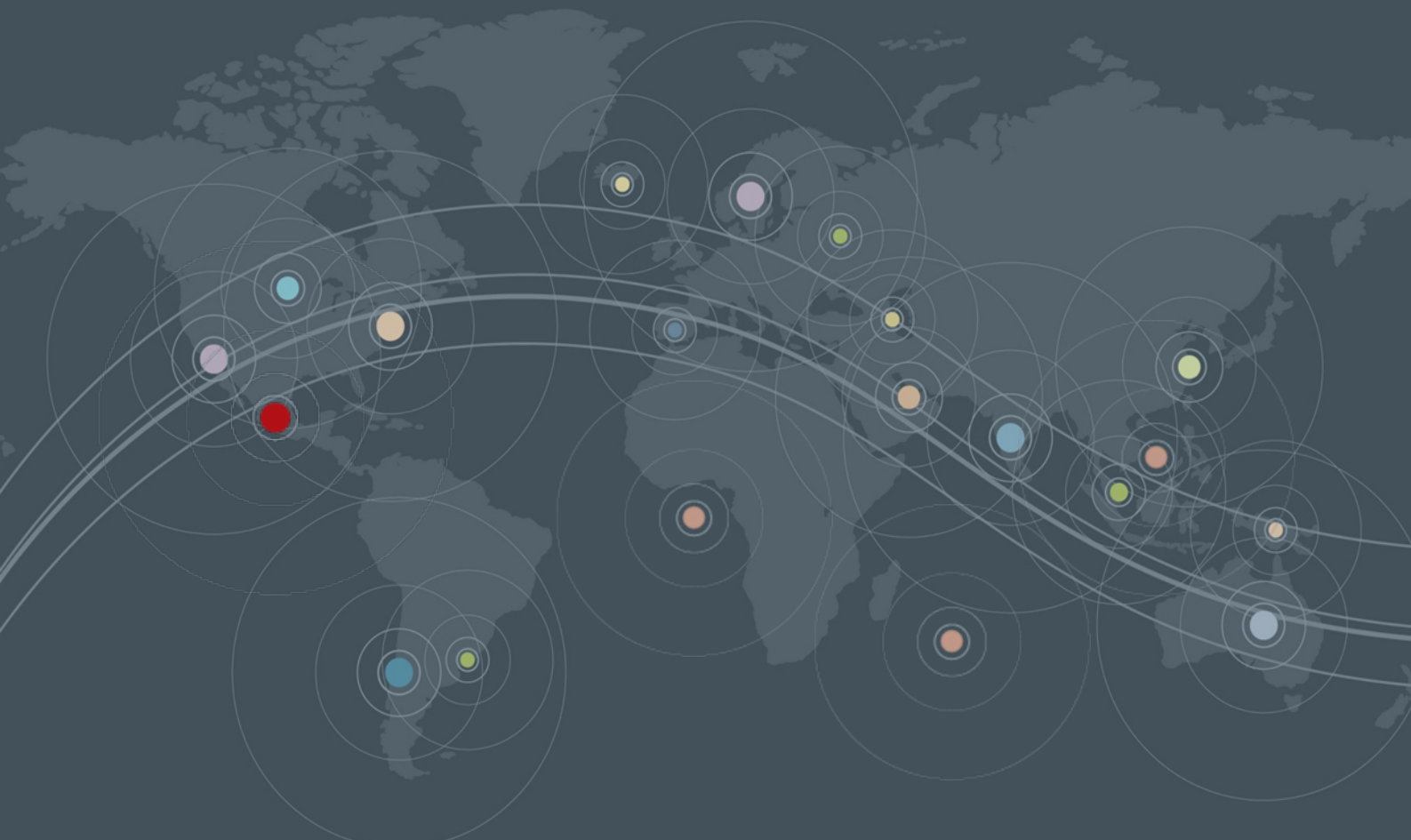


Un Incentivo para la producción audiovisual en México

Informe elaborado por Olsberg•SPI



01 de mayo de 2023

OLSBERG • SPI

CONTENIDO

1.	RESUMEN EJECUTIVO	1
1.1.	Resumen del estudio	1
1.2.	Conclusiones clave	1
1.2.1.	Crecimiento mundial de la producción audiovisual e incentivos asociados	1
1.2.2.	La demanda de producción en México y el potencial para implementar incentivo	2
1.2.3.	Posible impacto de contar con un incentivo en México en el gasto y el volumen de proyectos	3
1.2.4.	Posibles repercusiones económicas de implementar un incentivo en México	5
1.2.5.	La posición de México en el mercado mundial	6
1.2.6.	Otros impactos estratégicos y consideraciones	7
2.	Introducción	10
2.1.	Acerca de este Estudio	10
2.2.	Contexto del Estudio	10
2.3.	El enfoque de SPI	11
3.	EL CRECIMIENTO MUNDIAL DE LA PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL E INCENTIVOS ASOCIADOS	13
3.1.	El crecimiento de la producción audiovisual en el mercado mundial	13
3.1.1.	Impacto económico y estratégico de la producción audiovisual	14
3.2.	La función de los incentivos	15
3.2.1.	Los incentivos como instrumento de política pública	15
3.2.2.	La expansión de los incentivos a escala mundial	15
3.2.3.	Incentivos en América Latina y el Caribe	16
4.	EL POTENCIAL DE UN INCENTIVO A LA PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL PARA MÉXICO	21
4.1.	Panorama actual de la producción audiovisual mexicana	21
4.1.1.	Potencial de crecimiento del sector de la producción audiovisual	23
4.1.2.	Perspectivas para la producción audiovisual en México	24
4.2.	La evolución de los incentivos nacionales en México	24
5.	COMPARACIÓN DE MERCADOS E IMPACTO DE LOS INCENTIVOS	26
5.1.	Introducción	26
5.2.	La posición de México en el mercado mundial	26
5.3.	Análisis por jurisdicción	28
5.3.1.	Australia	28
5.3.2.	California	31
5.3.3.	Colombia	34
5.3.4.	República Dominicana	36
5.3.5.	Georgia, EE. UU.	37

5.3.6.	Jordania	38
5.3.7.	Puerto Rico	40
5.3.8.	New Mexico	41
5.3.9.	España	43
5.3.10.	Reino Unido	45
6.	IMPACTO ECONÓMICO DE OFRECER UN INCENTIVO EN MÉXICO	49
6.1.	Introducción.....	49
6.2.	Establecimiento de una base de referencia de la actividad audiovisual	49
6.2.1.	Estadísticas nacionales	50
6.2.2.	Otras fuentes de datos y definición de una base de referencia.....	51
6.3.	Proyección del impacto – Gasto en el país	52
6.3.1.	Escenario Sin Implementación	53
6.3.2.	Escenario de Implementación Parcial.....	54
6.3.3.	Escenario de Implementación Total	54
6.3.4.	Comparación del gasto en producción audiovisual según los tres escenarios.....	55
6.4.	Proyección del impacto – Número de proyectos.....	56
6.5.	Impacto económico	58
6.5.1.	Descripción general de la metodología	58
6.5.2.	Rendimiento	59
6.5.3.	Valor añadido bruto	60
6.5.4.	Empleos.....	62
6.5.5.	Impuestos	63
7.	Otros impactos económicos.....	65
7.1.	Introducción.....	65
7.2.	Microimpactos de la producción audiovisual	65
7.2.1.	Análisis de la ‘onda expansiva’.....	65
7.2.2.	Análisis de un mapa de calor	66
7.2.3.	La rapidez del gasto	67
8.	LOS IMPACTOS ESTRATÉGICOS ADICIONALES POR OFRECER UN PROGRAMA DE INCENTIVOS EN MÉXICO.....	70
8.1.	Introducción.....	70
8.2.	Desarrollo de talento y personal calificado	70
8.3.	Formalización de la economía de la producción audiovisual mexicana	71
8.3.1.	Recolección de datos y seguimiento de la industria.....	72
8.4.	Infraestructura	72
8.5.	Aumento de la regionalización	73

8.6.	Impulso del turismo nacional e internacional.....	73
9.	APÉNDICE UNO - PLANTEAMIENTO DEL ESTUDIO	76
10.	Apéndice dos – metodología del impacto económico	78
10.1.	Datos sobre el gasto.....	78
10.2.	Fuentes y conjuntos de datos claves.....	78
10.3.	La economía informal en México.....	78
10.4.	Metodología de insumo - producto	78
10.5.	Cálculo de multiplicadores - Análisis de las tablas de insumo - producto mexicanas	79
10.6.	Verificación de los multiplicadores - Con datos de la OCDE	80
10.7.	Empleos y otros variables.....	81
10.8.	Aplicación de multiplicadores de insumo y producto	85
10.9.	Limitaciones generales del enfoque de insumo y producto.....	85
11.	APÉNDICE TRES - ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD	87
12.	APÉNDICE CUATRO – ACERCA DE OLSBERG•SPI.....	89

1. RESUMEN EJECUTIVO

1.1. Resumen del estudio

La producción de contenidos audiovisuales es un sector de gran valor e importancia a nivel mundial. Los incentivos a la producción son un motor clave de la actividad en el sector y en la última década han aumentado a medida que los gobiernos invierten en estas intervenciones políticas estratégicas. En noviembre de 2022, el número de incentivos a la producción audiovisual a nivel nacional, estatal y provincial ascendía a 107 en todo el mundo.

Aunque México es un mercado importante y clave en el sector audiovisual mundial, no ofrece un incentivo a la producción del tipo que hoy en día se aplica ampliamente.

En este contexto, la consultora de industrias creativas Olsberg•SPI ("SPI") ha elaborado este análisis (el "**Estudio**") para examinar la posición actual del sector de producción audiovisual mexicano a nivel mundial, y considerar el potencial de crear un nuevo incentivo nacional en el país.

El presente Estudio plantea cómo un nuevo incentivo nacional a la producción audiovisual podría estimular la producción en México y crear impactos económicos para el país.¹ También considera los impactos estratégicos más amplios que podría tener un nuevo incentivo.

1.2. Conclusiones clave

1.2.1. Crecimiento mundial de la producción audiovisual e incentivos asociados

En los últimos años se ha producido un aumento mundial sin precedentes de la producción audiovisual, impulsada por la gran demanda de todo tipo de contenidos por parte de consumidores e inversionistas.

Durante COVID-19, el sector mostró una notable resiliencia y, tras el punto álgido de la pandemia, la producción audiovisual se ha recuperado con fuerza, con un gasto mundial en contenidos de 238.000 millones de dólares en 2022. Aunque los vientos en contra de la economía mundial están ejerciendo presión sobre el fuerte ritmo de expansión observado en los últimos años, todavía se prevé crecimiento.

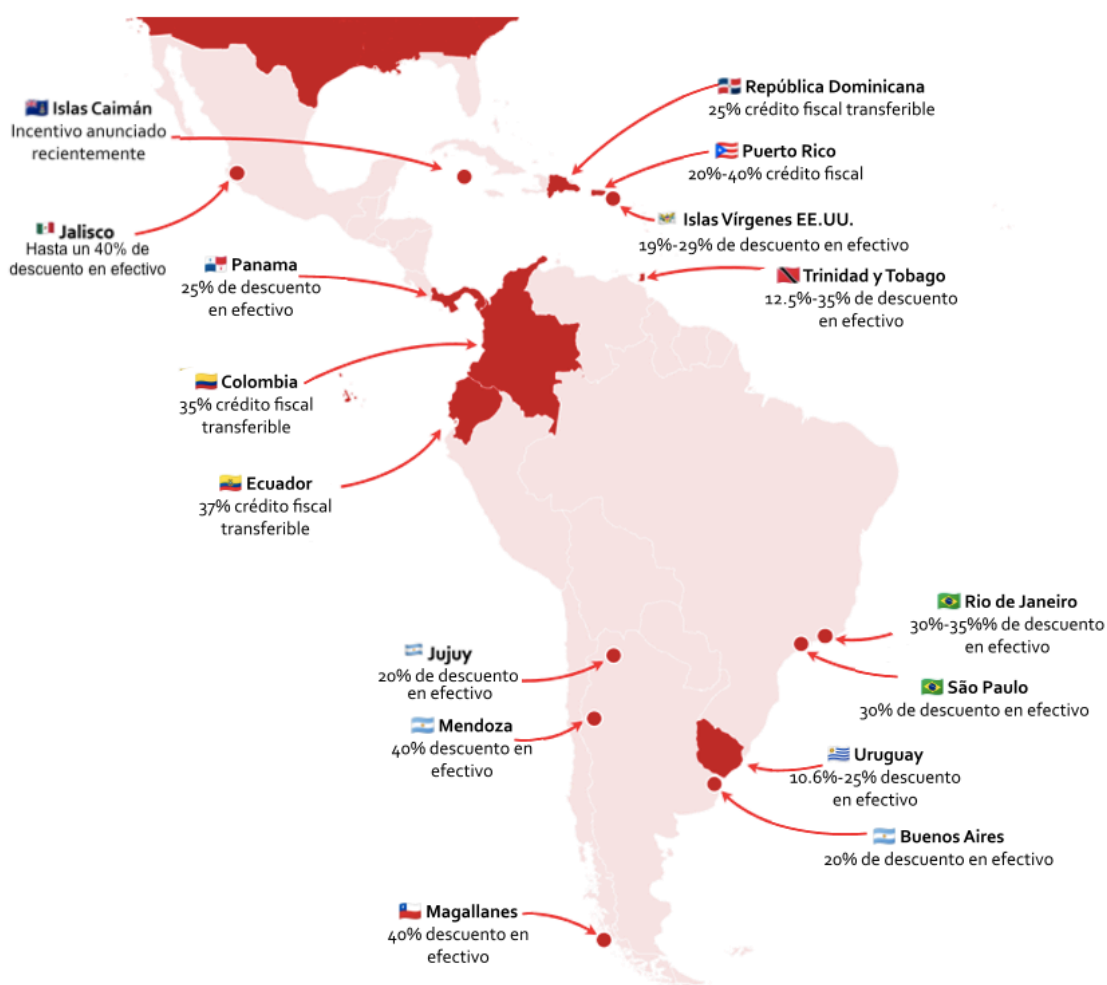
La producción audiovisual se lleva a cabo en distintas jurisdicciones alrededor del mundo, generando inversión interna, empleo y otros impactos económicos y estratégicos. Los legisladores han respondido introduciendo o mejorando incentivos para estimular la producción audiovisual nacional e internacional.

Aunque México aún no cuenta con incentivos de este tipo a nivel federal, su aplicación ha ido en aumento en América Latina y el Caribe, incluida la oleada de incentivos estatales y municipales, como se indica en la siguiente figura.² Esto también explica cómo se formula el incentivo: los descuentos en efectivo (cash rebate) devuelven al productor una cantidad determinada de los gastos de producción que cumplan ciertos requisitos; los créditos fiscales (tax credit) contraponen el incentivo a los impuestos adeudados por una empresa de producción. Estos últimos pueden ser reembolsables si el crédito supera las obligaciones, o pueden ser transferibles, es decir, pueden venderse a terceros para que los utilicen.

¹ Este análisis se ha realizado a gran escala y no se ha llevado a cabo el diseño detallado de un programa de incentivo para México.

² Este año, el Gobernador de Jalisco anunció un nuevo incentivo estatal: un descuento en efectivo del 40% de los gastos en servicios audiovisuales y de hasta el 20% de los gastos en servicios logísticos audiovisuales.

Figura 1 – Incentivos existentes en América Latina y el Caribe



Fuente: Análisis SPI. Cifras correctas en abril de 2023

Los incentivos a la producción audiovisual pueden ser un fuerte estímulo para la industria. Como se destaca en la Sección 5, diversos mercados regionales y mundiales han mostrado un fuerte crecimiento del gasto en los años subsiguientes a la introducción de un incentivo.

1.2.2. La demanda de producción en México y el potencial para implementar incentivo

Los inversionistas en producción global están muy interesados en México como centro de producción audiovisual. Esto se debe a una serie de factores positivos, incluyendo el talento mexicano (altamente reconocido), su infraestructura, los costos base, las locaciones y la proximidad a los centros de toma de decisiones en Estados Unidos.

Estratégicamente, México está muy bien situado debido al auge de los contenidos audiovisuales en español. Con más de 62 millones de hispanohablantes en EE. UU. y casi 500 millones en todo el mundo, los inversores en contenidos están muy interesados en la producción en español.

Gracias a estos atractivos, el sector de la producción audiovisual en México ha tenido mucha actividad desde el apogeo de la pandemia – siendo que la actividad nacional durante el 2021 superó los niveles previos a la pandemia. Según datos del IMCINE, el número de largometrajes aumentó de 216 a 259 entre 2019 y 2021, y el número de series llegó a 78 en el 2021, siendo este un incremento del 95% durante el 2020. Es probable que hayan aumentado aún más en 2022, aunque al momento de redactar este informe no se disponía de datos de origen nacional más recientes al respecto.

Sin embargo, esta tendencia de crecimiento oculta el hecho de que México, en realidad, está rindiendo menos que otros mercados clave de la producción audiovisual mundial cuando comparamos su crecimiento (véase la Sección 1.2.5).

Los atributos únicos de México y sus capacidades de producción significan que estaría preparado para un crecimiento mayor inmediato en respuesta a la introducción de un incentivo a la producción audiovisual. Esto incluiría el aumento de producciones de mayor presupuesto.

Las presiones inflacionarias y de otro tipo en el sector están haciendo que los inversores se centren cada vez más en los mercados de producción que ofrecen incentivos, y existe la posibilidad de que México vea reducidos sus niveles de producción actuales en los próximos años, inclusive la pérdida de producciones en favor de mercados competidores en la región. Éstos incluyen Colombia, República Dominicana y Argentina, así como España, varios estados de EE.UU. como Nuevo México, California y Georgia, y otros mercados globales como el Reino Unido. Al mismo tiempo, algunos mercados competidores están mejorando su sistema de incentivos para atraer más y mejores producciones. La falta de un incentivo del tipo que ofrecen los competidores es, por tanto, una oportunidad perdida para México.³

1.2.3. Posible impacto de contar con un incentivo en México en el gasto y el volumen de proyectos

Dado que México carece de datos sólidos sobre el gasto en producción audiovisual a nivel nacional, SPI ha estimado que durante el 2022 la actividad actual de producción audiovisual fue de unos 673 millones de dólares.^{4 5}

Partiendo de este nivel de actividad, en este Estudio se han modelizado tres escenarios posibles de aquí al 2028:

- **Implementación Total**, en la que se introduce en México un incentivo a la producción audiovisual competitivo a nivel mundial, sin restricciones presupuestarias anuales significativas.
- **Implementación Parcial**, en la que se introduce un incentivo, pero con una competitividad limitada y un presupuesto anual limitado.
- **Sin Implementación**, en la que no se introduce ningún nuevo incentivo nacional en México.

Los dos primeros escenarios suponen la introducción de un incentivo a nivel nacional en 2023. Estos escenarios se basan en una serie de evidencias, incluyendo la investigación comparativa de los patrones en otros mercados después de la introducción de un incentivo y las conclusiones de las consultas y entrevistas sobre los posibles impactos en México.

En términos de impacto en el gasto en producción mexicana, los resultados muestran que la Implementación Total de un incentivo podría más que duplicar la inversión en producción en México a unos 1.380 millones de dólares en el 2026.⁶ Por el contrario, no implementarlo conduciría a un debilitamiento del sector de la producción audiovisual en México, mientras que

³ Se señala que en enero de 2023 se anunciaron planes para una Ciudad de Contenidos en Guadalajara, así como la introducción de incentivos estatales en Jalisco. *Guadalajara Content City Planned by Micelio Media Group as Jalisco Announces New Incentives*. Variety, 25 de enero de 2023. Accesible en: <https://variety.com/2023/tv/global/guadalajara-content-city-jalisco-incentives-1235501661/>

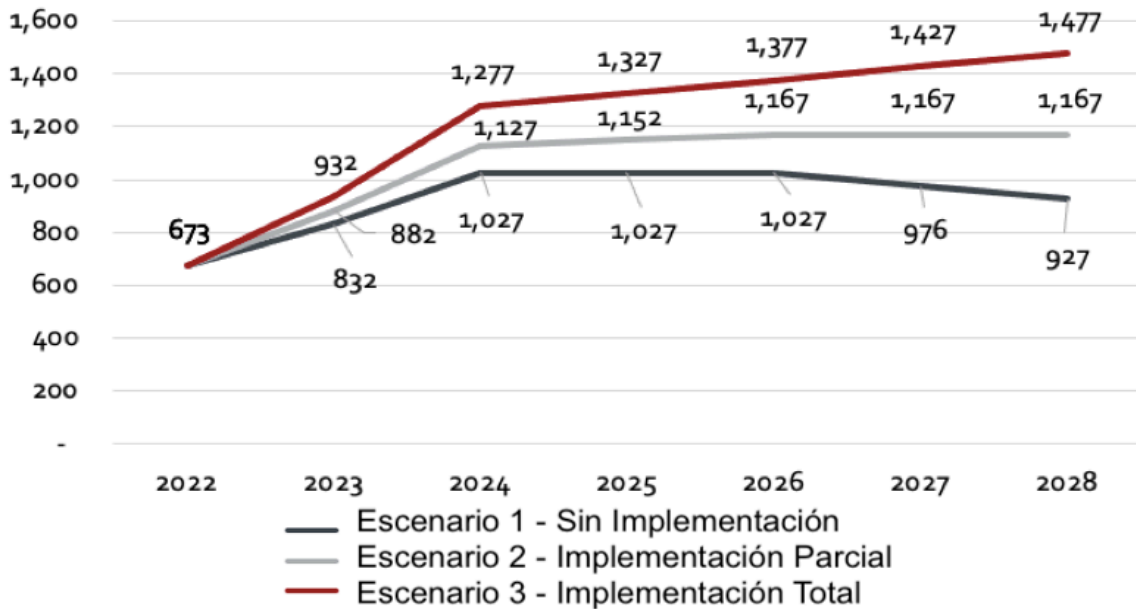
⁴ La producción audiovisual se define como series de televisión y películas, pero excluye los comerciales y anuncios publicitarios, aunque debe tenerse en cuenta que los comerciales contribuyen al gasto y otros impactos de la industria y que México presta servicios de alta gama a la industria publicitaria.

⁵ Sería posible actualizar la base de referencia y las proyecciones de los gastos en producción si en un futuro se dispusiera de datos adicionales.

⁶ Hay que tener en cuenta que esto sólo representa el gasto en producción; puede haber un impacto adicional generado por un incentivo en áreas como la inversión en infraestructuras y en la cadena de suministro.

un incentivo de presupuesto limitado detendría este declive y podría permitir algo de crecimiento durante las primeras fases de su implementación.

Figura 2 Previsiones de gasto en producción audiovisual con relación a tres escenarios de implementación de incentivos, 2022-28 (en millones de dólares)



Nota sobre los supuestos y proyecciones: Este Estudio no proporciona un esquema detallado en cuanto al diseño del programa de incentivos, ni recomienda el modelo de incentivos más viable para México, que sería el siguiente paso en el establecimiento de un incentivo federal.

Este análisis no considera los pasos logísticos y políticos necesarios para la introducción de un incentivo, asimismo, el Estudio tampoco considera el impacto que podría tener en las proyecciones cualquier cambio político o económico positivo o negativo en el futuro de México, como por ejemplo las próximas elecciones o las disposiciones del Acuerdo Estados Unidos-México-Canadá (USMCA, por sus siglas en inglés). Los escenarios esbozados en este estudio asumen que no habría cambios significativos en el statu quo del país.

El análisis también examinó el número de proyectos individuales de series y largometrajes que se prevé los incentivos podrían atraer a México en relación con los gastos antes mencionados. La investigación de SPI muestra que, en México, actualmente, los presupuestos promedio de las producciones de largometrajes y series son bajos: alrededor de 1 millón de dólares por largometraje y un estimado de 3.68 millones de dólares por serie. Esto refleja los retos a los que se enfrenta México para atraer producciones de gran presupuesto de no contar con un incentivo.

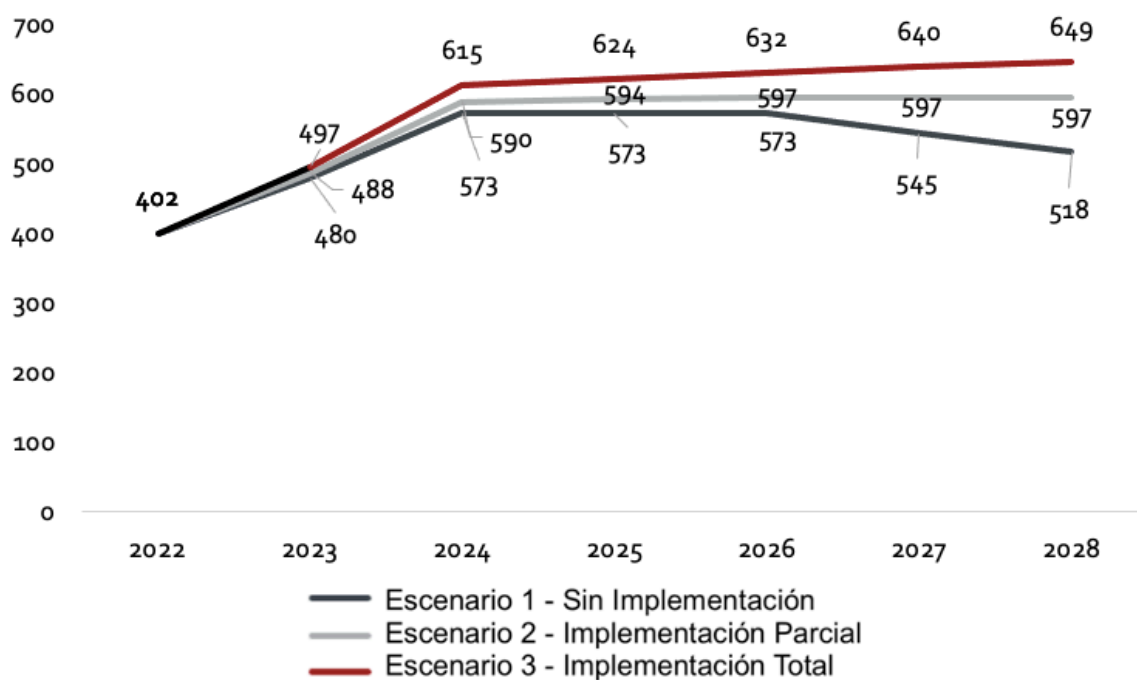
Para los escenarios de predicción basados en el implemento del incentivo, se utilizó un presupuesto promedio más alto, de 6 millones de dólares, tanto para series como para largometrajes, reflejando el hecho de que un incentivo atraería un aumento en los proyectos de inversión extranjera con presupuestos más altos de los que actualmente son típicos para México.

En el escenario de Implementación Parcial, se atraerían 23 producciones adicionales al año de aquí al 2028, además de la producción existente que se mantendría al mismo nivel que en

2021.⁷ Para alcanzar la máxima oportunidad, habría que atraer a México 75 producciones adicionales al año.

El volumen de proyectos es sólo una guía aproximada de la actividad. Los presupuestos de los proyectos pueden variar mucho, y en el nivel más alto pueden alcanzar cientos de millones de dólares.

Figura 3 – Proyecciones de volumen de producción audiovisual con relación a tres escenarios de implementación de incentivo, 2022-28



Las hipótesis utilizadas en la formulación de las proyecciones se detallan en la Sección **Error! Reference source not found.**

1.2.4. Posibles repercusiones económicas de implementar un incentivo en México

El presente Estudio utiliza un enfoque de entrada-salida (I-O) para la modelización del impacto económico, y los escenarios de gasto de producción se utilizaron para crear un modelo económico especialmente desarrollado para el Estudio. Este modelo utiliza datos nacionales del INEGI (Instituto Nacional de Estadística y Geografía de México) y de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) para modelizar las interconexiones entre la industria de producción audiovisual y otras industrias, así como las relaciones entre parámetros clave como la producción, el valor añadido bruto (VAB) y empleos.

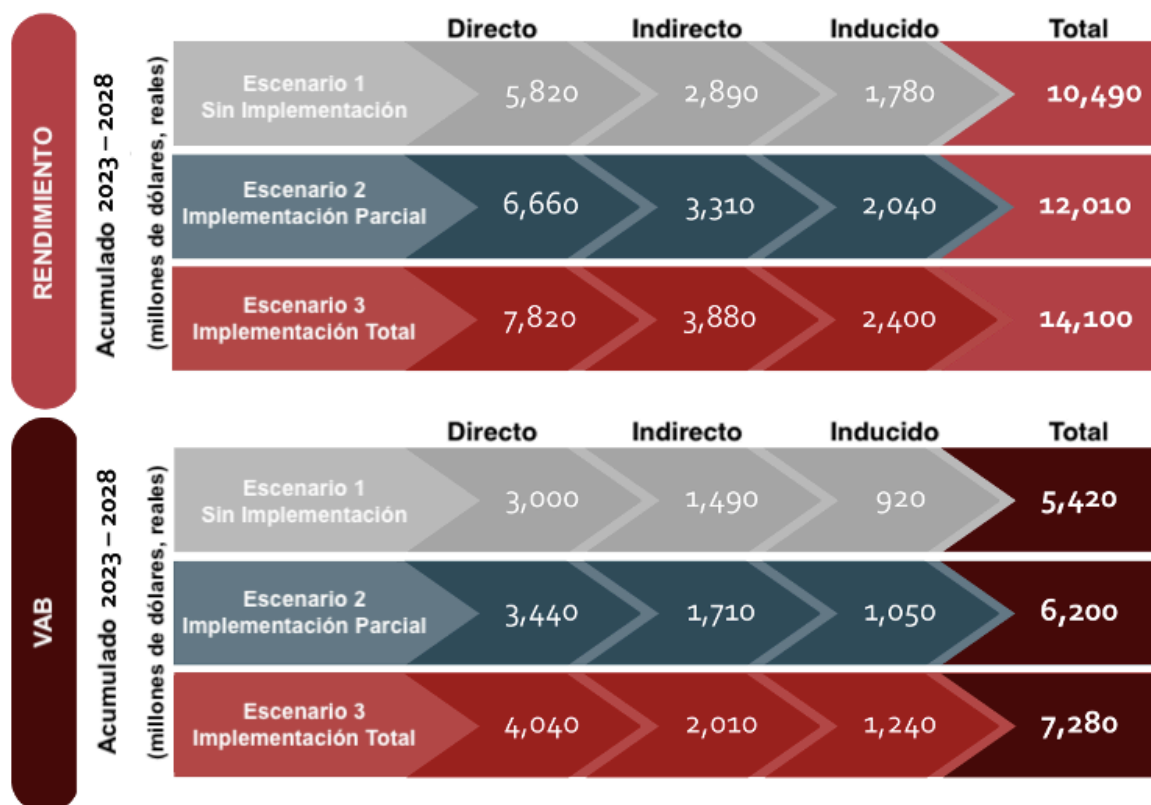
El escenario de Implementación Total tendría un gran impacto para México, generando un estimado de 14.100 millones de dólares en producción total acumulada entre 2023 y 2028, incluyendo las fases de impacto directo, indirecto e inducido.⁸ En términos de VAB, se proyecta que la Implementación Total generaría casi 7.300 millones de dólares en VAB acumulado entre

⁷ Con un gasto promedio de 6 millones de dólares en México por cada producción

⁸ El impacto directo se refiere a la mejora económica de las empresas de producción audiovisual resultante del aumento de los gastos de producción y posproducción; los impactos indirectos son los efectos observados en los sectores que suministran bienes y servicios al sector de la producción audiovisual; los impactos inducidos son los efectos observados como resultado de los efectos salariales de las personas que trabajan en el sector de la producción audiovisual y en la cadena de suministro.

2023 y 2028. Sin un programa de incentivos, el impacto sería significativamente menor y se prevé que empiece a disminuir hacia el final del periodo.

Figura 4 – Impacto económico de cada escenario predictivo - Acumulado, 2023-28 (millones de dólares)



Nota: las cifras pueden no coincidir debido al redondeo. Todas las cifras son valores reales - se han ajustado para tener en cuenta la inflación y se presentan a precios de 2021.

Fuente: Cálculos por SPI

El modelo de impacto económico basado en los gastos de producción elaborado por SPI indica que un incentivo competitivo a nivel internacional también podría generar 38.180 puestos de trabajo en 2028, entre impactos directos, indirectos e inducidos. Esta cifra corresponde al número estimado de empleos a lo largo de todo el año asociados a la actividad de producción cinematográfica y televisiva; no incluye otras actividades audiovisuales como las salas de cine y la distribución. Esta cifra supera en un 60% el número de empleos generados por el escenario previsto en el escenario Sin Implementación del incentivo.

Figura 5 – Previsión del impacto en los empleos sustentados por la producción audiovisual, 2028



Nota: las cifras pueden no coincidir debido al redondeo.

Fuente: Cálculos SPI

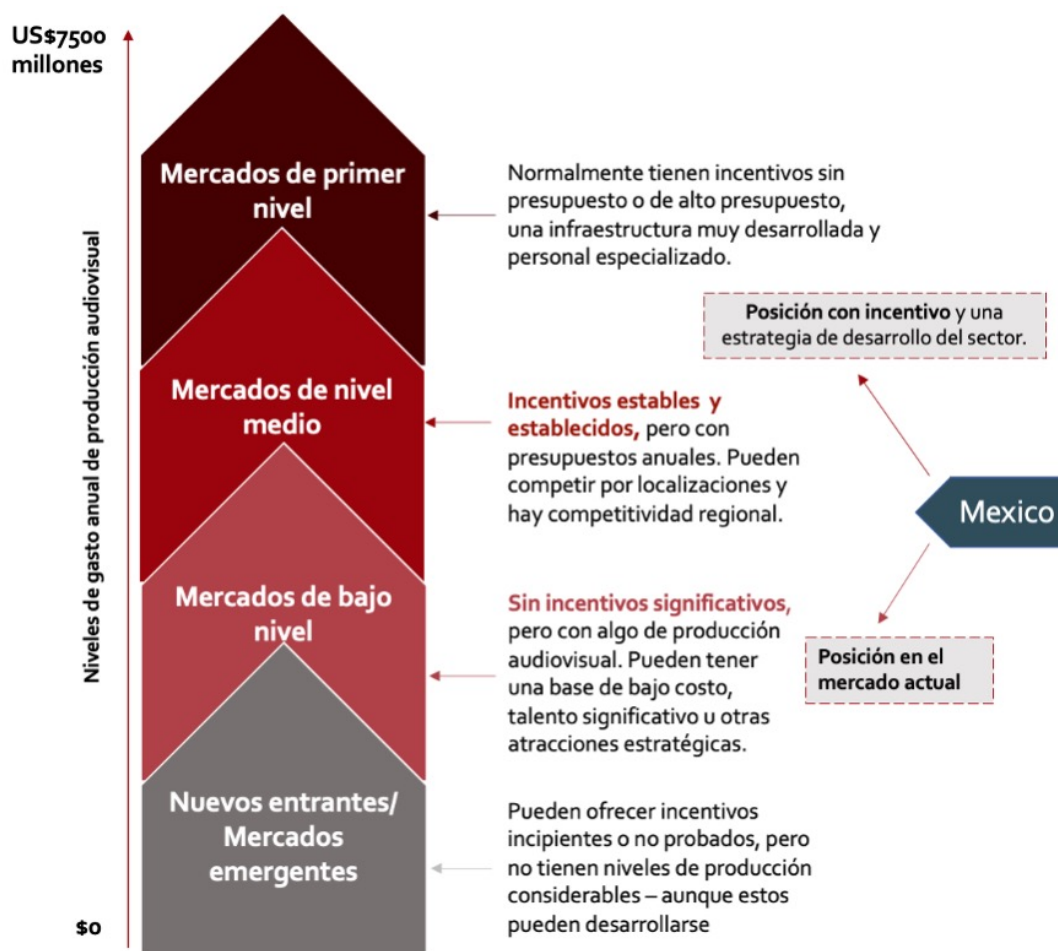
1.2.5. La posición de México en el mercado mundial

Por carecer de un programa de incentivos, México no se considera como un mercado de primer nivel en términos de capacidad para competir y ganar con regularidad la inversión de producciones del más alto presupuesto. El país puede haber experimentado cierto crecimiento en películas y series a nivel nacional, y actualmente se considera activo según los estándares históricos, pero tiene un rendimiento inferior en términos del crecimiento comparativo observado en una serie de mercados individuales. También tiene un rendimiento inferior cuando se mide por la proporción del gasto en producción audiovisual y la población de los mercados de comparación.

