



IMPACTO ECONÓMICO Y TRIBUTARIO DEL SECTOR AUDIOVISUAL ARGENTINO

1

Contribución total del sector audiovisual argentino y simulación de escenarios

Francisco Abramovich, Rodrigo Oliver, Carlos A. Romero (IIEP, UBA-Conicet), M. Priscila Ramos (IIEP, UBA-Conicet), M. Paula Covelli (IIEP, UBA-Conicet), Mariano Cipponeri, Martín Breitkopf (IIEP, UBA-Conicet)

Observatorio Audiovisual INCAA

Abril 2022



INCAA (2022). Impacto económico y tributario del Sector Audiovisual Argentino. Buenos Aires: INCAA.

2022, INCAA. Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales. Esta obra se encuentra sujeta a una licencia Creative Commons IGO 3.0 Reconocimiento-NoComercial-SinObrasDerivadas (CC-IGO 3.0 BY-NC-ND) (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/igo/legalcode>) y puede ser reproducida para cualquier uso no comercial otorgando el reconocimiento respectivo al INCAA. No se permiten obras derivadas.

Las opiniones expresadas en esta publicación son de los autores y no necesariamente reflejan el punto de vista del Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales.



Impacto económico y tributario del Sector Audiovisual Argentino

3

**Contribución total del sector audiovisual argentino y
simulación de escenarios**

PRESENTACIÓN

Julio Bertolotti
Subgerente Observatorio Audiovisual INCAA

El documento que se presenta es parte de un conjunto de iniciativas pensadas e impulsadas desde el Observatorio Audiovisual del INCAA con el propósito de profundizar en el diagnóstico de la actividad audiovisual en la República Argentina y de tener herramientas de prospectiva para pensar y diseñar su proyección en el futuro.

Por primera vez, el INCAA y el sector audiovisual disponen de un documento que permite dimensionar el impacto económico y tributario de la actividad en el conjunto de la economía nacional. El ejercicio ofrece un desagregado del impacto directo, indirecto e inducido; estima los eslabonamientos con otros sectores económicos y dimensiona su peso en relación a sectores más tradicionales de la economía.

La relevancia del documento radica en su utilidad múltiple: es un insumo estratégico para nutrir la toma de decisiones en materia de fomento, aporta fundamentos para que los productores den cuenta de la importancia de su actividad en términos productivos, y a la política nacional le provee herramientas para dar cuenta del aporte de la industria audiovisual a la diversificación de la matriz productiva nacional. Esto no quiere decir que la actividad deba ser concebida exclusivamente en términos económicos, sino que la mirada productiva permite pensar en la sustentabilidad de una actividad cuyo fundamento es y debe seguir siendo cultural. Es absolutamente necesario abordar la dimensión material de la producción simbólica para garantizar la pluralidad de voces, la diversidad de género, el impacto ambiental y el carácter federal.

Es importante señalar que el trabajo de consultoría fue producto de una licitación realizada de manera transparente en mayo de 2021, y que la elección de la propuesta ganadora se basó en criterios de pertinencia, antecedentes y rigor metodológico. Así, el Observatorio procuró que el estudio desarrollara una mirada sectorial que trascienda los intereses particulares, con una metodología sumamente probada en el campo de la economía.



El equipo de consultores de MESi-IIEP (UBA-CONICET) y UBATEC -integrado por Francisco Abramovich, Rodrigo Oliver, Carlos A. Romero, María Priscila Ramos, María Paula Covelli, Mariano Cipponeri y Martín Breitkopf- respaldado por el reconocimiento de la institución y la experiencia de sus integrantes, cumplió con los objetivos y es por eso que el INCAA cumple también con el compromiso de comunicar públicamente sus resultados. Les agradecemos. Por último, agradecemos también a las asociaciones, cámaras, productoras, sindicatos, referentes y personas del ámbito académico y de la gestión pública de nuestro sector audiovisual que —con sus opiniones, apertura de datos y comentarios— hicieron posible este estudio.

Agradecimientos especiales

Queremos agradecer especialmente a cada integrante del equipo del Observatorio y del INCAA que colaboró con este proyecto y a los organismos públicos que colaboraron con datos clave, como el Sistema de Información Cultural de la Argentina (SINCA, del Ministerio de Cultura), el Centro de Estudios para la Producción (CEP XXI, del Ministerio de Desarrollo Productivo) y la Administración Federal de Ingresos Públicos (AFIP).



ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	9
2. METODOLOGÍA	11
3. CONTRIBUCIÓN TOTAL DE LA ACTIVIDAD AUDIOVISUAL A LA ACTIVIDAD ECONÓMICA DE ARGENTINA EN EL AÑO 2017	26
4. POLÍTICAS DE PROMOCIÓN DE LA INDUSTRIA AUDIOVISUAL Y EL ESQUEMA ACTUAL DE FOMENTO DEL INCAA EN ARGENTINA	39
5. ANÁLISIS DE ESCENARIOS DE POLÍTICAS PÚBLICAS APLICADAS A LA INDUSTRIA AUDIOVISUAL	48
6. CONSIDERACIONES Y COMENTARIOS FINALES	67
7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	68
Anexo 1: construcción de la MCS	70
Anexo 2: Experiencia internacional aplicadas a la industria audiovisual	93
Equipo técnico	111
Equipo Observatorio Audiovisual INCAA	113



EQUIPO TÉCNICO

El equipo técnico que realizó el trabajo está conformado por expertos por Ubatec y por el equipo de Modelos Económicos de Simulación (MESi-IIEP) del Instituto Interdisciplinario de Economía Política de Buenos Aires (IIEP Baires) dependiente de la Facultad de Ciencias Económicas de la UBA y el CONICET.

Ubatec es una organización constituida por la UBA, el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, la UIA y la Confederación General de la Industria, para la promoción y fomento de la transferencia de tecnología. El equipo de Modelos Económicos de Simulación (MESi-IIEP) tiene como objetivo desarrollar modelos de simulación económica, como modelos input-output multisectoriales y de equilibrio general computado.

Como especialistas de modelos de insumo-producto integran el equipo:

- Dr. Carlos Adrián Romero, economista senior experto en Matrices de Contabilidad Social y modelos de insumo-producto. Es profesor asociado (Organización Industrial; CGE modelling) de la Facultad de Ciencias económicas de la UBA e investigador del IIEP (UBA-CONICET). Es experto en el desarrollo de matrices y modelos para evaluar políticas sectoriales (energía, turismo, construcción, etc.) en países de América Latina. Actualmente, investiga modelos aplicados al Desarrollo regional de las bioenergías, del empleo verde y del impacto a nivel multisectorial de la pandemia COVID-19 en la Argentina.
- Dr. María Priscila Ramos, economista senior experta en modelos de simulación en EGC e insumo-producto. Es investigadora del CONICET en el IIEP (UBA-CONICET) y profesora adjunta (Economía Internacional; CGE modelling) de la Facultad de Ciencias Económicas de la UBA. Es experta en el Desarrollo y simulación con modelos de Equilibrio General Computado (EGC) y armado de MCS, aplicados a comercio internacional y economía ambiental. Presenta una sólida lista de publicaciones académicas sobre evaluación de acuerdos de comercio (ej. UE y países de América Latina). Su investigación actual se centra en Desarrollo de bioenergías, seguridad alimentaria y cambio climático en países en Desarrollo y usando técnicas computacionales.
- Lic. Paula Covelli, economista senior, es docente de la Facultad de Ciencias Económicas de la UBA (Organización Industrial) y consultora independiente. Dentro de su área de interés se destaca



la microeconomía y la organización industrial. Cuenta con vasta experiencia en armados de MCS y en análisis sectorial basado en modelo insumo-producto.

Como especialistas sectoriales y en estadísticas componen el equipo técnico:

- Mg. Francisco Abramovich, economista experto en análisis sectorial. Es Jefe del Departamento de Pequeña y Mediana Industria y Desarrollo Regional de la Unión Industrial Argentina. Cuenta con experiencia en el sector público y privado en el análisis y elaboración de políticas públicas en agroindustria, industria y turismo. Estuvo a cargo del área de análisis económico en la exSecretaría de Turismo de la Nación donde participó en diversos proyectos con impacto sectorial, en temas impositivos, de financiamiento y otros. Asimismo, fue parte de la elaboración de la Cuenta Satélite del Turismo.
- Lic. Rodrigo Oliver es experto en análisis económico sectoriales con especialidad en el sector turístico. Cuenta con 20 años de trayectoria en el campo de las estadísticas básicas, cuentas satélites y análisis económico. Fue Director Nacional de Mercados y Estadística del Ministerio de Turismo de la Nación donde desarrolló e implementó el Sistema de Estadística de Turismo de la Argentina, la Cuenta Satélite de Turismo y la Matriz de Contabilidad Social para el sector turístico. Fue representante por la Argentina ante el Comité Estadístico de la Organización Mundial de Turismo y del Comité Técnico de Estadísticas de Turismo del Mercosur. Es profesor titular en la Maestría en Economía y Desarrollo del Turismo de la Universidad Nacional de San Martín.

Como asistentes en la elaboración de datos y la estimación de matrices y modelos:

- Lic. Mariano Cipponeri
- Lic. Martín Breitkopf



1. INTRODUCCIÓN

Este documento presenta los resultados del estudio sobre el impacto económico y tributario del sector audiovisual argentino detallando los impactos directos, indirectos e inducidos que la actividad genera sobre el resto de la economía nacional. Asimismo, se presentan los multiplicadores económicos del sector audiovisual con la correspondiente enunciación de la metodología aplicada.

Para las estimaciones se utiliza una Matriz de Contabilidad Social (MCS) para el año 2017 con apertura del sector audiovisual de la Argentina, la cual fue desarrollada en el marco del presente proyecto. Dicha herramienta contiene un esquema de relaciones económicas intersectoriales de insumo-producto, las cuales son relativamente estables en el tiempo. Por ello, es un instrumento fundamental y muy difundido en el análisis económico de impacto de políticas públicas. Asimismo, de allí se deriva la estimación de los multiplicadores presentados y la clasificación sectorial que de estos se desprenden.

La MCS con apertura del sector audiovisual se basa en la estimada por Chisari *et al.* (2020) para el año 2017. Se tomó dicho año por la mayor disponibilidad de información necesaria para la confección de una MCS y, adicionalmente, porque tuvo una mayor estabilidad macroeconómica nominal en términos relativos a los años subsiguientes. Para este proyecto, se relevaron fuentes de información existentes con datos del sector audiovisual, tanto privadas como públicas, y se realizaron entrevistas a informantes clave de distintos subsectores. Los aspectos correspondientes a la metodología, la delimitación del sector y un resumen del proceso llevado a cabo para la estimación de la MCS se podrán encontrar en la sección 2.

Entre los principales resultados de la estimación, cabe destacar el cálculo de la contribución total del sector audiovisual a la economía para el año 2017, el cual resulta de la suma de sus efectos directos, indirectos e inducidos, en términos de:

- **Actividad económica:** 967.241 millones de pesos de valor bruto de producción, 5,2% del total de la economía y 238.879 millones de pesos de valor agregado, 3,1% del total.
- **Empleo:** 634.465 puestos de trabajo, 3,1% del total del empleo de la economía.
- **Recaudación tributaria:** 99.442 millones de pesos de recaudación tributaria, 3,6% de la recaudación total.
- **Exportaciones:** 27.691 millones de pesos de exportaciones directas de la industria audiovisual, 1,9% del total.

Los resultados correspondientes al impacto económico se presentan en mayor detalle en la sección 3.



Por su parte, el contexto de la pandemia del COVID-19 aceleró el proceso de grandes cambios económicos producidos a nivel global y la audiovisual es una de las industrias en las que se profundizaron algunas de las tendencias de transformación. Esto se debe, en primer lugar, al avance tecnológico que incrementó las velocidades de conexión a internet, permitiendo mayor intercambio de contenidos en calidades más altas y, en paralelo, modificaciones en el comportamiento de los consumidores, quienes pasan más tiempo en el hogar y además transitan una fuerte migración hacia las plataformas de *streaming* en línea.

En este marco, se realizó un relevamiento de las políticas públicas dirigidas específicamente al sector a nivel global (sección 4 y anexo). Luego, fueron analizadas alternativas de posibles políticas públicas a implementarse a los efectos de potenciar al sector audiovisual argentino, tanto por el lado de incentivos a la oferta audiovisual como por el lado de la demanda.

Los escenarios de políticas evaluados fueron: el impacto del Fondo de Fomento del INCAA y alternativas de incremento del mismo mediante gravámenes a las plataformas de streaming, análisis de impacto de proyectos representativos, políticas fiscales (*tax rebate* y *cash rebate*), y un escenario de incentivo a la demanda (Programa Más Cultura). Dichos resultados se presentan y discuten en la sección 5. Por último, en la sección 6 se sintetiza y concluye.

Los resultados de este ejercicio constituyen insumos para pensar el futuro del sector audiovisual argentino en un contexto de transformaciones que deben ser abordadas como desafíos y oportunidades.

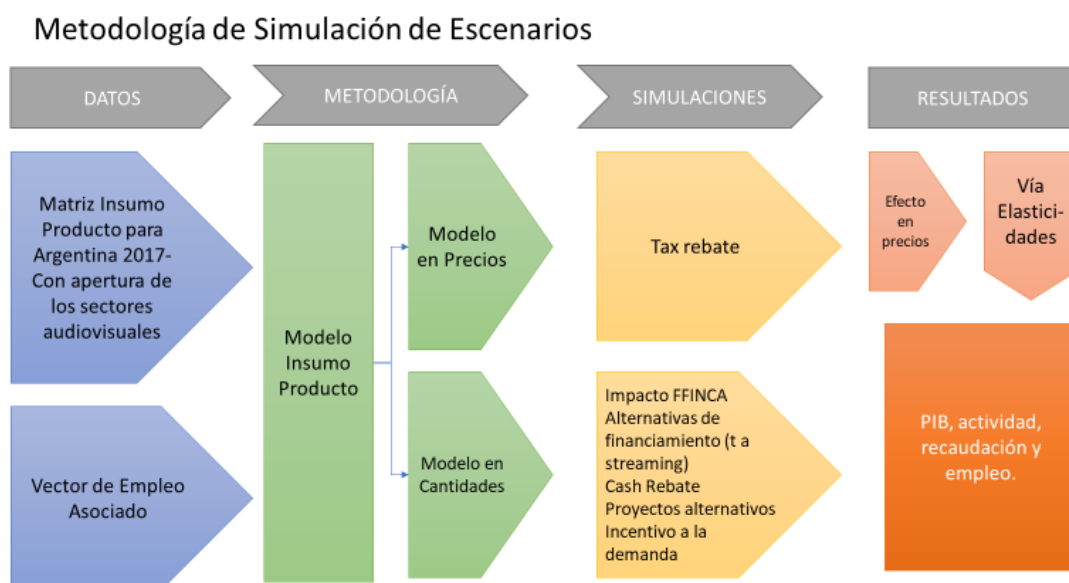
2. METODOLOGÍA

En esta sección, se presenta brevemente la metodología empleada en el que se llevó a cabo el análisis. En primera instancia, se repasa el tratamiento del sector audiovisual en las Cuentas Nacionales de la Argentina, la delimitación del sector que adopta la Cuenta Satélite de Cultura y las diferencias con la definición empleada en el marco de este estudio.

En la segunda parte de la sección, se introduce la Matriz de Contabilidad Social (MCS), la herramienta fundamental de los análisis de impacto, su funcionamiento, los datos que utiliza, su uso para la calibración de un modelo insumo-producto que permitirán simular los escenarios de política potenciales sobre los sectores audiovisuales. En segundo lugar, se detalla lo que se conoce como multiplicadores y la clasificación sectorial que de estos se desprende para poder identificar el rol de cada sector/subsector audiovisual para el resto de la economía.

Las herramientas técnicas que se detallan en esta sección permiten completar un enfoque consistente para medir la contribución directa, indirecta e inducida del sector audiovisual sobre las variables socioeconómicas tales como el PIB, el empleo, la recaudación tributaria y las exportaciones como variables centrales de análisis. Seguidamente se presenta el esquema que sintetiza el proceso metodológico que se desarrolla y utiliza en el proyecto (Ilustración 1).

Ilustración 1. Enfoque metodológico



Fuente: elaboración propia.



2.1. TRATAMIENTO DEL SECTOR AUDIOVISUAL EN LAS CUENTAS NACIONALES DE ARGENTINA

Para la definición del Sector Audiovisual se realizó una revisión de las definiciones utilizadas en los trabajos existentes en la temática, así como el abordaje en las Cuentas Nacionales de Argentina (CNA) en general y en la Cuenta Satélite de Cultura, en particular.

La evolución histórica de la literatura muestra un paulatino avance de la relevancia del concepto “industria audiovisual”, con una visión más amplia e integrada de los eslabones que la conforman. Esto reemplazó al concepto de “sector audiovisual”, que usualmente refería al cine y la publicidad, la radio y la televisión. Sin embargo, a los efectos de este trabajo se emplean ambos conceptos de forma indistinta, para referirse al concepto más amplio de “industria audiovisual”.

El principal desafío para su contabilización es que el sector audiovisual está compuesto por actividades heterogéneas como la producción de películas, la exhibición en cines y la creación de videojuegos. Por este motivo, desde el punto de vista de las Cuentas Nacionales, el enfoque metodológico que se emplea para estudiar sectores transversales es el de cuentas satélite.

2.1.1. ENFOQUE DE LA CUENTA SATÉLITE DE CULTURA DE ARGENTINA

En el año 2006, la entonces Secretaría de Cultura comenzó la construcción del Sistema de Información Cultural de la Argentina (SInCA), que continúa en la actualidad. En ese marco se confeccionó la Cuenta Satélite de Cultura en conjunto con la Dirección Nacional de Cuentas Nacionales (DNCN) del INDEC, que generó una estimación de la incidencia económica de las industrias culturales dentro del Sistema de CNA. La referencia metodológica utilizada es el Marco de Estadísticas Culturales de la Unesco y el Convenio Andrés Bello (CAB), organismo que estandariza la medición económica de la cultura¹. La delimitación del Sector Cultura en la CSC se presenta en la siguiente tabla.

¹ Al mismo se adhirieron: Bolivia, Chile, Colombia, Cuba, Ecuador, España, México, Panamá, Paraguay, Perú, República Dominicana y Venezuela.



Tabla 1: Sectores comprendidos en la Cuenta Satélite de Cultura

Sector cultural Convenio Andrés Bello	Rama económica ClaNAE teórica	Descripción de la rama	Rama económica ClaNAE	Actividades culturales comprendidas
Artes escénicas y artísticas n.c.p.	9214(p)	Servicios teatrales y musicales y servicios artísticos n.c.p.	92(p)	Servicios teatrales, musicales,
	9219	Servicios de espectáculos artísticos y de 9219 diversión n.c.p.		espectáculos artísticos y de diversión
Artes plásticas y visuales	7494	Servicios de fotografía	74(p)	Servicios de fotografía
Libros y publicaciones	2211	Edición de libros, folletos y otras publicaciones	221(p)	Edición de libros, periódicos, revistas
	2212	Edición de periódicos, revistas y publicaciones periódicas		y otras publicaciones y actividades de edición
Audiovisual	6421(p)	Servicios de transmisión de radio	642/3/4(p) + 92(p)	Servicios de radio y televisión y su transmisión y producción, distribución y exhibición de filmes
	6422	Servicios de transmisión de televisión		
	9211	Producción y distribución de filmes y videocintas		
	9212	Exhibición de filmes y videocintas		
	9213	Servicios de radio y televisión		
	9220	Servicio de agencia de noticias		
Diseño	7421(p)	Servicios de arquitectura e ingeniería y servicios conexos de asesoramiento técnico	74(p)	Servicios de arquitectura e ingeniería y servicios conexos de asesoramiento técnico
Patrimonio material	923	Servicios de bibliotecas, archivos y museos y servicios culturales n.c.p.	92(p)	Servicios de bibliotecas, archivos y museos y servicios culturales
Formación cultural	732(p)	Investigación y desarrollo	73(p)	Investigación y desarrollo
Música	6421(p)	Servicios de transmisión de radio	642/3/4(p)	Servicios de radio y televisión y su transmisión
	2219	Otras actividades de edición	221(p)	Edición de libros, periódicos, revistas y otras publicaciones y actividades de edición
	9214(p)	Servicios teatrales y musicales y servicios artísticos n.c.p.	92(p)	Servicios teatrales, musicales, espectáculos artísticos y de diversión
Creación literaria, musical, teatral, etc.	sin d		sin d	
Juegos y juguetería	sin d		sin d	
Contenido digital	644(p)	Servicios de internet	642/3/4(p)	Servicios de internet
Publicidad	743	Servicios de publicidad	74(p)	Servicios de publicidad

Fuente:
Elaboración propia





En dicha delimitación, en particular la industria audiovisual consta de:

- Servicios de transmisión de radio
- Servicios de transmisión de televisión
- Producción y distribución de filmes y videocintas
- Exhibición de filmes y videocintas
- Servicio de agencia de noticias

Si bien la definición existente pertenece a la era analógica (debido a que las definiciones del Sistema de Cuentas Nacionales se arrastran desde esa etapa), en estos conceptos son incluidas también la producción y la exhibición en formato digital.

Partiendo de la experiencia de la CSC, se decidió ampliar la definición del Sector Audiovisual empleando una estrategia que mantenga compatibilidad con las CNA elaboradas hasta el momento.

2.1.2. DELIMITACIÓN Y DESAGREGACIÓN DEL SECTOR AUDIOVISUAL PARA EL PROYECTO

En el marco de este estudio se define al Sector Audiovisual tomando en cuenta los subsectores definidos en la Tabla 1 y se incorporan, además, otros sectores que luego del intercambio entre el equipo técnico y el del INCAA se consideraron pertinentes para el análisis del sector. Más específicamente, esta delimitación del sector se basa en la realizada por la CSC tomando el CAB. En esta etapa, además, fue incorporada la producción de videojuegos.



Tabla 2: Delimitación del sector audiovisual para el proyecto

Desagregación para las Cuentas Nacionales y CSC	Desagregación Proyecto (intermedia)	Desagregación Proyecto
Sector incorporado en el Sector Audiovisual - Cuenta Satélite de Cultura		
Producción, Postproducción y distribución (ClaNAE 04: 9211 y 9213)	Producción de cine y televisión	Producción de Ficción
		Producción de Animación
		Producción de Documentales
		Producción de Publicidad
		Producción de Televisión y Radio
		Servicios de Producción y Otros
	Postproducción de filmes	Postproducción de filmes
	Distribución de filmes	Distribución de filmes
Exhibición de filmes (ClaNAE 04: 9212)	Exhibición de filmes	Exhibición de filmes
Emisión y retransmisión de radio y televisión (ClaNAE 04: 6421 y 6422)	Radio	Radio
	Televisión	Televisión
Agencias de Noticias (ClaNAE 04: 9220)	Agencias de Noticias	Agencias de Noticias
Sector incorporado en el Sector Audiovisual - Proyecto de Impacto Económico Sector Audiovisual		
Videojuegos (ClaNAE 04: 7220 -parcial-)	Videojuegos	Videojuegos

Fuente: Elaboración propia

De esta forma, se realizó una primera estimación del sector audiovisual incorporando la contribución de la producción de Videojuegos. Este cambio se debe a las fuertes vinculaciones con otro tipo de producciones audiovisuales (fundamentalmente la animación) y las tendencias a nivel mundial en la materia, que relacionan crecientemente a la industria de videojuegos con la del audiovisual. Otra característica en la delimitación presentada es que la mayor apertura del sector audiovisual tendrá como objetivo captar potenciales diferencias en la estructura entre los distintos tipos de eslabones de la industria. En el caso del eslabón de las producciones audiovisuales se generará una desagregación adicional en la que se tratará a los distintos tipos de producción como subsectores

separados (de Ficción, Animación, Documentales, Publicidad, Televisión y Servicios de Producción y Otros, que incluye a los servicios de producción específicos).

Esta desagregación permite conocer las diferencias en las *funciones de producción*. Es decir, qué insumos utiliza, a qué sectores económicos se los compra y en qué medida requiere de trabajo en la generación de valor y los sectores que son “*clientes*” de cada subsector.

Para la desagregación de los subsectores, así como la estimación del sector videojuegos, se emplea información complementaria de estimaciones privadas y otras fuentes validadas en el marco del estudio, y entrevistas a actores clave del sector público y privado de cada uno de los eslabones de la cadena.

Se plantea como un objetivo de futuras ampliaciones la posibilidad de incorporar a la producción local de servicios de las plataformas de *streaming* de contenido audiovisual. Dicho sector no existe como tal en las definiciones actuales de los sistemas de cuentas nacionales y, además, en muchos casos los servicios de *streaming* se encuentran subsumidos dentro de otros servicios (por ejemplo, las plataformas correspondientes a los servicios de cable de TV), lo que implica la “despaquetización” o separación de esos rubros. Esto requerirá la generación de la información primaria necesaria sobre este subsector, que al momento de este estudio no se encuentra disponible.

2.2. MATRIZ DE CONTABILIDAD SOCIAL (MCS)

2.2.1. Descripción conceptual de la MCS

La MCS es una de las herramientas por excelencia a la hora de evaluar políticas públicas. Las primeras MCS fueron construidas a mediados de los setenta como extensiones de matrices insumo-producto. A partir de allí su uso se ha generalizado y hasta hoy se han elaborado MCS para la mayoría de los países vinculadas con modelos de equilibrio general: Chipre, Indonesia, Malasia, Filipinas, India, Corea, Arabia Saudita, Brasil, Tailandia, Turquía, muchos países africanos, Estados Unidos, Holanda, Italia, España, Argentina, entre muchos otros ejemplos. Dadas sus características, permite representar el flujo circular de la economía y las interrelaciones entre los distintos agentes intervinientes. En la MCS se presentan los sectores económicos: las actividades productoras de bienes y servicios, los hogares, el gobierno y el resto del mundo, donde se refleja el comercio exterior.



