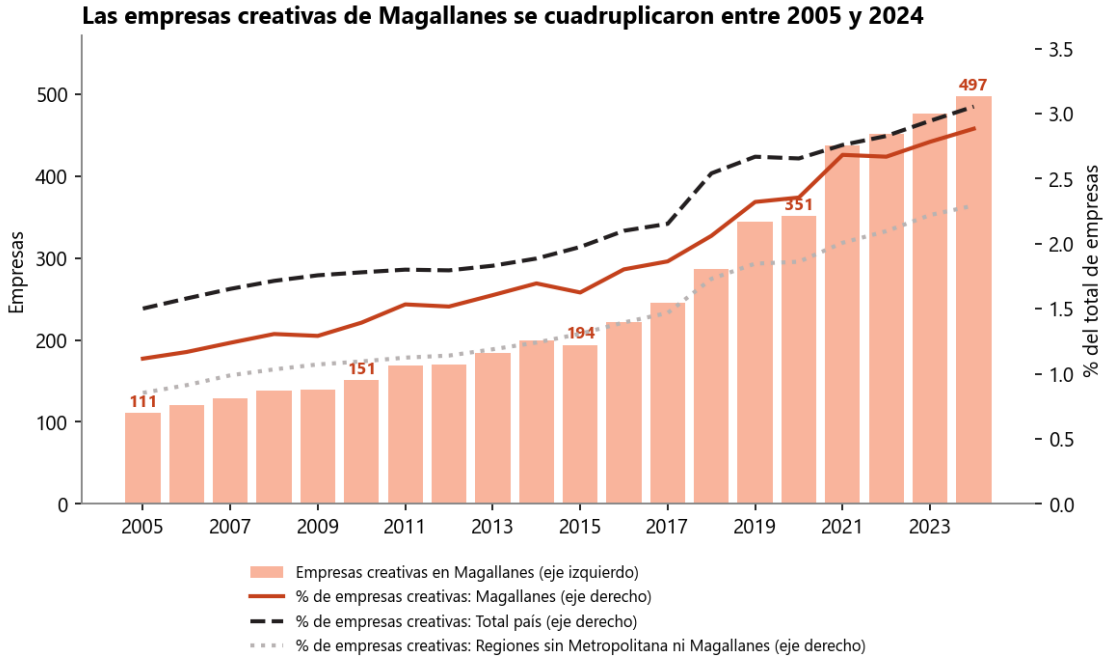
A escala comunal, el Plan Municipal de Cultura de Punta Arenas 2023-2026 recoge un catastro de la Seremi de las Culturas (2021) con 607 agentes individuales en la comuna: 24,7% de música y 18,8% de artesanía.

Lectura. La región tiene una base de personas creativas proporcionalmente grande y mayoritariamente formal, concentrada en la creación, el patrimonio y la artesanía, con la menor presencia del país en la etapa productiva y con baja capacidad de vivir del sector.

3.2 Empresas y exportación

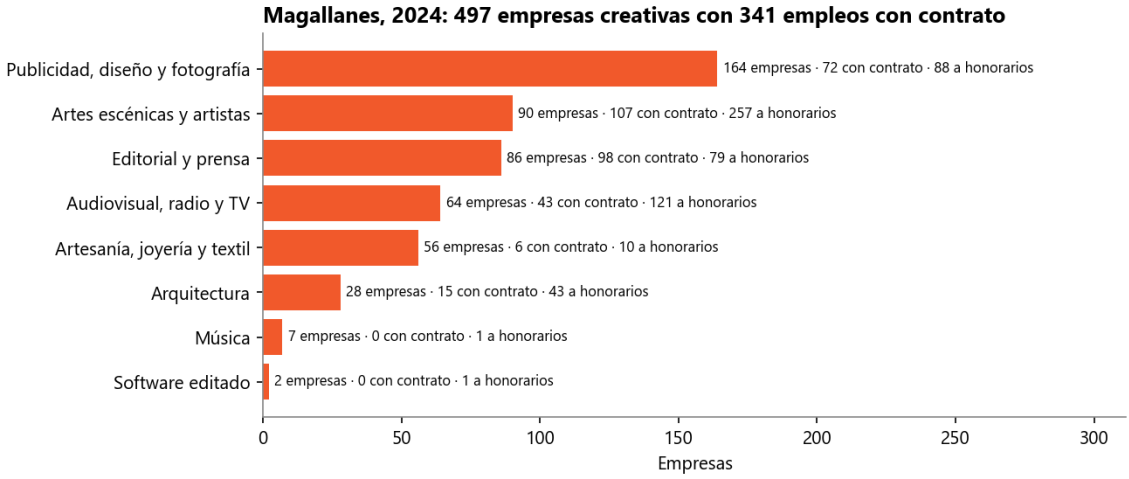
Indicador	Dato	Fuente	Nivel
Participación de Magallanes en las empresas del Mapeo Exportador de las ICC	1,1% de 450 empresas (aprox. 5), último lugar. La Región Metropolitana concentra el 60%, Valparaíso el 14,2% y Biobío el 6%	ProChile e IDOM, *Mapeo Exportador de las ICC en Chile* (2022), p. 28	A
Exportadoras de animación, audiovisual o videojuegos en la macrozona austral	Ninguna registrada	Mismo estudio	A
Exportaciones totales de Magallanes (todos los sectores)	Más de US$ 1.400 millones en 2025, principalmente pesca e industria	ProChile (2026)	A
Empresas creativas (micro y pequeñas) en Chile	Más de 45.000 activas en 2020; 3,5% de las empresas del país; ventas equivalentes a 1,3-1,4% de las ventas nacionales	CORFO y Chilecreativo, estudio MIPE creativas (2023)	A
Empresas creativas con domicilio en Magallanes	**497 en 2024**, frente a 111 en 2005 y 194 en 2015. Son el 2,9% de las empresas de la región (país: 3,1%; regiones sin la Metropolitana: 2,3%)	SII, estadísticas de empresas por región y actividad (2005-2024), 33 códigos creativos (ver nota)	A, con agregación C
Ventas y empleo de esas empresas (2024)	Al menos 275.887 UF de ventas: el 0,27% de las ventas de la región (hay celdas reservadas). En promedio, 0,7 trabajadores con contrato y 1,2 a honorarios por empresa	Mismo	A, con cálculo C
Entidades empleadoras creativas con seguridad social (2024)	414 (84 empresas y 330 independientes); remuneración promedio de $812.818, frente a $1.042.338 en el país	Ministerio de las Culturas, *Estadísticas Culturales. Informe Anual 2024*, tabla 16.3	A

Nota sobre la línea base del SII. Se usaron los 28 códigos de actividad que CORFO exige en el PAR Industrias Creativas (convocatoria de Atacama, 2026), sin comercio minorista, arriendo de videos ni telecomunicaciones, y se agregaron radio, arquitectura, artes escénicas, artistas, joyería e instrumentos musicales. Las empresas se ubican por su casa matriz. Las cifras no son comparables con las del Ministerio de las Culturas, que usa otros 49 códigos y otra fuente.



Fuente: SII, Estadísticas de empresas por región y actividad económica, años comerciales 2005-2024 (PUB_REG_ACT); 33 códigos de actividad creativos (los del PAR Industrias Creativas de CORFO, más radio, arquitectura, artes escénicas, joyería e instrumentos). Elaboración propia de la Red CreaMag.

Figura 3. Empresas creativas con domicilio en Magallanes y su peso en el total de empresas, 2005-2024. Fuente: SII; elaboración propia de la Red CreaMag.



Fuente: SII, Estadísticas de empresas por región y actividad económica, años comerciales 2005-2024 (PUB_REG_ACT); 33 códigos de actividad creativos (los del PAR Industrias Creativas de CORFO, más radio, arquitectura, artes escénicas, joyería e instrumentos). Elaboración propia de la Red CreaMag.

Figura 4. Empresas creativas de Magallanes por familia de actividad, 2024. Fuente: SII; elaboración propia de la Red CreaMag.

La base de empresas creció más rápido que en las demás regiones y hoy pesa en la economía regional casi lo mismo que en el país. Pero son empresas muy pequeñas, de servicios (publicidad, diseño, impresión, artes escénicas, prensa) y con muy poca producción audiovisual, musical o de software: 3 empresas de postproducción, 6 de grabación y edición de música y 2 de edición de software en 2024.

Hacia dónde vende el sector (C, con datos A). Los datos disponibles muestran un sector que produce para el mercado local:

- **Los 90 proyectos PAR creativos (2021-2022, $335 millones).**
  - Composición: artesanía (24), diseño (13), audiovisual (12), prensa e impresión (7), publicidad (6), editorial (5), radio (4), televisión (2) y otros.

  - Para qué fueron: 58 son equipamiento o capacidad productiva sin mercado declarado, 19 declaran un destino local y 12 apuntan a marketing digital o comercio electrónico sin alcance declarado.
  - Alcance: solo uno declara alcance nacional y ninguno declara exportación. La clasificación se hizo por el título de cada proyecto (bases de beneficiarios CORFO 2021 y 2022).
- **Los instrumentos de CORFO orientados a mercados externos.** Hubo cinco en la región con foco creativo: el Nodo «Artesanías de Exportación E-Commerce» (2017-2018) y cuatro Red Mercados (2019). Suman $72,5 millones, cerca del 12% de lo aprobado a iniciativas creativas entre 2017 y 2025. Ninguno tuvo continuidad ni resultados públicos.
- **Los medios regionales** (televisión, radio y prensa) reciben fondos nacionales para emitir en la región (Fondo CNTV, Fondo de Medios). No hay evidencia pública de que vendan o licencien su contenido fuera de ella. Que una señal se vea en todo el país por cable o internet es distribución, no venta.
- **Las excepciones son audiovisuales:**
  - largometrajes realizados desde la región circulan en festivales nacionales;
  - una productora local coproduce con Australia un documental seleccionado en 2026 en un mercado internacional de coproducción (prensa y la propia empresa, B).
- **ProChile** no registra empresas creativas de Magallanes en sus actividades de exportación revisadas. Falta conocer su nómina de empresas de la región.

No hay una serie pública de exportaciones creativas por región. La UNCTAD advierte que Chile no tiene datos suficientes de comercio de servicios para calcular sus exportaciones creativas (UNCTAD, 2024).

Un dato que no conviene usar. Las tablas de comercio exterior del Ministerio de las Culturas atribuyen a Magallanes exportaciones de bienes culturales por US$ 10,8 millones en 2024 (el 10,5% del país), casi todo bajo el rótulo «Artesanía». Una cifra del mismo orden aparece en 2022 como «Diarios y revistas» (Ministerio de las Culturas, *Estadísticas Culturales*, tablas 14.8 de 2024 y 24.8 de 2021; *Estrategia Quinquenal Regional de Cultura 2024-2029*, p. 33). Con 74 a 121 artesanos inscritos en los registros oficiales, lo más probable es un código arancelario mal asignado. Antes de usar esa cifra hay que pedir su apertura por código al Ministerio o a Aduanas.

3.3 Fondos de cultura y audiovisual

Indicador	Dato	Fuente	Nivel
Fondos de Cultura 2024 en Magallanes	60 proyectos por $666 millones: el 1,7% de los proyectos y el 1,5% de los montos del país, el menor porcentaje de montos entre las regiones (la región tiene cerca del 0,9% de la población)	Ministerio de las Culturas e INE, *Estadísticas Culturales. Informe Anual 2024*, p. 58	A
Fondos sectoriales 2024	Fondo Audiovisual: 7 proyectos y $88 millones (0,7% del país). Fondo Economía Creativa: 3 proyectos y $20 millones, de 249 proyectos y $1.270 millones en el país	Mismo informe, tablas 17.13 y 17.19	A
Programa de Apoyo a Organizaciones Culturales Colaboradoras	2020: 5 proyectos y $245 millones en Magallanes, 3 de ellos de la línea «Apoyo a Espacios Culturales». En 2024 el programa tiene otras líneas (compañías de artes escénicas de trayectoria, teatros regionales y municipales) y ningún proyecto en la región	Ministerio de las Culturas e INE, *Estadísticas Culturales*, tabla 22.8 (2020) y tabla 17.15 (2024)	A

Indicador	Dato	Fuente	Nivel
Espacios culturales de la región (III Catastro, 2021)	33 espacios. Solo el 21,2% vende bienes y el 81,8% no cobra por sus actividades; el 63,6% se financia con recursos públicos y ninguno declaró aportes del Ministerio de las Culturas desde 2019	Ministerio de las Culturas, *III Catastro Nacional de Espacios Culturales. Resultados* (2021), pp. 54, 58, 63 y 64	A (muestra, no censo)
Fondos de Cultura 2025 en Magallanes	49 proyectos por $632,4 millones; **un solo proyecto audiovisual, por $11,1 millones**	Ministerio de las Culturas (29-01-2025)	A
IFI Audiovisual 2024	5 proyectos adjudicados a nivel nacional; ninguno en Magallanes	Ministerio de las Culturas y CORFO (2024)	A
Fondo CNTV 2008-2024	Al menos 13 proyectos ganadores con Magallanes, la Patagonia o la Antártica como tema o locación	Fichas de ganadores del Fondo CNTV	A
Fondo CNTV: proyectos adjudicados a empresas de Magallanes	**Dos, ambos del mismo canal regional:** *Redescubriendo la Patagonia* (Fondo 2014, $238 millones, formulada por Pingüino TV; prensa regional, B) y *Secretos de la Pampa Patagónica*, de Inversiones Patagónica S.A., concesionaria de Pingüino TV (Fondo 2020, línea de procedencia regional, $186.601.469; actas del Consejo del CNTV de 27-08-2020, 25-01-2021 y 24-07-2023)	Prensa regional (2014); actas del CNTV (cntv.cl/actas-del-consejo)	B
Fondo CNTV 2022	*Tres Mujeres en la Ruta de Magallanes* obtuvo 0 votos y *Terra Nullius* (Tierra del Fuego) 7; ninguno fue adjudicado	Acta del Consejo del CNTV de 12-09-2022	A

Las reglas del Fondo CNTV abren una vía concreta. La glosa presupuestaria exige destinar «un 30%» de forma preferente a programas de procedencia regional (actas del Consejo del CNTV 2019-2025). Desde las bases de 2025 se exige que la empresa esté radicada fuera de la Región Metropolitana (acta de 03-02-2025). Desde las bases de 2026, la emisión debe hacerse por un concesionario de cobertura regional (acta de 29-12-2025). El Fondo 2026 suma $5.046 millones. Para una productora magallánica, esto significa que **la alianza con un canal regional** (ITV Patagonia, Pingüino TV, Polar TV o UMAG TV, entre los siete concesionarios de la región) es condición de acceso a la cuota regional.

Lectura. La temática magallánica se financia con frecuencia; la producción local, por excepción. Los fondos de cultura financian obras, no estructuras productivas, y la región casi no participa en los instrumentos audiovisuales de mayor escala.

3.4 Demanda, consumo y conectividad

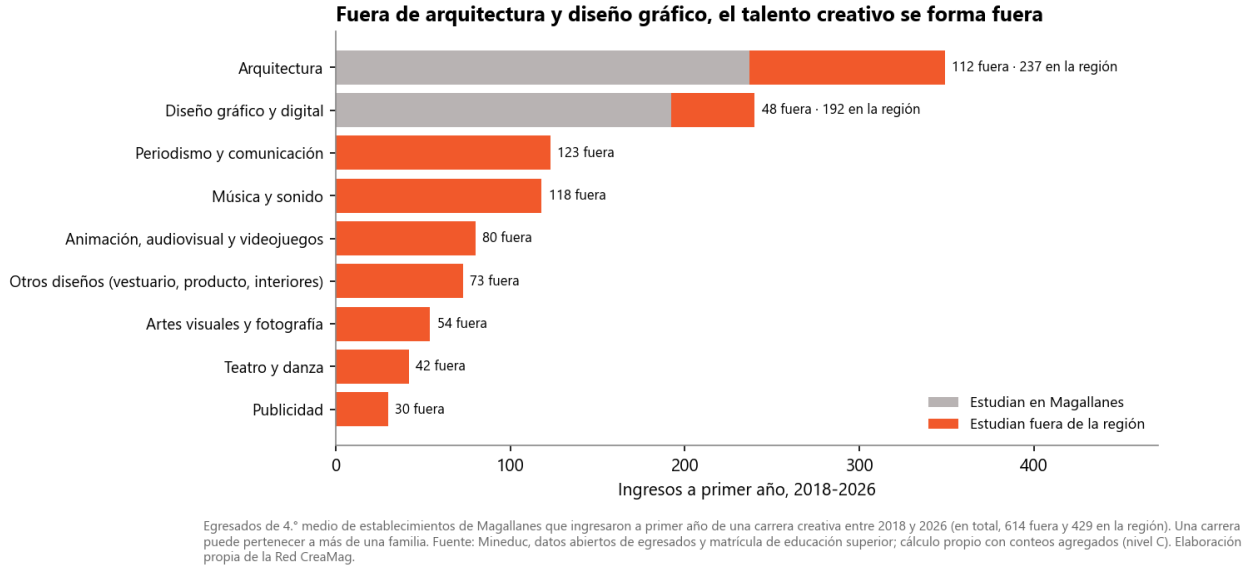
Indicador	Magallanes	Comparación	Fuente	Nivel
Hogares con streaming	69%	63% nacional	CNTV, *ENTV Regiones* (2025), p. 6	A
Consumo de TV regional	18%, la segunda más baja	Arica 27%	Mismo estudio, p. 28	A
Adopción tecnológica (Digital Readiness Chile 2019)	1° lugar entre 16 regiones	6° en infraestructura	Citado en el mismo estudio, p. 40	B
Asistencia a ferias o exposiciones artesanales (Punta Arenas)	58,9%	65,5% nacional urbano	ENPCCL 2024, p. 31	A, con muestra pequeña
Asistencia al cine (Punta Arenas)	53,3%	53,8% nacional urbano	ENPCCL 2024, p. 24	A, con muestra pequeña

La ENPCCL 2024 tiene en Magallanes una muestra de 491 hogares, solo en Punta Arenas, con un error relativo de 28,3%. Las diferencias menores a 4-8 puntos no son concluyentes.

