



ESTUDIO 2

Análisis del discurso de
informantes clave de
Europa, Canadá y Colombia
expertos internacionales y
personas emprendedoras,
reconocimiento del
ecosistema audiovisual



SANTIAGO CREATIVO

Fundación para el Desarrollo de la Economía y la Industria Creativa

ESTUDIO 2:**Análisis del discurso de informantes clave de Europa, Canadá y Colombia expertos internacionales y personas emprendedoras, reconocimiento del ecosistema audiovisual.**

Proyecto: Hacia políticas públicas de incentivos fiscales para la producción y coproducción audiovisual para promover modelos cooperativos, dinamizar los territorios y la reactivación de la Industria Audiovisual chilena

Folio: N° 620548

Línea: Investigación del Fondo Audiovisual

Fundación para el Desarrollo de la Economía y la Industria Creativa

Santiago, 06 de abril de 2025

CONTENIDOS

CONTENIDOS	3
1. INTRODUCCIÓN	4
2. METODOLOGÍA	5
2.1. Entrevistas de informantes clave	6
2.2. Grupos Focales: Preguntas abiertas	7
2.3. Cuadro Metodológico	9
3. RESULTADOS Y CONCLUSIONES	10
3.1. Entrevista de informantes clave	10
3.1.1. Caso Colombia	12
3.1.2. Caso España	13
3.1.3. Caso Canadá	14
3.2. Grupos Focales	23
3.2.1. GF: Escuela Internacional de Cine y TV, San Antonio de los Baños, Cuba 2023	26
3.2.2. GF: Festival de Cine de Belo Horizonte Cinemundi, Brasil 2023	27
3.3. Conclusiones	29

1. INTRODUCCIÓN

El presente informe da cuenta del Estudio 2, denominado “Análisis del discurso de informantes clave de Europa, Canadá y Colombia expertos internacionales y personas emprendedoras, reconocimiento del ecosistema audiovisual”, cuyo objetivo general fue identificar actores clave que entregarán información complementaria para realizar una revisión y análisis documental de las políticas públicas de incentivos fiscales para el fomento y desarrollo de la industria audiovisual en países europeos, en Canadá y Colombia.

Este estudio ha sido desarrollado dentro del marco del proyecto “Hacia políticas públicas de incentivos fiscales para la producción y coproducción audiovisual para promover modelos cooperativos, dinamizar los territorios y la reactivación de la Industria Audiovisual chilena”, folio N° 620548, con financiamiento de la línea de Investigación del Fondo Audiovisual del Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio (MINCAP).

El proyecto consistió en una investigación focalizada en políticas de incentivos fiscales existentes en 3 territorios del mundo (Europa, Canadá y Colombia) que garantizan y estimulan la producción y coproducción audiovisual y su respectiva distribución y comercialización, a fin de dar a conocer en Chile modelos referenciales que permitan incluir incentivos fiscales en este sector de la industria creativa, mejorando la política pública de fomento al audiovisual chileno a partir de modelos vigentes a nivel internacional que contribuyen a fortalecer el ecosistema creativo.

A través de una metodología participativa, se obtuvo información práctica que serán consideradas para dar a conocer tanto al sector audiovisual como a los distintos agentes que integran el ecosistema creativo audiovisual.

A partir de una hipótesis que surge del análisis de documentación secundaria y de las últimas investigaciones realizadas por el MINCAP y el sector privado intentaremos visibilizar opciones que podrían ser incluidas en la política pública tributaria chilena con foco en el audiovisual y los territorios. Una vez identificadas dichas potencialidades, la investigación se propone entregar algunas recomendaciones destinadas a nutrir una política pública intersectorial y alternativas de incentivos fiscales para la sostenibilidad futura del sector.

2. METODOLOGÍA

El presente estudio posee un enfoque mixto de investigación, ya que considera entrevistas de informantes clave sobre los diversos incentivos fiscales identificados en el estudio 1, lo cual se complementa con la aplicación de herramientas de investigación cualitativa en los diversos grupos focales realizados en plataformas internacionales de encuentro de agentes del ecosistema audiovisual a nivel internacional. Puntualmente, se trata de la aplicación de un análisis de contenidos a partir de preguntas abiertas planteadas en dos grupos focales realizados, donde participaron expertos internacionales y emprendedores del ecosistema audiovisual.

2.1 Entrevistas de informantes clave

Las entrevistas con informantes clave proporcionan información rica y detallada que puede complementar otras fuentes de datos, como grupos focales u observaciones. Contribuyen a explorar las perspectivas y opiniones de diferentes grupos o áreas de trabajo en este caso vinculados al sector audiovisual. También ayudan a identificar las brechas, oportunidades, fortalezas y prioridades de los programas y servicios implementados. Al involucrar a informantes clave, se puede establecer una relación y confianza con el sector y las partes interesadas, a fin de considerar y valorar los aportes y comentarios.

La selección de informantes clave para efectos de este estudio, dependió del alcance de la investigación y el manejo de la materia a estudiar. El propósito inicial fue identificar un informante clave por cada territorio que implica el estudio. Dado el objeto de estudio, estos informantes clave proporcionan información relevante y confiable sobre los incentivos fiscales en cada territorio que implica el estudio.

La metodología de entrevistas de informantes clave implicó:

Búsqueda de informantes clave:

A partir de la red de contactos del equipo de investigación, se obtiene un amplio listado de eventuales informantes por cada territorio estudiado. Asimismo, se identificaron entrevistas disponibles en internet que pueden ser consideradas dada la temática y la relevancia de los entrevistados para la industria audiovisual.

Identificación de entrevistado:

Dada la amplia información de entrevistas sobre el tema en estudio disponible en internet, se consideró una instancia para aplicar una entrevista directa a un informante clave relevante relacionado a uno de los territorios estudiados.

Aplicación de entrevista:

Instancia de conversación con un informante clave que permita conocer las políticas públicas al sector audiovisual en un territorio específico.

Obtención de resultados:

transcripción de entrevista, selección y análisis de entrevistas disponible en internet considerando territorios en estudio.

2.2. Grupos Focales: Preguntas abiertas

Los grupos focales es una técnica de investigación utilizada para recopilar datos a través de la interacción grupal. Para efectos de este estudio, está compuesto por expertos internacionales, emprendedores, creativos y agentes del ecosistema audiovisual internacional.

La metodología de trabajo para la realización de los grupos focales implicó:



Búsqueda de instancias de encuentro internacional

A fin de facilitar la organización del trabajo, se gestionaron invitaciones para programar la realización de los grupos focales en instancias de encuentro internacional del sector audiovisual.



Programación de taller o master class o conferencia que permita convocar a agentes y emprendedores del sector audiovisual internacional

Se trata de la difusión de la actividad en una red más amplia que la propia del equipo investigador, a fin de llegar a un amplio universo de posibles interesados en participar en los grupos focales a realizar.



Realización de encuentros de grupos focales en instancias internacionales

Esta instancia es la ejecución de los encuentros y la aplicación de las preguntas a los participantes en cada uno de los grupos focales realizados.



Obtención de resultados

Aplicación de preguntas abiertas y análisis de la información a partir de los grupos focales realizados.

La ventaja de la realización de preguntas abiertas en el presente estudio, proporciona mayores antecedentes a la información obtenida de los informantes clave, los que por sí solos no son capaces de entregar una profundidad en la información contextual. Asimismo, permite constatar si la industria audiovisual conoce de estas políticas públicas y las utiliza.

La recolección de información espontánea, enriquecimiento del informe definitivo (mediante la inclusión de cuotas reales de las respuestas que se consideren significativas), utilidad para explicar y comprender la respuesta a una pregunta cerrada; además proporciona información acerca de la opinión de un grupo de personas.