Cada uno de estos sectores es presentado repetido en las filas y en las columnas. Al mirarlo verticalmente (como una columna), se observan los gastos o compras de ese sector. Por ejemplo, en la columna de la industria se observa cuánto compra de insumos a otros sectores de la economía argentina, paga salarios a los hogares y renta del capital, paga impuestos sobre la actividad al gobierno y compra insumos y materias primas del exterior. Al mirar a un sector como fila, se ven los ingresos (o las ventas) de cada sector. En el ejemplo anterior, las ventas que la industria le hace a otros sectores industriales, las ventas finales a los hogares o al gobierno y las exportaciones.

La sumatoria por filas de cada cuenta debe igualarse a la sumatoria por columna de la misma cuenta tal que se respeten las restricciones presupuestarias de cada uno o, en otras palabras, la suma total de las ventas al conjunto de la economía tiene que ser igual a la suma total de las compras realizadas en la economía.

Tal como se observa en la Ilustración 2, la estructura básica de una MCS contiene, generalmente, seis tipos de cuentas: de producción (que describen a las actividades económicas), de bienes, de factores productivos (en términos generales, trabajo y capital), de instituciones (hogares y gobierno), inversión y del resto del mundo (las importaciones y exportaciones, el sector externo).

Ilustración 2. Estructura de la matriz de contabilidad social básica

	Actividades	Bienes	Factores	Hogares	Gobierno	Inversión	Resto del Mundo	Total
Actividades		Oferta Doméstica				Formación bruta de capital	Exportaciones	Ingreso actividades
Bienes	Consumo Intermedio			Consumo privado	Consumo público			Demanda Agregada
Factores	Valor agregado						Transferencias	Ingreso factorial
Hogares			Pago factorial a los hogares		Transferencias		Financiamiento externo	Ingreso de los hogares
Gobierno		Impuestos las ventas y aranceles de importación		Impuestos directos			Balanza de Cta Cte	Ingreso gobierno
Inversión				Ahorro privado	Superávit / Déficit fiscal			Ahorro total
Resto del Mundo								Egreso de divisas
Total	Valor Bruto de Producción	Oferta Agregada	Gasto factorial	Gasto de los hogares	Gasto público	Gasto de inversión	Ingreso de divisas	

Fuente: Elaboración propia

En el esquema de la MCS básica se observa que el valor bruto de producción (VBP) está compuesto por la suma del consumo intermedio (CI) y el valor agregado (VA). El CI es lo que compra cada sector al resto de sectores de la economía y que utiliza como insumo. El VA corresponde al pago de los factores productivos; que suelen dividirse en capital y trabajo. A la producción doméstica se deben sumar las importaciones para obtener la oferta total en una economía.



La demanda agregada (DA) es el valor total de la cantidad de bienes y servicios que se le demanda al país en concepto de: consumo privado (C), inversión (I), consumo (o gasto) público (G) y exportaciones (X). Por su parte, la oferta agregada (OA) corresponde a la suma del valor de los bienes finales producidos dentro del país (el Producto Bruto Interno - PBI) más las importaciones (M). El PBI se mide a precios de mercado (incluyendo impuestos y subsidios) para garantizar la consistencia con la DA (dado que son los mismos precios que enfrenta la demanda).

Garantizar la consistencia de la matriz es un trabajo en sí mismo, ya que implica que la oferta debe ser igual a la demanda. En términos de su representación, el total por filas debe ser igual al total por columnas, ningún sector puede gastar por encima de sus ingresos.

2.2.2. Modelo Insumo Producto

De la MCS anterior se extrae una Matriz de Insumo Producto (MIP) que permite estimar un Modelo Input-Output (I-O) cuya principal finalidad es analizar cambios de demanda y relaciones intersectoriales. El modelo está compuesto por ecuaciones que describen la distribución de un producto a lo largo de toda la economía.

En este caso, el modelo muestra las relaciones de todas las actividades económicas, en particular, de los sectores audiovisuales entre sí y con el resto de la economía.

En este tipo de modelos existen variantes de modelos de cantidades y de precios. En el basado en cantidades, las transacciones se miden en unidades físicas, mientras que en un modelo en precios, se evalúa cuánto de un bien se puede adquirir con una unidad monetaria. En este proyecto, se utilizan ambos modelos para el análisis de políticas públicas: el estudio de un cambio en la política fiscal que afecte al sector audiovisual deberá ser modelado a través del modelo de precios; en cambio, la posibilidad de aumentar la producción nacional de la industria audiovisual deberá modelizarse mediante el modelo en cantidades. En el Anexo se encuentra una explicación rigurosa de estos modelos.

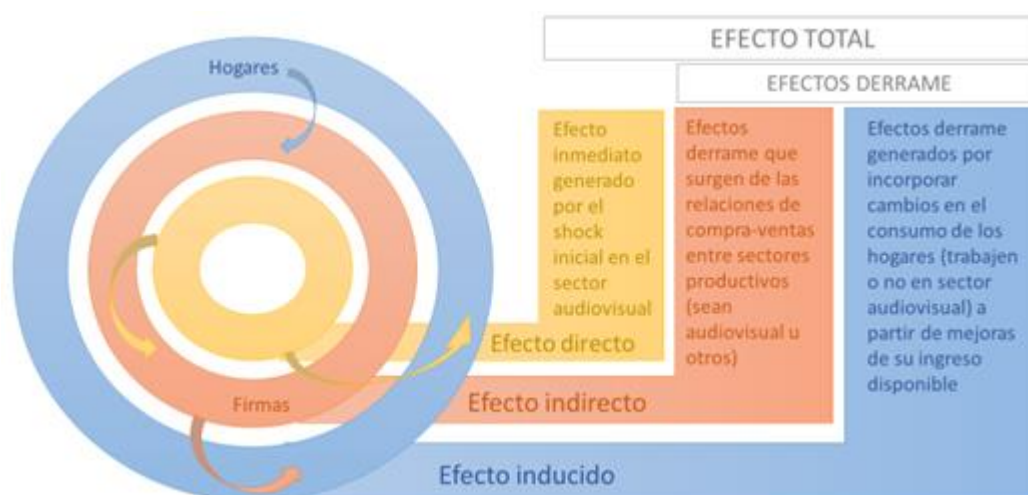
En este tipo de modelos se pueden clasificar los impactos en tres tipos: efecto directo, efecto indirecto y efecto inducido. Los efectos indirectos e inducidos constituyen lo que se denomina efecto derrame en el resto de la economía.

La contribución directa es aquella que contabiliza el efecto inmediato producto de un shock en el sector en el mismo sector (ver Ilustración 3). Por ejemplo, un incremento en la demanda de películas argentinas en los cines tiene impacto en la actividad económica, genera empleo y, consecuentemente, recursos para el fisco, en las actividades de exhibición, distribución de películas y producción.

Por su parte, la contribución indirecta suma el efecto que tiene ese shock en el resto de los sectores, los eslabonamientos productivos. En el ejemplo anterior, sería la mayor demanda de películas en otros sectores de la economía a los cuales le compran insumos, generando actividad, empleo y recaudación tributaria.

Por último, el efecto inducido se compone de los efectos generados por incorporar el consumo de los hogares. Siguiendo con el ejemplo, los trabajadores del propio sector audiovisual y de los sectores impactados indirectamente gastan sus salarios en alimentos, ropa, turismo, entretenimiento, entre otros bienes y servicios de la economía.

Ilustración 3. Descripción del impacto económico directo, indirecto e inducido

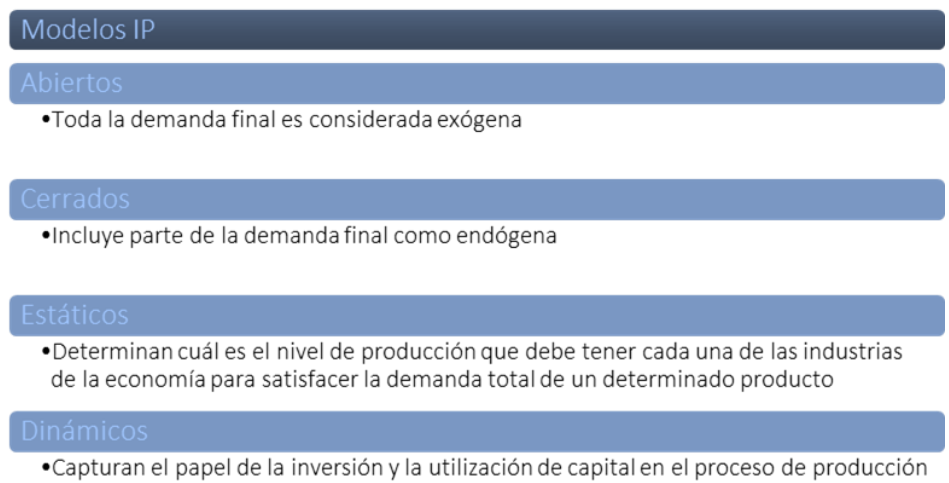


Fuente: Elaboración propia

Los modelos IP pueden ser abiertos o cerrados, y estáticos o dinámicos. En los modelos abiertos la demanda final es considerada exógena y se utilizan, en general, para evaluar cuánta producción adicional debe generarse ante cambios de la demanda final. En estos modelos pueden diferenciarse el efecto inicial (el shock, dado por ejemplo por un cambio de políticas), el efecto directo y el efecto indirecto.

En los modelos cerrados se incluye toda o parte de la demanda final como endógena. Esto quiere decir que un shock de demanda o de producto, además de aumentar la producción también aumenta el ingreso de los hogares a través del pago adicional a los factores productivos. Por ejemplo, para producir más es necesario trabajar más horas o emplear a más trabajadores, este aumento del ingreso de los hogares implica un aumento de su consumo, lo que incrementa la demanda final. Este último efecto es el efecto inducido. En la Ilustración 3 se presenta conceptualmente las variantes de los modelos insumo producto.

Ilustración 4. Variantes de los modelos insumo-producto



Fuente: Elaboración propia

En el Anexo se presentan formalmente los modelos utilizados en este trabajo.

2.2.3. Eslabonamientos económicos, multiplicadores y caracterización de los sectores

La utilización del enfoque de multiplicadores permite evaluar el impacto de cambios exógenos sobre distintas variables (como producción de los sectores, ingreso de los hogares, creación de empleo por sector, valor agregado sectorial). A partir de este tipo de análisis, se define el concepto de “eslabonamiento” teniendo en cuenta la forma en la que diferentes industrias se ven afectadas (positiva o negativamente) ante variaciones en la producción de un sector en particular.

Se suele denominar eslabonamiento “hacia atrás” (*backward linkages*, BL) cuando el efecto medido incide sobre los insumos que se utilizan en el producto, por lo que se afecta “aguas arriba” a los proveedores. Los multiplicadores de producción o “hacia atrás” miden la cantidad adicional de producción en una economía para abastecer el incremento de una unidad adicional de la demanda final de un sector o rama de actividad. Por ejemplo, qué cantidad de producción adicional de toda la economía es necesaria para abastecer la producción de una película.

Se caracteriza como eslabonamiento “hacia adelante” (*forward linkages*, FL) cuando el shock impacta al producto terminado; la dirección del cambio va de las materias primas hacia el bien final “aguas abajo”. Los multiplicadores “hacia adelante” miden la cantidad adicional que debería producir un sector en particular si la demanda final de todos los sectores de la economía se incrementa en una unidad.

De acuerdo con este análisis de multiplicadores, es posible clasificar los sectores productivos en cuatro categorías: sectores claves, sectores estratégicos, sectores impulso y sectores independientes.

Para esto es necesario obtener una matriz de coeficientes técnicos. En esta matriz si, por ejemplo, en la intersección entre el sector 1 (visto por columna) y el sector 2 (visto por fila) es 15%, esto quiere decir que de la producción total del sector 1 15% se genera “gracias” al sector 2 (la suma de los componentes por columna debe dar 100%).

A partir de esta matriz de coeficientes técnicos se puede obtener dos indicadores que, de acuerdo con la metodología desarrollada por Rasmussen (1956), permiten clasificar a los sectores productivos. Estos indicadores se denominan: Indicador de Poder de Dispersión e Indicador de Sensibilidad de Dispersión.

Por un lado, el Indicador de Poder de Dispersión (PD) de un sector indica en qué medida un aumento de la demanda final de sus productos se “dispersa” en el resto de la economía. Si es mayor a 1 quiere decir que el incremento de la demanda final del sector genera un aumento más que proporcional en la demanda de los insumos que necesita (lo que indica un fuerte arrastre hacia atrás). Por el contrario, si es menor a 1 el sector en cuestión posee “poco” arrastre.

Por otro lado, el Indicador de Sensibilidad de Dispersión (SD) mide cómo impacta el aumento del producto de la economía en su conjunto sobre la producción de un sector en particular. Un valor mayor a 1 indica que el sector aumenta la producción en una proporción mayor que el promedio de

la economía, lo que genera encadenamiento hacia adelante. Por el contrario, si es menor el aumento de la producción de este sector tiene un efecto poco significativo en el resto de la economía.

En síntesis, los sectores claves son aquellos que tienen ambos tipos de multiplicadores mayores a 1, es decir, traccionan tanto los sectores aguas arriba como aguas abajo. Los sectores estratégicos son aquellos que pueden generar cuellos de botella puesto que tienen más arrastre hacia adelante que hacia atrás. Los sectores impulsores son aquellos que tienen un arrastre hacia atrás mayor que la economía en promedio pero hacia adelante menor que el promedio. Por último, los sectores independientes son aquellos que no traccionan ni aguas arriba ni aguas abajo.

2.2.4. Construcción MCS y fuentes de información

En este trabajo se utiliza la estimación de la economía argentina realizada por Chisari *et al.* (2020) como punto de partida. La elección del año base del trabajo responde a varios factores: en primer lugar, para el año 2017 se encuentra disponible la información necesaria para confeccionar una MCS; en segundo lugar, el año 2017 presentó mayor estabilidad económica en términos relativos, si se lo compara con 2018 o 2019, años de mayor volatilidad macroeconómica (en términos de variación del producto, inflación, tipo de cambio, entre otros) a lo que debe sumarse la existencia de elecciones presidenciales; por último, los años 2020 y 2021, por el efecto de la pandemia de la COVID-19, que tuvo impactos sin precedentes en la mayor parte de las actividades económicas, no pueden ser utilizados como período de referencia.

Por su parte, deben tenerse en cuenta posibles sesgos derivados del paso del tiempo entre el año base (2017) y la actualidad. Por un lado, es posible suponer que tanto las estructuras productivas como las estructuras de costos presenten relativa estabilidad en el lapso temporal mencionado, lo que permite utilizar estimaciones de dicho año para períodos subsiguientes. Por otro lado, sí se produjo un cambio progresivo en los hábitos de consumo y, en forma conexas, en la producción de contenido audiovisual, asociado al crecimiento de las plataformas de streaming y videojuegos. Por ese motivo, es imprescindible incorporar estos sectores al análisis. En el caso de los videojuegos, en este proyecto se dio inicio a ese proceso adoptando los datos generados por el sector privado. Para el caso de las plataformas de streaming, como fue mencionado anteriormente, esto implicará comenzar la generación de información primaria y el relevamiento de otras fuentes secundarias.

En el trabajo de Chisari *et. al* (2020) se describió a la economía nacional mediante la consideración de 30 sectores productivos, aquí se amplió a 43 sectores al incorporar la desagregación del sector audiovisual. En la tabla siguiente se encuentran los sectores de la MCS utilizada.



Tabla 3. Sectores productivos MCS 2017

	Codificación	Sectores MCS
AGRO	S01	Agricultura, Ganadería, Silvicultura y Pesca
EXTP	S02	Extracción primaria de petróleo, gas y carbón
MINE	S03	Minería
ALIM	S04	Elaboración de alimentos, bebidas y productos de tabaco
TEXT	S05	Productos textiles y prendas de vestir
CURT	S06	Curtido y terminación de cueros
MADE	S07	Producción de madera y sus productos
PAPE	S08	Fabricación de papel y sus productos
EDIC	S09	Edición, impresión y reproducción de grabaciones
REFI	S10	Refinería
QUIM	S11	Sustancias y productos químicos
CAUC	S12	Productos de caucho y plástico
MNNM	S13	Productos minerales no metálicos
META	S14	Metales comunes
PELM	S15	Productos elaborados de metal
MAEQ	S16	Maquinaria y equipo
AUTO	S17	Vehículos automotores, remolques y semirremolques
OTRA	S18	Otros equipo de transporte
OTIN	S19	Otras industrias manufactureras
ELEC	S20	Electricidad, Gas y Agua

Fuente: Elaboración propia



	Codificación	Sectores MCS
CONS	S21	Servicios de Construcción
COME	S22	Comercio
HOTE	S23	Hoteles, hospedaje, restaurantes, bares y cantinas
ETER	AA30	Emisión y Retransmisión de Radio y Televisión
RS24	R24	Resto de transporte y comunicaciones
IFIN	S25	Intermediación financiera
VIDJ	AA40	Videojuegos
RS26	R26	Resto de Actividades inmobiliarias y empresariales
INCAA	AA27	INCAA
ADMP	R27	Administración Pública (sin INCAA)
EDUC	S28	Enseñanza
SSSS	S29	Servicios sociales y de salud
FICC	AA1011	Producción de Cine y TV - Ficción
ANIM	AA1012	Producción de Cine y TV - Animación
DOCU	AA1013	Producción de Cine y TV - Documental
PUBL	AA1014	Producción de Cine y TV - Publicidad
TELE	AA1015	Producción de Cine y TV - Televisión
OTRO	AA1019	Producción de Cine y TV - Servicios de Producción y Otros
POST	AA102	Postproducción de Filmes
DFIL	AA103	Distribución de Filmes
EFIL	AA20	Exhibición de Filmes
ANOT	AA50	Agencia de Noticias
RS30	R30	Resto Otras Actividades de Servicios Comunitarios

Fuente: Elaboración propia

Para considerar la apertura audiovisual se llevó a cabo una descomposición del sector 24 (transporte y comunicaciones), del sector 26 (servicios empresariales), del sector 27 (administración pública) y del sector 30 (actividades de servicios comunitarios y de entretenimiento). Estas desagregaciones se obtuvieron a partir de la información de la CSC, datos de empleo privado registrados del Sistema Integrado Previsional Argentino (SIPA), información recabada en entrevistas a actores claves del sector e información relevada en fuentes secundarias (cámaras empresarias, sindicatos, entre otras).

3. CONTRIBUCIÓN TOTAL DE LA ACTIVIDAD AUDIOVISUAL A LA ACTIVIDAD ECONÓMICA DE ARGENTINA EN EL AÑO 2017

La MCS permite estimar la contribución total del sector audiovisual en el total de la economía nacional. Esto es, diferenciar su contribución directa, indirecta e inducida dentro de la economía de forma tal de dimensionar cuál es el aporte total de la actividad. En las siguientes subsecciones se realiza este análisis para los indicadores de mayor relevancia, esto es: la actividad económica, considerando Valor Bruto de Producción y Valor Agregado (VA), para el empleo y, por último, para la recaudación tributaria.

3.1.1 Actividad económica (VBP, VA)

Durante 2017, la economía argentina en su totalidad presentó los siguientes resultados para las principales variables que miden la actividad económica del país:

- Valor Bruto de Producción (VBP) = 18.485 miles de millones de pesos
- Valor Agregado (VA) = 7.769 miles de millones de pesos

El aporte del sector audiovisual agregado se encuentra en la siguiente tabla. Como VBP el sector audiovisual generó más de 180 mil millones de pesos, lo que representa 1% del valor total de la economía. Mientras que en concepto de VA alcanzó un poco más de 30 mil millones de pesos, un 0,4% del total.

Tabla 4. Actividad económica (VBP y VA) del sector audiovisual, en valor y como porcentaje del total, 2017.

	Valor Bruto de Producción	Valor Agregado
Valor (en millones de pesos de 2017)	181.532	31.216
Participación % sobre el total de la economía	1,0%	0,4%

Fuente: Elaboración propia.

En cuanto a los subsectores que componen al audiovisual, en particular, se destacan las actividades de emisión y retransmisión de radio y TV, las cuales explican más del 70% del valor de la producción audiovisual y prácticamente el 60% del valor agregado del total del sector audiovisual en 2017.

En términos de VBP, emisión de radio y TV junto con producción de TV representa casi el 90% del sector audiovisual. En un tercer lugar lejano, de Producción y distribución de filmes representa el 3% del total del sector.

Si se considera el VA, el análisis cambia. Las actividades ligadas a radio y TV explican el 70% del valor agregado del sector audiovisual, en tanto que, como segundo lugar aparece agencia de noticias con 15% del total.

Centrando la atención en el sector de mayor peso en el audiovisual podemos decir que las actividades de Emisión de radio y TV aparecen como potenciales traccionadores del resto de la economía (principalmente de los otros sectores ligados a la producción audiovisual) dado que su valor agregado corresponde al 14% del total del valor de producción, siendo el resto compras intermedias al resto de la economía. Esa misma relación entre valor agregado y valor de producción resulta ser aún menor para Producción de TV, dado que no alcanza al 10%.

La tabla 5 da una “radiografía” de los sectores económicos argentinos. Como se observa, en términos de valor agregado, los sectores que lideran son los de Comercio, transporte y comunicaciones, y Servicios sociales y personales con el 25,9% y el 18,1% del total de la economía, respectivamente. El sector audiovisual aporta 0,4% del VA.



Tabla 5. Actividad económica (VBP y VA) por grandes sectores, en millones de pesos corrientes y como porcentaje del total, 2017.

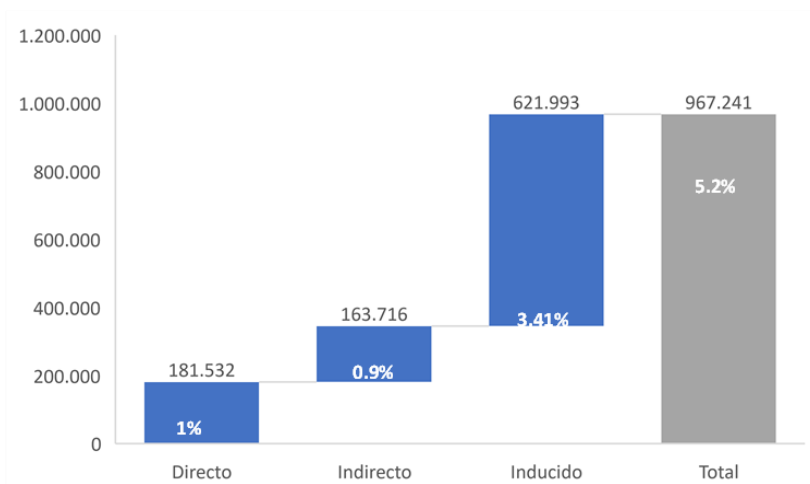
Grandes sectores	Valor Bruto de Producción	% sobre el total	Valor Agregado	% sobre el total
Actividades primarias	1.597.128	8,60%	786.410	10,10%
Industria liviana	2.133.293	11,50%	433.134	5,60%
Químicos, minerales no metálicos y otros	1.662.510	9,00%	360.158	4,60%
Metálicos, maquinaria y equipo	1.275.901	6,90%	318.953	4,10%
Electricidad, gas y agua	286.197	1,50%	72.269	0,90%
Construcción	872.174	4,70%	393.930	5,10%
Comercio, transporte y comunicaciones	4.532.549	24,50%	2.008.705	25,90%
Servicios financieros y afines	718.112	3,90%	283.598	3,70%
Actividades empresariales	1.660.674	9,00%	949.613	12,20%
Administración pública	1.182.896	6,40%	727.177	9,40%
Servicios sociales y personales	2.382.170	12,90%	1.404.278	18,10%
Sector audiovisual	181.532	1,00%	31.216	0,40%
Total economía	18.485.136	100,00%	7.769.443	100,00%

Fuente: Elaboración propia.



El efecto directo del sector audiovisual en términos del valor bruto de producción es 1% del total de la economía en 2017. La contribución indirecta del audiovisual en la economía es de 163.716 millones de pesos adicionales, que surgen del impacto que tiene en otros sectores de la economía. Por último, el efecto inducido es 621.993 millones de pesos, equivalente a 3,41%. En total, el sector audiovisual contribuye a la economía total con 967.241 millones de pesos, lo que representa 5,2% de la economía argentina.

Gráfico 1. Contribución directa, indirecta e inducida del sector audiovisual, VBP, en millones de pesos corrientes y participación sobre el total de la economía, en porcentaje, 2017.



Fuente: Elaboración propia.

Si se pone el foco en términos de sectores comparables, se observa que el sector audiovisual con \$31.216 millones anuales de valor agregado en 2017 supera a la fabricación de muebles y colchones (que totalizan \$36.662 millones), la hotelería (\$33.390 millones) y la fabricación de aparatos de radio, televisión y comunicaciones (\$15.998 millones). Asimismo, el sector audiovisual equivale a un 50% de la fabricación de vehículos automotores (que alcanzó en 2017 un total de \$61.163 millones) y un 62% de la fabricación de prendas de vestir (con \$50.642 millones).



Tabla 6. Actividad económica (VA) para subsectores seleccionados, en millones de pesos corrientes y participación sobre el total de la economía, en porcentaje, 2017.