3.5 Formación y talento: la región forma poco y su talento se va a estudiar fuera

Indicador	Dato	Fuente	Nivel
Carreras de animación, audiovisual, cine, videojuegos o multimedia en la región	**Ninguna en veinte años (2007-2026).** En 2026 hay más de cien programas de ese tipo en el país, concentrados en la Región Metropolitana, Valparaíso, Los Ríos y Biobío	Mineduc, Servicio de Información de Educación Superior (SIES), bases de matrícula 2007-2026	A
Carreras creativas que existen hoy en la región	Solo dos familias de dieciocho: diseño gráfico y digital (INACAP, 104 estudiantes en 2026) y arquitectura (Universidad de Magallanes, 148). Periodismo, comunicación y diseño de vestuario existieron, pero cerraron entre 2008 y 2013	SIES, 2007-2026	A
Dónde estudian los jóvenes de la región que eligen una carrera creativa	Entre 2018 y 2026, el 59% ingresó a una institución fuera de la región (614 frente a 429). Los que se quedan estudian casi todos arquitectura o diseño; los que se van, periodismo, música, audiovisual, artes visuales, sonido y animación	Estimación propia con datos abiertos y anonimizados del Mineduc (egresados de 4.° medio en Magallanes y matrícula de primer año); solo conteos agregados	C

Indicador	Dato	Fuente	Nivel
Especialidades técnico-profesionales en liceos	4 de 9 liceos técnico-profesionales tienen especialidades digitales (115 estudiantes en 2025, 7,9% de la matrícula técnico-profesional). Gráfica, dibujo técnico y artes: ninguna entre 2010 y 2025	Mineduc, matrícula por especialidad 2010-2025	A
Planes de capacitación SENCE y perfiles de ChileValora	Del catálogo SENCE (859 planes), 27 se asocian a sectores creativos (3,1%): artes del espectáculo y su técnica (7), radio y televisión (4), artesanía (10), diseño UX/UI y de vestuario (2) y comunicación digital (4). En ChileValora, 11 de 1.130 perfiles (1,0%), solo de espectáculo y de radio y televisión. Ninguno de los dos tiene planes ni perfiles de animación, edición y postproducción de video, videojuegos, ilustración, diseño gráfico, fotografía ni producción musical. La tecnología, en cambio, suma 58 planes y unos 20 perfiles	SENCE, catálogo de planes formativos; ChileValora, catálogo de perfiles (2026); clasificación propia	A (catálogos); C (clasificación)



Egresados de 4.° medio de establecimientos de Magallanes que ingresaron a primer año de una carrera creativa entre 2018 y 2026 (en total, 614 fuera y 429 en la región). Una carrera puede pertenecer a más de una familia. Fuente: Mineduc, datos abiertos de egresados y matrícula de educación superior; cálculo propio con conteos agregados (nivel C). Elaboración propia de la Red CreaMag.

Figura 5. Ingresos a primer año de carreras creativas de egresados de 4.° medio de Magallanes, dentro y fuera de la región, 2018-2026. Fuente: Mineduc; cálculo propio de la Red CreaMag (nivel C).

Lectura (C). La región no forma en la mayor parte de las disciplinas creativas, y la mayoría de sus jóvenes que eligen una carrera creativa se va a estudiar fuera. Eso es también una **oportunidad**: unas 600 personas en nueve años que se formaron en disciplinas que la región no ofrece, y que tienen familia y redes en Magallanes, lo que hace más fácil que vuelvan si encuentran trabajo en el sector. Es el **talento repatriable** con que podrían contar los equipos de la región. No hay datos de cuántos se titularon ni de cuántos volvieron; estimarlo requiere datos del Mineduc y una encuesta propia (capítulo 9).

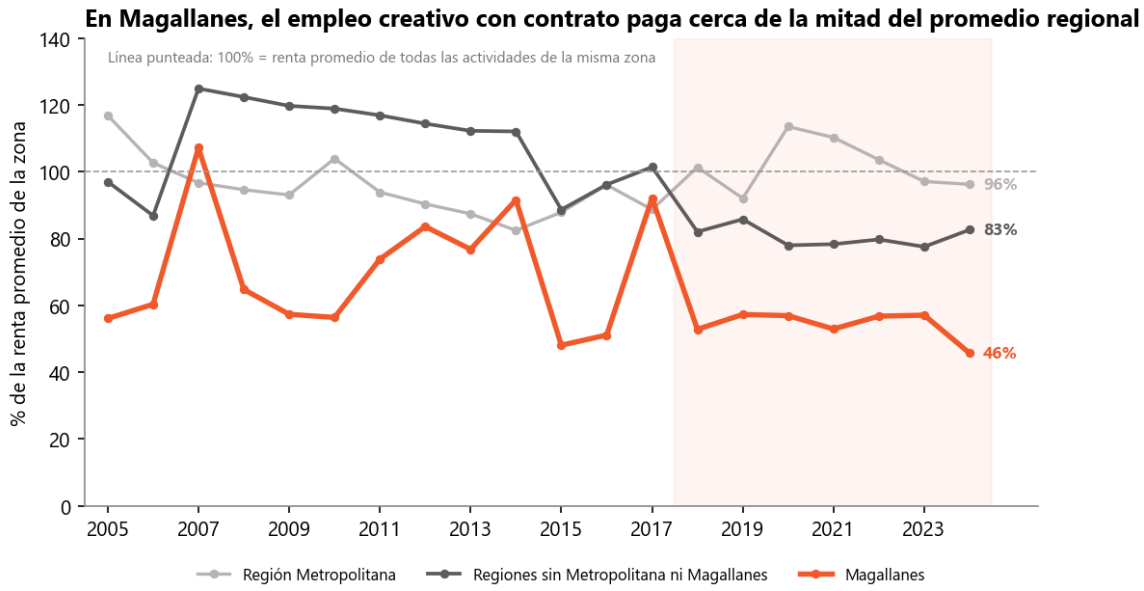
3.6 Ingreso, costo de vivir y costo de producir

La Red ha sostenido que el costo de vida en Magallanes dificulta formar equipos y traer de vuelta al talento. Al revisar la evidencia, conviene separar tres cosas distintas: cuánto paga el trabajo creativo, cuánto cuesta vivir y cuánto cuesta producir.

1. Cuánto paga el trabajo creativo. Las estadísticas de empresas del SII informan la renta de los trabajadores con contrato y los honorarios pagados por cada actividad y región.

Indicador (2024)	Magallanes	Regiones sin la Metropolitana ni Magallanes	Región Metropolitana	Nivel
Renta mensual por trabajador con contrato en empresas creativas	8,9 UF	20,1 UF	33,8 UF	A
Renta mensual por trabajador con contrato, todas las actividades	19,5 UF	24,4 UF	35,1 UF	A
Empleo creativo frente al promedio de la zona	**46%**	83%	96%	C
Entre 2018 y 2024	**46% a 57%**	78% a 86%	92% a 113%	C
Trabajadores de empresas creativas que están a honorarios	64%	73%	65%	C

Fuente: SII, estadísticas de empresas por región y actividad económica, años comerciales 2005-2024. Renta neta anual dividida por los trabajadores ponderados por meses trabajados. No corrige por jornada parcial y ubica a cada empresa en la región de su casa matriz.



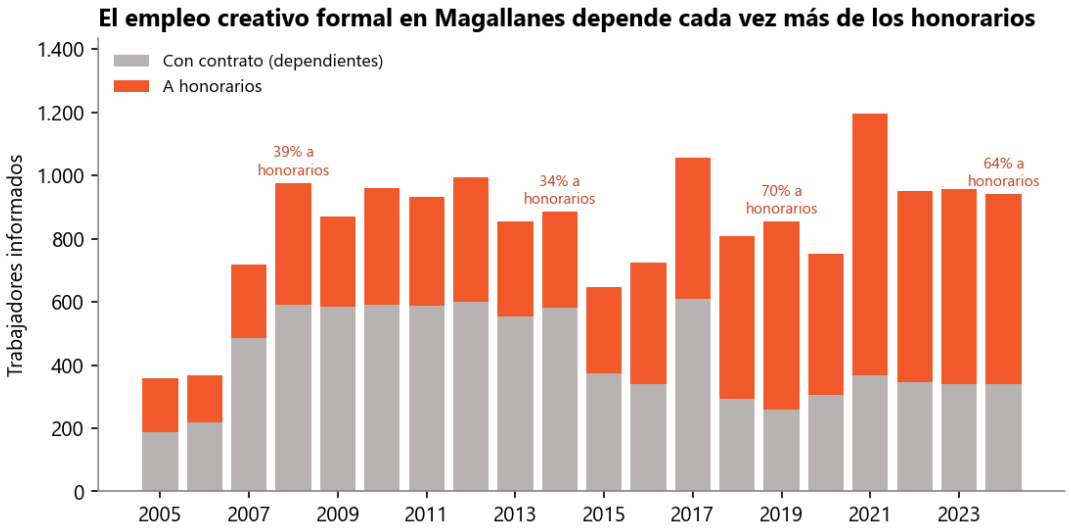
Renta neta mensual por trabajador dependiente (ponderado por meses trabajados) en actividades creativas, como porcentaje de la de todas las actividades de la misma zona. Magallanes tiene pocos trabajadores (entre 260 y 610 por año), por lo que su serie es volátil antes de 2018; la franja marca 2018-2024. La región es la de la casa matriz de la empresa. Fuente: SII, Estadísticas de empresas por región y actividad económica, años comerciales 2005-2024 (PUB_REG_ACT); 33 códigos de actividad creativos (los del PAR Industrias Creativas de CORFO, más radio, arquitectura, artes escénicas, joyería e instrumentos). Elaboración propia de la Red CreaMag.

Figura 6. Renta del empleo creativo con contrato como porcentaje de la renta promedio de todas las actividades de la misma zona, 2005-2024. Fuente: SII; elaboración propia de la Red CreaMag.

La brecha no es solo un efecto de composición. En 2024, cada actividad creativa con datos suficientes pagó en Magallanes menos que la misma actividad en las demás regiones:

- publicidad: 9,1 UF frente a 19,5 UF;
- servicios de impresión: 9,4 UF frente a 15,4 UF;
- producción escénica: 6,9 UF frente a 21,3 UF;
- arquitectura: 15,3 UF frente a 27,4 UF.

Los montos absolutos son bajos porque incluyen jornadas parciales. La comparación útil es la proporción.



Trabajadores informados por las empresas con actividad principal creativa domiciliadas en Magallanes (declaraciones juradas de remuneraciones y de honorarios). Hasta 2014, la mitad de los contratos estaba en pocas empresas editoriales que después dejaron de informarlos; desde 2018 crecen sobre todo los honorarios de las artes escénicas. No incluye a quienes trabajan por cuenta propia sin ser contratados por una empresa del sector. Fuente: SII, Estadísticas de empresas por región y actividad económica, años comerciales 2005-2024 (PUB_REG_ACT); 33 códigos de actividad creativos (los del PAR Industrias Creativas de CORFO, más radio, arquitectura, artes escénicas, joyería e instrumentos). Elaboración propia de la Red CreaMag.

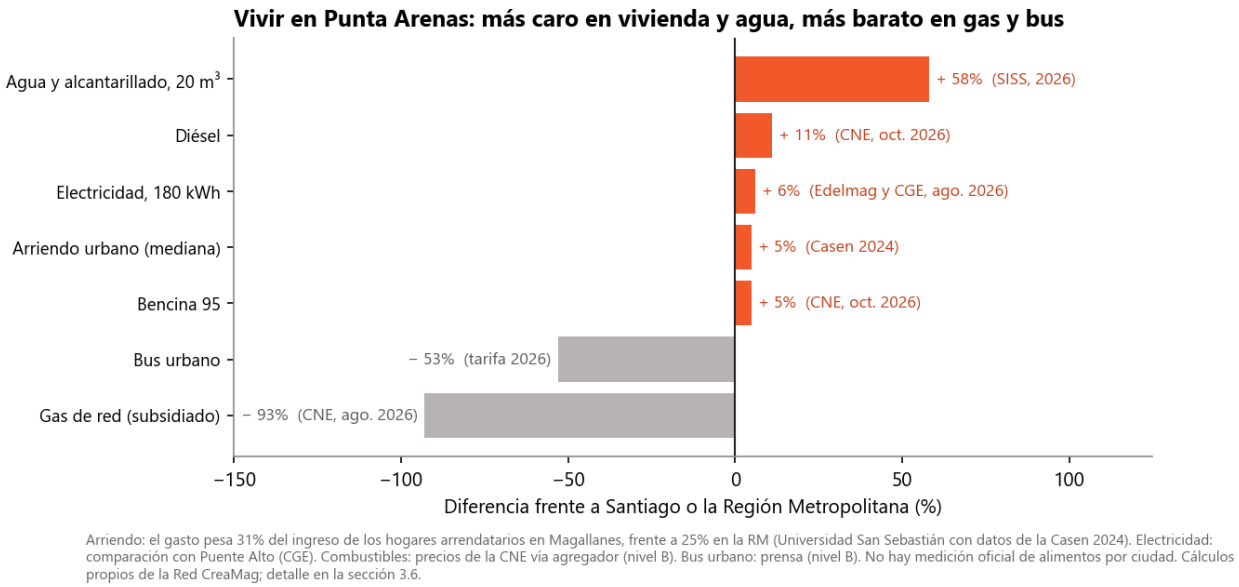
Figura 7. Trabajadores con contrato y a honorarios informados por las empresas creativas de Magallanes, 2005-2024. Fuente: SII; elaboración propia de la Red CreaMag.

Con otra fuente y otra definición del sector, el Ministerio de las Culturas llega a la misma dirección: en 2024 la remuneración promedio de las entidades creativas de Magallanes fue 22% menor que la nacional (tabla 16.3 del *Informe Anual 2024*).

2. Cuánto cuesta vivir. No hay un índice oficial, pero algunos componentes sí se pueden medir con datos públicos, y van en direcciones distintas.

Componente	Punta Arenas o Magallanes	Santiago o Región Metropolitana	Diferencia	Fuente	Nivel
Arriendo urbano, mediana mensual (2024)	$400.000	$380.000 (país: $350.000)	+5% frente a la RM; +14% frente al país	Universidad San Sebastián con datos de la Casen 2024, tabla 4	B
Peso del arriendo en el ingreso del hogar arrendatario (mediana, 2024)	31,1%, el más alto del país	25,3% (país: 26,0%)	+5,8 puntos	Mismo estudio, tabla 4	B
Agua potable y alcantarillado, cuenta de 20 m^3 (2026)	$45.147	$28.632	+58% (Valparaíso y Antofagasta son más caras)	Tarifas vigentes publicadas por la SISS; cálculo propio	A, con cálculo C
Pasaje aéreo a Santiago, ida y vuelta (2024)	$315.266	—	4,5 veces el de Concepción	SERNAC, estudio de costos de viajes nacionales (2024), p. 15	B
Bencina 95 y diésel (05-10-2026)	—	—	+5% y +11%	CNE, vía agregador de precios	B

Componente	Punta Arenas o Magallanes	Santiago o Región Metropolitana	Diferencia	Fuente	Nivel
Electricidad, cuenta residencial de 180 kWh (agosto de 2026)	$45.590	$43.062 (Puente Alto)	+6%; similar a Rancagua y Concepción	Pliegos tarifarios de Edelmag y CGE; cálculo propio	A, con cálculo C
Gas de red, equivalente a un cilindro de 15 kg (agosto de 2026)	$2.360	$35.034	−93% (gas regulado y subsidiado)	CNE, Reporte Mensual del Sector Energético, septiembre de 2026, p. 15	A
Bus urbano (2026)	$370	$795	−53%	Prensa regional	B



Arriendo: el gasto pesa 31% del ingreso de los hogares arrendatarios en Magallanes, frente a 25% en la RM (Universidad San Sebastián con datos de la Casen 2024). Electricidad: comparación con Puente Alto (CGE). Combustibles: precios de la CNE vía agregador (nivel B). Bus urbano: prensa (nivel B). No hay medición oficial de alimentos por ciudad. Cálculos propios de la Red CreaMag; detalle en la sección 3.6.

Figura 8. Diferencia de precio por componente del costo de vivir, Punta Arenas o Magallanes frente a Santiago o la Región Metropolitana. Fuentes: SISS, CNE, Edelmag, CGE, Casen 2024 y prensa; elaboración propia de la Red CreaMag.

Lectura de la tabla:

- Vivir en Punta Arenas es **más caro en vivienda, agua, vuelos y combustibles**, cuesta **lo mismo en electricidad** y es **mucho más barato en gas y bus urbano**. El gas pesa mucho por el clima: el consumo de energía por vivienda en la zona térmica de Punta Arenas es 5,1 veces el de la zona central (Ministerio de Energía, caracterización residencial, 2018). El subsidio al gas compensa justamente el componente más intensivo.
- El neto sigue sin medirse:
  - La Dirección de Presupuestos constató que «no hay medidas directas que cuantifiquen el costo de vida desagregadas a nivel regional» (DIPRES, Nota de Investigación 2022/30, p. 7). Para alimentos no hay ninguna medición oficial por ciudad: la red de precios de ODEPA no cubre Magallanes.
  - La única comparación oficial de precios entre ciudades, la Canasta Única de Gasto del INE (septiembre a noviembre de 2015), ubicó a Punta Arenas en 92,9 frente a Gran Santiago = 100: octava de quince ciudades. Se conoce por la reproducción que hizo la Agrupación de Universidades Regionales en un documento para el Senado (2016, p. 7; nivel B). El estudio fue criticado porque usa pocos productos (130) y no pondera bien la calefacción ni la logística, así que tampoco prueba que vivir en Magallanes sea más barato.

  - Las cifras de «25% a 35% más caro» que suelen repetirse provienen de exposiciones y declaraciones durante la tramitación de la Ley N° 20.655 (2012), no de una medición (nivel D).
- Para el sector creativo, lo que más pesa es la vivienda: **el arriendo cuesta como en Santiago, con ingresos creativos que son la mitad del promedio regional**. El arriendo se lleva el 31% del ingreso de los hogares arrendatarios de la región, la proporción más alta del país (C).

3. Cuánto cuesta producir. Hay indicios, pero ninguna medición para el sector creativo:

- Viajar a Santiago, a mercados, rodajes o ferias, cuesta en promedio $315.266 ida y vuelta, 4,5 veces lo que cuesta desde Concepción (SERNAC, 2024). El flete de equipos tampoco está medido.
- El subsidio habitacional base de Magallanes es 1,57 veces el de la mayoría de las regiones (990 UF frente a 630 UF; MINVU, Resolución Exenta N° 195 de 2025).
- La tabla de precios de obras de la región recarga de 15% a 60% las comunas fuera de Punta Arenas (Resolución Exenta N° 857 de 2024).
- El único estudio del sector que trata el tema lo reconoce solo de forma cualitativa: «producir en regiones distintas a la Metropolitana impacta en el presupuesto» (Observatorio de Políticas Culturales, 2021, p. 73).
- La Red impulsa una herramienta para medirlo (secciones 9.4 y 10.2).

Lectura (C). Con la evidencia disponible, lo que más pesa al momento de volver o quedarse no es un costo de vida demostrado, sino el **ingreso**. El trabajo creativo regional paga la mitad que el resto de la economía de la región, que tiene la tasa de ocupación más alta del país (64,5%) y la segunda tasa de desocupación más baja (5,9%) (INE, Encuesta Nacional de Empleo, mayo a julio de 2026, según el *Termómetro Laboral* de la Subsecretaría del Trabajo). Un profesional creativo que vuelve compite con cualquier otro empleo regional. Por eso, la vía para retener y atraer talento pasa por subir el valor de lo que se produce: equipos que tomen encargos más grandes y mercados fuera de la región (capítulos 7 y 8). Las compensaciones de zona no ayudan aquí, porque no llegan a quienes trabajan a honorarios o por cuenta propia (sección 8.2).

4. La economía creativa de subsistencia: artesanía, ferias y emprendimiento

4.1 Por qué importa

Buena parte de la capacidad creativa de Magallanes está en la artesanía, la manufactura a mano, el textil, la joyería y los oficios patrimoniales. Esa capacidad se ejerce hoy, sobre todo, en ferias y venta directa de baja remuneración. La hipótesis de la Red es que **existen capacidades que se usan donde se pagan poco**, y que una parte de ellas puede transitar hacia el diseño de producto, la fabricación digital, la ilustración o el licenciamiento. La transición tiene brechas reales (no es lo mismo esculpir a mano que modelar en digital), pero la evidencia muestra puentes posibles.