El análisis de respuestas abiertas, utilizará la herramienta de Inteligencia Artificial para la sistematización mediante el software Ahaslides, que entrega en tiempo real la sistematización y entrega de respuestas por cada participante activo que se conecte al sistema. De esta manera, se realiza una frecuencia ante los conceptos identificados, para luego generar un análisis de contenido a partir de los discursos detectados de los participantes de cada grupo focal.

2.3. Cuadro Metodológico

Objetivo General	Objetivos Específicos	Técnica	Descripción	Fuente de Información	Información Esperada
Identificar potencialidades de los incentivos fiscales en Europa, Canadá y Colombia con foco en el trabajo colaborativo entre las y los emprendedores del ecosistema audiovisual, con foco en la producción y coproducción audiovisual. Con foco en los incentivos territoriales para entregar insumos para el diseño de políticas públicas orientadas a fortalecer dicho ecosistema con un enfoque innovador	Identificar actores clave en políticas públicas de incentivos fiscales en 3 territorios internacionales (Europa, Canadá y Colombia).	Recolección documental. Análisis de entrevistas Grupos Focales: preguntas abiertas	Análisis documental sobre modalidades de políticas públicas de incentivos fiscales y estímulos a productores y realizadores audiovisuales de Europa, Canadá y Colombia.	Revistas, Papers, Estudios. Informantes claves del Ecosistema Creativo del Audiovisual.	Listado y sistematización de modalidades de políticas públicas de incentivos fiscales con foco en el ecosistema creativo audiovisual, con descripción y resultados que han obtenido en los distintos territorios priorizados. Listado de actores claves entrevistados que conforman el ecosistema audiovisual.
	Informar de experiencias nacionales e internacionales para el desarrollo de cooperativas, en especial de emprendedores/as pequeños/as	Recolección documental	Listado informativo de modelos de cooperativas en territorios de Iberoamérica	Sitios web	Recopilación y sistematización de los discursos de los informantes clave participantes de los Focus Group. Relación entre las ideas imperantes frente a subjetividades que constituyen barreras para el desarrollo de negocios colaborativos.
	Levantar propuestas para la construcción de políticas públicas intersectoriales que apunten a entregar incentivos fiscales a los modelos de producción, coproducción y territorios para el audiovisual con enfoque colaborativo y cooperativo.	Grupos Focales: preguntas abiertas	Análisis temático según respuestas obtenidas.	Percepciones de expertos, emprendedoras y emprendedores audiovisuales, integrantes del ecosistema audiovisual. Política Audiovisual, Tributaria y económica. Resultados de objetivos anteriores	Sistematización de propuestas para políticas públicas intersectoriales para la industria audiovisual, para la implementación de un ecosistema creativo audiovisual con enfoque colaborativo.

3. RESULTADOS Y CONCLUSIONES

3.1. Entrevista de informantes clave

La metodología definida para las entrevistas de informantes clave implicó:

- Búsqueda de informantes clave: A partir de la red de contactos del equipo de investigación, se obtiene un amplio listado de eventuales informantes por cada territorio estudiado. Asimismo, se identificaron entrevistas disponibles en internet que pueden ser consideradas dada la temática y la relevancia de los entrevistados para la industria audiovisual.

Se buscaron informantes clave a partir de las referencias y la participación de los investigadores en eventos internacionales del sector audiovisual. A partir de ello, parte del equipo de investigación pudo participar en los siguientes eventos:

- Festival Internacional de Cine de Málaga en España años 2023 y 2024
- Festival Internacional de Cinemundi en Belo Horizonte – Brasil años 2023 y 2024
- Cátedra de Producción de la Escuela Internacional de Cine y Televisión de San Antonio de los Baños en Cuba

Dado el amplio nivel de profesionales existente, se resolvió contar con el apoyo de los expertos del Mercado de Proyectos de Coproducción de la Zona de Industria (Málaga Festival Fund y Coproduction Event - MAFF) del Festival de Cine de Málaga, a saber:

Isona Admetlla:

Socióloga y Gestora Cultural. Es docente, consultora y diseñadora de audiencias.

Nacida en Barcelona y residente en Berlín, es Coordinadora del fondo para la cinematografía Berlinale-World Cinema Fund desde el 2009. Diseña e imparte seminarios de capacitación y formación a medida sobre financiación, marketing, distribución, pitching y diseño de audiencias cinematográficas en universidades y otras instituciones. Como autónoma participa regularmente como lectora de proyectos en diversos comités de selección de proyectos internacionales para ayudas a la producción, como jurado o conferenciante. Forma parte del comité de selección del MAFF y es tutora de proyectos. También ha formado parte del comité de selección del ICAA, ICEC, Junta de Andalucía, Media Single Project y Slate Funding, entre otros.

Luis Ángel Ramírez:

Productor Audiovisual español. Es docente, consultor y productor audiovisual.

Fue seleccionado por el Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales de España para participar en “Producers on the Move” en el Festival de Cannes (2007). Es miembro de las redes de productores europeos ACE (Ateliers du Cinéma Européen) y EAVE (European Audiovisual Entrepreneurs). Es también miembro de la Academia de las Artes y las Ciencias Cinematográficas de España y de la Academia de Cine Europeo. Entre sus producciones se pueden destacar los largometrajes documentales Unidad 25 (2008) y El ojo del tiburón (2012), ambos dirigidos por Alejo Hoijman, o Saura(s) (2017), dirigido por Félix Viscarret y presentado en Zabaltegi - Tabakalera en San Sebastián.

En el campo de la ficción, ha producido entre otros largometrajes Paraíso, de Héctor Gálvez, proyectado en la sección Orizzonti de Venecia (2009); La mirada invisible, de Diego Lerman, presentado en la Quinzaine des Réalisateurs en el Festival de Cannes y en Horizontes Latinos en San Sebastián (2010); y Mujer conejo, de Verónica Chen, estrenada en Zabaltegi (2013). En 2016 produjo La 4ª compañía, dirigida por Amir Galván y Mitzi Vanessa Arreola que obtuvo diez Premios Ariel, y La carga (2016), dirigida por Alan Jonsson. En 2019 finalizó la producción del tercer largometraje de Maider Oleaga, Kuartk Valley, y producirá los largometrajes documentales Wan Xia, dirigido por Silvia Rey, Las edades de Almudena, dirigido por Azucena Rodríguez, y el largometraje de ficción La desconocida, dirigido por Pablo Maqueda. Forma parte del comité de selección del MAFF y es académico en prestigiosas Universidades en Europa. También ha formado parte del comité de selección del ICAA, ICEC, Junta de Andalucía, Media Single Project y Slate Funding, entre otros.

Ambos profesionales acompañaron el estudio aportando información secundaria relevante, resolviendo consultas y orientando al equipo para lograr identificar un entrevistado canadiense. A partir de la amplia información obtenida con el apoyo de los expertos, se focalizó la metodología para lograr obtener información de Canadá.

- **Identificación de entrevistado:** Dada la amplia información de entrevistas sobre el tema en estudio disponible en internet, se consideró una instancia para aplicar una entrevista directa a un informante clave relevante relacionado a uno de los territorios estudiados. Esta entrevista se realizó con el Analista de Relaciones Comerciales de la SODEC, Pierre Paquette.

Nombre	País	Tipo de Entrevista	Cargo	Descripción
Claudia Triana	Colombia	Web	Directora Ejecutiva Proimágenes Colombia	Informa de los incentivos que cuenta Colombia para la producción audiovisual: https://www.youtube.com/watch?v=8_jn_p-t6Ic
Elisa García Grande	España	Web	Directora Ejecutiva del ICEX Instituto español de Comercio Exterior	Informa sobre las oportunidades que tiene la industria audiovisual española a partir de los incentivos fiscales: https://spinaudiovisualhub.mineco.gob.es/es/actualidad/entrevista--elisa-garcia-grande--invest-in-spain https://cineuropa.org/es/interview/466153/#cm
Pierre Paquette	Canadá	Entrevista Transcrita	Analista de Relaciones Comerciales SODEC Québec	https://sodec.gouv.qc.ca

3.1.1. Caso Colombia

Colombia a partir de la Ley 814, cuyo origen proviene de una alianza público-privada, se logró que existan dos herramientas importantes:

- Fondo de financiación para la producción audiovisual colombiana. Proimágenes recauda los aportes y los distribuye en la industria a partir de un proceso. Al 2022 este fondo ha permitido financiar 420 películas en 20 años.
- Estímulos tributarios para el sector, esto implica que particulares tienen una deducción tributaria de sus impuestos sobre la renta.