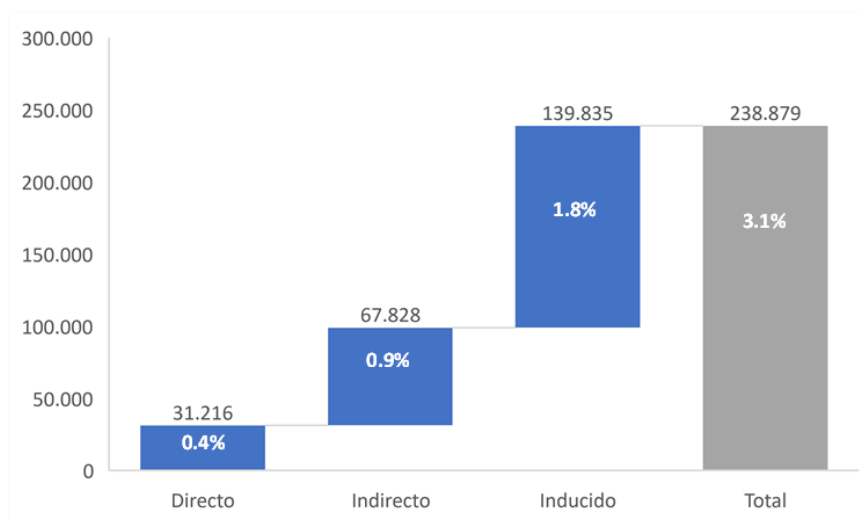
Sectores económicos	VA (miles de millones de \$)	Participación sobre total de la economía (en %)
Vehículos automotores	61.163	0,68%
Prendas de vestir	50.642	0,56%
Fabricación de muebles y colchones	36.662	0,41%
Hoteles	33.390	0,37%
Sector Audiovisual	31.216	0,40%
Pesca	27.495	0,31%
Productos textiles	26.959	0,30%
Maquinaria y aparatos eléctricos	23.322	0,26%
Equipos y aparatos de radio, televisión y comunicaciones	15.998	0,18%

Fuente: Elaboración propia sobre la base de INDEC.

Como ya se mencionó, en términos de VA, la contribución directa del sector audiovisual representa 0,4% del total de la economía. Si se consideran las interrelaciones sectoriales, se obtiene que la contribución indirecta asciende a 67.820 millones de pesos y la inducida a 139.835 millones de pesos durante 2017. De esta forma, la contribución total a la economía alcanza los 238.879 millones de pesos, equivalente al 3% del VA total.



Gráfico 2. Contribución directa, indirecta e inducida del sector audiovisual, VA, en millones de pesos corrientes y participación sobre el total de la economía, en porcentaje, 2017.



Fuente: Elaboración propia.

3.2. Empleo

El sector audiovisual agregado emplea 94.113 puestos de manera directa, lo que representa 0,5% del total de la economía (20,3 millones de puestos de trabajo). Esto muestra que la intensidad en trabajo del sector audiovisual es igual a la del promedio de la economía (por ello, su participación en el valor agregado es similar, 0,4%).

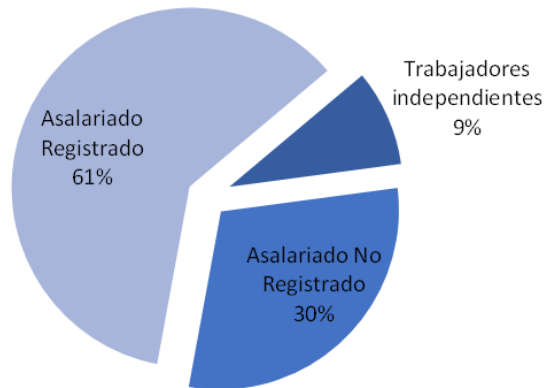
Tabla 7. Empleo del sector audiovisual por grandes sectores, en puestos de trabajo y participación sobre el total de la economía, 2017.

Grandes sectores	Empleo	% sobre el total	Recaudación	% sobre el total
Actividades primarias	1.471.000	7,20%	141.112	5,10%
Industria liviana	1.068.000	5,20%	384.375	13,80%
Químicos, minerales no metálicos y otros	483.000	2,40%	324.516	11,70%
Metálicos, maquinaria y equipo	783.000	3,80%	182.574	6,60%
Electricidad, gas y agua	126.000	0,60%	2.243	0,10%
Construcción	1.674.000	8,20%	104.367	3,70%
Comercio, transporte y comunicaciones	5.382.803	26,50%	708.283	25,40%
Servicios financieros y afines	305.000	1,50%	171.122	6,10%
Actividades empresariales	1.355.774	6,70%	283.469	10,20%
Administración pública	1.575.000	7,70%	146.290	5,30%
Servicios sociales y personales	6.027.310	29,60%	311.390	11,20%
Sector audiovisual	94.113	0,50%	23.471	0,84%
Total economía	20.345.000	100,00%	2.783.212	100,00%

Fuente: Elaboración propia

Tal como se observa en la tabla 7, el aporte al empleo por sector económico de la economía argentina muestra como principales a los sectores de: Comercio, transporte y comunicaciones (con 26,5% del empleo total de la economía), la Industria liviana (con 5,2%) y la Construcción (con 8,2%). El sector audiovisual con su aporte de 94 mil puestos de trabajo (0,5% del total) realiza una contribución similar a la de la minería, dentro de las actividades primarias, que representa 96 mil puestos de trabajo; y similar al de Electricidad, gas y agua, con 126 mil puestos de trabajo.

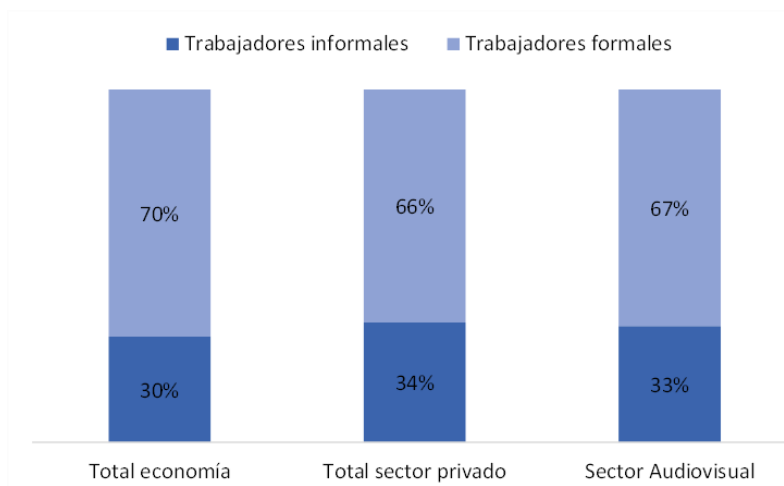
Gráfico 3. Empleo del sector audiovisual por categoría ocupacional, en porcentaje, 2017.



Fuente: Elaboración propia en base a CSC

Analizando con mayor grado de detalle la composición del empleo del sector audiovisual podemos ver que por categoría ocupacional el 61% del empleo está constituido por asalariados registrados (esto es, trabajadores en relación de dependencia con registración en el sistema previsional), el 30% son asalariados no registrados (empleo informal) y 9% trabajadores independientes.

Gráfico 4. Sector asalariado del sector audiovisual por condición de formalidad, en porcentaje, 2017.



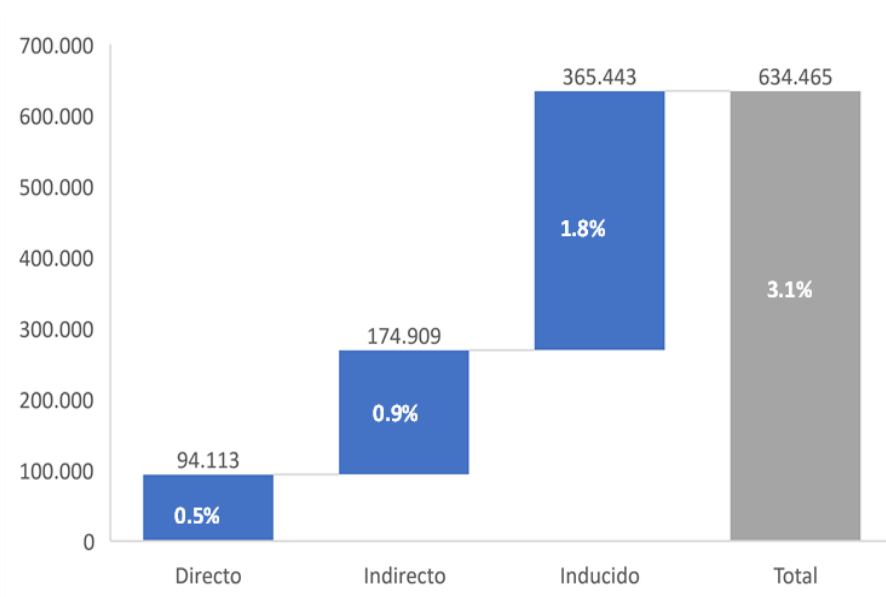
Fuente: Elaboración propia.

De esta forma, tal como se exhibe en el gráfico, el sector audiovisual presenta un porcentaje de asalariados formales sobre el total de asalariados del 67%, y 33% la participación de los asalariados

informales. En comparación con el promedio del sector privado en Argentina, se observa que el audiovisual tiene un comportamiento casi igual al promedio, en donde 34% es el porcentaje de trabajadores informales sobre el total.

Hasta aquí hemos analizado la contribución directa del sector audiovisual sobre el empleo (94 mil puestos de trabajo; 0,5% del total de la economía). Si se considera su contribución total (considerando efectos indirectos e inducidos), la misma alcanza 3,1% del empleo de la economía, con 634.465 puestos de trabajo. Dicho valor puede ser entonces desagregado en 0,9% (174.909 puestos de trabajo adicionales) de contribución indirecta del sector audiovisual al empleo total de la economía y 1,8% (365.443 puestos adicionales) como empleo inducido.

Gráfico 5. Contribución directa, indirecta e inducida del sector audiovisual agregado en el empleo, en puestos de trabajo, 2017.



Fuente: Elaboración propia.

3.3. Recaudación tributaria

Durante 2017, en la economía argentina se recaudaron 2.785.132 millones de pesos en concepto de impuestos, correspondiendo el 0,8% (23.471 millones de pesos) al sector audiovisual.

En lo que respecta a las actividades específicas la Emisión de radio y TV explican 82% del total de la recaudación del sector audiovisual. En segundo lugar, se encuentra Producción de TV con 9% del sector audiovisual.

En términos de los grandes sectores económicos de Argentina se observa que el mayor aporte a la recaudación proviene, como en el resto de las variables, del sector Comercio, transporte y comunicaciones con el 25,4%. Le siguen en relevancia la Industria liviana y el sector “Químicos, minerales no metálicos y otros” (11,7%).

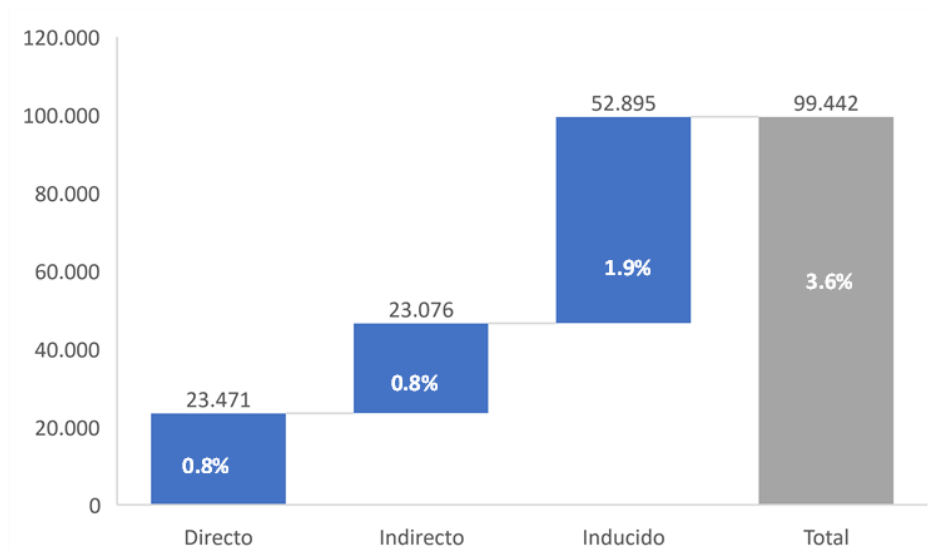
Tabla 8. Recaudación del sector audiovisual por grandes sectores, en millones de pesos corrientes y participación sobre el total de la economía, en porcentaje, 2017.

Grandes sectores	Recaudación	% sobre el total
Actividades primarias	141.112	5,1%
Industria liviana	384.375	13,8%
Químicos, minerales no metálicos y otros	324.516	11,7%
Metálicos, maquinaria y equipo	182.574	6,6%
Electricidad, gas y agua	2.243	0,1%
Construcción	104.367	3,7%
Comercio, transporte y comunicaciones	708.283	25,4%
Servicios financieros y afines	171.122	6,1%
Actividades empresariales	283.46	10,2%
Administración pública	146.290	5,3%
Servicios sociales y personales	311.390	11,2%
Sector audiovisual	23.471	0,84%
Total economía	2.783.212	100,0%

Fuente: Elaboración propia.

Si bien la contribución directa del sector audiovisual a la recaudación tributaria representa 0,8% del total, cuando se tienen en cuenta el efecto indirecto e inducido el aporte del sector es 3,6% del total, esto es 99.442 millones de pesos. Como contribución indirecta el sector audiovisual genera 23.076 millones de pesos y como inducida aporta 52.895 millones de pesos adicionales en la economía.

Gráfico 6. Contribución directa, indirecta e inducida del sector audiovisual agregado en recaudación tributaria, en millones de pesos corrientes, 2017.



Fuente: Elaboración propia.

3.4. Análisis de multiplicadores

Como se explicó en el apartado metodológico, de la matriz de Leontief se obtienen los encadenamientos hacia atrás (en inglés *backward linkages* -BL-) y hacia adelante (en inglés *forward linkages* -FL-) de cada uno de los sectores y de la economía en promedio. Este cálculo permite clasificar los sectores en: Independiente, Impulsor, Estratégico y Clave según su comparación con el promedio de la economía. Cada uno de ellos se define de la siguiente manera:

- Claves: son aquellos sectores que tienen ambos encadenamientos por encima del promedio de la economía.
- Estratégicos: son aquellos sectores que generan un arrastre hacia adelante mayor que hacia atrás.
- Impulsores: son aquellos sectores que tienen un arrastre hacia atrás mayor que la economía en promedio pero hacia adelante menor que el promedio.
- Independientes: son aquellos sectores que no traccionan ni aguas arriba ni aguas abajo.

Tabla 9. Multiplicadores del sector audiovisual y promedio de la economía, clasificación de Rasmussen

Sector	BL	FL	BL/ promedio economía	FL/ promedio economía	Clasificación Rasmussen
Sector audiovisual	6,12	1,31	1,03	0,22	IMPULSOR
Emisión y transmisión de radio y TV	5,35	2,41	0,9	0,41	INDEPENDIENTE
Videojuegos	5,88	1,01	0,99	0,17	INDEPENDIENTE
Producción - Ficción	8,33	1,04	1,41	0,18	IMPULSOR
Producción - Animación	8,45	1	1,43	0,17	IMPULSOR
Producción - Documental	8,41	1,01	1,42	0,17	IMPULSOR
Producción - Publicidad	5,14	1	0,87	0,17	INDEPENDIENTE
Producción - TV	4,84	1,3	0,82	0,22	INDEPENDIENTE
Producción - Serv. de producción y Otros	5,14	1	0,87	0,17	INDEPENDIENTE
Postproducción	6,43	2,74	1,09	0,46	IMPULSOR
Distribución de filmes	4,55	1,12	0,77	0,19	INDEPENDIENTE
Exhibición de filmes	3,95	1,04	0,67	0,18	INDEPENDIENTE
Agencia de noticias	6,96	1,09	1,18	0,18	IMPULSOR
Promedio economía	5,91	5,91			

Fuente: Elaboración propia

La clasificación dentro del sector arroja sectores independientes y sectores impulsores. En particular, los sectores de producción de ficción, animación y documentales son impulsores, así como también postproducción y agencia de noticias. En cambio, los sectores de producción de TV y otros, videojuegos, emisión y transmisión de radio y TV, distribución y exhibición de filmes son independientes.

El promedio del sector audiovisual, tal como se esperaba, es un sector impulsor del resto de los sectores de la economía. Los sectores impulsores como el sector audiovisual traccionan al resto de la economía dado que poseen un alto consumo intermedio, sin embargo, como sus productos suelen estar destinados a la demanda final, no generan un gran arrastre hacia adelante. Esto lo



ubica en el grupo de otros sectores como por ejemplo: la extracción primaria de petróleo y gas, la producción de madera, la fabricación de papel, el sector de electricidad, gas y agua, entre otros.



4. POLÍTICAS DE PROMOCIÓN DE LA INDUSTRIA AUDIOVISUAL Y EL ESQUEMA ACTUAL DE FOMENTO DEL INCAA EN ARGENTINA

4.1. Análisis conceptual de las políticas de incentivo del audiovisual

Las políticas de apoyo a la industria audiovisual están presentes desde hace muchas décadas en la mayor parte del mundo. Las motivaciones para fortalecer la industria audiovisual y de generar políticas de fomento surgen, por un lado, de su valor simbólico, su aporte a la construcción de la identidad nacional, a la diversidad y al acervo cultural del país. En segundo plano, las políticas de fomento se basan en la visión “industrial”, el aporte a la actividad económica, la generación de empleo y de exportaciones.

Al mismo tiempo, las características intrínsecas de la industria audiovisual, y particularmente de la industria cinematográfica, plantean espacios para la aplicación de políticas públicas de fomento de la actividad. Esto se debe a que, en el momento de generación de ideas o guión para la realización de una obra audiovisual, es extremadamente complejo (y en algunos casos imposible) determinar de forma fehaciente la demanda que la obra enfrentará. Esta información sólo se revelará en el momento en que la obra sea culminada y, por ende, el grueso de la inversión realizada, ya que el costo marginal de la realización de una copia es bajo respecto al costo de realización de la obra. En términos microeconómicos, la industria audiovisual es un sector con costos hundidos² y fijos³ elevados y un costo marginal⁴ pequeño. Esto quiere decir que, por ejemplo, una película para ser rentable requiere de una inversión inicial considerable, una base de consumidores grande y un buen sistema de distribución para aprovechar las economías de escala.

Es decir, la actividad de producción de contenidos audiovisuales es una actividad que requiere una inversión relativamente elevada y altamente riesgosa, lo que dificulta la obtención de financiamiento de fuentes privadas, en una economía con mercado interno pequeño y un acceso muy limitado al crédito para el sector privado. De este modo, una política de financiamiento público blando y/o de subsidio directo a la producción cinematográfica aparece como una alternativa válida para superar esta dificultad. Así, se permite la realización de una mayor cantidad de obras, que no podrían llevarse a cabo por la imposibilidad de recaudar financiamiento privado (el cual es relativamente

² Costos que no pueden recuperarse una vez que se deja de producir.

³ Costos en los que debe incurrirse sin importar la cantidad de unidades que se produzcan.

⁴ Costo de producir una unidad adicional.

escaso en países como la Argentina y se encuentra más focalizado en proyectos de menor incertidumbre relativa).

En particular, Hemels en Goto (2017) caracteriza a la industria audiovisual como el sector más potente dentro de la industria creativa⁵. Es un sector intensivo en trabajo que emplea mano de obra altamente calificada y cuya competencia internacional no es tan directa con países de menores ingresos relativos (como sucede con la mayor parte de los bienes industriales, por ejemplo). Además, puede aumentar de manera indirecta el turismo y promocionar el país en términos generales, y tiene un aspecto cultural que promueve la identidad de cada país. En particular, en Barnes (2015) se calcula como efecto derrame (*spillover effects*) que, de los 21 billones de libras esterlinas del gasto turístico realizado por visitantes extranjeros en el Reino Unido en 2013, 840 millones (4% del total) pueden atribuirse al turismo inducido por el cine.

Por todo lo anterior, es necesario estimular la actividad audiovisual de manera correcta con políticas públicas eficientes. De acuerdo con el trabajo de Benavente y Grazzi (2017) hay cuatro tipos de políticas que pueden aplicarse a sectores con las características del audiovisual: políticas de oferta, políticas de demanda, políticas sistémicas y políticas de formación de capital humano.

Desde el punto de vista de la oferta, existen varios factores que dificultan el financiamiento privado adecuado para la actividad audiovisual. Entre ellos se encuentran: las características de bien público del contenido audiovisual. Esto es, una película, por ejemplo, no puede dividirse, no existe rivalidad en su consumo (el consumo de una persona no limita la posibilidad de otra persona de consumirlo) y la exclusión es limitada⁶; la estructura de costos que tiene la industria con altos costos fijos y hundidos y la incertidumbre sobre su desempeño. El sector público puede estimular la oferta con políticas de apoyo directo o de apoyo indirecto.

El apoyo directo puede ser subvenciones, subsidios o algún tipo de asistencia financiera. En general es asignado por algún comité de expertos o institución especializada y es, tradicionalmente, un instrumento clave de política cultural. Ejemplos de esta política son los fondos sectoriales como los Fondos Culturales en Chile o, en nuestro país, el Fondo de Fomento del INCAA o el Fondo Argentino

⁵ De acuerdo a diversos autores y publicaciones de organismos internacionales como el BID y el Banco Mundial, la actividad audiovisual se encuentra encuadrada en lo que se denomina economía creativa o economía naranja. Si bien no hay una única definición, puede entenderse como el "grupo de actividades a través de las cuales las ideas se transforman en bienes y servicios culturales y creativos, cuyo valor está o podría estar protegido por derechos de propiedad intelectual".

⁶ Esto quiere decir que es difícil y, en algunos casos imposible, excluir a alguien de la posibilidad de consumir un contenido.

de Desarrollo Cultural y Creativo del Ministerio de Cultura de la Nación. Además, el apoyo directo puede estar exclusivamente destinado a apoyar emprendimientos creativos. Este es el caso del Banco de Desarrollo de Brasil que ha sido prestamista directo de la industria audiovisual, musical y videojuegos desde 2006; y del Reino Unido que intenta estimular las inversiones privadas en el sector a través de regímenes tributarios que reducen los impuestos a los ingresos y al capital en sus inversiones y por medio de fondo de capital de riesgo con apoyo público.

El apoyo indirecto, por su parte, toma la forma de regímenes tributarios especiales o exenciones tributarias, también puede ser un régimen tributario preferencial para determinadas empresas. Según Benavente y Grazzi (2017) en Europa desde 2014 se identificaron 26 regímenes de incentivo fiscal en 17 países. El apoyo indirecto suele destinarse a los derechos de autor para los productos creativos, en general se utilizan exenciones tributarias que se centran en la actividad artística. Esto se debe a las características propias del mercado laboral de los artistas, ganancias variables y fenómeno de multiempleo. Por ejemplo, en Colombia toda actividad artística relacionada con las artes escénicas se encuentra exenta del impuesto al valor agregado. Los incentivos fiscales también se utilizan para estimular al I+D en las industrias creativas. Las provincias canadienses de Columbia Británica, Ontario y Quebec los utilizan para los videojuegos. En efecto, el crecimiento de ese sector se explica en gran parte por los créditos tributarios en I+D combinados con el sistema universitario (política de formación de capital humano).

Las políticas de demanda buscan incentivar el consumo de bienes y servicios generados en esta industria, en particular, entre la población con menor poder adquisitivo. Se suele utilizar lo que se denomina vouchers culturales para abordar el problema del acceso. En Benavente y Grazzie (2017) se destaca el desempeño del programa Vale Cultura, implementado por el Ministerio de Cultura de Brasil en 2013. El programa consiste en otorgar un voucher mensual a los trabajadores de las empresas asociadas equivalente a 20 dólares para uso exclusivo en bienes y servicios culturales. Como resultado se creó una red de 40.000 empresas para abastecer esta demanda creciente y ofrecer distintas opciones como cine, artes escénicas, museo, libros y conciertos. El gobierno y las empresas asociadas comparten el costo de los boletos y, además, las empresas asociadas acceden a incentivos tributarios especiales. Otro ejemplo de estímulo de demanda es el de Italia que otorga un voucher cultural de 500 euros a los jóvenes en su cumpleaños número 18. En la sección 5 del documento, se aborda el caso del programa argentino “Más Cultura”, que estimula los consumos culturales en personas jóvenes vulnerables mediante el otorgamiento de un voucher.

Respecto de los incentivos fiscales aplicados a la demanda, debe tenerse en cuenta que para que sea eficiente, y de hecho esté estimulando la demanda, es necesario que la demanda sea elástica.

Si la demanda del bien estimulado no es elástica, la reducción del precio final vía reducción de impuesto no aumenta sustancialmente la demanda. En esos casos, se estaría incentivando a consumidores que habrían comprado el producto sin la reducción del precio.

En Hemels (2017) se destaca que la venta de entradas para los estrenos de nuevas películas es relativamente insensible a los precios de taquilla *per se*: la demanda de películas de eventos importantes, respaldada por una fuerte publicidad de boca en boca y visualización, es esencialmente inelástica en función del precio. Sin embargo, sugiere que las ventas pueden ser más sensibles al costo total de ir al cine, que puede incluir tarifas por bienes y servicios complementarios, como niñeras, comidas en restaurantes y estacionamiento. En ese caso, la reducción del precio de la entrada de cine a causa de un incentivo fiscal no tendría efecto sobre la demanda ya que el precio de los bienes complementarios se mantendría igual. Además, señala que para algunos colectivos, como las amas de casa y los jubilados o desempleados, los precios más bajos pueden estimular las entradas en horas de menor actividad y a funciones algo más antiguas. Una tasa de IVA reducida para todos los consumidores de todas las entradas de cine conduciría entonces a una sobreestimulación: una tarjeta de descuento financiada por un subsidio directo para estos grupos y horarios específicos sería mucho más efectiva.