Por ejemplo, el gasto base anual de producciones audiovisuales en México, estimado en 673 millones de dólares, es más de seis veces inferior al gasto en el estado estadounidense de Georgia durante el año fiscal 2021/2022 - a pesar de que la población de México es casi 12 veces mayor que la de Georgia. El Reino Unido, por ejemplo, registra un gasto más de 11 veces superior al de México, a pesar de tener aproximadamente la mitad de población que México.

Si México adoptara el nivel de Implementación Total de un programa de incentivos, el gasto en el país aumentaría rápidamente. Las previsiones de este Estudio son conservadoras, y México tiene potencial para superar rápidamente estas estimaciones. Como se indica en la siguiente figura, México podría convertirse rápidamente en un mercado de nivel medio-alto si contara con un programa de incentivos y una estrategia de desarrollo sectorial vinculada.

Figura 6 – Resumen de la posición actual y potencial de México en el mercado



1.2.6. Otros impactos estratégicos y consideraciones

Además de las repercusiones macroeconómicas y microeconómicas, la producción audiovisual también puede generar una serie de beneficios estratégicos. Esto incluye efectos culturales y de poder blando / marca nacional, así como beneficios como la estimulación de inversiones extranjeras directas adicionales, que se considera un tipo de ingresos de exportación.

La capacidad de impulsar las habilidades y el talento -incluso entre los jóvenes-, así como de fomentar una mayor inversión en infraestructuras y una mayor actividad de producción en las regiones de México, es de especial relevancia para este país. La mayor parte de la producción audiovisual actual tiene lugar en la Ciudad de México; un incentivo crearía oportunidades para fomentar la producción en otras regiones, incluyendo aquellas que ya acogen producciones tales como Jalisco, Nuevo León, Durango y Baja California Sur.

La introducción de incentivos también brindaría una oportunidad estratégica para impulsar la formalización de la economía de la producción audiovisual en México y reducir la economía informal. Esto se debe a que un incentivo requeriría procesos completos de facturación y auditorías para administrarlo eficazmente, lo que aumentaría los impuestos para el Gobierno mexicano. Este sería un beneficio clave de la implementación de un incentivo.

Sería importante que la introducción del incentivo estuviera vinculada a una sólida estrategia de desarrollo sectorial, enfocada a la mano de obra y el aumento de infraestructura. Dicha estrategia tendría como objetivo garantizar que México obtenga el máximo valor e impacto posibles del crecimiento de la producción audiovisual.

Incentivo para la producción audiovisual en México

Vinculado a esto, México debería contar con una estrategia para generar estadísticas e informes de datos más sólidos para el sector audiovisual. En la Sección **Error! Reference source not found.** se formulan una serie de recomendaciones.

Sección Uno – Introducción



2. INTRODUCCIÓN

2.1. Acerca de este Estudio

Para los productores e inversores audiovisuales internacionales, México representa un importante interés estratégico como destino de producción, mientras que su sector de producción nacional es fuerte, con algunos talentos y exportaciones notables. Sin embargo, en la actualidad el país no ofrece ningún incentivo significativo a la producción audiovisual a nivel federal del tipo que se encuentra en más de 100 jurisdicciones del mundo, incluidos países de América Latina como Colombia y ciudades clave de Argentina y Brasil.

En este contexto, SPI ha llevado a cabo este Estudio para examinar lo que un incentivo a la producción audiovisual podría potencialmente aportar a México en términos de impacto económico y de otras índoles. Proporciona un contexto detallado sobre la importancia de los incentivos a la producción audiovisual para impulsar el desarrollo de los sectores audiovisuales en todo el mundo, incluyendo la atracción de inversión extranjera y el desarrollo de empleos y talentos locales.

Este Estudio contiene los siguientes componentes:

1. Una presentación general del crecimiento del sector de la producción audiovisual mundial en los últimos años y un análisis del panorama de los incentivos a la producción existentes en el mundo y en América Latina para sustentar este crecimiento.
2. El potencial de un incentivo audiovisual en México, incluido el análisis de la actividad actual y la demanda existente en torno a la implementación de un incentivo.
3. Un análisis de mercados comparables en América Latina y a escala mundial, para modelizar cómo la introducción de un incentivo a la producción audiovisual ha repercutido en los niveles de actividad.
4. Una evaluación del impacto económico que la creación de un nuevo incentivo podría tener para México. Este elemento establece una referencia sobre la actividad actual y proyecta tres escenarios basados en la inacción, la implementación parcial del incentivo y la implementación total del incentivo. Para estos dos últimos escenarios, se han modelizado los impactos económicos previstos para México, incluyendo el VAB, la producción y la creación de empleos.
5. Un análisis más amplio de los impactos que un mayor nivel de producción estimulado por un incentivo podría tener en la economía de México, incluidos los impactos microeconómicos. Entre ellos se incluyen los efectos tipo 'onda expansiva' que el gasto en producción audiovisual puede tener en otros sectores de la economía.
6. Consideración sobre los impactos estratégicos que un incremento en la producción audiovisual podría generar para México, incluyendo el desarrollo de habilidades y talentos, la formalización de la economía del sector de producción audiovisual en México y el turismo.

2.2. Contexto del Estudio

México posee atractivos significativos y únicos para los productores audiovisuales. El país cuenta con una historia de importancia mundial, combinada con narradores y talentos audiovisuales de gran portento -incluidos directores, cinematógrafos y diseñadores de producción- que atraen la aclamación y el interés mundiales. La oferta mexicana para la producción audiovisual es muy rica, ya que abarca paisajes urbanos, lugares históricos y maravillas naturales, así como la proximidad al talento y a las bases de producción de EE. UU., lo que crea un gran interés en México como centro de producción. Este atractivo también se ve incrementado por los costos significativamente más bajos que ofrece el país en comparación con Estados Unidos. Dadas las tendencias inflacionistas del mercado actual, esto es un atractivo clave.

En este contexto, la producción audiovisual mundial ha experimentado en los últimos años un auge de inversión sin precedentes. El aumento de la demanda de contenidos por parte de los consumidores ha propiciado grandes incrementos en la inversión por parte de los grandes estudios y emisoras mundiales, mientras que los servicios de streaming han incrementado notablemente la cantidad de proyectos.

Tras la pandemia, la industria de la producción audiovisual se ha recuperado con fuerza, destinando 238.000 millones de dólares a la producción de contenidos a escala mundial en 2022.⁹ Si bien es probable que las dificultades económicas mundiales ralenticen esta fuerte expansión del sector, se prevé que el crecimiento se mantenga.¹⁰

Las condiciones del mercado han hecho que se preste más atención a los incentivos para la producción audiovisual destinados a los productores, y estos incentivos desempeñan un papel fundamental a la hora de decidir en qué parte del mundo se realizan los proyectos. Al mismo tiempo, los gobiernos y demás autoridades son cada vez más conscientes de los beneficios económicos y estratégicos que se derivan de la industria audiovisual y responden a escala mundial con intervenciones políticas para fomentarla. Esto ha dado lugar al aumento de la oferta de incentivos.

El tamaño y el potencial del mercado mundial de contenidos en español también es de gran interés para los estudios, servicios de streaming, emisoras y otros productores.

A pesar de esta oportunidad a escala mundial, y del singular atractivo que ofrece México como mercado de producción, el país se está quedando rezagado ante la competencia. En la actualidad, México aún no ofrece un incentivo a nivel nacional, como el que se ha implementado en más de 100 países, estados y provincias del mundo.

Si bien el Gobierno mexicano ha reconocido la necesidad de invertir en la recuperación económica del sector audiovisual del país -con la ex secretaria de Economía Tatiana Clouthier esbozando una iniciativa en 2022 para establecer a México como líder internacional en la creación de contenidos audiovisuales- el país no cuenta con un incentivo comparable al que se ofrece en otros lugares.¹¹

2.3. El enfoque de SPI


Para este Estudio, SPI ha utilizado una serie de métodos y fuentes de investigación, como se indica en los apéndices. Fuentes de datos incluidas:

- **Consultas confidenciales** realizadas a más de 15 personas. Entre ellas, importantes productores mexicanos, agencias clave y comisiones filmicas.
- **Investigación documental**, incluyendo estudios y artículos sobre todas las facetas del sector audiovisual mexicano y la economía mexicana en general. Para ello también se realizó un análisis exhaustivo de jurisdicciones comparables tanto en América Latina - como Colombia, República Dominicana, Brasil y Argentina- como en el resto del mundo, incluidos California, Georgia, España y el Reino Unido.
- **Análisis de datos**, para fundamentar el desarrollo de una línea de referencia estimada de la actividad de producción en México y el desarrollo del modelo económico construido para este Estudio. México carece de datos sólidos relativos a la producción audiovisual, por lo que se consultaron diversas fuentes, incluidas publicaciones del IMCINE y de la Comisión de Filmaciones de la Ciudad de México, así como datos nacionales del INEGI, el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática de México.

⁹ Ampere Analysis

¹⁰ *Decade-long spending boom on original TV content expected to slow.* Financial Times, 03 de enero del 2023

¹¹ *La Secretaría de Economía presenta el proyecto de Impulso al Sector Filmico.* Secretaría de Economía, 03 de agosto del 2022. Accesible en: <https://www.gob.mx/se/articulos/la-secretaria-de-economia-presenta-el-proyecto-de-impulso-al-sector-filmico-310291>



Sección Dos –
El Crecimiento mundial de la
producción audiovisual e incentivos

3. EL CRECIMIENTO MUNDIAL DE LA PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL E INCENTIVOS ASOCIADOS

Esta sección ofrece una visión general sobre cómo la producción audiovisual se ha convertido en un **importante sector de crecimiento económico global**, y también considera cómo los gobiernos, incluso en América Latina, están respondiendo a esta oportunidad **mediante la implementación de incentivos**.

Se calcula que en 2022 el gasto mundial en contenidos **ha crecido un 6%, hasta alcanzar los 238.000 millones de dólares**.

Actualmente existen **107 incentivos a la producción audiovisual en todo el mundo**, destinados a estimular esta inversión.

3.1. El crecimiento de la producción audiovisual en el mercado mundial

En los últimos años se ha producido una avalancha mundial de producción audiovisual, impulsada principalmente por la gran demanda de todo tipo de contenidos por parte de consumidores e inversores por igual, incluidos servicios de streaming, emisoras y estudios. Tras la pandemia, la industria de la producción audiovisual se ha recuperado con fuerza a escala mundial, una tendencia impulsada en parte por las producciones que se interrumpieron durante la pandemia debido a los cierres de producción.

Aunque la pandemia detuvo temporalmente la producción en muchos lugares, provocó al mismo tiempo un aumento de los suscriptores de servicios de streaming que coincidió con el lanzamiento de varias plataformas de este tipo en nuevos mercados, como Disney+. Tras la pandemia, la industria se recuperó con fuerza, y en 2022 el gasto mundial en contenidos ascenderá a 238.000 millones de dólares, lo que supone un aumento previsto del 6%.¹² Todavía se espera un crecimiento del gasto, aunque a un ritmo menos pronunciado que en años recientes.

En un contexto más amplio, se estima que el sector mundial del entretenimiento y los medios de comunicación crecerá a una tasa anual compuesta del 4,6% entre 2021 y 2026, hasta alcanzar los 2,93 billones de dólares en el año 2026.¹³

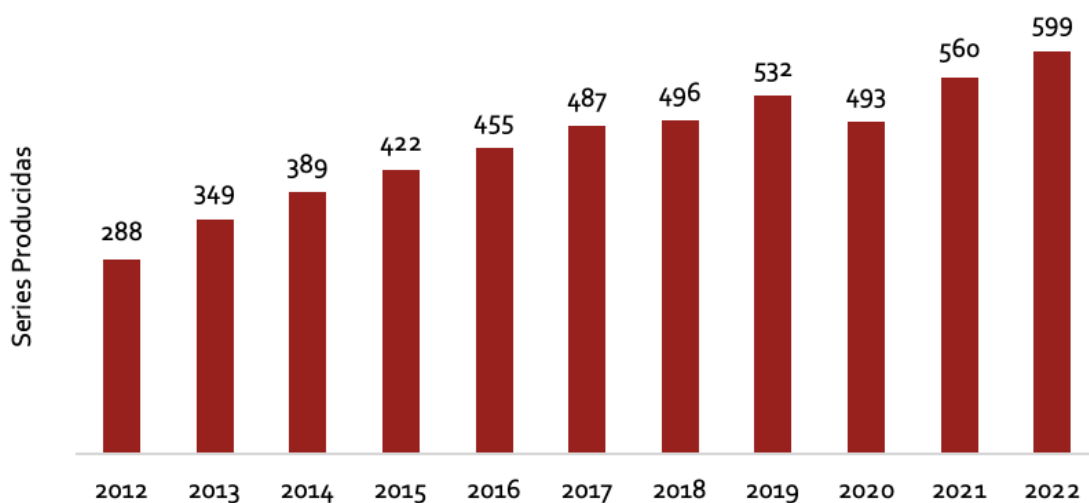
Gran parte del crecimiento de la producción audiovisual se ha visto impulsado por las series guionizadas, ya que encajan bien en el formato de los servicios de streaming - los proveedores de estos servicios buscan atraer a más suscriptores con contenidos originales y mantenerlos conectados y comprometidos con la plataforma por más tiempo, evitando así la pérdida de suscriptores.

Entre 2012 y 2022, el número de series originales guionizadas producidas en Estados Unidos se duplicó con creces: de 288 en 2012 a 599 en 2022. A pesar del impacto de la pandemia en 2020, solo se registró un descenso del 7% de 2019 a 2020. En 2021, se registró un aumento de alrededor del 14% con respecto a 2020.

¹² Ampere Analysis

¹³ *Perspectives from the Global Entertainment & Media Outlook 2022–2026*. pwc. Accesible en: <https://www.pwc.com/gx/en/industries/tmt/media/outlook/outlook-perspectives.html>

Figura 7 – La producción de series originales con guion en EE.UU., 2012-22



Fuente: FX Networks research

A nivel mundial, el volumen de producción de largometrajes también ha aumentado, aunque a un ritmo más lento (10% en cinco años).

El análisis realizado por SPI sobre dónde se gasta la inversión muestra que todas las regiones fuera de EE.UU. atraen más gasto en producción entrante que el gasto que se origina en el país.¹⁴ Esto subraya el valor de las producciones internacionales. En 2019, SPI estimó que América Latina atrajo solo el 3% de la inversión mundial en producción. Sin embargo, existen oportunidades significativas para que la región aumente su participación en el mercado mundial, en particular si continúa el crecimiento del panorama de incentivos en la región.

3.1.1. Impacto económico y estratégico de la producción audiovisual

El crecimiento de la producción audiovisual en todo el mundo también ha propiciado una mayor comprensión por parte de los legisladores de las repercusiones que esta actividad puede tener en diversas esferas.

Ante el panorama mundial actual, el impacto económico y la creación de empleo son de vital importancia para los gobiernos. La producción audiovisual, como tipo de fabricación especializada, crea empleos modernos, móviles y productivos. Su carácter único exige la creación de empleos especializados y bien remunerados en una serie de sectores, entre los que se incluyen los propios de la producción audiovisual (por ejemplo, guionistas, directores de fotografía y diseñadores de producción), pero también en sectores como el transporte, la construcción y servicio de alimentos y bebidas.

Las repercusiones económicas pueden ser muy significativas, ya que las producciones audiovisuales pueden inyectar grandes cantidades de gasto directo muy rápidamente en una economía y en torno a ella (véase el apartado 7). Además, suele generar un atractivo retorno de la inversión pública -en forma de ingresos por exportación-, así como aumentar la inversión extranjera, estimular el turismo, impulsar la imagen de marca nacional y reforzar el poder blando. Estas repercusiones estratégicas se suman a una serie de repercusiones culturales que generan los contenidos audiovisuales.

¹⁴ Global Screen Production – The Impact of Film and Television Production on Economic Recovery from COVID-19. SPI, junio 2020. Accesible en: <https://static1.squarespace.com/static/5f7708077cf66e15c7de89ee/t/60282af90267734564e0fedd/1613245181073/Global-Screen-Production-and-COVID-19-Economic-Recovery-Final-2020-06-25.pdf>

Estos valores se crean en la jurisdicción donde tiene lugar la producción, aunque esté financiada por una entidad de otro país.

3.2. La función de los incentivos

3.2.1. Los incentivos como instrumento de política pública

Dados los beneficios expuestos anteriormente en esta sección, en todo el mundo se están aplicando políticas públicas proactivas para estimular un mayor volumen de producciones nacionales e internacionales. El instrumento más utilizado por los legisladores es el incentivo a la producción audiovisual. Éste se ha convertido en un fenómeno en los últimos años, considerado quizá la estrategia más eficaz para el crecimiento de la producción. El hecho de que los incentivos desempeñen un papel tan fundamental en la financiación de proyectos significa que los productores son altamente sensibles a ellos, y los modelos de incentivos recién introducidos suelen ser objeto de una rápida inversión en producción debido a la importancia que tienen para los productores.

Estos sistemas proporcionan un rendimiento al productor basado en los gastos subvencionables realizados en esa jurisdicción. De este modo, no funcionan como instrumentos de financiación selectiva -es decir, basados en consideraciones subjetivas de calidad artística o potencial de audiencia-, sino como instrumentos económicos. Los sistemas de incentivos también pueden ser menos costosos de administrar que los fondos selectivos, aunque a menudo van acompañados de medidas de financiación selectiva para garantizar que se cumplen los objetivos económicos y culturales.

Para los gobiernos, funcionan como inversiones estratégicas y la actividad que estimulan puede considerarse en gran medida ingresos de exportación. Las repercusiones que tales modelos propician llegan en gran medida a los trabajadores nacionales y a la industria nacional, aunque el contenido esté financiado por una entidad extranjera.

Los incentivos también deben formularse para proporcionar adicionalidad: es decir, los proyectos y el gasto impulsados probablemente se habrían llevado a cabo en otra parte del mundo o de la región sin la oferta de incentivos. El impacto de los incentivos también es mensurable, y al estimular una inversión adicional sustancial en la producción, normalmente pueden medirse los beneficios mediante indicadores macroeconómicos como el VAB o el Producto Interno Bruto (PIB).

Los incentivos también permiten a los gobiernos y a sus organismos e instituciones medir y apoyar mejor las necesidades del sector de la producción audiovisual, así como el volumen y el valor de las producciones que se realizan y, por tanto, mostrar el crecimiento del sector a lo largo del tiempo.

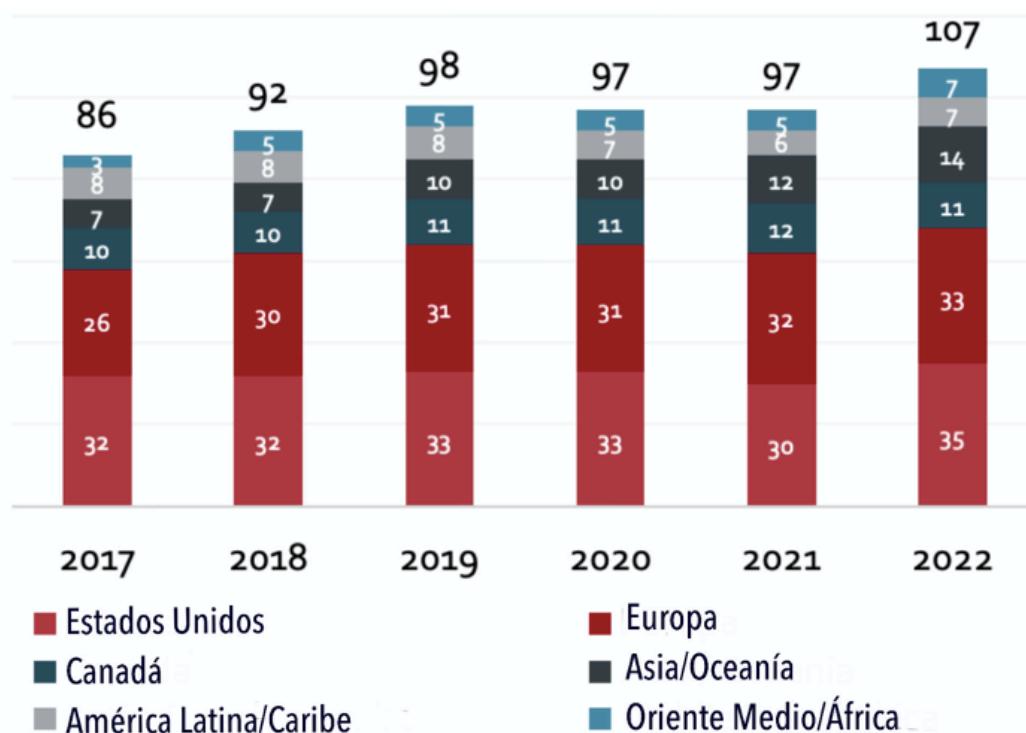
3.2.2. La expansión de los incentivos a escala mundial

La eficacia de los incentivos se ve subrayada por la rápida expansión de estos instrumentos en todo el mundo. En noviembre de 2022, había 107 sistemas en funcionamiento a escala nacional, estatal y provincial en todo el mundo.

El panorama está evolucionando rápidamente; en 2022 se introdujeron nuevos sistemas nacionales en Suecia, Arabia Saudita y Mongolia, y se mejoraron varios ya existentes. También se ha producido un aumento de los modelos de incentivos en ciudades y regiones subnacionales, especialmente en América Latina, donde se han lanzado nuevos modelos en Río de Janeiro y São Paulo (Brasil) y Buenos Aires (Argentina). Y este año en México, Jalisco ha anunciado un incentivo estatal. Estos modelos se analizan en la siguiente sección.

La Figura 8 ilustra el aumento constante de los incentivos automáticos ofrecidos a escala nacional, estatal y provincial en todo el mundo durante los últimos cinco años.

Figura 8 – Oferta mundial de incentivos audiovisuales, 2017-22



Fuente: SPI

3.2.3. Incentivos en América Latina y el Caribe

El panorama de los incentivos en América Latina se ha desarrollado a un ritmo más lento que en otras regiones del mundo, en particular Estados Unidos y Europa, pero es evidente que los gobiernos latinoamericanos están invirtiendo estratégicamente en la producción audiovisual mediante la aplicación de incentivos. En el último año, ha habido una marcada tendencia en América Latina a la creación de incentivos a niveles estatales y municipales.

Los incentivos que se ofrecen actualmente en América Latina y el Caribe se resumen en el siguiente cuadro y se exponen a continuación. La tabla también explica cómo se formula el incentivo: Los descuentos en efectivo (cash rebate) devuelven al productor un importe determinado de los gastos de producción subvencionables; los créditos fiscales contraponen el incentivo a los impuestos adeudados por la empresa productora. Estos últimos pueden ser reembolsables si el crédito es superior al adeudo, o transferibles, es decir, pueden venderse a terceros para que éstos los utilicen.

Tabla 1 – Panorama de los incentivos en América Latina y el Caribe

Jurisdicción	Incentivo
Buenos Aires, Argentina	20% descuento en efectivo
Islas Caimán	Detalles por confirmar
Chile	35% descuento en efectivo
Colombia	35% crédito fiscal transferible

Jurisdicción	Incentivo
República Dominicana	25% crédito fiscal transferible
Ecuador	37% crédito fiscal transferible
Jalisco, México	Descuento en efectivo del 40% en gastos de servicios audiovisuales y hasta el 20% de descuento en gastos de servicios de logística audiovisual
Jujuy, Argentina	20% descuento en efectivo
Mendoza, Argentina	40% descuento en efectivo
Panamá	25% descuento en efectivo
Puerto Rico	20%-40% crédito fiscal
Rio de Janeiro, Brasil	30%-35% descuento en efectivo
São Paulo, Brasil	30% descuento en efectivo
Trinidad y Tobago	12.5%-35% descuento en efectivo
Uruguay	10.6%-25% descuento en efectivo
Islas Vírgenes EE. UU.	19%-29% descuento en efectivo

Fuente: SPI. Cifras correctas en abril 2023

Buenos Aires, Argentina: ofrece un reembolso de hasta el 20% del gasto, destinada a proyectos internacionales. La convocatoria estuvo abierta del 1 al 31 de octubre de 2022 y recientemente se ha anunciado la selección de 12 proyectos.¹⁵

Islas Caimán: en noviembre de 2022, las Islas Caimán lanzaron un primer vuelo sin escalas desde el aeropuerto de Los Ángeles a Gran Caimán. En el lanzamiento de la ruta, el ministro de Turismo y Transporte de las Islas Caimán anunció que las Islas Caimán introducirán incentivos para la producción audiovisual en 2023.¹⁶

Chile: ofrece un descuento en efectivo del 35%. El plazo de presentación de solicitudes más reciente se cerró el 23 de noviembre de 2022, con seis proyectos que recibieron financiación a

¹⁵ Rodríguez Larreta anunció que la Ciudad apoyará a 12 proyectos audiovisuales nacionales realizados con inversión internacional que se filmarán en la Ciudad. Primera Noticia, 2023. Accesible en: <https://www.primeranoticia.com.ar/2023/02/16/rodriguez-larreta-anuncio-que-la-ciudad-apoyara-a-12-proyectos-audiovisuales-nacionales-realizados-con-inversion-internacional-que-se-filmaran-en-la-ciudad/>

¹⁶ First Non-Stop Flight from LAX to the Cayman Islands Takes Off. Forbes, noviembre 2022. Accesible en: <https://www.forbes.com/sites/michaelgoldstein/2022/11/10/first-non-stop-flight-from-lax-to-the-cayman-islands-arrives/?sh=44aeced023c9>

través del Fondo de Inversión Audiovisual (FIA), quedando otros tres proyectos en lista de espera.¹⁷ La Región de Magallanes de Chile también ha anunciado un descuento del 40% con un gasto mínimo de 200.000 dólares.

Colombia: uno de los principales centros de producción internacional de América Latina, ofrece dos incentivos distintos para proyectos internacionales: el descuento del Fondo Fílmico de Colombia (FFC), con un presupuesto de unos 4-6 millones de dólares; y los Certificados de Inversión Audiovisual (CINA), un crédito fiscal transferible que en 2022 tendría un límite máximo de unos 68 millones de dólares.

República Dominicana: uno de los principales centros de la industria en el Caribe, la República Dominicana ofrece un crédito fiscal transferible del 25%.

Ecuador: la Asamblea Nacional de Ecuador aprobó por unanimidad un proyecto de Ley para la Transformación Digital y Audiovisual que, siguiendo el modelo del sistema colombiano, creará el Certificado de Inversión Audiovisual (CINA), un crédito fiscal transferible del 37% para las producciones audiovisuales.¹⁸

Jalisco (México): en 2023, el Gobernador de Jalisco anunció un nuevo incentivo estatal ofreciendo un descuento del 40 % de los gastos en servicios audiovisuales y de hasta el 20 % de los gastos en servicios logísticos audiovisuales.¹⁹

Jujuy, Argentina: en 2023, la provincia de Jujuy, en el noroeste de Argentina, anunció un descuento del 20 %. Abierta hasta el 1 de mayo de 2023, la convocatoria de proyectos es para largometrajes o series de ficción o documentales con una inversión mínima aproximada de 117.000 dólares.²⁰

Mendoza, Argentina: en enero de 2023 se confirmó un nuevo incentivo regional para la región de Mendoza. Ofrece un descuento del 40% para las producciones que se realicen en la región con un presupuesto de 500 millones de pesos argentinos.²¹

Panamá: Panamá ofrece un programa de descuentos del 25%.

Puerto Rico: en Puerto Rico se ofrecen incentivos de crédito fiscal, del 40% para empresas e individuos de Puerto Rico y del 20% para los no residentes que cumplan los requisitos de gasto.

Río de Janeiro, Brasil: lanzado en 2022, Río ofrece un reembolso de hasta el 35% del gasto.

São Paulo, Brasil: en diciembre de 2022, se lanzó la segunda edición del incentivo de São Paulo. La financiación asignada fue cuatro veces superior a la de la primera edición, con 27 millones de BRL (5 millones de USD) destinados a producciones internacionales y 9 millones de BRL (1,7 millones de USD) para coproducciones. El incentivo de São Paulo ofrece entre un 20% y un 30% de descuento en efectivo, con un límite máximo por proyecto de 13,5 millones de BRL

¹⁷ *Audiovisual Investment Funds*. Fondos Cultura, noviembre 2022. Accesible en: <https://www.fondosdecultura.cl/fia-2022/#:-:text=Esta%20convocatoria%20tiene%20por%20objetivo,inicio%20de%20actividades%20en%202022>

¹⁸ *Asamblea Nacional aprueba por unanimidad el Proyecto de Ley para la Transformación Digital*. Asamblea Nacional, diciembre 2022. Accesible en: <https://www.asambleanacional.gob.ec/es/noticia/86074-asamblea-nacional-aprueba-por-unanimidad-el-proyecto-de>

¹⁹ *Consolidarán a Jalisco Como el Hub de Producciones Fílmicas, Talento, Innovación y Alta Tecnología Más Importante de Latinoamérica a Través de las Políticas Públicas Filma Jalisco y Jalisco Tech Hub Act*. Gobierno del Estado de Jalisco, 21 de febrero de 2023. Accesible en: <https://www.jalisco.gob.mx/es/prensa/noticias/155897>

²⁰ *Jujuy lanza programa de cash rebate para producciones nacionales e internacionales*. Latam Cinema, 13 de abril 2023. Accesible en: <https://www.latamcinema.com/jujuy-lanza-programa-de-cash-rebate-para-producciones-nacionales-e-internacionales/>

²¹ *Devolverán 40% a producciones audiovisuales hechas en Mendoza*. Sitio Andino, noviembre 2022. Accesible en: <https://www.sitioandino.com.ar/economia/devolveran-40-producciones-audiovisuales-hechas-mendoza-n5640921>

(2,5 millones de dólares) para producciones internacionales y 3 millones de BRL (560.000 dólares) para coproducciones.²²

Trinidad y Tobago: el Programa de Reembolso de los Gastos de Producción ofrece entre un 12,5% y un 35% en función de los gastos, con un descuento adicional del 20% aplicado a la mano de obra local.

Uruguay: el Programa Audiovisual ofrece un incentivo del 25% si los gastos uruguayos se sitúan entre 300.000 y 4 millones de dólares; del 17,5% si los gastos uruguayos se sitúan entre 4 y 8 millones de dólares; y del 10,6% si los gastos uruguayos superan los 8 millones de dólares.

Islas Vírgenes de EE. UU.: el Programa de Turismo Sostenible a través de las Artes (*Sustainable Tourism Through Arts-Based Revenue Stream*) consiste en un crédito fiscal y un descuento en efectivo. El crédito fiscal es del 10% para contrataciones de residentes del 20%-25%, del 15% para contrataciones de residentes del 25,1%-30%, o del 17% para contrataciones de residentes del 30,1% o más. El descuento en efectivo es del 9%.

²² *Governo do Estado de SP Lanca ampliação do Programa de Atração de Filmagens a Cidade e ao Estado de São Paulo.* Cultura e Economia Criativa, diciembre 2022. Accesible en: <https://www.cultura.sp.gov.br/governo-do-estado-de-sp-lanca-ampliao-do-programa-de-atracao-de-filmagens-a-cidade-e-ao-estado-de-sao-paulo/>

Sección Tres – El potencial de un incentivo para la producción audiovisual en México



4. EL POTENCIAL DE UN INCENTIVO A LA PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL PARA MÉXICO

En esta sección se examina el **sector de la producción audiovisual actual** en México, incluyendo el **tipo de proyectos** que se realizan en el país, y el impacto que un incentivo podría tener en la **expansión de la actividad**.

El **talento, la infraestructura, los costos base, la ubicación y la proximidad a EE.UU.** son factores que despiertan el interés de los inversores internacionales por México.

Debido al **auge de los contenidos en español**, México está bien situado estratégicamente.

Sin embargo, sin la implementación de incentivos, **es probable que la producción disminuya** en México.

4.1. Panorama actual de la producción audiovisual mexicana

México tiene una larga trayectoria como centro de producción audiovisual: el país lleva más de 100 años produciendo contenidos audiovisuales. México cuenta con una base de talento muy visible y reconocida en todo el mundo. Esto incluye a cineastas galardonados como Guillermo del Toro, Alfonso Cuarón y Alejandro González Iñárritu, actores como Gael García Bernal, Diego Luna y Salma Hayek, y jefes de departamento clave como los directores de fotografía Emmanuel Lubezki, Guillermo Navarro y Rodrigo Prieto. Además, México es fuerte en otras funciones creativas clave, como el diseño de producción.

Las producciones mexicanas también son reconocidas a nivel mundial, con películas como *El laberinto del fauno*, de Guillermo del Toro, o *Roma*, de Alfonso Cuarón, aclamadas por la crítica - en esta última galardonada con tres Oscar. El cine independiente nacional también es aclamado por la crítica, siendo algunos ejemplos *La Región Salvaje* (2016) dirigida por Amat Escalante o *Las Hijas de Abril* (2017) dirigida por Michel Franco que fueron reconocidas en festivales como Venecia, San Sebastián y Cannes. Las películas mexicanas también gozan de demanda entre el público de todo el mundo: *Instructions Not Included*, estrenada en 2013, recaudó más de 100 millones de dólares en taquilla, de los cuales 56 millones procedieron del extranjero.

El talento de México y la calidad artística y técnica de su industria hacen del país un foco de gran atractivo para la producción audiovisual, tanto nacional como internacional. De hecho, México es un país de interés clave para los inversores extranjeros.

Esto se debe a varios atributos únicos, como el tamaño del mercado audiovisual mexicano y la amplia base de audiencia hispanohablante mundial. Ésta comprende más de 500 millones de personas en todo el mundo, es decir, alrededor del 8% de la población mundial. Otro atractivo clave de México es su bajo costo en comparación con los EE. UU., así como su proximidad a los responsables de la toma de decisiones de producción, y a las principales bases de producción y talento de ese país. México también ofrece una gama única y variada de locaciones naturales y construidas.

