

OBSERVATORIO INDUSTRIAL MENDOZA

SITUACIÓN ACTUAL DE LA INDUSTRIA CREATIVA: HERRAMIENTAS DE FINANCIAMIENTO

Dra. María Luz Marín – Dr. Luis A. Chiaramonte
Mayo 2021



CONTENIDO

1. VISIÓN GENERAL DE LA INDUSTRIA CREATIVA
2. INDUSTRIA CREATIVA EN EUROPA
3. INDUSTRIA CREATIVA EN IBEROAMÉRICA
4. INDUSTRIA CREATIVA EN ARGENTINA
5. CONCLUSIONES



1. VISIÓN GENERAL

¿SABES CUÁL ES EL VALOR QUE GENERA LA ECONOMÍA NARANJA?

EL CONJUNTO DE ACTIVIDADES QUE DE MANERA ENCADENADA PERMITEN QUE LAS IDEAS SE TRANSFORMEN EN BIENES Y SERVICIOS, Y CUYO VALOR PUEDE ESTAR BASADO EN LA PROPIEDAD INTELECTUAL.



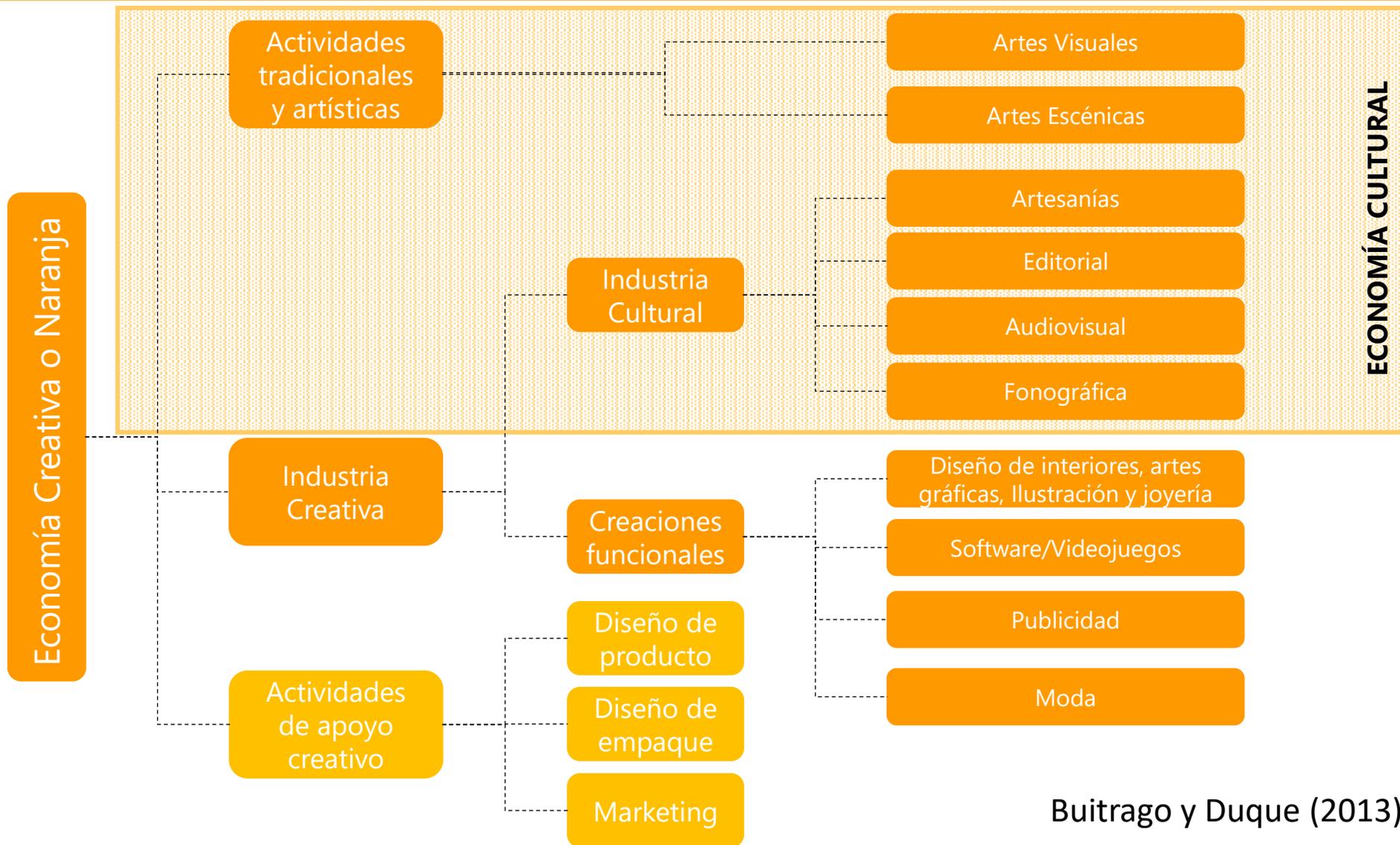
Jonh Howkins (2001)