Entre estos dos instrumentos la industria colombiana ha obtenido más de 600 mil millones de pesos colombianos (US\$143.091.848), es lo que se recauda por esta vía.

Otras leyes, como la Ley 1556 que surge en el año 2012, permite el cash rebate, que es una devolución en efectivo. Así también, la misma ley permite que a través de la obtención de certificados tributarios, vía impuestos, existan incentivos para los productores audiovisuales internacionales que quieren ir a filmar a Colombia, los cuales son devueltos para todo tipo de producción audiovisual, no solo al cine (series de TV, publicidad, videojuegos, etc.).

Hasta la fecha, 92 proyectos se han presentado para filmar en Colombia, lo que ha permitido contratar mano de obra, talentos, equipos, servicios que compensan y generan dinamismo para la industria al interior del país. Esto hoy ha permitido poner énfasis en la formación de profesionales al interior de Colombia, para que los creadores, y todos los profesionales de la cadena de valor de la producción audiovisual puedan prestar servicios a la industria internacional con un mejor nivel. Esto en Colombia antes no era posible. En el año 2022 se estrenaron 58 películas comercialmente.

Hoy Colombia se suma a la problemática mundial respecto a las audiencias, esto porque mayoritariamente la industria colombiana de audiovisual produce cine de autor, para públicos focalizados. Es necesario hacer un ajuste y asumir el desafío para que las pantallas de exhibición generen un equilibrio en el cual conviva el cine de autor, con películas nacionales e internacionales que son de consumo masivo para toda la familia.

3.1.2. Caso España

El Plan España, Hub Audiovisual de Europa, <https://spainaudiovisualhub.mineco.gob.es/es/home> puesto en marcha por el Gobierno en 2021 –con más de 1.600 millones de euros de inversión pública hasta 2025– sigue avanzando y cumpliendo objetivos. En el marco del plan, contamos con una herramienta fundamental, el Spain Audiovisual Bureau, un servicio de asistencia para empresas interesadas en emprender proyectos en el sector audiovisual en España, así como para compañías españolas interesadas en internacionalizar su actividad.

España se ha convertido en un polo europeo de producción audiovisual reconocido a nivel mundial y ofrecemos un gran número de ventajas que nos hacen ser tremendamente competitivos frente a otros destinos.

En concreto, España ofrece incentivos fiscales para rodajes internacionales en forma de una devolución de impuestos y un crédito fiscal: el 30% de los primeros 1M de gasto en España y el 25% después de eso. Hay territorios con una devolución más alta, como las Islas Canarias (54% de los primeros 1M, 45% después de eso) y otros territorios con créditos fiscales, como Navarra (35%) o el País Vasco (35% con la posibilidad de aumentarlo al 60%). El marco de incentivos en España es, en definitiva, muy atractivo para las empresas que eligen rodar aquí, pero, además existe un gran número de elementos positivos que nos permiten ser un destino perfecto para las producciones internacionales.

Seguimos sumando nuevos ejemplos de producciones internacionales muy interesantes. Entre ellos, se encuentran grandes proyectos de cine y televisión que han aprovechado tanto la infraestructura como los incentivos fiscales y el talento local que ofrece España. Y, como ejemplos, me gustaría recordar algunos programas de televisión de los calificados como billion dollargrabados en España entre otros The Crown S6; House of the Dragon S2;

Lord of the Rings: The Rings of Power S2; Andor S2; The Walking Dead: Daryl Dixon S3, global blockbusters recientes como Venom: The Last Dance; Den of Thieves 2: Pantera; y el último éxito francés de Netflix Under Paris, entre otros. Es indudable que España ofrece un gran número de ventajas para las compañías que deseen instalarse aquí frente a otros destinos. Los incentivos fiscales, como comentamos antes, son un factor muy importante, así como el fast-track para la obtención de visas de trabajo para profesionales del sector, que forman parte de un amplio paquete de mejoras aprobadas desde las diferentes administraciones para apoyar al sector.

Pero, además, me gustaría destacar nuestra red de infraestructuras; la alta cualificación y el talento de la mano de obra, un tejido industrial maduro, la utilización de tecnologías punteras, los estándares europeos de protección legal e intelectual y nuestro nivel y calidad de vida. A todo ello, le sumamos un clima privilegiado, una gran diversidad de paisajes y, por supuesto, un ecosistema óptimo de colaboración y de apoyo institucional al más alto nivel.

Los incentivos no son exclusivos para la industria audiovisual. También se benefician sectores como las artes escénicas y la música. <https://incentivamusic.com/blog/como-ahorrar-impuestos-cine-conciertos-musica/>

3.1.3. Caso Canadá

Transcripción de la entrevista

Entrevistado: Pierre Paquette

Entrevistador: Leonardo Ordóñez

Leonardo: Comenzamos esta entrevista consultando por los focos que tiene Canadá para entregar incentivos fiscales al sector audiovisual. ¿Los tiene? ¿Cuáles son?

Pierre: Si, los tenemos. Capital y creación de empleo son 2 misiones totalmente distintas. A partir de este momento hemos logrado atraer productores extranjeros -por supuesto, aquí somos norteamericanos- los majors americanos, pero también de otra parte del mundo. Últimamente hemos tenido a chinos. Tratamos de recibir a quien quiere tener un entorno diferente, tailandeses, gente de Corea que vino a filmar aquí porque es exótico.

Las 2 medidas fiscales funcionan en paralelo, pero independientes la una de la otra, una para impulsar y mantener la producción local y a nivel de calidad y para satisfacer especialmente aquí en Quebec a nuestro público, nuestra audiencia propia somos 7 millones de francoparlantes una cierta parte ahora empieza a difundirse en el extranjero, nuestro francés es diferente al de Francia o de Bélgica o de Suiza, es como el chileno con el madrileño. Según territorio, estos incentivos se aplican considerando estos focos.

Leonardo: Hablamos de la evolución de la política de fomento audiovisual de Canadá... ¿El productor canadiense está dispuesto a acogerse a todas las buenas disposiciones de Canadá aunque la producción sea mayoritariamente chilena?

Pierre: Claro, Canadá es el país que tiene más tratados de coproducción oficial. Son 54, pienso. Dentro del esquema de la coproducción oficial creo que el mínimo de participación es 20%. Bélgica puede ser que sea 15%, pero en general la participación mínima de Canadá es del 20% y todo el entorno de la coproducción oficial está regido por Telefilm Canadá, que es una agencia federal, dado que un tratado internacional lo lleva y lo manipula el gobierno federal, gobierno central.

Dentro de ese arreglo no es un concurso aquí, te da derecho automático, si tú entras en coproducción contigo allá en Chile nuestra participación mínima es de 20%, podría ser 30% tú podrías ser minoritario y yo, mayoritario, no importa, lo que importa es cubrir el paquete económico el presupuesto y de tener una repartición en que cada uno maneja su presupuesto, a la vez el proyecto completo está considerado como un proyecto nacional por cada nación, ése es la idea, que la coproducción permita que cada nación diga que es un producto nacional porque es la única manera de poder competir con los bancos privados americanos, los americanos no tienen tratados de coproducción no tienen ninguno, se autofinancian, entonces para montar proyectos de amplitud y de calidad y de diversidad cultural la coproducción es ideal y permite intercambios. No es un vaso cerrado de una sola mirada sobre el mundo.