No obstante, existen algunos aspectos negativos, incluyendo percepciones sobre la dificultad para recuperar el IVA en México.

A pesar de ello, el sector de la producción audiovisual en México ha estado muy activo en los últimos años, especialmente tras la pandemia de COVID-19.²³ La gran demanda de los consumidores durante la pandemia y los cierres iniciales de la producción fueron seguidos de un repunte significativo en algunos mercados, entre ellos el mexicano. Sin embargo, hay indicios de que este aumento no se mantendrá al mismo nivel en los próximos años - véase la Sección 4.1.2.

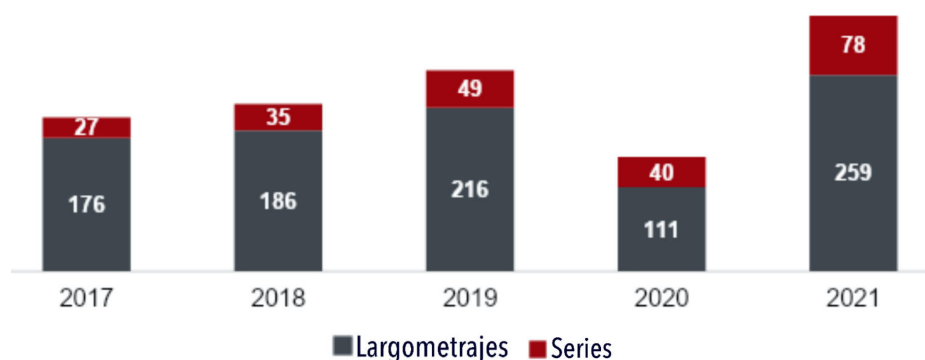
El sector de la producción audiovisual del país goza de gran actividad con producciones nacionales y de gama media, pero no suele atraer largometrajes o series internacionales de gran presupuesto. Esto está estrechamente relacionado con la falta de incentivos: los proyectos de alto presupuesto se centran especialmente en sufragar los gastos y, por tanto, se dirigen a mercados de producción que ofrecen niveles de cualificación e infraestructuras muy elevados, así como incentivos atractivos, como por ejemplo el Reino Unido, Canadá, la República Dominicana, el estado norteamericano de Georgia, Australia y Nueva Zelanda.

Como se indica en la Sección 8.4, México puede carecer en algunos ámbitos de disposiciones para proyectos de presupuesto muy elevado, pero podría desarrollar rápidamente estas disposiciones si se creara un incentivo.

Una mayoría significativa de la actividad de producción audiovisual de México tiene lugar en Ciudad de México. Según datos de la Comisión Fílmica de la Ciudad de México, la inversión en la industria cinematográfica y audiovisual en la Ciudad de México ascendió a 11,300 millones de pesos mexicanos (563,8 millones de dólares) en 2021 y a 13,100 millones de pesos mexicanos (656,2 millones de dólares) en 2022.²⁴ Esto representa la producción nacional e interna de cine, televisión y comerciales.

En estados como Jalisco, Durango, Baja California Sur y Nuevo León hay cierta actividad de producción fuera de la Ciudad de México, pero en menor volumen. Considerando la producción de largometrajes por estado, del número total de 259 largometrajes nacionales producidos en 2021, el 35% se produjeron en la Ciudad de México, el 12% en Jalisco y el 7% en Baja California Sur.^{25, 26}

Figura 9 – Largometrajes y series producidas en México 2017-21



Fuente: Anuario Estadístico de Cine Mexicano, 2021, 2020, 2019, 2018 y 2017.
Accesible en: <http://anuariocinemx.imcine.gob.mx/Inicio/EdicionesAnteriores>

²³ CDMX perdió 150 MDD por paro fílmico: Saldaña. *El Universal*, agosto de 2020. Accesible en: <https://www.eluniversal.com.mx/espectaculos/cdmx-perdio-150-mdd-por-paro-filmico-saldana>

²⁴ Anuario Estadístico de la Comisión de Filmaciones de la Ciudad de México, 2021 (página 140) y 2022 (página 145)

²⁵ *Anuario de Cine*. Imcine, enero 2023. Accesible en: <http://anuariocinemx.imcine.gob.mx/Assets/anuarios/2021.pdf>

²⁶ En enero se anunciaron planes para una Ciudad de Contenidos en Guadalajara, así como la introducción de incentivos estatales en Jalisco. *Guadalajara Content City Planned by Micelio Media Group as Jalisco Announces New Incentives*. Ibid

En términos de volumen, en México se producen más largometrajes que series. Si bien la producción de series en México ha experimentado cierto aumento desde COVID-19, cabe señalar que el volumen de proyectos aún está algo lejos de la actividad observada en los principales mercados - donde la producción de series ha impulsado un crecimiento significativo en los últimos años. Esto subraya la sensibilidad de los productores de este tipo de proyectos a los incentivos cuando se trata de situar series dramáticas a escala internacional.

4.1.1. Potencial de crecimiento del sector de la producción audiovisual

Como se ha señalado en la sección anterior, los atributos naturales de México y sus capacidades de producción audiovisual hacen que esté preparado para un crecimiento inmediato en respuesta a la implementación de un incentivo para la producción audiovisual. El país ya es capaz de manejar grandes volúmenes de producción -aunque le cuesta competir por las producciones de mayor presupuesto- tiene costos bajos y el personal mexicano es muy respetado. Un incentivo ayudaría a impulsar rápidamente la posición de México en el mercado mundial.

Con más de 62 millones de hispanohablantes en Estados Unidos y casi 500 millones de hispanohablantes en todo el mundo, los inversores en contenidos están muy interesados en la producción en español. Dados los atributos preexistentes de México, descritos en la sección anterior, existe un importante potencial de crecimiento. Durante los últimos años, los servicios de streaming y otros inversores identificaron la oportunidad de la producción en español y han estado invirtiendo fuertemente en España y en contenidos en español.²⁷

La Casa de Papel, una serie de televisión española de Netflix que consiguió alcanzar el top 10 en más de 85 países (entre ellos Francia, India y Rusia), también demostró que las fronteras de los contenidos nacionales se han abierto, y el público está más receptivo que nunca a ver contenidos en otros idiomas. Por lo tanto, la oportunidad del español no se limita al público hispanohablante.²⁸

En los últimos años, los servicios de streaming y los estudios han estado produciendo y adquiriendo contenido en México y planean continuar su inversión en el país. Netflix abrió su sede para América Latina en la Ciudad de México en 2019, y gastó 200 millones de dólares en 2020 en la producción de contenidos que ayudaron a la recuperación de la industria después de que se detuviera durante meses debido al COVID-19.²⁹ Netflix también se ha comprometido a invertir 300 millones de dólares en los próximos años y ya ha adquirido largometrajes nacionales como la comedia romántica *¡No culpes al karma!* de Elisa Miller y *¡Qué viva México!* de Natalia Beristain.³⁰ La plataforma de streaming también ha invertido mucho en televisión, produciendo programas como *Oscuro Deseo*, que se ha convertido en un éxito mundial, y cuya segunda temporada llegó al top 10 de Netflix en más de 65 países.³¹

Por su parte, Amazon también se ha comprometido a invertir 300 millones de dólares en producción para 2022-24, lo que se traduce en unas 50 producciones locales.³² Otras plataformas también están impulsando la producción en el país, como por ejemplo Particular

²⁷ *How Investment from US Streamers has transformed the Spanish Production Landscape*. ScreenDaily, julio 2021. Accesible en: <https://www.screendaily.com/features/how-investment-from-us-streamers-has-transformed-the-spanish-production-landscape/5161343.article>

²⁸ *Netflix Top 10*. Netflix, enero 2023. Accesible en: <https://top10.netflix.com>

²⁹ *Spanish Streaming Wars escalate as Hollywood moves past lip service*. Junio 2021. Accesible en: <https://www.latimes.com/entertainment-arts/business/story/2021-06-13/spanish-streaming-wars-escalate-netflix-hbo-max-disney-plus-pantaya>

³⁰ *How streamer investment and a revamped public funding mechanism are driving Mexico's production scene*. ScreenDaily, septiembre 2022. Accesible en: <https://www.screendaily.com/features/how-streamer-investment-and-a-revamped-public-funding-mechanism-are-driving-mexicos-production-scene/5174507.article>

³¹ *Netflix Top 10*. Netflix, enero 2023. Accesible en: <https://top10.netflix.com>

³² *How streamer investment and a revamped public funding mechanism are driving Mexico's production scene*. Ibid

Crowd (la marca de cine original de Warner Bros Discovery Latin America) y el nuevo canal premium ViX+ de TelevisaUnivisión.

4.1.2. Perspectivas para la producción audiovisual en México

Aunque el sector de la producción audiovisual en México ha estado muy activo, existe la posibilidad de que los niveles de producción disminuyan en los próximos años. Esto se debe a varios factores, entre ellos una desaceleración del crecimiento de la producción mundial, que aumentó bruscamente desde el momento más crítico de la pandemia. Las macro-tendencias, como el aumento de la inflación y de los costos de producción, contribuyen a que se preste más atención a los incentivos, por ejemplo, en España se han introducido mejoras significativas a principios de 2023 (véase la Sección 5.3.9), y en otros mercados latinoamericanos se han introducido nuevos incentivos. Entre los más recientes, cabe citar un nuevo proyecto de ley que ofrece un crédito fiscal transferible del 37% para producciones audiovisuales en Ecuador y un notable aumento de los incentivos regionales en América Latina, entre ellos Argentina y Brasil. (Véase la Sección 3.2.3).

Sin un programa de incentivos, es probable que en los próximos años México experimente un descenso en la demanda de producción con respecto a los niveles actuales. Esto se debe a factores superpuestos e interrelacionados. Además de una corrección post-pandémica, las fuertes presiones inflacionarias sobre la producción audiovisual están incrementando el enfoque en mercados con incentivos como Colombia, República Dominicana, Argentina y España. A pesar de los atributos únicos de México como destino de producción, para algunos tipos de producciones - particularmente aquellas con mayores presupuestos - los incentivos ofrecidos por los competidores de México son simplemente más atractivos. Por lo tanto, la falta de incentivos coloca a México en una desventaja significativa en términos de su capacidad para competir por proyectos de escala internacional. De hecho, los consultados sugieren que algunas producciones ambientadas en México se han rodado en otros mercados que sí cuentan con incentivos.

Otra desventaja que tiene México a la hora de atraer la producción internacional es su considerable economía informal. Dado que no todas las áreas de la economía están plenamente formalizadas, esto puede crear incertidumbre para las producciones extranjeras que presupuestan y emprenden una producción en el país. La introducción de un incentivo exigiría responsabilidad financiera - incluyendo facturación completa y auditorías - y por consiguiente ayudaría a impulsar la formalización del sector. Esta cuestión se analiza con más detalle en la Sección 8.3.

Un reto clave a la hora de considerar las perspectivas de la producción es la falta de datos. México no dispone de estadísticas oficiales de producción audiovisual a nivel federal, lo que dificulta el establecimiento de una base de referencia que sustente la política y la estrategia del sector. Establecer un enfoque para la obtención de datos de este tipo debería estar estrechamente vinculado a un incentivo, y en la Sección **Error! Reference source not found.** se formulan algunas recomendaciones de alto nivel.

4.2. La evolución de los incentivos nacionales en México.

Como mercado de producción audiovisual, México ha ofrecido diversas medidas de apoyo a lo largo de los años y, de hecho, el Gobierno mexicano anunció planes para implementar un nuevo incentivo en 2022 que se presume no han progresado.

En 1997, el Gobierno mexicano creó el FOPROCINE. Se trataba de un fondo de apoyo a la producción audiovisual con una convocatoria anual que apoyaba la producción o postproducción de proyectos de más de 60 minutos. El FOPROCINE podía financiar hasta el 80% del costo de una película, y los proyectos a financiar eran seleccionados por un comité, es decir, se trataba de un fondo selectivo y no de un incentivo que se activaba automáticamente

en función de los gastos subvencionables. Las ayudas oscilaban entre los 125.000 MXN (unos 6.500 dólares) y los 10 millones de MXN (unos 520.000 dólares).

En 2001 se creó el FIDECINE, cuya primera convocatoria tuvo lugar en 2002. Este fondo se creó para apoyar la producción, posproducción, distribución y exhibición de largometrajes comerciales de ficción y animación de México. Este fondo cubría hasta el 49% del presupuesto total de la producción y se enfocaba en material comercial que pudiera tener un buen desempeño en la taquilla. Las cantidades ofrecidas oscilaban entre los 740.000 MXN (unos 39.000 dólares) y los 10 millones de MXN (unos 520.000 dólares).

En 2019, ambos incentivos fueron eliminados, a pesar de las protestas de la industria audiovisual mexicana. FOPROCINE apoyó un total de 185 proyectos durante su operación, y FIDECINE un total de 129 proyectos.

En 2021, el IMCINE puso en marcha el programa de financiación Focine para la producción, exhibición y conservación de archivos. La última convocatoria de Focine añadió una nueva forma de apoyo a proyectos de cine experimental.³³

Por su parte, el EFICINE 189 ha operado desde 2007, y es un incentivo fiscal para la inversión en producción y distribución de proyectos cinematográficos nacionales, haciendo referencia al artículo 189 de la Ley del Impuesto sobre la Renta, que es donde se delinea el incentivo. Este fondo permite una reducción del impuesto sobre la renta para las personas físicas que inviertan en la producción y distribución audiovisual. Para la producción, el monto por contribuyente y por proyecto debe ser menor a 20 millones de pesos mexicanos (alrededor de 1 millón de dólares) y menor al 10% del impuesto sobre la renta del contribuyente. El importe máximo anual total de las ayudas a la producción se fija en 650 millones de MXN (unos 33,6 millones de USD) y los proyectos subvencionados se eligen por comité en lugar de activarse automáticamente en función del gasto de producción, modelo utilizado por los principales sistemas de incentivos. Para los productores, el modelo automático es preferible porque ofrece seguridad. EFICINE 189 sólo está abierto a producciones nacionales, que se describen como producciones en las que más del 70% de los gastos de producción se realizan en México y más del 70% del reparto y el equipo tienen nacionalidad mexicana. Las coproducciones realizadas en el marco de tratados también se clasifican como producciones nacionales.³⁴ EFICINE 189 apoya a alrededor de 60 películas al año en promedio.

Por último, México ofrece una devolución del 15% del IVA a los proyectos internacionales. Sin embargo, se trata de una práctica habitual en todo el mundo, y no debe considerarse un incentivo, sobre todo porque, al parecer el IVA no siempre se devuelve a los productores de forma consistente.

³³ *En 2023 continúa el apoyo al cine mexicano: Imcine abre las 12 convocatorias del programa Focine.* Gobierno de México, 02 de enero de 2023. Accesible en: <https://www.gob.mx/cultura/prensa/en-2023-continua-el-apoyo-al-cine-mexicano-imecine-abre-las-12-convocatorias-del-programa-focine>

³⁴ *Reglas generales EFICINE.* EFICINE, 24 de diciembre de 2020. Accesible en: <https://www.imcine.gob.mx/media/2022/3/reglasgeneraleseficine2021.pdf>

5. COMPARACIÓN DE MERCADOS E IMPACTO DE LOS INCENTIVOS

Esta sección examina el **impacto** de los incentivos a la producción audiovisual en una **serie de mercados comparables**.

Se incluyen tanto los mercados de habla hispana como los de habla no hispana, y se analizan los **datos correspondientes a la producción tras la introducción de un incentivo**.

Los incentivos son **herramientas fundamentales para estimular el crecimiento de la producción**.

Muchos mercados registran un **crecimiento significativo de la producción audiovisual en los años posteriores a la introducción de un incentivo**, sobre todo cuando no existen límites presupuestarios significativos.

5.1. Introducción

Para la elaboración de las proyecciones para México, se ha llevado a cabo una investigación detallada de una serie de mercados de producción audiovisual con distintos niveles de madurez que implementan la incentivación. Esto incluye mercados hispanohablantes como Argentina, Brasil, la República Dominicana y España. Varios de estos mercados introdujeron incentivos hace varios años, y el progreso de la producción audiovisual en respuesta a estas medidas políticas puede analizarse a lo largo del tiempo.

Además, se ha evaluado el impacto de los incentivos en algunos mercados no hispanohablantes. Esto incluye mercados con el tipo de incentivo capaz de atraer producciones de cine y televisión internacional de gran presupuesto, por los cuales México también podría competir si se introdujera un incentivo. Esto incluye mercados de varios estados de EE. UU. - incluyendo California y Georgia- y mercados nacionales como Australia y el Reino Unido.

Naturalmente, México no es idéntico a ninguno de estos mercados. El desarrollo de su sector audiovisual a lo largo de muchos años es único, como lo son sus prioridades políticas y la formulación de la configuración de su política audiovisual. Por otra parte, también es notable la variación del costo de producción antes de los incentivos entre los distintos mercados. No obstante, un análisis comparable subraya el papel fundamental que desempeñan los incentivos en el desarrollo de las industrias audiovisuales de muchos otros países del mundo.

Las jurisdicciones cuentan con distintos enfoques para realizar el seguimiento de la actividad de producción, desde los gastos de producción, los tipos de producciones registradas, hasta el número de producciones nacionales e internacionales que se llevan a cabo. Sin embargo, dado que cada zona dispone de fuentes y tipos de datos diferentes, la información en esta sección no es directamente comparable entre jurisdicciones, ni con México. Más bien, la demostración de estos datos contribuye a una visión más amplia del impacto que los incentivos han tenido y siguen teniendo en diversas industrias de producción audiovisual, a nivel mundial.

5.2. La posición de México en el mercado mundial

Para ilustrar la posición de México en el mercado, se han analizado varios mercados para examinar cómo se compara el gasto en el sector mexicano del cine y la televisión en relación con el tamaño de la jurisdicción y su oferta de incentivos.

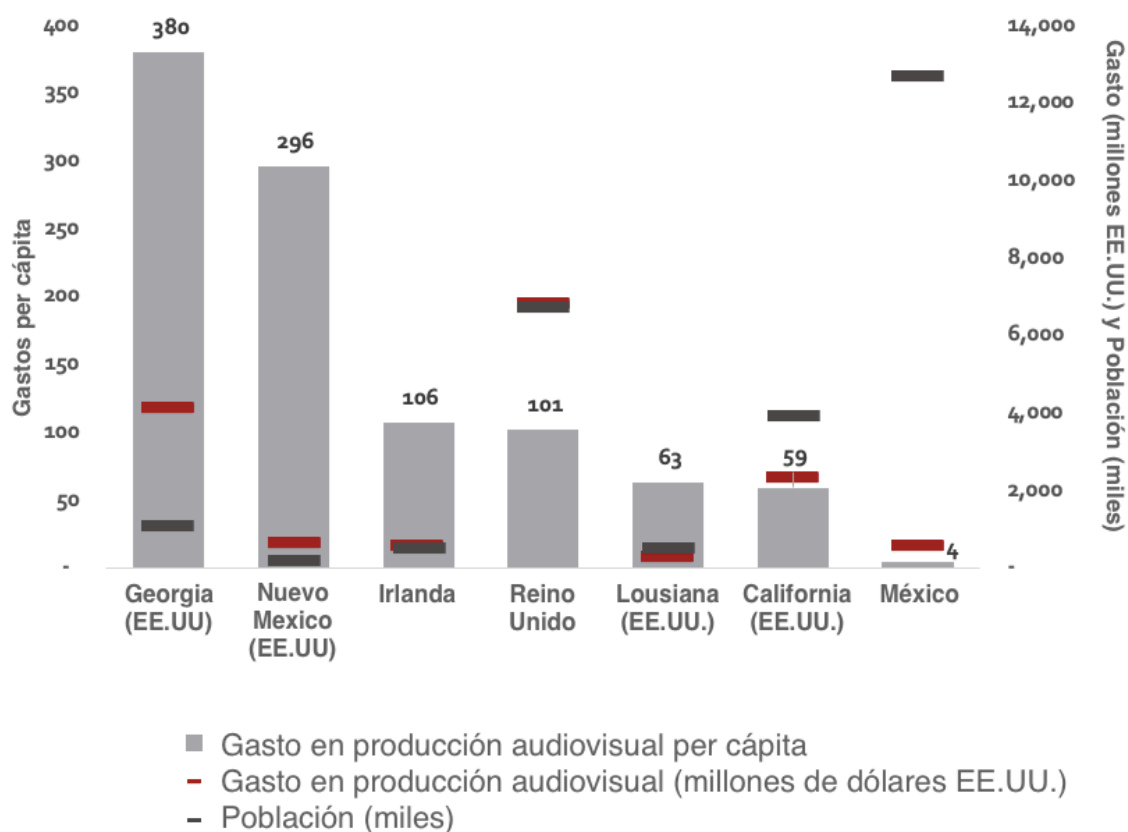
Al no contar con incentivos, en la actualidad, México no es considerado como un mercado de alto nivel. El país puede haber experimentado cierto crecimiento en la producción de películas y series entre 2019 y 2021, y actualmente se considera activo según los estándares históricos, pero tiene un rendimiento significativamente inferior en términos del crecimiento comparativo observado en el sector a nivel mundial, y en una serie de mercados individuales. Su rendimiento también es inferior si se mide por la relación entre el gasto en producción audiovisual y la población de los mercados de comparación.

Por ejemplo, se estima que el gasto base para la producción de cine y televisión en México en 2021, de 546 millones de dólares, es más de siete veces inferior al gasto realizado en el estado estadounidense de Georgia en el ejercicio fiscal 2021/22, a pesar de que la población de México es casi 12 veces mayor que la de Georgia. El Reino Unido, por ejemplo, registró un gasto 12 veces superior al de México en 2021, a pesar de tener aproximadamente la mitad de la población de México.

México se sitúa en los últimos puestos del siguiente análisis de la relación entre gasto y población. Con 129 millones de habitantes, México tiene la mayor población de todas las jurisdicciones comparadas, más del doble que el Reino Unido.

Es importante señalar que este análisis es indicativo. Los datos de gasto se recogen y publican de forma diferente en las distintas jurisdicciones, por lo que algunos datos podrían no corresponder exactamente al mismo periodo de tiempo, o contener sólo una parte del gasto total del país. Un ejemplo de ello es California, que sólo proporciona datos de gasto para los proyectos cubiertos por el incentivo. No todas las producciones de California reciben incentivos estatales, lo que significa que es probable que el gasto real de producción en California sea significativamente superior.

Figura 10 – Análisis indicativo de los mercados de comparación seleccionados según la relación entre el gasto en producción audiovisual y la población



Nota: Este análisis es meramente indicativo. Los datos corresponden al año natural 2021 o al ejercicio fiscal 2021/22, salvo que se indique lo contrario. Los datos de gasto se recogen, asignan y publican de forma diferente en las distintas jurisdicciones, por lo que algunos datos podrían no corresponder exactamente al mismo periodo de tiempo o contener sólo una parte del gasto total del país. Fuente de los datos de población: Para los países, Banco Mundial. Accesible en: <https://data.worldbank.org/indicador/SP.POP.TOTL> Para datos estatales de EE.UU., Departamento del Censo Accesible en: <https://www.census.gov/data/tables/time-series/demo/popest/2020s-state-total.html>

Si el mercado mexicano alcanzara el nivel de Implementación Total, el gasto en producción audiovisual en el país aumentaría rápidamente. Las previsiones de este Estudio son conservadoras, y México tiene potencial para superar rápidamente estas estimaciones. Como se indica en la siguiente figura, con un incentivo y una estrategia de desarrollo sectorial vinculada, México podría convertirse rápidamente en un mercado de nivel medio alto.

Figura 11 – Resumen de la posición actual y potencial de México en el mercado



5.3. Análisis por jurisdicción

5.3.1. Australia

El sistema federal australiano de incentivos para la producción audiovisual abarca desde la producción hasta la posproducción, e incluye los siguientes componentes: la Compensación al Productor, la Compensación a la Locación y la Compensación PDV (Posproducción, Efectos Digitales y Visuales), así como el Incentivo a la Locación. Los distintos tipos de incentivos han sufrido variaciones a lo largo de los años, pero se centran en fomentar el apoyo a la producción interna y nacional de proyectos de presupuesto medio a alto.³⁵

³⁵ Screen Tax Incentives webpage. Ausfilm website. Accesible en: <https://www.ausfilm.com.au/incentives/>

Tabla 2 – Incentivos en Australia

	Compensación al Productor	Compensación Posproducción, Efectos Visuales y Digitales (PDV)	Compensación por Locación
Tipo	Crédito Fiscal	Crédito Fiscal	Crédito Fiscal
Beneficio	40% para largometrajes estrenados en salas; 30% para otras producciones	30%	16.5%
Beneficio adicional	-	-	13,5% a través del Programa de Incentivos a la Localización, una subvención por méritos con condiciones distintas
Límite por proyecto	-	-	-
Presupuesto / Límite anual	-	-	-
Formatos subvencionables	40%: largometrajes estrenados en salas de cine, incluidos documentales, animación e Imax 30%: dramas individuales y documentales, incluidos largometrajes estrenados en DVD o en línea, series de televisión, series documentales y cortometrajes de animación	Películas Series de TV Otros programas TV Documentales Otros	Películas Series de TV Otros programas de TV Documentales Otros

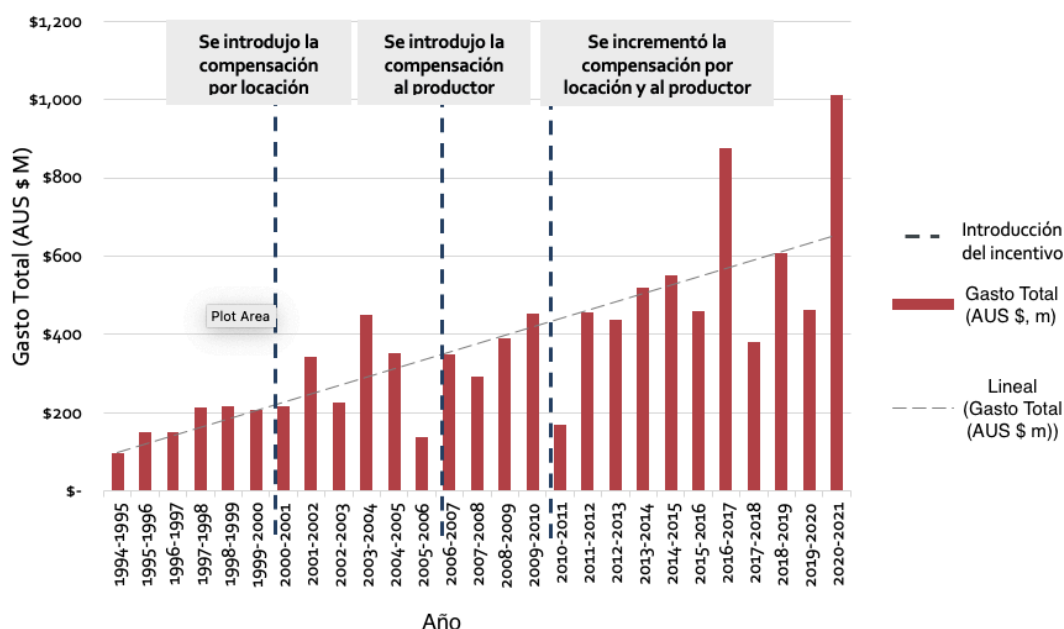
La Compensación al Productor se introdujo en 2007 y se adaptó más recientemente en 2022, ofreciendo una desgravación fiscal del 40% para los largometrajes teatrales australianos, y del 30% para las producciones australianas no teatrales. Estas producciones australianas no teatrales incluyen documentales, series de televisión, películas para televisión y cortometrajes de animación. Este incentivo pretende apoyar y fomentar específicamente los contenidos australianos y desarrollar a los creadores de contenidos australianos.

La Compensación por Locación se introdujo originalmente como Compensación Fiscal Reembolsable para Películas (RFTO) en 2001 para largometrajes, miniserias y películas para televisión, pero en 2005 se ajustó para incluir las series de televisión. El RFTO pasó a denominarse Compensación por Locación en 2007, y el tipo se incrementó hasta el 15%, con un aumento adicional del 1,5% en 2011. La intención de esta compensación es fomentar el uso de locaciones, equipos, reparto y proveedores de servicios australianos. Como complemento y para seguir siendo una locación competitiva en el mercado mundial de la producción, se añadió el Incentivo a la Locación -una subvención por méritos de hasta el 13,5%- para atraer proyectos internacionales de cine y televisión de gran presupuesto. El gobierno federal destinó 400 millones de dólares australianos adicionales para aumentar los fondos disponibles en el marco del Incentivo durante los próximos tres años, extendiendo el programa hasta 2026/27, complementando los 140 millones de dólares australianos otorgados en 2018.

La Compensación PDV se introdujo en 2007 para seguir desarrollando y apoyando el sector de la posproducción y digital de la industria de la producción audiovisual. La compensación del 30% se aplica al gasto en actividades de postproducción y digitales en Australia, incluidos, entre otros, los efectos visuales, la edición y mezcla de audio y vídeo, la orquestación y la fotografía en pantalla verde. La compensación PDV también puede combinarse con hasta un 15% de incentivos PDV de los gobiernos estatales y territoriales de Australia.

La Compensación al Productor es administrada por Screen Australia, mientras que la Compensación por Locación, el Incentivo por Locación y la Compensación PDV son administrados por la Oficina de las Artes del Ministerio de Infraestructuras, Transporte, Desarrollo Regional, Comunicación y Artes.³⁶ La siguiente figura muestra los mapas de la introducción de las compensaciones frente a los gastos de producción para mostrar la relación entre ambos a lo largo del tiempo.

Figura 12 – Gasto total de producción en Australia entre 1994-95 y 2020-2021 con introducción de incentivos y ajustes (millones de dólares australianos)³⁷



Fuente: Screen Australia datos de actividad de producción

³⁶ Australian Screen Production Incentive. Office for the Arts, diciembre 2022 (sitio web). Accesible en: <https://www.arts.gov.au/what-we-do/screen/australian-screen-production-incentive>

³⁷ Production Activity Data. Screen Australia, 2022. Accesible en: <https://www.screenaustralia.gov.au/fact-finders/production-trends/theatrical-feature-production/all-theatrical-feature-films/spend-in-australia>.

Este robusto sistema de incentivos ha hecho de Australia un lugar increíblemente competitivo, atrayendo importantes inversiones extranjeras y fomentando el aumento sostenido de la industria nacional de producción. En 2016/17, el gasto en producción ascendió a 876 millones de dólares australianos. Entre las películas nacionales destacan *Peter Rabbit*, *Mary Magdalene* (coproducción Australia - Reino Unido), *Hotel Mumbai*, *The Longest Shot* (coproducción Australia - China) y *Maya the Bee: The Honey Games* (coproducción Australia - Alemania). Seis proyectos extranjeros comenzaron a rodarse ese año, entre ellos *Thor: Ragnarok*, *Aquaman* y *Pacific Rim: Uprising*, así como *Bleeding Steel* (China), *Parindevy* (India) y *Bad Genius* (Tailandia).

En 2018-19 se produjo el segundo mayor gasto en producción registrado, con un gasto de 607 millones de dólares australianos. Cabe destacar que los títulos nacionales representaron algo más de la mitad de ese gasto registrado, e incluyeron *Peter Rabbit 2*, *True History of the Kelly Gang*, *Dirt Music* (una coproducción de Australia y Reino Unido) y *I Am Woman*. Entre los largometrajes extranjeros que empezaron a rodarse ese año figuran *Dora y la ciudad perdida del oro*, *Godzilla contra Kong* y *Monster Problems*.

Tras un descenso de la actividad y el gasto como consecuencia de las primeras fases de la pandemia de COVID-19, en 2020/21 se registró un nuevo récord de gasto, con más de 1.000 millones de dólares australianos invertidos en largometrajes australianos y extranjeros. Entre las películas nacionales de alto presupuesto se encuentran *Elvis*, de Baz Luhrmann, y *Three Thousand Years of Longing*. Entre las películas extranjeras rodadas en Australia figuran *Blacklight*, *Thor: Amor y trueno* y *Trece vidas*.³⁸

5.3.2. California

El primer programa de crédito fiscal al cine en California se creó en 2009, con la intención de aumentar la producción y el empleo en el estado. En 2014 se aprobó el California Film and TV Tax Credit 2.0 (Crédito Fiscal 2.0), que prorrogó el programa cinco años más. El Crédito Fiscal 2.0 estuvo vigente desde 2015 hasta 2020, y aportó más de 21.900 millones de dólares en producción económica, apoyando más de 110.000 empleos totales en California.³⁹ En 2020, el incentivo se prorrogó hasta 2025, con el incentivo actual conocido como *Tax Credit 3.0* (Crédito Fiscal 3.0).

Tabla 3 – Incentivos en California

	Programa de créditos fiscales para cine y televisión 3.0	Programa de crédito fiscal para rodajes en plató
Tipo	Crédito fiscal	Crédito fiscal
Beneficio	25% de crédito fiscal no transferible para la reubicación de series de TV 20% de crédito fiscal no transferible para largometrajes (no independientes) y proyectos televisivos. 25% de crédito fiscal transferible para películas independientes.	25% de crédito fiscal no transferible para la reubicación de series de televisión. 20% de crédito fiscal no transferible para largometrajes (no independientes) y proyectos televisivos. 25% de crédito fiscal transferible para películas independientes.

³⁸ *Production Trends*. Screen Australia, 2022. Accesible en: <https://www.screenaustralia.gov.au/fact-finders/production-trends/theatrical-feature-production/all-theatrical-feature-films/spend-in-australia>

³⁹ *California film and Television Tax Credit Program 2.0: An economic impact study*. Los Angeles County Economic Development Corporation, 2022. Accesible en: https://laedc.org/wp-content/uploads/2022/03/LAEDC-Report_CA-Film-TV-Tax-Credit-Program-2.0_FINAL_2022.03.14.pdf

	Programa de créditos fiscales para cine y televisión 3.0	Programa de crédito fiscal para rodajes en plató
Beneficios adicionales	<p>Los proyectos subvencionables por un 20% pueden obtener un incremento adicional:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 5% de incremento por rodaje y efectos visuales "fuera de la zona". - Incremento del 10% por contratar mano de obra local "fuera de la zona". <p>Los proyectos elegibles para el 25% pueden obtener un</p> <ul style="list-style-type: none"> - 5% adicional por contratar mano de obra local "fuera de la zona". 	<p>Los proyectos que se beneficien del 20% podrán obtener un incremento adicional:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 5% de incremento por rodaje y efectos visuales "fuera de la zona". - Incremento del 10% por contratar mano de obra local "fuera de la zona". <p>Los proyectos elegibles para el 25% pueden obtener un</p> <ul style="list-style-type: none"> - 5% adicional por contratar mano de obra local "fuera de la zona". <p>Todos los proyectos pueden beneficiarse de un suplemento del 4% por cumplir o esforzarse por cumplir sus objetivos de diversidad.</p> <p>[Todos los proyectos están sujetos a un límite máximo global].</p>
Límite máximo por proyecto	<p>Largometrajes (no independientes) y proyectos de televisión, incluyendo la reubicación de programas de televisión: primeros 100 millones de dólares de gastos subvencionables (más cualquier incremento).</p> <p>Películas independientes: primeros 10 millones de dólares de gastos subvencionables (más cualquier incremento).</p>	<p>La asignación máxima de crédito fiscal por proyecto es de 12 millones de dólares, incluidos los incrementos.</p>
Presupuesto anual / Límite	300 millones de dólares	150 millones de dólares en total
Formatos subvencionables	<p>Películas</p> <p>Proyectos de TV</p>	<p>Películas</p> <p>Proyectos de TV</p>

El Crédito Fiscal para Cine y Televisión es administrado por la Comisión Fílmica de California y cuenta con un presupuesto de 330 millones de dólares cada año fiscal, que se divide en proyectos de televisión, reubicación de proyectos de televisión, largometrajes independientes y largometrajes no independientes. La ley establece porcentajes específicos de financiación para cada categoría de producción, con un 40% para televisión recurrente y nueva, pilotos y miniserias, un 35% para largometrajes, un 17% para reubicación de programas de televisión y un 8% para producciones independientes (3,8% para producciones independientes de más de 10 millones de dólares y 4,2% para producciones independientes de menos de 10 millones de dólares).⁴⁰ El gasto total en el estado de California, entre 2020-21 y 2022-23, de los 106 proyectos que han utilizado el Programa 3.0 en este periodo, es de 6.000 millones de dólares.