Respecto a las políticas sistémicas, éstas surgen como respuesta a las fallas de coordinación e incertidumbre generada por la naturaleza intangible del contenido creativo que dificultan la colaboración e interacción entre los diferentes actores en esta industria. La política pública, en este sentido, debe enfocarse en corregir esta falla a través del fortalecimiento de los vínculos entre los miembros de la industria. Como instrumento clave surge entonces el denominado voucher de crédito. Primero se identifica un sector específico, en general una PyME o emprendimiento y luego se le ofrece un voucher que puede canjear para comprar bienes o servicios específicos. La idea es crear un vínculo entre las empresas creativas y los sectores tradicionales. El Reino Unido implementó Creative Credits por el cual otorga un voucher a determinadas PyMEs elegibles equivalente a 4.000 libras para adquirir servicios de una red de proveedores creativos con el objetivo de desarrollar proyectos innovadores. Como resultado se crearon y fortalecieron los lazos entre PyMEs tradicionales y empresas creativas y, además, estas PyMEs aumentaron sus ventas. Otro ejemplo exitoso de política sistémica es el Creativeworks London, que es uno de los cuatro Centros de Intercambio de Conocimiento para la Economía Creativa financiados por el Consejo de Investigación de Artes y Humanidades. Siguiendo a Benavente y Grazzini (2017) estos centros funcionan como consorcios, que conectan instituciones de investigación con organizaciones creativas y culturales. Un ejemplo ilustrativo a nivel europeo es la Alianza Europea de Industrias

Creativas (ECIA, por sus siglas en inglés) que vincula 28 organizaciones asociadas en 12 países. En efecto, ECIA promovió el uso de vouchers junto con el desarrollo de clusters y un mejor acceso al financiamiento.

Otra justificación para la implementación de políticas que estimulen los *clusters* creativos son las fallas de coordinación. La proximidad geográfica de empresas, proveedores y establecimientos de investigación son factores fundamentales para el desarrollo de industrias creativas. Aquí se destaca el rol de las universidades como factor clave para el desarrollo de clusters creativos, pueden ser proveedoras de talento, investigadores, redes, servicios de apoyo, entre otros servicios. El International VFX Hub en el Centro Nacional de Animación por Computadora en la Universidad de Bournemouth (Reino Unido) es un ejemplo claro de lo anterior. Esta universidad estimula e impulsa la industria de la animación y de posproducción mediante la combinación de trabajo con escuelas locales, transferencia de conocimiento a través de doctores de la industria y apoyo para emprendimientos académicos.

Por último, las políticas orientadas a la formación de capital humano se utilizan para sanear la falla de coordinación que existe entre la demanda de habilidades de la industria creativa y el sistema educativo. Este tipo de políticas pueden facilitar el problema de selección mediante algún tipo de acreditación que luego es necesaria para alcanzar sueldos más elevados. Además, está la brecha entre la educación formal y el conocimiento o habilidades que son necesarias en la práctica profesional.

Para esto, Benavente y Grazzini (2017) destacan que el sector público debe involucrarse para que el sistema educativo apoye la creatividad mediante la promoción también de las artes, por ejemplo: otorgando becas y subsidios a los alumnos para que estudien carreras académicas en la economía creativa. En este sentido, cabe mencionar experiencias en nuestro país como la de la Escuela Nacional de Experimentación y Realización Cinematográfica (ENERC) creada en 1957, el cual es un establecimiento educativo público orientado a la formación de profesionales en el sector audiovisual.

4.2. Esquema actual de fomento de la actividad audiovisual del INCAA

En esta sección se realiza un breve resumen del conjunto de incentivos y herramientas de fomento que el INCAA aplica a la actividad cinematográfica. En el anexo 2 del documento se realiza una revisión internacional de políticas de impulso a la industria audiovisual a nivel internacional y, en

particular, se repasan las experiencias de países de la región (México, Colombia y Uruguay) y del resto del mundo (Francia y Australia) en materia de incentivos al sector.

El cine argentino cuenta con una larga trayectoria que comenzó prácticamente con los inicios del cine en todo el mundo. A mediados de siglo XX se impulsaron las primeras políticas de fomento, y sus lineamientos actuales quedaron definidos en 1994 con la reforma de la Ley de “Fomento y Regulación de la Actividad Cinematográfica”, que dio lugar a la creación del INCAA.

El INCAA tiene a su cargo el fomento y la regulación de la actividad cinematográfica en todo el territorio de la República y en el exterior en cuanto se refiere a la cinematografía nacional. Entre otras cuestiones, la ley de cine faculta al Instituto para que pueda:

- administrar el Fondo de Fomento Cinematográfico;
- impulsar la difusión de la cinematografía argentina en territorio nacional y en el exterior, mediante convenios con organismos oficiales o privados;
- participar en los estudios y asesorar a otros organismos del Estado en asuntos que puedan afectar al mercado cinematográfico;
- proteger y fomentar los espacios culturales dedicados a la exhibición audiovisual y en especial a la preservación de las salas de cine;
- auspiciar concursos, establecer premios y adjudicar becas de estudio e investigación;
- promover y fomentar la producción cinematográfica con una perspectiva federal a través de convenios con organismos especializados regionales.

La primera de estas funciones -la administración del Fondo de Fomento Cinematográfico (FFC)- es clave y debe llevarse a cabo según una serie de condiciones, entre las cuales merecen ser destacadas dos:

- el 50% de lo que ingresa en concepto de recaudación impositiva tiene que ser destinado al fomento directo de la actividad audiovisual (ver Artículo 1° del Decreto N° 989/2004);
- el 25% de lo que ingresa a través del ENACOM (Ente Nacional de Comunicaciones) debe ser destinado a la producción de contenidos televisivos (ver Artículo 97 del Decreto 1225/2010 que reglamenta la Ley N° 26.522).

El fomento directo puede realizarse mediante subsidios (a la producción y exhibición) y créditos destinados a:



a) PRODUCCIONES CINEMATOGRAFICAS

- Largometrajes: producciones de largometrajes de género ficción, documental y animación
- Largometrajes seleccionados por convocatoria, que pueden tener alcance nacional o regional.
- Óperas primas, fondos destinados a directores/as que aspiren a realizar sus primeras producciones de largometrajes de género ficción y animación.
- Desarrollo de guiones: programa de asistencia económica y técnico-académica orientado al desarrollo de guiones de producciones de largometrajes de género animación y ficción.
- Desarrollo de proyectos: programa de asistencia económica orientado al desarrollo de proyectos de producciones de largometraje de género animación, ficción o documental.
- Cortometrajes: producciones de cortometrajes de género animación o ficción cualquiera sea su soporte de rodaje.

b) DOCUMENTALES DIGITALES

c) PRODUCCIONES Y DESARROLLOS DE PROYECTOS PARA TELEVISIÓN

- Miniserias de televisión: ficción, documental y animación
- Series de televisión: ficción, documental y animación
- Telefilme

El acceso a las herramientas de fomento requiere la declaración de interés del proyecto por parte de los comités designados por el Consejo Asesor. Los mismos son integrados por representantes de la cultura, la cinematografía y las artes audiovisuales.

Los subsidios del Fondo de Fomento son la herramienta principal de apoyo de la cinematografía nacional. El principal subsidio otorgado por el Fondo es el aplicado a la exhibición en salas y se vincula al nivel de audiencia que recibe la producción y a la declaración de interés que recibe por parte del INCAA (interés simple o especial).

El segundo en relevancia es el subsidio por medios electrónicos, el cual se otorga por monto fijo o variable. El monto fijo busca el recupero del costo de producción de la película. En las películas de audiencia baja el porcentaje del costo que reconoce el INCAA respecto de un presupuesto medio



es variable de acuerdo a: el tipo de producción (animación, ficción o documental), si es una *ópera prima* o una segunda película, convocatoria y audiencia.

En lo respectivo a créditos, el mismo puede ser utilizado para producciones nacionales y coproducciones de ficción o documental que hayan sido preclasificadas para el interés del INCAA, y los mismos tienen las siguientes condiciones:

- El destino puede ser compra de equipamiento y materiales, instrumental y accesorios para el equipamiento industrial de la cinematografía y para el mejoramiento de las salas cinematográficas.
- Un plazo de gracia hasta el primer pago de 12 meses a partir del primer desembolso para las producciones de ficción y 24 para las de documentales.
- Tasa de interés nominal anuales significativamente bajas.

Adicionalmente, el INCAA impulsa la firma de acuerdos bilaterales de coproducción con otros países con el objetivo de facilitar el acceso al financiamiento internacional por parte de los productores nacionales. Con este objetivo, fueron firmados acuerdos bilaterales con España, Canadá, México, Italia, entre otros, y otros multilaterales con fondos de relevancia internacional como Ibermedia y Eurimages.

También es parte de la política de apoyo a la industria del INCAA la formación de capital humano teniendo un exponente en la Escuela Nacional de Experimentación y Realización Cinematográfica (ENERC), la cual nació con la Ley de Cinematografía de 1957 y cuya operación comenzó en 1965. Su principal objetivo es la formación en especialidades como: Realización, Montaje, Guión, Fotografía, Producción y Sonido.

El INCAA asimismo ha creado sus propios medios de exhibición de la producción nacional, tanto mediante salas (Espacios INCAA) como canales de televisión (CINE.AR TV) y medios digitales (con la plataforma de *streaming* Cine.AR Play, la cual ya cuenta con más de 2 millones de suscriptores). Complementariamente, en 2018 se lanzó CINE.AR Estrenos, para poder acceder a las películas a través de la plataforma desde la fecha de su estreno en salas al costo de una entrada en un Espacio INCAA.

Entre muchas otras funciones, el INCAA contribuye económicamente con la organización de festivales nacionales e internacionales en territorio nacional, así como con la presencia de películas nacionales en festivales realizados en otros países.



Finalmente, cabe resaltar que la política de fomento ha sido una política de Estado que -con diferencias- ha sido sostenida por gobiernos de distinto signo y que ha contribuido sustantivamente al desarrollo de una cultura audiovisual rica y diversa en todo el país. Este sostenimiento en el tiempo implicó adaptaciones a las transformaciones del ecosistema audiovisual: comenzó por el cine, luego incorporó las “artes audiovisuales” y actualmente tiene su propia plataforma de video a demanda.

5. ANÁLISIS DE ESCENARIOS DE POLÍTICAS PÚBLICAS APLICADAS A LA INDUSTRIA AUDIOVISUAL

En esta sección se definen y analizan distintos escenarios de políticas públicas aplicadas al sector audiovisual utilizando como herramienta la MCS elaborada en este proyecto.

Entre las políticas de incentivo a la oferta, en primer lugar, se analiza el impacto diferenciado del Fondo de Fomento del INCAA. Por un lado, se estudia cuál es el impacto del Fondo de Fomento en la economía. Luego se estudia un escenario de incremento del Fondo de Fomento mediante la inyección de recursos provenientes de los impuestos a las plataformas de *streaming*. Se consideran dos posibilidades: por un lado, la creación de una tasa de asignación específica adicional a los abonos de plataformas de *streaming* (como analogía a la tasa fijada sobre las entradas de cine o el alquiler de películas); o, alternativamente, la reasignación de una porción de los impuestos existentes sobre los servicios provistos por estas plataformas, lo que resulta en una reasignación de gastos del Estado Nacional.

Luego se procede a evaluar el impacto de la realización de proyectos audiovisuales representativos siguiendo lo acordado en los términos de referencia del proyecto. En particular, se consideran largometrajes de ficción, de animación y documentales.

A la luz de la revisión de la experiencia internacional realizada resulta evidente que la mayoría de los países aplican políticas similares. Los instrumentos más difundidos son, en general, los regímenes fiscales preferenciales, en especial de IVA y las cargas laborales, tanto para proyectos nacionales como extranjeros (*tax rebate*); y, por otro, la devolución de gastos elegibles (*cash rebate*) para fomentar al país como locación. En consecuencia, los dos escenarios que siguen son aquellos que consideran estas opciones. En el escenario de *tax rebate* se estudia la posibilidad de que los proyectos audiovisuales tengan una tasa preferencial de los impuestos de IVA e ingresos brutos, una tasa 0%. En el caso del escenario de *cash rebate* se evalúa el impacto del reembolso de un porcentaje de los costos elegibles de proyectos audiovisuales.

Por último, y desde una perspectiva de estímulo a la demanda, se analiza la aplicación de un bono para gastos culturales (siguiendo la experiencia de Argentina en 2021, que lanzó un programa que otorga una suma monetaria a jóvenes para dichos gastos).

En resumen, se estudiarán los siguientes escenarios:

- A) Escenario de impacto del Fondo de Fomento del INCAA
- B) Escenarios de incremento Fondo de Fomento mediante un gravamen a las plataformas de streaming
- C) Escenarios de producción de proyectos representativos (largometraje y serie de ficción, animación o documental)
- D) Escenarios de Tax Rebate
- E) Escenarios de Cash Rebate
- F) Escenario de incentivo a la demanda

En las subsecciones siguientes se explica en detalle cada uno de estos escenarios.

5.1. Impacto del Fondo de Fomento del INCAA

El estudio de este escenario busca dimensionar el impacto que tiene la existencia de este fondo para el sector audiovisual y la economía argentina. Se simula el impacto económico de la no aplicación de fomento directo a la industria audiovisual en Argentina. Para el año 2017 estos fondos totalizaron los 754 millones de pesos.

Este análisis toma relevancia al momento de la realización de este estudio, teniendo en cuenta la situación normativa de los fondos de asignación específica que tendrán su caducidad -de no mediar modificación que los extienda- el 31/12/2022, entre ellos el Fondo de Fomento del INCAA.

En términos de su modelización, este escenario es representado como una caída de la demanda final de producción de una magnitud igual a los recursos destinados en 2017 para el fondo⁷. El monto total de esta caída se distribuye entre los sectores de ficción, animación y documental según estructura del VBP⁸.

Los resultados esperados son una caída tanto en la actividad económica como en el nivel de empleo y en las exportaciones del sector audiovisual, producto de la ausencia de fomento. En efecto, la no aplicación de los instrumentos de fomento directo derivaría en una contracción de 911 millones de pesos respecto del VBP del sector audiovisual, lo que provocaría una reducción de 4 mil millones de pesos en la actividad económica general. En otras palabras, por cada peso que deja de gastarse a través del Fondo de Fomento del INCAA, la economía pierde 5,4 pesos de VBP. La recaudación, por su parte, caería en 379 millones y se perderían 5.689 puestos de trabajo, pero no solo dentro del sector

⁷ Según la información del INCAA 754 millones de pesos.

⁸ Estructura VBP: ficción 86%, documental 13% y animación 1%.

audiovisual sino que el 60% del empleo perdido corresponde a puestos de trabajo fuera del sector. Por último, en las exportaciones no se observa una caída importante, se perderían 754 millones de pesos de exportaciones del sector y 957 millones en el total de la economía. En este escenario se supuso que los fondos se destinaban a la reducción del déficit fiscal.

En la siguiente tabla se presentan los resultados de este escenario:

Tabla 10. Resultados impacto del Fondo de Fomento del INCAA

Variable	Variación sector audiovisual	Variación total economía	Multiplicador
	en millones de pesos		en pesos
VBP	-911	-4.080	5,41
VA	-588	-1.910	3,56
Recaudación	118	-379	-2,73
Exportaciones	-754	-957	1,41
	en puestos de trabajo		
Empleo	-2.283	-5.689	2,94

Fuente: Elaboración propia

5.2. Escenarios de incremento Fondo de Fomento mediante el gravamen a las plataformas de streaming

En esta sección se analiza la determinación de nuevas fuentes de financiamiento del Fondo de Fomento del INCAA, atendiendo a los cambios en los comportamientos de la sociedad que disminuye la asistencia a las salas de cine y eliminó casi completamente los alquileres físicos de películas (consecuentemente afectando las fuentes de financiamiento del INCAA).

Se consideran dos posibilidades. Por un lado, la creación de un impuesto de asignación específica del 10% sobre los abonos de *streaming* importados. Por otro lado, un escenario en donde el aumento del Fondo de Fomento sea mediante la reasignación de los fondos generados por los impuestos existentes a los abonos de plataformas de *streaming* (IVA a servicios digitales importados). Esto implica que el aumento de los recursos del Fondo de Fomento debe ser acompañado con una disminución del gasto público en otros rubros, manteniendo sin variación el



déficit fiscal. En particular, se toman 10 puntos porcentuales del IVA que actualmente se cobra a los servicios de *streaming* importados.

En el primer caso, se trata de un aumento de la demanda final igual al aumento de recaudación adicional generada por el incremento del impuesto. Este aumento se distribuye entre los sectores de ficción, animación y documental siguiendo la distribución actual en términos de VBP. El monto del aumento se calcula a partir del total de importaciones de *streaming*, dato obtenido de Cuentas Internacionales de INDEC.

En el segundo caso, se realiza una reasignación de recursos del estado. En el mismo se supone que aumenta la demanda final de los sectores audiovisuales de ficción, animación y documental y disminuye el gasto público en otros sectores por el mismo monto. Este monto es igual al valor del impuesto calculado en el escenario anterior, a los efectos de lograr comparabilidad entre ambos esquemas de este escenario. De este modo, la demanda final total no cambia sino que se modifica su composición. No obstante, este cambio en la estructura de la demanda final modifica el nivel de empleo, actividad y recaudación.

En ambos el VBP del sector audiovisual crece cerca de los 470 millones de pesos producto de que el impulso en el sector es de la misma magnitud en los dos escenarios; esto es porque la recaudación es igual. No obstante, los efectos en el resto de la economía difieren entre escenarios dado que, en el primer caso, los recursos surgen de un nuevo impuesto y así se genera un incremento del gasto público global y, consecuentemente, un impulso a la actividad económica general que aumenta en 2.143 millones de pesos. En el escenario donde se genera una reasignación de recursos, el gasto global no crece, sino que cambia de destino, y en ese caso la actividad económica (medida por el VBP) crece 504 millones.

Respecto del empleo generado, en el sector audiovisual en ambos escenarios se generan cerca de 1.100 puestos de trabajo, para el total de la economía se generan casi 3 mil nuevos puestos en el primer escenario y 1.029 en el segundo. De este modo, el efecto negativo que se produce en el resto de los sectores de la economía (por la reducción en el gasto público que se deriva de la reasignación de recursos) disminuye el impacto positivo del aumento de empleo en el sector audiovisual.

La recaudación de la economía aumenta en el escenario donde sube el gasto 199 millones porque hay mayor actividad económica en general; en el otro, dada la reasignación del gasto, cae en 45 millones de pesos.



En términos de exportación, ambos escenarios son parecidos, con un valor adicional de exportación entre 500 y 400 millones de pesos.

Tabla 11. Resultados escenarios de financiamiento alternativo, con nuevo impuesto y con reasignación de los impuestos actuales.

	Variación sector audiovisual	Variación total economía	Multiplicador
Nuevo impuesto (10% sobre streaming)			
	en millones de pesos		en pesos
VBP	479	2.143	5,41
VA	309	1.003	3,56
Recaudación	-62	199	-2,73
Exportaciones	396	502	1,41
	en puestos de trabajo		
Empleo	1.199	2.988	2,94
Reasignación de imp. actuales(10 p.p. del IVA streaming)			
	en millones de pesos		en pesos
VBP	464	504	N/D
VA	307	246	7,06
Recaudación	-64	-45	0,37
Exportaciones	395	423	1,19
	en puestos de trabajo		
Empleo	1.193	1.029	2,77

Fuente: Elaboración propia

5.3. Escenarios de producción de proyectos representativos

A continuación, se presentan los escenarios de producción de tres tipos de proyectos representativos. En todos los casos se utilizan presupuestos de referencia de las categorías de fomento del INCAA para largometrajes denominados de audiencia baja: uno de ficción con un presupuesto de 10 millones de pesos, un documental con un presupuesto de 5 millones de pesos y otro de animación de 10 millones de pesos, en línea con los presupuestos medios reconocidos por el INCAA para 2017. Para el análisis de este escenario, se supone que el origen de los fondos de los proyectos es exclusivo del Fondo de Fomento del INCAA.



La realización de cualquiera de los proyectos de largometraje impacta en la demanda, por un lado, debido a la demanda de consumos intermedios que su producción requiere y, por el otro, por la mayor demanda en el sector de exhibición, de acuerdo a la cantidad de entradas vendidas.

Se consideran dos escenarios: audiencia baja o audiencia masiva, y además se evalúa alternativamente si sale al mercado de exportación o no. La masividad de su audiencia, además, repercute en el aumento de la recaudación tributaria a través de la venta de entradas de cine.

La definición de estos escenarios requiere establecer parámetros de concurrencia media de espectadores por película. Para ello, se tomó de base información del Observatorio Audiovisual del INCAA. La memoria de gestión del INCAA 2017/2019 menciona que la concurrencia media fue de 26.164 espectadores, sin embargo, también se observaron películas nacionales con más de un millón de espectadores en ese período. Para una mayor representatividad, se optó por tomar como audiencia masiva al promedio de concurrencia de las diez películas más taquilleras de 2017. Para el escenario de audiencia baja se considera que no tiene impacto en el eslabón de exhibición.

El escenario de un proyecto de ficción de audiencia baja genera la totalidad del shock como resultado de la demanda que dinamiza la producción audiovisual en sí. En el modelo se considera un shock inicial de 10 millones de pesos lo que aumenta el VBP del total de la economía en casi 54 millones de pesos. Es decir que, por cada peso invertido en VBP se genera 5,40 en el resto de la economía. Si bien la recaudación dentro del sector audiovisual cae en 2 millones, en el total de la economía se aumenta 5 millones. Las exportaciones se incrementan en un monto similar a la inversión inicial del proyecto, 13 millones considerando a toda la economía. Dentro del sector se crean 30 nuevos puestos de trabajo y 75 si se considera a toda la economía.

Por su parte, el escenario de un proyecto de ficción de audiencia masiva es similar al anterior pero con un incremento de casi 50 millones en el sector de exhibición de filmes por tratarse de una película que atrae más espectadores al cine. El VBP del sector audiovisual crece 71 millones de pesos lo que expande el VBP de toda la economía en 193 millones. Se crean 156 nuevos puestos de trabajo dentro del sector y en el total de la economía se logran 287 nuevos puestos. En este caso, la recaudación recibe 34 millones de pesos adicionales. En términos de multiplicador, puede decirse que por un peso invertido en un escenario como este la economía crece tres veces en relación al VBP.



Tabla 12. Resultados escenarios de producción de proyectos representativos de ficción.

	Variación sector audiovisual	Variación total economía	Multiplicador
Largometraje de ficción audiencia baja			
	en millones de pesos		en pesos
VBP	12	54	5,40
VA	8	25	3,55
Recaudación	-2	5	-2,73
Exportaciones	10	13	1,40
	en puestos de trabajo		
Empleo	30	75	2,93
Largometraje de ficción audiencia masiva			
	en millones de pesos		en pesos
VBP	71	193	3,23
VA	24	75	3,70
Recaudación	14	34	2,59
Exportaciones	12	20	2,22
	en puestos de trabajo		
Empleo	156	287	2,20

Fuente: Elaboración propia

Si se considera un proyecto de largometraje de animación se supone una inversión de 5 millones de pesos lo que se distribuye en la economía como un aumento del VBP del sector audiovisual de 7 millones y 27 en el total. Este proyecto genera 7 millones adicionales de recaudación a la economía. Se crean 40 nuevos puestos de trabajo, la mitad corresponden al sector audiovisual. En este caso, debido a que las películas de animación de audiencia masiva son pocas en el total de las producciones respaldadas por el fondo de fomento, se considera únicamente el escenario de audiencia baja (sin impacto significativo en el sector de exhibición).

Tabla 13. Resultados escenarios de producción de proyectos representativos de animación

	Variación sector audiovisual	Variación total economía	Multiplicador
Largometraje de animación audiencia baja			
	en millones de pesos		en pesos
VBP	7	27	5,49
VA	4	13	3,59
Recaudación	-1	3	-2,76
Exportaciones	6	7	1,59
	en puestos de trabajo		
Empleo	19	40	3,17

Fuente: Elaboración propia

Por último, los proyectos de largometraje documental muestran una recaudación media asimilable a las ficciones de audiencia baja⁹.

Con una inversión inicial de 5 millones de pesos, el VBP de la economía crece 27 millones de pesos, con 7 millones de pesos dentro del sector audiovisual. Esto equivale a un multiplicador de 5,45 en VBP: por cada peso de VBP en el audiovisual la economía se expande en 5,45 pesos. La recaudación aumenta 3 millones y como exportaciones adicionales se generan 7 millones, al igual que la inversión inicial. Con este proyecto se crean 40 puestos de trabajo, poco menos de la mitad dentro del sector.

Tabla 14. Resultados escenarios de producción de proyectos representativos de documental

	Variación sector audiovisual	Variación total economía	Multiplicador
Largometraje documental audiencia baja			
	en millones de pesos		en pesos
VBP	7	27	5,45
VA	4	13	3,59
Recaudación	-1	3	-2,73
Exportaciones	5	7	1,47
	en puestos de trabajo		
Empleo	16	39	3,02

Fuente: Elaboración propia

⁹ \$370.000 por documental, de acuerdo a los datos relevados por INCAA y publicados por DEISICA en su Anuario 2017, dato de recaudación de películas por exhibición.



Es necesario mencionar que la producción de series puede analizarse de forma análoga al largometraje en términos de su impacto económico, ya que los eslabonamientos responden a la misma estructura productiva en ambos casos, modificándose algunos parámetros como: costos de producción, duración de los proyectos, aspectos técnicos, entre otros. Por otro lado, son asimilables a películas de audiencia baja, en lo respectivo a sus multiplicadores, ya que las series no generan impacto en el eslabón correspondiente a la exhibición de filmes, ni aumento en la recaudación a través de las ventas de entradas, dado que su comercialización no se realiza en cines sino por otras vías (TV y/o plataformas de *streaming*).

