

El cine como política de desarrollo económico

Incentivos a la industria cinematográfica y audiovisual: evidencia internacional sobre su impacto económico directo e indirecto

Antonella Venneri^{*}

antonellavenneri@gmail.com

Revisión, recopilación, interpretación y validación de datos de impacto económico: Ariel Venneri[†]

venneriarieilhernan@gmail.com

Agosto de 2026

^{*}Antonella Venneri es Licenciada en Dirección Cinematográfica por la Universidad del Cine (CABA, Argentina), egresada en 2023. Se desempeña como realizadora audiovisual, con participación en producciones para plataformas de streaming (entre ellas "El Eternauta", "División Palermo 2" y "El Reino II") y en cine ("El Hombre que Amaba los Platos Voladores" y "El Ángel"). Es también fotógrafa, investigadora y redactora en medios especializados de cine.

[†]Ariel Venneri es Contador Público (Universidad de Buenos Aires), con posgrados en economía y finanzas. Es empresario, y se desempeña también como consultor y docente.

Índice

Índice.....	2
Resumen ejecutivo.....	4
1. Introducción y objetivo del documento.....	6
1.1. Alcance.....	6
1.2. Metodología y fuentes.....	6
2. Tipos de esquemas de incentivo.....	6
2.1. Crédito fiscal (tax credit).....	6
2.2. Cash rebate (reintegro en efectivo).....	7
2.3. Exención impositiva.....	7
2.4. Subsidios y fondos directos.....	7
2.5. Condicionalidades habituales.....	7
3. Panorama internacional de incentivos.....	9
3.1. Lectura por bloques regionales.....	10
Norteamérica.....	10
Europa.....	11
América Latina.....	13
África.....	15
Medio Oriente.....	16
Asia-Pacífico.....	16
4. Incentivos específicos para publicidad audiovisual.....	18
4.1. El patrón central: la publicidad suele quedar afuera.....	18
4.2. Los países que sí incluyen publicidad, y en qué condiciones.....	18
4.3. Patrones relevantes para el diseño de política.....	20
4.4. Barreras propias del rodaje publicitario.....	20
5. Impacto económico directo, indirecto e inducido.....	22
5.1. El marco de los tres tipos de impacto.....	22
5.2. Multiplicadores estimados.....	22
5.3. Empleo: composición y calidad.....	22
6. Marca país, turismo inducido y otras externalidades positivas.....	23
6.1. Evidencia cuantitativa.....	23
6.2. El fenómeno del "set-jetting": turismo inducido por streaming.....	24
6.3. Marca país y proyección internacional: el componente de "soft power".....	25
7. El caso argentino en detalle.....	27
7.1. Ciudad de Buenos Aires.....	27
7.2. Provincia de Buenos Aires.....	27
7.3. Nivel nacional (INCAA).....	28
7.4. Lectura comparativa.....	29

7.6. Un activo distintivo: la formación de cuadros técnicos.....	29
9. Conclusiones y recomendaciones de política.....	31
Anexo: fuentes consultadas, con enlaces verificables.....	32
Reino Unido.....	32
California, Georgia, Louisiana y Nueva York (EE.UU.).....	32
Canadá.....	33
Alemania, Hungría y Francia.....	33
Australia, Nueva Zelanda y Japón.....	33
Louisiana y Hungría, detalle de mecánica del incentivo.....	34
Japón, Corea del Sur y China.....	34
India.....	34
Sudáfrica.....	35
Marruecos.....	35
Abu Dhabi / Emiratos Árabes Unidos.....	35
Condiciones de capacitación y formación de mano de obra.....	35
Estadística global.....	36
Publicidad audiovisual.....	36
Impacto económico y multiplicadores.....	36
Turismo inducido y marca país.....	36
Argentina.....	37
Irlanda.....	39
España.....	39
Portugal.....	39
República Checa.....	39
Polonia.....	40
Malta.....	40
Uruguay.....	40
Formación de cuadros técnicos (Argentina).....	41
Colombia, Brasil, Chile y otros países de América Latina.....	41

Resumen ejecutivo

La industria cinematográfica y audiovisual (cine, televisión, streaming y publicidad filmada) dejó de ser, en la mayoría de las economías desarrolladas y en un número creciente de economías emergentes, una actividad exclusivamente cultural. Se trata hoy de un sector productivo que genera empleo calificado, atrae inversión extranjera directa, dinamiza decenas de industrias proveedoras (catering, transporte, construcción de sets, hotelería, servicios digitales, servicios profesionales) y proyecta la imagen del país o la ciudad donde se filma ante audiencias globales.

A escala global, el gasto en producción audiovisual ("Screen Production": cine, televisión y documentales, sin contar deportes, noticias ni publicidad) alcanzó los USD 177.000 millones en 2019, sosteniendo 14 millones de empleos equivalentes a tiempo completo en la cadena de valor mundial del sector.¹

Este documento releva la evidencia disponible sobre los principales esquemas de incentivo fiscal utilizados en el mundo para atraer producciones (créditos fiscales, cash rebates, exenciones impositivas y subsidios directos) y sistematiza los datos duros sobre su impacto económico. Se incluyen tanto casos de cine y contenido de ficción como, en la medida en que la información lo permite, esquemas que aplican específicamente a publicidad audiovisual (comerciales), un segmento con reglas propias en varios países.

La evidencia relevada en este trabajo (más de cuarenta países y jurisdicciones subnacionales, en los cinco continentes) muestra que la aplicación de regímenes de incentivo a la industria audiovisual no es una práctica aislada ni exclusiva de un tipo de economía: está presente por igual en Norteamérica, Europa, América Latina, Asia y África, en niveles de gobierno tan distintos como ciudades, estados, provincias y países enteros, y tanto en economías desarrolladas como en desarrollo. Los diseños varían (en alcance, en profundidad, en el tipo de instrumento elegido), pero la evidencia del retorno económico positivo es constante en todos los casos analizados. La conclusión de política pública que se desprende de esta evidencia es consistente: bien diseñados (con condicionalidades de gasto local, empleo y transferencia de capacidades), los incentivos audiovisuales tienden a autofinanciarse por la vía de impuestos indirectos, consumo local y actividad inducida, además de generar externalidades positivas difíciles de lograr por otras vías, como la proyección internacional de una marca país.

Los hallazgos centrales, agrupados por tipo de impacto, pueden resumirse así:

- **Empleo:** el efecto se multiplica en todos los casos analizados. Por cada 100 empleos directos en una producción, se generan entre 150 y 170 empleos en el resto de la economía.
- **Relación costo-beneficio:** en todos los casos relevados, pese a la diversidad de sistemas de incentivo analizados en este trabajo (créditos fiscales, cash rebates, exenciones) se verifica que la relación entre el costo fiscal del incentivo y el beneficio económico medible que genera es significativamente positiva. En California, el crédito fiscal generó USD 21.900 millones de impacto económico con un costo fiscal de USD 1.550 millones: una relación de aproximadamente 14 a 1. En España, la deducción fiscal genera una relación de 9 a 1 según el propio estudio oficial del sector. Dos mecanismos distintos, en dos continentes distintos, con el mismo patrón de fondo.²

¹Olsberg SPI, "Global Screen Production: The Impact of Film and Television Production on Economic Recovery from COVID-19", 25 de junio de 2020.

- Marca país:** se mide, no se supone. Un estudio académico con metodología causal encontró que "Game of Thrones" le generó a Dubrovnik (Croacia) 244.000 turistas y €126 millones de gasto directo en solo tres años; Corea del Sur multiplicó el aporte de su industria cultural al PBI de 0,2% a más de USD 12.300 millones en quince años de política de Estado deliberada.³
- Velocidad del efecto, en ambos sentidos:** la evidencia relevada muestra que tanto el impacto positivo de instalar un incentivo como el impacto negativo de retirarlo se manifiestan en plazos cortos, de uno a dos años. En el sentido positivo, el programa BA Producción Internacional de la Ciudad de Buenos Aires, lanzado en enero de 2023, ya declaraba en sus primeras dos convocatorias más de 11.000 empleos y \$70.000 millones de pesos de inversión privada. En el sentido negativo, Sudáfrica pasó de sostener entre 30.000 y 60.000 empleos a apenas 884 en 2024, un año después de que el Estado dejara de cumplir con los pagos comprometidos.
- Argentina, un caso testigo de manual:** con un impacto económico directo de USD 1.784 millones y 94.000 empleos directos (0,4% del PBI, uno de los porcentajes más bajos de los 29 países y jurisdicciones relevados), según el propio Observatorio Audiovisual del INCAA, el desfinanciamiento del INCAA desde 2024 confirma el mismo patrón de velocidad negativa: organizaciones del sector reportan que no se aprobó ninguna película nueva en 2024-2025, lo que, según su propio cálculo, implicó cero dólares ingresados por coproducciones internacionales en ese período, mientras la cantidad de películas en producción cayó entre 50% y 70% en apenas dos años.

 100 → 150-170 empleos totales generados por cada 100 empleos directos	 14:1 / 9:1 relación beneficio-costo del incentivo (California / España)	 244.000 turistas atribuibles a un solo rodaje, en 3 años (Dubrovnik)
 1-2 años para notar el efecto: positivo al aplicar el incentivo, negativo al quitarlo	 0,4% del PBI argentino destinado al sector, uno de los más bajos de 29 países y jurisdicciones	 USD 177.000M movió la producción audiovisual mundial en 2019, 14M de empleos

²Esta relación se calcula exclusivamente sobre el beneficio económico monetario directo; no incorpora otros beneficios cuantificables por separado, como la generación de empleo, ni externalidades no cuantificables económicamente, como el efecto de marca país.

³El turismo inducido (caso Dubrovnik) es un efecto directamente cuantificable en gasto y visitantes. El aporte al PBI a través de política cultural (caso Corea del Sur) combina componentes medibles, exportaciones, consumo, con un efecto de proyección de imagen país y "soft power" que es, por naturaleza, más difícil de cuantificar económicamente, según se desarrolla en la sección 6.3 de este documento.

1. Introducción y objetivo del documento

A lo largo del tiempo, en forma recurrente en nuestro país, vuelve la discusión sobre la necesidad y correspondencia de aplicar regímenes de incentivo económico para el desarrollo de producciones cinematográficas en particular, y audiovisuales en general.

Esta discusión se intensificó a partir del cambio de política implementado por la actual administración gubernamental federal en la República Argentina, que recortó mayoritariamente toda política de fomento y apoyo a la actividad audiovisual.

Hay dos aspectos que resultan interesantes, a primera vista, cuando se empiezan a conocer y analizar los distintos regímenes de incentivo.

El primero es el hecho de que la aplicación de políticas de incentivo, lejos de ser casos aislados, parece ser, por el contrario, un hecho consolidado entre países muy diversos.

El segundo aspecto interesante para entender es: ¿cuál es la razón por la cual tantos países sostienen, en algunos casos desde hace mucho tiempo, estos sistemas? ¿Hay efectivamente beneficios de naturaleza económica que los justifican? ¿Es posible cuantificarlos objetivamente?

Estos dos aspectos llamativos relacionados con las medidas de incentivo son los que dieron origen al desarrollo de este trabajo, cuyo propósito es reunir información dura (cifras oficiales, estudios de organismos especializados y reportes sectoriales) que permita verificar, con base empírica, que la actividad cinematográfica y audiovisual (incluyendo la producción de publicidad filmada) genera beneficios económicos directos e indirectos que justifican el diseño de políticas de incentivo por parte de los estados nacionales, provinciales o municipales.

El documento no defiende un esquema de incentivo en particular, sino que compara los modelos vigentes en distintas jurisdicciones para identificar patrones comunes, rangos de beneficio fiscal, condicionalidades exigidas y resultados obtenidos en términos de inversión, empleo y actividad económica derivada.