Como señala la California Film Commission "Con el aumento de los costos de producción, muchas empresas dependen en gran medida de los incentivos fiscales para maximizar el retorno de la inversión, por lo tanto, la disponibilidad de incentivos es uno de los principales factores a la hora de determinar dónde se filman los proyectos. Varias jurisdicciones de todo el mundo, y dentro de Estados Unidos, ofrecen incentivos financieros para atraer empleos y gasto fuera de California."⁴¹

Incluso con un presupuesto de 330 millones de dólares cada año fiscal, no todos los proyectos que solicitan créditos fiscales en California los reciben, por falta de presupuesto. Según la investigación de la California Film Commission sobre los proyectos que solicitaron créditos fiscales entre 2020 y 2022, pero que finalmente fueron denegados por falta de fondos disponibles, el estado perdió el 77 % del gasto de producción de los proyectos que solicitaron, pero no recibieron un crédito fiscal en California. En total, 16 de los 28 proyectos que no recibieron un crédito fiscal tuvieron que ser producidos fuera del estado de California, lo que representa 951 millones de dólares de pérdidas en gastos de producción que se realizaron fuera de California.⁴²

El programa no sólo ha tenido un impacto significativo en el aumento del gasto (que creció en 153 millones de dólares en 2021), sino también en el aumento de la producción fuera de la ciudad de Los Ángeles.⁴³ El gasto total fuera de Los Ángeles a lo largo del Programa 3.0 ha rondado los 5 millones de dólares, incluidos los gastos de locación y permisos de filmación, gastos de hotel, las compras y alquileres locales y los salarios.

En 2021 se aprobó un programa relacionado, el *California Soundstage Filming Tax Credit Program*, cuyo objetivo es fomentar la construcción y renovación de platós de rodaje en California. Este programa cuenta con un presupuesto de 150 millones de dólares disponibles por orden de llegada en el periodo comprendido entre 2022 y 2032.

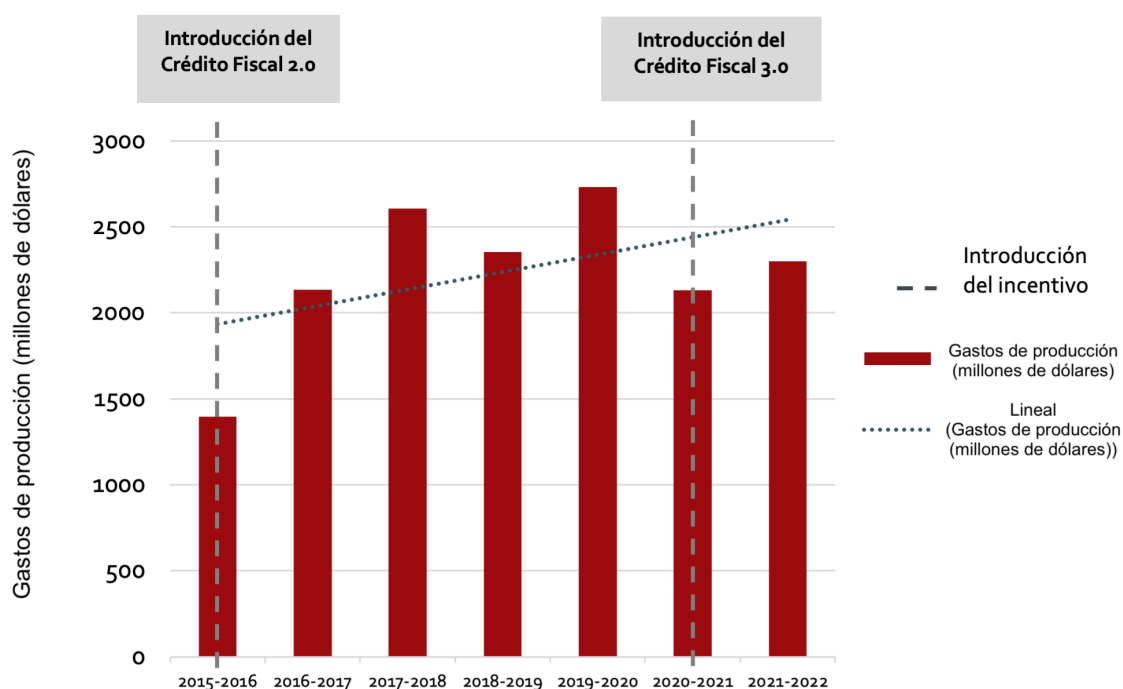
⁴⁰ *California Film Commission Progress Report*, noviembre 2022. Accesible en: <https://cdn.film.ca.gov/wp-content/uploads/2022/11/Progress-Report-2022.pdf>

⁴¹ *Ibid*

⁴² *Ibid*

⁴³ *California Film Tax Credit Program Grows to \$2.3 Billion in Direct Spending*. Variety, noviembre 2022. Accesible en: <https://variety.com/2022/film/news/california-film-tax-credit-increases-direct-spending-1235439847/>

Figura 13 – Niveles de gasto total de producción para proyectos que utilizaron el crédito fiscal de California entre 2015-16 y 2021-22 con introducción de incentivos y ajustes (millones de dólares)



Fuente: Informes anuales de la California Film Commission

5.3.3. Colombia

En 2020, se observó que 39 películas internacionales habían rodado en locación desde la introducción del incentivo de reembolso del Fondo Fílmico Colombiano (FFC) en 2012.⁴⁴ Se trata de un aumento significativo de la actividad con respecto a las 14 producciones que se rodaron en el país en los 50 años anteriores a la implementación del incentivo.⁴⁵ Los productores nacionales también pueden acceder al FFC, lo que también ha permitido un aumento de la producción audiovisual colombiana, con 17 estrenos nacionales en salas de cine en 2013, que aumentaron a 48 estrenos nacionales en salas de cine en 2019, así como numerosos proyectos que participaron y/o ganaron en festivales internacionales de cine.

En 2020, el Gobierno amplió el incentivo para incluir series de televisión y vídeos musicales, e introdujo un incentivo adicional para las producciones extranjeras: el crédito fiscal transferible de los Certificados de Inversión Audiovisual en Colombia (CINA), como se indica en el siguiente cuadro.⁴⁶

⁴⁴ El FFC también ha impactado a los productores nacionales, pues de 17 estrenos locales en 2013 se pasó a 48 estrenos locales en 2019, así como a creación de numerosos proyectos que han participado y/o ganado premios en festivales de cine internacionales

⁴⁵ *Colombia Expands Foreign Shoot Incentives to Drama Series, Music Videos, Bows Tax Credit*. Variety, junio de 2020. Accesible en: <https://variety.com/2020/tv/global/new-improved-location-filming-incentives-colombia-1234628944/>

⁴⁶ Film Incentives. Screen Colombia, sitio web. Accesible en: [https://www.screencolombia.com/filming-incentives#:~:text=FFC%20\(Colombian%20Film%20Fund\)%20is,giving%20a%20net%20average%20of](https://www.screencolombia.com/filming-incentives#:~:text=FFC%20(Colombian%20Film%20Fund)%20is,giving%20a%20net%20average%20of)

Tabla 4 – Incentivos en Colombia

	Fondo Fílmico Colombia (FFC)	Certificados de Inversión Audiovisual (CINA)
Tipo	Descuento en efectivo	Crédito fiscal transferible
Beneficio	40% para servicios cinematográficos 20% para servicios logísticos del importe gastado en el país	35% para servicios audiovisuales y logísticos del importe gastado en el país
Beneficio Adicional	-	-
Límite por proyecto	-	-
Presupuesto Anual / Límite máximo	4-6 millones de dólares (según el último informe; el presupuesto se asigna cada año)	68 millones de dólares (según el último informe; el presupuesto se asigna cada año fiscal)
Formatos subvencionables	Películas Series dramáticas	Películas Series Vídeos musicales Videojuegos Publicidad Animación

Con el FFC, los productores internacionales pueden acceder a un reembolso en efectivo del 40% de los gastos subvencionables de preproducción, producción y posproducción, para mano de obra local y servicios de proveedores, así como a un descuento en efectivo del 20% para servicios de producción tales como el alojamiento. El CINA es un crédito fiscal transferible que puede venderse en la Bolsa de Valores de Colombia. Es una ventaja considerable, ya que la estructura del incentivo CINA no requiere una asignación directa de fondos, porque se financia a través de los ingresos fiscales no percibidos, en lugar de una asignación presupuestaria.

Desde su introducción en 2013, para 2020 se habían aprobado 58 producciones internacionales para el CINA, lo que se tradujo en un total redondeado de 300 millones de dólares de inversión, y generó alrededor de 20.000 empleos.⁴⁷ Antes de la implementación del incentivo, la infraestructura de producción del país era limitada, pero desde entonces se ha beneficiado de la afluencia de inversión extranjera y de la demanda de la industria, lo que ha convertido a Colombia en uno de los mayores centros de producción de América Latina.

⁴⁷ Colombia Expands Foreign Shoot Incentives to Drama Series, Music Videos, Bows Tax Credit. Variety, 2020. Accesible en: <https://variety.com/2020/tv/global/new-improved-location-filming-incentives-colombia-1234628944/>

5.3.4. República Dominicana

El programa de incentivos de la República Dominicana para producciones internacionales es un crédito fiscal transferible. Su valor es del 25%, y puede transferirse a uno o varios contribuyentes dominicanos.

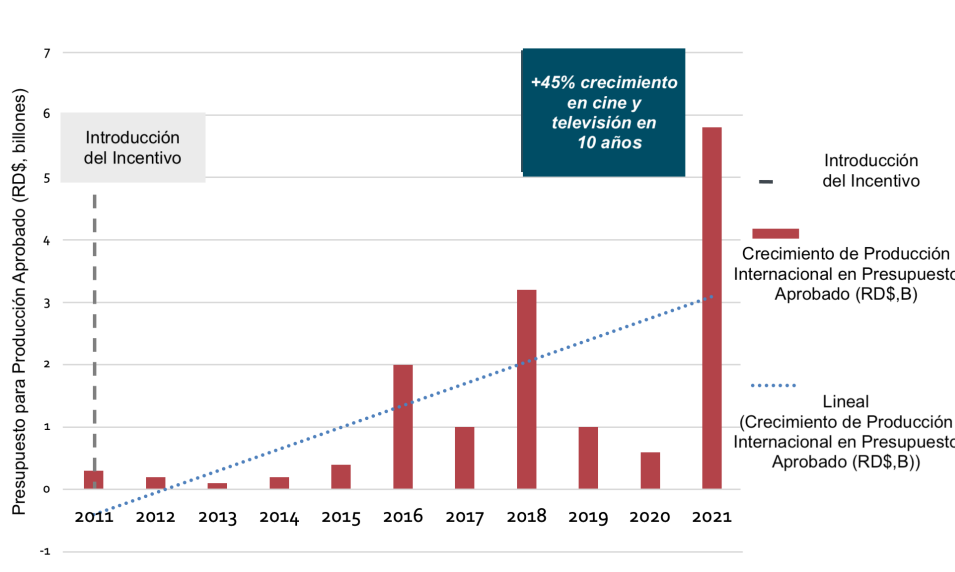
Tabla 5 – Incentivos en la República Dominicana

	Crédito fiscal transferible (artículo 39)
Tipo	Crédito fiscal
Beneficio	25% de todos los gastos incurridos en el país durante todas las fases de producción, incluidos equipos, servicios, mano de obra residente y no residente, gastos por encima y por debajo de la línea de producción.
Beneficio adicional	-
Límite por proyecto	-
Presupuesto anual / Límite máximo	Sin límite anual
Formatos Subvencionables	Largometrajes Documentales TV Drama Otros programas de TV Otros

Nota: "Otros" incluye documentales, programas de telerrealidad, sesiones fotográficas, vídeos corporativos, etc; incluye la producción internacional, no la nacional.

El incentivo, combinado con la ley del cine, un amplio estudio con un tanque acuático y una estrategia de marketing internacional coherente, han estimulado un crecimiento significativo de la industria a lo largo de 12 años.

Figura 14 – Crecimiento de la producción internacional en la República Dominicana, 2011-21



Una ventaja del modelo utilizado en la República Dominicana es que el crédito fiscal transferible ha demostrado ser generalmente coherente y fiable, atrayendo cada vez más producciones de alto perfil y gran presupuesto. Además, una amplia gama de gastos subvencionables -tanto por encima de la línea como por debajo de la línea- son elegibles, excepto los costos de distribución y comercialización, los costos financieros y los gastos bancarios, así como la fianza de cumplimiento y las pólizas de seguro extranjeras.

Cabe destacar que los pagos al reparto y al equipo técnico extranjeros, si se realizan a través de una empresa con sede en la República Dominicana, sólo están sujetos a una retención del 1,5%.⁴⁸

5.3.5. Georgia, EE. UU.

El estado de Georgia tiene uno de los incentivos fiscales a la producción más competitivos de Estados Unidos, por lo que se ha convertido en un lugar clave para proyectos de cine y televisión, y en uno de los centros de producción más activos del país. El incentivo consiste en un crédito fiscal transferible del 20%, con un incremento adicional del 10% disponible para proyectos que cumplan los requisitos del *Georgia Entertainment Promotion* (GEP). El Departamento de Desarrollo Económico de Georgia (GDEcD) aprueba los proyectos que pueden acogerse al incentivo fiscal cinematográfico, y el proceso de distribución y gasto de los fondos está supervisado por el Departamento de Hacienda de Georgia (GDOR).⁴⁹

Tabla 6 – Incentivos en Georgia

	Crédito fiscal para la industria del entretenimiento
Tipo	Crédito fiscal
Beneficio	20% incentivo básico
Beneficio adicional	10% por incluir el logotipo promocional de Georgia en la producción final
Límite por proyecto	-
Presupuesto anual / Límite máximo	-
Formatos subvencionables	Películas Series de TV Otros programas de TV Otros

Desde el ajuste del incentivo y el aumento a su tasa actual en 2008, la actividad de producción en Georgia se ha disparado, dando lugar a una afluencia de producciones de gran presupuesto y al rápido desarrollo de la infraestructura de producción, incluidos estudios e instalaciones de

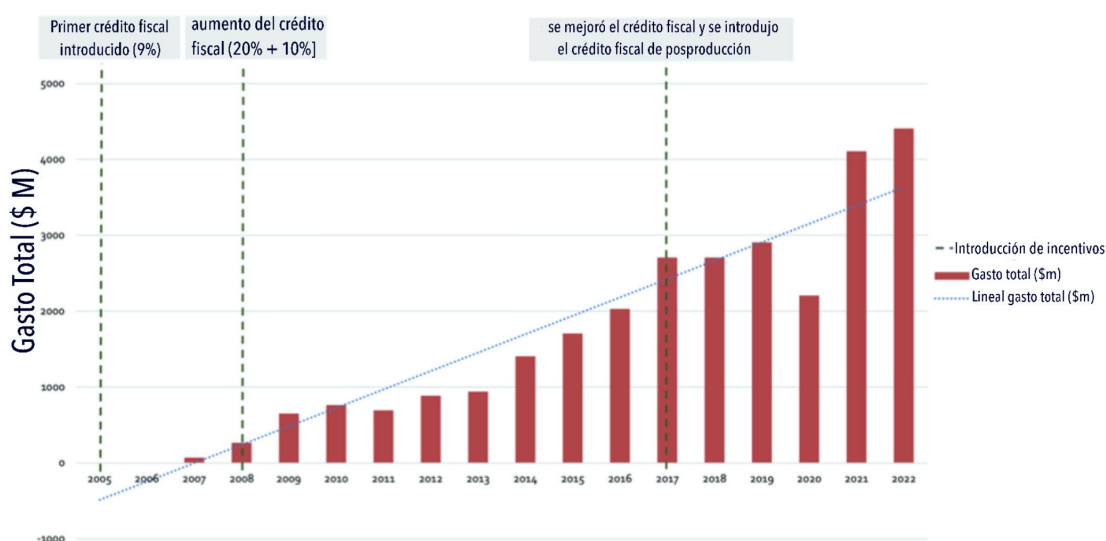
⁴⁸ El mercado nacional también ha sido impactado desde la promulgación de la Ley No. 108-10, entre 2010 y 2019, más de 239 películas dominicanas han sido producidas (y 169 estrenadas), en comparación con las 101 películas que se filmaron entre 1922 y 2010. (El artículo 34 atañe a los cineastas locales, y el artículo 39 a los productores internacionales).

⁴⁹ Georgia Film Commission sitio web, página de incentivos y solicitudes. Accesible en: <https://www.georgia.org/industries/film-entertainment/georgia-film-tv-production/production-incentives>

posproducción. Este crecimiento ha continuado, y la industria ha alcanzado un gasto récord en producción de 2.900 millones de dólares en 2019 y de 4.000 millones de dólares en 2021. El Estado registró un gasto de 4.400 millones de dólares procedentes de producciones audiovisuales en el ejercicio fiscal de 2021/22. Actualmente, Georgia no tiene un límite anual para el crédito fiscal.⁵⁰

En 2022 se rodaron en Georgia 412 producciones, entre ellas 32 largometrajes, 36 películas independientes, 269 producciones episódicas, 42 anuncios publicitarios y 33 vídeos musicales.⁵¹ En 2022 se rodaron en el estado las últimas temporadas de *Stranger Things*, *Ozark* y *Atlanta*.

Figura 15 – Gasto total en producción en Georgia entre 2005 y 2022 con introducción de incentivos y ajustes (en millones de USD)⁵²



Fuente: Georgia Department of Audits and Accounts Performance Audit Division
Impact of the Georgia Film Tax Credit

5.3.6. Jordania

Junto a las icónicas locaciones de Jordania, el sistema de incentivos jordano ha sido un punto de atracción clave para las grandes producciones internacionales. Tras aumentar la oferta de incentivos del 20 % al 25 % en 2019, el país experimentó un aumento de las producciones internacionales a gran escala, incluida *Dune*, de Legendary Entertainment, que fue una de las primeras producciones de Hollywood en aprovechar la tasa de incentivos actualizada.⁵³

⁵⁰ *Georgia Film and TV Productions Spent \$4.4 Billion In The 2022 Tax Season Helping Jump Start New Opportunities*. Forbes, 02 de noviembre 2022. Accesible en: <https://www.forbes.com/sites/joshwilson/2022/11/02/georgia-film-and-tv-productions-spent-44-billion-in-the-2022-tax-season-helping-jump-start-new-opportunities/?sh=64919f671f76>

⁵¹ *Film and TV Spending in Georgia Hits \$4.4B*. Hollywood Reporter, 01 de Agosto de 2022. Accesible en: <https://www.hollywoodreporter.com/business/business-news/film-and-tv-spending-in-georgia-hits-4-4b-1235190293/>

⁵² *Impact of the Georgia Film Tax Credit*. Georgia Department of Audits and Accounts Performance Audit Division, enero 2020. Accesible en: <https://www.audits.ga.gov/ReportSearch/download/23536>

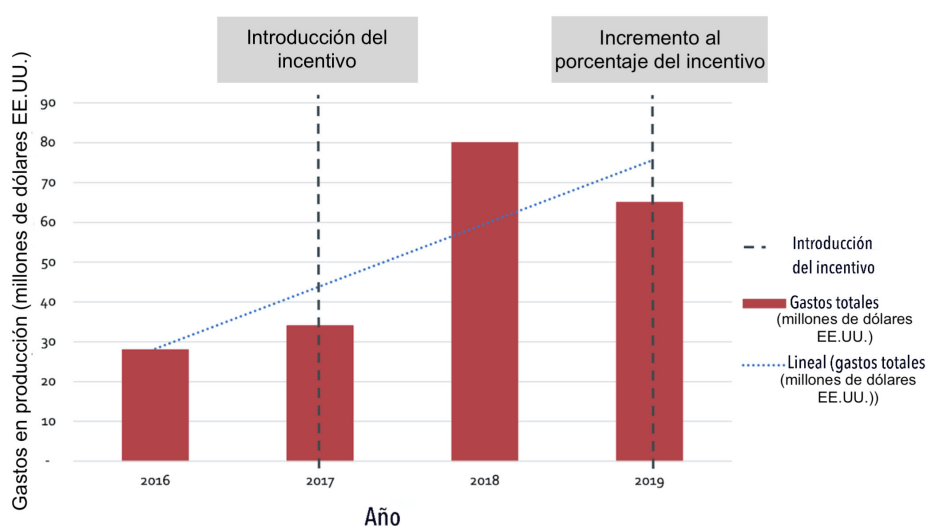
⁵³ *Jordan Increases Tax Incentive to 25%*. Variety, 06 de octubre de 2019. Accesible en: <https://variety.com/2019/film/asia/busan-jordan-increases-tax-location-incentive-1203360604/>

Tabla 7 – Incentivos en Jordania

El incentivo cinematográfico de Jordania	
Tipo	Descuento
Beneficio	10% si el gasto total subvencionable se sitúa entre 1 y 3 millones de dólares. 15% si el gasto total subvencionable se sitúa entre 3 y 5 millones de dólares. 20% si el gasto total subvencionable se sitúa entre 5 y 7 millones de dólares. 25% si el gasto subvencionable total es superior a 7 millones de dólares.
Beneficio adicional	-
Límite por proyecto	2 millones de dólares
Presupuesto anual / Límite máximo	-
Formatos subvencionables	Películas Series de TV Otros programas de TV Otros

Para poder beneficiarse del incentivo, las producciones deben gastar al menos 1 millón de dólares en Jordania, mientras que el descuento máximo disponible para una producción extranjera es de 2 millones de dólares.

Figura 16 – Niveles de gasto total de producción en Jordania entre 2016 y 2019 con introducción de incentivos y ajustes (millones de dólares)⁵⁴



Fuente: Broadcast Pro, 2021

⁵⁴ *Filming in Jordan thrives despite coronavirus pandemic*. Broadcast Pro, 31 de mayo de 2021. Accesible en: <https://www.broadcastprome.com/news/production/filming-in-jordan-thrives-despite-coronavirus-pandemic/>

El sistema de incentivos fomenta y atrae la inversión extranjera, al tiempo que apoya el desarrollo y el crecimiento sostenible de la industria local. El Gobierno ve en los beneficios económicos derivados de las producciones internacionales de cine y televisión una oportunidad para facilitar nuevas oportunidades de formación y desarrollo de competencias profesionales.

5-3-7. Puerto Rico

En 2011, Puerto Rico aprobó la Ley de Incentivos Económicos para la Industria Cinematográfica de Puerto Rico, que introduce un incentivo a la producción mediante créditos fiscales para las producciones audiovisuales.

El impacto del incentivo fue inmediato, y el número de rodajes en Puerto Rico aumentó de nueve a 17 entre 2010 y 2011. Los presupuestos globales en 2012 fueron tres veces superiores a los de 2011.⁵⁵ Durante el ejercicio fiscal 2017-18, el gasto en producción alcanzó un máximo histórico de unos 225 millones de dólares, más del doble que en 2015.⁵⁶

Entre 2020 y 2022, 72 películas emprendieron su producción o posproducción en el país, creando una inversión conjunta de 376 millones de dólares, y generando más de 9.600 empleos.⁵⁷

En el ejercicio fiscal 2022-23 se asignó la totalidad de los 38 millones de dólares en créditos fiscales antes del inicio de 2023 a cuatro producciones, lo que muestra cómo el incentivo tiene dificultades para satisfacer la demanda de producción.⁵⁸

Tabla 8 – Incentivos en Puerto Rico

	Crédito fiscal para la producción
Tipo	Crédito fiscal
Beneficio	40% para empresas y particulares de Puerto Rico 20% de los gastos subvencionables incurridos por no residentes
Beneficio adicional	-
Límite por proyecto	-
Presupuesto anual / Límite máximo	Límite de 38 millones de dólares por ejercicio fiscal
Formatos Subvencionables	Películas Series de TV Otros programas de TV Documentales Anuncios Videojuegos Otros

⁵⁵ *Puerto Rico Overcomes Economic Woes with Generous Production Incentives*. Variety (Anne Marie de la Fuente), mayo 2016. Accesible en: <https://variety.com/2016/artisans/production/puerto-rico-production-incentives-1201770818/>

⁵⁶ *Programa de Desarrollo de la Industria Cinematográfica* (sitio web), enero 2022. Accesible en: <https://www.ddec.pr.gov/programa-de-desarrollo-de-la-industria-cinematografica>

⁵⁷ *The Stage is Set: Puerto Rico Beckons to film & TV Production Industry*. Site Selection Magazine, enero 2022. Accesible en: <https://www.investpr.org/the-stage-is-set-puerto-rico-beckons-to-film-tv-production-industry/>

⁵⁸ *Film Industry exhausts full \$38M FY22 tax credit budget on 4 projects*. NimB, junio 2021. Accesible en: <https://newsismybusiness.com/film-industry-fund-exhausts-full-38m-fy22-tax-credit-budget-on-4-projects/>

5.3.8. New Mexico

El sistema de incentivos de Nuevo México ha convertido a este estado en uno de los lugares de producción más competitivos. El estado de Nuevo México ofrece un crédito fiscal reembolsable de entre el 25% y el 35% del gasto subvencionable en el estado, y el sistema tiene un notable límite presupuestario anual de 110 millones de dólares. En abril de 2023, se amplió este límite con 10 millones de dólares adicionales cada ejercicio fiscal de 2024 a 2028. Para los años siguientes, el límite se fija en 160 millones de dólares.

El incentivo se introdujo por primera vez en 2003, pero se enfrentó a problemas en los primeros años de su implementación debido a desafíos administrativos, los cuales se abordaron con la revisión más actual en 2019 para constituir el sistema actual, que ha demostrado un impacto significativo y sostenido en todo el sector del estado. En el ejercicio fiscal de 2022, el gasto directo en la economía del estado por parte del sector audiovisual alcanzó la cifra récord de 855,4 millones de dólares, lo que supone un incremento del 36% respecto al ejercicio fiscal de 2021. En el mismo periodo, Nuevo México acogió un total de 109 producciones, incluyendo 55 películas y 54 programas de televisión. Además, el total de días de trabajo alcanzó los 668.708, lo que supone un aumento de 547.356 respecto a 2021.⁵⁹

Tabla 9 – Incentivos en Nuevo México

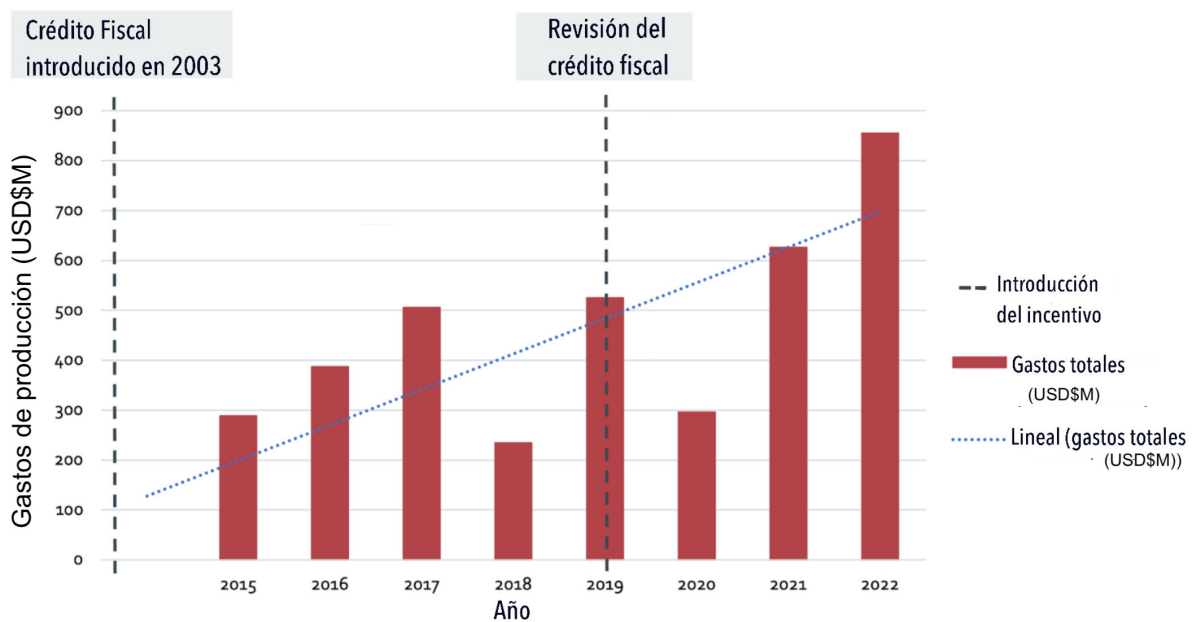
	Crédito fiscal para la producción cinematográfica (Nuevo México)
Tipo	Crédito fiscal
Beneficio	25% de crédito fiscal básico 15% para salarios de trabajadores de la industria no residentes cuando se cumplen determinados criterios
Beneficio adicional	5% para las producciones de series de televisión 5% si se cumplen determinados criterios relativos al uso de instalaciones de producción subvencionadas 5% para gastos de producción en el Estado a un mínimo de 96 km fuera de los límites exteriores de Bernalillo y Santa Fé
Límite por proyecto	-
Presupuesto anual / Límite máximo	110 millones de dólares (miembros del programa <i>New Mexico Film Partners</i> están exentos del límite máximo) Este límite ha sido ampliado por 10 millones de dólares cada años fiscal del 2024 al 2028. En los años subsecuentes el límite será de 160 millones de dólares.
Formatos Subvencionables	Películas Series de TV Otros programas de TV Documentales Otros

⁵⁹ *New Mexico Sees Record \$855.4 Million In Direct Production Spending; Officials Tout Incentives Program*. D. Robb, julio 2022. Accesible en: <https://deadline.com/2022/07/new-mexico-sees-record-855-4-million-in-direct-production-spending-officials-tout-incentives-program-1235064078/>

A partir de 2022, el estado ha registrado la emisión promedio de 130 millones de dólares al año en incentivos cinematográficos. SPI llevó a cabo una evaluación del incentivo en 2019 que destacó un rendimiento económico de la inversión (RoI) de 8,4 para el crédito, lo que significa que por cada dólar invertido a través del programa de incentivos, la economía del estado obtuvo un beneficio de 8,40 dólares.⁶⁰ Además, el estudio identificó que el 92% de las producciones en Nuevo México señalaron el incentivo como el factor más importante considerado por los responsables de la toma de decisiones a la hora de elegir un lugar de rodaje de cine o televisión, destacando que de no existir el incentivo cinematográfico, sólo el 8% del total de las producciones se habrían realizado en Nuevo México.⁶¹

El estado se ha beneficiado de una serie de proyectos notables, como *Breaking Bad*, *Better Call Saul*, *Stranger Things*, *Dark Winds*, *Outer Range* y otros proyectos audiovisuales. Desde la revisión de los incentivos en 2019, con el Crédito Fiscal a la Producción Cinematográfica, Netflix anunció una expansión en el estado, con el compromiso de gastar otros 1.000 millones de dólares en los próximos 10 años, lo que duplicó el compromiso original de la empresa con el estado. NBCUniversal también abrió una planta de producción y se comprometió a un gasto directo en producción de 500 millones de dólares en los próximos 10 años y a crear 330 empleos equivalentes a tiempo completo.⁶²

Figura 17 – Niveles de gasto total de producción en Nuevo México entre 2015 y 2020 con introducción de incentivos y ajustes (en millones de dólares)



Fuente: *Economic Impact of the New Mexico Film Production Tax Credit (Estudio actualizado 2022)*. Accesible en: <https://nmfilm.com/assets/uploads/NM-Film-Study-Update-2022-2.pdf>

⁶⁰ *Economic Impact of the New Mexico Film Production Tax Credit*. SPI, noviembre 2021. Accesible en: https://nmfilm.com/assets/uploads/migrated/2021/11/NMFO_EconomicImpactStudy_NMFilmProductionIncentiveProgram_2021.pdf

⁶¹ *Economic Impact of the New Mexico Film Production Tax Credit*. Ibid

⁶² *Hollywood's Spending in New Mexico Hits \$855M*. W. Cho, julio 2022. Accesible en: <https://www.hollywoodreporter.com/business/business-news/hollywoods-spending-in-new-mexico-hits-855m-1235180586/>

5.3.9. España

En 2022, España anunció un aumento significativo tanto del límite de sus actuales bonificaciones fiscales a las que acceden las producciones internacionales de series a 10 millones de euros (10,6 millones de dólares) por episodio como del que acceden las producciones cinematográficas internacionales a 20 millones de euros (21,2 millones de dólares).⁶³ En vigor desde principios de 2023, estas mejoras subrayan el objetivo del Gobierno español de convertirse en un centro audiovisual europeo. La política pretende atraer no sólo la producción de películas y series, sino también otros aspectos de la producción audiovisual, como los videojuegos y la realidad inmersiva/virtual.⁶⁴

Tabla 10 – Incentivos en España

	Descuentos por inversiones en series de cine y televisión
Tipo	Descuento
Beneficio	30% de descuento fiscal a nivel nacional (hasta 1 millón de euros de gasto, y 25% después) A nivel regional: <ul style="list-style-type: none"> - 35% de crédito fiscal en Navarra - 50% de descuento fiscal en Canarias (hasta 1 millón de euros de gasto, y 45% después) - Hasta el 70% en Bizkaia (60% si los gastos en Bizkaia superan el 50%; 50% si los gastos en Bizkaia suponen entre el 35-50% del total; 40% si los gastos en Bizkaia están entre el 20-35%; 35% global (sin requisito territorial); 10% de bonificación si el euskera es la lengua de origen.
Beneficio adicional	-
Límite por proyecto	A nivel nacional: 9,9 millones de dólares de límite máximo de descuento A nivel regional: 5,3 millones de dólares de límite máximo de descuento en las Islas Canarias [el límite actual es de 17,5 millones de dólares, a la espera de nuevas modificaciones legislativas]. Los incentivos no pueden superar el 50% del costo de producción
Presupuesto anual / Límite máximo	-
Formatos Subvencionables	Películas Series de TV Otros programas TV Documentales

⁶³ Pedro Sánchez presents 'Spain, Audio-visual Hub of Europe' plan, with over 1.6 billion euros of public investment to 2025. La Moncloa, 2021. Accesible en: <https://www.lamoncloa.gob.es/lang/en/presidente/news/Paginas/2021/20210324audiovisual-hub.aspx>

⁶⁴ Spain Audiovisual Hub of Europe. Gobierno de España, 2021. Accesible en: <https://portal.mineco.gob.es/en-us/TID/hub-audiovisual/Pages/el-plan.aspx>

El presidente del Gobierno de España ha reconocido públicamente el impacto de la industria en la economía del país, destacando que la industria audiovisual representa alrededor del 3,2% del producto interior bruto de España, además de contribuir a su identidad cultural y reputación internacional. Este ajuste del incentivo forma parte de una estrategia y un plan financiero más amplios para aumentar los niveles de producción en un 30% en cuatro años, gestionados por el Ministerio de Economía español. Esto refleja el papel crucial que desempeña el sistema de incentivos en el apoyo y el desarrollo del sector audiovisual de manera sostenible y con éxito, con una parte significativa de la inversión financiera del Ministerio descrita en esta estrategia destinada a facilitar el acceso a la financiación, ampliar la elegibilidad de los proyectos, crear nuevas líneas de apoyo público a la industria audiovisual y reducir la desigualdad de género.⁶⁵

La introducción en 2015 de su sistema de incentivos básicos, que se ha revisado y aumentado para adaptarse al crecimiento de la industria y mantener la inversión extranjera, ya ha reportado importantes beneficios a España. El vasto patrimonio histórico y los variados paisajes cinematográficos se han utilizado en títulos de fantasía a gran escala, desde *Game of Thrones*, que se rodó en España de 2014 a 2018, hasta *The Witcher*, para las temporadas 1 y 2 de 2019 a 2021, *Vampire Academy* y *House of the Dragon*, que mostraron las regiones de Cáceres, Granada y Girona.⁶⁶

En cuanto a contenidos más localizados, dentro de Europa, España se apuntó como el principal productor de televisión en 2019. El contenido de las series españolas ha sido reconocido por su capacidad para trascender y atraer a audiencias fuera del mercado nacional. El ejemplo más notable de ello es *La Casa de Papel*.⁶⁷

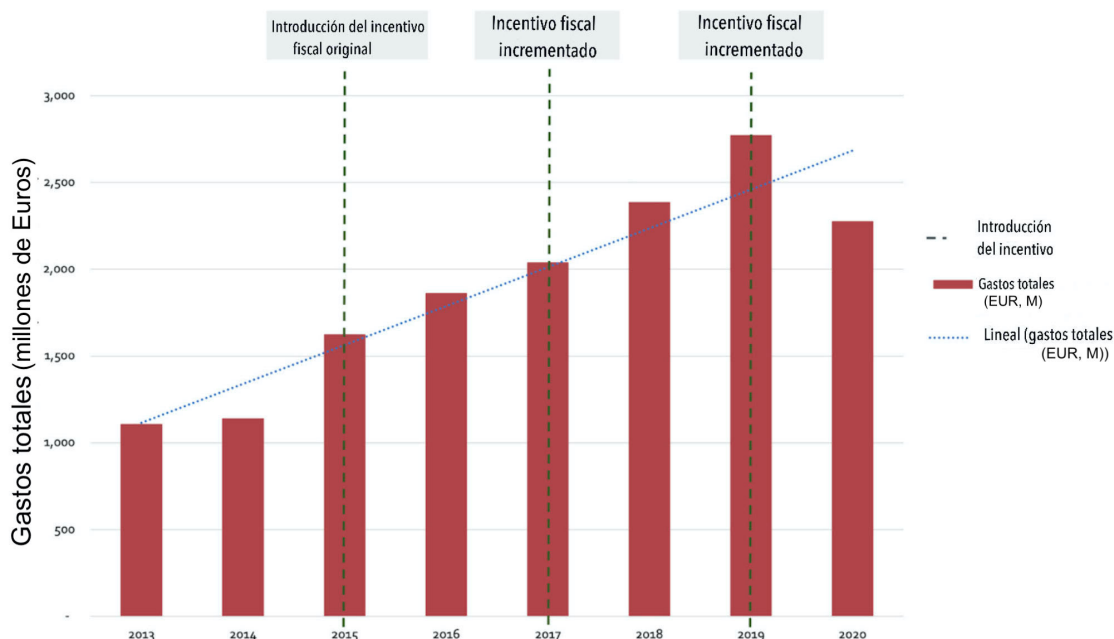
No se dispone de gastos de producción agregados para España, la Figura 18 muestra datos del Instituto Nacional de Estadística basados en los códigos industriales pertinentes y, aunque no son comparables con los datos de gastos en producción, sirven para hacer un seguimiento útil del crecimiento dentro de la industria española entre 2013 y 2020.