En segundo lugar, debe considerarse que la posibilidad de exportación de alguno de estos productos probablemente eleve el monto inicial de inversión. La tasa de recupero de la inversión inicial si el producto es exportado es más alta que si se trata de un producto que no es exportado. En este sentido, también es posible que deban enfrentarse mayores costos de comercialización o de producción (elenco de mayor renombre internacional, locaciones, equipo técnico y artístico, entre otros factores) que permiten una mejor comercialización internacional. Sería el caso de los proyectos realizados en coproducción con otros países, como por ejemplo *El Hilo Rojo* con Chile, *Tiempo Rojo* con Colombia y *El Clan, Relatos Salvajes* y *El Secreto de sus Ojos* con España.

5.4. Escenarios de incentivos fiscales (tax rebate y cash rebate)

Tal como se mencionó, los incentivos fiscales más difundidos a nivel global aplicados a la industria audiovisual son el *tax rebate* y el *cash rebate*.

Como *tax rebate* se considera el reembolso total de lo pagado por IVA e ingresos brutos (IIBB) de los costos de producción (o, análogamente, la aplicación de tasa cero de IVA e IIBB). Para simularlo se toma como base la MCS 2017 y se aplica una tasa de 0% tanto para IVA como para IBB¹⁰.

Para este escenario es necesario utilizar el modelo en precios, y por lo tanto, hacer supuestos adicionales sobre la elasticidad de la demanda. Siguiendo el trabajo de Garboua y Montmarquette (1996), la elasticidad de producción de cine y afines es de -0.5. Si bien es la elasticidad de la demanda de producciones teatrales se asume que las demandas de cine y producciones teatrales son similares y responden de la misma manera a cambios en el precio. Para emisión de radio y

¹⁰ Específicamente se realiza un descuento del 4% en las ventas totales (VBP) y un descuento de 21% en las ventas intermedias.



televisión se utilizó una elasticidad de -1.9 calculada en Chipty (1995)¹¹. En el caso de los videojuegos se consideró una elasticidad de -0.7 de acuerdo con el trabajo de Clements & Ohashi (2005). Para el resto de los sectores, ante la falta de información específica que nos permita dar a cada sector una elasticidad que se acerque a la realidad, se supuso una elasticidad unitaria.

Se espera que este reembolso fiscal resulte, por un lado, en una caída del precio final en producción; y por el otro, en una caída de la recaudación que obliga a una reasignación de los gastos del estado. Es necesario considerar el origen de los fondos para realizar el reembolso y en detrimento de qué otros bienes o servicios se realiza. Las alternativas de origen de los posibles incluyen: INCAA, inversión privada nacional o inversión extranjera directa.

En el caso de que se cuente con regímenes fiscales preferenciales con aumento del gasto público, el VBP del sector aumenta en 650 millones de pesos mientras que en el total de la economía este crecimiento es de 976 millones. La recaudación se incrementa en 76 millones, casi un tercio proviene del sector audiovisual mientras que las exportaciones totales aumentan 469 millones de pesos. Esta política genera más de 2 mil puestos de trabajo nuevos, la mayoría dentro del sector audiovisual.

Si el régimen fiscal preferencial se realiza mediante una reasignación del gasto público los resultados cambian de manera significativa. Si bien la actividad dentro del sector aumenta, en VBP por ejemplo, igual que en el escenario anterior el impacto en el total de la economía es negativo; la economía pierde 154 millones de pesos. Esta diferencia se debe a que el aumento en el sector audiovisual no logra compensar la caída en el resto de la economía de una reasignación del gasto. Lo mismo ocurre con la recaudación; mientras se genera un incremento en la recaudación del sector de 25 millones de pesos, en el total de la economía se pierden 75. El nivel de empleo dentro del sector aumenta en 1.700 puestos de trabajo; no obstante, la economía total tiene solamente 441 puestos, es decir hay una merma en la cantidad de empleos fuera del sector audiovisual.

¹¹ Si bien el estudio es solo para televisión por cable, se estima que la demanda es igual para otros tipos de emisión.



Tabla 15. Resultados escenarios de aplicación de un Tax Rebate

	Variación sector audiovisual	Variación total economía
Tax rebate con aumento del gasto público		
en millones de pesos		
VBP	650	976
VA	307	457
Recaudación	25	76
Exportaciones	455	469
en puestos de trabajo		
Empleo	1.703	2.057
Tax rebate con reasignación del gasto público		
en millones de pesos		
VBP	645	-154
VA	306	-182
Recaudación	25	-75
Exportaciones	454	457
en puestos de trabajo		
Empleo	1.701	441

Fuente: Elaboración propia

Para simular la política de cash rebate se supuso que se ejecutan un conjunto de varios proyectos de largometraje de ficción que ascienden a 100 millones de pesos en donde se devuelve como máximo el 25% de los costos elegibles. Todos los proyectos son realizados con inversión privada. De acuerdo con lo relevado de la experiencia internacional, se supone que se reembolsan los costos laborales y las cargas sociales. Como en los casos anteriores se simuló dos alternativas. La primera es un aumento del gasto público y la segunda es que existe una reasignación del gasto (el gasto público no se modifica, se modifica el sector al cual se asigna).

El VBP del sector audiovisual se incrementa en casi 120 millones de pesos en ambos escenarios y el aumento en la actividad del total de la economía es de 540 millones de pesos en el caso del cash rebate con aumento del gasto público y 488 si se considera una reasignación del gasto. En recaudación hay una caída en los dos escenarios de 16 millones de pesos en el sector audiovisual debido a la devolución de las cargas sociales. En términos del total de la economía, la recaudación se incrementa 50 millones en el escenario donde aumenta el gasto público y 43 millones en el escenario donde existe una reasignación del gasto. Se crean 298 nuevos puestos de trabajo en

ambos escenarios en el sector audiovisual, 750 en el total de la economía en el escenario con aumento del gasto público y 688 en el escenario de reasignación. Los multiplicadores de las variables analizadas son casi idénticos: por cada peso invertido en el VBP del sector audiovisual la economía se expande entre 5.40 y 5.58. En términos de empleo, este valor es de 2.9: por cada puesto de trabajo generado en el sector audiovisual, en la economía total se generan casi 3 puestos, es decir dos puestos adicionales.

Tabla 16. Resultados escenarios de aplicación de un Cash Rebate

	Variación sector audiovisual	Variación total economía	Multiplicador
Cash rebate con aumento del gasto público			
	en millones de pesos		
VBP	119	540	5,40
VA	77	253	3,55
Recaudación	-16	50	-2,73
Exportaciones	99	126	1,40
	en puestos de trabajo		
Empleo	298	750	2,93
Cash rebate con reasignación del gasto público			
	en millones de pesos		
VBP	118	488	5,58
VA	77	229	3,61
Recaudación	-16	43	-2,14
Exportaciones	99	123	1,38
	en puestos de trabajo		
Empleo	298	688	2,92

Fuente: Elaboración propia

5.5. Política de promoción a la demanda

Como política de promoción a la demanda se considera el caso de un estímulo para hogares y población que no pueden alcanzar el consumo de servicios o bienes culturales. En particular, el

estudio toma como base el programa Más Cultura del Ministerio de Cultura de la Nación, implementado a fines de 2021.

El programa otorga un monto de 5.000 pesos para consumos culturales a titulares del Programa de Respaldo a Estudiantes de Argentina (PROGRESAR), beneficiarios de entre 18 y 24 años de “Asignación Universal por embarazo” (AUE), “Asignación Universal por hijo” (AUH) o una “Pensión no contributiva por invalidez”.

Se asume el supuesto de que cerca de 1.000.000 beneficiarios del programa (sobre un total de 1,5 millones) asistirán al cine y que esos beneficiarios aplican un tercio de sus créditos en consumos de entradas de cine. Esto estimula la demanda de exhibición de cine en un primer momento. Más adelante, de acuerdo con el éxito del programa, es posible que también impacte sobre la oferta como en el caso de Brasil (ver apartado de experiencia internacional).

Por lo tanto, el aumento en la demanda final en el sector de exhibición es de \$2.500 multiplicado por 501.700 beneficiarios. Se supone, adicionalmente, que existe un aumento del gasto público para llevar adelante esta política, esto es, no se financia la misma reduciendo otros gastos de 2017.

Este escenario genera un alza en la actividad económica, medida por VBP, de 3.507 millones de pesos en el total de la economía, siendo más del 40% proveniente del sector audiovisual. Asimismo, crece la recaudación total 721 millones de pesos, y en particular, 406 millones adicionales en el sector audiovisual. El programa crea 3.202 puestos de trabajo adicionales en el sector audiovisual y 5.351 considerando la economía total. Tanto el multiplicador del VBP como del empleo se ubican alrededor de 3.

Tabla 17. Resultados escenarios de aplicación de un incentivo a la demanda.

	Variación sector audiovisual	Variación total economía	Multiplicador
Bono Cultural con aumento del gasto público			
VBP	1.502	3.507	2,80
VA	414	1.250	3,78
Recaudación	406	721	1,93
Exportaciones	55	185	-
en puestos de trabajo			
Empleo	3.202	5.351	2,92

Fuente: Elaboración propia

5.6. Impacto regional

En este apartado se realiza un ejercicio de impacto por región de los escenarios en análisis. Si bien la información disponible no permite regionalizar los shocks aplicados en los escenarios, entendiendo las proporciones de producción local de cada uno de los servicios que componen a la industria audiovisual y sus eslabonamientos, se realiza una aproximación considerando la distribución regional del empleo del sector.

Para ello, en primera medida se dividió el país en 7 regiones económicas¹² utilizando la estructura del año 2017 del empleo registrado ofrecida por SIPA en las actividades que forman parte de la industria audiovisual (véase anexo A1.6).

Para la obtención de esta primera regionalización de los shocks, se supuso que la distribución de los resultados sería proporcional al empleo existente en los sectores audiovisuales. De forma que, una política no regionalizada como el incremento del Fondo de Fomento por impuestos a los abonos de *streaming* generaría empleo distribuido en proporción a como es la “foto” actual del sector.

En el caso de los escenarios de producción de largometraje, se tomaron los proyectos de ficción, animación y documental supuestos como de audiencia masiva. En el escenario de impuestos al streaming, se consideró aquél correspondiente a la creación de una nueva alícuota de asignación específica sobre los abonos.

¹² En la regionalización geográfica, se tomó como referencia la agrupación provincial propuesta por el INDEC (utilizada, por ejemplo, en la presentación de datos del IPC desagregados por región): Cuyo (Mendoza, San Juan y San Luis); Noreste Argentino (Catamarca, Jujuy, La Rioja, Salta, Santiago del Estero y Tucumán); Noroeste Argentino (Corrientes, Chaco, Formosa y Misiones), Patagonia (Río Negro, Neuquén, Chubut, Santa Cruz y Tierra del Fuego); mientras que, debido a su peso dentro del empleo registrado en los sectores audiovisuales, CABA y PBA fueron consideradas dos regiones por separado, quedando la región Pampeana compuesta por Córdoba, Entre Ríos, La Pampa y Santa Fe.



Tabla 18. Resultados de impacto económico regional de los escenarios en términos de Empleo (en puestos de trabajo)

Escenario	Impacto en el sector Audiovisual-Puestos de Trabajo							
	CABA	CUYO	NEA	NOA	Pampeana	Patagonia	PBA	Total País
Fondo de Fomento del INCAA	-973	-102	-70	-111	-371	-90	-566	-2.283
Incremento Fondo de Fomento (imp. al streaming)	511	53	37	58	195	47	298	1.199
Producción de largometrajes representativos	82	9	6	9	31	8	48	192
Tax Rebate	725	76	52	83	277	67	423	1.703
Cash Rebate	127	13	9	14	48	12	74	298
Incentivo a la demanda (bono cultural)	1.364	143	99	155	520	127	794	3.202

Fuente: Elaboración propia



Tabla 19. Resultados de impacto económico regional de los escenarios en términos de Valor Bruto de Producción (en millones de pesos)

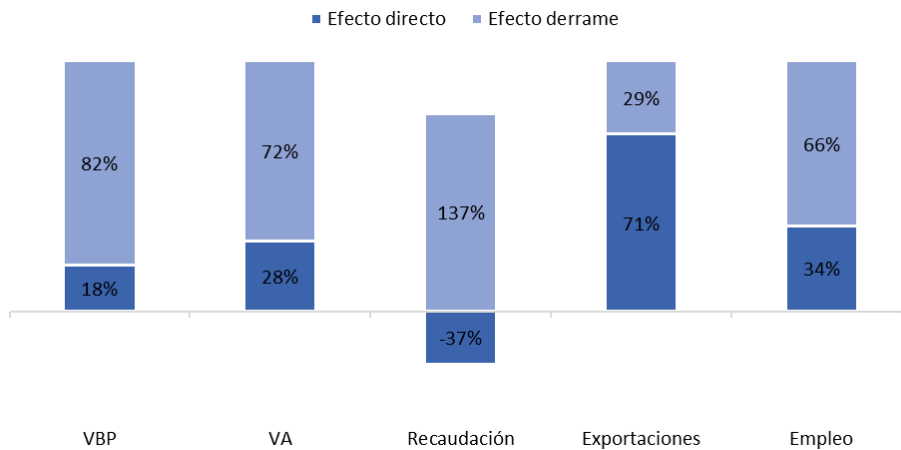
Escenario	Impacto en el sector Audiovisual-Producción (millones de AR\$)							
	CABA	CUYO	NEA	NOA	Pampeana	Patagonia	PBA	Total País
Fondo de Fomento del INCAA	-388	-41	-28	-44	-148	-36	-226	-911
Incremento Fondo de Fomento (imp. al streaming)	204	21	15	23	78	19	119	479
Producción de largometrajes representativos	36	4	3	4	14	3	21	86
Tax Rebate	277	29	20	32	106	26	161	650
Cash Rebate	51	5	4	6	19	5	30	119
Incentivo a la demanda (bono cultural)	640	67	46	73	244	59	373	1.502

5.7. Análisis comparativo de los escenarios de política

Por la metodología de cálculo, todos los escenarios tienen la misma descomposición entre los efectos directos y efectos derrame. En el siguiente gráfico se muestra esta descomposición por variable analizada. El efecto total en el VBP en cada uno de los escenarios está compuesto por 18% de efecto directo mientras que el 82% restante corresponde al efecto derrame, la suma del efecto indirecto e inducido.



Gráfico 7. Composición del efecto total por variable de todos los escenarios



Fuente: Elaboración propia

Si bien cada uno de los escenarios presupone diferentes situaciones que son útiles para enfrentar distintas problemáticas dentro del sector, pueden ordenarse los escenarios de acuerdo al valor, por ejemplo, de su multiplicador de VBP. Esta elección no es única y el orden puede variar según sea la variable seleccionada. De esta manera, considerando el valor del multiplicador del VBP el orden de los escenarios es el siguiente:



Tabla 20. Comparación de multiplicadores de actividad económica (en términos de VBP) de los escenarios de políticas

#	Escenario	Multiplicador de VBP
1	Cash rebate con reasignación de gasto público	5,58
2	Largometraje de animación	5,49
3	Largometraje documental	5,45
4	Fondo de Fomento	5,41
5	Financiamiento alternativo con aumento de gasto público (impuesto streaming)	5,41
6	Largometraje de ficción audiencia baja	5,40
7	Cash rebate con aumento de gasto público	5,40
8	Largometraje documental audiencia masiva	5,27
9	Largometraje de ficción audiencia masiva	3,23
10	Incentivo a la demanda	2,80
11	Financiamiento alternativo con reasignación de gasto público (impuesto streaming)	N/D

Nuevamente, el multiplicador se interpreta como sigue: si el multiplicador toma un valor de 5.58 quiere decir que por un peso generado o invertido en VBP del sector audiovisual en la economía total ese peso se multiplica por 5.58. En este caso el impuesto streaming no genera shock de aumento de VBP porque sólo es una reasignación del gasto con el IVA existente.

Ahora bien, si en vez de considerar el multiplicador del VBP, se ordenan los escenarios según el multiplicador de empleo el orden es el siguiente:





Tabla 21. Comparación de multiplicadores de empleo de los escenarios de políticas

#	Escenario	Multiplicador de empleo
1	Largometraje de animación	3,17
2	Largometraje documental audiencia baja	2,96
3	Largometraje documental audiencia masiva	2,96
4	Financiamiento alternativo con aumento de gasto público (impuesto streaming)	2,94
5	No existencia del Fondo de Fomento	2,94
6	Cash rebate con aumento de gasto público	2,93
7	Largometraje de ficción audiencia baja	2,93
8	Cash rebate con reasignación de gasto público	2,92
9	Financiamiento alternativo con reasignación de gasto público (impuesto streaming)	2,77
10	Largometraje de ficción audiencia masiva	2,20
11	Incentivo a la demanda	2,02

Fuente: Elaboración propia

Las posiciones se alteran según la variable que se elija para ordenar. Por ejemplo, el escenario de cash rebate con reasignación de gasto público que es el primer escenario según multiplicador de VBP queda en sexto lugar si se tiene en cuenta el multiplicador de empleo. Tanto el largometraje de animación como el documental de audiencia baja suben una posición. El programa Más Cultura, cuyo principal objetivo es facilitar la inclusión social en el acceso a los consumos culturales, también impacta en la generación de empleo como puede observarse en el listado.



6. CONSIDERACIONES Y COMENTARIOS FINALES

Este documento es la conclusión del proyecto “Impacto Económico y Tributario del Sector Audiovisual Argentino”. El proyecto permitió dimensionar la relevancia del sector audiovisual en la economía en términos de empleo, actividad económica, exportaciones y recaudación impositiva.

También se obtuvo una estimación de los multiplicadores en las distintas variables que permiten dimensionar los impactos de las políticas que se adopten en el sector audiovisual a la economía argentina. Asimismo, la Matriz de Contabilidad Social (MCS) para el año 2017 con apertura del sector audiovisual de la Argentina es una herramienta que permitirá la realización de futuros análisis de escenarios de política.

Estos análisis son de relevancia en el contexto actual de rápidos cambios para el sector audiovisual, donde es necesario que las políticas aplicadas tengan en cuenta estas dinámicas.

Por otro lado, la realización de este trabajo requirió la utilización y reordenamiento de un conjunto vasto de información estadística y económica sobre el sector audiovisual que, al momento, se encontraba dispersa entre varias instituciones y actores o directamente no se encontraba accesible. A pesar del esfuerzo de organismos públicos como el INDEC y el SINCA, se puso de manifiesto la necesidad de diagramar e implementar un sistemas de estadísticas específicas para el sector audiovisual que nutra a la producción de los indicadores relevantes y coadyuve al diseño de políticas públicas.

Este sistema de información audiovisual debería enfocarse en indicadores de la evolución económica en términos físicos y monetarios de la actividad y sus distintas subramas de la industria, el volumen de empleo generado y sus características, y la contribución económica total.



7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Benavente, J. M., & Grazzi, M. (2017). Políticas públicas para la creatividad y la innovación: impulsando la economía naranja en América Latina y el Caribe. *Washington DC: Banco Interamericano de desarrollo–BID.*
- Barnes A (2015) Economic contribution of the UK's Film, High-End TV, Video game, and Animation programming sectors. Report presented to the BFI, Pinewood Shepperton plc, Ukie, the British Film Commission and Pact. Olsberg.Spi and Nordicity, London.
- Chipty, T. (1995). Horizontal integration for bargaining power: Evidence from the cable television industry. *Journal of Economics & Management Strategy*, 4(2), 375-397.
- Chisari, O., J. Mercatante, P. Ramos y C. Romero, IIEP (2020), "Estimación y calibración de una matriz de contabilidad social para la economía argentina de 2017".
- Clements, M. T., & Ohashi, H. (2005). Indirect network effects and the product cycle: video games in the US, 1994–2002. *The Journal of Industrial Economics*, 53(4), 515-542.
- Garboua, L. L., & Montmarquette, C. (1996). A microeconomic study of theatre demand. *Journal of cultural economics*, 20(1), 25-50.
- Hemels, S. y Goto, K. (eds.) *Tax incentives for the creative industries*, Springer Sciene+Business, Media Singapore 2017
- Hirschman, G.J.D., (1958). "The strategy of economic development". New Haven: Yale University Press.
- INCAA, Memoria de Gestión, 2017-2019.
- Instituto Nacional de Estadística y Censos (2011), "Clasificador Nacional de Actividades Económicas, CLANAE 2010, Notas Metodológicas"
- Instituto Nacional de Estadística y Censos (2018), "Cuenta satélite de cultura: metodología de estimación del valor agregado bruto y comercio exterior cultural" - 1a ed . - Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Instituto Nacional de Estadística y Censos
- Instituto Nacional de Estadística y Censos (s/f), "Clasificación Nacional de Actividades Económicas 2004"
- Miller, R. E., & Blair, P. D. (2009). *Input-output analysis: foundations and extensions*. Cambridge university press.
- Priot F, Julliard-Mourgues C, Chebance M (2015) Movies and TV production in France. The Incentives Guide. Film France, Paris.
- Naciones Unidas, Departamento de Asuntos Económicos y Sociales, División de Estadística (2005), "Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas (CIIU), Revisión 3.1"
- Naciones Unidas, Departamento de Asuntos Económicos y Sociales, División de Estadística (2009), "Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas (CIIU) Revisión 4"
- OAVA, Observatorio de la Industria Audiovisual Argentina, Informe 2019.
- OIT (2020). Diagnóstico Laboral de la Transición Justa hacia una Economía Verde. Universidad Nacional de Tres de Febrero, Buenos Aires.
- Pyatt, G. & Round, J. I. (1985). Social accounting matrices: A basis for planning (No. 9950, p. 1). The World Bank.
- Rasmussen, P. N. (1956). Studies in inter-sectoral relations (Vol. 15). E. Harck
- Webs consultadas:



<https://www.cineytele.com/2018/01/02/francia-y-su-industria-de-cine/>

https://www.cnc.fr/web/en/news/the-national-centre-for-cinema-and-moving-images-cnc-develops-new-means-to-promote-the-french-image-industry_1580634

https://www.cnc.fr/web/en/funds/the-tax-rebate-for-international-productions-trip_190742

<https://theculturetrip.com/europe/france/paris/articles/how-france-became-a-world-leader-in-video-games/>

<https://www.gamesindustry.biz/articles/2021-03-03-french-annual-report>

<https://www.chooseparisregion.org/industries/gaming>

<https://www.otroscines.com/nota?idnota=16098>

<https://www.imcine.gob.mx/>

<https://ica.u.mec.gub.uy/>

<https://www.proimagenescolombia.com/>



Anexo 1: construcción de la MCS

A1.1 Apertura sectores audiovisuales

En el trabajo de Chisari et. al (2020) se describió a la economía nacional mediante la consideración de 30 sectores productivos, 10 tipos de hogares (separados por decil de ingreso), el gobierno y el sector externo (o “Resto del Mundo”). Los sectores productivos se presentan a continuación en Tabla A.1.

Tabla A1.1. Sectores productivos de la MCS

Categoría		Sectores
Actividades primarias		Agricultura, Ganadería, Silvicultura y Pesca
		Extracción primaria de petróleo, gas y carbón
		Minería
Industria liviana		Elaboración de alimentos, bebidas y productos de tabaco
		Productos textiles y prendas de vestir
		Curtido y terminación de cueros
Químicos, minerales no metálicos y otros		Producción de madera y sus productos
		Fabricación de papel y sus productos
		Edición, impresión y reproducción de grabaciones
		Refinería
		Sustancias y productos químicos



		Productos de caucho y plástico
		Productos minerales no metálicos
Metálicos, maquinaria y equipo		Metales comunes
		Productos elaborados de metal
		Maquinaria y equipo
		Vehículos automotores, remolques y semirremolques
		Otros equipos de transporte
		Otras industrias manufactureras
Electricidad, gas y agua		Electricidad, Gas y Agua
Construcción		Servicios de Construcción
Comercio, transporte y comunicaciones		Comercio
		Hoteles, hospedaje, restaurantes, bares y cantinas
		Servicios de transporte y comunicaciones
Servicios financieros y afines		Intermediación financiera
Actividades empresariales		Actividades inmobiliarias y empresariales
Servicios sociales y personales		Administración Pública
		Enseñanza
		Servicios sociales y de salud



		Otras actividades de servicios comunitarios
--	--	---

Fuente: Chisari et. al (2020)

Como se detallará más adelante, las actividades audiovisuales se encuentran contenidas en el sector 24, sector 26 y sector 27. Por un lado, el sector Servicios de transporte y comunicaciones (S24) se desagregó en: Agencias de noticias y resto de servicios de transporte y comunicaciones (R24). Por su parte, el sector de Actividades inmobiliarias y empresariales (S26) se desagregó en los subsectores de producción de: ficción, animación, documentales, publicidad, TV. Además, dentro del sector 26 están contenidos también la postproducción de filmes, distribución y exhibición de filmes, emisión y retransmisión de radio y televisión¹³, videojuegos. Por último, el sector de Administración Pública (S27) se abrió en INCAA y resto de la administración pública (R27). A continuación se describen las aperturas sectoriales de cada uno.

i. A1.1.1 Sector Servicios de transporte y comunicaciones (noticias)

El sector de Servicios de transporte y comunicaciones (S24) se desagrega en:

- Agencias de noticias
- Resto de servicios de transporte y comunicaciones (R24)

Para desagregar la oferta de este sector se utilizaron los datos de la Cuenta Satélite de Cultura (CSC) para el año 2017 del VBP, VAB y CI del subsector de Agencia de noticias.

Para separar la generación del ingreso del VAB del sector de las agencias de noticias, en las remuneraciones correspondientes al trabajo, el ingreso bruto mixto (IBM) y excedente de explotación, se utilizaron los datos de la CSC.

Para la desagregación de la demanda de consumos intermedios en los distintos sectores nacionales e importaciones se utilizó la estructura general del sector 24, ante la ausencia de información específica.