4.2 Lo que está medido

Dato	Cifra	Fuente	Nivel
Formalidad en el dominio artesanía (nacional)	4,9%, la más baja de todos los dominios; 74% mujeres; 29,5% de 60 años o más; 82% trabajo independiente	Registro de Agentes Culturales 2021-2024	A
Artesanos usuarios de INDAP en Magallanes	17, de 6.537 en el país	INDAP, ejecución del rubro artesanía 2023 (2024)	A
Línea de emprendimiento FOSIS aprobada por el Consejo Regional	2019: $290,2 millones, 312 personas. 2024: cerca de $529,6 millones, 462 personas y 10 agrupaciones. 2026: $273,7 millones	Actas Ord. N° 4 (25-02-2019), Moción 039; Ord. N° 02 (05-01-2024), Moción 004; Ord. N° 05 (09-03-2026), Moción 043	A
Desagregación de FOSIS por rubro	No existe en ninguna tabla aprobada	Mismas actas	A (ausencia verificada)
«Emprendamos Ferias» de FOSIS en Punta Arenas (2024)	$35,4 millones; 32 personas	Acta Ord. N° 02 (05-01-2024)	A
Posición del Consejo Regional sobre el presupuesto de FOSIS	«Absoluta disconformidad respecto del exiguo presupuesto asignado al FOSIS»	Acta Ord. N° 02 (05-01-2024), p. 11	A
Focalización de SERCOTEC en Magallanes	Matrices multisectoriales; ningún instrumento con foco en artesanía, cultura o diseño	Actas del Consejo Regional 2022-2026	A
Compra de recuerdos por cruceristas	43,5% compra; gasto promedio de US$ 62,7 en la macrozona austral	Sernatur, estudio de cruceros 2017-2018	A
Fondart Regional 2021-2023 en Magallanes	Proyectos que cruzan artesanía, diseño y técnicas digitales: joyería con técnicas tradicionales yaganes y diseño moderno ($9,5 millones), relieves 3D pintados a mano ($7,2 millones), «del territorio al juguete de colección» ($5,5 millones), «Red de Creatividad Digital Austral» ($12,2 millones)	Nóminas de seleccionados de Fondart Regional	A (proyectos); C (su lectura como puente)

4.3 Dónde se ejerce hoy esa capacidad

- **Ferias.** La feria «Artesanías Australes», de la Seremi de las Culturas y la Empresa Portuaria Austral, reúne entre 15 y 18 artesanos con certificación ChileArtesanía durante 24 días de temporada de cruceros. No hay cifras públicas de venta (B).
- **Turismo.** La demanda de recuerdos es significativa (43,5% de los cruceristas compra), pero no hay datos de qué parte captura la artesanía local. La prensa regional ha recogido reclamos de artesanos por la competencia de productos importados; no hay fuente oficial que lo cuantifique, por lo que este informe no lo afirma.
- **Emprendimiento de subsistencia.** FOSIS atiende cada año a varios cientos de personas en la región, pero no se sabe cuántas trabajan en rubros creativos.

4.4 Los puentes que existen y los que faltan

Puente	Estado en Magallanes	Fuente	Nivel
FabLab de la Universidad de Magallanes (impresión 3D, escáner 3D, router CNC; desde marzo de 2024)	Existe, pero su presentación no menciona artesanía ni diseño de producto	Brochure FabLab UMAG	A
FabLab de INACAP Punta Arenas, «FLIP» (desde julio de 2022; parte de la Red FAB INACAP)	Activo: figura entre los laboratorios activos de la red en 2025, y en abril de 2026 hizo un taller abierto de modelado y prototipado 3D durante la Semana Chile Emprende. Está en la misma sede que la carrera de diseño gráfico y digital	INACAP, página de la Red FAB INACAP (2025); Ovejero Noticias (07-05-2026)	A/B
FabLab Austral de Puerto Williams (2019)	Existe	Prensa	B
Laboratorio de co-creación y fabricación digital con artesanos	No existe en la región. Precedente: INACAP Osorno con 10 artesanos (2026)	Prensa	B
Cursos SENCE de software creativo	No existen en el catálogo nacional de planes formativos (859 planes); las actas del Consejo Regional de Capacitación SENCE 2024-2026 señalan escasez de OTEC y piden «habilitación digital» y «marketing»	SENCE, catálogo de planes formativos; actas del Consejo Regional de Capacitación	A
Nodo «Agrupación Tejedoras e Hilanderas de Punta Arenas» (CORFO, 2017-2018, $72,3 millones en dos etapas)	Precedente regional del puente: dio origen a una cooperativa de hilanderas con marca, colecciones de diseño y tienda-taller. No tiene informe final público	Base de beneficiarios CORFO 2017-2018; El Pingüino (22-08-2018)	A (proyecto); B (resultados)
Mesa Regional de Artesanía	Creada por la Ley N° 21.788 (publicada el 12-12-2025), junto con el Registro ChileArtesanía y un Fondo Nacional	Ley N° 21.788	A

Lectura (C). La región tiene la base (artesanos, oficios, proyectos Fondart que ya experimentan con lo digital) y tiene parte de la infraestructura: dos laboratorios de fabricación digital en Punta Arenas (UMAG e INACAP). Le falta el eslabón que los conecta: un programa que lleve a artesanos y creadores a prototipar, diseñar producto y vender con mayor valor, y un registro que permita saber cuántos son y dónde están. La Mesa de Economías Creativas es el espacio natural para articularlo; los demás

espacios del sector, entre ellos la Mesa Regional de Artesanía que crea la Ley N° 21.788, están por mapear.

5. Marco institucional regional

La figura 9 resume las decisiones de fomento productivo asociativo y creativo que la región tomó entre 2010 y 2026, y su falta de continuidad (sección 5.3).



Figura 9. Fomento productivo asociativo y creativo en Magallanes, 2010-2026: montos aprobados por CORFO y SERCOTEC y decisiones del Consejo Regional y del CDPR. Fuente: bases de beneficiarios CORFO 2014-2025 (clasificación propia), consolidado de proyectos SERCOTEC 2016-2019, prensa regional y actas del Consejo Regional; elaboración propia de la Red CreaMag.

5.1 La Estrategia Regional de Desarrollo 2023-2030

La ERD declara la intención de «estimular a las industrias creativas y la integración de los patrimonios materiales e inmateriales a distintos procesos productivos y de servicios», pero no traduce esa intención en lineamiento, acción ni indicador económico-productivo. El tratamiento cultural (lineamiento 4.1) es de acceso, participación y patrimonio. El eje digital (lineamiento 16.2) busca un «polo de desarrollo para la industria de manejo y procesamiento de información digital» sin mencionar al sector creativo (acta Ord. N° 12, 16-05-2023, pp. 61, 63 y 86-87).

En septiembre de 2025, un consejero solicitó a la División de Planificación una **evaluación de medio tiempo de la ERD** (acta Ord. N° 26, 22-09-2025). Esa evaluación es una ventana para revisar cómo la ERD trata al sector (sección 9.2).

5.2 Trece años de actas del Consejo Regional

La revisión de 482 actas del Consejo Regional entre 2013 y 2026 arroja cuatro conclusiones:

1. **«Industrias creativas» casi no existe en las actas.** No hay menciones entre 2013 y 2022. Entre 2023 y 2026 aparece solo en la focalización del PTI de CORFO y en la ERD.
2. **La cultura se financia con fondos concursables del FNDR, sin línea de industria.** El porcentaje cultural pasó del 2% (2013-2014) al 6% (2015-2021), al 7% (2022) y al 8% de «Vinculación con la Comunidad» (desde 2023). Predominan fiestas y festivales. El audiovisual aparece en proyectos sueltos de $3 a $18 millones, uno a tres por año.
3. **El mayor gasto público con componente audiovisual fue de turismo:** la reactivación turística de 2020 (Moción N° 120, Ord. N° 21, 11-11-2020, $1.199 millones, ejecutada por CORFO), que incluyó el Eco-Challenge.
4. **El gasto cultural grande es infraestructura:** la Biblioteca y Archivo Regional (Mociones N° 080 de 2023 y N° 253 de 2024, más de $7.500 millones).

Cultura no es industria: las menciones desagregadas. La palabra «cultura» aparece en 331 de las 482 actas; «industrias creativas», en 4. Para ver qué hay entre ambas, se buscaron en las actas los subsectores de la industria creativa uno por uno, descartando los usos que no corresponden (como «pesca artesanal», «libro de actas» o «radio de curvatura»). La tabla resume qué son esas menciones. Las cifras de actas son un indicio (C); los ejemplos se verificaron en el acta (A).

Subsector	Actas con mención (2013-2026)	Qué son esas menciones	Ejemplos verificados
Término «industrias creativas»	4	Solo la focalización del PTI de CORFO y la ERD, todas en 2023	Actas Ord. N° 04 (28-02-2023), N° 10 (24-04-2023), N° 12 (16-05-2023) y N° 32 (28-12-2023)
Radio, televisión y prensa	54	El **Fondo de Fomento de Medios de Comunicación Social**: desde 2014 el Consejo Regional aprueba cada año sus bases, su comisión evaluadora y sus proyectos. Es el único instrumento recurrente del Consejo dirigido a una industria creativa, aunque se trata como comunicaciones. Sus bases permiten pagar a camarógrafos, sonidistas, diseñadores gráficos y editores	Acta Ord. N° 05 (23-02-2015), p. 24; Moción N° 019, acta Ord. N° 03 (27-02-2023)

Subsector	Actas con mención (2013-2026)	Qué son esas menciones	Ejemplos verificados
Audiovisual	53	En su mayoría usos incidentales (la sala de cine de una localidad, equipos audiovisuales, respaldos de rendición). Como proyectos, obras puntuales del fondo cultural	Festival de mapping y artes mediales LUMEN ($19,1 millones, acta Ord. N° 08, 10-03-2014; $15 millones, acta Ord. N° 27, 11-10-2016); serie de cortometrajes documentales de Torres del Payne ($16,5 millones, acta Ord. N° 09, 10-04-2017); largometraje «Al sur del cielo, el Hain» ($14,2 millones, acta Ord. N° 18, 09-07-2018)
Música	60	Coros, orquestas juveniles, encuentros y talleres musicales. Ninguna mención a grabación, sellos, gestión de artistas o circulación	Encuentro de música celta (acta Ord. N° 09, 10-04-2017); «Capacitación Habilidades Musicales a Infantes, Niños y Jóvenes de Natales» (acta Ord. N° 9, 08-04-2019)
Editorial y literatura	75	Muchas incidentales (libros de honor, libros de historia citados en debates). Como proyectos: ferias del libro, publicaciones conmemorativas, poesía. Las bases del FNDR obligan a entregar al Gobierno Regional entre el 10% y el 20% de los ejemplares de libros y discos financiados	Publicación de crónicas magallánicas ($2,2 millones, acta Ord. N° 18, 09-07-2018); acta Ord. N° 02 (09-01-2023)
Artesanía	54	Sobre todo infraestructura: el Pueblo Artesanal Etherh Aike de Puerto Natales (mejoramiento y diseño de su ampliación) y ferias	Proyecto FRIL «Mejoramiento Pueblo Artesanal Etherh Aike y otros, Natales» (acta Ord. N° 19, 16-08-2021)
Diseño y arquitectura	6 y 6	El diseño aparece como servicio que contrata el propio Estado; la arquitectura, como debate sobre una «arquitectura magallánica» para las obras públicas	Contratación de dos diseñadores gráficos para la comunicación de la pandemia (acta Ord. N° 18, 07-09-2020)
Software, animación y contenidos digitales	6	Usos aislados: realidad aumentada con fines educativos, impresión 3D en salud	—
Videojuegos	**0**	Ninguna mención en trece años	—

Lectura (C). El Consejo Regional habla de cultura, no de industria. Cuando aparecen, los subsectores creativos son el contenido de proyectos culturales y comunitarios (folclor, coros, teatro, libros conmemorativos), o infraestructura (salas, pueblos artesanales), y casi nunca empresas, empleos o mercados. Pero hay dos señales que este informe quiere destacar:

1. **El Estado regional ya compra servicios creativos.** El Fondo de Medios, el fondo cultural del FNDR y la comunicación del propio Gobierno Regional pagan sonido, cámara, diseño, edición e impresión, pero nadie registra quién provee esos servicios ni si son de la región.
2. **La línea de formación del fondo cultural** ya contempla «competencias en las áreas de arte escénica, gestión cultural, audiovisual, visual, musical, literaria» (acta Ord. N° 07, 20-03-2023, p. 46). Es una base desde la cual orientar parte de la formación hacia oficios técnicos de la industria.

Clasificar por subsector y por proveedor lo que ya se financia es la forma más barata de construir una primera línea base (capítulo 9).

5.3 Las decisiones de fomento productivo que no tuvieron continuidad

Año	Acción	Instrumento	Resultado conocido	Fuente
2017-2018	Nodos para la Competitividad con foco creativo (la memoria de la PUCV cuenta tres): «Agrupación Tejedoras e Hilanderas de Punta Arenas» (17NODO-73263; $26,3 millones en 2017 y $46,0 millones en 2018) y «Artesanías de Exportación E-Commerce Región de Magallanes» (17NODO-88762; $5,5 millones en 2017 y $45,5 millones en 2018)	CORFO, línea asociativa (operador CODESSER)	El primero dio origen a una cooperativa de hilanderas con marca y colecciones propias (prensa regional, 2017-2018); del segundo no hay resultados públicos. Ninguno tiene informe final publicado	Bases de beneficiarios CORFO 2017 y 2018; Córdova (2020); El Pingüino (22-08-2018)
2019	Cuatro proyectos Red Mercados con foco creativo: «Red Exporta para la Competitividad de la Industria Creativa en la Región de Magallanes» (19REDEXP-115776), «Artesanía y Diseño de Autor de Magallanes» (19REDEXP-115790), «Diseño de Alta Gama» (19REDEXP-115759) y «Natalinas de Exportación» (19REDEXP-115738)	CORFO, $21,5 millones en total, solo la primera etapa (operador CODESSER)	Ninguno pasó a una segunda etapa; sin resultados públicos	Base de beneficiarios CORFO 2019
2021-2022	PAR *Impulsa*, *Reimpulsa* y *Chile Apoya Industrias Creativas* en Magallanes	CORFO (operadores CODESSER y FUDEA)	**90 proyectos por $335 millones**: 32 Impulsa (2021, $99,4 millones), 34 Reimpulsa (2021, $133,3 millones) y 24 Chile Apoya (2022, $102,3 millones). Incluyen editoriales, radios, impresión, artesanía y la reapertura de un cine	Bases de beneficiarios CORFO 2021 y 2022; El Pingüino (2022)
Feb. 2023	CORFO propone focalizar un PTI en «industrias creativas audiovisuales de la región»	Presentación al Consejo Regional	Los consejeros objetaron el método (la propuesta llegó sin pasar por comisión), no el sector	Acta Ord. N° 04 (28-02-2023), p. 16
Abr. 2023	El Consejo Regional aprueba por unanimidad la focalización del PTI en «Desarrollo de las Industrias Creativas»	Moción N° 054	Sin registro público de formulación ni ejecución	Acta Ord. N° 10 (24-04-2023), p. 10
2023	FilMagallanes: catálogo de locaciones y seminarios	CORFO (reactivación turística)	Plataforma web de locaciones	CORFO (2023)
Nov. 2023	Viraliza Formación «Economías Creativas de Magallanes»	CORFO, $30 millones	Escuela *Magallanes Creativo* (2024), 50 participantes	Ovejero Noticias (2024)
Dic. 2023	Renovación de la focalización PTI 2024 con industrias creativas	Moción N° 232	Sin debate; sin ejecución conocida	Acta Ord. N° 32 (28-12-2023), p. 23
2025	Instalación del CDPR; la focalización pasa al comité	Mociones N° 040 a 043	Ejes 2025-2026: alimentos, turismo, energía y Antártica	Acta Ord. N° 07 (10-03-2025)

Cómo funciona un PTI. No es una convocatoria abierta: la Dirección Regional de CORFO (hoy, el CDPR) formula la propuesta y la lleva al comité de asignación de fondos; después se invita a un agente operador. Las bases de beneficiarios de CORFO 2023 a 2026 no registran ningún PTI creativo en Magallanes. Los PTI magallánicos que sí aparecen son Agroalimentos (2022-2023), Tierra del Fuego y Cabo de Hornos (2025) y Logístico (19-05-2026). Lo más probable es que la propuesta creativa nunca se haya formulado ante el comité (C). El instrumento sí sirve para el sector: Ñuble tiene un PTI de Industrias Creativas de la Música y lo Audiovisual (2023).

Antes de 2017: emprendimiento local y asociatividad, sin foco creativo.

- **El Programa de Emprendimientos Locales (PEL) de CORFO** financiaba grupos de emprendedores por territorio, con CODESSER como operador en la región. En 2014 aprobó 11 PEL en Magallanes por $395 millones, casi todos multisectoriales. Solo uno se acerca al sector: «Confección, artesanía y mueblista» (PEL-35, $49,5 millones) (CORFO, base de beneficiarios 2014). En 2016 el PEL se fusionó con Capital Semilla Empresa en el programa Crece y pasó a SERCOTEC (CORFO, Balance de Gestión Integral 2016, pp. 61-65).
- **No se encontró un PEL de industria creativa en la región.** Según el mapeo del Consejo de la Cultura, los PEL creativos de 2011 se hicieron en Valparaíso y Coquimbo (*Mapeo de las industrias creativas en Chile*, 2014, p. 271). Las bases públicas de beneficiarios de CORFO empiezan en 2014, por lo que los PEL de 2007 a 2013 hay que pedirlos a CORFO.
- **El escalón asociativo de SERCOTEC** (IDM y luego Juntos) se trata en la sección 7.3.

Plazo crítico. La competencia de focalización de instrumentos transferida al Gobierno Regional vence en diciembre de 2026 (DS N° 247 de 2020).

La figura 9, al inicio de este capítulo, resume esta secuencia.

5.4 El Comité de Desarrollo Productivo Regional

El CDPR se constituyó el 18-03-2025. CORFO le delegó 23 programas y SERCOTEC 10 líneas (CORFO, 18-03-2025). Su presupuesto fue de $1.876 millones en 2025 y de $1.904 millones en 2026 (lámina presentada en el acta Ord. N° 13, 25-05-2026, p. 51; lectura de imagen).

En 2025 aprobó 57 proyectos por $2.085.574.251: 36 de Activa Inversión, 6 de Semilla Inicia, 5 de Viraliza, 3 de Innova Región, 2 PTI, 2 programas estratégicos regionales, y uno de Red Proveedores, FOCAL y Red Mercados. **Ninguno corresponde a empresas creativas.** Los más cercanos son TEDxPuntaArenas (Viraliza, $48,35 millones) y proyectos turísticos con valor patrimonial (base de beneficiarios CORFO 2025, hoja «CDPR Magallanes»; análisis propio).