A lo largo del desarrollo del trabajo, surgieron casos relacionados específicamente con la actividad de empresas vinculadas al streaming. La novedad y las particularidades propias de esta actividad despertaron interés por profundizar en su funcionamiento y en los esquemas de regulación y aportes obligatorios aplicados en algunos países. Todo esto se incorporó específicamente en el punto 8.

Por último, a partir de la recopilación y el análisis de esta información, el trabajo se propone generar conclusiones fundamentadas y recomendaciones de política que permitan implementar un sistema de incentivo eficiente que genuinamente genere beneficios económicos para el sector y aporte crecimiento en términos de valor agregado, empleo calificado, desarrollo de tecnologías y construcción de marca país.

1.1. Alcance

Se relevan casos de Europa (Reino Unido, Francia, Irlanda, Hungría, Alemania), Norteamérica (California, Georgia, Louisiana, Nueva York, Canadá, Puerto Rico), América Latina (Argentina, México, Colombia, Brasil, Uruguay, Costa Rica, Ecuador, República Dominicana, Chile) y Asia-Pacífico (Australia, Nueva Zelanda, Japón,

Corea del Sur, China, Tailandia). Dentro de cada caso se distingue, cuando la fuente lo permite, entre el régimen general para cine/TV y el régimen, si existe, aplicable a publicidad audiovisual.

1.2. Metodología y fuentes

La información proviene de organismos públicos (comisiones fílmicas, ministerios de cultura y economía), asociaciones de la industria (Motion Picture Association, British Film Institute) y consultoras especializadas en impacto económico (Olsberg SPI, Oxford Economics, Otis College Report on the Creative Economy). Todos los datos cuantitativos incluidos en el cuerpo del documento están referenciados con nota al pie indicando la fuente original.

Notas sobre metodología

- **Comparabilidad entre años y monedas:** los valores en dólares corresponden a los años indicados entre paréntesis en cada tabla y no están ajustados por inflación entre sí; las comparaciones entre países deben tomarse como orden de magnitud y no como cifras estrictamente equivalentes en el tiempo.
- **Verificación y datos no disponibles:** cada cifra fue contrastada contra una fuente oficial o especializada identificable, citada en su nota al pie correspondiente. En las tablas comparativas, las celdas donde no pudo confirmarse un dato pese a una búsqueda dedicada indican “Dato no disponible” en lugar de una cifra sin respaldo; los casos especiales de cálculo o alcance (marcados con símbolos) se explican debajo de cada tabla.
- **Uso de inteligencia artificial:** se utilizaron herramientas de inteligencia artificial (Claude, de Anthropic) como apoyo para la revisión y verificación de fuentes, el cotejo de citas, y el armado gráfico de los cuadros resumen incluidos en este documento. Su uso no reemplazó la redacción, revisión y validación final por parte de la autora, quien es responsable exclusiva de la selección de fuentes, la redacción del documento, la interpretación de los datos y las conclusiones, así como de la exactitud de su contenido.

2. Tipos de esquemas de incentivo

Antes de revisar los casos por país, conviene distinguir los instrumentos de política más utilizados, ya que no son equivalentes ni en su mecánica ni en su impacto fiscal:

2.1. Crédito fiscal (tax credit)

Reducción de la obligación tributaria de la productora, calculada como un porcentaje del gasto elegible realizado en la jurisdicción. Puede ser reembolsable (el estado paga la diferencia si el crédito supera el impuesto adeudado) o transferible (la productora puede vender el crédito a un tercero con obligaciones tributarias, mecanismo habitual cuando la productora no tiene actividad gravada local).

Un punto central para interpretar correctamente estos porcentajes: en todos los casos se calculan sobre el gasto elegible ("qualified spend") realizado dentro de la jurisdicción, no sobre el presupuesto total de la producción, y la definición de qué gasto califica varía en cada esquema. A continuación se detalla la base de cálculo y las condiciones particulares de los tres ejemplos más citados en este documento:

- California (crédito ~25%): se aplica sobre el gasto de producción calificado ("Qualified Expenditures") realizado dentro del estado. Como en la mayoría de los esquemas estadounidenses, excluye los honorarios del elenco principal, guionistas y productores ("above-the-line"); solo computa gasto "below-the-line" (equipo técnico, locaciones, alquiler de equipos, servicios). Además, el programa tiene un cupo anual fijo asignado por lotería/puntaje, por lo que no todas las producciones que califican acceden al beneficio en un año dado.
- Georgia (crédito 20% + 10% bonus): el 20% base se aplica sobre el gasto de producción calificado dentro del estado. El 10% adicional ("Georgia Entertainment Promotion", conocido como el bono del "peach logo") no es automático: se obtiene únicamente si la producción incluye el logo promocional del estado de Georgia en los créditos finales del proyecto distribuido.
- Colombia, CINA (35%): a diferencia de un crédito fiscal tradicional, es un descuento tributario del impuesto a la renta colombiano, calculado sobre el gasto en servicios audiovisuales y logísticos contratados específicamente con proveedores colombianos. Al ser transferible, una productora extranjera sin actividad gravada en Colombia puede vender el certificado en el mercado de valores a un tercero que sí tribute allí, monetizando el beneficio sin necesidad de tener ingresos locales.

2.2. Cash rebate (reintegro en efectivo)

El estado devuelve directamente en efectivo un porcentaje del gasto local, sin pasar por el sistema tributario, a diferencia del crédito fiscal, no requiere que la productora tenga (ni venda) obligaciones tributarias en el país. Es el mecanismo preferido cuando se quiere atraer productoras extranjeras sin actividad fiscal local, como en Nueva Zelanda, Australia (Location Offset) o el esquema porteño BA Producción Internacional. Al igual que en el crédito fiscal, el porcentaje se calcula sobre el gasto local calificado, y cada esquema define su propio criterio de qué gasto computa (ver sección 3 para el detalle país por país).

2.3. Exención impositiva

Liberación total o parcial de determinados impuestos (IVA, importación temporal de equipos, cargas sociales) durante el rodaje. Suele combinarse con los dos instrumentos anteriores, como en el caso de Nueva York, donde el crédito del 30% se calcula sobre el gasto de producción calificado en la ciudad, y se complementa con una exención del 5% en el impuesto a las ventas ("sales tax") sobre las compras y alquileres directamente vinculados a la producción, es decir, son dos bases de cálculo distintas que se suman, no un 35% sobre un mismo concepto.

2.4. Subsidios y fondos directos

Aportes no reembolsables a proyectos específicos, generalmente acotados a producción nacional o de interés cultural, como los fondos de fomento del INCAA en Argentina o los fondos de desarrollo y producción de la Ciudad de Buenos Aires.

2.5. Condicionalidades habituales

Casi todos los esquemas exigen contrapartidas para acceder al beneficio: gasto mínimo local, cantidad mínima de jornadas de rodaje en el territorio, asociación con una productora local, empleo de mano de obra y proveedores locales, y en algunos casos programas de capacitación o promoción de la diversidad.

3. Panorama internacional de incentivos

La siguiente tabla sintetiza los esquemas de incentivo vigentes en 29 países y jurisdicciones subnacionales, junto con el impacto económico directo reportado, su peso relativo sobre el producto de la jurisdicción y los empleos generados. Los datos (esquema de incentivo y tasas, impacto económico directo, % del PBI y empleos) fueron verificados en todos los casos contra fuentes oficiales o especializadas. En los casos donde no se pudo cruzar contra una fuente oficial o especializada un dato aislado que se había conseguido o inferido, este se descartó directamente y se informa como no disponible. Con el mismo criterio, hay países y jurisdicciones donde se sabe que existen esquemas de incentivo, pero que no se incluyeron en esta muestra porque no fue posible confirmar ninguno de sus datos contra una fuente oficial o especializada.

País / Región	Incentivo fiscal	Impacto económico directo (USD M)	% del PBI	Empleos directos
Reino Unido	AVEC: crédito 34% (39% infantil/animación; 53% presup. <£15M)	10.700 (2016)	0,41% (2016)	140.000 (2016)
California (EE.UU.)	Crédito estatal ~25%	21.900 (acum. 2015-2020, solo crédito fiscal)	1,4%†	110.000 (acum. 2015-2020, solo crédito fiscal)
Georgia (EE.UU.)	Crédito 20% + 10% bonus	Dato no disponible	Dato no disponible	60.000 (FY2022)
Louisiana (EE.UU.)	Crédito hasta 40%	Dato no disponible	Dato no disponible	10.064 (2019, oficial)
Nueva York (ciudad)	Crédito 30% + exención ventas 5%	64.100 (2019, oficial)	5,4%§	100.200 directos / 185.000 totales (2019, oficial)
Australia	Producer Offset 40%/30%; Location Offset 30% (subió de 16,5% en jul. 2023)	Dato no disponible	Dato no disponible	22.200 empleos en 5 años (prod. internacionales)
Nueva Zelanda	NZSPG 20% (+5% extra); Grant doméstico 40%	4.000/año (total sector)	1,5%§	17.600 (sector, 2024)
Francia	TRIP 30% (hasta 40% en VFX); no aplica a publicidad	3.300 (2025)	0,8%‡	343.000‡
Irlanda	Sec. 481: 32% (+8% uplift); no aplica a publicidad	590 (2021, récord)	0,3% (2008)	más de 6.000 (2008)
Hungría	Rebate 30% (hasta 37,5%); no aplica a publicidad	400 (2017)	0,15% (2015)	Dato no disponible
Uruguay	Rebate 25% general / 20% publicidad (tope USD 100.000)	~405 (estimado)	~0,5% (2009)	3.000 (aprox.)
Tailandia	Rebate hasta 30%	Dato no disponible	Dato no disponible	Dato no disponible
Ciudad de Buenos Aires (Argentina)	Rebate 25% (BA Producción Internacional)	~26 (2025)¶	2%‡	7.000 (2025, programa BA Producción Internacional)

País / Región	Incentivo fiscal	Impacto económico directo (USD M)	% del PBI	Empleos directos
Argentina	Gravamen 10% (Ley de Cine, art. 24; no reglamentado para streaming)	1.784 (2017)Δ	0,4% (2017)Δ	94.000 (2017)Δ
México	Nuevo crédito federal ~30% (2026), incluye publicidad	9.200 (2024)	1% (Olsberg SPI/Canacine)	92.000 (2024, formales)
Alemania	DFFF/GMPF 30% uniforme (desde 2025); no aplica a publicidad	310 M€/año (fondo público)	Dato no disponible	Dato no disponible
Japón	Reintegro hasta 50%	125.800 (2018)	1,25% (2018)	381.368 (2014)
Corea del Sur	Incentivo variable; no aplica a publicidad	17.100 (2025)	Dato no disponible	291.100 (2025)
China	Rebate hasta 15%	23.800 (2014)	Dato no disponible	970.000 (2014)
España	Deducción 30% (primer millón) + 25% resto (hasta 50% Canarias)	958 (2021-2024, acum.)	Dato no disponible	7.080/año (promedio)
Canadá	Crédito federal 16% + provincial (25-36%)	17.000 (CAD 23.020, 2022/23)	Dato no disponible	336.120 (2022/23)
India	Incentivo ~30% (+5% contenido indio significativo)	61.200 (2024)	1,57% (calculado)	2.640.000 (2024)
Sudáfrica	Rebate 25% general / 35% coproducción	600 (pico pre-2020, R8-10 mil M)	Dato no disponible	884 (2024, tras colapso; pico previo 30.000-60.000)
Abu Dhabi (EAU)	Cashback 35% (hasta 50% con puntaje)	Dato no disponible	Dato no disponible	Dato no disponible
República Checa	Rebate 25% (hasta 35% animación)	490 (2025, facturación total)	Dato no disponible	Dato no disponible
Malta	Rebate 30% (hasta 40%)	1.630 (efectos totales acum. a precios 2024)	Dato no disponible	6.500 (pico 2023)
Marruecos	Rebate 30%	90 (2023)	Dato no disponible	Dato no disponible
Polonia	Incentivo ~30%	2.200 (2022)	Dato no disponible	21.000 (2022)
Portugal	Rebate/Refund 25-30% (hasta 40% Açores/Madeira/baja densidad)	Dato no disponible	Dato no disponible	Dato no disponible

† California: el 1,4% corresponde al peso del conjunto de la industria cinematográfica en el producto económico estatal (Oficina del Analista Legislativo, Senado de California), no específicamente al impacto atribuible al crédito fiscal (cuyo monto figura en la columna de impacto económico directo).