Siguiendo la misma línea de supuestos, se asume que las ventas intermedias a otros sectores mantienen la estructura que tiene el sector 24 agregado (excepto para los subsectores del 24, 26 y 27 estimadas en el paso anterior).

¹³ Aquí se incluyen los servicios de streaming.

La distribución del Consumo Final se realizó de forma análoga. Se consideró el VAB y se dividió de acuerdo con la composición de Inversión, gobierno y los hogares en el sector 24 agregado.

El subsector “resto del sector 24” (R24), se conforma, para todos los conceptos calculados, como una resta entre el total sectorial de la MCS y de los subsectores abiertos particularmente para este proyecto.

ii. A1.1.2 Apertura de actividades inmobiliarias y empresariales (cine, TV, Radio y Videojuegos)

El sector de Actividades inmobiliarias y empresariales (S26) se desagrega en:

- Producción de cine y Televisión – Ficción
- Producción de Cine y Televisión - Animación
- Producción de Cine y Televisión - Documentales
- Producción de Cine y Televisión - Publicidad
- Producción de Cine y Televisión - Radio y televisión
- Producción de Cine y Televisión - Servicios de Producción y Otros
- Postproducción de Filmes
- Distribución de Filmes
- Exhibición de Filmes
- Emisión y Retransmisión de Radio y Televisión
- Videojuegos
- Resto de Actividades inmobiliarias y empresariales

La tarea de desagregación del sector 26 fue una tarea más compleja dado el grado de detalle de interés en el proyecto. Primero, se consideraron los subsectores de producción (Ficción, Animación, Documentales, Publicidad, Radio y Televisión y Otros) como un agregado parcial. Para los subsectores de producción, postproducción y distribución de filmes se obtuvieron datos agregados a partir de la CSC.

A continuación, se separaron los subsectores de producción, postproducción y distribución. Para desagregar el total en los tres subsectores mencionados, se utilizaron las proporciones de asalariados registrados del Sistema Integrado Previsional Argentino (SIPA), asumiendo que el VBP, el VAB y el CI se distribuyen de manera similar a la cantidad de asalariados registrados por sector.



El subsector de producción parcial se debe separar en los seis subsectores que lo componen: Televisión, Animación, Ficción, Documentales, Publicidad y Otros. Lamentablemente, solo se cuenta con datos para Radio y Televisión, obtenidos a partir de la CSC. El resto se dividió entre las categorías restantes a partir de datos del SICA (Sindicato de la Industria Cinematográfica Argentina), tomando datos de proporción de empleados por cada tipo de producción para el total de producciones del año. Para el caso de Publicidad, dado que sus producciones suelen ser más cortas, se dividió este total por el cociente entre las horas promedio de producción en publicidades respecto a largometrajes.

En el subsector de Exhibición de filmes se utilizó la información de la CSC para el VBP, VAB y CI. Mientras que, para los subsectores de Emisión y retransmisión de radio y TV se obtuvo el total del VBP y VAB.

Para la apertura del subsector de Videojuegos, que no está incluido dentro del alcance actual de la CSC, se optó por utilizar como VBP a la facturación de 2017 estimada por el observatorio de la Asociación de Desarrolladores de Videojuegos de Argentina (ADVA, una entidad sin fines de lucro compuesta por empresas dedicadas a la creación de videojuegos y profesionales de esta industria)¹⁴. Finalmente, de forma preliminar se asumió que la relación VAB/VBP del sector audiovisual se mantiene en este subsector para separar VBP de VAB.

Para separar el VAB en las remuneraciones correspondientes a trabajo, IBM, capital se utilizaron, cuando fue posible, como en el caso de exhibición, los datos directos de la cuenta de generación del Ingreso de la CSC. Para el caso de exhibición, esto fue suficiente, mientras que para los sectores donde se habían utilizado datos de SIPA para desagregarse, se procedió de la misma manera. Para aquellos sectores donde no se poseían datos de VAB y CI desagregados, se asumió que respetaban las mismas proporciones que el sector cultural.

De la misma manera que se desagregó la demanda del sector 24, se llevó a cabo la desagregación de la demanda del sector 26, siguiendo las estructuras generales del sector estimadas en la MCS.

Asimismo, se continúa con lineamientos análogos a los de la oferta, tal es así que se asume que las ventas intermedias a otros sectores preexistentes mantienen la misma estructura que el sector 26 agregado. El resto de las ventas intermedias, aquellas a los subsectores 24, 26 y 27, serán las

¹⁴ Es necesario tener en cuenta dos salvedades de esta fuente. Por un lado, los datos son recabados a través de encuesta por lo que suele existir subdeclaración, por el otro, como los montos están expresados en dólares se convirtieron a pesos al tipo de cambio promedio de 2017 del BCRA.

compras intermedias antes calculadas en estos sectores, siendo este un supuesto de primera estimación a ajustar con la información recabada en las entrevistas a venir. Las exportaciones fueron incluidas como demanda del Resto del mundo (RDM).

La distribución del Consumo Final se consideró el VAB y se dividió de acuerdo con la composición de Inversión Privada, Inversión Pública, gobierno y los hogares en el sector 24 agregado.

Nuevamente, para asegurar consistencia, el subsector “resto del sector 26” (R26), funciona como resto de los subsectores abiertos contra el S26 total de la MCS. Para todos los conceptos calculados, se obtiene como la diferencia entre el total del S26 agregado y la suma de los montos estimados para todos los subsectores.

iii. A1.1.3 Apertura de Administración pública (INCAA)

Como uno de los objetivos de este proyecto es cuantificar el impacto en la economía de alguna política tributaria en particular o de líneas de financiamiento es necesario realizar la apertura del sector de Administración Pública entre el INCAA y el resto de la administración pública (R27).

Para llevar a cabo esta apertura se consideraron algunas compras intermedias para abastecer el funcionamiento de las oficinas del sector estatal. No obstante, lo importante en esta apertura es comprender que el INCAA como sector recibe ingresos determinados por ley y luego los gasta principalmente en los sectores de interés audiovisual funcionando como financiamiento de estos.

A1.2 Análisis de rendición de gastos

Con el fin de realizar estructuras de costos intermedios representativas de producciones de **ficción, animación y documentales**; se analizaron las rendiciones de las siguientes producciones:

El objetivo del ejercicio era obtener para cada producción una estructura de costos netos intermedios desagregada por rama de actividad SAM, en otras palabras, se buscaba conocer a qué sectores le compró cada producción analizada.

Utilizando las clasificaciones de fomento del INCAA se analizaron:

Ficciones de audiencia masiva: El Robo del Siglo y El Cuento de las Comadreas; **ficciones de audiencia media:** Emilia y La Estrella Roja; **Animación:** El Gigante Egoísta y Anida, el Mago y el Circo Flotante; **Documentales:** La Sangre en el Ojo y Niña Mamá.

Se recibieron las rendiciones de las producciones mencionadas en formato digital (hoja de cálculo de Microsoft Excel .xlsx). En las mismas, en términos generales, los datos respetaban el siguiente patrón:

- Una solapa de “costos”, en los que se desagregaba los costos netos (suma de los costos netos realizados y los costos netos pendientes de pago) de las producciones según rubro (libro-argumento-guión; dirección; producción; equipo técnico; etc.).
- Solapas en donde se ampliaba el nivel de detalle de cada rendición de costos, que se utilizaron como bases de microdatos de los costos realizados, donde cada fila era un costo y en cada columna se especifica información relevante para la elaboración de las estructuras de costos intermedios, destacándose: nombre y cuit del proveedor (en la mayoría de las rendiciones, no en todas); concepto; y fecha en la que se realizó el gasto.

Como se mencionó previamente, la mayoría de las rendiciones disponía de la información referida al nombre y CUIT del proveedor. En esos casos, se buscó vía web la información vinculada a la actividad donde estaba inscripto el proveedor: el código (según nomenclatura del formulario f883 de la AFIP) y la denominación de la actividad. Esto permitió asignarle a cada gasto un código según la clasificación de la SAM (codSAM).

En los casos en los que el proveedor no poseía actividades registradas, se asignó un codSAM según el concepto o el rubro del gasto. Por ejemplo, un gasto relacionado con la compra de papel o cartón, sin actividad registrada por el proveedor, se le asignó el codSAM 22 (que aglomera todas las actividades relacionadas con el comercio). Este criterio de asignación de los codSAM fue utilizado también para los casos en los que no se disponía del número de cuit o nombre del proveedor.

Por otro lado, existieron gastos asociados a actividades consideradas por este estudio como parte de la industria audiovisual, en esos casos se les asignó a los proveedores vinculados a la producción de filmes y videocintas el codSAM AA1019; cuando el consumo intermedio se vinculaba con la postproducción de filmes y videocintas, se les asignó el codSAM AA1020; finalmente, si el proveedor pertenecía a la rama de exhibición de filmes y videocintas, se le asignó el codSAM AA2000.

Otros criterios de asignación:



- En los casos de costos con tipo de recibo “recibo” o “recibo de sueldo”, se asignó el código L (“mano de obra”). Al no ser considerada la mano de obra un consumo intermedio, **estos gastos se excluyeron de las estructuras de costos utilizadas.**
- Los pagos de actores/directores/músicos realizados vía asociaciones (Asociación Argentina de Actores, Sindicato Argentino de Músicos, etc.) se asignaron a L (como se mencionó en el párrafo anterior, no es un consumo intermedio); no así en los casos en los que el artista presentó una factura, asignándose un codSAM asociado a la actividad en la que se encuentran inscriptos en AFIP.
- En los casos con tipo de recibo “carta aporte”, se asignó código L, cuando el gasto se asociaba a una persona; y K, en los casos en los que el gasto se asocia a la reposición de capital (p.e., gastos referidos a mantenimientos de islas de edición). **En ningún caso estos gastos son considerados costos intermedios.**

- 1 Los costos asociados a seguros u obras sociales, se asociaron a codSAM 25.
- 2 Los pagos relacionados con los aportes a sindicatos: codSAM 30.

En el caso de los gastos asignados a comercios (codSAM 22), el impacto fue dividido en dos: por un lado, el comerciante participa en la porción respectiva al margen de comercialización, y el resto (el bien en sí) se atribuye a la rama a la que pertenece. Es por eso que en estos casos se redistribuyeron los gastos siguiendo los siguientes criterios:

- **Gastos asociados a la distribución de combustibles:** se utilizó la COU 2004 para conocer el peso de la venta de combustible; el transporte de combustibles; la fabricación de productos de refinación del petróleo; y las importaciones, sobre el total del valor final del combustible.
- **Gastos asociados a la comercialización de otros productos:** se utilizó la COU 2004 para conocer el peso del comercio; el transporte; la elaboración de productos alimenticios; fabricación de productos textiles; fabricación de calzados; fabricación de madera (o productos de)/corcho (o productos de); fabricación de papel /cartón (o productos de); fabricación de productos químicos; fabricación de equipos y productos informáticos; fabricación de escobas, cepillos y pinceles; fabricación de juegos y juguetes; sobre el total del valor final de los productos comercializados (no combustibles).

En los casos de los gastos asociados a codSAM 22 que no se relacionaban a comercialización de productos (alquileres diversos, o gastos relacionados con administración, p.e), el 100% del gasto se mantuvo en codSAM 22.

Al presentar las producciones gastos que se realizaron en diferentes momentos temporales, con el fin de evitar la sub/sobrerrepresentación de los costos en las estructuras realizadas, se utilizó el índice de Precios al Consumidor (IPC) para actualizar todos los valores a una fecha de referencia (diciembre de 2017).

En base a las estructuras de las 8 producciones analizadas, se realizaron tres estructuras de costos: **una para producciones de ficción** (en base al promedio simple de los valores de las estructuras de *El robo del Siglo*, *El Cuento de las Comadreja*s, *La Estrella Roja* y *Emilia*), **otra para producciones de animación** (usando los promedios simples de los valores de las estructuras de *El Gigante Egoísta* y *Anida, el Mago y el Circo Flotante*) y finalmente, **una estructura para documentales** (usando los promedios simples de las estructuras de *Niña Mamá* y *La Sangre en el Ojo*).

Los resultados se presentan en la tabla A.1.2:

Tabla A1.2. Estructura de costos intermedios según tipo de producción, en %, 2017.

Sector	Tipo de producción		
	ficción	animación	documental
1-Agricultura, Ganadería, Silvicultura y Pesca	0%	0%	0%
2-Extracción primaria de petróleo, gas y carbón	0%	0%	0%
3-Minería	0%	0%	0%
4-Elaboración de alimentos, bebidas y productos de tabaco	1%	0%	0%
5-Productos textiles y prendas de vestir	1%	0%	0%
6-Curtido y terminación de cueros	1%	0%	0%
7-Producción de madera y sus productos	1%	0%	0%



8-Fabricación de papel y sus productos	1%	0%	0%
9-Edición, impresión y reproducción de grabaciones	1%	0%	0%
10-Refinería	1%	0%	1%
11-Sustancias y productos químicos	0%	0%	0%
12-Productos de caucho y plástico	0%	0%	0%
13-Productos minerales no metálicos	0%	0%	0%
14-Metales comunes	0%	0%	0%
15-Productos elaborados de metal	0%	0%	0%
16-Maquinaria y equipo	0%	0%	0%
17-Vehículos automotores, remolques y semirremolques	0%	0%	0%
18-Otros equipo de transporte	0%	0%	0%
19-Otras industrias manufactureras	1%	0%	0%
20-Electricidad, Gas y Agua	0%	0%	0%
21-Servicios de Construcción	1%	0%	0%
22-Comercio	3%	0%	1%
23-Hoteles, hospedaje, restaurantes, bares y cantinas	7%	0%	2%
24-Servicios de transporte y comunicaciones	9%	0%	5%
25-Intermediación financiera	3%	1%	0%
26-Actividades inmobiliarias y empresariales	29%	18%	18%
27-Administración Pública	0%	0%	0%
28-Enseñanza	0%	0%	0%
29-Servicios sociales y de salud	13%	5%	26%

30-Otras actividades de servicios comunitarios	3%	1%	0%
AA1019-Producción de Cine y Televisión - Otros	21%	70%	36%
AA1020-Postproducción de Filmes	3%	1%	6%
AA2000-Exhibición de Filmes	0%	0%	0%
Importaciones	1%	0%	1%
TOTAL	100%	100%	100%

A1.3 Cuenta satélite de empleo

Con el objetivo de evaluar el impacto sobre el empleo se construyó una cuenta satélite de empleo con la misma apertura sectorial de la MIP.

A continuación, se presenta la información necesaria para la extensión de la MIP Argentina 2017 mediante la creación de una matriz de empleo. El presente vector de empleo asociado a la MCS 2017 ha sido estimado sobre la base de OIT (2020).

Caracterizando rápidamente esta cuenta satélite de la economía argentina, se observa que todos los sectores productivos presentan una mayor proporción de empleo de personas de 25 años o más. Sin embargo, los sectores productivos que contienen mayor empleo joven son “Construcción”, “Comercio” y otros servicios. Respecto de la diferenciación por sexo, los sectores de servicios de “Salud”, “Enseñanza” y “Servicios comunitarios” son los que emplean mayormente mujeres. A modo de patrón, las actividades agrícolas presentan una mayor proporción de asalariados no registrados, mientras que los sectores industriales y de servicios tales como “Enseñanza” y “Salud” presentan una mayor participación de asalariados registrados. Los no asalariados se identifican mayormente en las actividades de “Construcción” y “Comercio”. El sector de servicios comunitarios concentra al trabajo no calificado, en el cual se incluye las actividades de servicios domésticos, entre otros.

En lo que respecta a los tres sectores de esta matriz de empleo que comprende actividades del sector audiovisual, se observa que “Servicios de Transporte y Comunicaciones” (noticias y streaming), “Servicios de Actividades Empresariales e Inmobiliarias” (Cine, TV, Radio, Videojuegos) y “Administración Pública” (INCAA) sigue a grandes rasgos el mismo patrón: empleo mayormente Asalariado Registrado (sobre todo en Administración Pública) con una segunda categoría



ocupacional importante que son los No Asalariados (Servicios de Transporte y Comunicaciones; Servicios de Actividades Empresariales e Inmobiliarias). Asimismo, en términos de la categorización por sexo, en los tres casos el empleo masculino supera al femenino. En el caso de “Servicios de Transporte y Comunicaciones” el empleo femenino es siete veces menor que el masculino, pero se explica mayoritariamente por la actividad de Transporte. Por el contrario, para los otros dos sectores asociados al audiovisual la brecha entre empleo femenino y masculino se acorta considerablemente, siendo el empleo masculino 1,3 veces mayor que el femenino. En otras palabras, por cada 100 hombres empleados en el sector se emplean aproximadamente 77 mujeres. La brecha entre empleo joven y mayor de 25 años en estos tres sectores favorece a esta última población, con una diferencia más acentuada en los sectores de “Servicios de Transporte y Comunicaciones” y “Administración Pública”.

Finalmente, la tabla resume los datos de puestos de trabajo totales y por categoría ocupacional (en los casos factibles de estimación hasta el momento) para la economía argentina y para los sectores de la Industria Audiovisual, en particular.



Tabla A1.3. Puestos de trabajo por categoría ocupacional por sector. en miles de trabajadores

Sector	Empleo (en puestos de trabajo)			
	Asalariado registrado (AR)	Asalariado no registrado (ANR)	No asalariado (NA)	Total
Actividades primarias	436	557	478	1471
Industria liviana	504	262	302	1068
Químicos, minerales no metálicos y otros	316	79	88	483
Metálicos, maquinaria y equipo	387	140	256	783
Electricidad, gas y agua	94	23	9	126
Construcción	435	489	750	1674
Comercio, comunicaciones y transporte	2152	1160	2109	5421
Del sector audiovisual	2	8	1	10
Resto	2150	1152	2108	5411
Servicios financieros y afines	259	20	26	305
Actividades empresariales	836	93	428	1357
Del sector audiovisual	56	20	8	84
Resto	780	73	420	1273
Administración Pública	1575	0	0	1575
Enseñanza	1944	110	44	2098
Servicios sociales y de salud	765	258	234	1257
Otras Actividades de Servicios Comunitarios	998	1495	234	2727
Total	10.701	4.686	4.958	20.345

Fuente: Elaboración propia sobre la base de OIT (2020)



A1.4 Entrevistas realizadas

Se mantuvieron entrevistas con:

- Juan Martín Bartomioli, CEO y fundador de Red Wolves Studios, un estudio de desarrollo integral de videojuegos.
- Ricardo Corradini, encargado del área de Prensa y Difusión del SICA APMA (Sindicato de la Industria Cinematográfica Argentina) y coordinador del anuario estadístico del Sindicato, Deisica.
- Santiago Gallelli, Vicepresidente de la CAIC, Cámara Argentina de la Industria Cinematográfica.
- Irene Grinberg, es parte del SINCA dentro del proyecto Cuenta Satélite de Cultura en convenio con la Dirección Nacional de Cuentas Nacionales del INDEC en la elaboración de indicadores y estadísticas culturales.
- Lucas Guidalevich, Director de Content Operations Services de Warner Media.
- Mariana Kunst, Coordinadora del Sistema de Información Cultural de la Argentina (Dirección de Planificación y Seguimiento de Gestión – UGA del Ministerio de Cultura de la Nación).
- Gabriel Lahaye, Director Ejecutivo de Wit Film, productora de contenidos audiovisuales especializada en películas de largometraje, series y unitarios de ficción multi-plataforma.
- Juan Manuel Yorio, Director Ejecutivo de Frame, productora de contenido audiovisual con más de 20 años en el mercado latinoamericano

También se mantuvo una reunión de trabajo con el vicepresidente del INCAA, Nicolás Batlle, así como numerosas reuniones con Guillermo Saura, coordinador de este estudio, y Leandro González, ambos integrantes del equipo del Observatorio Audiovisual de la entidad, encabezados por Julio Bertolotti, Subgerente del Observatorio Audiovisual del INCAA.



A1.5 Modelo Insumo Producto

De acuerdo con Miller y Blair (2009), en su forma más básica, un modelo I-P es un sistema de ecuaciones lineales de n ecuaciones con n incógnitas cuya principal finalidad es analizar cambios de demanda y relaciones intersectoriales. Cada una de estas ecuaciones describe la distribución de un producto a lo largo de toda la economía. La naturaleza lineal de este sistema de ecuaciones hace que la representación matricial sea bastante directa y facilita la resolución del ejercicio. Los modelos I-P son construidos en base a la información provista por una MIP o una MCS que contiene información de los flujos intersectoriales, la estructura de la demanda final y del valor agregado de distintos sectores de actividad. Estos modelos son herramientas reconocidas y ampliamente aplicadas para estimar los efectos directos e indirectos de un shock exógeno o cambio en la política económica.

Para describir el modelo I-P consideremos una economía con n sectores. Las ventas que realiza el sector i están compuestas por las ventas que este sector realiza a otros en concepto de consumo intermedio y por las ventas que realiza a demanda final (Consumo Privado y/o Público, Inversión y Exportaciones). En términos matemáticos:

$$9) x_i = z_{i1} + \dots + z_{in} + f_i$$

Donde x_i son las ventas totales del sector, f_i son las ventas a la demanda final del sector y, finalmente, z_{ij} representa las ventas del sector i al sector j (consumo intermedio). Ahora bien, la idea de coeficientes fijos es un pilar importante de esta teoría e implica que los flujos interindustriales de i a j dependen completamente del producto del sector j . De esta forma, en los modelos I-P, las compras intersectoriales son una proporción del producto del sector comprador, es decir, los coeficientes fijos son el cociente de las compras entre dos sectores y el producto del sector comprador, por lo que representa la proporción del producto que corresponde al insumo que se está comprando. Matemáticamente: $a_{ij} = z_{ij}/x_j$, o lo que es lo mismo $z_{ij} = a_{ij}x_j$.

Reemplazando lo anterior en 1)

$$10) x_i = a_{i1}x_1 + \dots + a_{in}x_n + f_i$$



La ecuación (2) puede ser reproducida para cada sector de la economía, obteniendo el sistema de ecuaciones mencionado anteriormente.

$$x_1 = a_{11}x_1 + \dots + a_{1n}x_n + f_1$$

$$x_2 = a_{21}x_1 + \dots + a_{2n}x_n + f_2$$

$$x_n = a_{n1}x_1 + \dots + a_{nn}x_n + f_n$$

Dicho sistema de ecuaciones lineales puede ser expresado en forma matricial como se demuestra a continuación:

$$\begin{array}{cccccc}
 x_1 & & a_{11} & a_{12} & \dots & a_{1n} & & x_1 & & f_1 \\
 x_2 & & a_{21} & a_{22} & \dots & a_{2n} & & x_2 & & f_2 \\
 & = & & & \ddots & & + & & + & \\
 11) & x_n & a_{n1} & a_{n2} & \dots & a_{nn} & & x_n & & f_n
 \end{array}$$

En notación matricial la ecuación 3) es:

$$12) x = Ax + f$$

Donde x es el vector que contiene los productos de cada sector (x_i), A es la matriz de coeficientes técnicos y f es el vector que contiene las demandas finales de cada sector (f_i). Notar que de la ecuación (4) se podría despejar X , obteniendo:

$$13) X = (I - A)^{-1}f = Lf$$

Donde $(I - A)^{-1} = L$ es la Matriz Inversa de Leontief, la cual es una matriz que surge de los datos disponibles en la Matriz de Coeficientes Técnicos, e I es la matriz identidad. De esta forma, podemos modificar el vector f y medir cuánto cambian los elementos de X , es decir, los niveles de producto de cada sector.

El modelo I-P abierto toma la demanda final como exógena, lo que significa que un aumento en el ingreso de los hogares como resultado de una mayor producción no se reflejará en una demanda adicional por un mayor consumo.

En cambio, para ver el efecto de un aumento en el ingreso de los hogares sobre la demanda final, es necesario incluir en el modelo a los hogares y considerar como endógenos tanto el consumo



como el ingreso de los hogares. Lo que se conoce como modelo IP cerrado. En este caso, se debe separar el consumo privado (consumo de los hogares) de la demanda final e incluir un sector adicional que represente la generación de ingresos de los hogares, el sector n+1. Por lo tanto, las matrices de coeficientes técnicos (A), demanda final (f) y vector de producción (x) se modifican.

La demanda final se contrae porque se extrae el consumo privado:

$$\underline{f} = [f_1^* \ f_n^* \ f_{n+1}^*]$$

El elemento f_{n+1}^* representa a las transferencias a los hogares

El vector de producción se amplía con el ingreso de los hogares

$$\underline{x} = [x_1 \ x_n \ x_{n+1}]$$

El elemento x_{n+1} representa el ingreso de los hogares

La matriz de coeficientes técnicos incluye el gasto y el ingreso de los hogares:

$$\underline{A} = [A \ h_c \ h_R \ h]$$

Donde h_c es la estructura de gasto de los hogares, h_R en la participación de las remuneraciones en el producto y h es empleo doméstico

En términos matriciales, el problema sería

$$14) \quad \underline{X} = (I - \underline{A})^{-1} \underline{f} = \underline{L} \underline{f}$$

De esta forma, nuestro modelo toma el consumo como un sector que produce trabajo, que es al mismo tiempo un insumo para otros sectores. Con este modelo se estima el denominado efecto inducido, proveniente del impacto que tiene la política o shock sobre el ingreso y el gasto de los hogares. Se asume que la estructura de gasto de los hogares se mantiene constante, tal como ocurre con los coeficientes técnicos en los sectores de actividad.