1 Genera valor y riqueza

2 Genera empleos

3 Genera impacto social

ECONOMÍA CREATIVA O NARANJA

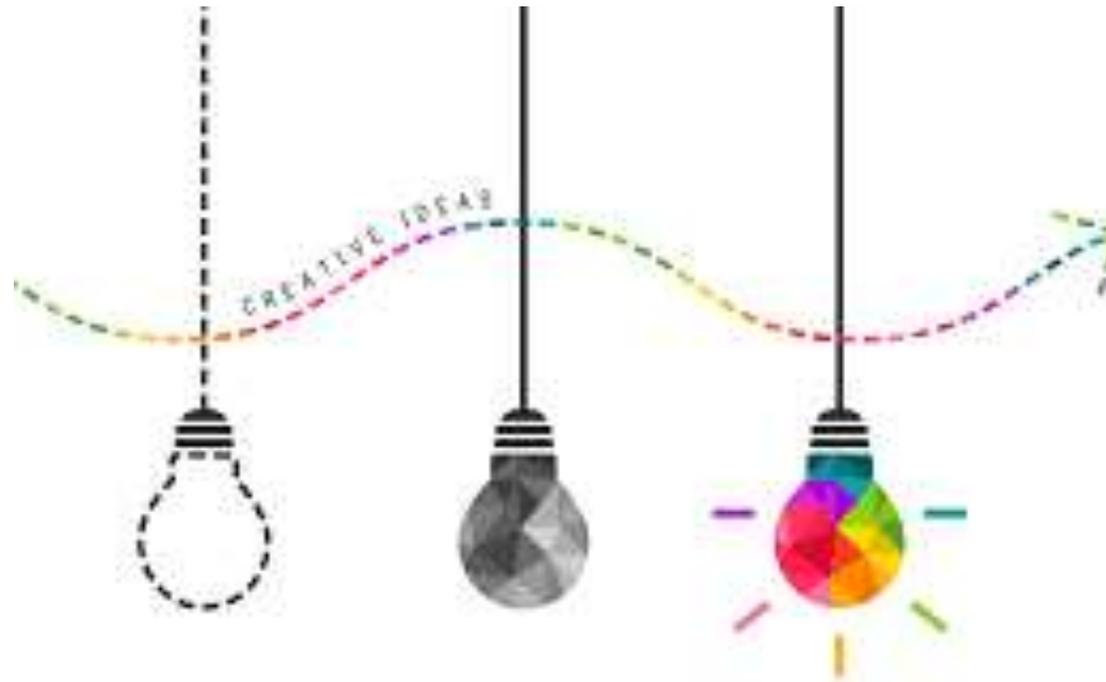


Buitrago y Duque (2013)

¿CUÁLES SON LAS 10 HABILIDADES NECESARIAS PARA TU TRABAJO?

2015

1. SOLUCIÓN DE PROBLEMAS COMPLEJOS
2. COORDINACIÓN CON LOS DEMÁS
3. GESTIÓN DE PERSONAS
4. PENSAMIENTO CRÍTICO
5. NEGOCIACIÓN
6. CONTROL DE CALIDAD
7. ORIENTACIÓN AL SERVICIO
8. JUICIO Y TOMA DE DECISIONES
9. BUEN OYENTE
10. **CREATIVIDAD**



2020

1. SOLUCIÓN DE PROBLEMAS COMPLEJOS
2. PENSAMIENTO CRÍTICO
3. **CREATIVIDAD**
4. MANEJO DE PERSONAS
5. COORDINACIÓN CON LOS DEMÁS
6. INTELIGENCIA EMOCIONAL
7. JUICIO Y TOMA DE DECISIONES
8. ORIENTACIÓN AL SERVICIO
9. NEGOCIACIÓN
10. FLEXIBILIDAD COGNITIVA