‡ Francia: el 0,8% del PBI y los 343.000 empleos corresponden al conjunto del sector cinematográfico francés (Asamblea Nacional de Francia, datos de 2018), no específicamente al esquema TRIP (cuyo monto figura en la columna de impacto económico directo). Ciudad de Buenos Aires: el 2% del PBI corresponde al peso de toda la industria audiovisual porteña (Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, cifras 2025-2026, detalladas en la sección 7.1), no específicamente al programa BA Producción Internacional (cuyo monto e impacto en empleo, ambos específicos del programa, figuran en las columnas de impacto económico directo y empleos directos).

§ Nueva York (ciudad) y Nueva Zelanda: porcentaje calculado dividiendo el impacto económico directo ya citado en la fila por el PBI oficial de la jurisdicción (Corporación de Desarrollo Económico de la Ciudad de Nueva York, 2023; Banco Mundial, Nueva Zelanda, 2024), y no una cifra publicada directamente como tal. En el caso de Nueva York, el PBI corresponde a 2023 y el impacto económico a 2019 (años distintos); en Nueva Zelanda, ambos datos corresponden a 2024.

¶ Uruguay: la única medición disponible que desagrega el peso económico del audiovisual es la Cuenta Satélite de Cultura (Ministerio de Educación y Cultura, 2009), que corresponde al complejo audiovisual completo (US\$310 millones, 0,44%-0,49% del PBI en 2009) y no específicamente al Programa Uruguay Audiovisual (PUA). El monto de impacto económico directo (~US\$405M) se obtuvo aplicando ese ~0,5% al PBI de Uruguay de 2024 (Banco Mundial, US\$80.960M): es una estimación de orden de magnitud, no una cifra publicada como tal, y combina datos de dos años distintos (2009 y 2024).

¶ Ciudad de Buenos Aires: el impacto económico directo (~US\$26M) surge de convertir la inversión privada informada por el Gobierno de la Ciudad (\$36.800 millones de pesos, 2025, programa BA Producción Internacional) al tipo de cambio oficial promedio de septiembre de 2025 (~\$1.400/USD, BCRA/Banco Nación). El % del PBI se calculó sobre el Producto Geográfico Bruto de la Ciudad de 2023 (USD 113.721 millones, Dirección General de Estrategia Productiva y Regímenes de Promoción, GCBA), el último dato oficial disponible; por lo tanto combina años distintos (2023 y 2025).

Δ Argentina (nacional): datos del estudio "Impacto económico y tributario del sector audiovisual argentino" (Observatorio Audiovisual del INCAA, equipo MESI-IIEP UBA-CONICET; presentado en 2022, con datos de referencia de 2017). El monto de impacto económico directo surge de convertir la contribución directa del estudio (\$31.224 millones de pesos: contribución total de \$238.879M menos indirecta de \$67.820M e inducida de \$139.835M) al tipo de cambio oficial promedio de 2017 (~\$17,50/USD, BCRA/Banco Nación). El dato de empleo directo (94.000 puestos) es consistente con la medición más reciente del INDEC junto con el Sistema de Información Cultural de la Argentina (Cuenta Satélite de Cultura), que muestra una caída de 97.200 (2023) a 90.671 (2025) puestos vinculados al audiovisual —una pérdida de 6.529 empleos, coherente con el desfinanciamiento del INCAA descrito en la sección 7. No se identificó una actualización posterior que reconcilie los tres indicadores (impacto, empleo y % del PBI) en un mismo estudio.

3.1. Lectura por bloques regionales

Norteamérica

California sigue siendo, en términos absolutos, el centro histórico de la industria (Hollywood). Un estudio oficial, de menor alcance que el total de la industria estatal, sobre el programa específico de crédito fiscal encontró que, entre 2015 y 2020, el California Film & TV Tax Credit 2.0 generó USD 21.900 millones en producción económica y sostuvo 110.000 empleos acumulados en el período, con un costo fiscal de apenas USD 1.550 millones (retorno de casi USD 14 por cada dólar de crédito otorgado). Esta cifra no es comparable uno a uno con el resto de la tabla porque mide solo el segmento de producción beneficiada por el crédito, no toda la industria del estado, y es un acumulado de 5 años, no un dato anual.⁴

Nueva York (ciudad) confirma con fuente oficial un impacto económico directo de USD 64.100 millones en 2019, sostenido por un régimen que combina un crédito del 30% sobre el gasto de producción calificado en la ciudad más una exención del 5% en el impuesto a las ventas (ambos mecanismos se explican en la sección 2.3). En materia de empleo, el reporte oficial 2021 de MOME, que analiza el año 2019, distingue entre 100.200 empleos directos y 185.000 empleos totales sostenidos por la industria.⁵

Georgia y Louisiana muestran que estados sin tradición previa en la industria pueden construir un polo de producción relevante mediante créditos agresivos. El de Georgia (20% + 10% bonus) ya se explicó en la sección 2.1; un estudio de Olsberg SPI comisionado por la Georgia Screen Entertainment Coalition confirma 60.000 empleos sostenidos por el crédito fiscal en el año fiscal 2022. El de Louisiana ("hasta 40%") se compone de un 25% base sobre el gasto calificado en el estado, más un 10% adicional si la producción está basada en un guion de un autor residente en Louisiana, más un 5% adicional si al menos el 60% del rodaje ocurre fuera del área

⁴Los Angeles County Economic Development Corporation (LAEDC), estudio comisionado por Motion Picture Association y California Film Commission, citado en Deadline, "California's Film & TV Incentives Program Generated \$21.9B in Economic Output", marzo de 2022.

⁵NYC Mayor's Office of Media and Entertainment, "NYC Film and Television Industry Economic Impact Study 2021" (datos de 2019).

metropolitana de Nueva Orleans, bonificaciones que se pueden combinar entre sí. Para Louisiana, el informe oficial de impacto económico y fiscal del crédito fiscal (Camoin Associates para Louisiana Economic Development) reporta 10.064 empleos generados en 2019.⁶

Canadá combina un crédito federal del 16% sobre la mano de obra local con créditos provinciales adicionales que, sumados, pueden alcanzar 25% a 36% del gasto calificado según la provincia (Columbia Británica ofrece hasta 33-35%, por ejemplo). El reporte oficial anual "Profile", elaborado por Nordicity para la Canadian Media Producers Association (CMPA) en colaboración con el gobierno canadiense, estimó que en el año fiscal 2022/23, el más alto de la serie histórica, la cadena de valor completa del sector (producción, distribución, exhibición y radiodifusión) generó CAD 23.020 millones (~USD 17.000 millones) de PBI y 336.120 empleos; solo la producción de cine y TV, sin el resto de la cadena, generó CAD 14.050 millones y 239.380 empleos ese mismo año. El reporte más reciente (2024/25) muestra una recuperación parcial tras las huelgas de Hollywood de 2023, con 181.360 empleos y cerca de CAD 12.000 millones de PBI en producción.⁷

Europa

El Reino Unido reformó en 2024-2025 su sistema de créditos fiscales bajo un esquema único llamado AVEC (Audio-Visual Expenditure Credit), calculado sobre el gasto de producción realizado en el Reino Unido: 34% para cine y TV de alto presupuesto, 39% para animación y contenido infantil, y 53%, bajo la sub-categoría "Independent Film Tax Credit" (IFTC), para películas de bajo presupuesto (menos de £15 millones) que además cumplan condiciones adicionales de certificación como producción "independiente" británica, no accesible automáticamente a cualquier película por debajo de ese monto. En materia de impacto económico, no existe un estudio oficial que dé impacto/%PBI/empleo para el mismo año y alcance; el dato más alto y verificable es de £7.900 millones de valor agregado (~USD 10.700M) y 140.000 empleos equivalentes a tiempo completo, sostenidos por el sector con beneficio fiscal (cine, TV, animación y videojuegos) en 2016, equivalentes a 0,41% del PBI de ese año.⁸

Alemania unificó en 2025 sus dos principales fondos (DFFF y GMPF) en una tasa uniforme del 30% sobre el gasto de producción reconocido realizado en Alemania, y el gobierno federal aprobó en agosto de 2025 duplicar el presupuesto combinado a €250 millones anuales (hasta €310 millones incluyendo fondos adicionales), frente a los €175 millones de 2022. El régimen alemán excluye expresamente a la publicidad audiovisual.⁹

Hungría ofrece un rebate del 30% sobre el gasto de producción realizado en Hungría, vigente hasta 2030. Ese porcentaje puede extenderse a un 37,5% "efectivo" sobre el gasto húngaro: la normativa permite que hasta un 25% adicional de gasto no húngaro (por ejemplo, pagos a proveedores extranjeros) también califique para el mismo 30% de reintegro, lo que matemáticamente eleva el beneficio total a 37,5% en relación al gasto húngaro original (125% de la base $\times$ 30% = 37,5%). En 2017 el gasto de producción en el país alcanzó los USD

⁶Georgia Department of Economic Development, sitio oficial, 2026; Olsberg SPI, "Economic Impact Study of Georgia's Entertainment Industry Tax Credit", comisionado por Georgia Screen Entertainment Coalition, 2023; Louisiana Entertainment, "Motion Picture Production Program", 2026; Camoin Associates / Louisiana Economic Development, "Economic and Fiscal Impact of the Motion Picture Production Tax Credit", 2019-2020.

⁷Canadian Media Producers Association (CMPA) / Nordicity, "Profile 2023: An Economic Report on the Screen-Based Media Production Industry in Canada", mayo de 2024; CMPA, "Profile 2025", abril de 2026.

⁸Discurso oficial de la Ministra de Cultura del Reino Unido citando el reporte BFI Screen Business 2016 (gov.uk, "Margot James speech to launch the BFI Screen Business report"); Bank of England / FRED, PBI nominal del Reino Unido 2016.

⁹Cineuropa, "Germany doubles film funding to €250 million annually", agosto de 2025; German Federal Film Board (FFA), "German Federal Film Fund (DFFF)", 2026.