5.5 Los programas Transforma de CORFO en Magallanes

Programa	Estado	Relevancia para el sector creativo	Fuente	Nivel
Transforma Antártica (programa estratégico regional, código 25PER-290869; aprobado el 06-06-2025)	Etapa de diseño por $89.999.196. Hoja de ruta lanzada el 22-07-2026: 7 años, 6 ejes, 28 iniciativas	Su **eje 6 es «Identidad y Cultura Antártica»**. Las iniciativas concretas, salvo un programa de identidad antártica y contenidos para el currículo escolar, no son públicas	Base de beneficiarios CORFO 2025; acta Ord. N° 13 (25-05-2026), pp. 50-52; prensa regional	A/B

Programa	Estado	Relevancia para el sector creativo	Fuente	Nivel
Transforma Hidrógeno Verde Magallanes	CORFO anunció en julio de 2026 que el programa «como tal, como hidrógeno verde, se cierra» a fines de octubre de 2026 y se redefine hacia nuevas energías y transición energética	Su agente operador contrató en 2025 identidad de marca y relato audiovisual: hay demanda de servicios creativos	Javier Romero, director regional de CORFO, en La Prensa Austral (04-07-2026)	B
PTI audiovisual o creativo	Sin registro público en la cartera 2025-2027	—	Bases de beneficiarios CORFO 2023-2026; actas del Consejo Regional 2025-2026	A (ausencia)

Lectura (C). El eje «Identidad y Cultura Antártica» es la puerta más natural para el sector creativo dentro de la cartera actual de CORFO: contenidos, audiovisual, ilustración, diseño, divulgación científica y entornos virtuales antárticos. La hoja de ruta completa y las iniciativas de ese eje no son públicas (capítulo 9).

5.6 El Plan de Desarrollo de Zonas Extremas 2025-2035

El PDZE no es un fondo: es una cartera de 105 iniciativas (162 etapas) por **$2.425.667 millones**, ejecutada con presupuestos sectoriales (52%) y con la provisión PDZE que SUBDERE transfiere al Gobierno Regional (47%). El Consejo Regional lo aprobó por unanimidad (Moción N° 120, acta Ext. N° 03, 30-06-2025) y se firmó el 14-11-2025.

Eje	Participación
Desarrollo territorial integrado (conectividad, servicios básicos)	72,5%
Desarrollo social y humano	15,0%
Medio ambiente, ciencia y tecnología (Antártica)	10,7%
Desarrollo económico y fomento productivo	**1,7%**

Fuente: Gobierno Regional de Magallanes, *Plan de Desarrollo de Zonas Extremas 2025-2035*, pp. 229-274; acta Ext. N° 03 (30-06-2025), p. 24. Nivel A.

- **Cultura y patrimonio** suma $35.492 millones en dos proyectos principales: la Biblioteca y Archivo Regional y la restauración de la Casa de la Memoria.
- **Emprendimiento y desarrollo productivo** ($37.585 millones) es solo infraestructura: el Centro de Convenciones, terrenos para zona franca remota en Porvenir y Natales, e infraestructura en áreas protegidas. No hay programas de CORFO ni de SERCOTEC.
- **Industrias creativas:** el plan las menciona una sola vez, como oportunidad en el diagnóstico cultural (p. 119), sin proyecto ni indicador. En la participación ciudadana de Punta Arenas se pidieron un «centro de innovación y distrito digital» y un «programa regional de fortalecimiento del emprendimiento», que no quedaron en la cartera.
- **Ventana de modificación.** La evaluación intermedia del año 5 (2030) permite modificar la cartera (Decreto N° 43 de 2023). Cualquier iniciativa nueva debe pasar por el Sistema Nacional de Inversiones.

El Centro de Convenciones de Magallanes es la iniciativa productiva de mayor monto ($20.485 millones), en un terreno de la Universidad de Magallanes con acceso por calle Chañarcillo. La Dirección

de Arquitectura del MOP es la unidad técnica, y las obras están previstas entre 2026 y 2028, con unos 8.000 m^2, sistemas audiovisuales y capacidad de streaming (La Prensa Austral, 04-01-2026). El proyecto tiene antecedentes desde 2017 (Moción N° 327, 11-12-2017, por $7.923 millones, que no se ejecutó). **Su modelo de gestión no es público.** Un centro con audiovisual, streaming y vocación de turismo de reuniones generará demanda de producción de eventos, transmisión, diseño y contenidos, y puede alojar mercados de la industria creativa (C).

5.7 La Zona Franca de Punta Arenas

- La concesión vigente vence en **agosto de 2030**. Las bases y la nueva concesión son competencia del Gobernador Regional; el Consejo Regional fiscaliza y recomienda.
- El Gobernador mencionó una «zona franca de servicios» en la sesión del Consejo Regional del 06-01-2025 (acta Ord. N° 03). Una mesa técnica del Gobierno Regional y el Ministerio de Hacienda, con apoyo del BID, trabaja en una propuesta que incluye un eje de servicios profesionales y tecnológicos.
- El Consejo Regional creó una Comisión Especial de Zona Franca (Moción N° 078, acta Ord. N° 09, 20-04-2026).
- **Las actas no enumeran qué servicios incluiría una zona franca de servicios.** Por eso la Red ha solicitado que las bases nombren expresamente los servicios creativos y de contenidos digitales: preproducción, postproducción, animación, efectos visuales, diseño, desarrollo de videojuegos y producción de contenidos.

5.8 La Mesa de Economías Creativas de Magallanes

En 2026 se instaló la Mesa de Economías Creativas de Magallanes, convocada por ProChile con las Seremis de Economía y de las Culturas, CORFO, SERCOTEC y Sernatur. Su segunda sesión es el 8 de octubre de 2026. Es hoy el espacio de articulación identificado para el sector; los demás espacios y organizaciones están por mapear.

No hay registro público de una mesa anterior equivalente. La revisión de las actas del Consejo Regional (cero menciones a una mesa de economía creativa) y de la prensa regional no encontró una instancia previa de este tipo (C: una mesa sin cobertura pública no queda descartada). Los antecedentes más cercanos son actividades puntuales:

Fecha	Antecedente	Fuente	Nivel
2017	El Plan Nacional de Fomento a la Economía Creativa preveía comités técnicos y planes regionales; no hay evidencia de que se constituyeran en Magallanes	Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (2017)	A (plan); C (ausencia)
23-08-2017	«Cumbre de la Lana», del Consejo de la Cultura con la Seremi de Agricultura, ProChile, INDAP, SERCOTEC y CORFO	Prensa regional	B
07-10-2019	Encuentro de economía creativa «Travesía de inspiración», de la Seremi de las Culturas con ProChile, presentado como la primera iniciativa de este tipo en la región	Prensa regional	B
06-06-2025	Mesa Comex de ProChile, con exposiciones de industrias creativas y audiovisual	ProChile	A

La Mesa de Magallanes sigue un modelo que ProChile y las Seremis ya instalaron en otras regiones, como Los Ríos y O'Higgins (2024), Atacama y Arica (B). Hasta ahora no hay registro público de sus sesiones, como tampoco lo dejaron las instancias anteriores.

5.9 La escala municipal: Punta Arenas

Se revisaron los documentos públicos de la Municipalidad de Punta Arenas entre 2016 y 2026: 514 actas del Concejo Municipal (las de 2016 a 2022 son escaneos, leídos con reconocimiento óptico de caracteres), 63 actas del Consejo Comunal de Organizaciones de la Sociedad Civil (COSOC), las cuentas públicas, el PLADECO, el Plan de Desarrollo Turístico (PLADETUR) 2022-2026 y los presupuestos, publicados en www.puntaarenas.cl. Las comisiones del Concejo no publican actas.

La base formativa: cuatro circuitos que no se coordinan. El municipio financia o ejecuta una oferta amplia de formación artística. No es industria creativa, pero es la base de la economía creativa de la comuna:

Circuito	Quién lo ejecuta	Escala	Fuente	Nivel
Talleres del Adulto Mayor	Dirección de Desarrollo Comunitario (DIDECO)	De 9 talleres y 300 inscritos (2017) a 36 talleres y 1.400 inscritos (2025). La mayoría no son artísticos (yoga, uso del celular) o son recreativos	Cuentas públicas 2017 (p. 73) y 2025 (p. 149)	A
Talleres artístico-culturales del Centro Cultural Municipal	Municipio; desde 2022 los talleristas se eligen por concurso público anual	29 talleres y 528 asistentes en 2025, desde los 14 años	Cuentas públicas 2023 (p. 226) y 2025 (p. 246)	A
Casa Azul del Arte, desde 2026 Escuela Municipal de Arte y Cultura	Corporación Municipal (Cormupa) hasta 2025; Fundación para el Desarrollo de la Cultura y las Artes desde 2026	Más de 1.100 alumnos en 2017; según su propia memoria anual, entre 1.439 y 1.607 al año en 2018, 2019 y 2022, y cerca de 400 en 2020 y 2021, por la pandemia; 9 talleres concursados en 2026	Actas del Concejo, Ord. N° 39 (18-12-2017) y N° 66 (21-04-2023, memoria anual anexa, pp. 17-19); Resolución Exenta N° 32/2026 de la Fundación	A (autoinforme en el caso de la memoria)
Elencos y formación artística extraescolar	Cormupa; la extraescolar pasó al Servicio Local de Educación Pública en 2024	—	Cuenta pública 2024	B

Qué forma esa base (C). De los 177 talleres del Centro Cultural con nómina completa entre 2020 y 2025:

- el 65% es formación artística con base técnica transferible: música, teatro, danza, artes visuales y escritura;
- el 12% es recreativo;
- el 22% se acerca a oficios de la industria: audiovisual, sonido, ilustración, diseño, vestuario y artesanía de autor.

Pero ese último grupo depende de lo que postulen los talleristas cada año y no de una ruta: solo la fotografía tuvo niveles sucesivos (2022). La Escuela Municipal de 2026 ofrece 9 talleres de artes visuales, música y artes escénicas, ninguno de oficios técnicos de la industria. En síntesis, existe una formación que permite crear y expresarse, pero no la que permite producir en equipo (sonido, edición, iluminación, producción, herramientas digitales) ni la que conecta con un mercado.

De la Casa Azul del Arte a la Escuela Municipal de Arte y Cultura: continuidad sin traspaso.

- **Hasta 2025:** el municipio financió los gastos de operación de la Casa Azul con una subvención anual a la Cormupa de entre $100 y $194 millones entre 2015 y 2025 (cuentas públicas; acta del Concejo, Ord. N° 4, 10-01-2025).
- **Desde 2026:** la Fundación Cultural «toma a su cargo el proyecto de Casa Azul» (Resolución Exenta N° 32/2026). Recibe una subvención de $850 millones para actividades culturales y gastos operacionales (acta Ord. N° 40, 05-01-2026), cuyo destino se amplió en junio para incluir la Escuela (acta Ord. N° 55, 08-06-2026).
- **La continuidad, según el alcalde:** la escuela conserva el nombre por su «carga tradicional e histórica», pero «no representa una continuidad jurídica del organismo anterior» (acta Ord. N° 54, 27-05-2026).
- **Qué cambió:** el gestor; el régimen de trabajo, que pasó de una planta docente a talleristas a honorarios por concurso; y la escala.

Es una continuidad de función y de nombre, sin traspaso directo, y con una oferta más reducida (A, lectura C).

Cuánto gasta el municipio en cultura. El área de gestión «Programas Culturales» del presupuesto municipal se multiplicó por 3,2 entre 2018 y 2024. El aumento coincide con la entrada en operación de la Fundación Cultural, creada en 2018:

Año	Gasto ejecutado del área «Programas Culturales» (millones de pesos nominales)
2018	465
2019	515
2020	685
2021	528
2022	1.000
2023	1.165
2024	1.480
2025 (presupuesto inicial)	1.673
2026 (presupuesto inicial)	1.544

Fuentes: Cuenta Pública 2018, p. 117; presupuestos municipales 2020 a 2026 publicados en el Portal de Transparencia (por ejemplo, Presupuesto 2026, p. 62). Nivel A; algunas cifras se leyeron por OCR y se verificaron contra la imagen.

- **La Fundación Cultural recibe la mayor parte.** Las transferencias publicadas pasaron de $441 millones en 2019 a $993 millones en 2025. En el presupuesto 2026, la subvención a la Fundación ($850 millones) es el 55% del área.
- **La Casa Azul se financiaba por fuera de esa área,** con la subvención a la Corporación Municipal, de entre $100 y $194 millones al año.
- **Las subvenciones a organizaciones culturales y creativas son menores:** entre $2 y $32 millones al año, más premios de festivales y carnaval de $15 a $32 millones desde 2023.
- **Lo que no se publica:** la ejecución por programa ni el gasto real de la Escuela Municipal.

El gasto cultural municipal crece y se concentra en festivales, eventos y formación artística. Ninguna línea está orientada a la producción ni al fomento de la industria creativa (C).

Los subsectores creativos en el Concejo (C). Entre 2016 y 2019, las actas registran instrumentos municipales cercanos a una industria:

- un sello discográfico municipal, PUQ Records (acta Ord. N° 134, 29-07-2016);
- una Editorial Municipal;
- un estudio de grabación en el Centro Cultural;
- subvenciones a la Muestra de Cine Polo Sur (actas Ord. N° 20, 14-06-2017, y N° 73, 23-06-2023).

En 2022, un concejal pidió «reactivar» la Editorial Municipal y el sello discográfico, «programas que existieron en administraciones anteriores» (acta Ord. N° 21, 10-01-2022). Desde 2024 las menciones casi desaparecen. No hay ninguna a «industria creativa», «economía creativa», al FabLab ni a la Mesa de Economías Creativas, y la única mención a industrias creativas en todo el corpus está en la cuenta pública 2022 (p. 152).

Lectura (C). La política municipal es cultural, no de fomento productivo creativo, y repite a escala comunal el patrón regional: hubo instrumentos cercanos a la industria (sello, editorial) que no tuvieron continuidad. Pero la comuna tiene lo que a la región le falta en la base: miles de personas al año en talleres artísticos y una Escuela Municipal recién reorganizada. La Red busca articularse con esa base, no reemplazarla (capítulo 10).

6. Comparación de estrategias

La figura 10 resume el caso más cercano a Magallanes: la arquitectura de articulación de Atacama (sección 6.3).



Figura 10. La arquitectura de articulación de Atacama, 2023-2026, y los escalones previos que en Magallanes están menos cubiertos. Fuente: anteproyectos regionales de inversión, acuerdos del Consejo Regional de Atacama, resoluciones de CORFO Atacama y ProChile; elaboración propia de la Red CreaMag.

6.1 Planificación regional en Chile

Dimensión	Magallanes (ERD 2023-2030)	Araucanía (ERD 2040)	Valparaíso (ERD 2025-2035)
Lugar de las industrias creativas	Mención aspiracional en el ámbito cultural	Motor económico: objetivo 5.8 y línea L30	Sector emergente en la línea LA25, junto con TIC, energías renovables y economía azul; LA27 propone un «polo científico-tecnológico-creativo»
Acciones concretas	Ninguna específica	Nodos de industrias creativas (A107); hub tecnológico de innovación creativa y cultural (A109); programas de desarrollo empresarial para agentes culturales (A114)	FIC 2023 para la internacionalización de estudios de videojuegos; programa estratégico Valparaíso Creativo
Indicador	No existe	Crecimiento de las ventas del sector, con línea base del SII (2020: 0,7% de las ventas regionales)	Sin indicador sectorial específico identificado
Responsables	No definidos	Gobierno Regional, CORFO, SERCOTEC, universidades y Mesa de Industrias Creativas	Gobierno Regional, CORFO y ProChile
Base de evidencia	Proceso participativo	Mapeo de la Universidad de La Frontera (2021): 1.814 empresas formales; ventas cercanas a 1,76 millones de UF	Segundo polo creativo del país (14,2% de las empresas del Mapeo Exportador)
Lección	La semilla existe; falta decisión estratégica	Medir primero, decidir después, asignar responsables	Sin plan de acción, metas, línea base ni gobernanza, la estrategia queda en el papel

Fuentes: ERD Araucanía 2040 (pp. 146, 153 y 202-203), aprobada por el Consejo Regional de La Araucanía (Acuerdo N° 125, 04-06-2025); Universidad de La Frontera y Corporación Desarrollo Araucanía, *Mapeo de industrias creativas en la región de La Araucanía* (2021); ERD de Valparaíso 2025-2035 (pp. 96-97) y su evaluación de la ERD 2020. Nivel A.