INDUSTRIA CREATIVA EN NÚMEROS

547 MIL MILLONES DE DÓLARES

29,5 MILLONES DE EMPLEOS



275 MIL MILLONES DE DÓLARES

1,9 MILLONES DE EMPLEOS

FUERZA LABORAL DE LA INDUSTRIA AUTOMOTRIZ VS INDUSTRIA NARANJA

ECONOMÍA NARANJA 29,5M



UNIÓN EUROPEA 12M



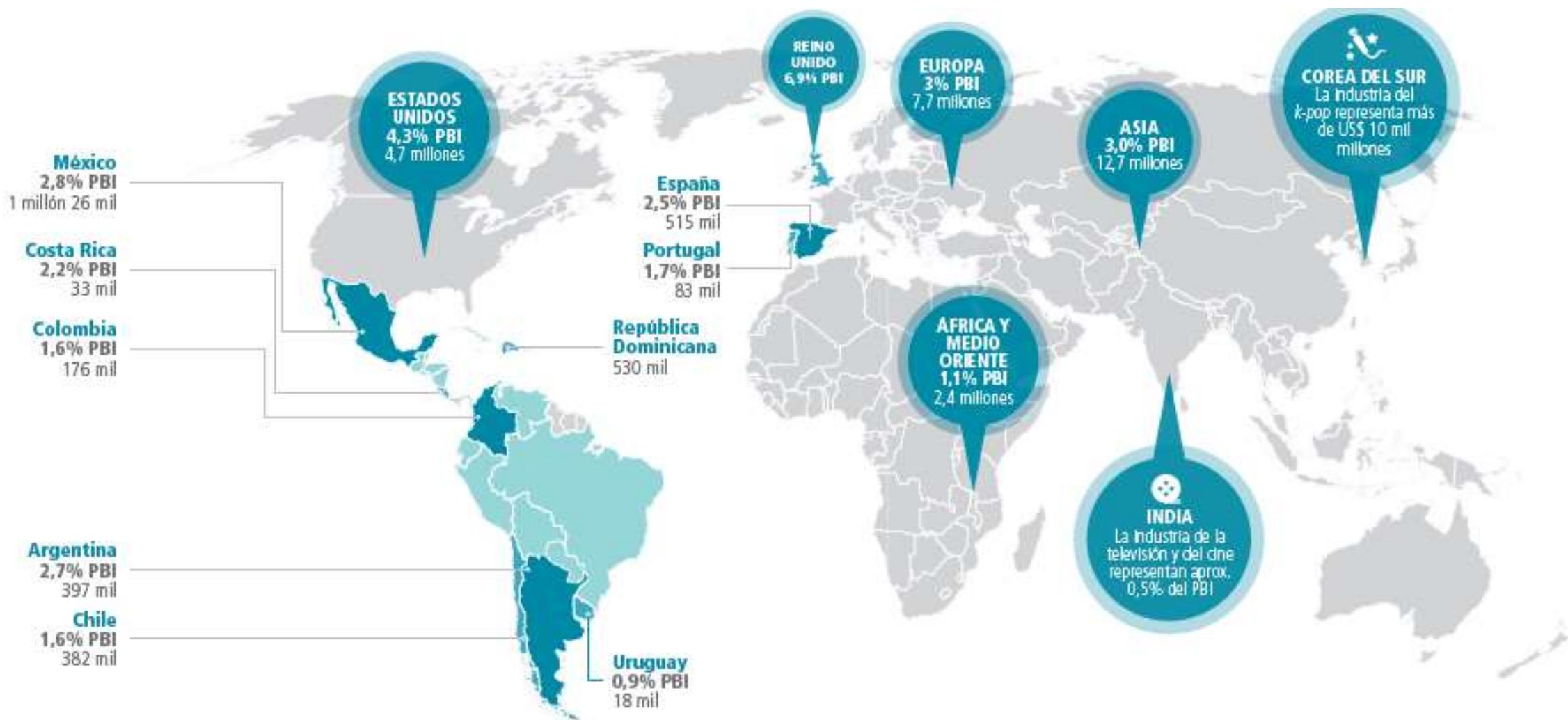
ESTADOS UNIDOS 7,25M



JAPÓN 5,5M



PANORAMA GLOBAL DE LA PRODUCCIÓN Y GENERACIÓN DE EMPLEO EN EL SECTOR CULTURAL



2. INDUSTRIA CREATIVA EN EUROPA

OBSERVATORIO AUDIOVISUAL EUROPEO

- Define qué partes del proceso de producción se financia: preproducción, producción y distribución y promoción
- Criterios de evaluación para la financiación
- Pilares de los fondos estatales
 - Fondos Públicos
 - Incentivos Fiscales
 - Stakeholders
 - Fondos de garantías



IMPACTO DE LOS FONDOS

La contribución de los fondos a los proyectos cinematográficos y audiovisuales impactan en la región en términos económicos y culturales

Caso Francia: **por cada euro invertido** por las autoridades locales en una película **genera 6,62 euros en beneficios** directos (remuneración, gastos técnicos y rodaje) y **1 euro en turismo** (alojamiento, restauración, ocio, transporte), con un total de 7,62 euros

Relación entre la ICC y la industria del turismo

Problema de financiación de la industria

La financiación de la industria audiovisual, está esencialmente enfocada en la autofinanciación y a través de subsidios del Estado, debido al escaso acceso a los mercados financieros.

Esta particularidad se puede notar a nivel internacional, como es el caso de los países Europeos. Sin embargo, existen algunas excepciones, como el caso de los Estados Unidos. Varios estudios y encuestas (IDEA y KEA) han confirmado esta evidencia.