Leonardo: Ése es el propósito y el objetivo de la coproducción. Dé a conocer las realidades y las historias.

Pierre: Exactamente. Hay criterios de admisibilidad, pero no hay concurso. Si tú satisfaces los criterios, Telefilm te entrega una autorización, le dan “una carta de recomendación” que te permite arrancar y al final te certifican. Son solo criterios de admisibilidad, no hay que pelearse con nadie sino entrar en el molde.

Leonardo: Entremos en esos criterios de admisibilidad, por ejemplo un productor canadiense, ¿tiene que acreditar cantidad de trabajadores?

Pierre: Hay una tabla de puestos, todo eso está disponible en el sitio de Telefilm <https://telefilm.ca/en> . El texto del tratado, el sitio está muy bien construido, es fácil de acceso, la información está a disposición y tú te puedes enterar de cuáles son las condiciones de tu socio canadiense, las condiciones de los criterios para él o ella para poder entrar en el molde, todo está transparente. Cuando hablaba de producción nacional dentro de una coproducción el productor canadiense tienen acceso al crédito de impuesto para una producción local, teóricamente podría también tener acceso -dentro de su estructura financiar- al crédito de impuesto.

No hay que hacerle un menjunje a eso, digamos que normalmente el acceso para el productor nacional de aquí, el incentivo fiscal de elección es el crédito de impuesto doméstico. Es el que vale, para eso la ventaja que se le da al proyecto de animación por computadora, animación numérica, es que hay bonificación al crédito de impuesto. Éste tiene una tasa básica que se aplica a la mano de obra a la labor, es el doméstico. Me mantengo en el doméstico y a la tasa de base se pueden agregar bonificaciones, por ejemplo, un productor regional alguien de Valparaíso sería aquí en el entorno nuestro, un productor regional, porque normalmente todos están aquí en Montreal es la capital económica de la provincia, pero puede haber alguien que esté a 50 km de Montreal que tiene su productora en su casa de campo, ése sería un productor regional. Entonces siendo regional además del crédito de impuesto de base tiene una bonificación, pienso que de 6%, si además es un proyecto de animación tiene una bonificación para eso también. Y esas reglas, si bien está en francés es accesible.

Leonardo: Importante conocer estos detalles sobre todo con atributos de acceso a los beneficios, pensando de que con todo lo que está pasando en Chile, es probable que las políticas futuras de financiación de proyectos culturales sobre todo en el audiovisual podrían ir cambiando. Hablemos sobre la producción canadiense, si tuvieras que hablar de atributos, ¿cuáles serían?

Pierre: Talento. Nos formamos localmente, hay escuelas. Hay 2 cosas: hay productores locales en animación que desarrollan su propia propiedad intelectual para exportación, idealmente todos quieren exportar, pero hay muy alto volumen en este momento de producciones extranjeras que utilizan el crédito de impuesto al servicio de producción para poder disfrutar de éste. Explico, “El Principito” es una propiedad intelectual francesa, se hizo aquí en Montreal por un estudio francés. “Micros” es francés estableció aquí, abrieron en Montreal un estudio de 300 empleados trabajaron con Mark Osburne, que hizo Kung Fu Panda y Mark vino e hicieron la película aquí, lo que les permitió -utilizando el esquema fiscal para servicios de producción- la sociedad, la compañía que reclamó el crédito de impuesto, dentro de las reglas de admisibilidad no es obligatorio que sea controlada por ciudadanos y residentes fiscales canadienses puede ser de propiedad extranjera, es el propósito, por eso Fox, Warner, Sony están todos aquí, entonces en servicios de producción la medida fiscal que utilizamos la expresión americana “Old Spand” es labor y tienes no sólo la mano de obra, son los bienes cada centavo que gastan aquí te devuelve el gobierno 20 centavos y si es un proyecto de animación te agrega 16%, entonces de tus -digamos- 100 dólares tú recuperas 36 del gobierno. Y ése es solo el gobierno provincial, porque a nivel federal hay otro crédito de impuesto limitado a mano de obra de 16%, entonces cuando tú haces la combinación tú calculas tu mano de obra canadiense, le restas el crédito de impuesto provincial aplica a la mano de obra y aplicas 16% sobre el restante, lo que te da relativamente alrededor de 40% de crédito de impuesto de dinero que tú recuperas. Si viene con una divisa fuerte el euro, el dólar americano es casi 50% de rebaja de tu costo, es enorme y todos han hecho estudios fantásticos.

El Estado tiene una obligación, una responsabilidad social de intervenir en el mercado para controlar a los locos, porque si no te van a exprimir hasta la médula. De vez en cuando voy a USA y siempre hablan del sistema de

salud canadiense, y me dicen: “pero ustedes son comunistas”... Nosotros tenemos una economía de mercado abierta, nuestra moneda fluctúa según rendimiento económico, pero hace 2 generaciones un diputado de se levantó el parlamento federal propuso un proyecto de ley que la mejor inversión que una nación puede hacer en la salud de su población y el proyecto de ley fue aprobado por unanimidad por todos los partidos, de ahí ya no tenemos preocupación yo me presento al hospital no tengo que angustiarme, presento una tarjeta y ya, pago impuestos, por ende hay servicios; espero que Chile cambie.

Leonardo: ¿Cómo se dan estas políticas de incentivos?

Pierre: En Quebec se han sacado estadísticas que el sector cultural, todas las facetas culturales, publicaciones, todo, espectáculos es 4% del Producto Interno Bruto, hace vivir mucha gente hace vivir a mucha gente.

Tú egresas de estudiante, con un diplomado y no hay mercado para ellos, aquí fue el caso durante un tiempo años atrás... Con el impulso que ha dado el crédito de impuesto para servicios hay casos donde sociedades extranjeras de gran envergadura que se instalan aquí necesitan mano de obra que las escuelas no logran satisfacer, entonces aquí el gobierno federal facilitó la entrega de visas de trabajo, si tú como empleador necesitas un puesto x que el mercado local no puede cumplir y que entregas toda la información que exige el gobierno federal para entregar una visa de trabajo en 2 semanas lo emiten, porque hay carencia, a tal punto que una gran compañía británica está auspiciando cursos en un colegio existente suministran la aula y la compañía que auspicia cubre el costo del procesos y todo lo didáctico, al final del ciclo de estudio recupera a esos estudiantes y lo entran en su trabajo garantizado, el sector de animación en Quebec es particular hay los locales que trabajan su propiedad intelectual para poder tener sus contenido, ingresos y hay todas las grandes compañías que vinieron porque los estudios les dijeron te voy a dar trabajo si tú vas allí ¿Por qué? Porque voy a recuperar el 36% del gasto. En las líneas directrices del crédito de impuesto en servicios, el legislador introdujo una noción amplia de los costos laborales, eso es una cosa muy interesante que cubre: salarios, honorarios, cargas sociales y el costo de cualquier contrato de servicios. O sea si yo soy el productor, me instalo en Quebec y hago mi aplicación para el crédito de impuesto como ABC INC y te contrato a ti DEF INC sociedad de servicios en efectos especiales o animación como subcontrataste, ese subcontrato digamos de un 1 millón de dólares está considerado completamente como mano de obra, no hay que escarbar quién es, qué hace qué, cuál es el costo de qué, es totalmente laboral. A nivel federal como el crédito de impuesto se aplica como mano de obra, lo que pasa es que las compañías los prestatarios de servicios como conocen la regla e indican su factura tal por ciento de la mano de obra que fluctúa entre 45 y 65, entonces está totalmente transparente a nivel fiscal, satisface a los 2 niveles de gobierno aquí en Quebec tu millón de dólares es totalmente mano de obra para evitar que el cliente deba hacer cotizaciones para buscar al más barato. Evita que haya ese laminaje.