400 millones, equivalentes a cerca del 0,15% del PBI según un reporte de 2015 del Observatorio Audiovisual Europeo. El esquema húngaro excluye expresamente a la publicidad, junto con pornografía, reality shows y telenovelas diarias.¹⁰

Francia mantiene su Tax Rebate for International Production (TRIP) en 30% del gasto elegible realizado en Francia (hasta 40% en proyectos con más de €2 millones en efectos visuales), pero, al igual que el resto de los países de la Unión Europea, excluye expresamente a las producciones publicitarias de este beneficio. Un estudio oficial del CNC ya había documentado que, entre 2004 y 2012, el empleo en la ficción audiovisual creció 26,7% (de 58.000 a 74.000 puestos) tras la introducción del crédito fiscal audiovisual.¹¹

Irlanda combina un crédito base del 32% (Sección 481 del código tributario) con un adicional del 8% ("uplift", vigente para proyectos que refuercen la producción independiente irlandesa), calculado sobre el gasto de producción calificado en el país; al igual que en Francia y el resto de la Unión Europea, el esquema no aplica a publicidad. El gasto de producción bajo la Sección 481 alcanzó un récord de €500 millones en 2021 (~USD 590 millones), y un estudio de Olsberg SPI encargado por Screen Ireland encontró que el 89% de las productoras que invirtieron en el país atribuyeron esa inversión directamente al incentivo, y el 67% lo citó como el factor más importante en la decisión de filmar en Irlanda.¹²

España combina una deducción fiscal del 30% sobre el primer millón de euros de gasto elegible realizado en territorio español y del 25% sobre el resto, con un tope de €20 millones por largometraje y €10 millones por episodio de serie; Canarias y Navarra ofrecen deducciones especiales, llegando hasta 50% en Canarias. El tercer informe anual del sector audiovisual en España (Spain Audiovisual Hub / ICEX, 2025) encontró que entre 2021 y 2024 las producciones extranjeras generaron un impacto económico de €879 millones y un Valor Agregado Bruto de €1.800 millones, sosteniendo en promedio 7.080 empleos equivalentes a tiempo completo por año (de los cuales unos 1.300 fueron directos). El retorno estimado es de €9 por cada €1 de incentivo otorgado.¹³

Portugal ofrece un esquema de doble vía, Cash Rebate (25%, ampliable a 30% según un test cultural) para proyectos medianos, y Cash Refund (30% sobre los primeros €2 millones, 25% sobre el resto) para proyectos de mayor presupuesto, con un bono de hasta 40% para gastos en las Azores, Madeira o territorios de baja densidad poblacional. Desde 2026 ambos mecanismos se unificaron en un único marco (RIPAC), dentro de un paquete de €350 millones para el período 2026-2029. No se encontró una fuente que permita cuantificar el impacto económico total ni el empleo generado por el esquema portugués.¹⁴

La República Checa elevó su rebata del 20% al 25% en enero de 2025 (35% para animación y producción íntegramente digital), con un tope de CZK 450 millones (~€18 millones) por proyecto. La facturación total del sector audiovisual checo alcanzó un récord de CZK 11.300 millones (~USD 490 millones) en 2025, impulsada en gran parte por producciones extranjeras (CZK 6.600 millones, un incremento del 20% interanual); se estima

¹⁰National Film Institute Hungary, "Hungarian Film Incentive"; RSM Hungary, "Film tax rebate"; FilmNewEurope.com, "Hungary's Tax Rebate in Full Operation Again", 2025-2026.

¹¹Centre National du Cinéma et de l'image animée (CNC), "Évaluation des retombées économiques directes et indirectes des crédits d'impôts", 2014; Production Service Network, ficha Francia, 2026.

¹²Irish Times, "Tax incentive most important factor for film and TV productions locating in Ireland", enero de 2023; Cineuropa, "The Section 481 Tax Incentive proves highly beneficial to the Irish film industry", enero de 2023.

¹³Spain Audiovisual Hub / ICEX Invest in Spain, "El interés internacional por el sector audiovisual se refuerza en España", 2025; Spain Film Commission, "Impacto económico de los incentivos a los rodajes internacionales en España", agosto de 2024.

¹⁴Portugal Film Commission, "Cash Rebate" y "Cash Refund" (páginas oficiales), 2026; Señal News, "Ana Marques: 'Our goal is to promote Portugal as a film destination'", abril de 2025.

que 60% del gasto de producciones extranjeras se dirige a industrias relacionadas (hotelería, transporte, construcción, servicios locales). No se encontró una cifra de empleo específica para el sector.¹⁵

Polonia ofrece un incentivo de aproximadamente 30% sobre el gasto calificado en el país. Un estudio de Olsberg SPI encargado por la Cámara de Productores polaca (KIPA) estimó que, solo en 2022, el gasto de producción audiovisual en Polonia (PLN 2.500 millones, ~USD 569 millones, una estimación conservadora que no incluye estrenos teatrales) generó un output económico de PLN 8.700 millones (~USD 2.200 millones), un Valor Agregado Bruto de PLN 3.400 millones (~USD 860 millones) y 21.000 empleos equivalentes a tiempo completo.¹⁶

Malta ofrece un rebate de hasta 40% (30% base, 35% si Malta "se interpreta a sí misma" en pantalla o se usan los Malta Film Studios, 40% con determinados niveles de personal técnico local), sin tope por proyecto y con un gasto mínimo de €100.000. Un análisis oficial encargado por el Parlamento maltés (febrero de 2025) encontró que el empleo sostenido por la producción audiovisual alcanzó un pico de aproximadamente 6.500 personas en 2023, y que el efecto total sobre el Valor Agregado Bruto de la economía (sumando impactos directos, indirectos e inducidos) asciende a €1.500 millones a precios de 2024, con un efecto total que casi duplica al impacto directo por sí solo.¹⁷

América Latina

Argentina muestra un peso relativo moderado sobre el PBI (0,4%), por debajo de México (1%), lo que sugiere margen de crecimiento si se profundizan y estabilizan los esquemas de incentivo vigentes. Uruguay, en cambio, muestra una trayectoria reciente muy distinta que se desarrolla más abajo.¹⁸

El informe de la Motion Picture Association sobre la industria audiovisual en América Latina destaca que, entre Argentina, Brasil, Colombia y México, más de dos tercios del gasto total de la industria se derraman hacia otros sectores de la cadena de suministro (servicios técnicos, artísticos, administrativos y financieros), lo que magnifica el impacto de cualquier incentivo diseñado para atraer ese gasto inicial.¹⁹

Colombia (Ley 1556 de 2012) opera con dos instrumentos: el Fondo Fílmico Colombia (FFC), que reintegra 40% en servicios audiovisuales y 20% en servicios logísticos, y el CINA (Certificado de Inversión Audiovisual), cuyo mecanismo de descuento tributario del 35% ya se explicó en la sección 2.1, que aplica explícitamente a cine, series, videojuegos, videos musicales y publicidad audiovisual. Entre 2013 y 2022 el FFC generó 28.800 empleos directos y 8.200 indirectos, mientras que el CINA, vigente desde 2020, generó 38.000 empleos directos y 38.600 indirectos hasta 2022.²⁰

Brasil ilustra el potencial de esquemas subnacionales: la ciudad de São Paulo lanzó su cash rebate en 2019, el primero de su tipo en el país, y hacia 2024 el programa ya había atraído un promedio de 1.000 proyectos por año (entre films, series, publicidad y videoclips), con una inversión combinada de USD 404 millones entre 2019

¹⁵The Prague Reporter, "Czech film and TV production incentives to reopen for applications from September", 2026; Czech Film Center, "The Launch of the Czech Audiovisual Fund", enero de 2025.

¹⁶Olsberg SPI / Polish Producers Alliance (KIPA), "Economic Impact of Screen Production in Poland", diciembre de 2023; Cineuropa, "The KIPA Summit zooms in on the economic impact of screen production in Poland", diciembre de 2023.

¹⁷Parlamento de Malta, "Analysing the Impact of the Film Rebate Scheme in Malta", febrero de 2025.

¹⁸INCAA, "Informe 2023 de Producción Nacional"; INCAA, estadísticas laborales 2023.

¹⁹Motion Picture Association / Olsberg SPI, "The Economic Impact of the Screen Industries: Latin America".

²⁰Comisión Fílmica Colombia, "La Ley 1556 sigue impulsando la producción audiovisual en el país", 2023; Motion Picture Association / Olsberg SPI, "The Economic Impact of the Screen Industries: Latin America".

y 2023. Río de Janeiro y São Paulo ofrecen hoy reintegros de 30-35% y 20-30% respectivamente sobre el gasto local calificado, con un piso de gasto de aproximadamente USD 380.000-400.000.²¹

Chile viene ampliando sus instrumentos: el programa IFI Audiovisual relanzado en 2024 ofrece un reintegro de hasta 30% de los gastos calificados en el país (40% para producciones íntegramente fuera de la Región Metropolitana), con un tope de USD 3 millones y un piso de gasto de USD 1 millón.²²

México anunció a mediados de 2026 un nuevo programa federal de incentivo con un crédito de hasta 30% sobre el impuesto a la renta (ISR), calculado sobre gastos de producción calificados realizados en el país, con un tope de MXN 40 millones por proyecto y la exigencia de que al menos 70% del gasto elegible se destine a proveedores, servicios y talento mexicanos. A diferencia de esquemas previos, este nuevo programa incluiría explícitamente a la publicidad entre los formatos elegibles. En cuanto al tamaño del sector, un estudio de Oxford Economics para la Motion Picture Association estima que en 2024 el sector audiovisual mexicano generó MXN 163.000 millones (~USD 9.200M) e inyectó 92.000 empleos formales, mientras que un estudio de Olsberg SPI encargado por Canacine sitúa la contribución actual del audiovisual en 1% del PBI mexicano, con el objetivo declarado de la industria de duplicarlo al 2% para 2027.²³

Uruguay merece un desarrollo aparte porque combina la evolución de su propio esquema de incentivos con un fenómeno regional concreto: la migración de rodajes que antes se hacían, o se planeaban hacer, en Argentina. El Programa Uruguay Audiovisual (PUA), creado en 2019 con un cash rebate del 25% (20% para publicidad) y ampliado en 2023 con una nueva etapa de USD 12 millones distribuidos entre producción internacional, publicidad internacional, producción nacional y desarrollo, es la herramienta central de esta política. La cantidad de semanas de rodaje de cine y series en el país, extranjeras y locales, pasó de 24 en 2019 a más de 100 por año en 2024 y 2025.²⁴

Ese crecimiento coincide en el tiempo con el desfinanciamiento del Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (INCAA) de Argentina desde 2024: el Decreto 662/2024 eliminó la cuota de pantalla que garantizaba la exhibición de cine nacional, y organizaciones del sector denunciaron que, entre 2024 y gran parte de 2025, no se aprobó ninguna película argentina nueva bajo la gestión del organismo. En ese contexto, numerosas producciones con guion, elenco y trama argentinos se filmaron en Uruguay: series como "Cromañón" (que recrea la tragedia ocurrida en Buenos Aires en 2004), "Coppola", "Barrabrava" y "Porno y helado" utilizaron locaciones montevideanas (incluyendo el Gran Parque Central, el Mercado Modelo y el barrio de Pocitos) para representar escenarios argentinos, aprovechando el cash rebate y la exención de IVA del programa uruguayo. Medios especializados describieron el fenómeno como una "histórica migración de capitales audiovisuales hacia Montevideo", en un contexto de mayor previsibilidad cambiaria y de políticas de estado uruguayas frente a la parálisis de los mecanismos de fomento en Argentina.²⁵

²¹Variety, "São Paulo Launches Third Cash Rebate Edition", mayo de 2024; Production Service Network, ficha Brasil, 2026.

²²UNCTAD Investment Policy Hub, "Chile - Incentive programme targeting the foreign film industry", 2024; Produ.com, "Incentivos fiscales, el motor oculto del crecimiento audiovisual en América Latina", junio de 2025.

²³Production Service Network, "Film Incentives" (ficha México), 2026; La Crónica de Hoy, "Numeralia de la industria cinematográfica y audiovisual", citando estimaciones de Oxford Economics, 2024; Cveintiuno, "La industria audiovisual mexicana busca duplicar su impacto en el PIB", citando estudio de Olsberg SPI para Canacine, 2024.

²⁴Radiomundo En Perspectiva, entrevista con Santiago López (ASOPROD) y Gabriel Peveroni (Montevideo Audiovisual), 2026; Infonegocios, "Luz, cámara... dólares", citando datos de Musitelli y de la Agencia del Cine y el Audiovisual del Uruguay (ACAU), noviembre de 2025.

²⁵Página 12, "El cine argentino en la era Milei: cero producciones en 2024 y 2025", octubre de 2025; Ámbito, "Uruguay sí la ve: el país se convirtió en un polo audiovisual que atrae productoras argentinas", agosto de 2025; Diario La R, "El éxodo de los millones: cómo Uruguay se convirtió en el gran set de filmación de las plataformas globales", mayo de 2026.