FACTORES DICOTÓMICOS



Industria Creativa

- Miedo evidente a ser financiados por intermediarios
- Cortocircuito cultural y lingüístico
- Percepción de que los bancos no entienden su negocio
- Peculiaridades del ciclo financiero



Mercado Financiero

- **Falta de evaluación objetiva de proyectos culturales y audiovisuales**
- Débil estructura organizativa
- Dimensiones reducidas, número reducido de empleados
- **Falta de elaboración de un plan de negocios**
- Falta de medición debido a la naturaleza del producto y el proceso de producción
- **No se puede determinar el impacto económico y social**

Industrias Creativas



A QUÉ ENFOCAN LA FINANCIACIÓN

Desarrollo

- Financiamiento de proyectos para cine y televisión;
- Financiación a empresas productoras para desarrollar proyectos y ampliar su estructuras, basadas en un plan quinquenal;
- **Financiación para la preparación de planes de negocios**
- Financiamiento para crear redes de producción independiente empresas.

Distribución (basado en el desempeño de mercado de las empresas distribuidoras)

- Se ponderó la taquilla de películas europeas del año anterior
 - Tamaño del territorio
 - El nivel de producción del país productor
 - Coproducción a proyectos que reunieron a tantos productores de diferentes países como sea posible

Formación

- Gestionar empresas y proyectos que puedan tener un impacto en el mercado de la UE.
- Escritura de guiones
- Ayudar a los productores a familiarizarse con las nuevas tecnologías, como cine digital, multimedia, interactividad

¿En que apoyamos el modelo financiero?

- Implementar nuevos modelos de calificación
- Identificar nuevos instrumentos financieros capaces de reducir la exposición al riesgo
- Introducir criterios administrativos y de gestión en sus operaciones
- Creación de una plataforma financiera que genere un ecosistema financiero específico dedicado a la industria
- Desarrollar un marco regulatorio de medidas públicas de apoyo a la industria
- Acuerdos en tres dimensiones que involucren a la Industria, el Mercado Financiero y el Estado



El modelo resultante de aplicar cada uno de estos puntos permitirá funcionar eficiente y eficazmente y debería garantizar transparencia y competitividad.

Para ello, la figura de un organismo financiero específico debería formar parte del modelo para asegurar equidad.

AYUDAS ESTATALES PARA SERVICIOS DE CINE Y AUDIOVISUALES: FRANCIA



Francia es el ejemplo más destacado de una cultura de subvenciones cinematográficas altamente intervencionista en Europa

El marco de ayudas estatales francés para la industria cinematográfica y audiovisual se encuentra entre los más completos de Europa

Estas ayudas **se** han **complementado** cada vez más con **mecanismos financieros más indirectos** y, en particular, con **incentivos fiscales**

AYUDAS ESTATALES PARA SERVICIOS DE CINE Y AUDIOVISUALES: REINO UNIDO

Reino Unido

Salió de la Unión Europea a fines de enero de 2020, es notoriamente crítico con todas las propuestas de intervenir directamente en su industria cinematográfica

El apoyo del gobierno a la industria cinematográfica se logra principalmente mediante el **plan de desgravación fiscal** del cine del Reino Unido

El tema de los incentivos fiscales para el cine es un tema de intenso y continuo debate político. Por un lado, los defensores de los esquemas de incentivos han argumentado desde entonces con un fuerte “efecto multiplicador” de estos instrumentos y su potencial para diversificar y expandir la base económica de la región respectiva. Los críticos, por otro lado, han señalado repetidamente que los costos superarían los beneficios.



FUENTES DE FINANCIACIÓN DE LA INDUSTRIA AUDIOVISUAL ESPAÑOLA

	FINANCIACIÓN DIRECTA	FINANCIACIÓN INDIRECTA
FINANCIACIÓN PÚBLICA	<ul style="list-style-type: none">• Ayuda y subvenciones• Apoyos para promoción comercial	<ul style="list-style-type: none">• Incentivos fiscales
FINANCIACIÓN PRIVADA	<ul style="list-style-type: none">• (Pre) ventas a la televisión• Preventas a distribuidores, agentes y otros• Coproducciones• Crowfounding• Financiación bancaria• Avaes (SGR)• Aportaciones de capital del productor• Inversiones de capital por terceros• Preventas especiales (bandas sonoras, merchandising, patrocinios, product placement, etc.• Programas internacionales: MEDIA (Europa); IBERMEDIA (Iberoamérica)	<ul style="list-style-type: none">• Pagos diferidos (deferments)• Facilities deals• Completion bond• Seguros

3. INDUSTRIA CREATIVA EN IBEROAMÉRICA

IBEROAMÉRICA ES FRUTO DE LOS MESTIZAJES, UN CRISOL DE CULTURAS QUE NOS ENRIQUECE Y NOS PERMITE REALIZAR UNA CONTRIBUCIÓN PROPIA Y VALIOSA AL MUNDO