El sector audiovisual y en lo puntual de animación y efectos especiales han crecido -porque los 2 se cruzan- de una manera exponencial; hace poco se instaló una compañía de Alemania, otra de Houston de Estados Unidos,

que se dio cuenta que le sale demasiado caro en Estados Unidos, el apoyo fiscal no es capaz de competir y aquí hay varios factores que eso va -más allá de mi posición en la Sadec, porque lo mío es solamente entregar información- a nivel de desarrollo de negocios, que nunca he dicho eso, el costo energético en Quebec es el más bajo de toda América del Norte, HidroQuebec, es nuestra unidad nacional estatal de producción de electricidad totalmente renovable, no hay nuclear, no hay fósil. Google está aquí con un centro de trato de datos gigante, porque se comprometieron solamente a ir donde hay energía renovable, entonces hicieron un negocio con HidroQuebec redondo, el metro cuadrado comercial es el más barato en Canadá y es un lugar agradable en una ciudad acogedora muy cosmopolita donde tú no sientes agresividad, todos esos factores entran en juego y son lo impalpable un poco. En eso está la competencia Quebec trata de colocarse en esa posición, costo de operación más bajo, incentivos fiscales muy generosos y una dulzura de vida.

Leonardo: ¿Han desarrollado algún tipo de estrategia de exportación de contenidos canadienses deliberada o más dirigida aparte de coproducir y servicios internacionales?

Pierre: Las diferentes jurisdicciones prestan ayuda a través de subvenciones a los productores locales para desarrollar sus ideas, su propiedad intelectual. Esa es otra parte del abanico de servicios de ayuda que brinda el Estado y según la provincia los matices cambian, en Quebec la Sodec es responsable de administrar todo el sector cultural hasta edificios patrimoniales, pero abarca teatro, espectáculo, entornos multimedia dedicado a la exportación hay crédito de impuesto particular para eso. Creado aquí para la exportación.

Moment Factory ellos están establecidos aquí, pero sus instalaciones multimedia gigantescas se hacen en todo el mundo, entonces a la vista del desarrollo de esa experticia local el legislador dijo: “Ah interesante y el lobby, por supuesto, ok vamos a facilitarles a ellos la exportación de su talento a través de un impuesto”, entonces creado aquí exportado en el mundo y eso a través de una observación activa de parte de las autoridades. Como dije el Estado se implica en la economía, invierte, es socio, porque es la única manera y ese paradigma económico es totalmente diferente de lo que ustedes viven donde el Estado se queda afuera y en el mundo actual no puede ser. Tú vas a ver con el Coronavirus lo que va a pasar en Estados Unidos, eso sí que es un despelote. La disparidad de acceso en los servicios médicos, la ausencia de coordinación entre instituciones privadas y públicas en 2 meses, va a ser terrible; Mi nivel de vida depende de la involucración del Estado en la actividad económica. En 2014 tuvimos un nuevo Gobierno provincial y la economía teníamos un déficit bastante grande, entonces el Gobierno decretó de un día para otro una rebaja de un 20% de todos los incentivos existentes, farmacéuticos, mineros, cine, todo, dos días después me encontré con Jonathan Olsberg y me dijo “¿por qué?” le dije lo que pasa es que la nota de crédito de la provincia estaba a punto de bajar y al bajar el peso de la deuda iba a incrementarse, entonces el Gobierno decretó y hubo 4 años de austeridad, ahora tenemos excesos.

Leonardo: con el Coronavirus va a impactar...

Pierre: Chile depende de un solo producto, el cobre.

Leonardo: ¿Crees que Corea del Sur es un caso similar al canadiense o en términos del desarrollo como ellos lo están planteando en materia del audiovisual, si bien es distinto podría ser un referente?

Pierre: Es una receta distinta, Corea del Sur después de la guerra con el norte vivió en dictadura durante mucho tiempo y su aparato industrial creció a la fuerza con la mano de hierro con la dictadura, pero luego la situación maduró y hubo la transición y ahora es uno de los países más modernos del mundo, más avanzados a nivel tecnológico cuya reacción a la pandemia ha sido ejemplar porque fueron racionales y tenían un pueblo, a causa de la disciplina de hierro que impuso 2 generaciones en dictadura, un contexto social de no someterse, pero de entender la racionalidad en las medidas y seguir las consignas. Singapur es otro ejemplo, Hong-Kong, Taiwán, es fabuloso cómo reaccionaron. Una visión particular de tener conciencia ciudadana, pero ésta debe estar en los dirigentes.

Regreso a la animación, el hecho de tener una oferta económica a los extranjeros, ha propulsado el sector de la animación de una manera exponencial a tal punto que estamos en la obligación, la industria está en la obligación de importar talento y a través del mecanismo “fast truck” de las visas. Un efecto secundario de eso es que una parte de sus trabajadores extranjeros que vienen a trabajar aquí, en el transcurso de los –generalmente son 2 años- prorrogable a otros 2 años. Dentro del primer periodo un porcentaje no “negligible” pide a los recursos humanos de su empleador temporal empezar los trámites para la residencia permanente.

El beneficio para la nación es otro, de un beneficio de gente capacitada que viene y si uno los transpone a Chile que tiene ese nuevo talento que se desarrolla, que busca salida, una manera de ser atractivo es de ofrecer un incentivo tal que permite impulsar la industria local y no solamente depender de desarrollar su propio proyecto, sino que colaborar o trabajar como si fueran un plumero que tú empleas, trabajar para otro, pero a la vez demuestras tu talento y es lo que pasó aquí. Las escuelas acá cuando salen los diplomados tienen empleo garantizado 100%, pero exigen, es imprescindible la implicación del Estado, la empresa privada de por su propia naturaleza su paradigma de existencia no funciona así quiere maximizar sus beneficios y eso corta las alas especialmente en un país en desarrollo como Chile, que necesita abrirse al mundo, nosotros también necesitamos abrirnos al mundo somos una población pequeña, necesitamos del mundo para prosperar.

Leonardo: En ese contexto una de las políticas ha sido la de atracción del talento a Canadá hacia fuera ¿cuáles son los mercados indiscutibles que han identificado para instalar contenido canadiense?

Pierre: Hay ayuda institucional a los creadores de aquí para exportar, no te podría decir el nivel de resultado, cosas de aquí se venden, pero yo no dispongo de esas cifras lamentablemente. Hay creaciones que se venden fuera. Aquí somos 34 millones, 5 mil kilómetros y 4 zonas horarias. El hegemon cultural sigue siendo Estados Unidos, es enorme. Eventualmente hay circunstancias que van a perturbar de manera inesperada el retrato mundial, China

está ahí yo veo el próximo hegemon en el horizonte, está ahí esperando y los resultados ya han conocidos la crisis con el beneficio de ser una dictadura pudieron movilizar gente, medios de una manera que es imposible de hacer, ni aquí ni en los países occidentales, imposible, todos esos factores van a jugar de aquí a una generación haya un cambio de hegemon.

Leonardo: Si vamos a la animación, por ejemplo, cómo se nutre el ecosistema de animación con algún centro tecnológico el I+D, ¿cómo es este vaso comunicante en que a lo mejor el sistema debe nutrirse para mejorar para ver mejor el futuro?

Pierre: Últimamente y la llegada de Netflix ha precipitado cosas, el desarrollo acelerado del sector de efectos especiales y animación ha precipitado la colaboración entre escuelas para el seguimiento de eso habría que hablar con un colega que trabaja para lo Oficina de Cine y TV, que es un órgano promocional sin fin de lucro que tiene una sección la Audiovisual Cluster y ellos podrían ayudar mucho mejor que yo, está más al tanto de lo inmediato, yo solamente como un monje en un monasterio en una oficina y no manejo todas las cifras.