⁶⁵ *Spain Audiovisual Hub of Europe*. Gobierno de España. 2021. Accesible en: <https://portal.mineco.gob.es/en-us/TID/hub-audiovisual/Pages/el-plan.aspx>

⁶⁶ *Spain Supercharges Incentives for Big Foreign TV Series*. Hopewell and Sandoval, diciembre 2022. Accesible en: <https://variety.com/2022/tv/global/incentives-international-shoots-spain-film-commission-1235475094/>

⁶⁷ Parrot Analytics Global Heat Map for *La Casa de Papel* (agosto 30 – septiembre 5, 2021). Ver "*La Casa de Papel*" *Becomes the most in-demand TV show in the world*. Señal News, 8 de septiembre de 2021. Accesible en: <https://senalnews.com/en/research/la-casa-de-papel-becomes-the-most-in-demand-tv-show-in-the-world>

Figura 18 – Valor de la producción en España entre 2013 y 2020 con introducción de incentivos y ajustes (millones de euros)⁶⁸



Fuente: INE (Instituto Nacional de Estadística - Base de datos)

5.3.10. Reino Unido

Al igual que México, el Reino Unido tiene una larga historia de producción audiovisual. Apoyada por una serie de desgravaciones fiscales para el sector audiovisual, la producción en el Reino Unido ha experimentado un crecimiento sin precedentes en los últimos años, lo que a su vez ha contribuido a atraer inversión privada a la infraestructura de producción, y ha impulsado el crecimiento del empleo y el desarrollo de profesionales capacitados. En la actualidad, la producción audiovisual está creciendo significativamente en diversas regiones del Reino Unido fuera de Londres.

Tabla 11 – Incentivos en el Reino Unido

Desgravaciones fiscales para el sector creativo	
Tipo	Crédito fiscal
Beneficio	25% (del 80% de los gastos básicos utilizados o consumidos en el Reino Unido)
Beneficio adicional	-
Límite por proyecto	-

⁶⁸ T El indicador económico "Valor de la producción" mide la cifra de facturación más o menos la variación de las existencias de productos acabados y en curso de fabricación, más el rendimiento capitalizado para los códigos 5912, 5915 y 5916 del sector de producción y postproducción. Véase la definición completa en: <https://www.ine.es/DEFine/es/concepto.htm?c=2207&op=30197&p=1&n=20#:~:text=El%20valor%20de%20la%20producci%C3%B3n,venta%20de%20bienes%20y%20servicios>. It is not comparable to production expenditure. INE sitio web. Accesible en: <https://www.ine.es/jaxiT3/Tabla.htm?t=32449>

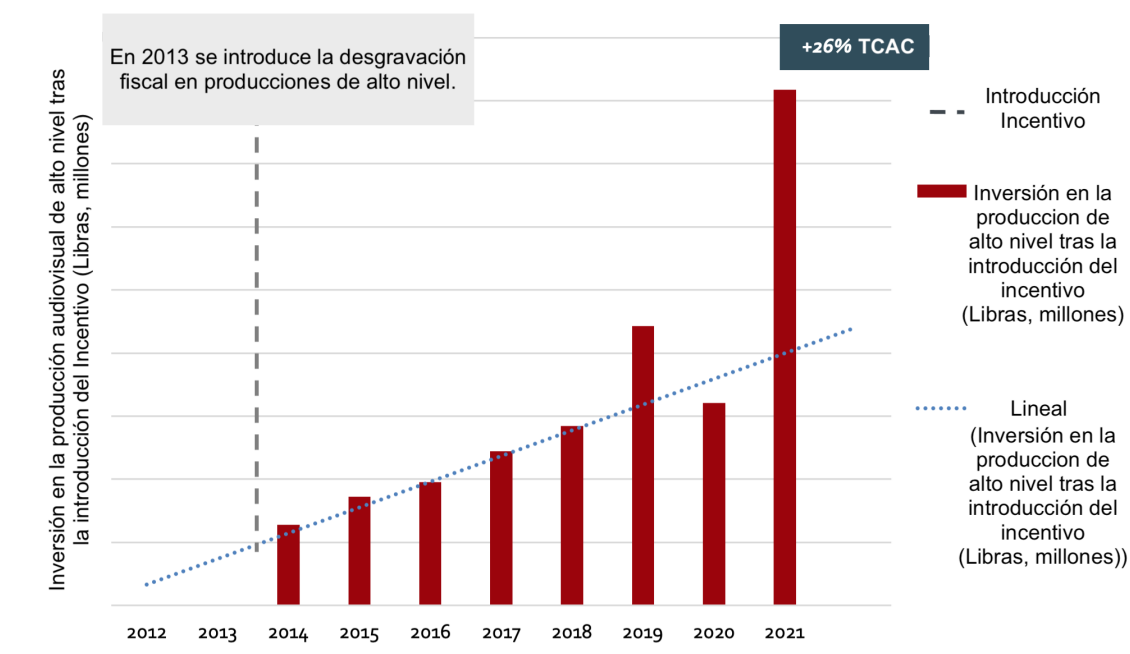
Desgravaciones fiscales para el sector creativo	
Presupuesto anual / Límite máximo	-
Formatos Subvencionables	Películas Series de TV Otros programas de TV Documentales Otros

El Reino Unido ofrece cinco incentivos audiovisuales: desgravación fiscal del cine (FTR), desgravación fiscal de la televisión de calidad superior (HETR), desgravación fiscal de la animación (ATR), desgravación fiscal de la televisión infantil (CTR) y desgravación fiscal de los videojuegos (VGTR).

Todos estos incentivos han tenido una gran repercusión y, en particular, el FTR y el HETR han sido los principales impulsores del crecimiento del gasto en los últimos años, junto con la base de talento, profesionales capacitados, la infraestructura de producción y los proveedores especializados del Reino Unido. Funcionando como créditos fiscales, los incentivos ofrecen un 25% de hasta el 80% del gasto básico que se utilice o consuma en el Reino Unido. Tanto los proyectos nacionales como los internacionales pueden beneficiarse de estos incentivos.

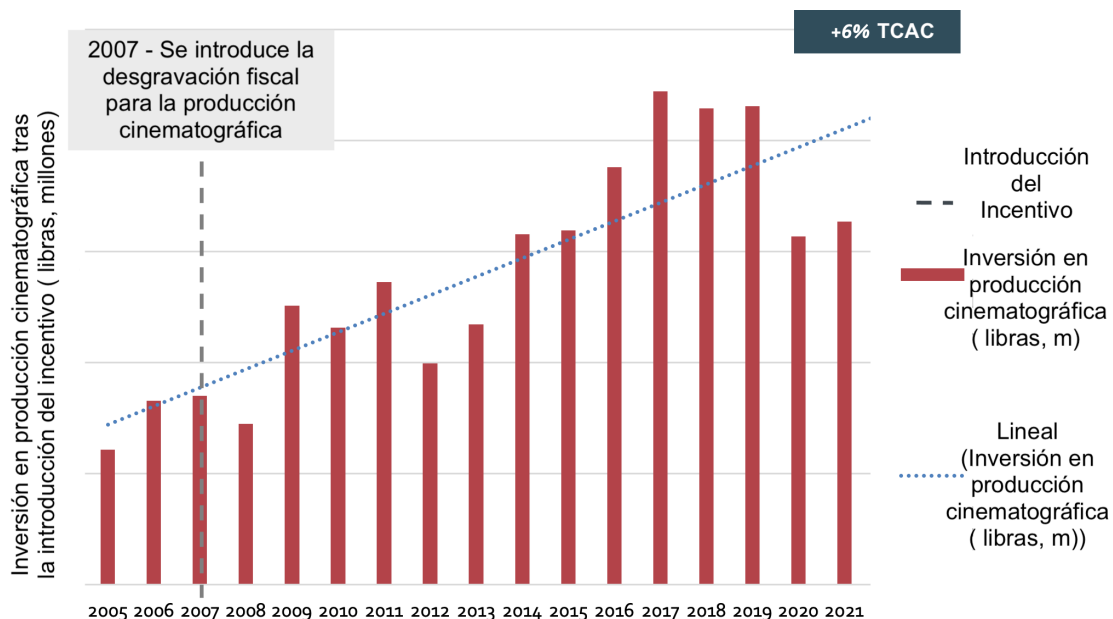
Como se indica en las siguientes cifras, los incentivos han impulsado un gasto récord en el Reino Unido.

Figura 19 – Crecimiento de la inversión en producción televisiva de alto nivel en el Reino Unido tras la introducción del incentivo, 2012-21 (en millones de libras)



Fuente: BFI

Figura 20 – Crecimiento de la inversión en producción cinematográfica en el Reino Unido tras la introducción del incentivo, de 2006 a 2021 (millones de libras)



Fuente: BFI

Una reciente evaluación de las desgravaciones fiscales FTR, HETR, ATR y CTR, realizada para la Agencia Tributaria de Su Majestad, concluía que "existen pruebas fehacientes de que las desgravaciones fiscales aplicadas al cine, la televisión de alto nivel, la animación y la televisión infantil han hecho del Reino Unido un lugar de rodaje y producción más atractivo, y han propiciado que se realicen más producciones en el Reino Unido".⁶⁹ Los estudios demuestran que el incentivo británico tiene altos índices de adicionalidad, es decir, atrae producción que de otro modo no habría tenido lugar en el país.⁷⁰

También se ha constatado que los incentivos han tenido un impacto significativo en el turismo, el desarrollo de infraestructuras y la actividad regional. Por ejemplo, se calcula que 1 560 millones de libras esterlinas -o el 33 %- de la producción televisiva de alta gama se realizó fuera del área metropolitana de Londres entre 2017 y 2019.⁷¹

En un plano más amplio, las industrias creativas del Reino Unido se han convertido en un componente considerable de la economía nacional. En 2019, más de una de cada ocho empresas británicas formaba parte de las industrias creativas, y ese mismo año el sector generó 115 900 millones de libras, casi el 6 % del VAB total del Reino Unido. Esto fue más que las industrias aeroespacial, automotriz y de ciencias de la vida combinadas.⁷²

⁶⁹ *Creative Industry Tax Reliefs Evaluation*. Ipsos, London Economics and SPI for HM Revenue and Customs, noviembre 2022. Accesible en: <https://www.gov.uk/government/publications/creative-industry-tax-reliefs-evaluation>

⁷⁰ La investigación realizada muestra que, de 2017 a 2019, el 92% del gasto en producción apoyado por el FTR no se habría producido en ausencia del incentivo. *Screen Business. How screen sector tax reliefs power economic growth across the UK 2017-2019*. SPI con Nordicity, para el British Film Institute. Diciembre 2021. Accesible at: <https://www.bfi.org.uk/industry-data-insights/reports/uk-screen-sector-economy>

⁷¹ Ibid

⁷² Investigación referenciada en *At risk: our creative future*. House of Lords Communications and Digital Committee. 17 de enero de 2023. Accesible en: <https://publications.parliament.uk/pa/ld5803/ldselect/ldcomm/125/125.pdf>

Sección Cuatro –

El impacto económico potencial de un incentivo a la producción audiovisual en México



6. IMPACTO ECONÓMICO DE OFRECER UN INCENTIVO EN MÉXICO

En esta sección se presenta una **referencia estimada de la actividad de producción audiovisual** en México y una serie de proyecciones basadas en la implementación de un nuevo incentivo a nivel nacional.

El gasto anual en producción audiovisual en México **para el año 2022** se estima en **alrededor de 673 millones de dólares**.

Un incentivo competitivo a nivel internacional podría **duplicar el gasto actual de aquí a 2026**. Esto podría generar **7.300 millones de dólares de VAB total entre 2023 y 2028 y más de 38.000 empleos en 2028**. Sin la implementación de incentivos, **el declive es posible**.

6.1. Introducción

Dado el papel que desempeñan los incentivos a la producción audiovisual en la estimulación de la actividad de producción, es importante considerar lo que un nuevo sistema de incentivos a nivel federal podría aportar a México en términos del aumento de la producción, así como el impacto económico resultante.

En cuanto al impacto derivado de la producción, la investigación de SPI se ha centrado en la modelización detallada de tres posibles escenarios para México:

1. **Implementación total:** en la que se introduce en México un incentivo a la producción audiovisual competitivo a nivel mundial sin restricciones presupuestarias anuales significativas.
2. **Implementación parcial:** en la que se introduce un incentivo, pero con presupuesto anual limitado, y por ello con una competitividad limitada.
3. **Sin implementación:** en la que no se introduce ningún nuevo incentivo nacional (a nivel federal) en México.

En esta sección se detallan las proyecciones previstas para cada uno de estos escenarios hasta 2028.

Además, se ha modelizado el impacto económico anual y global de cada escenario. A partir de las proyecciones de gasto, se analiza lo que cada nivel de introducción de incentivos podría aportar a la economía mexicana.

Para ello, se utilizan las siguientes métricas estándar de impacto económico:

- **Rendimiento** (resultados);
- **VAB** (valor agregado bruto); y
- **Generación de empleos**

6.2. Establecimiento de una base de referencia de la actividad audiovisual

Para establecer el impacto económico de un incentivo para México, primero fue necesario **estimar una línea base de la actividad actual en materia de producción audiovisual**. México no dispone de estadísticas oficiales de producción audiovisual a nivel nacional, por lo que la modelización de la actividad actual plantea dificultades.

Por lo tanto, se investigaron varias fuentes de datos. Cabe señalar, sin embargo, que ninguna fuente de datos proporciona cifras de actividad definitivas, y existen diferencias metodológicas y discrepancias significativas entre las fuentes de datos examinadas para este Estudio. Además, México cuenta con una considerable economía informal, ya que el empleo informal

representó el 57% de la fuerza laboral mexicana en 2018.⁷³ Esto significa que es probable que las estadísticas nacionales subestimen los niveles totales de actividad.

6.2.1. Estadísticas nacionales

El Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática de México (INEGI) publica una serie de estadísticas útiles para conocer la magnitud de la actividad de producción y posproducción audiovisual mexicana. Las principales fuentes publicadas por el INEGI son:

- **Los datos de las Cuentas Nacionales**, a partir de los cuales se elaboran las tablas de Insumo - Producto (I-O), se publican cada cinco años, cuya última edición fue en 2018 para los datos de 2013. Aquí se publican datos basados en códigos NAICS estándar.
- **Cuentas Satélite de la Cultura**, que ofrecen información más detallada sobre todas las industrias culturales, pero los datos publicados no están alineados con los códigos NAICS.
- **El Censo Económico**, es una encuesta exhaustiva, realizada de forma independiente cada cinco años. Los datos del censo no coinciden exactamente con los de las Cuentas Nacionales.

Por otra parte, el IMCINE publica un Anuario Estadístico que contiene las estadísticas más importantes del sector.⁷⁴ Los datos más relevantes sobre la producción son una presentación de los datos de las Cuentas Culturales del INEGI. En esta sección SPI ha utilizado los datos fuente del INEGI.

Las Cuentas Satélite de la Cultura proporcionan cifras anuales hasta 2021 (provisionales) sobre la producción, los consumos intermedios y el PIB de las actividades cinematográficas. El INEGI ha informado al SPI de que las actividades cinematográficas no coinciden exactamente con el código NAICS 5121, y la comparación de los datos históricos en las tablas de Insumo - Producto indica que las actividades cinematográficas tienden a ser menores que el total del código NAICS 5121 y, por lo tanto, es probable que sean un subconjunto del código NAICS 5121. Una posible razón de ello es que el código NAICS 5121 ha dividido las cuentas culturales en actividades 'cinematográficas' y actividades de 'bienes y servicios relacionados'.

Tabla 12 presenta las cifras de producción de las actividades 'cinematográficas' a partir de los datos del INEGI.

Los datos de las tablas de Insumo - Producto para 2013 y 2008 proporcionan datos sobre la producción hasta los códigos NAICS de cinco dígitos y, por lo tanto, es posible calcular el porcentaje de la actividad total en el código 5121, Actividades Cinematográficas y de Vídeo, que está representado por la Producción (51211) y la Posproducción (51219), mientras que se elimina la Exhibición (51213) y la Distribución (51212). La proporción de la actividad de producción y posproducción dentro del total de 5121 cayó del 39,3% en 2008 al 28,6% en 2013. SPI ha proyectado esta tendencia a la baja para los años posteriores a 2013. Esto se muestra en la segunda línea de la Tabla 12. Nótese que esta tendencia a la baja, en la proporción de la producción en comparación con la exhibición, también fue notoria en los datos de empleos de los censos económicos, y se corrobora en la investigación de SPI, que observó un enorme aumento de salas de cine en México durante este periodo. De acuerdo con el estudio de impacto de la industria cinematográfica en la economía mexicana de CANACINE, la cantidad de pantallas de cine en el país creció a una tasa anual de 4.8% entre 2010 y 2017.⁷⁵

⁷³ *OECD Mexico Policy Briefing: Labour Market Inclusion*, enero 2020. Accesible en: <https://www.oecd.org/mexico/Policy-Brief-Mexico-Labour-market-inclusion-EN.pdf>

⁷⁴ <http://anuariocinemex.imcine.gob.mx/Assets/anuarios/2021.pdf>

⁷⁵ <https://canacine.org.mx/wp-content/uploads/2022/06/ESTUDIO-DERRAMA-ECO-INDUSTRIA-POR-UNAM-.pdf>

SPI aplicó los porcentajes de la segunda línea de la tabla 12 a las cifras globales de producción para estimar una cifra de rendimiento sólo para la producción y la posproducción.⁷⁶ Nótese que se trata de una estimación y no de un cálculo seguro, ya que las actividades 'cinematográficas' no coinciden exactamente con la definición NAICS 5121.

Tabla 12 – Estimaciones del rendimiento de la producción y la postproducción basadas en estadísticas nacionales

Año	Actividad 'cinematográfica' Rendimiento ⁷⁷ bruto (MXN, millones)	Producción y posproducción como % de películas ⁷⁸ 5121	Rendimiento estimado para producción y postproducción (MXN, millones)	Actividades 'cinematográficas' rendimiento bruto (millones de USD)	Producción y posproducción en % de películas 5121	Estimación de la producción y posproducción (millones de USD)
2013	22,176	29%	6,342	1,739	29%	497
2014	23,824	27%	6,391	1,792	27%	481
2015	27,069	25%	6,811	1,708	25%	430
2016	31,417	24%	7,414	1,684	24%	397
2017	33,947	22%	7,514	1,799	22%	398
2018	35,398	21%	7,349	1,844	21%	383
2019	39,850	19%	7,760	2,072	19%	403
2020	11,112	18%	2,029	521	18%	95
2021	15,872	18%	2,898	783	18%	143

Fuente: Cálculos de SPI, a menos que se indique lo contrario

Este análisis indica que, según los datos de las estadísticas nacionales, hay indicios de que la producción y la posproducción se han mantenido estables y, en algunos periodos, han disminuido a partir de 2013. Este método conecta la producción y la posproducción con el código general 5121, que incluye la exhibición, por lo que 2020 y 2021 deben tratarse como anomalías debidas al cierre de cines por COVID-19.

La producción bruta media anual estimada para producción y posproducción audiovisual entre 2017 y 2019 fue de 395 millones de dólares.

Es probable que se trate de una subestimación del gasto global de producción debido a las limitaciones de las estadísticas nacionales, teniendo en cuenta el significativo peso de la economía informal en México. Esta es una consideración clave en la estimación de la línea de referencia, como se indica a continuación.

6.2.2. Otras fuentes de datos y definición de una base de referencia

Otra fuente de datos referenciada por SPI es la Comisión Fílmica de la Ciudad de México, que publica datos en su *Anuario Estadístico* para los años 2021 y 2022, que indican que la inversión en la industria cinematográfica y audiovisual en la Ciudad de México en 2021

⁷⁶ El rendimiento es una medida de la actividad económica global; es el valor de todos los bienes y servicios producidos. La modelización del impacto económico se basa en la premisa de que el gasto en actividades de producción directa equivale a la producción directa.

⁷⁷ Fuente: INEGI Cuenta Satélite de la Cultura

⁷⁸ Cálculos SPI sustentados por las tablas I-O del 2008 and 2013

ascendió a **11,300 millones de pesos mexicanos (563.8 millones de dólares) y en 2022 a 13,100 millones de pesos mexicanos (656.2 millones de dólares).**⁷⁹ Esto representa la producción nacional e interna de cine, televisión y comerciales. Los comerciales comprenden el 22,5% de la inversión total en 2021 y el 17,9% en 2022⁸⁰, lo que indica que, en la Ciudad de México, **en 2021 se invirtieron 436 millones de dólares en producción audiovisual excluyendo comerciales, incrementándose 23,5% a 539 millones de dólares en 2022.**

Mientras que algunos programas de incentivos incluyen la producción de comerciales, para la realización de este análisis hemos decidido centrarnos únicamente en la actividad cinematográfica y televisiva, y en los motores que impulsan estos proyectos, que pueden ser diferentes de los motores que impulsan la producción de comerciales.⁸¹ Es importante señalar que en este Estudio, SPI no incluye el diseño detallado de un incentivo para México, por lo que será necesario llevar a cabo un estudio de viabilidad completo que también considere la elegibilidad de proyectos para fundamentar el diseño de un instrumento de este tipo.

Tanto las consultas confidenciales con las principales partes interesadas como otras investigaciones mostraron que la clara mayoría de la producción mexicana tiene lugar en la Ciudad de México. Sin embargo, no se sabe con exactitud qué proporción de todo el gasto en producción mexicana se realiza en la Ciudad de México.

Para calcular una estimación del gasto de producción total mexicano a partir de los datos de la Ciudad de México es necesario, por tanto, hacer una suposición. Hay motivos importantes por los que el porcentaje de gasto de producción que se realiza en la Ciudad de México sería mayor que el porcentaje de producción total. Esto se debe a que la mayor parte de la infraestructura de producción cinematográfica (incluyendo los escenarios de grabación) se encuentra en la Ciudad de México, lo que significa que la mayoría de las producciones de mayor presupuesto se realizan en la ciudad.

Teniendo en cuenta todos los factores, **se supone por tanto que alrededor del 80% del gasto de producción en México⁸² tiene lugar dentro de Ciudad de México.** Dado que se trata de un supuesto importante, se ha realizado un análisis de sensibilidad para determinar el impacto de los resultados al variar esta cifra entre el 75% y el 85%.

El gasto total de producción en Ciudad de México (es decir, producción audiovisual excluyendo comerciales) fue de 539 millones de dólares en 2022 y utilizando la suposición de que Ciudad de México alberga el 80% de la actividad de producción mexicana conduce a una **cifra de gasto de referencia estimada para todo México de 673 millones de dólares para 2022.** Esta cifra es superior a los datos estadísticos nacionales, y toma en consideración el elemento de economía informal que estos datos no reflejan.

Sería posible actualizar la base de referencia de los gastos de producción y las previsiones si en el futuro se dispusiera de datos adicionales.

6.3. Proyección del impacto – Gasto en el país

Una vez establecida una base de referencia nacional de 673 millones de dólares para 2022, los tres escenarios se modelizaron a seis años.⁸³ Para los modelos de Implementación Total e Implementación Parcial, se asumió que se introducía un incentivo a partir de 2023. Las

⁷⁹ Estos últimos datos son nuevos y se han utilizado para revisar la base de referencia de este estudio desde su presentación inicial en la Convención de Canacine.

⁸⁰ Anuario estadístico de la Comisión Fílmica de la Ciudad de México, 2021 (pag. 140) y 2022 (pag. 145)

⁸¹ Cabe destacar, que los comerciales contribuyen al gasto y a otros impactos de la industria y que México es un mercado de alto nivel en esta área del sector.

⁸³ Nótese que esto sólo representa el gasto en producción; un incentivo puede tener un impacto adicional en ámbitos como la inversión en infraestructuras y en la cadena de suministro.

previsiones se basaron en una serie de conclusiones, entre las que se incluyen la investigación comparativa de los patrones en otros mercados tras la introducción de un incentivo, y los resultados de las consultas sobre los posibles impactos en México.

Si bien en este Estudio SPI no ha diseñado un programa de incentivos para México, se han tenido que hacer una serie de suposiciones en cuanto a la escala global probable del incentivo, y los niveles de gasto en producción resultantes. Dado que el panorama mundial de los incentivos es muy diverso -desde incentivos muy limitados con presupuestos anuales reducidos hasta sistemas con presupuestos ilimitados-, dos de los escenarios utilizan diferentes supuestos en relación con el alcance potencial de la implementación de un programa de incentivos en México.

Se asume que cualquier incentivo estaría disponible tanto para proyectos nacionales como internacionales, ya que la elegibilidad de ambos sería un factor importante para la obtención de valor económico y cultural a favor de México. Sin embargo, convendría que al diseñar un incentivo se garantizara que el "peso muerto" económico se redujera al mínimo, es decir, que sólo se beneficiaran del incentivo proyectos que de otro modo no habrían rodado en México. Es probable que esto afecte más a las producciones nacionales.

Nota sobre los supuestos y proyecciones: Este Estudio no proporciona un esquema detallado en cuanto al diseño del programa de incentivos, ni recomienda el modelo de incentivos más viable para México, que sería el siguiente paso en el establecimiento de un incentivo federal.

Este análisis no considera los pasos logísticos y políticos necesarios para la introducción de un incentivo, asimismo, el Estudio tampoco considera el impacto que podría tener en las proyecciones cualquier cambio político o económico positivo o negativo en el futuro de México, como por ejemplo las próximas elecciones, o las disposiciones del Acuerdo Estados Unidos-México-Canadá (USMCA, por sus siglas en inglés). Los escenarios esbozados en este estudio asumen que no habría cambios significativos en el statu quo del país.

6.3.1. Escenario Sin Implementación

En el Escenario Sin Implementación, se asume que México no introduce un nuevo incentivo. El sector de la producción audiovisual del país ha estado muy activo desde el apogeo de COVID-19, y el gasto audiovisual, excluidos los comerciales, en Ciudad de México creció un 23,5% entre 2021 y 2022. En el escenario Sin Implementación se asume que este ritmo de crecimiento continuará en 2023 y 2024. En este escenario, SPI proyecta que para 2025 el crecimiento de la actividad en producción se desacelerará, lo que llevará a un aplanamiento del gasto en producción en 2025 y 2026. Hay varios factores que impulsan esta estabilización. En primer lugar, el rápido aumento de la producción en el momento álgido de la pandemia se está ralentizando, sobre todo en los mercados sin incentivos. En segundo lugar, los productores se enfrentan a un aumento general de los costos de los bienes y servicios necesarios para la producción. En tercer lugar, los competidores de México siguen mejorando sus ofertas, con legisladores que buscan estimular la producción audiovisual a través del mejoramiento de incentivos y nuevas estrategias para ampliar la infraestructura y mejorar la mano de obra. Un ejemplo de ello es España, donde el Gobierno ha anunciado una ambiciosa política que beneficia a su Hub Audiovisual, y en enero de 2023 introdujo cambios en sus incentivos para hacerlos más atractivos a los productores interesados. Estados Unidos también está aumentando la competencia por los proyectos.

También es probable que la presión de la recesión sobre los inversores en contenidos reduzca los niveles de inversión a corto plazo, por lo que es posible que haya menos producciones en el futuro, que se centrarán más en los mercados incentivados. Ya hay pruebas de que esto está ocurriendo, y las entrevistas apuntan a proyectos que podrían haber considerado México, pero que en su lugar filmaron en mercados alternativos que ofrecían incentivos.

Otro punto de presión para la producción son las dificultades con el IVA en el sector audiovisual en México, y el hecho de que la industria de la producción audiovisual no esté totalmente formalizada.

Estas consideraciones hacen probable que la demanda de producción en México se reduzca hacia el final del periodo de estudio, a pesar de la elevada demanda global, entre inversores y consumidores, incluso de contenidos en español. Por lo tanto, SPI ha modelizado una reducción anual del 5% a partir de 2027.

Tabla 13 – Previsiones de gasto en el sector audiovisual (excluyendo comerciales) según el escenario Sin Implementación (millones de dólares)

	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028
Gasto Total en el escenario Sin Implementación	673	832	1,027	1,027	1,027	976	927

Fuente: Estimaciones y proyecciones de SPI

6.3.2. Escenario de Implementación Parcial

Este escenario asume que se introduce algún tipo de incentivo en México en el 2023, pero que el incentivo está limitado en la cantidad de producción a la que puede dar servicio. A efectos de modelización, se supone que esto está relacionado con un presupuesto de incentivos anual bajo (o tope), que limitará el número y el tamaño de los proyectos que vendrán a México para acceder al programa. Para la modelización, SPI asumió un límite aproximadamente en línea con los mercados de segundo nivel en los Estados Unidos.

Un escenario de Implementación Parcial es suficiente para detener la reducción de la actividad prevista para el 2027 y 2028 en el escenario Sin Implementación. Se produce un aumento limitado de la actividad en los años uno y dos, seguido de un estancamiento del gasto a partir del 2026, a medida que se alcanza el límite presupuestario del programa de incentivo.

Tabla 14 – Previsiones de gasto para el escenario de Implementación Parcial (millones de dólares)

	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028
Gasto adicional (además del generado en el Escenario Sin Implementación)	–	50	100	125	140	191*	240*
Gasto Total	673	882	1,127	1,152	1,167	1,167	1,167

* Incluyendo detener el descenso del 5% anual previsto en el escenario Sin Implementación.

Fuente: Estimaciones y proyecciones de SPI

6.3.3. Escenario de Implementación Total

Este escenario se basa en la introducción de un incentivo competitivo a escala internacional. Se parte de la base de que el incentivo tiene una tasa principal que puede competir con otros grandes centros mundiales en torno al 25%. También se supone que el sistema no tiene límite presupuestario, o que cuenta con un presupuesto anual lo suficientemente amplio como para garantizar que pueda dar servicio a series y largometrajes de gran presupuesto que vendrían a México en lugar de a jurisdicciones competidoras.

En este escenario, también se supone que el incentivo se mantiene estable durante un periodo de varios años, y que está bien administrado de tal forma que los productores se sientan cómodos con la estabilidad del sistema. Esta estabilidad es fundamental, ya que cualquier duda

sobre la fiabilidad del sistema o la forma de pago puede minar rápidamente la confianza y la facilidad de uso.