El caso más reciente y de mayor escala es la producción de Netflix Latinoamérica "El futuro es nuestro", protagonizada por el actor uruguayo Enzo Vogrincic, que se filmó entre mayo y junio de 2026 en Montevideo con seis semanas de rodaje y generó aproximadamente 4.000 puestos de trabajo directos e indirectos. Según la Intendencia de Montevideo, la ciudad fue sede de más de 300 proyectos audiovisuales internacionales y locales solo en 2025.²⁶

África

Marruecos ofrece un rebate del 30% (elevado desde 20% en marzo de 2022) sobre el gasto elegible en el país, administrado por el Centre Cinématographique Marocain (CCM), con un piso de MAD 10 millones (~USD 1 millón) y un mínimo de 18 días de trabajo en el país. Ouarzazate, apodada el "Hollywood del desierto" por su infraestructura de estudios (Atlas Studios) y locaciones desérticas, ha sido escenario de producciones como *Gladiator*, *Inception* y *Game of Thrones*. En 2023, más de 120 producciones extranjeras se filmaron en Marruecos, generando un ingreso estimado de MAD 900 millones (~USD 90 millones); no se encontró una cifra de empleo específica.²⁷

Sudáfrica ofrece un rebate del 25% para producción general y del 35% para coproducciones oficiales (con un 5% adicional si al menos 20% del personal jefe de departamento es sudafricano negro), administrado por el Department of Trade, Industry and Competition (DTIC). Antes de 2020, el esquema sostenía entre 30.000 y 60.000 empleos directos y una producción anual estimada en R8.000-10.000 millones. Sin embargo, el sector sufrió un colapso: el empleo equivalente a tiempo completo cayó de 4.943 en 2021 a solo 884 en 2024 (una caída promedio del 43,6% anual), y la inversión en producción se desplomó de más de R6.000 millones (2021) a apenas R962 millones (2024), luego de que el panel de adjudicación del DTIC dejara de reunirse desde marzo de 2024, sin nuevas aprobaciones desde entonces, y se acumulara una deuda de reintegros pendientes de pago estimada entre R600 y R1.000 millones. Trabajadores del sector protestaron frente al Parlamento en enero de 2026 bajo el lema #SaveSAFilmJobs. El caso sudafricano es una advertencia relevante para el diseño de política: un esquema de incentivo bien diseñado puede perder toda su efectividad si el organismo que lo administra deja de cumplir con los pagos y plazos comprometidos.²⁸

Medio Oriente

Abu Dhabi (Emiratos Árabes Unidos) fue el primer destino de la región en ofrecer un cashback rebate, desde 2013, y desde enero de 2025 elevó su tasa base de 30% a 35%, con un sistema de puntaje que permite llegar hasta 50% total según criterios como el uso de contenido, historia o talento emiratí, la realización de posproducción completa en el país, o la filmación de series completas en la ciudad. El tope es de USD 10 millones por largometraje y el piso de inversión es de USD 200.000. Más de 180 producciones se filmaron en Abu Dhabi desde 2013 gracias al esquema, incluyendo *F1: The Movie*, *Misión Imposible*, *Star Wars* y *Rápidos y Furiosos*. Según la Abu Dhabi Film Commission, por cada dirham pagado a través del rebate, más de tres dirhams retornan a la economía local. No se encontró una cifra de impacto económico total en dólares ni de empleo generado.²⁹

²⁶Portal institucional de la Intendencia de Montevideo, "Grandes producciones internacionales eligen a Montevideo como escenario de rodajes", mayo de 2026.

²⁷Cinema & Video International, "The Advantages of Shooting in Morocco", 2026; EMC Magazine, "The Moroccan Film Industry", 2026.

²⁸ShockNG, "South Africa Film Rebate Collapse Threatens Jobs As Workers Protest DTIC Freeze", marzo de 2026; AllAfrica, "South Africa: Government Is Killing the Film Industry, Say Protesters", enero de 2026; NFVF, "FAQs About The South African Film Industry".

²⁹Abu Dhabi Film Commission / Creative Media Authority, "Abu Dhabi Unveils New Cashback Rebate Starting from 35%+", octubre de 2024; Forbes, "How Movies Have A Blockbuster Impact On Abu Dhabi's Economy", noviembre de 2025.

Asia-Pacífico

Australia aumentó su Location Offset del 16,5% al 30%, calculado sobre el Gasto de Producción Australiano Calificado (QAPE, por sus siglas en inglés), a partir de julio de 2023, manteniéndolo sin tope anual ni fecha de vencimiento, y lo complementó con nuevas exigencias de capacitación y uso de proveedores australianos de posproducción y efectos visuales. En los cinco años previos a la medida, 40 producciones internacionales habían generado 22.200 puestos de trabajo y dado empleo a más de 23.500 empresas australianas.³⁰

Nueva Zelanda reporta que su sector audiovisual genera unos NZ\$4.000 millones de producto anual y emplea a aproximadamente 17.600 personas, sostenido por el New Zealand Screen Production Grant, calculado sobre el gasto de producción calificado en el país: 20% para producción internacional, con un 5% adicional si el proyecto cumple criterios de contenido o gasto significativo en Nueva Zelanda (no es automático), y 40% para producción doméstica.³¹

Un estudio de Mitsubishi Research Institute para la Motion Picture Association, presentado en el Festival Internacional de Cine de Tokio, estimó que la industria audiovisual japonesa contribuyó con USD 125.800 millones a la economía en 2018 (impacto directo e indirecto), equivalentes a 1,25% del PBI japonés de ese año; una edición anterior del mismo estudio (datos de 2014) estimó 381.368 empleos totales considerando efectos indirectos e inducidos. Además, Japón ofrece, a través de su esquema VIPO/METI vigente desde 2023, un reintegro de hasta 50% sobre los costos de producción y posproducción incurridos en el país, con un tope de JPY 1.000 millones (~USD 6,6 millones) por proyecto, reservado a producciones internacionales de gran escala que superen determinados umbrales de presupuesto.³²

Corea del Sur excluye expresamente a la publicidad de su régimen de incentivos. En materia de impacto económico, un reporte de 2026 de Oxford Economics para la MPA, el más reciente y más alto encontrado, estima que el sector audiovisual coreano generó USD 17.100 millones y sostuvo 291.100 empleos en 2025.³³

Para China, un estudio de Oxford Economics para la MPA (2014, el más reciente localizado con este nivel de detalle) estimó que la industria de cine y televisión generó 146.000 millones de yuanes (~USD 23.800 millones) y sostuvo 970.000 empleos; el porcentaje del PBI correspondiente no pudo determinarse con claridad en la fuente disponible.³⁴

Tailandia ofrece un cash rebate de hasta 30% sobre el gasto de producción realizado en el país, con porcentajes escalonados según el monto invertido y bonificaciones adicionales si la producción promueve el turismo tailandés o emplea personal clave local; la publicidad filmada queda excluida del programa. Pese a búsquedas específicas, no se encontró una fuente que permita verificar con confianza el impacto económico total ni el empleo generado por el esquema tailandés en un año reciente comparable al resto de esta muestra.

³⁰Ausfilm, "Ausfilm Celebrates Federal Government's Announcement of 30% Location Offset", 2023; Entertainment Partners, "Filming in Australia", 2024.

³¹New Zealand Screen Sector, "Briefing to Incoming Government 2024".

³²The Hollywood Reporter, "Tokyo: Japan's Film and TV Industries Contribute \$126 Billion to Economy", 2019 (datos de 2018); Mitsubishi Research Institute para MPA/JIMCA, "Economic Contribution of the Japanese Film and Television Industry", 2015 (datos de 2014, empleo); Deadline, "Japan's METI Extends 50% Rebate Scheme Through 2025".

³³PR Newswire, "Korea's Screen Industry Generated USD 17.1 Billion and Supported Nearly 300,000 Jobs in 2025" (Motion Picture Association / Oxford Economics), abril de 2026.

³⁴Oxford Economics para Motion Picture Association / MPA-APAC, "The Economic Contribution of the Film and Television Industries in China", 2015 (datos de 2014).

India, el mercado audiovisual más grande del mundo por volumen de producción, ofrece un incentivo federal de hasta 30% sobre el gasto calificado (con un tope de USD 3,6 millones) más un 5% adicional por contenido indio significativo, orientado a atraer producciones internacionales además de sostener a Bollywood y las industrias regionales (Tamil, Telugu). Un informe de 2025 de la Motion Picture Association junto con Deloitte, presentado en la primera cumbre WAVES en Mumbai y respaldado por el Ministerio de Información y Radiodifusión, FICCI y JioStar, estimó que el sector audiovisual y de streaming indio generó una contribución económica total de USD 61.200 millones en 2024, equivalente a 1,57% del PBI indio de ese año, y sostuvo 2,64 millones de empleos, con un output bruto directo de USD 16.800 millones.³⁵

³⁵Motion Picture Association / Deloitte, reporte presentado en WAVES Summit, Mumbai, mayo de 2025 (citado por Variety y Storyboard18); Entertainment Partners, "Global Production Incentives to Watch", enero de 2025 (detalle del incentivo federal indio).

4. Incentivos específicos para publicidad audiovisual

Existe evidencia sustancial y bien documentada sobre el tratamiento de la publicidad audiovisual (comerciales, contenido de marca) dentro de los regímenes de incentivo internacionales. La fuente más completa identificada es un análisis de la red de servicios de producción Production Service Network (PSN), especializada en asesorar a anunciantes y agencias sobre qué destinos ofrecen beneficios fiscales para comerciales.³⁶

4.1. El patrón central: la publicidad suele quedar afuera

El hallazgo más relevante para el diseño de política es que la mayoría de los países con regímenes de incentivo audiovisual excluyen expresamente a la publicidad. Según PSN, ningún estado miembro de la Unión Europea otorga incentivos fiscales a proyectos publicitarios, una postura que responde a una decisión política deliberada: los ministerios de Cultura, que suelen compartir la negociación presupuestaria con los ministerios de Economía, priorizan coproducciones, producción nacional y festivales por sobre el financiamiento de campañas comerciales de marcas privadas.³⁷

A esta exclusión europea se suman, fuera de la UE, Alemania (por decisión propia, aunque no es la única razón dado que además integra la UE), Irlanda (la Sección 481 no aplica a publicidad), Corea del Sur, Canadá (a nivel federal) y, dentro de América Latina, República Dominicana. Según releva PSN, la razón que mencionan con más frecuencia los funcionarios consultados es política antes que económica: los gobiernos evitan la exposición pública que implica destinar fondos estatales a campañas de marcas privadas, un costo reputacional que prefieren no asumir aun cuando la evidencia de retorno económico sea favorable.

4.2. Los países que sí incluyen publicidad, y en qué condiciones

Frente a ese patrón mayoritario de exclusión, un grupo más acotado de países ha optado por la estrategia inversa: incluir explícitamente a la publicidad, generalmente con umbrales de inversión mínima mucho más bajos que los exigidos para cine y televisión, precisamente para dar cabida a presupuestos publicitarios que rara vez alcanzan los millones de dólares que requiere un largometraje.

Salvo que se indique lo contrario, todos los porcentajes de la siguiente tabla se calculan sobre el gasto local calificado de la producción publicitaria, lo efectivamente gastado en el país durante el rodaje, y no sobre el presupuesto total de la campaña.

País / territorio	¿Aplica a publicidad?	Beneficio para comerciales	Piso de gasto mínimo
Puerto Rico	Sí, sin diferenciar	40% pagos a residentes + 20% talento no residente ³⁸	USD 100.000 (USD 50.000 cortos)
Colombia	Sí, línea específica (CINA)	35% de descuento en impuesto a la renta; incluye publicidad, videojuegos y música ³⁹	USD 134.000 (mínimo reducido dos veces)

³⁶Production Service Network, "Easy Money? Commercial Filmmaker Hunt For Global Incentives", junio de 2025 (actualizado julio de 2025).

³⁷Production Service Network, "Easy Money? Commercial Filmmaker Hunt For Global Incentives", 2025.

³⁸Production Service Network, "Film Incentives" y "Easy Money? Commercial Filmmaker Hunt For Global Incentives". Consultado en 2026.

³⁹Ibíd. nota 38.