+ DEL 70 % DE LAS PERSONAS BENEFICIARIAS DE LA COOPERACIÓN CULTURAL IBEROAMERICANA SON JÓVENES



LA CULTURA ES UN ÁREA ESTRATÉGICA PARA UN
CRECIMIENTO INCLUSIVO Y SOSTENIBLE



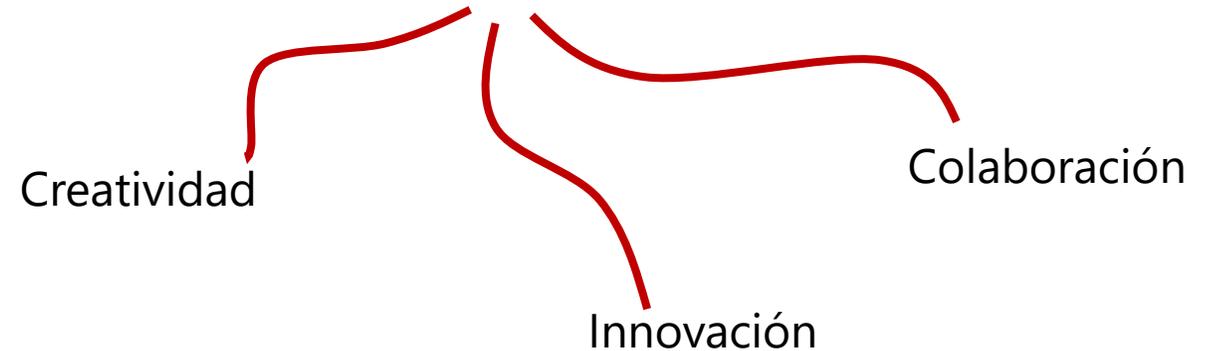
MEDIO PARA PROFESIONALIZAR
SU TALENTO

CARACTERÍSTICAS ICC LATINOAMÉRICA

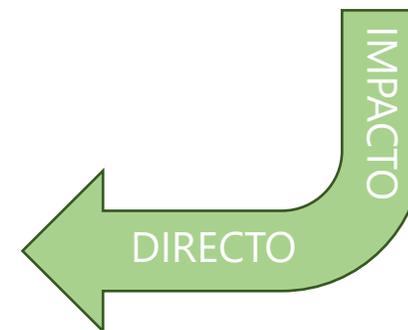
MOMENTO OPORTUNO
DE IMPULSO A LAS ICC



CAMBIO DE PARADIGMA
DE LA INDUSTRIALIZACIÓN A LA ECONOMÍA
DEL CONOCIMIENTO Y LA INFORMACIÓN

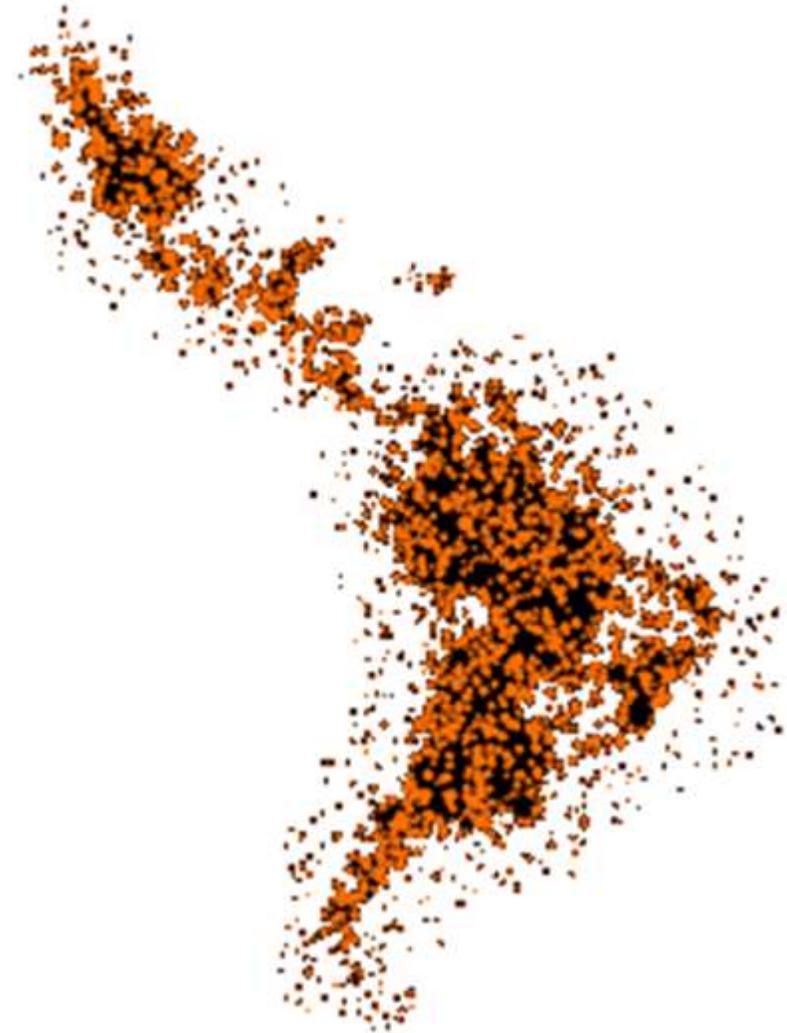


EMPLEO
COMERCIO
CRECIMIENTO PRODUCTIVO
FUERTE IMPACTO SOCIAL



NECESIDADES DE LA ICC EN LATINOAMÉRICA

- MECANISMOS DE MEDICIÓN DE LA ECONOMÍA DE LA ECONOMÍA CREATIVA
- AUMENTAR LA CONECTIVIDAD (INFRAESTRUCTURA)
- INCENTIVOS FISCALES
- PROGRAMAS EDUCATIVOS
- PROGRAMAS DE DIVULGACIÓN
- FORMACIÓN EMPRESARIAL