A causa del crecimiento exponencial del sector de creación numérica efectos especiales y animación y la instalación de varias compañías internacionales aquí, se ha necesitado la implementación de un código de ética entre competidores. Porque como hay fluctuación de trabajo y que hay una carencia de mano de obra calificada, que siempre exige que las compañías están buscando en el mundo constantemente para reclutar gente. Se ha establecido un código de ética en que cuando hay fluctuación en una compañía, para no perder el talento, lo colocan en otro en donde un competidor por un tiempo X, un servicio destacado para mantener el pull de talento, evitar la fuga y eso ha funcionado relativamente bien. Todas las compañías se hablan, no hay de esa competencia feroz, eso vino en una cuestión de sobre vida de la industria, a mí no me gusta utilizar el término ecosistema prefiero utilizar la comunidad, la comunidad audiovisual y el nivel de colaboración es bastante alto y todos los años hay un evento “Effects Montreal” y todos están ahí presentes y va muy bien creo que eso corre la voz.

Hay otra organización Montreal Internacional sin fin de lucro que es un promotor de Montreal de la región metropolitana para buscar talento en varias industrias farmacéutica, inteligencia artificial, incluso ahora estamos transformando en un polo fundamental en la materia, cine y lo que sea y ellos buscan talento y facilitan la instalación de compañías.

Si tú dices me interesa Quebec, a ver voy a ir a ver Montreal, te muestran, te hacen una demostración de todo lo que hay aquí para tu beneficio y te facilitan la instalación corporativa, el Consejo Fiscal y la facilidad para obtener las visas. Eso es una de las agencias hay otra que Event Inversión Quebec que es una agencia estatal que es como un banco industria que facilita el establecimiento de compañías aquí, por ejemplo los juegos de video en 1996 se instauró un crédito de impuesto multimedia juego video, que provocó la llegada de Ubisoft, ellos tienen

su cuartel general aquí y beneficia de un crédito de impuesto de 35% sobre la mano de obra y eso está manejado por “Inversión Quebec”, con el nuevo gobierno provincial que tenemos desde el año pasado el portafolio económico de “Inversión Quebec” dobló ahora salió el presupuesto o sea que el monto de cual ese banco industrial de la provincia, por decreto del gobierno dobló, ahora están mucho más agresivos para buscar gente venga a instalarse aquí, hay un abanico de iniciativas, son varias porque para que prospere la sociedad tenemos que ser de acceso planetario no hay otra manera.

Leonardo: ¿cuál sería el sueño que tú ves de la industria del sector audiovisual en Canadá a futuro?

Pierre: Crecimiento en volumen porque da empleo, la primera cosa empleo, el trabajo. Luego innovación por las facilidades que se les da a los trabajadores extranjeros calificados a trabajar aquí y la vez con la posibilidad que el Gobierno ofrece a los estudiantes extranjeros que están aquí durante su ciclo de estudios el Gobierno central se les acerca para ofrecerle la residencia permanente a la salida de su diploma, formados aquí, viviendo un par de años 4 años acá, ya acostumbrados a quienes somos, a nuestra sociedad. Por qué no quedarse y contribuir, hay mucho esfuerzo que se hace, siempre son abanicos de medidas, no hay una sola cosa son abanicos que todos se juntan para hacer atractivo el país, somos un país que contribuyó durante la segunda Guerra Mundial con dirigentes militares y hubo después de la guerra, yo soy un baby boomer, nací después de la guerra, toda esa parte del país está envejeciendo entonces para asegurar que nuestras medidas sociales, se necesita mantener un nivel de población adecuado y es a través de la inmigración. Canadá es un país de migrantes somos todos inmigrantes, mis ancestros llegaron acá hace 300 años, los únicos nativos son los indígenas que llamamos aquí las primeras naciones y que ahora el Gobierno Central está en un proceso de recuperación del daño que se les ha provocado, presentando disculpas oficiales por todo el daño que se les ha hecho estamos en un proceso de rehabilitación nacional con las primeras naciones, que hemos tratado como mierda. Entonces es el futuro de la nación que está en juego, por eso todas esas medidas si las miras con una perspectiva a amplio horizonte todo contribuye para asegurar la prosperidad de la nación y no es a través de, voy ser crítico de lo que pasó en Chile lamentablemente el Estado no ha querido abrirse los ojos y ha dejado ser manejado por la elite burguesa y eso los va a llevar a un estancamiento y tiene que romper ese esquema. Tiene que abrirse al mundo, yo viví en Chile sé cómo es, no había extranjero, no hay extranjero, no hay. Aquí tú conoces hay de todo y recientemente me encontré con un muchacho de la India que vivió...

Tiene un proyecto de 250 mil dólares y recibe una ayuda de la Sodec, una subvención, dinero gratis y en servicio de producción cualquier tipo de asistencia de ayuda financiera reductora del crédito de impuesto, dado que su concepto de atraer dinero extranjero cuando es un local y tiene asistencia o ayuda financiera eso reduce tu crédito de impuesto de un tipo que hace años que nos conocemos y terminó hablando de las consignas con la esperanza que sigamos el ejemplo de los Surcoreanos.

Leonardo: ¿Cómo tú ves el sueño ahora aplicado al caso chileno qué podrías sugerir?

Pierre: Lo veo del punto de vista experiencia con tus compatriotas que encontré en Miami, ellos buscan vender sus cosas, vender sus productos tal vez funcione tal vez no la gente de Quebec hizo lo mismo, pero a la vez se abren a brindar servicios para poder mantenerse como compañías para llenar el vacío, para asegurar ingreso, creo que una manera, lamentablemente no tienen ese apoyo fiscal que permitiría de atraer del extranjero, sino el costo. El costo es lo único que pueden ofrecer, un costo más bajo que otro siendo en peso chileno a la larga para que prospere el sector el Estado tiene que implicarse y es una revisión del paradigma económico, abandonar la escuela de Chicago, eso ya es caduco. Chile debe abrirse al mundo, es un país pequeño, necesita de los otros como nosotros necesitamos de los otros. Somos pequeñas sociedades, es obligatorio, es imprescindible romper ese aislamiento, aceptar ser parte de la comunidad internacional porque es la única manera de sobrevivir y en los años que vienen luego de ese choque planetario más necesario que nunca, es mi punto de vista mi opinión.

Leonardo: Esta provincia hace 50 años exporta minerales y madera, ahora en 50 años, y no había carretera la electricidad eran proveedores privados hasta los años 60 que llegó un nuevo Gobierno provincial y nacionalizó todo en plena guerra fría, pero no es una nacionalización a la Chávez, convocaron a los proveedores de electricidad privados y les dijeron traigan sus libros vamos a hacer auditoria y luego de eso emitir bonos de tesoro, pagaré a 10 años y se formó la compañía de electricidad HidroQuebec y empezaron a construir represas gigantescas para surtir electricidad y garantizar que cada persona que vive aquí tenga acceso a energía y cumplieron y se cumplió en el espacio de 50 años pasamos de una sociedad de industria primaria a una sociedad post industrial en 50 años yo soy testigo, lo he vivido. Es posible, pero se necesita una voluntad y una visión de lo que uno quiere como sociedad. Cuando veo que el acceso a la educación es limitada en Chile, me pregunto y el muchacho, “los rotos” de Concepción que no tiene acceso a la universidad, pero es un genio. Tú estás perdiendo tu potencial, pierdes potencial humano ¿por qué no invertir en eso?, aquí no es todo gratuito, pero hay. Mis hijos todos tuvieron un préstamo del Estado para estudiar sus estudios superiores, yo no tenía los medios para hacerlo y devolvieron porque hay facilidades de créditos del Estado para poder acceder a la instrucción y todos son profesionales. Es una visión de sociedad, qué es lo que tú quieres ser; Lo que beneficia es este medio lo que es la inmediatez de comunicación, eso cambia el mundo, la época numérica ha cambiado el mundo.