País / territorio	¿Aplica a publicidad?	Beneficio para comerciales	Piso de gasto mínimo
Ecuador	Sí, piso reducido	37% cash back; tope de reembolso USD 5,25 M anuales ⁴⁰	USD 40.000
Uruguay	Sí, tasa diferenciada	20% cash rebate para comerciales (25% para otros formatos); tope USD 100.000 ⁴¹	USD 150.000
Georgia (país)	Sí, con umbral propio	20% de reintegro (+5% por test cultural) ⁴²	≈ USD 115.000
Panamá	Sí, sin diferenciar	25% cash rebate ⁴³	USD 500.000
Abu Dhabi (EAU)	Sí, umbral más bajo del relevamiento	35% base (hasta 50%); tope USD 500.000 para comerciales ⁴⁴	USD 25.000
Jordania	Sí, con tasas crecientes	25% a 45% según monto invertido ⁴⁵	USD 250.000
Serbia	Sí, tasa reducida vs. cine	20% para comerciales de TV (25-30% para cine/TV) ⁴⁶	€150.000
México (nuevo esquema 2026)	Sí, según anuncio reciente	Hasta 30% de crédito sobre ISR; exige 70% de gasto local ⁴⁷	Variable según formato
Ucrania	Sí, con condición particular	25% (+5%); 10% del rebate debe reinvertirse en cine debut ucraniano ⁴⁸	€320.000
República Dominicana	No aplica actualmente	25% de crédito fiscal transferible, solo largometrajes, documentales, series y videoclips ⁴⁹	USD 500.000 (excluida publicidad)
Alemania	No aplica	Producciones comerciales explícitamente no elegibles ⁵⁰	,
Irlanda	No aplica	Sección 481 excluye expresamente a la publicidad ⁵¹	,
Corea del Sur	No aplica	Los comerciales no califican para el incentivo nacional ⁵²	,
Unión Europea (los 27)	No aplica en ningún estado	Decisión política: los fondos de cultura priorizan coproducción y	,

⁴⁰Ibíd. nota 38.

⁴¹Ibíd. nota 38.

⁴²Ibíd. nota 38.

⁴³Ibíd. nota 38.

⁴⁴Ibíd. nota 38.

⁴⁵Ibíd. nota 38.

⁴⁶Ibíd. nota 38.

⁴⁷Ibíd. nota 38.

⁴⁸Ibíd. nota 38.

⁴⁹Ibíd. nota 38.

⁵⁰Ibíd. nota 38.

⁵¹Ibíd. nota 38.

⁵²Ibíd. nota 38.

País / territorio	¿Aplica a publicidad?	Beneficio para comerciales	Piso de gasto mínimo
	miembro	festivales ⁵³	

Un dato adicional respalda la lógica económica de estos esquemas: la industria estima que cada dólar pagado como incentivo retorna entre cuatro y nueve dólares a la economía local, cifra citada por PSN como el argumento central que utilizan los ministerios de Economía frente a los de Cultura al momento de negociar la extensión de incentivos a la publicidad.⁵⁴

4.3. Patrones relevantes para el diseño de política

- Umbrales más bajos que el cine: los países que sí incluyen publicidad fijan pisos de inversión notablemente menores (desde USD 25.000 en Abu Dhabi o USD 40.000 en Ecuador, hasta los USD 134.000-150.000 de Colombia, Georgia (país) o Uruguay), muy por debajo de los USD 500.000 a 1.000.000 que suelen exigirse para largometrajes.
- Colombia como caso de éxito replicable: el país bajó dos veces el umbral mínimo de inversión para comerciales, lo que, según el testimonio de un socio local de PSN, ayudó a que el mundo publicitario "empezara a notar" a Colombia como polo de producción, después de que el incentivo ya hubiera funcionado para atraer cine y televisión.
- Puerto Rico y Georgia (EE.UU.) integran la publicidad al régimen general sin un tratamiento diferenciado, lo que simplifica la aplicación para anunciantes y agencias internacionales.
- Casos de marcas globales aprovechando el incentivo: Corona (la marca de cerveza, de Constellation Brands) utilizó el incentivo del 40% de Puerto Rico (sobre pagos a residentes, según se detalla en la tabla) para una campaña de su línea Corona Hard Seltzer, y la agencia Central Athens filmó la campaña "My App" de Cosmote (operador de telecomunicaciones griego) en Belgrado (Serbia) aprovechando el 20% de rebate para comerciales de TV en ese país, en ambos casos citando el ahorro de costos como factor decisivo de la elección de locación.

En el caso argentino, el esquema porteño BA Producción Internacional está definido en términos de "servicios de producción audiovisual" en sentido amplio, lo que en la práctica habilita también a rodajes publicitarios que cumplan los requisitos de gasto e inversión extranjera exigidos, aunque, a diferencia de Colombia, Ecuador o Uruguay, no constituye todavía una línea de incentivo exclusiva y con condiciones diferenciadas para publicidad.

4.4. Barreras propias del rodaje publicitario

Más allá de la existencia formal del incentivo, los propios operadores de la industria señalan una fricción práctica: los tiempos administrativos para el cobro (entre 3 y 6 meses en Uruguay, hasta 12-16 meses en Panamá) suelen ser incompatibles con el ritmo de la publicidad, donde una campaña puede definirse y filmarse en semanas. Esto explica por qué, incluso en países que sí ofrecen el beneficio, la tasa de aprovechamiento por parte de anunciantes internacionales es menor a la del cine y la televisión.⁵⁵

⁵³Ibid. nota 38.

⁵⁴Production Service Network, "Easy Money? Commercial Filmmaker Hunt For Global Incentives", 2025.

⁵⁵Production Service Network, "Easy Money? Commercial Filmmaker Hunt For Global Incentives", 2025.

5. Impacto económico directo, indirecto e inducido

5.1. El marco de los tres tipos de impacto

Los estudios de impacto económico de la industria audiovisual distinguen habitualmente tres capas de efecto:

- Impacto directo: el gasto de la propia producción (salarios del elenco y equipo técnico, alquiler de equipos, locaciones, catering, transporte).
- Impacto indirecto: el gasto adicional que ese primer gasto genera en la cadena de proveedores (por ejemplo, un proveedor de catering que a su vez compra insumos a otros negocios locales).
- Impacto inducido: el consumo adicional en la economía general que surge cuando los trabajadores de la industria y de su cadena de proveedores gastan sus salarios en bienes y servicios corrientes.

5.2. Multiplicadores estimados

Para Argentina, Brasil, Colombia y México, el estudio de referencia de la Motion Picture Association estima que un incremento de USD 10 millones en el gasto directo de la industria audiovisual sostiene entre USD 6 y 9 millones adicionales de gasto indirecto e inducido a lo largo de la cadena de valor, y que por cada 100 empleos directos generados en una producción se crean entre 50 y 70 empleos adicionales en el resto de la economía.⁵⁶

A escala de Estados Unidos, la industria de cine y televisión sostiene 2,32 millones de empleos y USD 229.000 millones en salarios totales, distribuidos en más de 122.000 empresas, según el análisis más reciente de la Motion Picture Association calculado con el modelo RIMS II de la Oficina de Análisis Económico (BEA), que incorpora explícitamente efectos indirectos e inducidos.⁵⁷

El caso de India, cuyo esquema de incentivo e impacto económico (USD 61.200 millones y 2,64 millones de empleos en 2024) ya se detalló en la sección 3.1, confirma este mismo orden de magnitud en un mercado de escala muy distinta a la de América Latina, con una producción bruta directa de USD 16.800 millones.⁵⁸

Esta magnitud de retorno no es exclusiva de América Latina: la industria de servicios de producción que asesora a anunciantes internacionales en la elección de locaciones estima, como cifra de referencia usada frente a los gobiernos que deciden si extender incentivos a la publicidad, que cada dólar entregado como incentivo retorna entre cuatro y nueve dólares a la economía local, en línea con el orden de magnitud reportado por la Motion Picture Association para cine y televisión.⁵⁹

5.3. Empleo: composición y calidad

Más allá de la magnitud, los estudios remarcen la composición del empleo generado: una parte sustancial corresponde a puestos técnicos especializados ("below-the-line"), cuya oferta suele ser insuficiente incluso en mercados maduros. Esto ha llevado a varios países a incorporar, directamente en la letra del esquema de incentivo, condiciones de capacitación y formación de mano de obra, no como una recomendación general,

⁵⁶Motion Picture Association / Olsberg SPI, "The Economic Impact of the Screen Industries: Latin America".

⁵⁷Motion Picture Association, "The American Motion Picture and Television Industry: Creating Jobs, Trading Around the World", 2026.

⁵⁸Motion Picture Association / Deloitte, reporte presentado en WAVES Summit, 2025 (citado por Variety).

⁵⁹Production Service Network, "Easy Money? Commercial Filmmaker Hunt For Global Incentives", 2025.

sino como una obligación concreta y verificable para acceder al beneficio o a una parte de él. A continuación se detallan los casos donde esta condición está mejor documentada:

- Reino Unido: desde 2008, toda producción que recibe beneficio fiscal (AVEC) debe destinar el 0,5% de su gasto elegible en el Reino Unido al Film & HETV Skills Fund (antes "Skills Investment Fund"), con un tope de £58.200 por producción. El fondo, administrado por ScreenSkills, financia formación técnica y programas de "trainee" para nuevos ingresantes a la industria. Un informe del BFI de 2023 encontró que la escasez de personal calificado ya afecta la calidad de la producción, y recomendó, sin carácter obligatorio, a diferencia del 0,5% ya vigente, que la industria invierta un 1% adicional de los presupuestos de producción en formación.⁶⁰
- Australia: el aumento del Location Offset de 16,5% a 30% en julio de 2023 vino acompañado de nuevas condiciones no monetarias de acceso: las producciones deben acreditar el uso de proveedores australianos de posproducción, digital y efectos visuales, y cumplir con requisitos de capacitación de personal local, como condición adicional, no optativa, para acceder a la tasa incrementada.⁶¹
- Colombia: la Ley 1556 en sí (FFC y CINA) no incluye una cláusula de capacitación obligatoria dentro de sus condiciones de acceso, pero opera junto con el Fondo para el Desarrollo Cinematográfico (FDC), financiado por una cuota parafiscal distinta, cobrada sobre la exhibición en salas, que destina parte de su recaudación específicamente a líneas de formación de talento. Es un caso distinto a los dos anteriores: la formación existe como política de Estado, pero no está condicionada dentro del mismo instrumento que otorga el incentivo a la producción extranjera.⁶²

La comparación entre estos casos deja una lección de diseño de política relevante: cuando la condición de capacitación es explícita, cuantificada y obligatoria dentro del propio esquema de incentivo, como en el Reino Unido, con un porcentaje fijo y un fondo dedicado, es más probable que efectivamente se traduzca en formación de mano de obra; cuando queda librada a una recomendación general o a un fondo separado sin relación directa con el incentivo a la producción extranjera, como en Colombia, el vínculo entre el incentivo y la capacidad instalada es más débil y más difícil de auditar.

6. Marca país, turismo inducido y otras externalidades positivas

Uno de los beneficios indirectos más difíciles de capturar en una planilla de costos, pero mejor documentados en la literatura académica y en estudios de organismos de turismo, es el llamado turismo inducido por el cine ("film-induced tourism" o "screen tourism"): el desplazamiento de visitantes hacia destinos que aparecieron en una película o serie.

6.1. Evidencia cuantitativa

⁶⁰Cedefop, "Skills Investment Fund" / "Film & High-end TV Skills Fund", ficha regulatoria del Reino Unido; The Hollywood Reporter, "BFI Skills Review", 2023.

⁶¹Ausfilm, "Ausfilm Celebrates Federal Government's Announcement of 30% Location Offset", 2023.

⁶²Film in Cali, "Incentivos y normativas"; La Villa Producciones, "Financiación audiovisual Colombia: crowdfunding, incentivos y leyes (Ley 814 y 1556)", 2025.