CONTRIBUCIÓN AL CAMBIO DE LAS ICC EN LATINOAMÉRICA

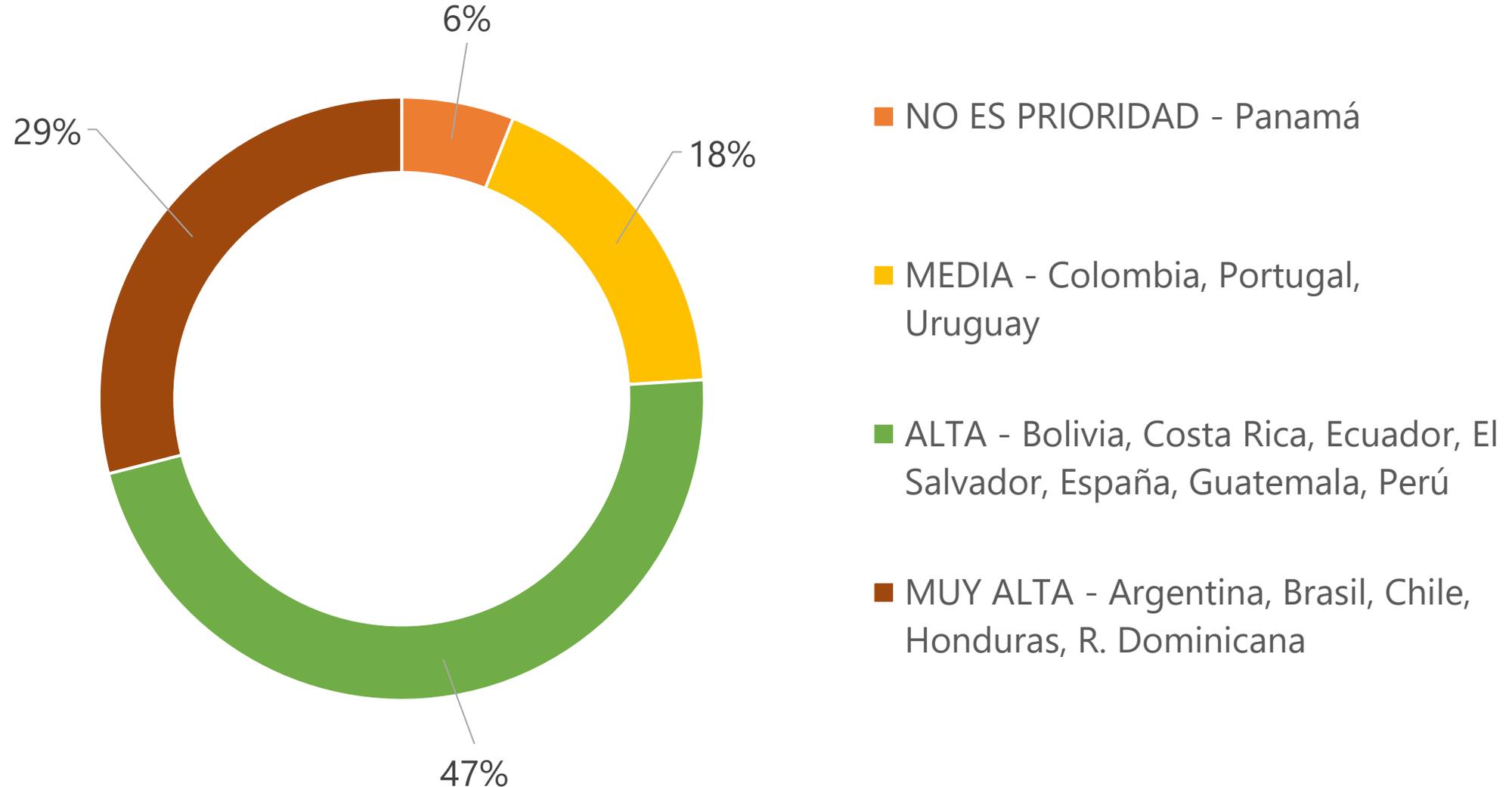
CATEDRA IBEROAMERICANA DE INDUSTRIAS CULTURALES Y CREATIVAS



- INTEGRACIÓN FÍSICA
- INTEGRACIÓN POLÍTICA
- INTEGRACIÓN COMERCIAL

BUSCA FORMAR UNA RED COMÚN DÓNDE LA CREATIVIDAD SEA LA DIVISA QUE PERMITA MOTORIZAR LAS ECONOMÍAS CREATIVAS DE LATINOAMÉRICA