Es probable que, utilizando este modelo, México viera un marcado e inmediato aumento de la actividad de producción adicional. Los atributos naturales y las capacidades de producción audiovisual de México hacen que el país ya esté preparado para el interés inmediato de los productores extranjeros en respuesta a un incentivo a la producción audiovisual, mientras que un sistema de este tipo también repatriaría cualquier proyecto nacional que, de otro modo, pudiese buscar en el extranjero mercados con incentivos.

Tabla 15 – Previsiones de gasto para el escenario de Implementación Total (millones de dólares)

	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028
Gasto adicional (además del generado en el Escenario Sin Implementación)	–	100	250	300	350	451*	550*
Gasto Total	673	932	1,277	1,377	1,377	1,427	1,477

* Incluyendo detener el descenso del 5% anual previsto en el escenario Sin Implementación.

Fuente: Estimaciones y proyecciones de SPI

Esta actividad adicional se ha calculado en 100 millones de dólares en el primer año y en 250 millones en el segundo. Esta cifra podría considerarse conservadora: en los últimos años, México no ha atraído de forma rutinaria películas y series de muy alto presupuesto, e incluso un pequeño número de proyectos de este tipo podría aumentar rápidamente la actividad de producción en México. Con un fuerte incentivo, México podría atraer de forma rutinaria grandes proyectos globales de películas y series en inglés, además de proyectos de mayor presupuesto en español.

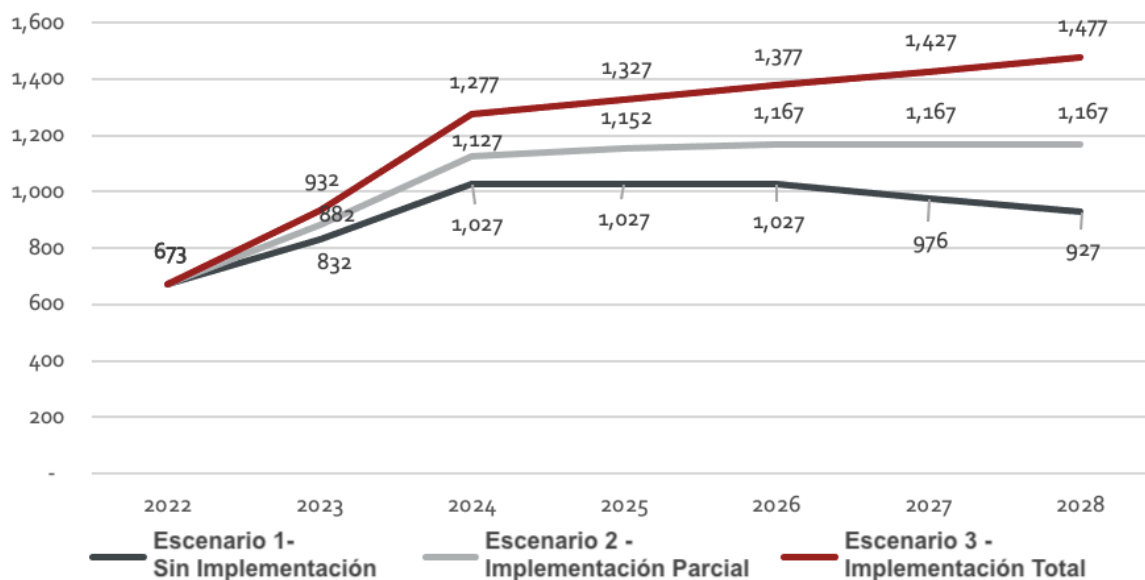
Más allá de los años uno y dos, el crecimiento de la producción se prevé en otros 50 millones de dólares anuales. Una vez más, se trata de un cálculo conservador, pero dada la estrechez del mercado de producción mexicano, se supone que el crecimiento se vería atenuado por este factor. Como ya se ha señalado, es fundamental que el incentivo se introduzca junto con una sólida estrategia de desarrollo sectorial, que incluya el desarrollo de la mano de obra y de las infraestructuras, con el fin de obtener el máximo valor e impacto posibles para México.

6.3.4. Comparación del gasto en producción audiovisual según los tres escenarios

Los resultados muestran que la Implementación Total de un programa de incentivos podría incrementar el gasto en producción hasta 1.500 millones de dólares anuales en 2028. Por el contrario, no hacer nada conduciría a un debilitamiento del sector de la producción audiovisual

de México, mientras que un incentivo de presupuesto limitado detendría este declive y produciría un modesto aumento del gasto en producción.

Figura 21 – Proyecciones del gasto en producción audiovisual según tres escenarios de incentivación, 2021-28 (millones de dólares)



Fuente: Proyecciones SPI

6.4. Proyección del impacto – Número de proyectos

En 2021, se produjeron 259 películas y 78 series en México. Los mejores datos disponibles, del *Anuario Estadístico de Cine Mexicano*, indican que el gasto promedio de producción de largometrajes en México fue de aproximadamente 1 millón de dólares entre 2017 y 2021.⁸⁴ Desde una perspectiva internacional, esta cifra de gasto promedio es baja y subraya el número relativamente bajo de largometrajes internacionales significativos que se producen actualmente en México. En comparación, en 2021 el 24% de las 943 películas estadounidenses producidas tenían un presupuesto estimado de más de 15 millones de dólares y otro 50% tenía un presupuesto de entre 1 y 15 millones de dólares.⁸⁵ La falta de un programa de incentivos dificulta que México atraiga proyectos de mediano y alto presupuesto.

No se dispone de datos comparables sobre el gasto promedio de las series en México. Sin embargo, a partir de los datos disponibles, y de la base de gastos estimada para 2021 (546 millones de dólares en 2021), SPI estima que las series gastaron un promedio de 3,68 millones de dólares en México en 2021.⁸⁶ El gasto promedio en series es mayor que el gasto promedio por película en México, lo que refleja la inversión en contenido de series internacionales en español en México en los últimos años. No obstante, el gasto por serie es bajo en comparación con los puntos de referencia internacionales. Por ejemplo, en el Reino Unido, el costo de sólo

⁸⁴ Siendo la cantidad exacta: US\$967,000. *Anuario Estadístico del Cine Mexicano*, 2021 Accesible en: <http://anuariocinemx.imcine.gob.mx/Inicio/EdicionesAnteriores>

⁸⁵ *Theme Report 2021*. Motion Picture Association. Pag. 47. Accesible en <https://www.motionpictures.org/wp-content/uploads/2022/03/MPA-2021-THEME-Report-FINAL.pdf>

⁸⁶ Para este cálculo, se estima que el gasto en producción cinematográfica en 2021 habría sido de aproximadamente 259 millones de dólares (259 proyectos multiplicados por el gasto promedio en México de 1 millón de dólares por producción). Por lo tanto, el gasto estimado en series sería de 341287 millones de dólares en 2021 (600546 millones de dólares menos 259 millones de dólares) y el gasto promedio por serie sería de 4.43.68 millones de dólares (341287 millones de dólares divididos entre 78 producciones)

una hora de serie para televisión se reporta en 1.5 millones de dólares – menos de la mitad del costo total de toda una serie en México.⁸⁷

La introducción de un incentivo cambiaría el perfil y el presupuesto de los proyectos producidos en México, y probablemente aumentaría el gasto promedio tanto de largometrajes como de series, ya que habría un mayor flujo de producciones internacionales con presupuestos más elevados.

Por ejemplo, se ha reportado que Amazon invertirá 300 millones de dólares en México en 2022-24, lo que se traduce en alrededor de 50 producciones locales, lo que sugiere un gasto promedio de 6 millones de dólares por producción.⁸⁸ Este promedio es significativamente mayor que los promedios de gasto actuales para series y largometrajes en el mercado mexicano. El promedio más elevado de 6 millones de dólares se ha utilizado para modelar el volumen de series y largometrajes necesario para alcanzar el crecimiento del gasto modelado en este Estudio, ya que se espera que un incentivo atraiga un repunte de los proyectos de inversión entrante a este nivel presupuestario y más allá.

La siguiente figura muestra el número estimado de proyectos para cada escenario por año. Los supuestos para las previsiones de proyectos coinciden con los establecidos para las estimaciones de gastos en producción que se detallan en la sección anterior. Se prevé que en el Escenario de No Implementación exista un aumento del número de proyectos (del 19,5% anual) en 2023 y 2024, estabilizándose este crecimiento en 2025 y 2026, seguido de un descenso del 5% anual en 2027 y 2028.

Para los escenarios 2 - Implementación Parcial y 3 - Implementación Total, se asume que la introducción del incentivo detendría el declive en la producción previsto para los últimos años en el escenario de No Implementación. Se asume que el aumento en las producciones atraídas a México debido al incentivo atrae un gasto promedio en México de 6 millones de dólares (tanto en series como en películas) en lugar del promedio actual de 1 millón de dólares para películas, y un estimado de 3.68 millones de dólares para series.

En el escenario 2, se atraerían 23 producciones anuales adicionales hasta 2028, además de que la producción existente se mantendría al mismo nivel que en 2021.⁸⁹ En el escenario 3 – Implementación Total, México podría atraer unas 75 producciones adicionales al año.

La cantidad de proyectos es sólo una guía aproximada de la actividad. Los presupuestos de los proyectos pueden variar mucho, y en el nivel más alto pueden alcanzar cientos de millones de dólares. Por lo tanto, hay más incertidumbre en torno a la modelización del número de proyectos que a la de los gastos.

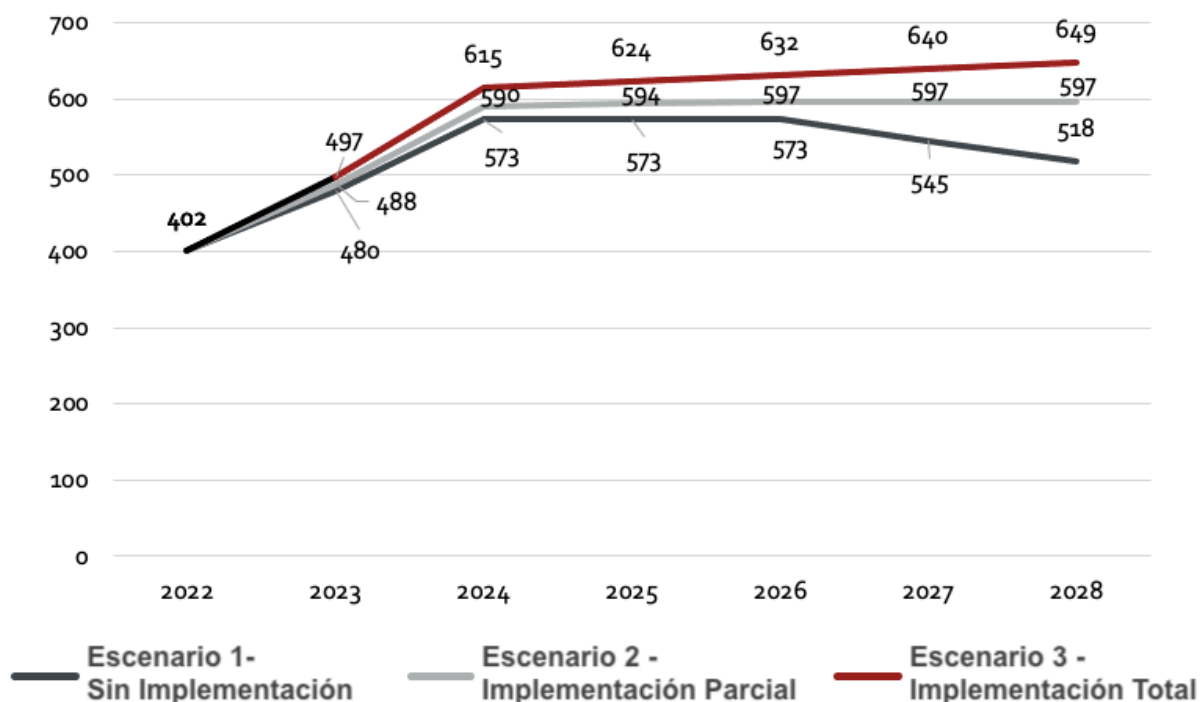
Esto también subraya la necesidad de que México cuente con un incentivo lo suficientemente potente como para atraer proyectos con presupuestos significativamente superiores a los promedios actuales.

⁸⁷ Report: *Cost of UK drama fell last year for first time since 2015; international revenues propping up sector*. Deadline. Diciembre 2021. Accesible en: <https://deadline.com/2021/12/report-cost-of-uk-drama-fell-last-year-for-first-time-since-2015-international-revenues-propping-up-sector-1234889837/>

⁸⁸ *How streamer investment and a revamped public funding mechanism are driving Mexico's production scene*. ScreenDaily, septiembre 2022. Accesible en: <https://www.screendaily.com/features/how-streamer-investment-and-a-revamped-public-funding-mechanism-are-driving-mexicos-production-scene/5174507.article>

⁸⁹ Que gastan una media de 6 millones de dólares en México por cada producción

Figura 22 – Proyecciones del volumen de producción audiovisual en función de tres escenarios de incentivos, 2022–2028



Fuente: Proyecciones SPI

6.5. Impacto económico

6.5.1. Descripción general de la metodología

Este estudio emplea un enfoque insumo - producto (I-O) para la modelización del impacto económico. Utiliza datos de gastos de producción estimados y previstos para impulsar un modelo económico especialmente desarrollado. El modelo utiliza fuentes de datos nacionales del INEGI, la autoridad nacional de estadísticas de México, y de la OCDE, para modelar las interconexiones entre la industria de producción audiovisual y otras industrias, así como las relaciones entre métricas clave como el rendimiento, el VAB y empleos.

La metodología se basa en un gran número de estudios sectoriales que SPI ha realizado en todo el mundo, y es coherente con las mejores prácticas internacionales, incluidos estudios en el Reino Unido, varios estados de EE. UU., Nueva Zelanda, Australia y Europa. En los apéndices figura una metodología completa y detallada.

Este estudio estima la actividad económica generada por tres escenarios diferentes, tal y como se ha descrito en las secciones anteriores.

El impacto económico total es la suma de los tres efectos siguientes:

- **El impacto directo** es el aumento económico en términos de producción, valor creado (VAB) y empleos en el sector del cine y la televisión como consecuencia del incremento de los gastos de producción y posproducción.
- **El impacto indirecto** son los efectos sobre la producción, el valor creado (VAB) y el empleo que se observan en los sectores que suministran bienes y servicios al sector de la producción audiovisual.
- **El impacto inducido** es la producción, el valor creado (VAB) y el aumento de empleos creados como resultado de los efectos salariales de quienes trabajan en el sector de la producción.

El enfoque de SPI para estimar los empleos se basa en una definición de empleo 'permanente' y para todo el año. Esto significa que, si una persona trabaja a tiempo completo con un contrato de tres meses, se contabilizaría como 0,25 de empleo. Adoptamos este enfoque porque permite la comparación entre sectores y países.

Como en cualquier estudio de este tipo, existen limitaciones en la metodología, y en su aplicación práctica. Una de las limitaciones más significativas de este estudio es que sólo ha sido posible modelizar las repercusiones en la economía formal, debido a la falta de datos que reflejen la actividad de la economía informal. Puesto que hay pruebas de que una cantidad significativa de la actividad económica queda fuera de la economía formal, en todos los sectores económicos de México, y particularmente en la producción audiovisual, los resultados del impacto económico presentados aquí son una subestimación del impacto total cuando se incluye el empleo informal y el valor añadido.

Los datos del INEGI presentan limitaciones. El alcance e implicaciones de las mismas se detallan en el Apéndice Dos. Además, la modelización insumo - producto (I-O) se basa en un modelo estático que parte del supuesto de que no existen restricciones por el lado de la oferta, un rendimiento constante a escala y una estructura de insumos fija.

Nótese que los resultados se presentan como resultados reales (precios constantes del año 2021), las cifras de empleo se redondean a los 10 puestos más próximos, y la producción y el VAB al millón de dólares más próximo.

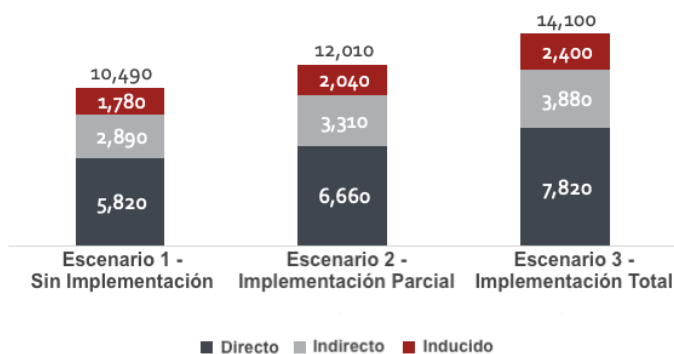
6.5.2. Rendimiento

El rendimiento es una medida de la actividad económica global; es el valor de todos los bienes y servicios producidos. Los resultados de esta sección presentan la producción estimada que se prevé que genere la actividad de producción y posproducción audiovisual en México entre 2023 y 2028, en cada uno de los escenarios previstos.

Si no se introduce ningún programa de incentivos, se calcula que el sector, de cualquier forma, aportaría un total de 10.500 millones de dólares en los seis años (2023-28). Esto incluye el impacto directo dentro del sector, los impactos indirectos en la cadena de suministro y los impactos inducidos causados por el nuevo gasto de los salarios en la economía en general.

En el escenario de Implementación Parcial (Escenario 2), se estima que el rendimiento será un 14% mayor durante el periodo, contribuyendo con un total de 12.000 millones de dólares en producción. La producción adicional generada por el escenario 2 sería de 1.500 millones de dólares. Los resultados de la modelización indican que el rendimiento en el Escenario 3 ascendería a 14.100 millones de dólares durante el periodo de seis años, es decir, 3.600 millones de dólares adicionales, lo que supone un aumento del 34% en comparación con el Escenario Sin Implementación de incentivo.

Figura 23 – Rendimiento, acumulado de 2023 a 2028, (millones de dólares, reales)

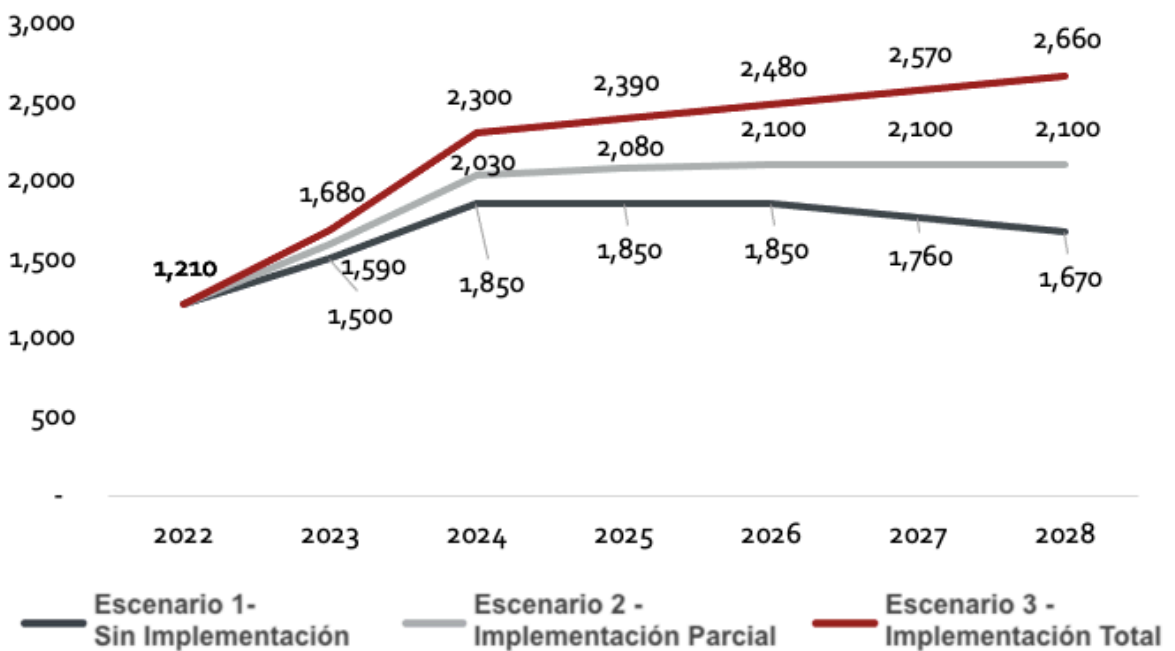


Fuente: Cálculos por SPI

muestra el patrón de impacto sobre el rendimiento total a lo largo del periodo y refleja el patrón de gasto previsto para cada escenario. Se prevé que el rendimiento en el escenario Sin Implementación crecerá en torno al 24% anual hasta el 2024, se estabilizará y empezará a disminuir un 5% anual en 2027 y 2028. En el Escenario 2, se prevé que el rendimiento anual asociado a la producción audiovisual se vea limitado por la disponibilidad de incentivos para el año 2026, lo que se reflejará en un estancamiento del rendimiento económico en 2.100 millones de dólares anuales a partir de 2026. Se prevé que el rendimiento asociado a la actividad del sector en el Escenario 3 continúe creciendo durante todo el periodo, alcanzando un total de 2.700 millones de dólares anuales para el año 2028.

Figura 24 muestra el patrón de impacto sobre el rendimiento total a lo largo del periodo y refleja el patrón de gasto previsto para cada escenario. Se prevé que el rendimiento en el escenario Sin Implementación crecerá en torno al 24% anual hasta el 2024, se estabilizará y empezará a disminuir un 5% anual en 2027 y 2028. En el Escenario 2, se prevé que el rendimiento anual asociado a la producción audiovisual se vea limitado por la disponibilidad de incentivos para el año 2026, lo que se reflejará en un estancamiento del rendimiento económico en 2.100 millones de dólares anuales a partir de 2026. Se prevé que el rendimiento asociado a la actividad del sector en el Escenario 3 continúe creciendo durante todo el periodo, alcanzando un total de 2.700 millones de dólares anuales para el año 2028.

Figura 24 – Rendimiento total (directo, indirecto e inducido), 2022-28, (millones de dólares, reales)



Fuente: Cálculos SPI

6.5.3. Valor añadido bruto

El VAB mide el valor adicional creado por la actividad económica. Es la diferencia entre la producción bruta y el valor de los insumos intermedios y, a escala nacional, se aproxima mucho al PIB.

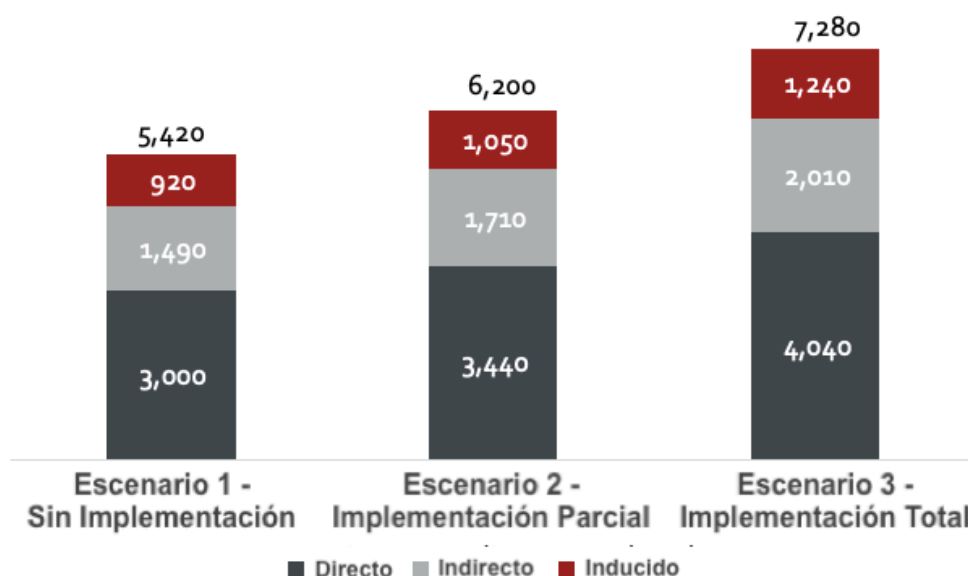
Sin la implementación de un programa de incentivos, se prevé que la actividad de producción audiovisual en México genere un VAB de 5.400 millones de dólares entre 2023 y 2028. Esto incluye 3.000 millones de dólares de VAB en impacto directo dentro del sector, 1.500 millones

Incentivo para la producción audiovisual en México

de dólares en efectos indirectos (cadena de suministro), y 900 millones de dólares en efectos inducidos.

Se prevé que la introducción de un programa de incentivos genere un VAB adicional de 1.900 millones de dólares en el Escenario de Implementación Total (escenario 3) o de 800 millones de dólares adicionales en el caso del Escenario 2. Estas estimaciones incluyen los impactos indirectos e inducidos, así como el impacto directo en la industria de producción.

Figura 25 – VAB, acumulado de 2023 a 2028, (millones de dólares, reales)



Fuente: Cálculos SPI

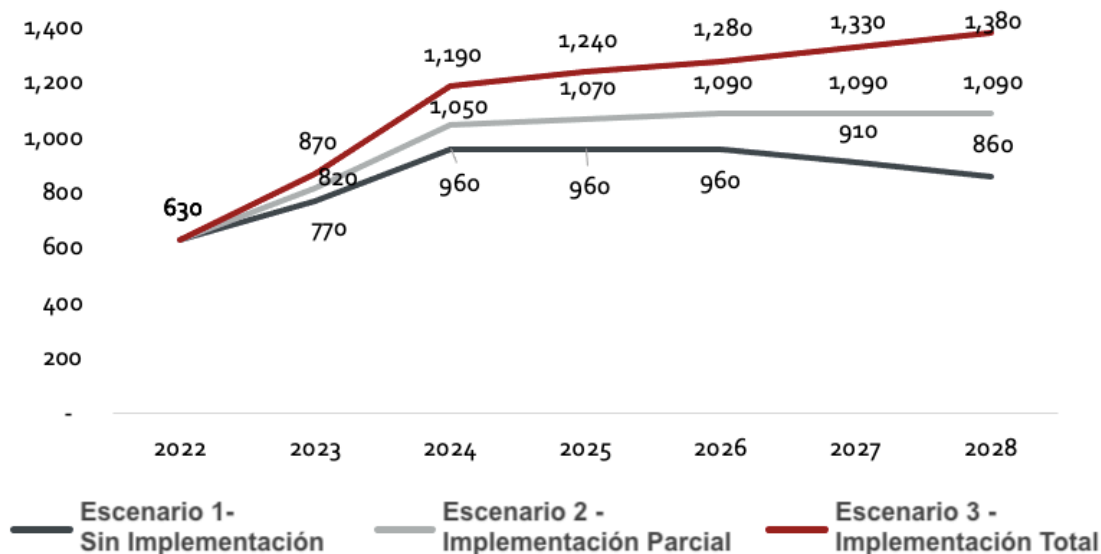
La ilustra el patrón del impacto del VAB a lo largo del tiempo. El modelo económico supone una relación fija entre la producción y el VAB, y las demás variables económicas. Por lo tanto, la forma del impacto económico a lo largo del tiempo es la misma para cada indicador.

El Escenario 3 muestra el mayor crecimiento, de 630 millones de dólares en 2022 a 1.400 millones de dólares en 2028, a una tasa de crecimiento anual compuesto (TCAC) del 14,0%. El Escenario 2 refleja el estancamiento del gasto a partir de 2026, causado por las limitaciones previstas en el programa de incentivos. En este escenario, el impacto total del VAB pasa de 630 millones de dólares en 2022 a los 1.090 millones de dólares en 2026, y manteniéndose en ese nivel durante el resto del periodo. En el escenario Sin Implementación, el impacto anual del VAB aumenta, y luego disminuye en consonancia con los gastos en producción previstos.

Figura 26 ilustra el patrón del impacto del VAB a lo largo del tiempo. El modelo económico supone una relación fija entre la producción y el VAB, y las demás variables económicas. Por lo tanto, la forma del impacto económico a lo largo del tiempo es la misma para cada indicador.

El Escenario 3 muestra el mayor crecimiento, de 630 millones de dólares en 2022 a 1.400 millones de dólares en 2028, a una tasa de crecimiento anual compuesto (TCAC) del 14,0%. El Escenario 2 refleja el estancamiento del gasto a partir de 2026, causado por las limitaciones previstas en el programa de incentivos. En este escenario, el impacto total del VAB pasa de 630 millones de dólares en 2022 a los 1.090 millones de dólares en 2026, y manteniéndose en ese nivel durante el resto del periodo. En el escenario Sin Implementación, el impacto anual del VAB aumenta, y luego disminuye en consonancia con los gastos en producción previstos.

Figura 26 – VAB total (directo, indirecto e inducido), 2022-28, (millones de dólares, reales)



Fuente: Cálculos SPI

6.5.4. Empleos

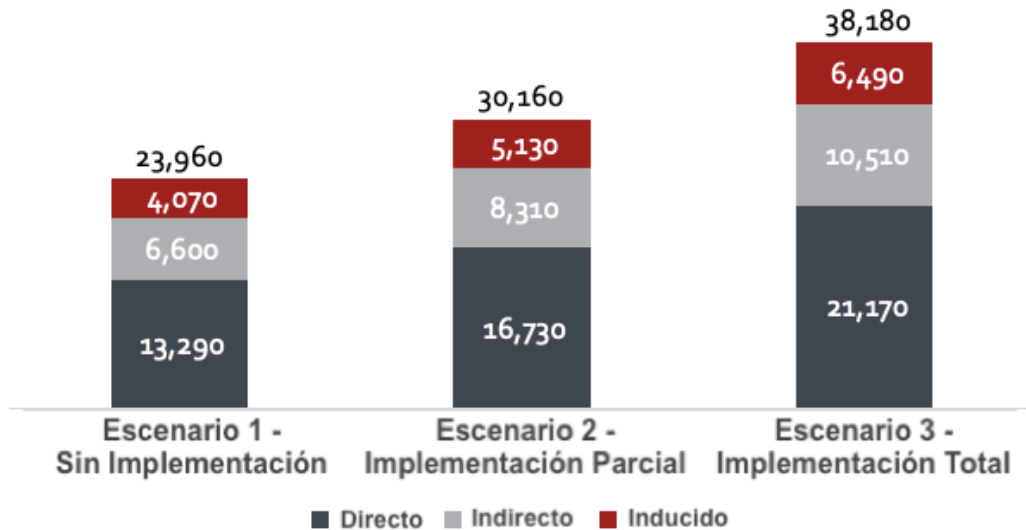
Existen múltiples fuentes de datos sobre trabajos/empleo en el sector audiovisual en México. Las estimaciones de empleo que aquí se presentan resultan del modelo de impacto económico basado en el gasto de producción. La metodología completa se expone en el Apéndice Dos. Se han utilizado los mejores datos disponibles para construir el modelo, pero como ocurre con todos los modelos, existen algunas limitaciones y consideraciones, en gran medida relacionadas con la disponibilidad de datos en una economía con un alto nivel de actividad informal.

El análisis de SPI prevé que, sin un programa de incentivos, en 2028 el sector de la producción audiovisual generará 13.290 empleos directos, 6.600 indirectos y 4.070 inducidos, es decir, un total de 23.960 (véase la Figura 27).

Las proyecciones de los Escenarios 2 y 3 muestran claramente la oportunidad de un crecimiento significativo del empleo en el sector (empleos directos) y en las cadenas de suministro (empleos indirectos). Sin embargo, como se señala en otras partes del informe, la mano de obra existente en México está al límite de los niveles de producción actuales, por lo que la introducción de un incentivo debería vincularse estratégicamente al desarrollo y capacitación de la mano de obra. De no fomentarse el desarrollo de la mano de obra, es posible que a corto plazo la oferta de mano de obra no pueda aumentar la demanda respaldada por un programa de incentivos.

Suponiendo que existieran programas de capacitación profesional alineados, SPI estima que, en el Escenario 2, el sector podría sostener un total de 30.160 empleos, cifra que aumentaría a 38.180 en el Escenario 3.

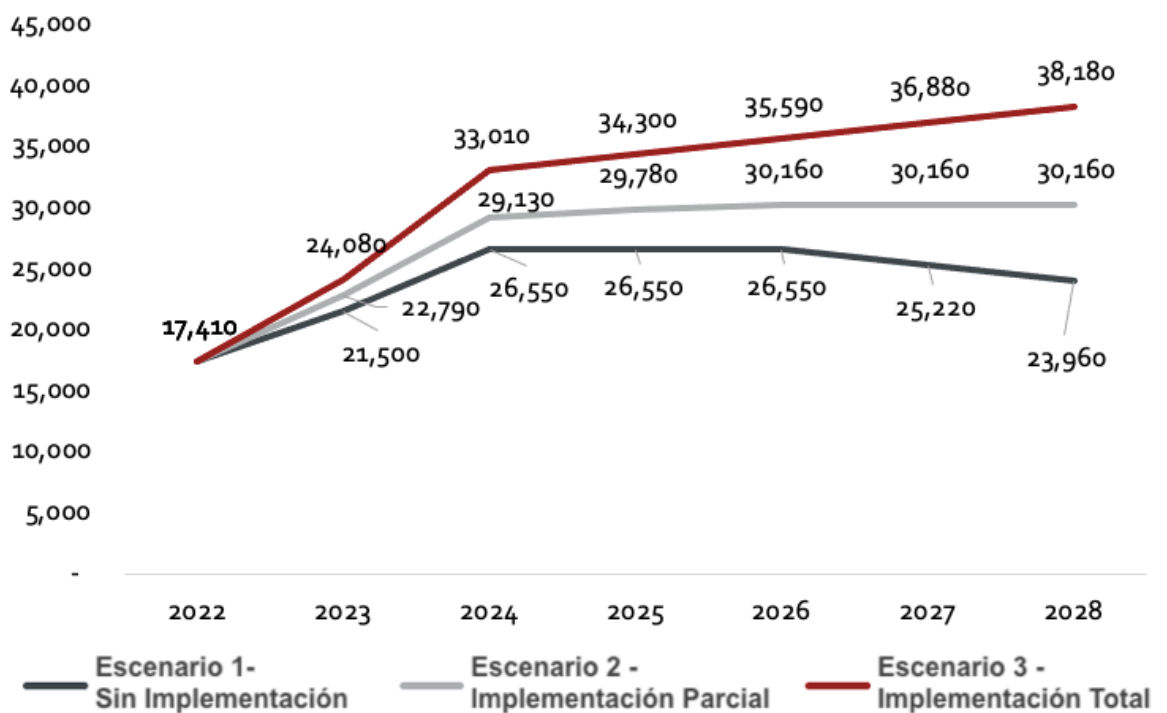
Figura 27 – Empleos sustentados por la producción audiovisual en el 2028



Fuente: Cálculos SPI

En el Escenario 3, existe un claro patrón de crecimiento con un aumento del empleo previsto de 17.410 en 2022 a 38.180 en 2028. El crecimiento del empleo en el Escenario 2 es fuerte en los primeros años de implantación del incentivo, pero se estabiliza en 2026 debido a las limitaciones de este. El escenario Sin Implementación pone de manifiesto el riesgo de pérdida de empleos en el sector y en la cadena de suministro en ausencia del incentivo. Cabe señalar que, sobre la base de los mejores datos disponibles, esta modelización parte de la hipótesis de una relación fija entre producción y puestos de trabajo; sin embargo, a medida que la industria se desarrolle, cabe esperar que esta relación cambie a medida que el sector madure.