Según un estudio del índice TravelSat Competitive Index, 80 millones de turistas eligieron un destino en 2017 influenciados por películas o series, y se estima que entre 1 y 10 de cada 100 turistas de un mercado eligen su destino por esta vía.⁶³

El Reino Unido cuantificó en £597,7 millones el gasto de turistas entrantes motivado por el cine en 2016, sosteniendo 13.440 empleos equivalentes a tiempo completo y £628,3 millones de valor agregado bruto ese mismo año, cifra a la que se suman los efectos derivados de la televisión de alto presupuesto (HETV).⁶⁴

Nueva Zelanda registró un incremento del 50% en el turismo receptivo tras el éxito de la trilogía "El Señor de los Anillos", con un impacto estimado en NZ\$33 millones anuales según Tourism New Zealand.⁶⁵

En Irlanda del Norte, se estimó que alrededor de 350.000 visitantes de ocio por año fueron motivados por la serie "Game of Thrones" entre 2018 y 2019, con un gasto superior a £50 millones distribuido en 26 locaciones de rodaje.⁶⁶

Escocia reportó 1,14 millones de turistas de pernocte motivados por el cine y la televisión en 2023, con un gasto total de £787 millones, de los cuales £161,4 millones son directamente atribuibles a la actividad de turismo audiovisual, sosteniendo 2.260 empleos equivalentes a tiempo completo de forma directa y 2.990 en impacto total.⁶⁷

El caso de Dubrovnik (Croacia), donde se filmó buena parte de "Game of Thrones" entre 2011 y 2017, cuenta con uno de los pocos estudios académicos que aíslan estadísticamente el efecto causal del rodaje sobre el turismo (mediante control sintético, comparando la evolución real de Dubrovnik con una "Dubrovnik sintética" construida a partir de otros destinos croatas no expuestos a la serie). El estudio encontró un efecto robusto y positivo, con derrames hacia otros condados y hacia el país en su conjunto: entre 2012 y 2015, la ciudad recibió 244.415 turistas atribuibles directamente a la serie, que gastaron unos €126 millones, y se estima que unas 60.000 personas visitan Dubrovnik cada año exclusivamente por su asociación con "Game of Thrones", un 38% más de visitas y un 29% más de pernóctes que en un escenario sin la serie.⁶⁸

6.2. El fenómeno del "set-jetting": turismo inducido por streaming

La proliferación del streaming intensificó y aceleró este fenómeno hasta el punto de que la industria del turismo le dio un nombre propio: "set-jetting" (viajar a un destino específicamente porque apareció en una serie o película). El caso más documentado es el de la serie "The White Lotus" (HBO), que en sus tres primeras temporadas (2021-2025) generó efectos medibles y consistentes en cada uno de sus tres destinos de rodaje: en Hawái (temporada 1), el hotel utilizado como locación registró un incremento del 425% en visitas a su sitio web y del 386% en búsquedas de disponibilidad; en Sicilia (temporada 2), la ocupación hotelera de la zona de Taormina subió 70% y los ingresos turísticos de la isla crecieron 30% en el verano de 2023, con el hotel de la serie completo durante los seis meses posteriores al estreno; y en Tailandia (temporada 3), las reservas anticipadas en las locaciones de rodaje subieron 25%, generando un impacto económico directo estimado en

⁶³TravelSat Competitive Index, citado en Randria, "From the Screen to a Destination: The Impact of Movie on Tourism", Medium, 2025.

⁶⁴British Film Institute, "Screen Business", citado en VisitScotland e informes de turismo audiovisual, 2016-2023.

⁶⁵Tourism New Zealand, citado en Forbes, 2012 y en estudios académicos sobre turismo cinematográfico.

⁶⁶Tourism Northern Ireland, citado en estudios de turismo audiovisual, 2019.

⁶⁷VisitScotland, informe de turismo audiovisual, 2023.

⁶⁸Tkalec, Zilic y Ahec-Šonje, "The effect of film industry on tourism: Game of Thrones and Dubrovnik", International Journal of Tourism Research (Wiley), 2017, con datos del Institute of Economics de Zagreb y la Universidad Johannes Kepler de Linz.

USD 36,9 millones, con búsquedas de las zonas de rodaje (Koh Samui, Phuket, Chiang Mai) creciendo entre 30% y 65% en plataformas como Expedia y Hotels.com.⁶⁹

Otro caso citado con frecuencia es el de "Emily in Paris" (Netflix), al que se atribuye un incremento del 10% en las reservas de turistas estadounidenses hacia París tras el estreno de la serie, un ejemplo de cómo el efecto no se limita a destinos exóticos o emergentes, sino que también refuerza destinos ya consolidados.⁷⁰

6.3. Marca país y proyección internacional: el componente de "soft power"

A diferencia del turismo inducido, el segundo componente de la marca país que genera el cine y la televisión es mucho más difícil de cuantificar: la proyección de una imagen nacional positiva y la generación de "soft power", la capacidad de un país de influir y ser percibido favorablemente sin recurrir a la coerción económica o militar. Aun así, hay casos donde este efecto se documenta con datos concretos, aunque de naturaleza distinta a los del turismo.

El caso más estudiado es el de Corea del Sur, donde el gobierno adoptó desde fines de los años 90 una política deliberada de promoción de las exportaciones culturales ("Hallyu" u "Ola Coreana"), inicialmente centrada en dramas de TV y luego expandida a cine, música (K-pop) y contenido de streaming. El impacto económico de esta política pasó de representar 0,2% del PBI coreano (USD 1.870 millones) en 2004 a USD 12.300 millones en 2019. Un estudio del Hyundai Research Institute (2018) estimó que solo el grupo de K-pop BTS le aporta entre USD 3.700 y 5.000 millones anuales a la economía surcoreana en exportaciones, consumo y turismo receptivo, mientras que el éxito global de "Parasite" (primer largometraje no angloparlante en ganar el Oscar a Mejor Película, 2020) y "El juego del calamar" (la serie más vista en la historia de Netflix, con más de 1.650 millones de horas vistas en su primer mes) reforzaron la asociación entre el país y una industria creativa de vanguardia. El propio gobierno surcoreano ha usado activamente a artistas de K-pop como "embajadores culturales" en foros internacionales, incluyendo una designación de BTS como enviado especial ante la Asamblea General de la ONU en 2021.⁷¹

Un segundo caso, menos conocido pero de escala comparable, es el de Turquía: sus series de televisión ("dizi") se exportan a entre 146 y 170 países según la fuente, ubicando al país como el segundo mayor exportador mundial de contenido televisivo después de Estados Unidos. "Resurrección: Ertugrul", una de las series más exitosas, acumuló más de 1.500 millones de visualizaciones en YouTube y motivó, entre otros episodios simbólicos, la visita del entonces presidente de Venezuela, Nicolás Maduro, al set de filmación en 2018. El gobierno turco subsidia explícitamente la exportación de contenido con criterios que exigen contribuir a la promoción del turismo y el idioma turco, alcanzar un mínimo de tres continentes y diez países de venta, y reportar cifras de audiencia, condicionando el apoyo estatal a objetivos de diplomacia cultural, no solo comerciales. Universidades de América Latina, África y Asia meridional reportan aumentos en la matrícula de cursos de idioma turco directamente atribuibles a la popularidad de estas series.⁷²

⁶⁹CEO Today Magazine, "The White Lotus Effect: How Filming Locations Boost Global Tourism", 2025; Thailand Business News, "The White Lotus Effect in Thailand: Boon or Bane?", marzo de 2025; Çağatay Kaan Eren, "The White Lotus Effect: Why Türkiye Should Be the Next Star of Destination Storytelling", mayo de 2025.

⁷⁰Thailand Business News, "The White Lotus Effect in Thailand: Boon or Bane?", marzo de 2025 (cita el caso de Emily in Paris como antecedente del fenómeno).

⁷¹How Korean, "The Hallyu Wave: How Korean Culture Conquered the World", 2026; The Conversation, "Squid Game's second season is the latest instalment of Korean culture's economic success story", 2026; Daily Sabah, "Films, TV series as instruments of Türkiye's cultural, tourism diplomacy", enero de 2026 (cita la evolución 2004-2019 del aporte de Hallyu al PBI coreano).

⁷²GQ Middle East, "How Turkish TV Became the World's Second-Biggest Export", noviembre de 2025; Young Australians in International Affairs, "Dizi Diplomacy: How Türkiye Turned Entertainment into Soft Power", 2026; EUALive, "The soft power of storytelling: Turkey's

Además de Corea del Sur y Turquía, la literatura destaca que países como Nueva Zelanda han utilizado deliberadamente la asociación con producciones exitosas como parte de su estrategia de marca país, incorporando la promoción audiovisual dentro de sus políticas de comercio exterior y turismo, no solo de cultura.

En este sentido, buena parte de los gobiernos locales que compiten por atraer rodajes, incluida la Ciudad de Buenos Aires con su BA Film Commission, explicitan entre los criterios de evaluación de los proyectos que solicitan incentivos el potencial de visibilidad y promoción internacional del destino, reconociendo que el valor del incentivo no se agota en el gasto directo de la producción.

7. El caso argentino en detalle

Argentina combina, en distintos niveles de gobierno, tres tipos de instrumentos: (i) el fomento nacional a través del INCAA, orientado primordialmente a la producción nacional; (ii) esquemas de incentivo subnacionales orientados a atraer coproducción e inversión extranjera, como el de la Ciudad de Buenos Aires y el más reciente marco de la Provincia de Buenos Aires; y (iii) beneficios impositivos puntuales para rodajes internacionales.

7.1. Ciudad de Buenos Aires

Desde enero de 2023 rige en la Ciudad de Buenos Aires el programa BA Producción Internacional. En su lanzamiento, la modalidad de cash rebate reintegraba el 20% de lo gastado localmente, con un tope de AR\$75 millones por proyecto y un piso de inversión de AR\$80 millones. Convocatorias más recientes (2024-2025) elevaron el reintegro al 25%, con un tope de AR\$150 millones por proyecto. El destinatario es la productora argentina que actúa como socia local de una coproducción o presta servicios de producción a un largometraje o serie con capital extranjero.⁷³

El programa acumula resultados concretos edición por edición. La primera y segunda convocatoria (2023-2024) seleccionaron 10 proyectos que declararon generar más de 11.000 puestos de trabajo y \$70.000 millones de pesos de inversión privada. El primer llamado de 2025 seleccionó 5 proyectos (entre ellos "El Jockey", "División Palermo", "El Eternauta" y "El aroma del pasto recién cortado", con Martín Scorsese como productor) que declararon generar 4.000 puestos de trabajo y USD 20 millones de inversión privada; sumando ambas convocatorias de 2025, el Gobierno porteño reportó más de 7.000 empleos y \$36.800 millones de pesos de inversión privada, con una relación declarada de \$16 invertidos por el sector privado por cada peso aportado desde el Estado. La cuarta edición (2026) recibió 13 propuestas y seleccionó 4 proyectos, entre ellos la serie animada de "Mafalda". En conjunto, la industria audiovisual porteña, más allá del programa específico, emplea a 44.297 personas de forma privada y registrada, reúne 500 productoras (dos tercios del total del país) y representa 2% del Producto Bruto de la Ciudad, según cifras oficiales del Gobierno porteño.⁷⁴

El paquete de incentivos se amplió además en noviembre de 2025, sumando más presupuesto (15% adicional) para las líneas de desarrollo y producción audiovisual, líneas de financiamiento nuevas orientadas a proyectos en etapa temprana, y un componente de visibilidad internacional: desde esa fecha, el BAFICI comparte cartelera con muestras especiales de festivales como San Sebastián, Málaga y Sitges, como parte de una apuesta por posicionar a la Ciudad como destino de rodaje para productoras de otros países.⁷⁵

7.2. Provincia de Buenos Aires

⁷³Buenos Aires Film Commission, "Lanzamiento BA Cash Rebate"; Audiovisual451, "La ciudad de Buenos Aires crea un incentivo fiscal para coproducciones extranjeras", 2022; Otros Cines, "Lanzaron BA Producción Internacional, programa de reintegros para películas y series que filmen en CABA", mayo de 2024.