PRIORIDAD AL DESARROLLO DE LAS INDUSTRIAS CULTURALES Y CREATIVAS



FINANCIACIÓN EN LATINOAMÉRICA

BOLIVIA

1. Fomento Cinematográfico
2. Participación en el programa DOCTV
3. Programa DOCTV
4. Fondos privados

BRASIL

1. Mecanismo de inversión o co-inversión
2. Mecanismo de patrocinio
3. Mecanismo de aporte directo

COLOMBIA

1. Plan Nacional de estímulos
2. Plan Nacional Audiovisual, Premios, Becas, Pasantías, Residencias Artísticas
3. Fondo de desarrollo cinematográfico
4. DOCTV Latinoamérica – DOCTV Colombia
5. IBERMEDIA
6. Fondo de capital privado
7. Financiación privada de productoras
8. Incentivos fiscales

CHILE

1. Fondo de Fomento Audiovisual
2. Fondos concursables para televisión
3. Programa de Fomento al Cine y a la Industria Audiovisual
4. Fondo Nacional de Desarrollo Regional

ECUADOR

1. Fondos Nacionales cinematográficos
2. Mecanismo multilateral: programa IBERMEDIA
3. Mecanismo bilateral
4. Foncultura

Fondos Culturales

FINANCIACIÓN EN LATINOAMÉRICA

MÉXICO

1. Estímulos fiscales
2. Convocatorias (Programa de fomento a proyectos y co-inversiones culturales, Profest, Convocatoria DOCTV)
3. Fondos de apoyo a la producción (Fidecine, Foprocine, Proaudiovisual (ProAv), Proaudiovisual)

PUERTO RICO

1. Incentivos fiscales
2. Proyectos elegibles
3. Fondo de cine

PERÚ

1. Fondos públicos nacionales
2. Fondos Internacionales
3. IBERMEDIA
4. Derechos del productor nacional a la

REPÚBLICA DOMINICANA

1. Sector privado
2. Sector público (Fondo de Promoción, Estímulos fiscales)

VENEZUELA

1. Financiamiento Retornable
2. Financiamiento No Retornable
3. Subsidios
4. Participación financiera
5. Créditos

URUGUAY

1. Fondo de Fomento Cinematográfico
2. Montevideo Socio Audiovisual
3. Fondo para el Fomento y Desarrollo de la Producción Audiovisual Nacional – FONA
4. Fondos para el Incentivo Cultural

LÍNEA DE TIEMPO

1991 – PROGRAMA MEDIA

1998 – PROGRAMA IBERMEDIA

2001 – DECLARACIÓN UNIVERSAL DE LA UNESCO SOBRE DIVERSIDAD CULTURAL - PARÍS

2005 – CONFERENCIA GENERAL DE LA ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS PARA LA EDUCACIÓN, LA CIENCIA Y LA CULTURA - PARÍS

2006 – CARTA CULTURAL IBEROAMERICANA- MONTEVIDEO ELEMENTO BÁSICO PARA LA COHESIÓN Y LA INCLUSIÓN SOCIAL ENCUENTRO EN LAS COMUNIDADES – 16° CUMBRE IBEROAMERICANA

2013 – “IDEAR SOLUCIONES PARA MEJORAR VIDAS” – BID CUENTA SATÉLITE DE CULTURA – OEI – CONVENIO ANDRÉS BELLO

2014 – CREATIVE EUROPE

2017 – CÁTEDRA IBEROAMERICANA DE INDUSTRIAS CULTURALES Y CREATIVAS
Universidad Miguel Hernández – Alicante, España

2018 – 20 AÑOS DE IBERMEDIA

2021 – MANIFIESTO DE LA ONU PARA LA EDUCACIÓN, LA CIENCIA Y LA CULTURA

2021 AÑO INTERNACIONAL DE LA ECONOMÍA CREATIVA PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE

4. INDUSTRIA CREATIVA EN ARGENTINA

ESTRUCTURA A NIVEL INSTITUCIONAL

MINISTERIO DE CULTURA

SUBSECRETARÍA DE
INDUSTRIAS CREATIVAS

DIRECCIÓN NACIONAL DE
INDUSTRIAS CREATIVAS

HA GENERADO UN MARCO LEGAL

- CINEMATOGRAFICO
- EDITORIAL
- MÚSICA



INTERESES SINDICALES Y EMPRESARIALES
SOLIDAMENTE REPRESENTADOS

GENERACIÓN DE ALTA FORMACIÓN
ARTÍSTICA Y TÉCNICA EN EL SECTOR

INDUSTRIA CREATIVA EN ARGENTINA – DATOS



UNCTAD

[United Nations
Conference on
Trade and
Development](#)



NACIONES UNIDAS



Sistema de Información
Cultural de la Argentina

DATOS CLAVE INDUSTRIAS CREATIVAS

ARGENTINA

2,5%

Peso del Sector Cultural
sobre el total de la economía (2016)

Empleo cultural (2015)

2,8% del empleo asalariado
registrado privado total



209,31

Exportaciones de bienes creativos
(millones de dólares, 2016)

2.217,67

Exportaciones de servicios creativos
(millones de dólares, 2016)

2.426,97

Exportaciones de Industrias creativas
(millones de dólares, 2016)

Según el SINCA el valor total de
bienes y servicios culturales alcanzó
los **905 millones de dólares**.