La evaluación de la ERD 2020 de Valparaíso constató que el 73,9% de la inversión se destinó a equidad social y solo el 11,5% a crecimiento económico, y que los procedimientos de gestión (mesa técnica, monitoreo, plan de acción) no se implementaron. **La lección de Valparaíso es que incorporar un sector a la planificación no basta sin plan de acción, indicadores, responsables y gobernanza de seguimiento.**

6.2 Fomento productivo regional en Chile

Región	Qué hizo	Instrumentos	Lección para Magallanes
Atacama	Paquete financiado con FIC regional (2023-2026), por transferencia directa a dos servicios: CORFO ($197,4 millones: PAR, IFI Audiovisual regional y Viraliza) y ProChile ($271,75 millones: mapeo, catálogo digital exportador, coaching, misiones comerciales), coordinado por una mesa público-privada	FIC + CDPR + PAR + IFI + ProChile	El modelo más completo y más cercano en escala. Detalle en la sección 6.3

Región	Qué hizo	Instrumentos	Lección para Magallanes
Los Ríos	IFI Audiovisual regional desde 2021, con un gasto mínimo de US$ 200.000 (el nacional exige US$ 1 millón); PAR para industrias creativas (2021, $200 millones); Viraliza Industrias Creativas (2023)	Comité de Fomento Los Ríos (CORFO)	Un comité regional puede **calibrar un instrumento nacional** a la escala de su territorio. Es la única región donde el IFI regional se consolidó
Valparaíso	Programa estratégico regional Valparaíso Creativo (2016-2026), FIC 2023 para videojuegos, Ciudad Creativa de la Música UNESCO (2019)	Transforma CORFO + FIC + ProChile	Un programa de largo plazo puede sostener una gobernanza, pero tarda en institucionalizarse (sección 6.4)
Ñuble	PTI Industrias Creativas de la Música y lo Audiovisual (aprobaciones de $98,4 millones en 2022 y $91,0 millones en 2023): más de 50 empresas y 100 emprendimientos en tres años, con un plan estratégico sectorial; cerró en marzo de 2025	CORFO, PTI	**El PTI creativo es viable** en una región pequeña: lo que Magallanes priorizó y no ejecutó, Ñuble lo ejecutó
Valparaíso (PTI)	PTI «Mar de Música», el primero dedicado solo a la música: validación de $20 millones (2023), año 1 de $100,4 millones (2025), 43-44 empresas; lanzado en enero de 2026, unos 28 meses después de la validación	CORFO, PTI (aprobado por el comité regional)	Un PTI creativo tarda más de dos años en arrancar
Biobío	PTI «Biobío Creativo» ($64,4 millones en 2021 y $31,3 millones en 2022; 85 empresas según la planilla)	CORFO, PTI	Precedente de PTI multisectorial creativo
Coquimbo	PAR *Impulsa* y *Reimpulsa Industrias Creativas* (2021-2022): 220 proyectos por $847,5 millones; red asociativa de medios digitales	CORFO	Instrumentos de reactivación focalizados en el sector
Los Lagos	PTI «Lago Llanquihue Destino Creativo» ($88,8 millones en 2021 y $80 millones en 2022), con foco en turismo creativo; más de 100 emprendedores formados; cerró en septiembre de 2023	CORFO, PTI	Un PTI puede **cruzar turismo e industrias creativas**
Araucanía	Mapeo regional (2021) y luego incorporación en la ERD 2040 con Mesa de Industrias Creativas	Estudio + ERD	Medir antes de decidir
Magallanes	Nodos creativos de artesanía textil y de exportación (2017-2018); Red Exporta de industria creativa (2019); PAR creativos 2021-2022 (90 proyectos, $335 millones); focalización PTI aprobada en 2023 sin ejecución conocida; Viraliza 2023-2024; Red Mercados de textiles de lana fina ($86 millones). Nunca un PTI, un IFI, un PDT ni un Bien Público creativo	CORFO	Hay antecedentes y una base de empresas, pero sin continuidad ni articulación

El panorama nacional de instrumentos CORFO creativos (2021-2026). La revisión de las bases de beneficiarios de CORFO de las 16 regiones muestra dos escalas muy distintas:

Tipo de instrumento	Qué se hizo	Resultados públicos	Fuente	Nivel
Microsubsidios PAR (2021-2022)	2.502 proyectos y $8.917 millones en las 16 regiones, de $3 a $4,3 millones cada uno. Magallanes es la octava región en monto (3,8%)	Solo cobertura	Bases de beneficiarios CORFO 2021-2022 (cálculo propio)	A

Tipo de instrumento	Qué se hizo	Resultados públicos	Fuente	Nivel
PTI creativos	Ñuble, Biobío, Los Lagos y Valparaíso; Los Ríos lo anunció para 2026 con foco audiovisual	Empresas atendidas (50 a 85 por programa); sin cifras de ventas, empleo ni exportaciones	Comunicados CORFO; bases de beneficiarios	A/B
IFI Audiovisual regional	Solo Los Ríos: 8 producciones y $608,8 millones aprobados entre 2021 y 2024	Producciones financiadas; sin gasto realizado ni empleo local publicados	CORFO (17-05-2024); bases de beneficiarios	A
Programas de Difusión Tecnológica (PDT)	Solo Valparaíso: dos de $90 millones (2023), operados por empresas creativas	Sin resultados publicados	Bases de beneficiarios 2023	A
Bienes Públicos	Ninguno creativo entre los 60 aprobados en 2023-2026 ($6.410 millones). Precedentes anteriores: Valparaíso Film Office (2013, $118 millones de CORFO) y el Observatorio Digital de la Música Chilena (2019)	Sin resultados publicados	Bases de beneficiarios; Ministerio de las Culturas (2013)	A
IFI Audiovisual nacional	Más de $16.800 millones de inversión extranjera apalancada entre 2017 y 2024; ningún proyecto de Magallanes en las bases 2023-2026	Inversión apalancada	Ministerio de Economía (03-12-2024)	A

Lo que se sabe de resultados es escaso. Los resultados públicos son productos (empresas atendidas, producciones financiadas), no impactos. El único análisis cuantitativo identificado, una memoria de la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso (2020) con datos de CORFO obtenidos por transparencia, no encontró efecto de los programas territoriales creativos sobre las ventas ni el número de empresas, aunque sí una correlación positiva con el ingreso medio de los trabajadores creativos (+15,3%) (B). A escala de todos los sectores, el indicador de propósito de los PTI (empresas que firman contratos nuevos o mejorados) bajó de 76% en 2020 a 66% en 2022 (DIPRES, monitoreo 2022; A).

Lecciones del inventario (C):

1. **Los PTI creativos que se citan como exitosos tuvieron foco**: música y audiovisual (Ñuble), solo música (Valparaíso) o turismo creativo (Llanquihue). El programa de Los Ríos de 2009-2011, que abarcó muchos subsectores, terminó beneficiando casi solo a Valdivia. El foco en uno o dos subsectores y una geografía definida pesa en los resultados (C).
2. **El comité regional es el financista decisivo.** En 2023, el 44% del financiamiento de los 37 PTI vigentes del país vino de los presupuestos de los comités de desarrollo productivo regionales y solo el 26% de CORFO central (CORFO, Balance de Gestión Integral 2023; A).
3. **El gremio y el trabajo previo fueron condición, no consecuencia.** «Mar de Música» nace de años de trabajo de Valparaíso Creativo y del gremio de la música; en Ñuble hubo gestor, plan estratégico y gobernanza con el Gobierno Regional, las Seremis, ProChile y Sernatur. En Magallanes, el espacio de articulación identificado es la Mesa de Economías Creativas; los demás espacios y organizaciones del sector están por mapear.
4. **Los plazos son largos.** Si Magallanes siguiera el ritmo de Valparaíso (unos 28 meses entre la validación y el lanzamiento), un PTI solicitado en 2027 operaría recién en 2028-2029.

5. **La asociatividad ya fue la vía del fomento creativo territorial.** Entre 2014 y 2018, CORFO financió 75 Nodos para la Competitividad dirigidos al sector creativo en 14 regiones (16 en Biobío, 12 en O'Higgins, 3 en Magallanes), a través de su línea «Red Asociativa», cuyos objetivos eran promover el trabajo colaborativo entre pymes, identificar brechas y desarrollar estrategias de negocio conjuntas (Córdova, 2020, pp. 55-56, con datos de CORFO obtenidos por transparencia; B). La articulación asociativa que plantea la Red tiene, por tanto, antecedentes institucionales directos. En Magallanes, los nodos identificados en las bases de CORFO fueron de artesanía textil y de artesanía para la exportación (2017-2018): la articulación asociativa ya se probó en la región, precisamente en el tramo entre la economía creativa de subsistencia y el mercado.

6.3 El caso Atacama: una arquitectura de articulación

Atacama es el precedente más útil para Magallanes porque usó solo instrumentos que Magallanes también tiene. **Lo que interesa replicar no son sus resultados, sino su visión de articulación**: cómo combinó financiamiento regional, instrumentos de dos servicios distintos, un comité regional con atribuciones delegadas y una mesa con los propios creadores para mover a un sector completo, y no solo a empresas aisladas. Sus resultados, además, son en gran parte no públicos.

Pieza	Qué hizo Atacama	Fuente	Nivel
Financiamiento	FIC regional por transferencia directa a CORFO (BIP 40045335, $197,4 millones) y a ProChile (BIP 40045296, $271,75 millones): $469 millones en total	Anteproyectos Regionales de Inversión 2024-2025; Acuerdo del Consejo Regional de Atacama N° 10, sesión ordinaria N° 19 (07-10-2025)	A
Componentes CORFO	PAR $84 millones; IFI Audiovisual regional $74 millones; Viraliza $30 millones; administración $9,4 millones	Mismo acuerdo	A
Convenio	Firmado el 06-06-2023; aprobado por Res. (E) N° 148 del Gobierno Regional y Res. (E) N° 70 de CORFO Atacama (27-06-2023)	Resolución de apertura del IFI regional (2024)	A
PAR Industrias Creativas	Tres convocatorias (2024, 2025 y 2026), delegadas al comité regional y focalizadas por 27-28 códigos de actividad creativos. La de 2025 cerró el 16-07-2026 «por agotamiento de recursos»	Resoluciones y bases CORFO Atacama	A
IFI Audiovisual regional	Convocado en mayo de 2024; un proyecto adjudicado (*¿De quién es el pisco?*, coproducción chileno-peruana). En octubre de 2025 el Consejo Regional reasignó la mayor parte al PAR: el IFI quedó en $4,53 millones y el PAR en $183,47 millones (15 votos a favor)	Acuerdo N° 10 (07-10-2025); prensa	A/B
ProChile	Mapeo de 426 empresas creativas (solo el 8,14% había exportado); mesa público-privada desde septiembre de 2023; catálogo digital (10 empresas, segunda etapa hasta 15); misiones a Bolivia (2025, 6 empresas) y Guadalajara (2026, 5 productoras)	Prensa y bases de ProChile	B/A
Votación	Los FIC menores a 7.000 UTM los asigna el Gobernador sin voto individual del Consejo Regional	Actas del Consejo Regional de Atacama (2022)	A

La figura 10, al inicio de este capítulo, resume esta arquitectura.

Qué hizo distinto a Atacama: puso dinero regional propio y no solo prioridad; separó dos ejecutores con roles claros (CORFO para la empresa, ProChile para el mercado); usó un comité regional recién instalado para focalizar sin pedir autorización caso a caso; siguió una secuencia lógica (diagnóstico, capacidades, visibilidad, mercado); y creó una mesa con los propios creadores como contraparte.

Qué fue frágil: baja demanda en el IFI y en Viraliza, que obligó a reasignar; recortes presupuestarios en 2024 y 2025; y **ningún resultado público** de adjudicados del PAR o del IFI ni informe del mapeo.

Qué significa para Magallanes (C). La arquitectura de Atacama apoyó principalmente a empresas individuales (PAR por empresa) y las llevó al mercado (ProChile). En Magallanes, el universo está formado sobre todo por profesionales que trabajan solos (capítulo 3): el escalón que hoy está menos cubierto es la **articulación asociativa de profesionales y empresas en equipos** capaces de responder a encargos de mayor escala (capítulo 7). Las piezas del diseño de Atacama (dinero regional, ejecutores con roles separados, instrumentos delegados, mesa) usan instrumentos que también existen en Magallanes. Su debilidad, la falta de indicadores y de resultados públicos, también es una lección.

6.4 Los programas de largo plazo: Chilecreativo y Valparaíso Creativo

Programa	Qué fue	Años	Presupuesto conocido	Qué quedó
Chilecreativo (Transforma Nacional «Economía Creativa», código 14PEDN-38611-6)	Programa estratégico nacional de CORFO para música, diseño, libro y audiovisual, con un consejo directivo público-privado de 12 miembros	2016-2026 (tres etapas); cierre público el 19-08-2026	Etapa 3: $1.035 millones ($750 millones de CORFO)	La Red Nacional de Territorios Creativos (2021); el CRTIC; el IFI Audiovisual (2017) como iniciativa emblemática. No consta un sucesor institucional
Valparaíso Creativo (Transforma regional «Valparaíso, Ciudad Creativa, Innovadora y Sustentable», código 14PEDR-36855-6)	Programa estratégico regional con comité ejecutivo público-privado-académico y cinco ejes (turismo creativo, Ciudad de la Música UNESCO, servicios creativos, patrimonio urbano, sostenibilidad)	2016-2026	Etapa 3: $665 millones ($480 millones de CORFO); aportes acumulados cercanos a $1.300 millones según CORFO	Corporación Valparaíso Región Creativa (15-04-2026), con 9 socios fundadores, 18 comunas y más de 80 organizaciones
Plan Nacional de Fomento a la Economía Creativa (CNCA)	Plan interministerial con metas al 2022 (planes regionales, instrumentos focalizados, +10% de carreras creativas en zonas extremas, observatorio)	2017-2022	$536,7 millones (2017)	No se encontró informe público de seguimiento ni de cumplimiento de metas. Su comité se transformó en la Secretaría Ejecutiva de Economía Creativa del Ministerio

Fuentes: resoluciones CORFO de 2023 que ejecutan las terceras etapas de ambos programas; Chilecreativo, *Hoja de Ruta 2.0* (2023); Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, *Plan Nacional de Fomento a la Economía Creativa* (2017); Dirección de Presupuestos, evaluación de los Programas Estratégicos de CORFO (2018); Pontificia Universidad Católica de Valparaíso (15-04-2026). Nivel A, salvo los aportes acumulados de Valparaíso (B).

Resultados declarados. Según el comunicado de cierre de Chilecreativo (Ministerio de Economía, 24-08-2026), las exportaciones de servicios creativos pasaron de US$ 45 a US$ 98 millones durante el programa. Son cifras autoinformadas, sin metodología publicada. **No existe evaluación de impacto independiente** de Chilecreativo ni de Valparaíso Creativo. La única evaluación externa del conjunto de

los programas estratégicos (DIPRES, 2018) midió un índice de gobernanza de 3,75 sobre 5 y registró el cierre del programa regional «Gran Concepción Creativo» en 2017 por mala evaluación de gobernanza y capital social.

Lecciones para Magallanes (C):

1. **Definir el vehículo de continuidad desde el inicio.** Valparaíso tardó cerca de nueve años en constituir la corporación que su directorio había aprobado en 2017. Chilecreativo cerró sin sucesor conocido.
2. **Gobernanza pequeña y estable.** Chilecreativo pasó de una gobernanza amplia de representación gremial a un consejo de 12 personas elegidas por influencia y continuidad.
3. **Un solo espacio de decisión.** La experiencia nacional muestra fricción entre la secretaría del Plan Nacional y el programa de CORFO. Magallanes ya tiene la Mesa de Economías Creativas como espacio de articulación.
4. **Metas de economía creativa en los servicios regionales.** En Valparaíso, las direcciones regionales trabajaban con metas culturales, no de economía creativa.
5. **Medir desde el principio.** Ninguno de los programas nacionales dejó una evaluación de impacto independiente: sin línea base, los resultados quedan como autoinforme.

6.5 América Latina

Caso	Qué pasó	Lección
Colombia	Entre 2020 y 2024 su incentivo audiovisual atrajo COP 2,7 billones en servicios, en 135 proyectos de productoras extranjeras (Proimágenes Colombia, *Informe de Gestión 2024*)	Un incentivo predecible atrae inversión extranjera de servicios
Mendoza (Argentina)	El clúster FilmAndes partió con 6 productoras y un apoyo del BID cercano a US$ 1 millón (BID, *Detrás de cámaras*, 2021)	Los clústeres regionales pueden nacer pequeños fuera de la capital
Animación iberoamericana	Entre 2016 y 2020 empleó directamente a 4.285 personas; casi la mitad de los proyectos se hizo con equipos remotos (Premios Quirino, *Libro Blanco de la Animación Iberoamericana*, 2022)	El trabajo remoto abre la puerta a regiones alejadas
México (Yucatán, Campeche, Oaxaca)	Las mesas ejecutivas del BID identificaron que la artesanía concentra empleo cultural con cerca de 79% de informalidad y que el cuello de botella es el capital humano especializado (animación, audiovisual, diseño digital, marketing)	La transición de la artesanía a lo digital necesita formación específica
Región	Las industrias creativas generan el 2,2% del PIB y 1,9 millones de empleos; más del 70% de los creativos trabaja en la informalidad (OEA, 2025, citando a CEPAL y BID)	La informalidad es el problema regional; Magallanes es una excepción

6.6 Internacional

Caso	Qué pasó	Lección
Nueva Zelanda	Cada NZ$ 1 del incentivo audiovisual sostiene NZ$ 6,15 de valor económico; el 69% de las producciones internacionales encuestadas no habría filmado allí sin el incentivo (NZ Film Commission, 2022)	Un país austral y alejado puede ser un polo audiovisual

Caso	Qué pasó	Lección
Irlanda	El sector audiovisual sostiene 15.899 empleos y €1.061 millones de valor agregado al año; el 23% del empleo en producción digital está fuera de los polos de Dublín y Wicklow (Screen Ireland, 2025)	La producción digital puede distribuirse territorialmente
Región de Glasgow	Entre 2010 y 2020, las empresas culturales y creativas crecieron 17%, más del doble que el promedio escocés (8%) (OCDE, 2022)	Una política regional sostenida produce resultados medibles
Unión Europea	Más de 90 regiones incluyen a los sectores culturales y creativos en sus estrategias de especialización inteligente	Es una práctica estándar de planificación regional
OCDE	En el 90% de los países con datos, el empleo creativo se concentra en la región capital; la OCDE recomienda focalizar la política en regiones no capitales (*The Culture Fix*, 2022)	Respaldo multilateral a una política regional
Marruecos	Reembolso del 30% del gasto local desde 2022, sin tope, con un gasto mínimo de 10 millones de dírhams. En 2025 pagó 243,8 millones de dírhams a 24 producciones extranjeras. Ouarzazate concentra estudios, técnicos y figuración (Centre Cinématographique Marocain, *Bilan cinématographique 2025*, p. 43; prensa, B)	La tasa es comparable a la chilena; la diferencia está en la escala y en la infraestructura acumulada
Canadá	Crédito federal de 16% sobre la mano de obra canadiense, que se suma a los provinciales: Columbia Británica 36% más 16% para animación y efectos visuales; Quebec 25% más 16%; Ontario 21,5%. Columbia Británica recibió C$ 3.083 millones de producción extranjera en 2024 (Canadian Heritage; Creative BC, 2025)	Los créditos específicos para animación y efectos visuales construyen clústeres de servicios digitales, que es el segmento que calza con una zona extrema
España	La Spain Film Commission digitalizó con fotogrametría espacios de El Escorial y los ofrece gratis para producción virtual, con fondos europeos (Patrimonio Nacional; Variety, 2024, B)	Las locaciones virtuales se usan como promoción para atraer rodajes, no como producto de venta

Advertencia. Los incentivos por sí solos no generan empleo local. En Estados Unidos, los incentivos estatales al cine aumentaron los rodajes, pero sin efecto significativo en el empleo ni en los salarios del sector (NBER, Working Paper N° 25963, 2019). La diferencia la hace el ecosistema: empresas locales, formación, medición y continuidad.

7. La brecha estructural: el mercado contrata equipos

7.1 La tesis

En Magallanes no falta talento creativo: falta **nivel productivo**. El ecosistema está formado principalmente por personas que crean y prestan servicios de forma individual, sin una cadena de valor que las articule en equipos capaces de responder a encargos de mayor escala. Los compradores de servicios creativos y bienes digitales **contratan equipos, no personas**, y esos equipos necesitan, al menos, a alguien que conozca los flujos de producción de la industria: entregables, plazos, costos, herramientas, control de versiones y ciclos de revisión.

7.2 La evidencia

Dato	Nivel	Fuente
Magallanes tiene la menor proporción del país de agentes en la fase de producción (8,6%) y la formalidad más alta (29,7%)	A	Registro de Agentes Culturales 2021-2024
Las empresas chilenas de animación del Mapeo Exportador tienen en promedio 8,2 personas empleadas	A	ProChile, *Mapeo Exportador* (2022), p. 40
Casi la mitad de los proyectos de animación iberoamericana se realizó con equipos remotos, total o parcialmente	A	Premios Quirino (2022)
Octeto Studios, estudio chileno de videojuegos con más de 60 proyectos y mercados en siete países, partió en 2012 como un equipo de cinco personas que trabajaban en otros empleos (sección 7.4)	A	ProChile, *Manual de Exportación de Servicios* (2025), pp. 135-138
El gremio chileno de juegos de mesa reconoce que la mayoría de sus diseñadores no son profesionales del diseño; el juego de mesa es un producto de equipo (autor, desarrollo, ilustración, diseño gráfico, edición)	A	Documentos de LudiChile y CONJUGAR (2023)
No hay en la región carreras de animación, cine ni comunicación audiovisual en veinte años; la oferta más cercana es diseño (INACAP) y arquitectura (UMAG)	A	Mineduc, SIES, bases de matrícula 2007-2026 (sección 3.5)
ChileValora no tiene perfiles de animación, edición de video, videojuegos, ilustración, diseño gráfico ni fotografía (11 perfiles creativos de 1.130), y el catálogo SENCE no tiene planes de software creativo	A	Catálogos de ChileValora y SENCE, 2026 (sección 3.5)

Lectura. Las unidades que exportan son equipos de cinco a diez personas, y el trabajo remoto es habitual. El trabajo remoto hace posible que un equipo de Magallanes trabaje para clientes de fuera, **pero solo si existe el equipo**. El rol que más falta es el **mando medio de producción**: quien traduce el encargo en tareas, maneja el flujo de producción, controla versiones, organiza las revisiones con el cliente y estima plazos y costos. Ese rol no se forma en la región, no se certifica en el sistema nacional y no surge sin proyectos.