3.2. Grupos Focales

Para la realización del trabajo con los grupos que fueron identificados se ejecutó la siguiente metodología de trabajo:

- Búsqueda de instancias de encuentro internacional. A fin de facilitar la organización del trabajo, se gestionaron invitaciones para programar la realización de los grupos focales en instancias de encuentro internacional del sector audiovisual.
- Programación de taller o master class o conferencia que permita convocar a agentes y emprendedores del sector audiovisual internacional. Se trata de la difusión de la actividad en una red más amplia que la propia del equipo investigador, a fin de llegar a un amplio universo de posibles interesados en participar en los grupos focales a realizar.
- Realización de encuentros de grupos focales en instancias internacionales. Esta instancia es la ejecución de los encuentros y la aplicación de las preguntas a los participantes en cada uno de los grupos focales realizados.
- Obtención de resultados: aplicación de preguntas abiertas y análisis de la información a partir de los grupos focales realizados.

El objetivo de estos grupos focales fue identificar si los agentes de la industria audiovisual conocen de los incentivos fiscales y las necesidades o brechas que tienen para poder fortalecer las políticas públicas de fomento audiovisual en sus respectivos territorios. Los casos como Canadá, Colombia y Europa fueron referenciales para efectos de presentar el tema y abrir el diálogo.

Al inicio del proyecto se había considerado realizar un grupo focal en Chile. Sin embargo, dado el interés internacional por este estudio, recibimos invitación para participar presencialmente en interesantes plataformas internacionales, lo cual le permitieron al estudio mayor alcance y difusión del trabajo realizado, objetivos que el propio proyecto también considera.

Es así como se resolvió participar presencialmente, en instancias de encuentro internacional del sector audiovisual, toda vez que para los objetivos del estudio permite ampliar y obtener opiniones y conocimientos de agentes del sector provenientes de diversos países, que conocen del funcionamiento de la industria audiovisual no sólo de Canadá, Colombia y Europa, sino que son usuarios de dichos sistemas e incentivos.

Ampliar la participación de emprendedores, expertos y diversos agentes del sector audiovisual pertenecientes al sector público y privado, permite un trabajo más inclusivo tendiente a identificar brechas necesarias para los actuales tiempos del audiovisual iberoamericano.

Para facilitar el trabajo, se diseñó un formato que implicó una conferencia abierta a todos los interesados en participar. En dicha conferencia, se aplicó a través de la plataforma <https://ahaslides.com> una consulta abierta a la audiencia, de tal manera que, en forma interactiva, quienes resolvieron acceder a la plataforma, pudieron emitir opinión y así sistematizar las respuestas y resultados en tiempo real.

En los eventos en los cuales se participó fueron:

Para la realización de los grupos focales:

- Escuela Internacional de Cine y TV, San Antonio de los Baños, Cuba 2023
- Festival de Cine de Belo Horizonte Cinemundi, Brasil 2023

Para la difusión del avance del estudio:

- Festival de Cine de Belo Horizonte Cinemundi, Brasil 2024
- Zona de Industria del Festival Internacional de Cine de Málaga, España 2024

A los resultados de los estudios se acompaña registro fotográfico y de difusión que fueron realizados.

La conferencia presentada en Brasil el 27 de septiembre de 2024, llevó por título: Hacia nuevos modelos de trabajo colaborativo en Iberoamérica: mejores políticas públicas para impulsar el sector audiovisual.

<https://brasilcinemundi.com.br/activities/workshop-presencial-tema-os-novos-modelos-de-trabalho-colaborativo-na-ibero-america/>

<https://brasilcinemundi.com.br/?guest=leonardo-ordonez>

A los resultados de los estudios se acompaña registro fotográfico y de difusión que fueron realizados.

La conferencia presentada en Brasil el 27 de septiembre de 2024, llevó por título: Hacia nuevos modelos de trabajo colaborativo en Iberoamérica: mejores políticas públicas para impulsar el sector audiovisual.

<https://brasilcinemundi.com.br/activities/workshop-presencial-tema-os-novos-modelos-de-trabalho-colaborativo-na-ibero-america/>

<https://brasilcinemundi.com.br/?guest=leonardo-ordonez>

En España fue presentado al ecosistema audiovisual internacional el 05 de marzo de 2024 la ponencia Fomento Audiovisual: actualizar e implementar las políticas públicas para lograr modelos de desarrollo sostenibles, dinamizar territorios y reactivar a su industria en América Latina.

<https://www.instagram.com/mafizmalaga/p/C4FwKS9tht4/>

<https://mafiz.es/en/noticia/143>

Otras difusiones durante el proceso de ejecución de la investigación:

<https://media.eictv.org/Anuario/Anuario-Generacion-29.pdf>

<https://www.cinemachile.cl/wp-content/uploads/2022/03/malaga2022-flipbook.pdf>

<https://mafiz.es/reuniones-maff-learning-training-2022/>

A continuación, se presentan los resultados de los dos grupos focales realizados.

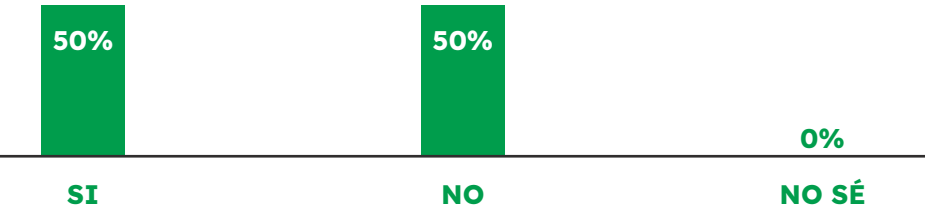
3.2.1. GF: Escuela Internacional de Cine y TV, San Antonio de los Baños, Cuba 2023

IDENTIFICACIÓN:

Institución :	Escuela Internacional de Cine y TV, San Antonio de los Baños
Fecha :	29.10.2023
Modalidad :	presencial – interactiva
Enlace de conexión :	https://ahaslides.com/38V9B
Número de participantes :	7
Perfil de participantes :	productores internacionales de Alemania, Haití, Honduras, Colombia, Brasil, República Dominicana, México

En relación a incentivos fiscales se plantearon al grupo las siguientes dos preguntas:

¿El sector audiovisual de tu país trabaja colectivamente para mejorar las Políticas Públicas y la relación con el ecosistema?



3.2.2. GF: Festival de Cine de Belo Horizonte Cinemundi, Brasil 2023

IDENTIFICACIÓN:

Evento :	Festival de Cine de Belo Horizonte Cinemundi, Brasil 2023
Fecha :	30.09.2023
Modalidad :	presencial - interactiva
Enlace de conexión :	https://ahaslides.com/R2YZK
Número de participantes :	20
Perfil de participantes :	productores audiovisuales, autoridades cinematográficas, distribuidores, agentes de venta, gestores culturales de Brasil, Chile, México, Colombia, Uruguay, Argentina, Perú, España

Resultados:

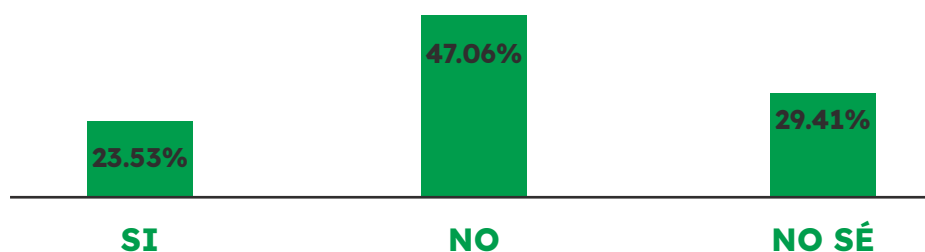
¿Cuáles inecentivos fiscales existen en tu país?