ARGENTINA – FUENTES DE FINANCIAMIENTO

INCENTIVOS DIRECTOS A LA PRODUCCIÓN

1. Sistema de Fomento
2. Subsidio de recuperación industrial o subsidios de salas
3. Subsidios por otros medios de exhibición
4. Subsidios por reinversión
5. Créditos
6. Concursos cinematográficos
7. Beneficios y exenciones a aduaneras
8. Cuota de pantalla

INCENTIVOS INDIRECTOS A LA PRODUCCIÓN

1. Anticipos de Subsidios
2. Prórrogas de vencimiento de créditos
3. Cesiones

OTROS INCENTIVOS

1. Apoyo a lanzamientos
2. Apoyo a festivales internacionales
3. Digitalización de Salas
4. Ayudas Provinciales y Municipales
5. Convenios Internacionales de Coproducción
6. Tratados de protección de inversiones

FORTALECER LOS **ESPACIOS** DE TRABAJO CONJUNTO ENTRE EL SECTOR **PÚBLICO** Y EL SECTOR **PRIVADO**, INCORPORANDO LAS **UNIVERSIDADES** PARA CONSTRUIR POLÍTICAS Y PLANES ESTRATÉGICO DE FORMA CONSENSUADOS

INNOVACIONES EN ARGENTINA

BID: IDEAR SOLUCIONES MEJORAR VIDAS 2013

Proyecto Anda

Integra la comunidad en la construcción de su entorno, generando un impacto social

ARQUITECTURA



CMAX System

Provee una solución de diseño humanitario para las poblaciones vulnerables

DISEÑO



Atomic Lab

Impacto social por medio de diseños disruptivos que promueven el bienestar

DISEÑO



Posibl.

Visibiliza problemáticas sociales por medio de contenidos multimedia

MEDIOS



Louderband

Apoya al talento musical emergente en Latinoamérica

MÚSICA



CONCLUSIÓN

AMENAZAS

- FALTA DE VINCULACIÓN ENTRE LOS ACTORES
- FALTA DE ESTRATEGIA EN LA ARTICULACIÓN
- FALTA DE CUMPLIMIENTO DE ALGUNO DE LOS ACTORES

OPORTUNIDADES

- NECESIDADES DETECTADAS
 - FORMACIÓN TÉCNICA
 - GESTIÓN EMPRESARIAL
 - CREATIVIDAD
- IMPULSAR LA CREACIÓN DE LA CSC DE MENDOZA
- POTENCIAR LA VINCULACIÓN CON EL SECTOR
- VINCULAR LA ICC CON EL TURISMO
- AFIANZAR LA CULTURA CREATIVA

AUTORIDADES

Autoridades Universidad Nacional de Cuyo

Rector

Ing. Agr. Daniel Ricardo Pizzi

Vicerrector

Dr. Prof. Jorge Horacio Barón

Secretaría de Extensión y Vinculación

Secretario de Extensión y Vinculación

Lic. Mauricio González

Coordinador de Innovación Productiva

Ing. Roque Leonardo D'Anna

Coordinador de Desarrollo Territorial y de Financiamiento.

Lic. Juan Pablo Miguel

Unión Industrial de Mendoza (UIM)

Presidente

Lic. Mauricio Badaloni

Coordinador Técnico

Lic. Walter Pavón

Gobierno de Mendoza

Ministerio de Economía y Energía de Mendoza

Ministro Enrique Vaquié

Director de la Dirección de Estadísticas e Investigaciones Económicas (DEIE)

Lic. Facundo Biffi

Film Andes AC

Sr. Marcelo Ortega

Observatorio Industrial de Mendoza (OIM)

Director del Observatorio Industrial de Mendoza

Lic. Facundo Biffi

Coordinadora Académica del Observatorio Industrial de Mendoza

PhD. María Luz Marín Díaz

Coordinador Técnico del Observatorio Industrial de Mendoza

PhD. Luis A. Chiaramonte Cipolla

OBSERVATORIO INDUSTRIAL DE MENDOZA

SITUACIÓN ACTUAL DE LA
INDUSTRIA CREATIVA:
HERRAMIENTAS DE
FINANCIAMIENTO

Dra. María Luz Marín - Dr. Luis A. Chiaramonte

MAYO 2021