Para evaluar los efectos sobre el empleo se realizan cálculos adicionales en base al modelo I-P planteado. En el caso del empleo, se calculan los multiplicadores de empleo mediante el cambio de



la unidad de medida de los coeficientes de las matrices L y \underline{L} , utilizando, por ejemplo, el número de personas empleadas por unidad de producto. Para esto, en primer lugar, se debe obtener un vector fila con el número de empleados por sector (h'). A partir de este se calcula el coeficiente asociado $h_c = h'x^{-1}$. Finalmente, estos coeficientes son utilizados para ponderar cada una de las filas en la matriz de Leontief. Algebraicamente, los multiplicadores simples y totales del empleo son:

$$15) m(h)_j = \sum_{i=1}^n h_{ci} l_{ij}$$

$$16) m(h)_j = \sum_{i=1}^{n+1} h_{ci} l_{ij}$$

Para tener una mejor interpretación de los resultados, dado el cambio en la unidad de medida en la matriz de Leontief, se construyen multiplicadores de tipo 1 (modelo abierto) y tipo 2 (modelo cerrado):

$$17) m(h)_{j1} = \frac{m(h)_j}{h_{cj}}$$

$$18) m(h)_{j1} = \frac{m(h)_j}{h_{cj}}$$

A1.6 Metodología regionalización de resultados

Para realizar la regionalización de los datos se utilizó la estructura del año 2017 proveniente de la distribución del empleo registrado ofrecida por SIPA en la totalidad de las actividades (desagregadas a 4 dígitos) que forman parte de la industria audiovisual (“Exhibición de filmes y videocintas”, “Producción y distribución de filmes y videocintas”, “Servicios de agencias de noticias”, “Servicios de espectáculos artísticos y de diversión n.c.p.”, “Servicios de radio y televisión”, “Servicios de telecomunicaciones, Servicios teatrales y musicales y servicios artísticos n.c.p.”).

En el caso de “Exhibición de filmes y videocintas” y “Servicios de agencias de noticias”, se observa que muchas provincias presentan celdas sin datos (la magnitud de la falta de datos se cuantifica comparando la suma de los empleados de las provincias vs el dato del total país y se observa que en "Exhibición de filmes y videocintas" la ausencia de datos representa aproximadamente el 14% del total, mientras que en "Servicios de agencias de noticias" el peso es de 10%).

Para completar los datos faltantes, se calculó la diferencia absoluta entre los empleados del total país y los empleados resultantes de la suma de las provincias. El total de empleados a distribuir se repartió entre las provincias sin datos tomando como criterio el peso poblacional de cada provincia según el dato proyectado por el INDEC para el año 2017.

En la regionalización geográfica, se tomó como referencia la agrupación provincial propuesta por el INDEC (utilizada, por ejemplo, en la presentación de datos del IPC desagregados por región): Cuyo (Mendoza, San Juan y San Luis); Noreste Argentino (Catamarca, Jujuy, La Rioja, Salta, Santiago del Estero y Tucumán); Noroeste Argentino (Corrientes, Chaco, Formosa y Misiones), Patagonia (Río Negro, Neuquén, Chubut, Santa Cruz y Tierra del Fuego); mientras que, debido a su peso dentro del empleo registrado en los sectores audiovisuales, CABA y PBA fueron consideradas dos regiones por separado, quedando la región Pampeana compuesta por Córdoba, Entre Ríos, La Pampa y Santa Fe.

A1.7 Tablas adicionales

Tabla A1.4. VA y VBP por sector de la MCS, 2017

Sectores MCS	VA (en millones de pesos)	Porcentaje del total	VBP (en millones de pesos)	Porcentaje del total
Agricultura, Ganadería, Silvicultura y Pesca	517.765	6,70%	1.095.822	5,90%
Extracción primaria de petróleo, gas y carbón	213.861	2,80%	390.671	2,10%
Minería	54.785	0,70%	110.636	0,60%
Elaboración de alimentos, bebidas y productos de tabaco	353.667	4,60%	1.876.892	10,20%
Productos textiles y prendas de vestir	66.034	0,80%	199.422	1,10%
Curtido y terminación de cueros	13.434	0,20%	56.979	0,30%
Producción de madera y sus productos	19.021	0,20%	47.370	0,30%
Fabricación de papel y sus productos	35.875	0,50%	122.832	0,70%
Edición, impresión y reproducción de grabaciones	46.845	0,60%	119.708	0,60%
Refinería	29.568	0,40%	443.314	2,40%
Sustancias y productos químicos	125.007	1,60%	596.514	3,20%
Productos de caucho y plástico	53.016	0,70%	191.446	1,00%
Productos minerales no metálicos	50.825	0,70%	141.326	0,80%
Metales comunes	73.410	0,90%	223.161	1,20%
Productos elaborados de metal	44.113	0,60%	137.840	0,70%
Maquinaria y equipo	111.401	1,40%	463.042	2,50%
Vehículos automotores, remolques y semirremolque s	45.391	0,60%	335.045	1,80%
Otros equipos de transporte	2.158	0,00%	12.623	0,10%
Otras industrias manufactureras	42.480	0,50%	104.191	0,60%

Fuente: Elaboración propia



Sectores MCS	VA (en millones de pesos)	Porcentaje del total	VBP (en millones de pesos)	Porcentaje del total
Electricidad, Gas y Agua	72.269	0,90%	286.197	1,50%
Servicios de Construcción	393.930	5,10%	872.174	4,70%
Comercio	1.276.547	16,40%	2.275.348	12,30%
Hoteles, hospedaje, restaurantes, bares y cantinas	209.899	2,70%	725.823	3,90%
Transporte y comunicacione s	522.259	6,70%	1.531.378	8,30%
Intermediación financiera	283.598	3,70%	718.112	3,90%
Actividades inmobiliarias y empresariales	949.613	12,20%	1.660.674	9,00%
Administración Pública	727.177	9,40%	1.182.896	6,40%
Enseñanza	550.560	7,10%	773.727	4,20%
Servicios sociales y de salud	520.469	6,70%	945.382	5,10%
Otras actividades de servicios comunitarios	333.249	4,30%	663.061	3,60%
Sector audiovisual	31.216	0,40%	181.532	1,00%
Total economía	7.769.443	100,00%	18.485.136	100,00%

Fuente: Elaboración propia

Tabla A1.5. Empleo y recaudación por sector de la MCS, 2017

Sectores MCS	empleo (puestos de trabajo)	% del total	Recaudación (en millones de pesos)	% del total
Agricultura, Ganadería, Silvicultura y Pesca	1.375.000	6,80%	107.756	3,90%
Extracción primaria de petróleo, gas y carbón	70.000	0,30%	12.046	0,40%
Minería	26.000	0,10%	21.310	0,80%
Elaboración de alimentos, bebidas y productos de tabaco	666.000	3,30%	339.087	12,20%
Productos textiles y prendas de vestir	312.000	1,50%	35.827	1,30%
Curtido y terminación de cueros	90.000	0,40%	9.462	0,30%
Producción de madera y sus productos	78.000	0,40%	4.987	0,20%
Fabricación de papel y sus productos	43.000	0,20%	14.932	0,50%
Edición, impresión y reproducción de grabaciones	73.000	0,40%	12.067	0,40%
Refinería	7.000	0,00%	129.183	4,60%
Sustancias y productos químicos	125.000	0,60%	120.503	4,30%
Productos de caucho y plástico	91.000	0,40%	23.724	0,90%
Productos minerales no metálicos	66.000	0,30%	19.120	0,70%
Metales comunes	37.000	0,20%	23.741	0,90%
Productos elaborados de metal	240.000	1,20%	22.960	0,80%
Maquinaria y equipo	240.000	1,20%	63.704	2,30%
Vehículos automotores, remolques y semirremolques	81.000	0,40%	48.736	1,70%
Otros equipos de transporte	19.000	0,10%	4.215	0,20%
Otras industrias manufactureras	166.000	0,80%	19.219	0,70%

Fuente: Elaboración propia



Sectores MCS	empleo (puestos de trabajo)	% del total	Recaudación (en millones de pesos)	% del total
Electricidad, Gas y Agua	126.000	0,60%	2.243	0,10%
Servicios de Construcción	1.674.000	8,20%	104.367	3,70%
Comercio	3.560.000	17,50%	393.552	14,10%
Hoteles, hospedaje, restaurantes, bares y cantinas	673.000	3,30%	118.101	4,20%
Transporte y comunicaciones	1.149.803	5,70%	196.629	7,10%
Intermediación financiera	305.000	1,50%	171.122	6,10%
Actividades inmobiliarias y empresariales	1.355.774	6,70%	283.469	10,20%
Administración Pública	1.575.000	7,70%	146.290	5,30%
Enseñanza	2.098.000	10,30%	95.756	3,40%
Servicios sociales y de salud	1.257.000	6,20%	112.670	4,00%
Otras actividades de servicios comunitarios	2.672.310	13,10%	102.964	3,70%
Sector audiovisual	94.113	0,50%	23.471	0,80%
Total economía	20.345.000	100,00%	2.785.132	100,00%

Fuente: Elaboración propia



Anexo 2: Experiencia internacional aplicadas a la industria audiovisual

En este apartado se realiza un resumen comparativo de las políticas destinadas a impulsar y desarrollar la industria audiovisual a nivel internacional. Luego, se detallan en mayor medida las experiencias y esquemas de incentivos de algunos referentes regionales (como los casos de México, Colombia y Uruguay) y otros globales (Francia y Australia) en materia de incentivos a la industria audiovisual.

En la siguiente tabla se encuadran, según lo discutido anteriormente, un esquema resumido de las políticas relevadas en países o regiones seleccionadas. El relevamiento es de carácter informativo y de ninguna manera pretende ser exhaustivo dada la envergadura de las políticas destinadas al sector y la dinámica propia de la industria. No obstante, son ilustrativas y útiles a la hora de analizar la situación del sector en nuestro país y cuál podría ser la mejor recomendación de política.



Tabla A2.1. Políticas del sector audiovisual, experiencia internacional

Países	Políticas de oferta	Políticas de demanda	Políticas sistémicas	Políticas de formación de capital humano
Estados Unidos	Fondo Nacional para las Artes (National Endowment for the Arts)			
	Incentivos fiscales (principalmente a nivel de los Estados y ciudades)			
Reino Unido	Consejo de las Artes		Creative credits (vouchers de crédito)	
	Incentivos fiscales		Creativeworks London	
			Desarrollo de clusters creativos. International VFX Hub en el Centro Nacional de Animación por Computadora en la Universidad de Bournemouth	
India		Reducción del IVA aplicado a entradas de cine		
Canadá	Incentivos fiscales (I+D videojuegos y películas).			Formación universitaria
	Bonificación del 25% de los costos de mano de obra calificada			
Francia	Incentivos fiscales			
	Fiscal credit 30%			
	Fond de soutien			
	Subvención automática para reinversiones			
	Ayudas automáticas a distribución y exhibición			
	Ayudas automáticas a la promoción y ventas en el extranjero			
	Avance sur recettes (ayudas para óperas primas)			



Países	Políticas de oferta	Políticas de demanda	Políticas sistémicas	Políticas de formación de capital humano
Italia	Incentivos Fiscales	Vouchers culturales (jóvenes 18 años)		
Irlanda	Incentivos fiscales			
Europa		Reducción del IVA aplicado a entradas de cine (Países Bajos, Croacia, Luxemburgo, Malta, Finlandia, Suecia y Finlandia)	Alianza Europea de Industrias Creativas (ECIA), ha promovido el uso de vouchers y el desarrollo de clusters y un mejor acceso al financiamiento	
Singapur	Incentivos fiscales			
Australia	Incentivos fiscales (Australian Screen Production Incentive): Productor: 40% de costos seleccionados en el caso de películas y 20% para TV Por ubicación: reembolso de 16,5% de costos seleccionados por filmar en Australia, aunque el proyecto no sea nacional Por Efectos visuales y postproducción: bonificación del 30% de costos seleccionados de trabajo en Australia aunque no se haya filmado en Australia			
Brasil		Vale cultura (vouchers)		
Colombia	Exención IVA a todas las actividades relacionadas con las artes escénicas Proyectos nacionales: Fondo Fílmico de Colombia (cash rebate) Proyectos extranjeros Fondo Fílmico de Colombia (cash rebate) CINA (descuento tributario por 35%) Devolución IVA			
México	Proyectos nacionales: FOCINE (fondo) FOPROCINE (fondo) FIDECINE (fondo) EFICINE (incentivo fiscal) Proyectos extranjeros: Cuadernos ATA Tasa 0% IVA Acuerdos internacionales varios			
Uruguay	Proyectos nacionales: FONA Fondo de fomento cinematográfico y audiovisual Fondo Montevideo filma Montevideo Socio Audiovisual (realiza aportes retornables) incentivos fiscales Proyectos extranjeros: IVA 0 Cash rebate (hasta 25%)		Uruguay Film Commission and Promotion Office Marca Sectorial Uruguay Audiovisual Coproducir en Uruguay	Convenio colectivo de trabajo

Fuente: Elaboración propia



A2.1 México

México tiene una serie de políticas destinadas al sector audiovisual que pueden resumirse en una buena cantidad de fondos de apoyo a la producción y exhibición, y un plan de incentivos fiscales para promocionarse como locación de proyectos extranjeros. A continuación, se detallan brevemente.

Desde 1983 funciona el Instituto Mexicano de Cinematografía que, actualmente, tiene varios fondos de apoyo a la producción, exhibición o preservación de acervo (memoria cinematográfica). Los fondos son variados y se presentan a continuación.

El **FOCINE** está destinado a personas humanas o jurídicas para la producción, exhibición o preservación de acervos. Los montos del fondo varían de acuerdo con el proyecto que se está financiando. A saber:

- i. Consolidación financiera de largometrajes (Consolidación de proyectos). Hasta 250 mil pesos mexicanos (aproximadamente USD 12.000)
- ii. Producción de largometrajes de ficción (Películas de ficción). Hasta 5 millones de pesos mexicanos si es opera prima y 8 millones de pesos mexicanos si es la segunda (aprox. USD 250.000 y USD 400.000, respectivamente).
- iii. Producción de largometrajes documentales (Películas documentales). Hasta 5 millones de pesos mexicanos si es opera prima y 8 millones si es la segunda.
- iv. Preproducción y producción de cortometrajes y largometrajes de animación (Cortos y largos de animación). Hasta 10 millones de pesos mexicanos (cerca de USD 500.000).
- v. Producción de cine para las infancias (niñas, niños y adolescentes) (Cine para las infancias). Hasta 5 millones de pesos mexicanos si es opera prima y 8 millones si es la segunda.
- vi. Producción de óperas primas de escuelas de cine o con especialidad de cine (Óperas primas). Subsidio para las escuelas: 5 millones de pesos mexicanos para películas y 1,5 millones para documentales.
- vii. Producción de cortometrajes por región y con trayectoria (Cortos por región). 500.000 pesos mexicanos o hasta 80% del total del proyecto.
- viii. Postproducción de largometrajes y cortometrajes (Postproducción). Para largometrajes hasta 2 millones de pesos mexicanos para los dos procesos: postproducción 1 y postproducción 2 y para cortometrajes hasta 200 mil, para postproducción 1.



- ix. Producción de largometrajes en colaboración con los estados (Producción con los estados).
- x. Para el proceso desde la preproducción y producción hasta un primer armado de imagen, será de hasta 1 millón de pesos mexicanos a ejecutarse dentro del año fiscal correspondiente. El porcentaje será de hasta el 80% del costo total del proyecto integral presentado, incluyendo en el porcentaje otros apoyos de IMCINE o federales. Al menos el 10% del costo total del proyecto debe ser aportado en efectivo y/o especie por alguna o algunas instancias del gobierno estatal y/o municipal o iniciativa privada de la entidad federativa de donde provenga la solicitud. Para el proceso de producción y/o edición hasta el primer corte, será de hasta 850.000 pesos mexicanos a ejecutarse dentro del año fiscal correspondiente. El porcentaje será de hasta el 80% del costo total del proyecto integral presentado, incluyendo en el porcentaje otros apoyos de IMCINE o federales. Al menos el 10% del costo total del proyecto debe ser aportado en efectivo y/o especie por alguna o algunas instancias del gobierno estatal y/o municipal o personas humanas o jurídicas de la iniciativa privada de la entidad federativa de donde provenga la solicitud.
- xi. Equipamiento y/o acondicionamiento de espacios y proyectos de exhibición cinematográfica
- xii. Espacios de exhibición: Atiende a las personas físicas con actividad empresarial o jurídicas mexicanas dedicadas a la exhibición cinematográfica y que sean dueñas, representen legalmente o dirijan un espacio o proyecto de exhibición con sede fija o itinerante, para equipar y/o acondicionar los mismos y que comprueben al menos un año de trabajo continuo. El monto del apoyo deberá ser menor al 80% del costo total del proyecto y no podrá rebasar la cantidad de 900.000 pesos mexicanos.
- xiii. Programas de exhibición: Proyectos de formación de públicos y de exhibición de cine mexicano. Contribuir a otorgar subsidios económicos con el fin de apoyar a las personas humanas o jurídicas mexicanas a diversificar las opciones de exhibición para las audiencias, fortalecerlas y formar públicos que no han tenido acceso al cine por razones económicas o geográficas. El monto del apoyo deberá ser menor al 80% del costo total del proyecto y no podrá rebasar la cantidad de 900.000 pesos mexicanos.
- xiv. Conformación y preservación de acervos cinematográficos (Acervos). Atiende a las personas humanas o jurídicas mexicanas, gestores, promotores, educadores e instituciones de cultura que tengan un proyecto para la conformación y preservación de acervos cinematográficos, en todas las regiones del país. El monto del apoyo de FOCINE, será de hasta 500.000 pesos mexicanos por año





y no representará más del 80% del costo total del proyecto presentado, incluyendo en el porcentaje otros apoyos de IMCINE o federales.

El Fondo para la Producción Cinematográfica de Calidad (**FOPROCINE**) es un fideicomiso con convocatorias de apoyo para producción o postproducción de largometrajes de más de 60 minutos de ficción y documental. El **FIDECINE** (Fondo de Inversión y Estímulos al Cine), por su parte, es un fideicomiso federal para la producción, postproducción, distribución y exhibición de largometrajes (de 75 minutos o más) de ficción y/o animación mediante la inversión de capital de riesgo y/o la prestación de créditos. Las personas físicas y jurídicas pueden acceder al fondo a través de Convocatorias Públicas a nivel nacional. Está destinado a los productores, distribuidores, comercializadores y exhibidores de películas nacionales. También existe **EFICINE** que es un estímulo fiscal para los contribuyentes con el objetivo de apoyar la producción o postproducción de largometrajes de ficción, animación y documental, así como también la distribución de películas. Mediante EFICINE los contribuyentes que aporten recursos en efectivo a proyectos cinematográficos en México pueden obtener un crédito fiscal, equivalente al monto de su aporte, para ejercerlo contra el Impuesto Sobre la Renta que generen a partir del ejercicio en el que se determine dicho crédito. Por último, México cuenta con subsidios para guionistas que requieran financiamiento para finalizar el guion.

Respecto a proyectos extranjeros, México cuenta con regímenes fiscales especiales: cuadernos ATA y tasa 0%. Desde 2011 se implementó la importación de equipo profesional bajo la modalidad conocida como **Cuaderno ATA**, documento internacional de Aduana aceptado por los países miembros de la Organización Mundial de Aduanas (OMA), bajo un esquema libre de impuestos basado en el principio de importación o exportación temporal. Dentro de este esquema se pueden realizar dos tipos de operaciones. Primero, importaciones y exportaciones temporales de mercancía destinada a convenciones y congresos internacionales; equipo profesional que incluye el utilizado por la industria audiovisual; muestras y muestrarios; realizadas por residentes en el extranjero, sin establecimiento permanente en México. Segundo, las mercancías que se importen o exporten temporalmente al amparo de Cuaderno ATA, podrán permanecer en territorio nacional durante los siguientes plazos: equipo profesional seis meses, muestras o muestrario seis meses; bienes destinados a convenciones y congreso internacional seis meses. La mercancía que puede ingresar al país bajo este esquema es, básicamente, equipo de cámara, tramoya, eléctrico, sonido, decoración, utilería, vestuario.



La **Tasa 0%** se refiere a que no se les cobra IVA a las empresas residentes en el país cuando exportan alguno de los siguientes bienes o servicios: filmación o grabación, la enajenación de bienes intangibles realizada por persona residente en el país a quien resida en el extranjero, el uso o goce temporal, en el extranjero de bienes intangibles proporcionados por personas residentes en el país; el aprovechamiento en el extranjero de servicios prestados por residentes en el país, por concepto de salas con precios accesibles y solo cine mexicano e internacional no estadounidense.

Además, cuenta con la Comisión Mexicana de Filmaciones (**ComeFilm**) que promueve al país como destino cinematográfico y audiovisual y posee los siguientes convenios internacionales:

- a) Acuerdo de Coproducción Cinematográfica entre los Estados Unidos Mexicanos y la Confederación Suiza
- b) Acuerdo Administrativo entre México y Francia
- c) Convenio de Integración Cinematográfica Iberoamericana
- d) Acuerdo Cinematográfico entre el Gobierno de la República de Venezuela y los Estados Unidos Mexicanos
- e) Acuerdo para la Creación del Mercado Común Cinematográfico Latinoamericano
- f) Convenio de Cooperación Cinematográfica entre el Gobierno de los Estados Unidos Mexicanos y el Gobierno de la República Argentina
- g) Acuerdo Latinoamericano de Coproducción Cinematográfica
- h) Acuerdo de Coproducción entre los Estados Unidos Mexicanos y el Reino de España
- i) Acuerdo de Coproducción Cinematográfica y Audiovisual entre el Gobierno de los Estados Unidos Mexicanos y el Gobierno de Canadá
- j) Acuerdo de Coproducción Cinematográfica entre el Gobierno de México y el Gobierno de la República De Senegal

A2.2 Colombia

La nueva Ley de Cine se encuentra en vigencia desde 2013. Con este marco legal Colombia implementó nuevas políticas destinadas a estimular la industria cinematográfica nacional y a promover al país como locación para proyectos extranjeros (**Filmar en Colombia**).

El **Fondo Fílmico de Colombia**, FFC, consiste en un cash rebate de proyectos de obras cinematográficas, series y videos musicales tanto para proyectos locales como extranjeros, e incluye las etapas de producción o producción y postproducción o animación. En particular, es un reintegro del 40% de los gastos en servicios audiovisuales y 20% de los gastos de servicios

logísticos en el país prestados por empresas colombianas o personas naturales de nacionalidad colombiana y con domicilio en el país.

También cuenta con regímenes fiscales especiales: CINA y devolución de IVA. El Certificado Tributario, **CINA**, es un certificado de descuento tributario por 35% de los gastos en servicios audiovisuales y logísticos en el país prestados por empresas colombianas o personas naturales de nacionalidad colombiana y con domicilio en el país. Está orientado a proyectos extranjeros de obras cinematográficas, series, videos musicales, videojuegos y realización audiovisual publicitaria; en sus etapas de producción o producción y posproducción o animación.

La **devolución del IVA** se aplica a los servicios que sean prestados en el país y se utilicen exclusivamente en el exterior por empresas o personas sin negocios o actividades en Colombia. En este sentido, la ley precisa que *“se entiende que existe una exportación de servicios en los casos de servicios relacionados con la producción de obras de cine, televisión, audiovisuales de cualquier género y con el desarrollo de software, que estén protegidos por el derecho de autor, y que una vez exportados sean difundidos por el beneficiario de los mismos en el mercado internacional y a ellos se pueda acceder desde Colombia por cualquier medio tecnológico”*¹⁵.

A2.3 Uruguay

En 2008 se creó el Instituto del Cine y Audiovisual del Uruguay (ICAU). Sus principales objetivos son fomentar e incentivar la producción, coproducción, distribución y exhibición de obras y proyectos cinematográficos y audiovisuales mediante estimulación de acciones e iniciativas que contribuyan al desarrollo de la cultura cinematográfica. Entre las medidas más importantes implementadas por el ICAU se destaca la creación y/o seguimiento de diversos fondos que se detallan a continuación.

El **FONA**, Fondo para el Fomento y Desarrollo de la producción Audiovisual Nacional fue creado en 1995 por iniciativa de la Intendencia de Montevideo para promover la producción audiovisual en el país. Está integrado por la Intendencia de Montevideo, los canales privados de televisión abierta y cable, y la Asociación de Productores y Realizadores de Cine y Video del Uruguay (ASOPROD). El FONA otorga anualmente dos premios en la categoría ficción, dos en la categoría documental y un premio especial en esta misma categoría para ópera prima. Pueden participar proyectos de ficción, con una duración máxima de 70 minutos; documentales, con una duración mínima de 45 minutos y aquellos a realizarse con técnicas de animación. Solo se admiten proyectos basados en la

¹⁵ Artículo 189 de la Ley 1819 de 2016

adaptación de obras de escritores nacionales o extranjeros, o guiones originales de autor nacional.

16

El **Fondo de fomento cinematográfico y audiovisual** fue creado en mayo de 2008 por la Ley de Cine (Ley Nº 18.284 y Decreto 473/008). Anualmente, la convocatoria se elabora de acuerdo al Plan anual de ICAU y a partir del aval del Consejo Asesor Honorario. La asignación de recursos se desarrolla a partir de tres modalidades: concursable, no concursable y acciones institucionales.¹⁷

El **Fondo Montevideo Filma** es otorgado por el Departamento de Cultura de la Intendencia de Montevideo o a través de la Oficina de Locaciones. El fondo contribuye al desarrollo del cine y el audiovisual nacional mediante aportes de dinero a proyectos audiovisuales de ficción o documentales, con un tiempo de duración prevista mayor a 45 minutos, que se encuentren en etapa de inicio de rodaje.¹⁸

Montevideo Socio Audiovisual es un programa creado en julio de 2004. El dinero disponible proviene de lo recaudado por el impuesto a los espectáculos públicos que grava las exhibiciones cinematográficas y de lo que se cobra por el uso de espacios públicos como locaciones en rodajes publicitarios. Realiza aportes retornables a producciones audiovisuales nacionales cualquiera sea su destino, cine o televisión, y formato, ficción o documental, con una duración mayor a 45 minutos. Los proyectos deben ser presentados por una casa productora uruguaya, y la directora o director debe ser uruguayo/a; en caso de ser extranjera/o, es necesario que cuente con un mínimo de 5 años de residencia en el país. Además, el rodaje debe ser realizado mayoritariamente en Uruguay. Se realizan dos convocatorias por año en las que un Jurado determina los apoyos a otorgar.¹⁹

Uruguay además implementa regímenes fiscales especiales como **IVA 0**. Coproducciones y servicios de producción, servicios de exhibición y distribución, obras de carácter digital cinematográfico en sus diferentes formatos y digitalización de salas de cine están exentos del pago del IVA.