Figura 28 – Empleos generados por la producción audiovisual 2022-28



Fuente: Cálculos SPI

6.5.5. Impuestos

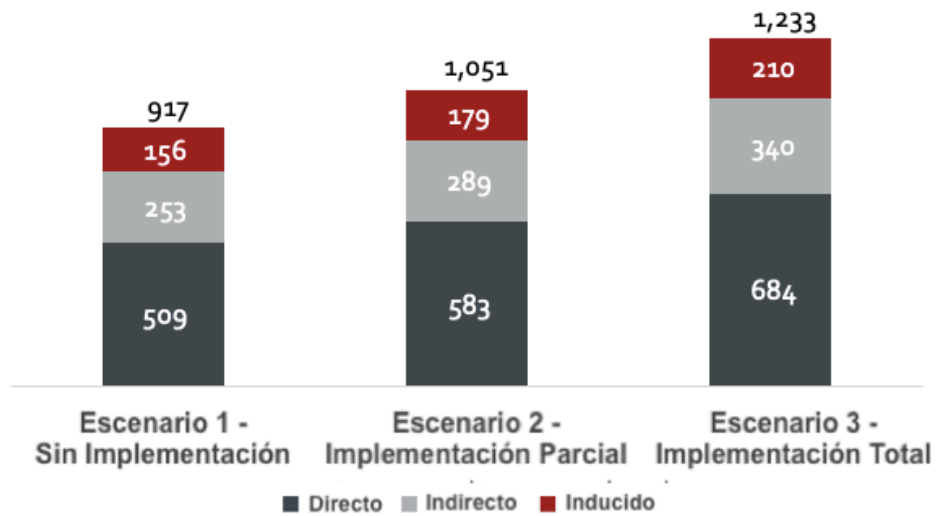
La producción audiovisual genera impuestos dirigidos a distintos niveles de la administración, incluidos el impuesto a las corporaciones y los impuestos laborales. En la elaboración del modelo fiscal se utiliza la relación impuestos/PIB de la OCDE ⁹⁰ para el conjunto de la economía. Cabe señalar que México tiene una relación impuestos/PIB baja en comparación con otros países de la OCDE, lo que posiblemente puede atribuirse a la existencia de una considerable economía informal. Las estimaciones que se exponen a continuación reflejan la recaudación fiscal total, es decir, la recaudación directamente soportada por el sector, así como la soportada a través de impactos adicionales indirectos e inducidos.

Sin un programa de incentivos, se prevé que la actividad de producción audiovisual en México genere 900 millones de dólares en impuestos entre 2023 y 2028. Esto incluye 509 millones de dólares en impuestos directos dentro del sector, 253 millones de dólares en impuestos indirectos (cadena de suministro) y 156 millones de dólares en impuestos inducidos.

Bajo una Implementación Total (Escenario 3), se prevé que la introducción de un programa de incentivos genere 316 millones de dólares adicionales en impuestos y, bajo una Implementación Parcial (el Escenario 2), 133 millones de dólares adicionales en impuestos entre 2023 y 2028. Estas estimaciones incluyen los impactos indirectos e inducidos, así como el efecto directo dentro de la industria de producción.

⁹⁰ Datos OCDE <https://stats.oecd.org/index.aspx?DataSetCode=REV>

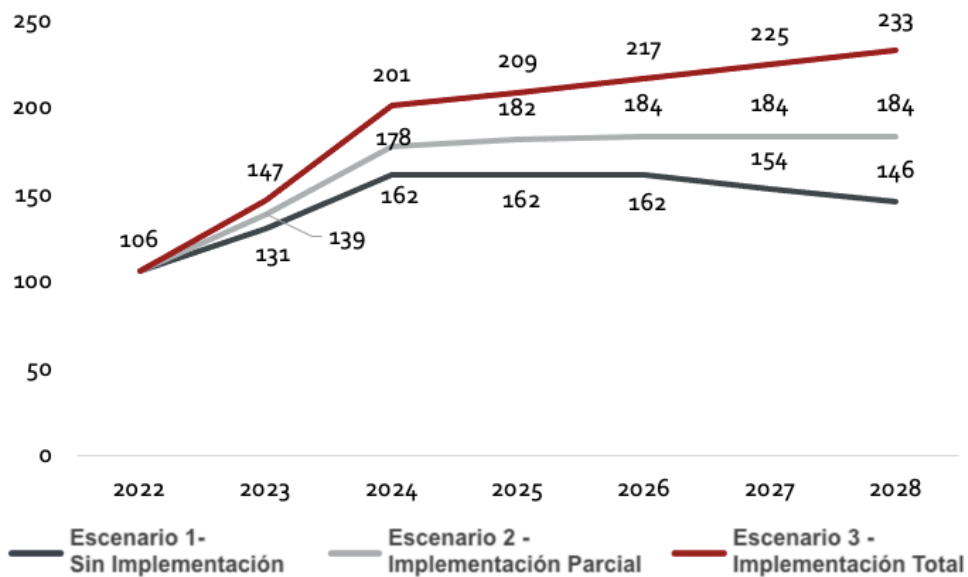
Figura 29 – Impuestos, acumulado de 2023 a 2028 (millones de dólares, reales)



Fuente: Cálculos SPI

El patrón de crecimiento fiscal a lo largo del periodo refleja el perfil de gasto. El patrón fiscal se muestra en la Figura 30 a continuación. El Escenario 3 muestra el mayor crecimiento, de 106 millones de dólares en 2022 a 233 millones de dólares en 2028, una tasa de crecimiento anual compuesto (TCAC) del 14,0%. El Escenario 2 refleja el estancamiento del gasto a partir de 2026 debido a las limitaciones del programa de incentivos. En este escenario, la huella fiscal total pasa de 106 millones de dólares en 2022 a 184 millones en 2026, manteniéndose en ese nivel durante el resto del periodo. En el Escenario Sin Implementación, el impacto fiscal anual aumenta y luego cae en línea con el gasto en producción previsto.

Figura 30 – Impuestos totales (directos, indirectos e inducidos), 2022-28, (millones de dólares, reales)



Fuente: Cálculos SPI

7. OTROS IMPACTOS ECONÓMICOS

Además de las **repercusiones macroeconómicas** señaladas en la sección anterior, la producción audiovisual genera una gran cantidad de **repercusiones microeconómicas**, entre ellas la **estimulación de la actividad en una amplia gama de otros sectores empresariales**.

El análisis de la 'onda expansiva' de las producciones individuales muestra que más del 60% del gasto puede repercutir en otros sectores empresariales ajenos al audiovisual. Entre ellos figuran la **industria de la hospitalidad, la industria turística y de transportes, la construcción, y la industria médica y al servicio de la salud**.

El análisis de los mapas de calor muestra que la dispersión geográfica del impacto también puede ser significativa.

7.1. Introducción

Los efectos macroeconómicos suelen ser el principal punto de atención a la hora de evaluar las repercusiones económicas atribuidas a la producción audiovisual. Sin embargo, también es importante destacar el valor adicional de esta producción fuera del sector audiovisual. Esto se refiere a los efectos microeconómicos del gasto en producción audiovisual, que repercute en una amplia gama de otros sectores empresariales dentro y fuera de la zona donde se lleva a cabo la producción.

La producción audiovisual implica procesos especializados que requieren una serie de insumos, entre ellos un gran número de trabajadores -todos con diversas funciones creativas, técnicas, logísticas y de apoyo-, así como equipos, instalaciones, infraestructuras y servicios.

Además de las repercusiones microeconómicas, existen otras repercusiones que pueden identificarse en otros sectores y ámbitos de desarrollo como efectos indirectos de la actividad productiva. Se trata de efectos sociales y económicos más amplios en ámbitos como la educación y la formación, la transferencia de competencias y la mejora de las cualificaciones, así como el desarrollo y la expansión de las infraestructuras. Estos ámbitos pueden desarrollarse y apoyarse en la presencia de una industria de producción audiovisual activa.

7.2. Microimpactos de la producción audiovisual

7.2.1. Análisis de la 'onda expansiva'

Debido a la singularidad de la producción audiovisual, algunos gastos de producción son específicos del sector, es decir, van a llegar a personas y empresas proveedoras que sólo trabajan en la producción audiovisual. Sin embargo, hay un gasto significativo y un mayor impacto económico en otras áreas de la economía, como los servicios inmobiliarios y de hospitalidad, que no son proveedores exclusivos del sector audiovisual, pero que contribuyen con recursos y servicios clave.

Los gastos de un proyecto pueden analizarse y clasificarse según varios sectores empresariales para mostrar la onda expansiva de los gastos de producción en una economía. El análisis se basa en el gasto de producción 'por debajo de la línea'⁹¹ ya que excluye los pagos a los principales talentos creativos, como actores clave, directores o productores, que pueden causar un desequilibrio en el análisis. Aunque los porcentajes pueden ser más bajos, también

⁹¹ Las categorías por encima de la línea (Above-the-line, ATL) y por debajo de la línea (Below-the-line, BTL) se refieren a la mano de obra de la producción de cine y televisión y a los diferentes tipos y antigüedad de las funciones entre el talento, el reparto y el equipo: ATL se refiere a los principales talentos, como directores, guionistas y actores; BTL se refiere a otros miembros del equipo, por ejemplo, en funciones técnicas de producción

puede comprobarse que el gasto se dirige a industrias de servicios críticos, como la seguridad, la protección, servicios para la salud y la asistencia médica.

A modo de ejemplo, se realizó un análisis de la onda expansiva a partir de la producción de una serie de televisión de gama alta con un presupuesto medio. La producción no se realizó en México. Según el análisis, menos del 40% de los gastos de producción se destinaron a empresas y proveedores de servicios específicos de la producción audiovisual.

El 60% restante del gasto del proyecto se repartió entre otros sectores empresariales: más del 8% en construcción, casi el 12% en viajes y transporte, el 4% en servicios de hospitalidad y alimentos, y casi el 7% en servicios y recursos de apoyo a las empresas.

Figura 31 – Ejemplo de análisis de la onda expansiva de una serie de televisión, presupuesto medio⁹²



Fuente: Análisis SPI de series dramáticas de presupuesto medio (en Australia)

7.2.2. Análisis de un mapa de calor

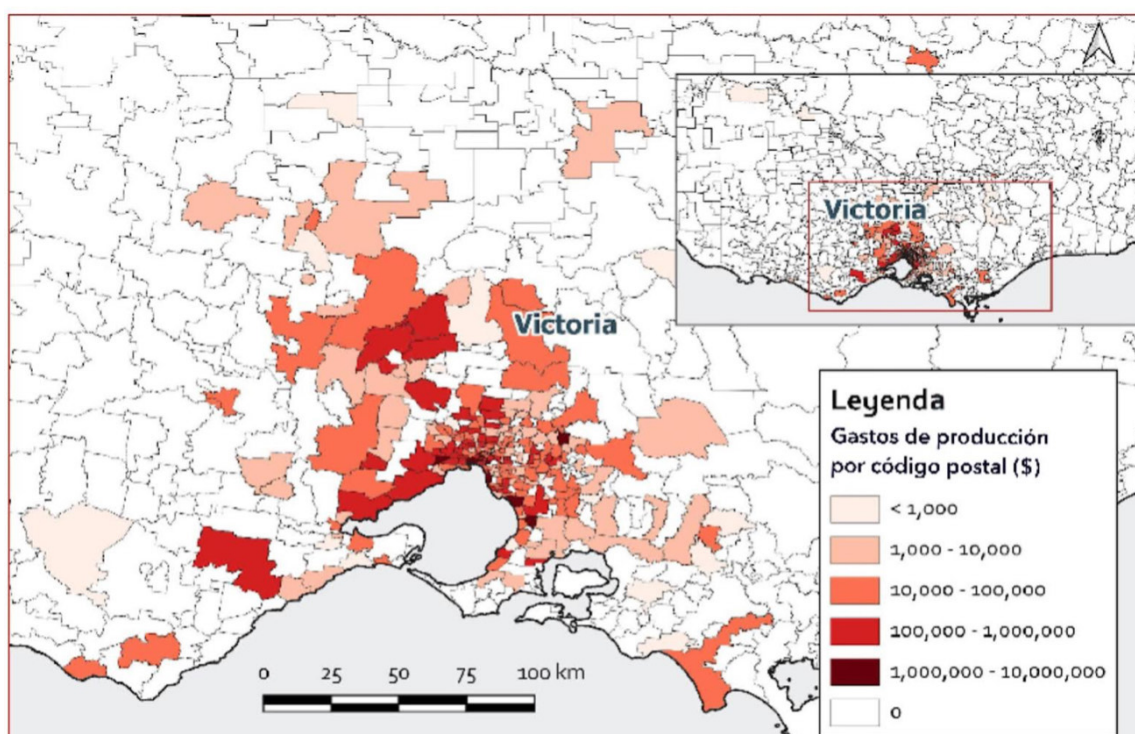
El gasto de producción suele concentrarse en las grandes zonas urbanas o centros de producción audiovisual, en los que se encuentra la base de la infraestructura de la industria, como estudios, casas de equipos y empresas de posproducción, y donde reside o puede desplazarse la mayor parte de la mano de obra. Sin embargo, debido a una serie de factores, como la naturaleza itinerante de la mano de obra de la industria, la demanda de espacio adecuado para el rodaje, y el estudio fuera de los confines de los centros urbanos, así como los requisitos de locación específicos de cada guion, el gasto de producción a menudo se puede ver extendido a través de diversas regiones con diversos proveedores, teniendo así un impacto notable en toda una región.

⁹² Study on the Impact of Film and Television Production Incentives in Australia. SPI, febrero 2023. Accesible en: <https://www.o-spi.com/s/ANZSA-Final-Report-February-2023.pdf>

Los mapas de calor muestran la locación y la intensidad de los gastos de producción. Aunque prevemos que la mayor parte del gasto de producción se localizará en los centros de producción, un mapa de calor de los proveedores permite conocer los diferentes distritos y suburbios en los que se produce el gasto, mostrando una vez más la onda expansiva del gasto en toda la economía.

El siguiente ejemplo de Australia muestra cómo SPI colaboró con una productora para evaluar el impacto de sus producciones en la cadena de suministro del sector audiovisual, tanto en su entorno inmediato como en las zonas circundantes. Se analizaron específicamente tres series dramáticas de televisión, y se trazó un mapa de sus gastos por código postal para determinar dónde aterrizaba el gasto en términos de dispersión geográfica. El mapa de la figura siguiente ilustra el gasto de los proveedores en concepto de gastos de producción en Melbourne / Victoria. El gasto se asignó a través del código postal del proveedor para mostrar la propagación del impacto de los tres proyectos. Cuanto más oscuro es el color, mayor es el gasto en esa zona.

Figura 32 – Ejemplo de distribución geográfica del gasto de la producción en Melbourne / Victoria, Australia⁹³



Fuente: Análisis realizado por SPI de tres series dramáticas australianas

7.2.3. La rapidez del gasto

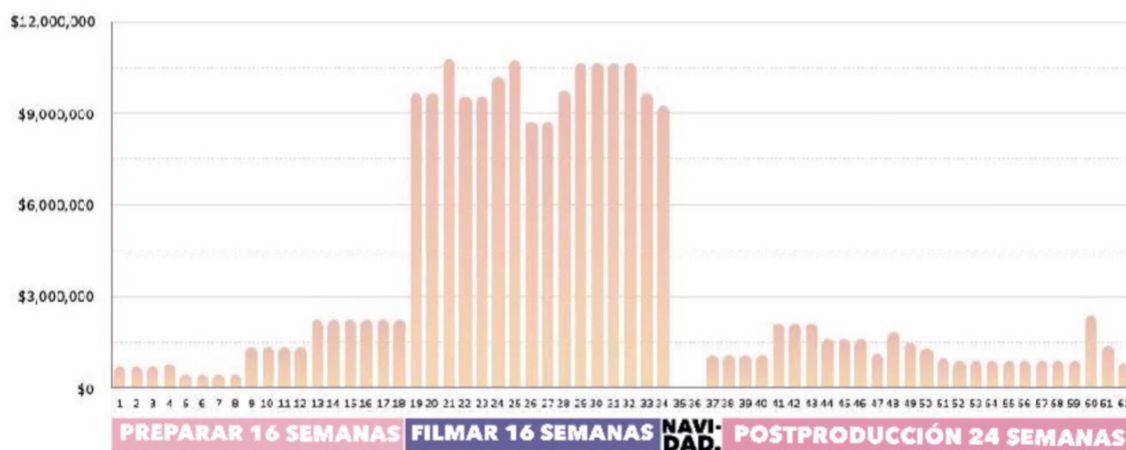
Además de sus repercusiones geográficas, y su impacto en una amplia gama de otros sectores empresariales, el gasto derivado de la producción audiovisual también se destaca por la rapidez con que puede repercutir en una economía. Los proyectos de todos los tamaños pueden suponer una gran inyección de liquidez en un corto periodo de tiempo y, en este sentido, pueden compararse a las grandes empresas especializadas en la fabricación de alta tecnología que surgen, realizan gastos considerables y emplean a cientos de personas, antes de reducirse

⁹³ Study on the Impact of Film and Television Production Incentives in Australia. Ibid

a un puñado de operarios clave, mientras que los empleados anteriores se trasladan a nuevos proyectos.⁹⁴

Análisis previos realizados por SPI de proyectos fuera de México muestran que un largometraje de gran presupuesto gastaba una media de 9,9 millones de dólares semanales durante un rodaje de 16 semanas. Como se muestra en la siguiente figura, hay un gran aumento del gasto entre la fase de preparación y la de producción principal, con un ajuste a la baja una vez que el proyecto entra en su fase de posproducción.

Figura 33 – Movimiento de efectivo generado por una gran producción (presupuesto de \$220 millones)



Fuente: *Global Screen Production – The Impact of Film and Television Production on Economic Recovery from COVID-19*. Ibid

⁹⁴ *Global Screen Production – The Impact of Film and Television Production on Economic Recovery from COVID-19*. Ibid

Sección Cinco –
**Los impactos estratégicos
adicionales por ofrecer un
incentivo en México**



8. LOS IMPACTOS ESTRATÉGICOS ADICIONALES POR OFRECER UN PROGRAMA DE INCENTIVOS EN MÉXICO

Esta sección examina los **beneficios adicionales** que ofrecer un incentivo podría generar para México.

Los impactos estratégicos potenciales son amplios y abarcan impactos en la **cultura mexicana, la marca nacional y el turismo**.

Estas repercusiones también incluyen el potencial para impulsar la **formalización de la economía** mexicana -un beneficio clave-, así como los **efectos regionales** y los efectos sobre la **formación profesional y el desarrollo del talento**.

8.1. Introducción

Además de los impactos macro y microeconómicos, la producción audiovisual también puede aportar una serie de beneficios estratégicos para las jurisdicciones. México ya atrae algunos de estos beneficios, y una mayor producción audiovisual estimulada por un incentivo aumentaría la intensidad y el valor de estos efectos.

Estos impactos estratégicos incluyen aquellos que son universales, como los impactos culturales, el poder blando y la marca nacional, la estimulación de la inversión extranjera directa adicional (un tipo de ingresos de exportación) y el turismo global relacionado con el contenido audiovisual. También incluye el potencial para impulsar una mayor actividad de producción en las regiones de México, y una oportunidad para impulsar la formalización en la economía de la producción audiovisual.

8.2. Desarrollo de talento y personal calificado

Se considera que la mano de obra dedicada a la producción audiovisual en México ya está algo sobrecargada por los niveles de producción actuales. Por lo tanto, la introducción de un incentivo proporcionaría una forma de ampliar estratégicamente esta mano de obra especializada y proteger los empleos y las competencias sectoriales existentes. Dada la importancia del empleo, cualquier incentivo debería desarrollarse e introducirse junto con una sólida estrategia de desarrollo de competencias.

Como se señala en la Sección 8.3, la introducción de un incentivo también brindaría una oportunidad clave para formalizar el panorama de la producción audiovisual mexicana. Esto incluiría la recopilación de datos de mejor calidad sobre los proyectos, su gasto y su mano de obra. Un incentivo proporciona a las agencias clave la capacidad de implementar un modelo para garantizar que los proyectos incentivados proporcionen datos sobre sus empleados, de modo que se pueda desarrollar una estrategia de desarrollo de habilidades y adaptarla rápidamente en respuesta a cualquier escasez o vacío.

También pueden formularse incentivos para fomentar directamente el desarrollo nacional de personal capacitado y el desarrollo del talento, así como para impulsar el empleo en zonas específicas de alto desempleo. Algunos ejemplos de esto en el mercado estadounidense incluyen:

- El crédito fiscal para servicios de producción cinematográfica de Illinois, ofrece un crédito fiscal adicional del 15% sobre los gastos laborales en Illinois de los empleados que viven en zonas de alto desempleo.
- El Programa de Incentivos a la Industria de la Imagen en Movimiento de Texas (*Texas Moving Image Industry Incentive Program*), que ofrece un 2,5% de descuento adicional

para fomentar la producción audiovisual en zonas infrautilizadas o con dificultades económicas.

- La Ley de Fomento de la Industria de Desarrollo Económico de Montana (*Montana Economic Development Industry Advancement - MEDIA*), que ofrece un 5% de descuento adicional para gastos en un condado con alto índice de pobreza.

También se pueden formular incentivos para fomentar la diversidad de la mano de obra. Por ejemplo, el *New Jersey film & Digital Media Tax Credit Program* ofrece un 2% adicional si se presenta y se logra un plan de diversidad. Portugal, por su parte, ofrece un incremento del 5% para la remuneración de actores y técnicos con discapacidad.

Al aumentar el flujo de producciones internacionales, los incentivos también contribuyen a incrementar el talento, garantizando que los profesionales tengan acceso al nivel de calidad y proceso exigido por las producciones internacionales de gran presupuesto. De este modo se mejora la cualificación del personal de un país, y se crea la posibilidad de que el personal local transfiera sus conocimientos internacionales a los contenidos audiovisuales nacionales.

La implementación de un incentivo también podría ayudar a repatriar a los profesionales mexicanos líderes que se han trasladado a otros mercados globales para trabajar. Al igual que en el caso anterior, esto supondría una transferencia de competencias muy valiosa y garantizaría que el dinero invertido en formación y capacitación repercuta en México.

Un incentivo también respaldaría el desarrollo de capacidades y talentos mediante la creación de empleos. Puede que México haya estado muy ocupado con la producción audiovisual desde la pandemia, pero un incentivo traería más actividad y permitiría crear más empleos. Esto es de vital importancia dado el enfoque de México en el empleo juvenil. Como se ha señalado, es probable que los niveles actuales de producción se desaceleren debido a la competencia mundial de otras jurisdicciones que ya ofrecen incentivos, en caso de que no se introduzca ningún incentivo.

8.3. Formalización de la economía de la producción audiovisual mexicana

La introducción de un programa de incentivos nacional brindaría a México la oportunidad de formalizar la economía de la producción audiovisual. Actualmente, en México existen zonas "grises" de la economía muy significativas que pueden crear incertidumbre -y, de hecho, riesgo- para las producciones internacionales. Un incentivo exigiría un alto grado de responsabilidad financiera para las producciones a través de la necesidad de una facturación completa y auditorías, y por lo tanto impulsaría la formalización de la economía en este sector.

A su vez, esto reportaría impuestos adicionales al gobierno -incluidos los procedentes de la producción adicional atraída a México que, de otro modo, no se llevaría a cabo en el país. También fomentaría la formalización del empleo.

Un incentivo también brindaría la oportunidad de recopilar más y mejores datos sobre el sector, lo que a su vez permitiría elaborar estrategias más eficaces en el futuro. Dado que el sector de la producción audiovisual en México carece de estadísticas clave, la introducción y administración de un incentivo debería estar vinculada a una sólida estrategia sectorial de datos y estadísticas. Esto permitirá a México ser más estratégico con respecto al sector audiovisual: al comprender los niveles de producción y los flujos de producción, los organismos clave también pueden implementar estrategias sólidas en áreas como la comercialización, la capacitación y la infraestructura.

Un incentivo también puede utilizarse como herramienta de planificación. Dependiendo de cómo se formule un incentivo, puede ayudar a las comisiones filmicas y a otros organismos clave a planificar la capacidad para el futuro en ámbitos como formación de profesionales e infraestructuras.

8.3.1. Recolección de datos y seguimiento de la industria

La investigación realizada para este Estudio subraya que existen importantes lagunas en el seguimiento de datos a nivel federal en México. Del mismo modo que la introducción de un incentivo podría aprovecharse para aumentar la formalización económica, también debería utilizarse para introducir un nuevo enfoque sólido de seguimiento y conocimiento de la industria. Esto permitirá a los legisladores comprender la verdadera escala de la industria en México, y también garantizar que el incentivo y otras intervenciones sean eficaces.

Debería introducirse un análisis completo para trazar y planificar un mejor seguimiento de los datos, pero como mínimo se sugiere que México desarrolle un método de registro sistemático del gasto de producción a nivel nacional por tipo de producción, región de gasto y fuentes de financiación. Esto debería publicarse anualmente, permitiendo el análisis de la información en series cronológicas.

El gobierno y las partes interesadas clave de la industria también deberían trabajar estrechamente con el INEGI para desarrollar un conjunto de estadísticas nacionales estandarizadas -incluidas las cifras de empleo- centradas en la producción como elemento clave del sector audiovisual más amplio. Esto puede hacerse dentro del actual sistema de clasificación industrial (NAICS) utilizado en México.

Además, se deberían planificar análisis independientes en relación con la introducción de un incentivo federal en México. Debe emprenderse inmediatamente un estudio sobre la escala precisa de la actividad informal dentro del sector de la producción audiovisual en México, produciendo un conjunto de métricas que establezcan la prevalencia de la informalidad. Esto también debería producir un conjunto de recomendaciones que deberían contribuir al diseño de un incentivo. Un estudio de seguimiento - dos o tres años después de la introducción de un incentivo - debe llevarse a cabo para realizar un seguimiento de la mejora y el crecimiento de los procesos formales.

Tras dos o tres años de funcionamiento de un incentivo, debería realizarse otro análisis del impacto económico para hacer un seguimiento de los efectos del incentivo y formular recomendaciones para garantizar su eficacia permanente.

8.4. Infraestructura

La introducción de un incentivo importante también puede fomentar el crecimiento de la infraestructura destinada a la producción audiovisual, sobre todo en estudios. Esto se debe a que un incentivo estable y un flujo de producciones vinculadas es una señal para los inversores de que la jurisdicción es un lugar potencial para invertir, con un fuerte apoyo gubernamental.

Existe una fuerte demanda de estudios en centros de producción consolidados de todo el mundo, lo que supone una oportunidad para México.

Los datos de otros mercados mundiales de producción destacan la rapidez con la que los inversores pueden responder a las oportunidades. En otros mercados latinoamericanos se ha producido una proliferación de estudios, un factor clave para atraer grandes producciones audiovisuales. Esto incluye la República Dominicana, donde *Dominican Republic Studios* ofrece tres platós y un tanque de agua. En noviembre de 2022, *Banijay Americas* anunció que abriría un estudio de casi 750.000 pies cuadrados en Guarulhos, relativamente cerca del aeropuerto internacional de São Paulo.⁹⁵ El Gobierno panameño también ha anunciado planes para

⁹⁵ *Banijay Opening Largest Independent Production Studio Facility in Latin America*. Banijay, 28 de noviembre de 2022. Accesible en: <https://www.banijay.com/blog/2022/11/28/banijay-opening-largest-independent-production-studio-facility-in-latin-america/>

construir un estudio.⁹⁶ La República Dominicana, São Paulo y Panamá ofrecen incentivos internacionales.

México carece de algunas áreas de infraestructura relacionadas con producciones de muy alto presupuesto, como estudios y vehículos de transporte especializados. Sin embargo, esta carencia está relacionada con la falta de costumbre: si un incentivo estimulara la producción de presupuestos más elevados, es muy probable que el mercado respondiera rápidamente a una mayor demanda en este ámbito. Cualquier introducción de incentivos debería estar vinculada a una estrategia de desarrollo de infraestructuras.

8.5. Aumento de la regionalización

Actualmente, gran parte de la producción audiovisual mexicana tiene lugar en Ciudad de México, que es donde se encuentran la mayoría de las productoras, empresas de servicios de producción y equipos.

Sin embargo, México tiene una oferta de locaciones única en el mundo, y habría una demanda significativa de producción regional en respuesta a un incentivo. El alto nivel de actividad en la Ciudad de México es también una oportunidad para que los organismos sectoriales clave fomenten la producción en otros centros regionales de México.

Un incentivo supondría un gran estímulo para fomentar el desarrollo de este sector en otras partes del país más allá de la capital. En la actualidad, los proyectos entrantes pueden llegar a México a través de Ciudad de México y luego a las regiones en función de la necesidad de producción. Un incentivo animaría a los distintos estados a comercializar más ampliamente su propia oferta.

Además de un incentivo para la producción audiovisual en México, sería importante poner en marcha una estrategia de regionalización que garantice que las regiones desarrollen personal calificado y las infraestructuras adecuadas, de modo que los productores no tengan que traerlo todo de Ciudad de México. El crecimiento regional de la producción también fomentaría la inversión en infraestructuras.

Los incentivos también pueden formularse para impulsar directamente el impacto regional, por ejemplo, ofreciendo bonificaciones específicas para proyectos que se rueden en regiones concretas. Por ejemplo, en Portugal, el descuento del 25% ofrece a los productores una bonificación del 5% por los gastos incurridos en zonas de baja densidad de población, mientras que varios Estados de EE. UU. ofrecen bonificaciones por rodajes fuera de grandes centros urbanos. Entre ellos están California y Louisiana.

8.6. Impulso del turismo nacional e internacional

La producción audiovisual puede impulsar el turismo de forma significativa al destacar las locaciones, los personajes y las historias de una región. El turismo es un motor económico clave en muchos países, entre ellos México, y el potencial de la producción audiovisual para estimular el turismo está ampliamente reconocido.

Los contenidos audiovisuales tienen la singular capacidad de cambiar la perspectiva de un destino, y mostrar a los espectadores elementos auténticos y menos conocidos que pueden tener un gran impacto. Hay muchos ejemplos positivos de estas repercusiones, por ejemplo, en la creación de lugares y el desarrollo del turismo.

De hecho, algunos incentivos están formulados para maximizar el impacto turístico de los proyectos que acceden a ellos. Por ejemplo, el estado estadounidense de Georgia ofrece una

⁹⁶ *Panama's Culture Minister Giselle Gonzalez: Panama to Build New Film Studio, Pledges More Support for IFF Panama.* Variety, 4 de diciembre de 2022. Accesible en: <https://variety.com/2022/film/news/panama-studio-iff-panama-giselle-gonzalez-1235449357/>

bonificación del 10% a los proyectos que incluyan el logotipo promocional del estado, el melocotón, en la producción final.

El turismo ha sido identificado como un motor del desarrollo nacional, principalmente por su capacidad de generar divisas y empleos. En México, el turismo representó el 7,5% del PIB nacional y el 5,7% de los empleos remunerados en 2021, lo que supuso un aumento significativo con respecto a 2020, cuando el turismo solo representó el 6,8% del PIB. Si bien representa una disminución con respecto a 2019, lo que probablemente se deba a que el sector aún se está recuperando de los efectos de la pandemia.

Aunque se preveía que la recuperación de la pandemia sería lenta, las cifras del primer semestre de 2022 muestran un sector recuperado, con cifras superiores a las de los niveles anteriores a la pandemia.

En 2020 el gobierno mexicano lanzó México Sostenible - Estrategia de Turismo 2030, una estrategia nacional que busca posicionar a México como líder mundial en turismo sustentable para 2030.⁹⁷

Este no es el único proyecto que la Secretaría de Turismo de México (SECTUR) ha desarrollado con la intención de atraer más y mejor turismo al país. Entre los proyectos en desarrollo destacan Barrios Mágicos -un programa que pretende diversificar los destinos turísticos del país destacando los destinos notables- y el Tren Maya, un programa que pretende mejorar la calidad de vida, ayudar a la diversificación de los destinos turísticos y promover la economía de todos los estados que atraviesa.⁹⁸

Producciones audiovisuales anteriores ya han demostrado el poder de los contenidos para promover el turismo. Un ejemplo clave es *Spectre*, ambientada en parte en Ciudad de México y que incluía un desfile del Día de los Muertos. El año siguiente al estreno de la película, el número de turistas internacionales en Ciudad de México aumentó un 9,4%.⁹⁹ En el año 2016, el desfile de la película fue recreado por más de 1.000 personas con la intención de llegar a un público internacional. El desfile contó con unos 425.000 espectadores en 2016, pero en solo tres años había crecido hasta superar los dos millones. Según cifras recientes, el Día de Muertos atrae a más de 7,5 millones de turistas internacionales al año, lo que supone una derrama económica cercana a los 4.000 millones de pesos.

La Ruta de *Coco* es otro ejemplo de impacto turístico.¹⁰⁰ En octubre de 2018, tras el éxito de la película, la SECTUR dio a conocer una compilación de rutas turísticas para visitar sitios inspirados en la película *Coco*, que los turistas nacionales e internacionales podían seguir, diversificando así los destinos turísticos. El impacto de esta ruta fue inmediato en Michoacán, estado por donde pasa la ruta, que vio un incremento de 425% en la llegada de turistas internacionales entre 2018 y 2019.¹⁰¹ La captación total de turistas en Morelia, la capital de Michoacán (y punto de partida de la Ruta de *Coco* más corta) vio un incremento de 5.45% en el total de turistas de 2018 a 2019 con un total de alrededor de 3.2 millones de visitantes que dejaron una derrama económica de MXN4,482 millones (alrededor de US\$225 millones).¹⁰²

Es probable que un incentivo aumente la escala de las producciones que vienen a México, lo que significa que se rodarían en el país series de televisión y películas de mayor presupuesto.

⁹⁷ Mexico Sostenible. Estrategia de Turismo 2030. Accessible en: <http://sistemas.sectur.gob.mx/dgots/04-estrategia-turismo-sostenible-2030.pdf>

⁹⁸ <https://www.gob.mx/trenmaya>

⁹⁹ *Travel-inspiring Skeletons in Spectre and Coco – Film Tourism and the Día de Muertos in Mexico*. Viola Rühse, 2021. Accesible en: <https://journals.openedition.org/inmedia/2985>

¹⁰⁰ <https://www.mexicanist.com//coco-route/>

¹⁰¹ https://www.datatur.sectur.gob.mx/ITxEF/ITxEF_MICH.aspx

¹⁰² <https://www.elsoldemorelia.com.mx/local/arribaron-a-morelia-3.2-millones-de-turistas-4680590.html>

Incentivo para la producción audiovisual en México

Estas producciones de mayor presupuesto suelen tener un mayor impacto en el turismo y, por tanto, aumentarían el atractivo del país como destino turístico.

Los incentivos también pueden utilizarse para impulsar una mayor producción regional, lo que a su vez puede tener un impacto significativo en el turismo. La creación de un mecanismo que incentive la producción regional impulsará las producciones en estas nuevas áreas, representando un México más variado en la pantalla.