7.3 Por qué los instrumentos actuales no alcanzan por sí solos

Los instrumentos de articulación de mayor escala tienen pisos de ventas que probablemente la mayoría del universo creativo local no alcanza: en 2024, las empresas creativas de la región vendieron en promedio unas 700 UF (SII, cota inferior). Los valores de la tabla son referenciales y deben confirmarse en las bases de cada convocatoria.

Escalón	Instrumento	Requisito de entrada de referencia	Para qué sirve
1. Habilitación	FOSIS, *Emprendamos*	Registro Social de Hogares; negocio en funcionamiento	Gestión básica y costeo
2. Formalización y crecimiento	SERCOTEC: Capital Semilla, Crece, Formalízate	Microempresas y emprendimientos	Formalizar, invertir y fortalecer unidades pequeñas
3. Primera articulación	SERCOTEC: **Juntos** (negocios asociativos) y **Cooperativas Culturales** (desde 2024)	Juntos: al menos 3 empresas o una cooperativa, ventas de 100 a 25.000 UF, factibilidad hasta $4 millones y desarrollo hasta $18 millones al año (bases 2022). Cooperativas Culturales: monto fijo de $20 millones por cooperativa de trabajadores culturales (bases 2024)	Formar núcleos con plan conjunto
4. Apoyo focalizado	CORFO, PAR focalizado (precedentes: Magallanes 2021-2022; Atacama 2024-2026)	MIPYME con códigos de actividad creativos (en Atacama, ventas entre 200 y 10.000 UF)	Inversión y asistencia técnica por empresa
5. Ecosistema	CORFO, Viraliza	Entidades que ejecutan actividades para el ecosistema	Formación y encuentro
6. Redes de mayor escala	CORFO: Red Asociativa, Red Proveedores, Red Mercado	Ventas típicamente superiores a 2.400 UF por empresa (Red Asociativa); una empresa demandante sobre 10.000 a 25.000 UF (Red Proveedores)	Plan conjunto, integración a un comprador grande, acceso a mercados
7. Articulación sectorial	CORFO: PTI	Masa crítica y demanda identificada	Ordenar la cadena completa hasta por tres años

Lectura (C). Los instrumentos de mayor escala exigen pisos de ventas y una empresa demandante que la mayor parte del sector creativo regional no tiene. Además, las empresas creativas de la región son muy pequeñas (en promedio, 0,7 trabajadores con contrato por empresa; sección 3.2), y las que facturan más, como medios e imprentas, venden al mercado local: ninguno de los 90 proyectos PAR creativos declara exportación (sección 3.2). Tampoco son, por sí solas, la puerta de entrada a mercados externos. Para la Red, la secuencia es habilitar, articular en núcleos orientados a vender fuera de la región y luego escalar (capítulo 10). **Red Proveedores** ofrece una vía interesante: la empresa demandante puede ser un estudio de otra región que subcontrate trabajo remoto a un grupo de proveedoras magallánicas.

El escalón asociativo ya se usó en la región, pero en pequeño y solo en artesanía textil:

- **Antecesores de Juntos (2010-2014).** SERCOTEC financió en la región Iniciativas de Desarrollo de Mercado (IDM), el instrumento asociativo que en 2015 dio origen a Juntos (DIPRES, evaluación de impacto de SERCOTEC, 2017, pp. 36-40; prensa regional, 2010-2014). En 2014 el Consejo Regional rechazó un convenio de $658,9 millones con SERCOTEC que incluía seis IDM: 6 votos a favor, 6 en contra y 5 abstenciones, cuando se necesitaban 9 (acta Ord. N° 02 de 2014, pp. 43-49).

- **Juntos (2016-2019).** Hubo 14 registros en Magallanes, con $182,5 millones de aporte de SERCOTEC: el noveno lugar entre 13 regiones (la Araucanía tuvo 68). Dos tienen rubro creativo: el hilado de lana merino (2017-2018, $28 millones) y la comercializadora Patagonia Hecha a Mano (2019, $11,7 millones). Por la línea de gremios, SERCOTEC apoyó en 2017 la creación de una cooperativa de trabajo cultural (SERCOTEC, consolidado de proyectos 2016-2019, pp. 21, 46, 71 y 96).
- **Después de 2019** no hay registros públicos de Juntos en la región, y las matrices de focalización de SERCOTEC que aprobó el Consejo Regional para 2025 y 2026 no lo incluyen (actas Ord. N° 01 de 2025 y Ord. N° 34 de 2025).
- **Instrumentos disponibles hoy:**
  - SERCOTEC abrió en 2024 una línea para **cooperativas de trabajadores culturales**, con $20 millones fijos por cooperativa;
  - el CDPR de Los Ríos creó en 2023 **su propio Juntos regional**, solo para la fase de factibilidad.

  Son dos vías concretas para el escalón de articulación en Magallanes.

Lectura (C). En Juntos, los proyectos creativos fueron cerca del 5% de los registros del país entre 2016 y 2019. Magallanes tuvo dos, ambos textiles, y ninguno de audiovisual, música, editorial ni diseño. El escalón existe, pero el sector creativo casi no lo ha usado, y en la región dejó de focalizarse justo cuando el sector creció (sección 3.2). La figura 11, al final de este capítulo, resume qué peldaños de la escalera se han usado en Magallanes.

El capital humano: una puerta que existe, pero no para el sector.

- **El instrumento.** «Capital Humano para la Innovación» de CORFO subsidia hasta $40 millones para contratar a un profesional o, desde 2023, a un técnico de nivel superior (Resolución Exenta N° 243 de 2023).
- **Sus reglas:**
  - exige que la contratación resuelva un desafío de investigación, desarrollo o innovación;
  - prohíbe contratar para «marketing, gestión de la innovación y programación de software» (Resoluciones Exentas N° 243 de 2023 y N° 414 de 2024).
- **Sus resultados.** Entre 2009 y 2026 financió 273 proyectos. Ninguno está clasificado en el sector creativo, ninguno es de Magallanes y la Región Metropolitana concentra el 51% (CORFO, DataInnovación; análisis propio).
- **La certificación de competencias.** El catálogo de ChileValora tiene 11 perfiles creativos o culturales de 1.130, todos de espectáculo, radio y televisión, y ninguno de diseño, animación, videojuegos, fotografía ni artesanía (sección 3.5).

Lectura (C). No hay una exclusión sectorial expresa, pero la combinación de exigencia de I+D+i, exclusión de funciones digitales y ausencia de perfiles certificables deja al sector fuera en la práctica. Falta saber cuántas empresas creativas postularon y por qué no fueron admitidas.

Pero hay casos en el borde que muestran cómo entrar. Entre los 273 proyectos hay uno directo y varios cercanos (CORFO, DataInnovación; clasificación propia, C):

- **El caso directo:** un estudio de videojuegos de Biobío obtuvo $40 millones en 2025 para desarrollar un método de generación de «mecánicas, estética e interacción en videojuegos mediante modelos matemáticos avanzados» (25CH2-282252).
- **Los casos cercanos** sirven de modelo para empresas de la Red:
  - diseño arquitectónico automatizado y simulación térmica en la etapa de diseño;
  - iluminación y acústica;
  - captura e interpretación de movimiento humano;

- materiales y trazabilidad textil;
- diseño y fabricación de piezas con materiales compuestos.

La lección es que la puerta es el **problema técnico**, no el producto creativo. Además, las bases generales de CORFO permiten **focalizar** una convocatoria en un territorio o en desafíos específicos, como se hizo con sostenibilidad en 2023 (Resolución N° 28 de 2020, numeral 4.3; Resolución Exenta N° 244 de 2023). Una convocatoria focalizada en Magallanes o en desafíos creativos cabe en las reglas actuales.

La analogía de CORFO. La propia infografía que CORFO presentó al Consejo Regional en 2023 muestra que un PTI articula la cadena completa desde la base. En alimentos, la base son 381 usuarios de los programas PRODESAL y SAT de INDAP (acta Ord. N° 04, 28-02-2023, lámina 17). Lo que en alimentos hace INDAP con los productores pequeños, en el sector creativo podrían hacerlo FOSIS y SERCOTEC con los prestadores individuales.

7.4 El modelo a dos bandas: servicios que transfieren conocimiento

El caso de **Octeto Studios** ilustra cómo un equipo pequeño se convierte en una empresa exportadora (ProChile, *Manual de Exportación de Servicios*, 2025, pp. 135-138; nivel A):

- **Partida.** Fundado en 2012 en la Región Metropolitana, comenzó con cinco personas que trabajaban en otros empleos y desarrollaban videojuegos de forma esporádica. Fue la internacionalización la que llevó a su fundador a dedicarse por completo al estudio. El fundador traía experiencia en comercio exterior desde la industria pesquera.
- **Dos líneas de negocio.** Servicios de diseño y desarrollo de videojuegos para terceros, diferenciados por calidad y fidelidad gráfica, y desarrollo de propiedad intelectual propia, como *Sky Oceans: Wings for Hire* (2024), publicado en Steam, Switch, PlayStation 5 y Xbox Series.
- **Resultados.** Más de 60 proyectos y mercados en Inglaterra, Estados Unidos, Canadá, Polonia, Italia, Holanda y Japón.
- **Apoyos públicos.** SERCOTEC en las etapas tempranas, CORFO en desarrollo empresarial, el Ministerio de las Culturas para prototipos y ProChile para ferias y misiones.
- **Asociatividad.** Sus clientes llegaron principalmente a través de la colaboración con otros estudios chilenos, «quienes fomentan la asociatividad más que la competencia». El estudio declara que su mayor aprendizaje fue comprender el valor de la asociatividad dentro de la industria.

Lectura de la Red (C). La prestación de servicios a terceros no es solo una fuente de flujo de caja: es una **forma de transferencia de conocimiento**. Trabajar para clientes externos obliga a un equipo a adoptar los estándares de la industria (flujos de producción, entregables, plazos, ciclos de revisión, calidad técnica), y ese aprendizaje es el que después permite desarrollar propiedad intelectual propia con posibilidades de competir. Para Magallanes, esto ordena la secuencia: primero equipos asociados que presten servicios y aprendan, luego propiedad intelectual. La propia trayectoria del caso (servicios desde los primeros contratos, título propio en consolas en 2024) es consistente con esa secuencia, aunque la fuente no afirma una relación causal. Que el fundador viniera de la pesca, la principal industria exportadora de la región, sugiere además que la experiencia exportadora de otros sectores es transferible.

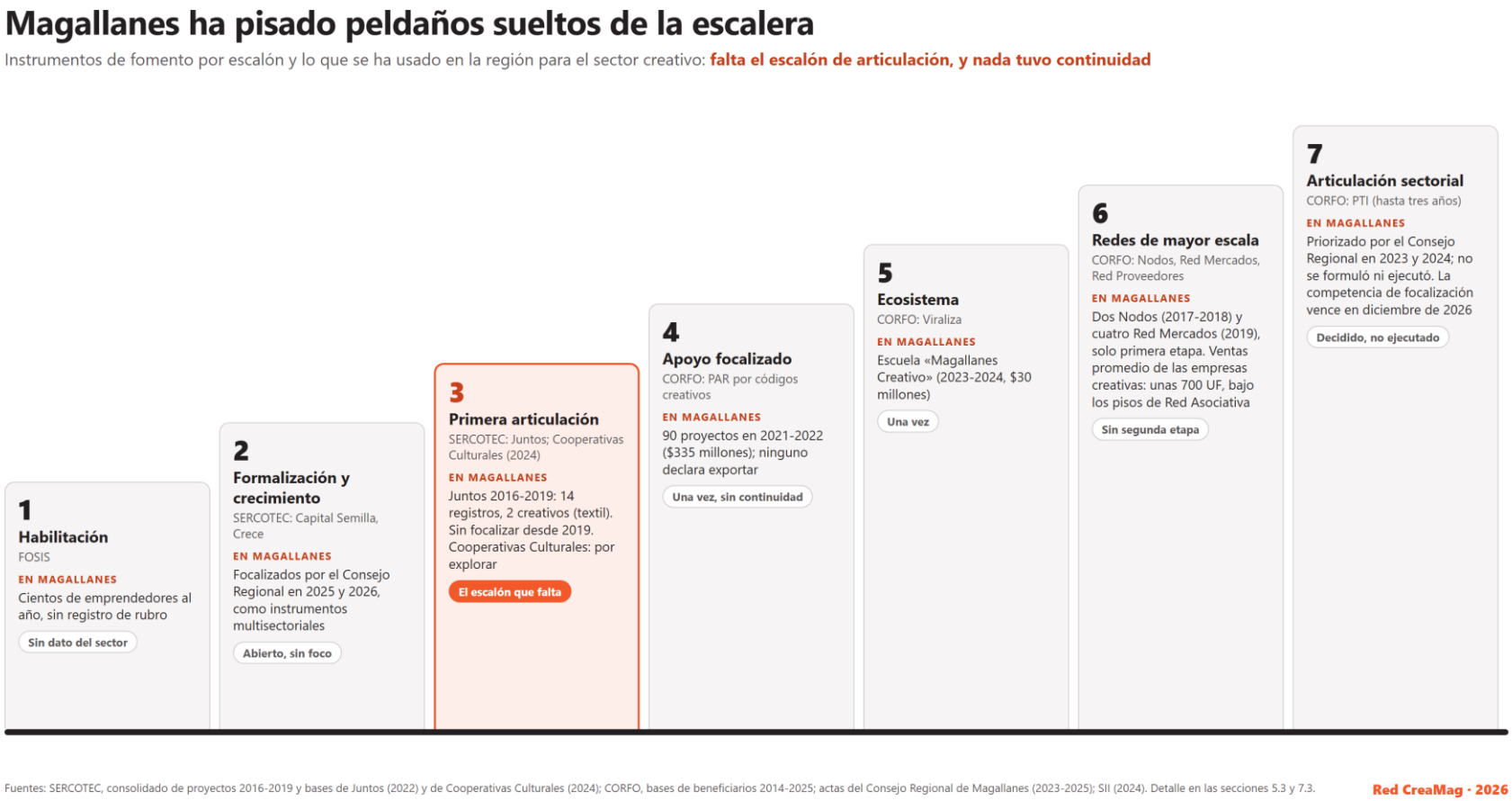


Figura 11. Instrumentos de fomento por escalón y su uso en Magallanes para el sector creativo. Fuente: SERCOTEC, CORFO, actas del Consejo Regional y SII; elaboración propia de la Red CreaMag.

8. Oportunidades de mercado

8.1 El mercado

Ámbito	Dato	Fuente
Mundo	Exportaciones de servicios creativos: US$ 1,4 billones (2022), casi el doble que los bienes creativos. La parte de los países en desarrollo subió de 10% a 20% entre 2010 y 2022	UNCTAD, *Creative Economy Outlook 2024*
Mundo	Las industrias culturales y creativas representan el 3,1% del PIB y el 6,2% del empleo mundial	UNESCO (2022); UNCTAD (2022)
OCDE	El empleo cultural y creativo creció 13,4% entre 2011 y 2019, frente a 9,1% del empleo total	OCDE, *The Culture Fix* (2022)
Mundo	Videojuegos: ingresos estimados de US$ 227 mil millones en 2023	UNCTAD (2024), con datos de PwC
Mundo	Producción audiovisual: gasto de US$ 177 mil millones en 2019; el 67% del costo se gasta fuera del sector audiovisual	Olsberg·SPI (2020)
América Latina	Por cada US$ 10 gastados en producción audiovisual se generan US$ 6 a 9 adicionales en la cadena de suministro	BID y Netflix (2023)
Chile	Exportaciones de servicios de economías creativas: récord de US$ 106 millones en 2025	ProChile (enero de 2026)
Chile	Animación: cerca de US$ 40 millones exportados en 2025, frente a US$ 2,5 millones en 2020	ProChile (junio de 2026)
Chile	Videojuegos: más de 90 estudios y más de 400 profesionales; cerca del 80% de los ingresos proviene del exterior	La Tercera (noviembre de 2025)
Chile	IFI Audiovisual nacional: según Chilecreativo, CORFO aportó $1.600 millones frente a $8.000 millones de inversión extranjera (5 veces)	Chilecreativo, *Hoja de Ruta 2.0* (2023) (autoinforme)

Un mercado que se concentra y compra obra terminada. La industria audiovisual internacional vive un ciclo de fusiones que reduce el número de compradores y cambia lo que compran:

Hecho	Dato	Fuente	Nivel
Fusión Discovery–WarnerMedia (cierre el 08-04-2022)	Deterioros de contenido y reestructuración; Cartoon Network Studios fue integrado a Warner Bros. Animation	Warner Bros. Discovery, informe 10-K 2022; Cartoon Brew (2022)	A/B
Fusión Skydance–Paramount (aprobada por la FCC el 24-07-2025; cierre el 07-08-2025)	Recortes previstos de unas 2.000 personas y venta de Chilevisión a otro grupo	FCC; prensa (CNBC, BioBioChile)	A/B
Fusión Paramount Skydance–Warner Bros. Discovery (acuerdo del 27-02-2026)	Cierre previsto para el 06-10-2026	Comunicado oficial de las empresas (30-09-2026)	A

Hecho	Dato	Fuente	Nivel
Menos encargos originales	Las series con guion en Estados Unidos bajaron de 600 (2022) a 516 (2023); los encargos de series animadas infantiles en Estados Unidos, de 123 (2019) a 35 (primer semestre de 2025)	FX Research; Luminate, vía prensa especializada	B
Más obra terminada	En el Reino Unido, las televisoras «llenan sus parrillas con programas terminados»; en Netflix, lo licenciado crece más rápido que lo producido (22% frente a 9%, 2023-2025)	Pact, censo 2025; Netflix, informe 10-K 2025, nota sobre activos de contenido	A
Gasto total estable	US$ 248 mil millones en contenido en 2025 (+0,4%); seis grupos concentran el 51%	Ampere Analysis, vía prensa especializada	B

Lectura (C). El dinero no desaparece, pero se concentra en menos compradores, que encargan menos desarrollo y compran más obra terminada. La Red no encontró una fuente que cuantifique que se compra «más barato»; es una inferencia razonable, no un dato. Hay contraevidencia: las autoridades de competencia de Estados Unidos y Europa no vieron daño en la producción, y varios grupos aumentan su gasto. Para un estudio regional, esto refuerza la estrategia de dos bandas (sección 7.4): los servicios de producción para terceros siguen teniendo demanda, y la propiedad intelectual propia necesita llegar con desarrollo avanzado, no con una idea para financiar.