Menciona hasta 3 necesidades importantes que identificas que en el sector audiovisual se deben satisfacer hoy

Estimular a produção audiovisual	Descentralização, formação, difusão	Desburocratização
Estímulo a distribuição	Investimento em distribuição Investimento em preservação Investimento em formação	Mano de obra Pasta Formação
Dinheiro formação cp-produção	Programas e incentivos para formação de profissionais	Democratização Incentivo aos novos realizadores/talentos
Que los incentivos no se terminen cuando cambie el gobierno	Estimular o cineclubismo	Formação Preservação Planejamiento Fomento a realizadores iniciantes
Formação de público Descentralização do dinheiro Apoio a distribuição	Desenvolvimento Distribuição Exibição	Formalização do setor - sindicatos
Fomento a realizadores iniciantes	Estimular intercambios culturais	Acceso democrático
Educar a sociedade para com o Cinema Brasileiro	Incentivo en desarrollo	Representatividade
Incentivar a distribuição de cinema independente Financiar a produção independente	Desconcentração de recursos	Dinero Informaciones Distribucion
	Tempo de tela para produções nacionais	

¿El sector audiovisual de tu país trabaja colectivamente para mejorar las Políticas Públicas y la relación con el ecosistema?



3.3. Conclusiones

Los incentivos fiscales en los territorios estudiados se dan de dos maneras
créditos fiscales y/o deducciones fiscales.

La implementación de estos incentivos implica leyes, normativas, organizaciones territoriales, y procedimientos que permiten hacer efectivo el uso de dichos incentivos.

En Iberoamérica, no todos los integrantes del ecosistema audiovisual conocen de los incentivos fiscales, ni las maneras que operan en los diversos territorios.

Los incentivos fiscales de los territorios analizados han permitido incrementar la cantidad de rodajes, y ello tiene un impacto directo en el empleo.

A su vez, los rodajes en los territorios analizados activan una serie de servicios asociados a la actividad económica que impactan positivamente, entre ellos transporte, hotelería, gastronomía, seguros.

Instalar incentivos fiscales implica en los territorios definir reglas claras y rendición de cuentas en el manejo de estímulos y fondos, que reconozcan el éxito comercial y establezcan criterios claros para el cine de autor, toda vez que se entregan para todo tipo de producción audiovisual.

Estos incentivos permiten planificar la ejecución de programas que mejoren el estándar de los servicios audiovisuales al interior de los territorios cuyos incentivos ofrecen a la industria internacional.

La existencia de incentivos fiscales garantizan respaldo a los productores audiovisuales, lo que a la vez permite generar mejores estándares de calidad de los productos y de los servicios que ofrecen.

Indirectamente inciden en la creación de audiencias en base a la calidad de las historias, actuaciones y la producción final.

Favorecen a un entorno de negocios audiovisuales que permite el crecimiento de la infraestructura, mayor atracción de inversión en el sector y el desarrollo profesional y de talentos.

Los incentivos fiscales a la producción audiovisual son una pieza fundamental para la industria audiovisual global, ya que materializan los acuerdos de coproducción que los países suscriben, marcando una gran diferencia en los resultados económicos de una producción a partir del diseño de estrategias de producción que facilitan la decisión al momento de decidir el rodaje en los territorios que los ofrecen.

Sectores como el turismo y servicios se pueden ver fortalecidos a través de la producción audiovisual, al momento de exhibir ambientaciones y entornos abiertos que dan a conocer las realidades convirtiéndose las producciones en promotores de lugares de destino turístico.

En los territorios que cuentan con incentivos, los gobiernos reconocen el inmenso potencial económico de dichos incentivos, los que por diversas razones facilitan la decisión para atraer inversión extranjera, en momentos actuales que el gasto en producción audiovisual está alcanzando niveles sin precedentes post pandemia.

Los incentivos fiscales para los productores de contenidos audiovisuales se convierten en la base de un plan financiero y juegan un rol decisivo en la ubicación de las producciones, impulsando economías locales, contribuyendo a la seguridad, generando mayores puestos de trabajo, y fomentando mano de obra calificada.

Los territorios que cuentan con incentivos fiscales para el sector audiovisual muestran mayor disposición al intercambio global, tanto en lo económico-comercial como así también en lo cultural.

Los acuerdos de coproducción siendo necesarios, no siempre operan en reciprocidad toda vez que entre los países que manifiestan acuerdo, no existen incentivos fiscales que faciliten la producción y rodajes, teniendo que depender únicamente de apoyos a través de subsidios, situación que prolonga los tiempos para lograr rodajes.

Los incentivos fiscales para el audiovisual son herramientas importantes para lograr coproducciones.

Los tiempos para lograr rodajes son menores en países que cuentan con incentivos fiscales para el sector audiovisual.

Incentivos fiscales atractivos y altamente competitivos para los productores internacionales se deciden entregar por razones de ubicación del territorio en el mundo, para dinamizar el empleo, generar mejores condiciones para los negocios audiovisuales, o para incentivar la relación entre producción audiovisual, turismo y servicios.

Los incentivos fiscales operan tanto para la producción cinematográfica, como para TV, publicidad, videojuegos. En algunos territorios se han puesto al servicio además para los eventos de música y las artes escénicas.

Los incentivos fiscales crean un tejido propicio para el desarrollo de la industria audiovisual y sectores de las industrias creativas.

Con el desarrollo sostenible, algunos territorios favorecen la entrega de incentivos fiscales a la producción gene-

rando condiciones favorables para producir disminuyendo el impacto del rodaje en el medioambiente.

Por su naturaleza, los incentivos fiscales para el audiovisual permiten al productor reducir costos y riesgos. Con esto, brindan otras ventajas como por ejemplo la facilidad de obtener permisos de rodaje, importación temporal de equipamiento y otras condiciones fundamentales para garantizar una producción exitosa en los territorios que los ofrecen.

En su mayoría, no se trabaja en forma colectiva entre los integrantes del ecosistema audiovisual para mejorar las condiciones y las políticas públicas en Iberoamérica.

Se requieren mejorar las condiciones para instalar incentivos fiscales, facilitar el acceso y la conexión con las audiencias, mejorar la mano de obra, generar incentivos al empleo, desconcentración de recursos territoriales. Dependiendo del porcentaje del incentivo fiscal, es decir, de cuán competitivo sea el incentivo fiscal, es que se decide el diseño y ejecución del plan de financiamiento de las producciones. Asimismo, dependerá de las facilidades para la tramitación de los incentivos y su respectiva materialización.

Observados los requerimientos de la producción, según cada política pública y los costos elegibles, los inversores o productores internacionales resuelven una recuperación directa realizada en un territorio específico, según las facilidades y condiciones con que operen dichos incentivos.

Los territorios más competitivos son aquellos que ofrecen un retorno financiero ventajoso y de manera directa, como así también aquellos que brindan condiciones operativas ventajosas para su obtención.

En Colombia, Canadá y en Europa se nota una implementación de una robusta infraestructura de producción en gran parte, asociada al incremento de producciones debido a la existencia de estos incentivos.

En la escena global, donde la inversión audiovisual crece aceleradamente por parte de los diversos streamers, a partir del aumento exponencial de la demanda, los incentivos fiscales son una herramienta clave para los diversos territorios y sus ecosistemas audiovisuales.

La industria audiovisual Iberoamericana se posiciona como una de las más dinámicas y de crecimiento acelerado. Contribuye en una visión estratégica de muchos países para los contenidos en español y portugués, más en aquellos que avanzan a través de la economía del conocimiento, con sus políticas de fomento a las industrias creativas, a un mejor posicionamiento global. Aquellos países que reconocen la importancia de los incentivos fiscales agregan una ventaja competitiva importante en este escenario aumentando la atracción de inversión, mayor empleo directo e indirecto y mayor desarrollo a sus economías y culturas.

ESTUDIO 2

Análisis del discurso de
informantes clave de
Europa, Canadá y Colombia
expertos internacionales y
personas emprendedoras,
reconocimiento del
ecosistema audiovisual.



SANTIAGO CREATIVO

Fundación para el Desarrollo de la Economía y la Industria Creativa