9. APÉNDICE UNO - PLANTEAMIENTO DEL ESTUDIO

Un estudio detallado del potencial de un incentivo requiere cotejar una serie de bases de evidencia y diversas fuentes de datos. La metodología de SPI, descrita brevemente en este apéndice, reúne una serie de técnicas cualitativas y cuantitativas, desarrolladas a través del trabajo de la empresa en el ámbito de los incentivos y el desarrollo sectorial en múltiples jurisdicciones mundiales.

A continuación se describe la metodología empleada por SPI.

Revisión preliminar de documentos

Para iniciar el proyecto, SPI realiza una rápida revisión de todos los documentos relevantes y datos iniciales relacionados con el sector de la producción audiovisual en México y con el tema de los incentivos.

Investigación documental detallada y recopilación de datos

Se emprendió un programa de investigación documental y recopilación de datos más detallado, reuniendo todos los informes públicos y conjuntos de datos pertinentes. Un elemento clave de este proceso fue la recopilación de todos los datos necesarios para determinar el impacto económico del estudio. También se recopilaron los datos necesarios para la modelización económica, incluidas las estadísticas a nivel federal y las tablas de insumo - producto, así como la identificación de lagunas en los datos.

SPI estableció contacto con las agencias mexicanas pertinentes, incluido el INEGI, para formular preguntas y solicitar datos.

En esta fase, también se recopilaron datos sobre países de comparación para fundamentar el análisis y las proyecciones que se estaban creando para México.

Consultas confidenciales

SPI llevó a cabo consultas y entrevistas confidenciales con más de 15 partes interesadas. Éstas proporcionaron información y profundidad a los datos cuantitativos recopilados y analizados, así como una visión más amplia del sector de la producción audiovisual en México y de la temática de los incentivos. Las consultas también se utilizaron para plantear cuestiones o preguntas relacionadas con las fuentes de datos públicos, y para recabar información sobre otras áreas de análisis. Con el fin de informar el proceso de proyecciones de gastos, las consultas con los productores también permitieron examinar cómo cambiaría la inversión en la producción audiovisual en México en caso de que se introdujera un incentivo competitivo

Análisis del impacto económico primario, encuesta y proyecciones

SPI analizó los datos de inversión en producción de la actividad audiovisual actual en México y, dado que no existían datos nacionales de referencia sobre el gasto, creó tres escenarios de gasto anual futuro en relación con los niveles de una oferta de incentivos. SPI utilizó estas estimaciones de gasto para analizar los impactos directos, indirectos e inducidos de los niveles de producción actuales a través de tablas de insumo - producto. Esto se centra en las métricas de impacto económico estándar, incluidos el VAB y el rendimiento.

Análisis de datos suplementario

Además de los datos económicos, el Estudio también consideró áreas clave de impacto estratégico, incluidos los efectos regionales. Estos datos se cotejaron y analizaron para formar elementos de la narrativa del Estudio.

Intercambio de ideas y síntesis en equipo

Incentivo para la producción audiovisual en México

En este punto del estudio, una vez recopilados la mayoría de los datos y llegadas a una serie de conclusiones, SPI cotejó, revisó y analizó todos los datos y conclusiones en una reunión interna para aportar ideas y reflexionar en equipo.

Informe final

Cuando la investigación llegó a su fin, se redactó el informe final.

10. APÉNDICE DOS – METODOLOGÍA DEL IMPACTO ECONÓMICO

Para desarrollar este análisis, SPI emprendió una serie de pasos clave. Estos pasos se basan en enfoques metodológicos de estudios similares realizados en diversos países, como Irlanda, el Reino Unido, varios estados de EE. UU., Australia, Nueva Zelanda y países europeos.

10.1. Datos sobre el gasto

Dado que no existe una fuente completa y coherente de datos de gastos de producción para México, ha sido necesario estimar los niveles de producción actuales y los niveles previstos para cada escenario. Los supuestos utilizados para ello se exponen en la Sección 6.4.1.

10.2. Fuentes y conjuntos de datos claves

Se accedió y analizaron los siguientes bancos de datos:

- INEGI, Cuentas Nacionales de México Matriz de insumo - producto, www.inegi.org.mx
- INEGI, Cuentas Satélite de la Cultura, www.inegi.org.mx
- INEGI, datos del Censo Económico, www.inegi.org.mx
- IMCINE, Anuario estadístico, 2021
- Banco Mundial, índice de deflación del PIB
- OCDE, tablas de insumo - producto, <https://www.oecd.org/sti/ind/input-outputtables.htm>
- OCDE, estadísticas de ingresos <https://www.oecd.org/tax/revenue-statistics-mexico.pdf>

10.3. La economía informal en México

La economía informal en México es significativa - en el 2018 la OCDE indicó que los trabajadores informales representaban el 57% de la fuerza laboral mexicana.¹⁰³ Esto plantea un desafío considerable para las políticas de desarrollo económico y también para medir con precisión la actividad económica a través de una serie de indicadores. Por ejemplo, esto se evidencia en la recaudación relativamente baja de impuestos (como se comenta más adelante). SPI emplea los mejores datos disponibles al tiempo que reconoce las incertidumbres y suposiciones necesarias para cubrir estas brechas.

10.4. Metodología de insumo - producto

Este estudio emplea un enfoque insumo - producto para la modelización del impacto económico. Utiliza datos de gastos de producción para impulsar un modelo económico especialmente desarrollado, que utiliza fuentes de datos nacionales para construir una imagen de las interconexiones entre la industria de producción audiovisual y otras industrias y las relaciones entre métricas clave como la producción, el VAB y el empleo.

La metodología se basa en un gran número de estudios sectoriales que SPI ha realizado en todo el mundo y es coherente con las mejores prácticas internacionales, incluidos estudios en el Reino Unido, los estados de EE. UU., Nueva Zelanda, Australia, Asia y toda Europa.

Este enfoque determina el impacto económico total de una inversión o actividad concreta. Este total es la suma de los efectos directos, indirectos e inducidos:

- **Directos** – los impactos que se producen directamente dentro del sector estudiado (por ejemplo, en el caso de la producción audiovisual, el valor generado por la contratación directa del reparto y el personal, y otros gastos directos);

¹⁰³ OECD Mexico Policy Briefing: Labour Market Inclusion, enero 2020 <https://www.oecd.org/mexico/Policy-Brief-Mexico-Labour-market-inclusion-EN.pdf>

- **Indirectos** – los impactos asociados a la compra de bienes y servicios a empresas ajenas al sector audiovisual (por ejemplo, asesoramiento jurídico, financiación, servicio de comidas y transporte asociado a las producciones); y,
- **Inducidos** – Impactos generados como resultado de la actividad económica adicional resultante del nuevo gasto de los salarios ganados en las fases directa e indirecta, lo que aumenta la actividad económica en el contexto más amplio de la economía.

10.5. Cálculo de multiplicadores - Análisis de las tablas de insumo - producto mexicanas

Las tablas de insumo - producto para México se publican cada cinco años, con un retraso de cinco años. Esto significa que las últimas tablas de insumo - producto para México corresponden a 2013 (publicadas en 2018). La próxima actualización está prevista para mediados de 2023. Las tablas insumo - producto son una imagen de la estructura fundamental de las interacciones entre los diferentes sectores económicos, y aunque la estructura subyacente de la economía no cambia rápidamente, el uso de tablas insumo - producto que tienen diez años de retraso es una limitación de este estudio. SPI ha emprendido un análisis comparativo con fuentes de datos adicionales, expuestas en la sección siguiente, para verificar y cotejar los multiplicadores.

SPI utilizó la información de la Industria Nacional por la Matriz de la Industria para calcular la matriz de coeficientes y la Matriz Inversa de Leontief para el total de la economía. Los cálculos de los multiplicadores de tipo I incluían únicamente la industria, mientras que los cálculos de los multiplicadores de tipo II incluían también los ingresos y gastos de los hogares. Para un sector concreto, los multiplicadores son la suma de los coeficientes inversos de Leontief. Para los multiplicadores de tipo 1, la demanda final corresponde a los efectos directos + indirectos. Para los multiplicadores de tipo II, la demanda final corresponde a los efectos directos + indirectos + inducidos. Las relaciones indirectas (Tipo 1) se publican junto con las tablas de insumo - producto y nuestros cálculos se cotejaron con ellas para comprobar su coherencia.

Para este Estudio, SPI utilizó los multiplicadores que corresponden al NAICS 5121 'Actividades cinematográficas y de video'. Los datos de insumo - producto para México están disponibles a este nivel de cuatro dígitos.

La indica los códigos industriales de 5 dígitos incluidos en NAICS 5121.

Tabla 16 indica los códigos industriales de 5 dígitos incluidos en NAICS 5121.

Tabla 16 – Resumen de los códigos industriales del sector audiovisual

5121 Actividades cinematográficas y de video		
51211	Producción cinematográfica y de vídeo	Motion Picture and Video Production
51212	Distribución de películas y vídeos	Motion Picture and Video Distribution
51213	Exhibición cinematográfica	Motion Picture Exhibition
51219	Servicios de posproducción	Post-production Services

Aunque esta definición del sector no se ajusta perfectamente a la actividad de producción audiovisual, se aproxima lo suficiente como para proporcionar estimaciones de multiplicadores utilizables. En este sentido, cabe señalar que:

- La otra actividad dentro del 5121 gira en torno a la distribución y exhibición de contenidos audiovisuales (aunque la radiodifusión tiene un código SIC aparte). En México, la exhibición cinematográfica representa la mayor parte de la actividad en esta categoría

(se estima que el 62% en 2013).¹⁰⁴ Sin embargo, no es posible eliminarlo para estimar los multiplicadores, pero esta actividad no se incluye en el gasto.

- Es práctica común en otras partes del mundo utilizar multiplicadores de este sector (o algo muy parecido) en los estudios sobre el impacto del sector audiovisual y el planteamiento utilizado aquí es coherente con tales estudios en Nueva Zelanda, los Estados Unidos, el Reino Unido e Irlanda.

Este estudio se centra en las actividades de producción y posproducción. Es evidente que hay algunas actividades dentro de 5121 que quedan fuera de este ámbito. Es importante señalar que cuando utilizamos los datos de la 5121 Actividades cinematográficas y de vídeo estamos utilizando esta información para informar los ratios y multiplicadores. El impacto económico global se basa únicamente en el gasto en actividades de producción y posproducción audiovisual.

En todos los ámbitos, el análisis insumo - producto produce multiplicadores que permiten evaluar el impacto del gasto asociado a los sectores estudiados en tres ámbitos, lo que refleja las tres fases de la actividad económica en un estudio de impacto estándar:

Los multiplicadores de tipo I calculan el efecto directo + indirecto y los de tipo II se utilizan para calcular el efecto total (directo + indirecto + inducido).

La Tabla 17 muestra los multiplicadores de producción calculados con este método. Obsérvese que estos multiplicadores son relativamente bajos en comparación con algunos mercados más desarrollados en los que las cadenas de suministro locales son más fuertes. Además, es probable que el alto nivel de actividad informal que existe en la economía contribuya a que los multiplicadores registrados en las estadísticas oficiales sean más bajos.

Tabla 17 – Multiplicadores de las actividades cinematográficas y de vídeo de las tablas de insumo- producto en México (2013)

	Tipo 1	Tipo 2
2013	1.55	1.87

Fuente: Cálculos SPI basados en las tablas de insumo y producto

10.6. Verificación de los multiplicadores - Con datos de la OCDE

Como se ha expuesto anteriormente, el desfase de los datos insumo - producto para México supone un reto para este estudio. SPI ideó una metodología para cotejar los multiplicadores con datos de otras fuentes.

La OCDE publica tablas de insumo - producto para los países miembros, aunque con un detalle sectorial menos granular que la información publicada a nivel nacional. Las últimas tablas insumo - producto para México publicadas por la OCDE corresponden a 2018. Los indicadores publicados incluyen la matriz inversa de Leontief (multiplicadores tipo I) y los datos están disponibles para la CIU 58-60: Actividades editoriales, audiovisuales y de radiodifusión que contiene Actividades cinematográficas y de vídeo. La OCDE no publica datos sobre los multiplicadores de tipo II, ni los datos completos que permitirían a SPI calcularlos.

Tabla 18 – Matriz inversa de Leontief (Nacional) para 58-60 Publicaciones, audiovisuales y radiodifusión de la OCDE de 2013 to 2018

Año	Multiplicadores de tipo I para CIU 58-60
2013	1.622

¹⁰⁴ INEGI Matrix Insumo Producto descarga de datos

Año	Multiplicadores de tipo I para CIU 58-60
2014	1.606
2015	1.580
2016	1.563
2017	1.561
2018	1.561
% cambio 2013-18	-3.8%

Fuente: Tablas I-O de la OCDE, edición 2021

Los datos de la OCDE indican una amplia alineación en los multiplicadores del sector 58-60 y los calculados específicamente para NAICS 5121 a partir de la tabla de insumo-producto mexicana.

El multiplicador de tipo I para el sector más amplio (58-60) de los datos de la OCDE ha disminuido ligeramente entre 2013 y 2018, una caída total del 3,8% en los cinco años. Es probable que esto refleje el crecimiento tanto de las importaciones como de las exportaciones y el fortalecimiento de las cadenas de suministro internacionales durante este periodo.

Dada esta disminución en el multiplicador de tipo I del sector, SPI cree que es prudente reducir el multiplicador a las Actividades Cinematográficas y de Vídeo de acuerdo con esta disminución del 3,8%. Esto da multiplicadores ligeramente más bajos para 2018, como se muestra en la Tabla 19. Estos multiplicadores han sido utilizados en el análisis.

Tabla 19 – Multiplicadores ajustados para las actividades cinematográficas y de vídeo (2018)

	Tipo 1	Tipo 2
2018	1.4966	1.8032

Fuente: Cálculos del SPI basados en las Tablas insumo - producto y los datos de la OCDE para el sector más amplio

10.7. Empleos y otros variables

Además de los multiplicadores, el modelo económico también utiliza ratios y relaciones clave que estiman el VAB directo, los ingresos directos y los empleos directos a partir de la producción directa.

SPI emprendió una búsqueda detallada de cifras de empleo actualizadas y medidas de forma coherente para el sector. El objetivo era doble. En primer lugar, las cifras de empleo que se miden de forma coherente con el rendimiento del sector son necesarias para la modelización económica. En segundo lugar, las cifras de empleo publicadas son un importante punto de comparación para las estimaciones de empleo realizadas por SPI.

Existen muchas fuentes y mediciones de empleo en el sector audiovisual en México. La mayoría de las estimaciones se refieren al conjunto del sector audiovisual, que incluye la distribución y la exhibición, así como la producción. En la Tabla 21 se resumen las principales fuentes y se identifican los principales problemas que plantean. Esto subraya la complejidad de las estadísticas sobre el sector en México y las dificultades para llegar a una estimación precisa de los empleos en la producción.

Table 20 – Fuentes de datos sobre empleos en el sector audiovisual mexicano

Fuente	Descripción	Empleos	Problemas	Enlace
INEGI Cuenta Satélite de la Cultura	2021 Empleados	14,162	La cuenta cultural divide los sectores sin especificar qué incluye exactamente, y lo más probable es que incluya Distribución y Exhibición	https://www.inegi.org.mx/app/tabulados/default.aspx?pr=19&vr=2&in=21&tp=20&wr=1&cno=2&idrt=114&opc=t
INEGI Cuenta Satélite de la Cultura	2020 Empleados	19,721	La cuenta cultural divide los sectores sin especificar qué incluye exactamente, y lo más probable es que incluya Distribución y Exhibición	https://www.inegi.org.mx/app/tabulados/default.aspx?pr=19&vr=2&in=21&tp=20&wr=1&cno=2&idrt=114&opc=t
INEGI	2021 Total Personal Empleado (código 5121)	22,149	La cifra incluye Exhibición y Distribución y debido a la cantidad de empleos irregulares en el país el INEGI podría estar subestimando los empleos	https://www.inegi.org.mx/app/tabulados/interactivos/?bd=EASPNF&px=EA_SPNF_2
INEGI	2020 Total Personal Empleado (código 5121)	22,433	La cifra incluye Exhibición y Distribución y debido a la cantidad de empleos irregulares en el país el INEGI podría estar subestimando los empleos	https://www.inegi.org.mx/app/tabulados/interactivos/?bd=EASPNF&px=EA_SPNF_2
IMCINE Reporte Anual	2020 Empleados	24,146	Parece que los datos proceden de una versión antigua de las cuentas culturales, por lo que los problemas son similares a los anteriores.	http://anuariocinemx.imcine.gob.mx/
INEGI Cuenta Satélite de la Cultura	2019 Empleados	29,169	La cuenta cultural divide los sectores sin especificar qué incluye exactamente, y lo más probable es que incluya Distribución y Exhibición	https://www.inegi.org.mx/app/tabulados/default.aspx?pr=19&vr=2&in=21&tp=20&wr=1&cno=2&idrt=114&opc=t

Fuente	Descripción	Empleos	Problemas	Enlace
Estudio Derrama Económica (pág. 14)	2018 Número de empleos	31,000	Datos del INEGI por lo que tiene problemas similares a otros datos del INEGI	https://canacine.org.mx/wp-content/uploads/2022/06/ESTUDIO-DERRAMA-ECO-INDUSTRIA-POR-UNAM-.pdf
INEGI	2019 Total Personal Empleado (código 5121)	31,652	La cifra incluye Exhibición y Distribución y debido a la cantidad de empleos irregulares en el país el INEGI podría estar subestimando los empleos	https://www.inegi.org.mx/app/tabulados/interactivos/?bd=EASPNF&px=EA_SPNF_2
IMCINE Reporte Anual	2019 Empleados	34,831	Parece que los datos proceden de una versión antigua de las cuentas culturales, por lo que los problemas son similares a los anteriores.	http://anuariocinemx.imcine.gob.mx/
CDMX Reporte Anual (pág. 141)	2021 Cantidad de empleos generados	104,582	No está clara la definición de empleos ni la metodología de estimación.	https://www.cfilma.cultura.cdmx.gob.mx/
CDMX Reporte Anual (pág. 9)	2021 Personas empleadas por la industria audiovisual	375,577	No está clara la definición de empleos ni la metodología de estimación.	https://www.cfilma.cultura.cdmx.gob.mx/

SPI ha constatado que la publicación de la Tabla I-O de 2013 contiene el conjunto más completo y coherente de datos sobre puestos de trabajo para el sector NAICS 5121, aunque estos datos están bastante desactualizados, son coherentes con las cifras de producción y, por tanto, ofrecen una relación entre empleos y rendimiento que puede utilizarse en la modelización.

En estos datos se presentan diferentes medidas de "empleos".

Tabla 21 – Definición de empleos, incluido el código de identificación

PT: Todos los empleos	PTR: Todos los empleos en la empresa que se pagan con un salario
	PTNDRS: Todos los empleos que trabajan para la empresa sin remuneración (por ejemplo, los propietarios).
	PSORS: Los que trabajan para la empresa, pero a través de un contrato con una empresa diferente (es decir, una cadena de suministro muy estrecha).

	PHOCSS: Trabajadores autónomos que cobran mediante factura
--	--

Fuente: SPI Comunicaciones con el INEG

Estos empleos, y los presentados en la sección de impacto económico, son empleos anualizados que tienen en cuenta la naturaleza a corto plazo de parte del empleo en el sector de la producción audiovisual. Por ejemplo, un contrato de tres meses se contabilizaría como 0,25 empleos. Esto permite la comparación con otras industrias sobre una base más coherente.

Es práctica habitual en este tipo de estudios estimar el impacto del empleo equivalente a tiempo completo (ETC). De este modo se tiene en cuenta la proporción de trabajadores a tiempo parcial dentro de la mano de obra total y se obtiene una medida comparable entre sectores. Lamentablemente, en México no se dispone de datos sobre el empleo equivalente a tiempo completo para las actividades cinematográficas y de vídeo que sean comparables con las tablas de insumo y producto. Sin embargo, SPI ha revisado los datos sobre horas trabajadas de los Censos Económicos publicados por el INEGI. Esto indica que en promedio alguien que trabaja en el sector 5121 trabajó 2,318 horas al año en 2018. Esto es superior a una semana de 40 horas, 52 semanas al año (2,080 horas). Por lo tanto, SPI concluye que es probable que la tasa de trabajo a tiempo parcial en el sector sea pequeña y, por lo tanto, es probable que la cifra de empleos de recuento presentada aquí sea muy cercana a la cifra equivalente de tiempo completo si estuviera disponible.

La Tabla a continuación, resume los ratios económicos clave de las tablas de insumo - producto de 2013 en 2013. En la Tabla 23 t se actualizan a los precios y tipos de cambio correspondientes a 2021 para poder aplicar los ratios al patrón de gasto actual y a las proyecciones futuras.

Tabla 22 – Ratios económicos clave para NAICS 5121, año de datos 2013, precios 2013

	MXN Pesos	USD \$ ¹⁰⁵
Producción (millones de USD)	38,322	3,004
VAB (millones USD)	19,793	1,552
Empleos	39,234 ¹⁰⁶	39,234
VAB/Producción	0.516	0.516
Número de empleos por 1 millón de dólares	1.024	13.059

Fuente: Cálculos SPI basados en las tablas de insumo – producto del 2013

Tabla 23 – Ratios económicos clave para NAICS 5121, año de datos 2013, precios 2021

	MXN Pesos	USD \$ ¹⁰⁷
Rendimiento (millones)	55,523	2,737
VAB (en millones)	28,677	1,414
Empleos	39,234 ¹⁰⁸	39,234
VAB / Producción	0.516	0.516

¹⁰⁵ Tipo de cambio promedio para 2013 - 1 MXN = 0.0784 US\$ exchangerates.org.uk

¹⁰⁶ Fuente: Tablas de producción de 2013, promedio de todo el año.

¹⁰⁷ Tipo de cambio promedio para 2013 - 1 MXN = 0.0784 US\$ exchangerates.org.uk

¹⁰⁸ Fuente: Tablas de producción de 2013, promedio de todo el año.

Número de empleos por cada millón de dólares	0.71	14.33
--	------	-------

Fuente: Cálculos del SPI basados en las Tablas de insumo - producto de México de 2013 y estimaciones del PIB del Banco Mundial.

SPI ha examinado la Cuenta Satélite, que proporciona estimaciones de la producción y el VAB del sector, y los datos publicados por el IMCINE. Estos datos no coinciden exactamente con las definiciones sectoriales de los que figuran en las tablas de insumo - producto, por lo tanto, no es apropiado utilizar estas cifras para informar los coeficientes y multiplicadores. Sin embargo, SPI realizó un análisis y descubrió que la relación media entre el VAB y la producción en los datos de IMCINE es de 0,518, que se aproxima mucho a la cifra de las tablas de insumo - producto elaboradas en 2013. Esto permite confiar en que las proporciones de 2013 siguen siendo pertinentes.

Para estimar el impacto fiscal del gasto en producción basado en los escenarios previstos hemos utilizado datos procedentes de la OCDE.¹⁰⁹ Hemos utilizado la media trienal en México de los ingresos fiscales globales como porcentaje de la producción (PIB). El promedio de tres años abarca el periodo 2019-2021. El cociente de la producción de ingresos fiscales que se ha utilizado en este análisis es en promedio 0.169. Por lo tanto, hemos utilizado el impuesto total de la OCDE como proporción del rendimiento, que también incluye los impuestos sobre la renta, así como los impuestos basados en la producción. Reconocemos que se trata de una definición relativamente amplia de los ingresos fiscales, pero es coherente con el enfoque adoptado en otros estudios.

A continuación, este coeficiente fiscal se aplica tanto al impacto directo (VAB) como al impacto total (VAB) para obtener el impacto fiscal directo y total de cada escenario.

Es importante destacar que México ocupa el puesto 38 de los 38 países de la OCDE en términos de proporción entre impuestos y PIB. En 2021, su relación impuestos/PIB era del 16,7%, frente a una media de la OCDE del 34,1%. Siempre ha sido el país de la OCDE con la ratio más baja. Nuestra interpretación es que esto está relacionado con la naturaleza informal de gran parte de la actividad económica en México, como se ha comentado anteriormente. Aunque el ratio impuestos/PIB ha aumentado en la última década, sigue siendo bajo en términos relativos. En consecuencia, el impacto fiscal de los escenarios presentados será menor que cuando se compara con las iniciativas que pueden ocurrir en otros lugares.

10.8. Aplicación de multiplicadores de insumo y producto

Para empezar a determinar el impacto del gasto en producción audiovisual, SPI utilizó en primer lugar los multiplicadores de producción para determinar los efectos indirectos e inducidos de la producción. Este enfoque utiliza el gasto como indicador de la producción del sector.

Se aplicaron proporciones de VAB y multiplicadores a estos resultados, lo que permitió determinar el valor añadido en cada una de las fases del impacto económico y, por tanto, las contribuciones directas, indirectas e inducidas del sector audiovisual a la economía mexicana en general.

El análisis de la creación de empleos se llevó a cabo aplicando en primer lugar una relación empleo-producción a la producción generada por el sector, lo que proporcionó una estimación de la huella directa asociada a los gastos de producción. A los resultados de este análisis se aplicaron multiplicadores de tipo I y II para determinar los empleos indirectos e inducidos derivados de esta actividad.

¹⁰⁹ <https://stats.oecd.org/index.aspx?DataSetCode=REV>

10.9. Limitaciones generales del enfoque de insumo y producto

El análisis insumo - producto es un método comúnmente utilizado para determinar la contribución o el impacto económicos de una empresa, una inversión o un sector en particular. Los gobiernos y el sector privado lo utilizan en todo el mundo para comunicar la importancia de un sector y el efecto de las inversiones y las diversas políticas. El enfoque de SPI en la realización de estudios de impacto económico se ajusta a las mejores prácticas internacionales.¹¹⁰

Como ocurre con todos los enfoques de modelización, existen limitaciones. En concreto, el análisis insumo - producto parte de los siguientes supuestos:

- **No hay restricciones de oferta.** El modelo insumo - producto parte del supuesto de que no existen restricciones en cuanto a insumos, materias primas y empleo. Esto significa que la modelización de un cambio en la industria debe realizarse con sensibilidad para cuando este supuesto pueda no cumplirse. En este estudio, SPI ha identificado las posibles limitaciones de la oferta y ha indicado dónde es necesario actuar para mitigarlas.
- **El modelo no es dinámico.** No hay circuitos de retroalimentación ni efectos de los precios que amortigüen la demanda. El modelo insumo - producto no contempla los efectos contrarrestantes o equilibrantes de un cambio compensado o contrarrestado por un cambio en otro sector.
- **Rendimientos constantes a escala.** Se necesita la misma cantidad de insumos por unidad de producción, independientemente del nivel de producción.
- **La estructura de insumos es fija.** Se supone que los cambios en la economía afectarán al nivel de insumos y productos, pero no a la combinación.

10.10. Advertencias y limitaciones de este estudio Este estudio utiliza los mejores métodos disponibles para determinar la huella de la actividad productiva. Como todos los estudios de este tipo, el planteamiento tiene sus limitaciones y salvedades.

- Exclusión de los impactos de la economía informal. El modelo económico se construyó utilizando los mejores datos disponibles, aplicados con prudencia. El impacto sólo se refiere al efecto en la economía formal medible. Dado que existen pruebas fehacientes de que una cantidad significativa de la actividad económica en todos los sectores en México, y en la actividad de producción audiovisual específicamente, quedan fuera de la economía formal, los resultados del impacto económico presentados aquí son una subestimación del impacto total cuando se incluye el empleo informal.
- La modelización se basa en datos estimados sobre los gastos de producción. Aunque se basa en los mejores datos disponibles, la estimación se basa en una serie de supuestos que se exponen en este apéndice metodológico.
- El VAB se calculó utilizando la relación entre producción y valor añadido para NAICS 5121 en las tablas de insumo y producto. SPI entiende que no se trata de una correspondencia sectorial perfecta para los gastos de producción audiovisual. El enfoque general de SPI es pecar de conservadurismo en nuestros supuestos, prefiriendo las subestimaciones a las sobreestimaciones. En general, SPI considera que existe el argumento de que la relación entre el VAB y la producción sería mayor para la actividad de producción que para todas las actividades de la NAICS 5121, ya que los empleos son más especializados y los salarios suelen ser más elevados en las

¹¹⁰ Por ejemplo, *Evaluating the effectiveness of state film tax credit programs: Issues that need to be considered*. Ernst & Young, 2012. Accesible en: https://deadline.com/wp-content/uploads/2012/05/motion-picture-assoc-film-credit-study_120510071748.pdf

actividades de producción audiovisual que, por ejemplo, en los cines. Por lo tanto, esta suposición puede llevar a una subestimación del VAB.

11. APÉNDICE TRES - ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

No se dispone de datos de gasto en producción para todo México. Como se establece en la sección 6.2, los mejores datos disponibles son los referentes al gasto en producción en la Ciudad de México. Para calcular la estimación del gasto en producción de México, fue necesario hacer una suposición sobre qué proporción del gasto en producción mexicano se realiza en Ciudad de México. Mediante consultas y comprobaciones con las partes interesadas, se acordó utilizar una cifra del 80%, es decir, que la Ciudad de México alberga el 80% del gasto en producción audiovisual de México. Debido a la naturaleza crucial de este supuesto, SPI ha llevado a cabo un análisis de sensibilidad para probar el impacto de este supuesto en los resultados del impacto económico. Las tablas siguientes contienen los resultados cuando la hipótesis es del 75%, 80% (análisis principal) y 85%.

Tabla 24 – Resumen de los resultados del impacto económico - supuesto del 75%

		Escenario 1	Escenario 2	Escenario 3
Gasto en producción, acumulado, 2023-2028 (millones de dólares, reales)	Directo	6,200	7,060	8,220
	Indirecto	3,080	3,510	4,080
Rendimiento, acumulado, 2023-2028 (millones de dólares, reales)	Inducido	1,900	2,160	2,520
	Total	11,190	12,730	14,810
	Directo	3,200	3,650	4,240
VAB, acumulado, 2023-2028 (millones de dólares, reales)	Indirecto	1,590	1,810	2,110
	Inducido	980	1,120	1,300
	Total	5,780	6,580	7,650
	Directo	14,170	17,710	22,150
Empleos en el 2028	Indirecto	7,040	8,800	11,000
	Inducido	4,340	5,430	6,790
	Total	25,560	31,930	39,950

Fuente: Cálculos SPI

Tabla 25 – Resumen de los resultados del impacto económico - supuesto del 80%

		Escenario 1	Escenario 2	Escenario 3
Gasto en producción, acumulado, 2023-2028 (millones de dólares, reales)		5,820	6,660	7,820
Rendimiento, acumulado, 2023-2028 (millones de dólares, reales)	Directo	5,820	6,660	7,820
	Indirecto	2,890	3,310	3,880
	Inducido	1,780	2,040	2,400
	Total	10,490	12,010	14,100
VAB, acumulado, 2023-2028 (millones de dólares, reales)	Directo	3,000	3,440	4,040
	Indirecto	1,490	1,710	2,010
	Inducido	920	1,050	1,240
	Total	5,420	6,200	7,280
Empleos en el 2028	Directo	13,290	16,730	21,170
	Indirecto	6,600	8,310	10,510
	Inducido	4,070	5,130	6,490
	Total	23,960	30,160	38,180

Fuente: Cálculos SPI

Tabla 26 – Resumen de los resultados del impacto económico - supuesto del 85%.

		Escenario 1	Escenario 2	Escenario 3
Gasto en producción, acumulado, 2023-2028 (millones de dólares, reales)		5,470	6,310	7,470
Rendimiento, acumulado, 2023-2028 (millones de dólares, reales)	Directo	5,470	6,310	7,470
	Indirecto	2,720	3,130	3,710
	Inducido	1,680	1,930	2,290
	Total	9,870	11,380	13,460
VAB, acumulado, 2023-2028 (millones de dólares, reales)	Directo	2,830	3,260	3,860
	Indirecto	1,400	1,620	1,920
	Inducido	870	1,000	1,180
	Total	5,100	5,880	6,950
Empleos en el 2028	Directo	12,510	15,860	20,310
	Indirecto	6,210	7,880	10,080
	Inducido	3,830	4,860	6,220
	Total	22,550	28,600	36,620

Fuente: Cálculos SPI

12. APÉNDICE CUATRO – ACERCA DE OLSBERG•SPI

SPI es una consultora internacional de industrias creativas, especializada en el sector audiovisual mundial.

SPI ofrece una amplia gama de servicios de consultoría y asesoramiento estratégico a clientes de los sectores público y privado en los ámbitos del cine, la televisión, los videojuegos y los medios digitales. Creada en 1992, se ha convertido en una de las principales consultoras internacionales del sector audiovisual.

El asesoramiento experto de la empresa, su acertada visión y su probada trayectoria consiguen altos niveles de captación y fidelización de un variado grupo de empresas y organizaciones, entre las que se incluyen:

- Gobiernos nacionales, incluidos los Ministerios de Cultura y Economía
- Institutos nacionales de cine y agencias audiovisuales | Agencias de desarrollo regional y urbano y autoridades locales
- Fondos y autoridades culturales multinacionales
- Organismos nacionales y regionales de turismo
- Estudios y empresas de servicios de streaming establecidas
- Empresas independientes en todos los puntos de desarrollo de la cadena de valor del sector audiovisual
- Emisoras nacionales e internacionales
- Asociaciones profesionales y gremios
- Organizaciones de formación y capacitación
- Editores y organizadores de congresos.

Con experiencia en todas las áreas del sector creativo global, SPI ofrece una amplia gama de servicios, entre los que se incluyen:

- Análisis y asesoramiento estratégico para la creación de industrias nacionales y regionales sanas y sostenibles, así como recomendaciones de políticas públicas de apoyo.
- Mapeo y evaluación de la infraestructura física, los servicios y la mano de obra.
- Realización de estudios de impacto económico de toda la actividad del sector o de incentivos.
- Asesoramiento sobre la creación de incentivos fiscales para las producciones audiovisuales.
- Asesoramiento a empresas y gobiernos para interpretar las implicaciones estratégicas de las innovaciones de los medios digitales.
- Estrategias de desarrollo empresarial para empresas de contenidos.
- Estudios de viabilidad, marketing y estrategias empresariales para estudios pequeños y grandes.
- Evaluaciones de planes de inversión financiados con fondos públicos.
- Asesoramiento en adquisiciones y desinversiones para propietarios o directivos de PYMEs.
- Comparaciones de costos internacionales para pequeñas y grandes producciones de cine y televisión.
- Asesoramiento estratégico sobre inversiones y exportaciones para organismos públicos nacionales y regionales.
- Análisis y explicación de los vínculos entre el crecimiento del turismo y la producción cinematográfica y televisiva de un país.
- Asesoramiento estratégico para las comisiones audiovisuales, incluyendo planes de negocio y marketing.
- Ponentes principales en eventos del sector.

Incentivo para la producción audiovisual en México

Encontrará más información sobre el trabajo de SPI en www.o-spi.com y en el interior del [folleto de la empresa SPI](#).

Para más información sobre este estudio, por favor, póngase en **contacto con Leon Forde** en leon@o-spi.com.

Incentivo para la producción audiovisual en México