También cuenta con una organización para promover al país como locación para proyectos extranjeros. **Uruguay Film Commission and Promotion Office** es un espacio de articulación público-privado conformado por el ICAU, la Cámara Audiovisual del Uruguay y la Oficina de

¹⁶ <https://icauc.mec.gub.uy/innovaportal/v/3882/3/mecweb/fona?leftmenuid=3882>

¹⁷ Fuente: <http://www.icauc.mec.gub.uy/innovaportal/v/4237/3/mecweb/que-es?leftmenuid=4237>

¹⁸ Fuente: <http://locaciones.montevideo.gub.uy/es/contenido/mvd-filma>

¹⁹ Fuente: <http://locaciones.montevideo.gub.uy/es/mvd-socio-audiovisual>



Locaciones Montevideanas. Su objetivo es promocionar locaciones, profesionales y empresas del sector audiovisual uruguayo, facilitar y estimular la participación de empresas y productores en eventos internacionales y generar una estructura promotora de las obras audiovisuales uruguayas. La UFC&PO busca generar vínculos entre empresas internacionales interesadas en Uruguay como locación y en sus productoras como las empresas capaces de brindar soluciones a servicios extranjeros. A través de la articulación y la acción conjunta con el sector audiovisual, se busca promover a nivel internacional los contenidos generados por las empresas uruguayas.²⁰

En este sentido, también existe la **marca sectorial audiovisual** que agrupa bajo un mismo sello al sector de cine y audiovisual del país, **Uruguay Audiovisual**. Es la tercera marca sectorial de Uruguay. Tiene como objetivo consolidar el posicionamiento de determinados sectores productivos con tradición exportadora, que aspiran a fortalecer su presencia en los mercados con campañas de difusión y marketing, y comunicar al mundo que el país tiene productos y servicios de calidad en sectores distintos a los conocidos tradicionalmente. Por filmar en Uruguay se aplican algunos incentivos como el IVA 0 y un cash rebate.

De acuerdo con el incentivo de **IVA Cero** están exentos del pago de IVA los gastos de producción de proyectos realizados para el exterior, filmados en Uruguay. Se encuentra disponible para todo tipo de contenidos audiovisuales incluidos -pero no limitado a- largometrajes, cortometrajes, videoclips, animaciones, documentales, producciones y series de televisión para todo tipo de servicios de distribución de medios tales como TV, OTT²¹, estrenos en salas, etc. Los comerciales y producciones publicitarias también están cubiertas cuando la compañía productora cuenta con un certificado de exención de impuestos expedido por ICAU.

En el caso del **cash rebate**, se trata de un mecanismo de devolución de hasta 25% de gastos elegibles realizados en Uruguay. Los destinatarios son las personas jurídicas extranjeras, responsables de producciones realizadas total o parcialmente en territorio uruguayo y que trabajen con una empresa local.

²⁰ Fuente: <http://ica.u.mec.gub.uy>

²¹ OTT (siglas en inglés *over-the-top*) se refiere a las plataformas de streaming digitales que transmiten contenidos audiovisuales.



Dentro de Uruguay Audiovisual también existe un programa especial para apoyar producciones publicitarias audiovisuales extranjeras producidas total o parcialmente en Uruguay. El proyecto postulado consistirá en actividades de preproducción, producción y/o postproducción a realizarse en territorio nacional

Líneas de Apoyo al Programa Uruguay Audiovisual

	FRANJA 1	FRANJA 2	FRANJA 3	FRANJA 4
	Servicios de producción de largometrajes, cortometrajes, videoclips, animaciones, documentales, producciones televisivas y series internacionales.			Servicios de producción para comerciales internacionales
Gasto ejecutado en Uruguay	Desde USD 300.000 Hasta USD 4.000.0000	Desde USD 4.000.000 Hasta USD 8.000.000	Más de USD 8.000.000	Desde USD 300.000
% de reembolso	25%	17,5%	10,6%	20%
Tope máximo de reembolso sobre el total del gasto elegible ejecutado	USD 700.000	USD 850.000	USD 1.000.000	USD 100.000

Fuente: Uruguay Audiovisual, <https://uruguayaudiovisual.com/incentivos/>

Por último, Uruguay cuenta con múltiples convenios internacionales de coproducción que facilitan la cooperación entre países para el impulso de su industria cinematográfica y audiovisual, así como para la financiación de proyectos dentro del sector. A esto se suman los 17 **acuerdos** que tiene firmados para evitar la **doble tributación** entre diferentes Estados.

Uruguay coproduce con Iberoamérica en el marco del Acuerdo Iberoamericano de Coproducción Cinematográfica. Tiene también acuerdos de coproducción con Argentina, Canadá, Italia, Bélgica y Francia. También mantiene con Brasil un protocolo de cooperación para la financiación de proyectos en coproducción de largometrajes de ficción, documental y animación, con un llamado binacional que apoya dos proyectos al año.

Como política adicional puede mencionarse que, en abril de 2014, se firmó el **primer convenio colectivo de trabajo** que reglamenta las condiciones para el sector audiovisual. Participan la Asociación de Productores y Realizadores de Cine y Video del Uruguay (ASOPROD), la Sociedad Uruguaya de Actores (SUA), la Asociación Uruguaya de Cineastas (GREMIOCINE) y representantes del Poder Ejecutivo a través de la Dirección Nacional de Trabajo (DINATRA) del Ministerio de Trabajo y Seguridad Social. El convenio tiene alcance nacional y establece las





condiciones mínimas para el actor y el técnico contratado, así como los mecanismos de ajuste salarial. Asimismo, se creó una comisión de interpretación y arbitraje integrada por dos representantes de cada una de las partes. El convenio detalla, además, el establecimiento de una Comisión Asesora del Consejo de Salarios cuya función sea definir la duración de la jornada de trabajo y los salarios mínimos por categoría para películas, entre otras.

A2.4 Francia

Respecto de la industria cinematográfica cuenta con programas similares al resto de los países. Cuenta con una **desgravación fiscal** del orden de 30%; tiene un fondo de protección, financiado con impuesto sobre entradas de cine, impuestos sobre publicidad e impuestos sobre tv digital y privada; subvención automática por reinversión en nuevas producciones. Por otro lado, otorga ayudas automáticas tanto a la distribución como a la exhibición, brinda préstamos reembolsables para óperas primas o cine independiente.

Francia tiene una política de incentivos fiscales tanto para proyectos nacionales como para extranjeros. En el caso de los proyectos nacionales las productoras de contenido audiovisual pueden beneficiarse de un reembolso impositivo por los gastos de producción relacionados con la realización de largometrajes u obras audiovisuales aprobadas. El monto del reembolso alcanza el 20 % de los costos totales admisibles gastados en Francia. El porcentaje se incrementa al 30% si el presupuesto de producción es inferior a 4 millones de euros. Los costos considerados incluyen los salarios y la compensación de los autores, actores y miembros del equipo de producción franceses y de la UE y del Espacio Económico Europeo (EEE), todos los gastos técnicos, los costos de transporte y los costos de alojamiento y restauración. Los costos reembolsables están limitados al 80 % del presupuesto de producción y, en caso de coproducción internacional, al 80 % de la parte gestionada por el coproductor francés. Para acceder al beneficio puede tratarse de cualquier género (ficción, documental o animación) y cumplir con los siguientes requisitos:

1. debe estar hecha total o principalmente en francés o en un idioma regional en uso en Francia;
2. debe ser elegible para el apoyo financiero para producciones cinematográficas y audiovisuales;
3. debe realizarse principalmente en territorio francés.
4. Debe contribuir al desarrollo de la creación cinematográfica y audiovisual francesa y europea, así como a su diversidad.

Las obras que sean pornográficas, que inciten a la violencia, que se utilicen con fines publicitarios o que sean concursos, temas de actualidad o programas deportivos no son elegibles.



En el caso de los proyectos extranjeros, existe el *crédit d'impôt en faveur de la production de films étrangers en France* (TRIP, Tax Rebate for International Production). De acuerdo con Priot et al (2015) este programa se creó dado que las películas y series de televisión situadas en Francia o con personajes franceses se filmaban fuera del país debido a los incentivos fiscales de países vecinos. Parecería entonces que este incentivo es el resultado de una competencia económica más que la intención de promocionar la cultura francesa.

TRIP reembolsa el 30 % de los costos subvencionables de películas y producciones televisivas extranjeras rodadas en Francia, así como proyectos de animación y efectos visuales realizados parcial o totalmente por un estudio francés. Los costos subvencionables incluyen salarios y compensaciones para autores, actores y miembros del equipo de Francia, la UE y el EEE; todos los gastos técnicos, costos de transporte, tarifas de ubicación, costos de alojamiento para el elenco y el equipo; y gastos de catering y gastos relacionados con un rodaje más corto fuera de Francia utilizando el mismo equipo y material. Estos costos son subvencionables solo si se pagan a través de una empresa de servicios de producción francesa, definida como empresas que gestionan la producción física en Francia.

Pueden acceder al TRIP las empresas que están sujetas al impuesto sobre la renta de las sociedades en Francia, que actúan como empresas de servicios de producción para las secuencias filmadas o producidas en Francia y celebran un contrato de servicios de producción con el productor extranjero.

El proyecto debe ser un largometraje, una película animada o una película o serie para televisión, pero no puede ser pornográfico ni promover la violencia. El proyecto debe gastar al menos un millón de euros en gastos subvencionables en Francia o el 50 % del presupuesto total en gastos subvencionables en el país. Los documentales, comerciales y películas corporativas no son elegibles. Los proyectos de largometraje deben rodar al menos cinco días en Francia y se requieren puntos específicos para el test cultural.

Según Priot et al. (2015), TRIP fue otorgado a más de 80 producciones de más de 18 países entre 2009 y 2015, incluyendo películas de Clint Eastwood, Woody Allen, Lasse Hallström, Martin Scorsese y Jackie Chan; las películas de Hollywood como *Sherlock Holmes: A Game of Shadows*, *Rosemary's Baby*, *Minions* y *The Hunger Games*; la serie de televisión *Gossip Girl* (Estados Unidos) y *Merlin* (Reino Unido); los proyectos chinos *Black and White 2* y *Wong Kar-wai's The Grandmaster*; y las películas japonesas *Fujita* y *Ouhi no Yakata*.



También cuenta con ayudas selectivas para guión (a los autores para escribir un tratamiento o sinopsis), al desarrollo (a los productores para la compra de derechos y para la escritura del guión), para la música (le corresponden al productor y se comunican al compositor), para exhibidores (rehabilitación y construcción de salas), a los distribuidores (para garantizar la diversidad y calidad de películas en salas) , a cines de mundo (a productores cuyos proyectos sea obra de autores extranjeros innovadores), cortometrajes (antes y después de su realización), a producciones multimedia, a las producciones que utilicen nuevas tecnologías, y a las distintas categorías de producciones de televisión.

En este sentido, se creó un nuevo departamento en la CNC dedicado a promover el atractivo del país como locación y aumentando los recursos humanos y presupuestarios a través del nuevo programa “Francia 2030” y el plan “Shock Modernization of the Production Apparatus”. El Programa Francia 2030 involucra una ayuda financiera de 600 millones de euros para apoyar la producción y know-how francés en la industria audiovisual.

Además de su relevancia a nivel global en términos de su producción cinematográfica, Francia es líder en desarrollo de videojuegos. Esto es el resultado de un conjunto de políticas implementadas para favorecer esta industria a través de la promoción no solo de la demanda y la oferta sino también del capital humano del sector. En este sentido, cuenta con **carreras universitarias** relacionadas con la industria del videojuego como ENJMIN, la escuela nacional de videojuegos y medios interactivos digitales en Angoulême y GOBELINS, una escuela de artes aplicadas, medios impresos y digitales. Sus graduados llenan las 150 vacantes laborales creadas cada mes en 28 campos como administración, diseño y servicios de apoyo. A nivel nacional, la industria emplea a más de 5.000 personas mientras que 10.000 más, como músicos, se benefician indirectamente²². En términos de las condiciones laborales, Francia posee un **Sindicato** de editores de software de ocio (SELL).

El Centre National du Cinéma et de l’image Animée (CNC) administra dos importantes medidas de apoyo: el crédito fiscal para videojuegos (Crédit d’Impôt Jeu Vidéo) y el Fondo de Asistencia de Videojuegos (Fonds d’Aide au Jeu Vidéo). El primero ofrece una desgravación fiscal equivalente al 20% del gasto total directamente asignado a la creación de un videojuego. Este último, cofinanciado por el Ministerio de Industria, Economía y Sector Digital de Francia, es un esquema selectivo que brinda asistencia con la creación de propiedad intelectual y los costos de preproducción.

²² <https://www.gamesindustry.biz/articles/2021-03-03-french-annual-report>



Además, tiene una iniciativa llamada **French Tech** (dirigida a atraer inversiones para nuevas empresas), una plataforma de distribución **Made-in-France**, grupos industriales como CapDigital e Imaginove, y una ley de propiedad intelectual que protege todo lo producido.

Siguiendo a Hemels en Goto (2017), Francia fue el primer miembro de la UE en aplicar incentivos al sector de videojuegos. Las empresas de desarrollo de videojuegos (*entreprises de création de jeux video*) pueden beneficiarse de un crédito fiscal por los gastos incurridos durante la creación de videojuegos homologados. Este crédito fiscal es equivalente al 20 % de los gastos admisibles relacionados con actividades realizadas en Francia o en otro estado miembro de la UE o del EEE.

Los gastos que califican incluyen costos de personal, costos de depreciación de activos fijos (no edificios) asignados directamente a la creación de un videojuego y otros gastos operativos. El crédito fiscal anual tiene un máximo de 3 millones de euros por empresa.

El videojuego debe cumplir con los siguientes requisitos para ser elegible para el crédito fiscal:

1. los costos de desarrollo deben ser de al menos 100.000 euros
2. debe estar diseñado para ser comercializado al público;
3. debe realizarse principalmente con autores y colaboradores creativos que sean nacionales franceses o nacionales de otro Estado miembro de la UE o del EEE;
4. debe contribuir al desarrollo de la producción francesa y europea de videojuegos y a su diversidad, en particular en lo que se distingue por la calidad, originalidad e innovación del concepto y el nivel de gasto artístico.

A2.5 Australia

De acuerdo con lo relevado por Hemels en Goto (2017), en Australia, el principal programa de apoyo a la producción cinematográfica y televisiva es el Australian Screen Production Incentive. Consiste en tres compensaciones mutuamente excluyentes, que se acreditan contra cualquier obligación tributaria australiana existente del productor. Si la compensación supera las obligaciones tributarias, la Oficina de Impuestos de Australia reembolsa el resto. Los incentivos se aplican a empresas residentes en Australia y empresas residentes en el extranjero que operen a través de una firma con domicilio australiano permanente. Siguiendo la descripción de Hemels, las compensaciones están diseñadas para apoyar y desarrollar la industria australiana de medios (screen media) al proporcionar un tratamiento fiscal favorable para los gastos incurridos en el país. La película debe ser un largometraje, una miniserie de drama televisivo u otro proyecto elegible. Los ejemplos de



proyectos que no son elegibles incluyen comerciales, concursos, películas de capacitación, programas de noticias y juegos de computadora. El monto del incentivo se calcula sobre la base del QAPE (Qualifying Australian Production Expenditure, gasto calificado de producción australiano). El QAPE es la parte de los gastos de producción atribuibles a (1) bienes y servicios proporcionados en Australia para la realización de la película (p. ej., preproducción, producción y posproducción, pero no, en general, para la financiación, publicidad y promoción, o adquisición de derechos de autor); (2) el uso de terrenos ubicados en Australia para la realización de la película; o (3) el uso de bienes que se encuentran en Australia en el momento en que se utilizan en la realización de la película.

1) Compensación del productor: este es un reembolso por hacer una película australiana. La compensación del productor asciende al 40 % del QAPE para largometrajes y al 20 % del QAPE para televisión y proyectos elegibles que no sean largometrajes. Para calificar para este programa se debe alcanzar un umbral de QAPE total y (en algunos casos) por hora. Por ejemplo, los largometrajes deben alcanzar un umbral de QAPE total de 500.000 dólares australianos.

2) Compensación de ubicación: un reembolso del 16,5% de QAPE para cualquier proyecto de cine y televisión filmado en Australia, no necesariamente australiano, con una inversión australiana de más de 15 millones de dólares australianos.

3) Offset Post, Digital y Efectos Visuales (PDV): una bonificación del 30% del QAPE que se relaciona con el trabajo de PDV en Australia, independientemente de dónde se filme el proyecto

Los programas son mutuamente excluyentes, no puede solicitarse o aplicar para más de uno de manera simultánea. De hecho, las películas beneficiarias de subsidios directos de Australia para productores de ciertos productos de bajo presupuesto, los documentales australianos, el Documentaries Producer Equity Program, no son elegibles para los incentivos fiscales.



A2.6 Otros

De acuerdo con lo enumerado por Hemels en Goto (2017) 39 de los 50 estados de Estados Unidos poseen algún tipo de incentivo fiscal. En general, es un reembolso de los salarios de los residentes de cada estado y otros gastos específicos del costo de producción. La tasa varía entre estados; por ejemplo: 37% de los gastos en Oklahoma, 35% de los salarios para Alabama y Ohio; 58% como crédito fiscal en Alaska. La mayoría de los estados ofrecen reembolsos entre el 20 y 30%, en algunos estados se delimita un mínimo de gastos y un máximo en el monto de reembolsos.

En Canadá el crédito fiscal para la producción de películas o videos prevé una bonificación del 25% de los costos de mano de obra calificada, hasta un máximo del 15% de los costos de producción totales. Los destinatarios son exclusivamente empresas canadienses cuya actividad principal sea la producción de películas o videos y que están establecidas en el país de manera permanente. Además, se requiere un mínimo de mano de obra canadiense y el trabajo debe transmitirse o distribuirse dentro del país dentro de los dos años de su finalización; de los costos de producción, el 75% debe pagarse a empresas o individuos canadienses y tres cuartos de los costos de postproducción deben ser gastados en Canadá. No hay requisitos de contenido canadiense para el crédito fiscal por servicios de producción de películas o videos canadienses. Sin embargo, este incentivo fiscal es menor, 16% de la mano de obra canadiense calificada (sin máximo). Son elegibles para este incentivo las firmas con un establecimiento permanente en Canadá cuyo negocio principal sea la producción o los servicios de producción de películas y/o videos. No obstante, para obtener estos incentivos, se debe pagar una tasa al gobierno.

Muchos países de la UE como Bélgica, República Checa, Estonia, Francia, Hungría, Irlanda, Italia, Lituania, Malta o España también aplican incentivos fiscales como política de estímulo al sector audiovisual con la particularidad que, además de ser un incentivo en términos de producción, debe incluir un test cultural.

Si se considera el sector videojuego como objetivo de la política debe mencionarse el caso de Canadá. Siete provincias canadienses otorgan incentivos fiscales, sobre los costos laborales al sector videojuegos

Desde la perspectiva de estimular a la demanda, varios estados de la India brindan un impuesto al entretenimiento reducido a las películas producidas localmente o que se considera que tienen la nacionalidad de su estado. Por ejemplo: en Andhra Pradesh, la tasa se reduce de del 21 al 8% para películas de bajo presupuesto y del 16% para películas de gran presupuesto producidas en el



estado; en Maharashtra Marathi, las películas están exentas del impuesto del 45%; Tamil Nadu exime a las películas tamiles del impuesto del 15%; y Bengala Occidental aplica una tasa impositiva de entretenimiento del 10% en lugar del 30% a las películas bengalíes y nepalíes (Film Federation of India).

En la UE los estados miembros pueden reducir la tasa del IVA aplicada a las entradas de cine y a la recepción de servicios de transmisión de radio y televisión. En efecto, en Italia, Países Bajos, Croacia, Luxemburgo, Malta, Finlandia, Suecia y Finlandia tiene una tasa reducida para las entradas de cine; y por ejemplo en países como la República Checa, Grecia, Croacia, Hungría, Eslovaquia y Eslovenia, las transmisiones públicas de radio y televisión están exentas.

En el Reino Unido comenzó a aplicarse un incentivo fiscal a los videojuegos en 2014 a través de VGTR (Video Games Tax Relief). Para poder ser beneficiario del VGTR el videojuego debe estar destinado luego a la venta y como mínimo el 25% del costo debe ser en bienes o servicios que se proporcionen dentro del EEE. Cualquier videojuego que se produzca con fines publicitarios o promocionales o para apuestas no puede ser alcanzado por este beneficio.

Equipo técnico

El equipo técnico que realizó el trabajo está conformado por expertos de Ubatec y por el equipo de Modelos Económicos de Simulación (MESi) del Instituto Interdisciplinario de Economía Política de Buenos Aires (IIEP Baires, UBA-CONICET) dependiente de la Facultad de Ciencias Económicas de la UBA y el CONICET.

Ubatec es una organización constituida por la UBA, el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, la UIA y la Confederación General de la Industria, para la promoción y fomento de la transferencia de tecnología. El equipo de Modelos Económicos de Simulación (MESi-IIEP) tiene como objetivo desarrollar modelos de simulación económica, como modelos input-output multisectoriales y de equilibrio general computado.

Como especialistas de modelos de insumo-producto integran el equipo:

- Dr. Carlos Adrián Romero, economista senior experto en Matrices de Contabilidad Social y modelos de insumo-producto. Es profesor asociado (Organización Industrial; CGE modelling) de la Facultad de Ciencias económicas de la UBA e investigador del IIEP (UBA-CONICET). Es experto en el desarrollo de matrices y modelos para evaluar políticas sectoriales (energía, turismo, construcción, etc.) en países de América Latina. Actualmente, investiga modelos aplicados al Desarrollo regional de las bioenergías, del empleo verde y del impacto a nivel multi-sectorial de la pandemia COVID-19 en la Argentina.
- Dr. María Priscila Ramos, economista senior experta en modelos de simulación en EGC e insumo-producto. Es investigadora del CONICET en el IIEP (UBA-CONICET) y profesora adjunta (Economía Internacional; CGE modelling) de la Facultad de Ciencias económicas de la UBA. Es experta en el Desarrollo y simulación con modelos de Equilibrio General Computado (EGC) y armado de MCS, aplicados a comercio internacional y economía ambiental. Presenta una sólida lista de publicaciones académicas sobre evaluación de acuerdos de comercio (ej. UE y países de América Latina). Su investigación actual se centra en Desarrollo de bioenergías, seguridad alimentaria y cambio climático en países en Desarrollo y usando técnicas computacionales.
- Lic. Paula Covelli, economista senior, es docente de la Facultad de Ciencias Económicas de la UBA (Organización Industrial) y consultora independiente. Dentro de su área de interés se destaca la microeconomía y la organización industrial. Cuenta con vasta experiencia en armados de MCS y en análisis sectorial basado en modelo insumo-producto.



Como especialistas sectoriales y en estadísticas componen el equipo técnico:

- Mg. Francisco Abramovich, economista experto en análisis sectorial. Es Jefe del Departamento de Pequeña y Mediana Industria y Desarrollo Regional de la Unión Industrial Argentina. Cuenta con experiencia en el sector público y privado en el análisis y elaboración de políticas públicas en agroindustria, industria y turismo. Estuvo a cargo del área de análisis económico en la exSecretaría de Turismo de la Nación donde participó en diversos proyectos con impacto sectorial, en temas impositivos, de financiamiento y otros. Asimismo, fue parte de la elaboración de la Cuenta Satélite del Turismo.
- Lic. Rodrigo Oliver es experto en análisis económico-sectoriales con especialidad en el sector turístico. Cuenta con 20 años de trayectoria en el campo de las estadísticas básicas, cuentas satélites y análisis económico. Fue Director Nacional de Mercados y Estadística del Ministerio de Turismo de la Nación donde desarrolló e implementó el Sistema de Estadística de Turismo de la Argentina, la Cuenta Satélite de Turismo y la Matriz de Contabilidad Social para el sector turístico. Fue representante por la Argentina ante el Comité Estadístico de la Organización Mundial de Turismo y del Comité Técnico de Estadísticas de Turismo del Mercosur. Es profesor titular en la Maestría en Economía y Desarrollo del Turismo de la Universidad Nacional de San Martín.

Como asistentes en la elaboración de datos y la estimación de matrices y modelos:

- Lic. Mariano Cipponeri
- Lic. Martín Breitkopf



Equipo Observatorio Audiovisual INCAA

Subgerente

Julio Bertolotti

Coordinación del proyecto

Guillermo Saura

Análisis y Edición

Leandro R. González

Equipo

Mariano García

Edith Roca

Ana Rosa Cunha da Cruz

Carolina Ciotti

Santiago Diehl

Paula Roel

El Observatorio Audiovisual del INCAA desarrolla líneas de investigación, elabora análisis y produce informes sobre las diferentes áreas que componen la industria audiovisual. Su función es construir y consolidar herramientas de gestión que fortalezcan la planificación, el diseño de políticas dirigidas al sector, la ejecución de acciones y la evaluación de impacto en la toma de decisiones orientadas al desarrollo de la industria audiovisual de Argentina, tanto en el ámbito privado como público.