8.2 Por qué calza con una zona extrema

1. **Exportar sin logística.** Los servicios y bienes digitales se venden por fibra óptica. Para una región cuyo principal costo es la distancia, es uno de los pocos sectores donde la ubicación deja de ser una desventaja.
2. **Infraestructura existente.** La fibra óptica austral ya opera, y la región ocupa el primer lugar en adopción tecnológica. La ERD (lineamiento 16.2) apuesta por la economía digital.
3. **Marca territorial.** Patagonia y Antártica son marcas con reconocimiento mundial que hoy capturan productoras de otras regiones.
4. **Demanda local creciente.** Turismo (cruceros, turismo antártico), el Centro de Convenciones, la transición energética y el programa Transforma Antártica necesitan contenidos, diseño, comunicación y producción de eventos.
5. **Mercado regional pequeño.** La exportación es la única vía de escalar para las empresas creativas locales.

La desventaja de costo está reconocida, pero no medida, y su compensación no llega al sector creativo. El Estado reconoce que vivir y producir en Magallanes es más caro, pero no existe una medición oficial del diferencial: la Dirección de Presupuestos constató que «no hay medidas directas que cuantifiquen el costo de vida desagregadas a nivel regional» (DIPRES, Nota de Investigación 2022/30, p. 7). Lo que sí existe son compensaciones:

Instrumento	Qué reconoce en Magallanes	A quién llega	Fuente	Nivel
Asignación de zona (DL N° 249 de 1974 y Ley N° 19.354)	98% sobre el sueldo base en Punta Arenas y 119% en Puerto Natales, Porvenir y otras localidades (con el incremento de la Ley N° 19.354)	Solo al empleo público	Biblioteca del Congreso Nacional, asesoría técnica parlamentaria (2018), tabla 7	A

Instrumento	Qué reconoce en Magallanes	A quién llega	Fuente	Nivel
Subsidio habitacional DS N° 49	Subsidio base de 990 UF en todas las comunas, frente a 630 a 660 UF en la mayor parte del país. El reglamento dice que el factor refleja costos de materiales, mano de obra y suelo, pero ningún documento revisado cita el estudio que lo respalda	Familias que postulan a vivienda	MINVU, DS N° 49 de 2011, art. 34; Resolución Exenta N° 195 de 2025	A
Bonificación a la contratación de mano de obra (Ley N° 19.853)	17% de las remuneraciones imponibles hasta un tope (originalmente $182.000, reajustado por IPC)	Solo a empleadores con trabajadores con contrato: no alcanza a quienes trabajan a honorarios	Biblioteca del Congreso Nacional (2014)	A
Ley Austral (Ley N° 19.606), DFL N° 15 de 1981 y Ley N° 19.853	Incentivos a la inversión y al empleo, prorrogados hasta 2035	Empresas que invierten o contratan	Ley N° 21.210 (2020)	A

Casi todos estos instrumentos son porcentajes fijados por decisión de política en otro momento (1974, 1996, 2011), no derivados de una medición actual. Los únicos con una base de costo declarada son los factores de construcción del MINVU, y su cálculo no es público.

Lectura (C). El 66% de los agentes culturales de Magallanes trabaja por cuenta propia (sección 3.1), y el 64% de quienes trabajan para empresas creativas lo hace a honorarios (sección 3.6). Las compensaciones de zona llegan al empleo público, a la inversión y a la contratación con contrato; el trabajo creativo queda fuera de casi todas. A eso se suma que ese trabajo paga cerca de la mitad del promedio regional (sección 3.6). La desventaja de la región para el sector no es un costo de vida demostrado, sino la combinación de un **ingreso bajo**, un **costo de producir** que nadie ha medido y unas **compensaciones que no lo alcanzan**.

9. Brechas, vacíos de información y ventanas

Este informe es un **primer levantamiento** con información pública: muestra qué existe, qué falta y dónde podría estar. No le corresponde a la Red decir qué debe hacer cada institución; este capítulo reúne lo que falta saber, los plazos que ya están definidos y las preguntas que la Red lleva a la Mesa de Economías Creativas. Para cada vacío, el primer paso es preguntar en la Mesa si alguna institución tiene el dato y puede compartirlo, para cruzarlo con lo que reunió la Red.

9.1 Lo que falta saber

Dato	Para qué	Quién lo tiene
Empresas creativas por comuna y por tramo de ventas (la serie regional 2005-2024 ya está procesada, sección 3.2)	Distinguir Punta Arenas, Natales y Porvenir; verificar si el universo alcanza los pisos de ventas de los instrumentos	SII (archivo público por comuna; tramos por solicitud)
Exportaciones culturales de Magallanes abiertas por código arancelario	Saber si los US$ 10,8 millones atribuidos a «Artesanía» son creativos o un error de clasificación	Ministerio de las Culturas; Servicio Nacional de Aduanas
Ingreso de los profesionales creativos y condiciones para volver a la región	Medir la brecha de ingreso con quienes trabajan fuera y lo que haría falta para volver	Encuesta propia; Mineduc (titulados de la región por carrera)
Qué ocurrió con la focalización del PTI de industrias creativas (2023-2024)	Continuidad de una decisión regional	CORFO; Gobierno Regional (DIFOIN); CDPR
Beneficiarios de FOSIS, SERCOTEC y PRODEMU por rubro en Magallanes (2016-2026), incluidos los nombres o descripciones de los emprendimientos sin datos personales	Dimensionar la economía creativa de subsistencia	FOSIS, SERCOTEC, PRODEMU
Registro regional de artesanos	Dimensionar la base artesanal	Seremi de las Culturas (Registro ChileArtesanía, Ley N° 21.788); INDAP
Hoja de ruta completa de Transforma Antártica (28 iniciativas)	Identificar espacio para el sector en el eje 6	CORFO
Anexo de compromisos sectoriales del PDZE e iniciativas ciudadanas no incluidas	Preparar la evaluación intermedia de 2030	SUBDERE, Gobierno Regional, DIPRES
Proyectos IFI con gasto o locación en Magallanes	Evaluar el alcance del incentivo	CORFO
Origen regional de los adjudicados del Fondo CNTV	Medir la captura local del valor	CNTV
Informes de cierre y evaluaciones de Chilecreativo y Valparaíso Creativo; seguimiento del Plan Nacional de Fomento a la Economía Creativa y de sus planes regionales	Aprender de los programas de largo plazo	CORFO; Subsecretaría de las Culturas
Empresas de la región en programas de ProChile	Punto de partida exportador	ProChile
Oferta formativa y cursos SENCE en áreas creativo-digitales	Capital humano	Mineduc (datos abiertos), SENCE, ChileValora
Espacios y organizaciones de articulación del sector (gremios, agrupaciones, mesas, redes)	Gobernanza y mapa de actores	Mesa de Economías Creativas; Seremis

Dato	Para qué	Quién lo tiene
Resultados del PAR creativo 2021-2022, Viraliza «Economías Creativas», FilMagallanes, Nodos 2017-2018 y redes 2019	Saber qué dejó el fomento creativo ya ejecutado en la región	CORFO; operador CODESSER
Inversión regional (FNDR y FIC) en cultura, industrias creativas e innovación; antecedentes de la nueva concesión de la Zona Franca	Dimensionar el gasto regional y saber si la nueva concesión contempla servicios	Gobierno Regional
Presupuestos detallados de proyectos creativos ejecutados en Magallanes y en la Región Metropolitana (fondos de cultura, Fondo CNTV, IFI, CORFO), sin datos personales	Ponderaciones del índice de sobrecosto de la producción creativa	Ministerio de las Culturas, CNTV, CORFO

9.2 Ventanas y plazos ya definidos

Algunos procesos ya están en marcha y tienen fecha. No son recomendaciones: son hechos de calendario que condicionan lo que se puede decidir.

Ventana	Qué está en juego	Plazo o estado	Fuente
Competencia de focalización de instrumentos transferida al Gobierno Regional	La focalización de instrumentos de fomento en la región; el PTI creativo priorizado en 2023 y 2024 no se ejecutó	Vence en diciembre de 2026	DS N° 247 de 2020; sección 5.3
Nueva concesión de la Zona Franca de Punta Arenas	Las bases; una mesa técnica del Gobierno Regional y Hacienda trabaja un eje de servicios profesionales y tecnológicos, y las actas no nombran qué servicios incluiría	Concesión vigente hasta agosto de 2030; Comisión Especial creada el 20-04-2026	Sección 5.7
Transforma Antártica, eje 6 «Identidad y Cultura Antártica»	Contenidos, audiovisual, ilustración, diseño y divulgación; la mayoría de las 28 iniciativas no son públicas	Hoja de ruta lanzada el 22-07-2026, a siete años	Sección 5.5
Centro de Convenciones de Magallanes	Su modelo de gestión, que no es público	Obras previstas entre 2026 y 2028	Sección 5.6
Evaluación de medio tiempo de la ERD 2023-2030	El tratamiento del sector, hoy sin lineamiento, acción ni indicador	Solicitada en el Consejo Regional el 22-09-2025	Sección 5.1
Evaluación intermedia del PDZE 2025-2035	Modificar la cartera, que no tiene iniciativas creativas	Año 5 (2030)	Sección 5.6
Cuota regional del Fondo CNTV	Desde 2026 la emisión debe hacerse por un concesionario de cobertura regional	Convocatoria anual	Sección 3.3
Mesas Regionales de Artesanía (Ley N° 21.788)	Su constitución en la región y el Registro ChileArtesanía	Ley publicada el 12-12-2025	Sección 4.4
Instrumentos asociativos de SERCOTEC	Juntos, sin focalizar en la región desde 2019; Cooperativas Culturales, desde 2024; un Juntos regional, como el del CDPR de Los Ríos (2023)	Convocatorias anuales	Sección 7.3

9.3 Indicadores para una línea base

Familia	Indicador	Fuente
Mercado	Empresas, ventas y trabajadores en códigos creativos; participación en las ventas regionales	SII
Ingreso	Renta del empleo creativo con contrato como porcentaje del promedio regional (2024: 46%); proporción de trabajo a honorarios (2024: 64%)	SII (serie anual)
Exportación	Empresas creativas en programas de ProChile; empresas con ventas al exterior	ProChile; encuesta de la línea base
Fomento	Proyectos y montos de CORFO, SERCOTEC y FOSIS en rubros creativos	Bases de beneficiarios de cada institución
Capital humano	Matrícula y titulados en carreras creativas; cursos SENCE de software creativo	Mineduc; SENCE
Captura local del valor	Proyectos de fondos nacionales (Fondo CNTV, IFI, Fondos de Cultura) ejecutados por empresas de la región	CNTV; Ministerio de las Culturas; CORFO
Sobrecosto de zona extrema	Cuánto más cuesta producir en Magallanes por subsector (Santiago = 100), con un indicador homologable si existe o con la lógica de la tabla de valores referenciales del MINVU	Cotizaciones; presupuestos de proyectos financiados; encuesta a productores
Gobernanza	Sesiones de la Mesa con actas públicas; acuerdos cumplidos; índice de gobernanza (escala de DIPRES)	Mesa; encuesta

9.4 Método para la línea base

1. **Datos administrativos:** procesar las estadísticas de empresas del SII por región y actividad (años 2005-2024) con la lista de códigos creativos del mapeo de Araucanía y de las convocatorias PAR de Atacama, agregando servicios digitales (postproducción, efectos visuales, videojuegos).
2. **Encuesta operativa corta** a agentes y empresas: roles, herramientas, experiencia en equipos, disponibilidad, ventas y clientes externos.
3. **Prueba de capacidad:** un reto de producción de 48 a 72 horas con grupos de cuatro a seis personas, para medir la fricción real del trabajo en equipo.
4. **Inventario de activos culturales y creativos** con la metodología del mapeo de turismo creativo de la Red Nacional de Territorios Creativos (2025).
5. **Una herramienta para medir el sobrecosto de producir en la región.** Para compararse con otras regiones hace falta medir cuánto más cuesta producir en Magallanes en cada subsector. Hoy esa diferencia es una experiencia compartida, pero no un dato.
   - **Primer paso:** revisar si en la literatura académica o técnica ya existe un indicador homologable a la industria creativa o a alguno de sus subsectores, para adaptarlo.
   - **Resultado de esa revisión:** no se encontró un indicador homologable. Los estudios del sector reconocen el sobrecosto solo de forma cualitativa: «producir en regiones distintas a la Metropolitana impacta en el presupuesto» (Observatorio de Políticas Culturales y Ministerio de las Culturas, estudio de costos de la industria audiovisual, 2021, p. 73). Las metodologías más cercanas para construirlo son el estudio de sobrecostos de las regiones ultraperiféricas europeas (Islas Canarias, 2019), los índices de precios de localidades aisladas de Canadá y el índice de costo por distrito de Alaska.

- **Por lo tanto:** construirlo con metodologías probadas. La más cercana es la tabla de valores referenciales de costos de construcción del MINVU, que mide partida por partida y por comuna cuánto cuesta construir (Resolución Exenta N° 857 de 2024, SEREMI de Vivienda y Urbanismo de Magallanes; DS N° 49 de 2011, art. 34). Aplicada al sector, mediría proyectos tipo de cada subsector (un cortometraje, un minuto de animación, un álbum, un libro) cotizados en Magallanes y en Santiago.
- **Otras áreas del Estado ya escalonan por zona.** El subsidio habitacional va de 630 a 660 UF en la mayor parte del país a 720 en el Norte Grande, 800 a 845 en Aysén, 990 en Magallanes y 1.200 en Isla de Pascua (MINVU, Resolución Exenta N° 195 de 2025). En el sector creativo, el IFI Audiovisual reembolsa hasta 40% en cualquier región distinta de la Metropolitana, con un solo escalón para todas (CORFO, convocatoria 2025).
- **Los incentivos audiovisuales con adicional territorial tampoco lo miden.** Varios territorios agregan puntos al incentivo base para producir lejos de los centros:
  - Columbia Británica: 36% básico, más 6 puntos «regional» y 6 por «distant location»;
  - Nueva Escocia: 2, 7 o 10 puntos según la distancia a Halifax;
  - Nuevo México: 10 puntos a más de 60 millas de Albuquerque y Santa Fe;
  - Canarias: 54% frente a 30% en la península;
  - Portugal: 40% en territorios de baja densidad;
  - también Ontario, Quebec, Nueva York e Irlanda.
- **Ninguno de esos adicionales se calculó con un estudio de costos.** En ninguno de los casos revisados se publicó un estudio de costos que derive el porcentaje. Columbia Británica lo presentó como una forma de llevar la producción fuera de Vancouver (presupuestos de 2003 y 2008). Nueva Escocia, Nuevo México y Canarias declaran que compensa costos mayores de viaje, alojamiento o producción, sin cuantificarlos. Francia estimó el sobrecosto de sus territorios de ultramar entre 20% y 30%, a partir de audiencias y no de un cálculo (Asamblea Nacional, informe n.° 2116, 2019). (A; normas y documentos de cada jurisdicción en *Índice de sobrecosto regional de la producción creativa*.)
- **La norma europea exige medir antes de compensar.** Las Directrices de ayudas de Estado de finalidad regional 2022-2027 permiten compensar los costos adicionales de las regiones ultraperiféricas. Pero esos costos «must be quantified and compared with the cost incurred by similar undertakings established in other regions» (Comunicación 2021/C 153/01, punto 38). El Reglamento (UE) N° 651/2014 (art. 15.4) limita además esa compensación, por ejemplo al 30% de la facturación. Es el principio que la Red impulsa para Magallanes (capítulo 10): medir el sobrecosto partida por partida, frente a empresas similares de otras regiones, antes de discutir cualquier compensación.
- **Detalle:** documento *Índice de sobrecosto regional de la producción creativa* (Red CreaMag, 2026).

9.5 Vacíos para presentar en la Mesa

1. Qué pasó con el PTI de industrias creativas focalizado en 2023 y 2024.
2. Cómo se definieron los ejes del CDPR, por qué el sector no figura y si podría tratarse como transversal a ellos, como hoy la logística y la construcción (lámina 17 de CORFO, 2023).
3. La hoja de ruta completa de Transforma Antártica y el espacio del eje 6 para contenidos, audiovisual y diseño.
4. Cuántas empresas, ventas y trabajadores creativos hay por comuna y por tamaño (la serie regional del SII ya muestra 497 empresas en 2024), y qué ingreso tienen quienes trabajan en el sector.

5. Qué dejaron el PAR 2021-2022, Viraliza «Economías Creativas», FilMagallanes, los Nodos de 2017-2018 y las redes de 2019, y cuántos de los emprendimientos apoyados siguen operando.
6. Qué espacios de exhibición y venta del sector existen en la región (galerías, salas, centros culturales, tiendas, ferias y mercados), cuántos han cerrado desde 2020 y qué instrumentos los apoyan hoy. No existe un catálogo regional: el III Catastro del Ministerio de las Culturas (2021) registró 33 espacios culturales.
7. Beneficiarios por rubro de FOSIS, SERCOTEC y PRODEMU, y el registro regional de artesanos.
8. Qué instrumento asociativo está disponible hoy en la región para formar equipos, y por qué Juntos no se focaliza desde 2019.
9. Si las bases de la nueva concesión de la Zona Franca contemplarán servicios creativos y de contenidos digitales.
10. Si el modelo de gestión del Centro de Convenciones contempla el uso por organizaciones culturales y creativas y servicios locales de producción.
11. Si la evaluación de medio tiempo de la ERD revisará el tratamiento del sector.
12. Cuántos proyectos del Fondo CNTV con temática magallánica quedan en productoras de la región y qué proyectos IFI tienen gasto en Magallanes.
13. Qué otros espacios y organizaciones de articulación del sector existen (gremios, agrupaciones, mesas, redes).
14. Si la Mesa dejará registro público: actas desde la primera sesión, lista institucional y acuerdos.

10. La visión de la Red

Los capítulos anteriores describen el sector con información pública. Este capítulo es distinto: expone la **visión de la Red CreaMag**, es decir, lo que la Red decidió impulsar como organización después de discutir internamente este levantamiento. No es una recomendación a las instituciones ni la única respuesta posible. Es la posición de la Red, que pone a disposición de la Mesa junto con la evidencia que la sustenta.

10.1 Cómo entiende la Red el desafío

1. **Articular de manera asociativa.** El mercado contrata equipos (capítulo 7). Para la Red, el desafío central es que profesionales y empresas puedan competir como equipos por servicios que hoy no pueden tomar de forma individual.
2. **Construir desde la base.** Habilitar, articular en equipos, formar mandos medios de producción y solo entonces escalar (figura 11).
3. **Servicios primero, propiedad intelectual después.** La prestación de servicios genera flujo de caja y transfiere los estándares de la industria; la propiedad intelectual propia se construye sobre ese aprendizaje (sección 7.4).
4. **Medir para poder comparar.** Sin datos, el sobrecosto de producir en la región o la brecha de ingreso son una sensación; medidos, son un argumento (capítulo 9).

10.2 Lo que la Red impulsa

- **Bienes y servicios digitales para mercados fuera de la región.** La Red apuesta por no competir por rodajes físicos ni por subcontratación masiva de horas. Su foco es el extremo superior de la cadena de valor:
  - bienes digitales para mercados globales, como entornos y modelos para motores de juego;
  - locaciones virtuales de la Patagonia y la Antártica;
  - servicios técnicos de nicho;
  - en el mediano plazo, propiedad intelectual propia.

  Las razones están en la sección 8.2: estos bienes se exportan sin logística física, por la fibra óptica que la región ya tiene.
- **Un modelo a dos bandas.** Servicios para el flujo de caja inmediato y un catálogo de bienes digitales para la escalabilidad. La secuencia de mercados parte por Chile, sigue por Latinoamérica y España, y luego por los mercados anglosajones y asiáticos.
- **Núcleos de trabajo en equipo.** La Red se propone articular a sus integrantes en equipos que presten servicios en conjunto, probar esa capacidad con retos de producción (sección 9.4) y usar los instrumentos asociativos disponibles (figura 11).
- **Medir el sobrecosto de producir en la región.** La Red impulsa una herramienta que mida cuánto más cuesta producir en Magallanes por subsector, con la lógica de la tabla de valores referenciales del MINVU y el principio europeo de medir antes de compensar (sección 9.4; documento *Índice de sobrecosto regional de la producción creativa*).
- **Un puente con la formación artística de base.** La comuna forma a miles de personas al año en talleres artísticos (sección 5.9). La Red busca articularse con esa oferta, no reemplazarla:

  - rutas con niveles hacia oficios técnicos: sonido, edición, iluminación, producción, ilustración y diseño digital;
  - conexión de los niveles avanzados con los laboratorios de fabricación digital de la UMAG y de INACAP.
- **Dar continuidad a lo que ya existe y abrir vitrinas.** Este punto recoge una preocupación de los asociados de la Red. Los instrumentos que han llegado al sector financiaron sobre todo el inicio: equipamiento, en el caso de los PAR de 2021-2022, o formación, en el caso de Viraliza. Ninguno tuvo una segunda etapa (sección 5.3). Capacitar para vender más tiene un límite si no hay dónde vender: el mercado local es pequeño (sección 3.6) y hay pocos espacios físicos de exhibición y venta. Solo uno de cada cinco espacios culturales de la región vende bienes (sección 3.3). La Red plantea:
  - **continuidad** para los emprendimientos y talleres que ya recibieron apoyo: seguimiento, segundas etapas y requisitos de entrada proporcionales a su escala;
  - **canales de venta física** que complementen la venta digital: mercados, ferias y vitrinas permanentes del sector, con instrumentos como Promoción y Canales de Comercialización de SERCOTEC;
  - **actualizar y abrir el catastro de espacios de exhibición y venta.** El III Catastro del Ministerio de las Culturas registró 33 espacios culturales en la región en 2021. La Red propone revisar cuáles siguen funcionando, cuáles cerraron o cambiaron y cuáles faltan, como galerías, tiendas de diseño o artesanía, ferias y mercados, y abrir un llamado para que se sumen los que no quedaron registrados.

Esa visión necesita una base: equipos con capacidad de producción (capítulo 7) y un puente desde la economía creativa de subsistencia (capítulo 4).

10.3 Lo que la Red pone a disposición de la Mesa

- **Este levantamiento, con sus fuentes.** Las que no tienen enlace público están en PDF, y la Red las comparte con las instituciones que las requieran.
- **Los datos procesados para este informe:**
  - la serie del SII de empresas creativas 2005-2024;
  - la clasificación de los proyectos de CORFO y SERCOTEC;
  - los indicadores de costo de vivir por componente.
- **Disposición a cruzar datos** con los que las instituciones puedan compartir, para construir una línea base común.

Anexo A. Cronología institucional 2010-2026

Fecha	Hito	Fuente
2010-2014	SERCOTEC financia Iniciativas de Desarrollo de Mercado (IDM) en la región, antecesoras de Juntos	Prensa regional; DIPRES (2017)
13-01-2014	El Consejo Regional rechaza un convenio de $658,9 millones con SERCOTEC que incluía seis IDM (6 a favor, 6 en contra y 5 abstenciones)	Acta Ord. N° 02 de 2014
14-01-2014	Primer registro de la Agrupación de Audiovisuales de Magallanes ante el Consejo Regional	Acta Ord. N° 03 (14-01-2014)
2014	CORFO aprueba 11 Programas de Emprendimientos Locales (PEL) en la región, uno de confección, artesanía y mueblería	Base de beneficiarios CORFO 2014
2015-2016	Diseño de Chilecreativo y de Valparaíso Creativo (CORFO)	Resoluciones CORFO (2023)
2016-2019	SERCOTEC Juntos en la región: 14 registros, dos de rubro creativo (hilado de lana merino; Patagonia Hecha a Mano)	SERCOTEC, consolidado de proyectos 2016-2019
Mayo de 2017	Plan Nacional de Fomento a la Economía Creativa	CNCA (2017)
2017-2018	Nodos creativos de CORFO en Magallanes: tejedoras e hilanderas de Punta Arenas; artesanías de exportación por comercio electrónico	Bases de beneficiarios CORFO
Dic. de 2017	Primera aprobación del Centro de Convenciones de Magallanes (Moción N° 327)	Acta Ord. N° 33 de 2017
2019	Red Mercados «Red Exporta» para la industria creativa de Magallanes	Base de beneficiarios CORFO 2019
2020	Fondo CNTV: *Secretos de la Pampa Patagónica* (Inversiones Patagónica S.A.)	Acta del Consejo del CNTV (27-08-2020)
Nov. de 2020	Reactivación turística con componente audiovisual (Moción N° 120)	Acta Ord. N° 21 (11-11-2020)
2021	IFI Audiovisual regional en Los Ríos; mapeo de industrias creativas de Araucanía; PAR *Impulsa* y *Reimpulsa Industrias Creativas* en Magallanes (66 proyectos)	CORFO; Universidad de La Frontera
2022	PAR *Chile Apoya Industrias Creativas* en Magallanes (24 proyectos)	CORFO
28-02-2023	CORFO propone focalizar un PTI en industrias creativas audiovisuales	Acta Ord. N° 04
24-04-2023	Moción N° 054: focalización PTI en «Desarrollo de las Industrias Creativas»	Acta Ord. N° 10
16-05-2023	Aprobación de la ERD 2023-2030 (Moción N° 068)	Acta Ord. N° 12
Jun. de 2023	Convenio FIC de Atacama con CORFO para industrias creativas	Res. (E) N° 70 de CORFO Atacama
2023	FilMagallanes; Viraliza «Economías Creativas de Magallanes»; PTI creativo de Ñuble	CORFO
28-12-2023	Moción N° 232: focalización PTI 2024 con industrias creativas	Acta Ord. N° 32

Fecha	Hito	Fuente
2024	Escuela *Magallanes Creativo*	CORFO
18-03-2025	Constitución del CDPR de Magallanes	CORFO
06-06-2025	Aprobación del programa Transforma Antártica	Base de beneficiarios CORFO 2025
30-06-2025	Aprobación del PDZE 2025-2035 (Moción N° 120)	Acta Ext. N° 03
22-09-2025	Solicitud de evaluación de medio tiempo de la ERD	Acta Ord. N° 26
12-12-2025	Publicación de la Ley N° 21.788 de artesanía	Diario Oficial
12-01-2026	Anuncio de la Escuela Artística Municipal – Casa Azul del Arte, gestionada por la Fundación Cultural de Punta Arenas	Acta del Concejo de Punta Arenas, Ord. N° 41
15-04-2026	Constitución de la Corporación Valparaíso Región Creativa	PUCV
20-04-2026	Creación de la Comisión Especial de Zona Franca (Moción N° 078)	Acta Ord. N° 09
Jul. de 2026	CORFO anuncia el cierre del Transforma H2V como tal y su redefinición; lanzamiento de la hoja de ruta de Transforma Antártica	Prensa regional
19-08-2026	Cierre público de Chilecreativo	Chilecreativo
08-10-2026	Segunda sesión de la Mesa de Economías Creativas de Magallanes	Convocatoria de ProChile
Dic. de 2026	Vence la competencia de focalización transferida al Gobierno Regional	DS N° 247 de 2020
Ago. de 2030	Vence la concesión de la Zona Franca; evaluación intermedia del PDZE	DS N° 2 de 2023 (Hacienda); Decreto N° 43 de 2023

Anexo B. Fuentes

Actas del Consejo Regional de Magallanes

Publicadas en www.coremagallanes.cl.

- 2014: Ord. N° 03 (14-01-2014).
- 2017: Ord. N° 33 (11-12-2017), Moción N° 327.
- 2019: Ord. N° 4 (25-02-2019), Moción N° 039.
- 2020: Ord. N° 21 (11-11-2020), Moción N° 120.
- 2023: Ord. N° 04 (28-02-2023); Ord. N° 10 (24-04-2023), Moción N° 054; Ord. N° 12 (16-05-2023), Moción N° 068; Ord. N° 32 (28-12-2023), Moción N° 232.
- 2024: Ord. N° 02 (05-01-2024), Moción N° 004.
- 2025: Ord. N° 03 (06-01-2025); Ord. N° 07 (10-03-2025), Mociones N° 040 a 043; Ext. N° 03 (30-06-2025), Moción N° 120; Ord. N° 26 (22-09-2025).
- 2026: Ord. N° 05 (09-03-2026), Moción N° 043; Ord. N° 09 (20-04-2026), Moción N° 078; Ord. N° 13 (25-05-2026).

Actas y documentos de la Municipalidad de Punta Arenas

Publicados en www.puntaarenas.cl: actas del Concejo Municipal, Ord. N° 103 (06-09-2019), N° 66 (21-04-2023), N° 73 (23-06-2023), N° 92 (03-01-2024), N° 111 (24-07-2024), N° 41 (12-01-2026), N° 45 (27-02-2026), N° 50 (20-04-2026), N° 54 (27-05-2026) y N° 55 (08-06-2026); cuentas públicas 2019, 2022 y 2023; PLADETUR 2022-2026; presupuesto municipal 2025.

Actas del Consejo Nacional de Televisión

Publicadas en cntv.cl/actas-del-consejo: sesiones de 27-08-2020, 25-01-2021, 12-09-2022, 24-07-2023, 03-02-2025, 06-10-2025 y 29-12-2025.

Planificación, registros y estudios

- Gobierno Regional de Magallanes. *Estrategia Regional de Desarrollo 2023-2030*.
- Dirección de Presupuestos (2022). *Asignaciones de zona, aislamiento y costo de vida en el sector público. Una aproximación inicial a la situación de la Región de Magallanes y de la Antártica Chilena*. Nota de Investigación 2022/30.
- Biblioteca del Congreso Nacional (2014). *Bonificación a la contratación de mano de obra en Aysén y Magallanes*. Asesoría técnica parlamentaria.
- Biblioteca del Congreso Nacional (2018). *Asignación de zona: forma de cálculo*. Asesoría técnica parlamentaria.
- Ministerio de Vivienda y Urbanismo. Decreto Supremo N° 49 de 2011 (texto actualizado), art. 34; Resolución Exenta N° 195 de 2025.
- Ley N° 21.210 (2020), que moderniza la legislación tributaria (prórroga de la Ley Austral, el DFL N° 15 y la Ley N° 19.853 hasta 2035).
- Gobierno Regional de Magallanes (2025). Plan de Desarrollo de Zonas Extremas 2025-2035.

- Dirección de Presupuestos (2020). Evaluación del Plan Especial de Desarrollo de Zonas Extremas. Informe final.
- Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio (2026). *Registro de Agentes Culturales. Informe 2021-2024*.
- Servicio de Impuestos Internos. Estadísticas de empresas por región y actividad económica, años comerciales 2005-2024 (descargado el 05-10-2026; procesamiento propio).
- Ministerio de las Culturas e INE (2026). *Estadísticas Culturales. Informe Anual 2024* y sus tablas estadísticas (tablas 7.1, 14.8, 16.3, 17.13 y 17.19).
- Ministerio de las Culturas. *Diagnóstico Regional de Desarrollo Cultural. Región de Magallanes y de la Antártica Chilena* y *Estrategia Quinquenal Regional de Cultura de Magallanes 2024-2029*. Observatorio Cultural.
- Subsecretaría del Trabajo (2026). *Termómetro Laboral. Región de Magallanes*, trimestre mayo a julio de 2026.
- Agrupación de Universidades Regionales (2016). *Análisis y propuesta de determinación del costo de vida regional* (reproduce el cuadro de la Canasta Única de Gasto del INE, 2015).
- Ministerio de Vivienda y Urbanismo, SEREMI de Magallanes. Resolución Exenta N° 857 de 2024 (tabla de precios referenciales).
- Observatorio de Políticas Culturales (2021). *Estudio de costos de la industria audiovisual*, para el Ministerio de las Culturas.
- Aguirre-Núñez, Bettancourt y Villaseca (2026). *Vivienda y arriendo en la Casen 2024*. Universidad San Sebastián (tabla 4).
- Superintendencia de Servicios Sanitarios. Tarifas vigentes de Aguas Magallanes, Aguas Andinas, ESSBIO, ESVAL, Aguas Décima, Aguas Antofagasta y Nuevosur (2025-2026).
- Comisión Nacional de Energía (2026). *Reporte Mensual del Sector Energético*, septiembre de 2026; pliegos tarifarios de Edelmag y CGE (agosto de 2026).
- SERNAC (2024). *Estudio de costos de viajes nacionales*.
- Ministerio de Energía (2019). *Caracterización del consumo energético residencial 2018*.
- Subsecretaría de las Culturas y las Artes (2026). *Informe sobre Participación Cultural. ENPCCL 2024*.
- Consejo Nacional de Televisión (2025). Encuesta Nacional de Televisión. Regiones.
- Municipalidad de Punta Arenas (2023). Plan Municipal de Cultura 2023-2026.
- ProChile e IDOM (2022). *Mapeo Exportador de las Industrias Culturales y Creativas en Chile*.
- ProChile (2025). *Manual de Exportación de Servicios*.
- Universidad de La Frontera y Corporación Desarrollo Araucanía (2021). *Mapeo de industrias creativas en la región de La Araucanía*.
- Gobierno Regional de La Araucanía (2025). *Estrategia Regional de Desarrollo 2040*.
- Gobierno Regional de Valparaíso. *Estrategia Regional de Desarrollo 2025-2035* y evaluación de la ERD 2020.
- Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (2014). Mapeo de las industrias creativas en Chile.
- Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (2017). *Plan Nacional de Fomento a la Economía Creativa 2017-2022*.
- INDAP (2024). *Ejecución del rubro artesanía 2023*.
- Sernatur. *Estudio de cruceros 2017-2018*.
- Ley N° 21.788 (2025), sobre artesanía.

Fomento productivo

- CORFO. Informes públicos: beneficiarios Ley de Presupuestos 2023-2026.
- CORFO (2025). Constitución del Comité de Desarrollo Productivo Regional de Magallanes.
- CORFO (2023). FilMagallanes.
- CORFO (2024). IFI Audiovisual en Los Ríos.
- CORFO (2023). Gobierno Regional de Atacama y CORFO anuncian recursos para la industria creativa regional.
- CORFO Atacama. Convocatorias PAR Industrias Creativas 2024, 2025 y 2026.
- Consejo Regional de Atacama (2025). Acuerdos de la sesión ordinaria N° 19 (07-10-2025).
- CORFO (2023). Resoluciones que ejecutan las terceras etapas de los programas Transforma «Economía Creativa – Chilecreativo» (14PEDN-38611-6) y «Valparaíso, Ciudad Creativa, Innovadora y Sustentable» (14PEDR-36855-6).
- Chilecreativo (2023). *Hoja de Ruta 2.0*.
- CORFO (2025). Cierre del PTI de Industrias Creativas de Ñuble.
- La Tercera (28-07-2026). CORFO impulsa un programa de desarrollo productivo para la industria musical.
- Ministerio de Economía (10-08-2022). Convocatoria PAR de CORFO con foco en el sector cultural.
- Dirección de Presupuestos (2022). Monitoreo del Programa Territorial Integrado.
- CORFO (2024). Balance de Gestión Integral 2023.
- Córdova, G. (2020). Política de industrias creativas en Chile: consistencia del mix de políticas públicas y resultados de las políticas con enfoque territorial. Memoria de Ingeniería Comercial, Pontificia Universidad Católica de Valparaíso.
- Dirección de Presupuestos (2018). *Evaluación de Programas Gubernamentales: Programas Estratégicos, PTEC y Capacidades Tecnológicas de CORFO*.
- Ministerio de Economía, Fomento y Turismo (24-08-2026). Chilecreativo cumple 10 años y duplica exportaciones de la industria hasta los US$ 98 millones.
- Ministerio de las Culturas (2021). PAR Impulsa Industrias Creativas, Coquimbo.
- ProChile (2024). Estudios de videojuegos de Valparaíso en la GDC (FIC 2023).
- Fomento Los Ríos (2021). Programa para industrias creativas.
- El Heraldo Austral. PTI «Lago Llanquihue Destino Creativo».

Prensa regional

- El Pingüino (2022). CORFO lanza programa de apoyo a reactivación para pymes creativas de Magallanes.
- Ovejero Noticias (2024). Escuela de Emprendimiento Magallanes Creativo.
- Radio Polar (2026). El CDPR impulsa iniciativas para los sectores estratégicos de Magallanes.
- La Prensa Austral (04-01-2026), sobre el Centro de Convenciones de Magallanes; (04-07-2026), entrevista al director regional de CORFO.

Mercado e internacional

- UNCTAD (2024). *Creative Economy Outlook 2024*.
- UNESCO (2022). *Re-Shaping Policies for Creativity*.

- OCDE (2022). The Culture Fix y Culture and the Creative Economy in Glasgow City Region.
- OEA (2025). Informe Final REMIC-X.
- BID y Netflix (2023). El impacto económico de la industria audiovisual en Latinoamérica.
- BID (2021). *Detrás de cámaras*.
- Olsberg·SPI (2020). Global Screen Production and COVID-19 Economic Recovery; (2026) Global Incentives Index.
- Proimágenes Colombia (2025). *Informe de Gestión 2024*.
- Premios Quirino (2022). *Libro Blanco de la Animación Iberoamericana, Fase II*.
- NBER (2019). Working Paper N° 25963.
- Comisión Europea (2021). Directrices sobre las ayudas estatales de finalidad regional 2022-2027) (Comunicación 2021/C 153/01), puntos 37, 38 y 56; Reglamento (UE) N° 651/2014, arts. 15.4 y 54.
- Columbia Británica: Income Tax Act (BC), parte 5, y B.C. Reg. 4/99; *Budget and Fiscal Plan* 2003 y 2008. España: Real Decreto 436/2024 (Canarias). Asamblea Nacional de Francia (2019), informe n.° 2116.
- ProChile (2026). Récords de exportación de servicios creativos en 2025 · 10 años de Chilean Animation en Annecy.
- La Tercera (2025). La industria chilena de videojuegos eleva sus exportaciones.

Asociación Red de Economía Creativa y Cultural de Magallanes y Antártica Chilena

Punta Arenas · Región de Magallanes y de la Antártica Chilena
Documentos de Trabajo Red CreaMag N° 1 · 2026