⁷⁴Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, "BA Producción Internacional, el programa que genera 11.000 puestos de trabajo y más de \$70.000 millones de inversión"; Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, "La Ciudad impulsa la industria audiovisual: más de \$36.800 millones en inversión privada y 7.000 empleos en 2025"; GPS Audiovisual, "Cinco proyectos ganaron el programa BA Producción Internacional", mayo de 2025; TVMAS Magazine, "BA Producción Internacional 2025: nueva convocatoria para la industria audiovisual", junio de 2025; MDZ, "BA Producción Internacional: qué series y películas fueron seleccionadas para recibir reintegros", 2026.

⁷⁵Infobae, "Buenos Aires impulsa al sector audiovisual con nuevas medidas e inversiones internacionales", noviembre de 2025.

A nivel provincial, Buenos Aires sancionó su Ley de Promoción y Desarrollo de la Industria Audiovisual ("Ley Audiovisual") el 27 de noviembre de 2025, cuyo proyecto fue impulsado desde el Poder Ejecutivo provincial desde mediados de 2023. Al tratarse de una norma recién sancionada, todavía no hay resultados concretos que reportar en términos de empleo, inversión o rodajes atraídos; lo que sí puede detallarse es el contenido específico de sus beneficios.⁷⁶

La ley declara a la actividad audiovisual como "actividad productiva de transformación, de interés público y cultural, y con valor estratégico", y habilita la creación de Fondos de Fomento (subsidios y créditos) para producciones locales, nacionales e internacionales, junto con el desarrollo de incentivos fiscales específicos, cuyo diseño concreto queda pendiente de reglamentación. Crea además la plataforma digital BaFilma, que sistematiza el catálogo de locaciones bonaerenses para promoción nacional e internacional, y el Archivo Audiovisual Bonaerense, destinado a preservar y digitalizar obras provinciales. El acceso a los programas de fomento requiere domicilio fiscal en la provincia, un mínimo de dos años de residencia previa, inscripción en el Registro Único de la Actividad Audiovisual Bonaerense, y estar al día con las obligaciones fiscales, laborales y previsionales. La ley también crea un Consejo Provincial con representación de sindicatos del sector, asociaciones de directores y productores, y asociaciones de gestión de derechos, para participar en el diseño de las políticas de fomento.⁷⁷

7.3. Nivel nacional (INCAA)

El fomento nacional del cine argentino se sostiene desde 1994 a través del Fondo de Fomento Cinematográfico (Ley 17.741), un fondo parafiscal, no proveniente de rentas generales del Estado, financiado principalmente por un gravamen sobre las entradas de cine y sobre la venta o locación de señales de TV y cable. El Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (INCAA) distribuye ese fondo mediante dos modalidades principales de subsidio: el "Subsidio de Recuperación Industrial" (calculado según la exhibición en salas) y el "Subsidio a otras formas de exhibición" (medios electrónicos), a los que se suman líneas de fomento para desarrollo de guion y de proyecto.

Según señalan fuentes del sector, este esquema, más allá de sus resultados en términos de volumen de producción, arrastraba problemas estructurales que merecían algún tipo de corrección: por ejemplo, la cuota de pantalla del cine argentino (la proporción de entradas vendidas correspondientes a películas nacionales) venía en caída sostenida desde 2014 (27,83%), un declive que se acentuó durante 2016 y no se revirtió en los años siguientes, hasta llegar a 7,35% en 2023.⁷⁸

En cuanto al tamaño económico del sector, un estudio del Observatorio Audiovisual del INCAA (elaborado junto con el equipo de Modelos Económicos de Simulación, MESi-IIEP, UBA-CONICET) estimó que la contribución total de la industria audiovisual a la economía argentina, sumando efectos directos, indirectos e inducidos, asciende a 634.465 puestos de trabajo (3,1% del empleo total de la economía). De ese total, 94.000 son empleos directos (0,5% de la economía), 174.909 son empleos indirectos (0,9%) y 365.443 son empleos inducidos (1,8%). El mismo estudio proyectó el efecto de una eventual eliminación del Fondo de Fomento: una

⁷⁶Infocielo, "Kicillof ya tiene su Ley Audiovisual: cómo funcionará el fondo de fomento y quiénes pueden acceder", noviembre de 2025; Diputados Bonaerenses, "Ley Audiovisual fue sancionada en la Legislatura: las claves", noviembre de 2025.

⁷⁷GPS Audiovisual, "La provincia de Buenos Aires tiene su propia Ley Audiovisual", noviembre de 2025; EscribiendoCine, "La Provincia de Buenos Aires aprobó la Ley de Promoción y Desarrollo de la Industria Audiovisual", noviembre de 2025; Ámbito, "La provincia de Buenos Aires sancionó la ley de Fomento Audiovisual", noviembre de 2025.

⁷⁸Observatorio Audiovisual del INCAA, citado en Espacio Nacional Audiovisual, "Contundente informe de entidades del cine argentino contra el vaciamiento del INCAA", 2025.

contracción estimada de \$911 millones de pesos en el Valor Bruto de Producción del sector audiovisual, que se traduciría en una reducción de \$4.000 millones de pesos en la actividad económica general del país (una cifra que corresponde a una estimación del propio estudio, no a un resultado ya verificado). Por su parte, el Sindicato de la Industria Cinematográfica Argentina (SICA) registró, para 2023, 28.565 puestos de trabajo y 79 largometrajes de ficción realizados.⁷⁹

En 2024, la Resolución 16/2024 (marzo) congeló la asignación de nuevo financiamiento a proyectos, y el Decreto 662/2024 (julio) exigió que cada proyecto cuente con un mínimo de 50% de financiamiento propio para acceder a cualquier incentivo. El financiamiento público destinado al cine cayó 71% interanual hacia octubre de 2024. En una audiencia legislativa de junio de 2026, el titular de la Asociación Argentina de Actores y Actrices, Luis Alberto Rivera López, señaló ante el propio presidente del INCAA que la cantidad de películas en producción cayó de un promedio de alrededor de 100 por año a aproximadamente 30 en 2024 y 26 en 2025, una reducción de entre 50% y 70%.⁸⁰

7.4. Lectura comparativa

Con 0,4% del PBI atribuido al sector y 94.000 empleos directos (INCAA, 2017), Argentina se ubica en un rango bajo-medio de la muestra internacional relevada en la sección 3. El caso ilustra que el peso relativo del sector no depende únicamente del tamaño de la economía, sino de la escala y previsibilidad de los esquemas de incentivo: países con PBI mucho menor, como Uruguay (~0,5%) o Nueva Zelanda (1,5%), muestran un peso proporcionalmente mayor. Esto sugiere margen de crecimiento si se profundiza y se da previsibilidad de mediano plazo a instrumentos como el BA Cash Rebate y la naciente Ley Audiovisual bonaerense.

7.5. Otros regímenes subnacionales de incentivo

Además de los casos de Ciudad de Buenos Aires y el nivel nacional relevados en la sección 3, existen al menos otros diez regímenes provinciales de incentivo a la producción audiovisual en Argentina, la mayoría creados o relanzados entre 2023 y 2025. Ninguno de ellos cuenta, hasta la fecha de este documento, con datos de impacto económico, empleo generado o peso sobre el producto provincial publicados por una fuente oficial o especializada verificable, por lo que no se incluyeron en la tabla comparativa de la sección 3.

Esta ausencia de datos no parece casual: se trata, en su gran mayoría, de regímenes de escala presupuestaria muy reducida (fondos anuales de entre \$40 y \$675 millones de pesos, según el caso), de creación o relanzamiento reciente, y sin la difusión ni el impulso oficial sostenido que sí tienen los casos de Ciudad de Buenos Aires o el propio INCAA a nivel nacional. Tampoco están integrados, hasta el momento, en un marco de política audiovisual de alcance nacional coordinado por el INCAA, sino que operan como iniciativas provinciales aisladas entre sí. Todo esto sugiere que su impacto económico agregado es todavía marginal frente al de los casos ya relevados, aunque el panorama podría cambiar si estos esquemas ganan escala y previsibilidad en los próximos años.

Jurisdicción	Régimen / mecanismo	Año
Buenos Aires (provincia)	Cash rebate hasta 40% (Ley Audiovisual)	2025

⁷⁹INCAA, "Estudio de impacto económico y tributario del sector audiovisual argentino", Observatorio Audiovisual / MESi-IIIEP (UBA-CONICET); ANCCOM, "La realización de películas argentinas tiende a cero", septiembre de 2024 (cita datos del SICA).

⁸⁰Decreto 662/2024 y Resolución 16/2024, INCAA; Infobae, "Se definieron los nuevos lineamientos para los subsidios del cine argentino en el INCAA", noviembre de 2024; Parlamentario, "Representantes de la Asociación de Actores apuntaron contra el Gobierno por la situación del INCAA", junio de 2026.

Jurisdicción	Régimen / mecanismo	Año
Córdoba (provincia)	Cash rebate hasta 40% producción / 20-25% publicidad	2025
Misiones	Cash rebate 40-45% (IAAviM)	2025
Salta	Plan de Fomento IDEA, subsidios y concursos	2023 (recurrente)
Jujuy	Cash rebate hasta 40% + 22 líneas de fomento	2025 (recurrente)
Mendoza (provincia)	Beneficios impositivos (Ley 9.058/2018)	2018/2020
San Luis	Exenciones impositivas + subsidios (Ley 5.280/2001)	2001
Entre Ríos	Ley 10.937 + Cash Rebate reciente	2024/2025
Neuquén	Línea de reembolso (ENCINE, Ley 3094)	2024 (recurrente)
Santa Fe	Espacio Santafesino, subsidios	2024 (recurrente)

7.6. Un activo distintivo: la formación de cuadros técnicos

Argentina cuenta con una infraestructura de formación técnica y artística para la industria audiovisual construida a lo largo de más de seis décadas, con aportes tanto del Estado como del sector privado. El pilar público más antiguo es la ENERC (Escuela Nacional de Experimentación y Realización Cinematográfica), dependiente del INCAA, creada por la Ley de Cinematografía de 1957 y en funcionamiento desde 1965; hoy ofrece 9 carreras (Producción, Guion, Realización, Montaje, Sonido, Dirección de Fotografía, Arte y Animación) en 8 sedes distribuidas en todo el país, con formación pública y gratuita. Esta oferta se replica, además, en universidades públicas de otras provincias: la Universidad Nacional de Córdoba dicta la Licenciatura en Cine y Artes Audiovisuales desde su Facultad de Artes, y la Universidad Nacional de Cuyo, en Mendoza, ofrece la Tecnicatura Universitaria en Producción Audiovisual desde su Facultad de Ciencias Políticas y Sociales.⁸¹

El regreso de la democracia en 1983 marcó un punto de consolidación adicional, impulsado en buena medida por la gestión de Manuel Antín al frente del entonces Instituto Nacional de Cinematografía (1983-1989): bajo su dirección se creó, en convenio con la Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo de la UBA, la carrera de Diseño de Imagen y Sonido (1989), hoy miembro fundador de la Federación de Escuelas de Imagen y Sonido de América Latina (FEISAL, 1999) y miembro pleno del Centro Internacional de Vinculación de Escuelas de Cine y Televisión (CILECT, 2002), la red que agrupa a las escuelas de cine más prestigiosas del mundo. El propio Antín fundó en 1991 la Universidad del Cine (FUC), de carácter privado, hoy considerada una de las instituciones de formación audiovisual de mayor prestigio de América Latina.⁸²

La combinación de una escuela pública, gratuita y federal (ENERC), carreras universitarias públicas con reconocimiento internacional (UBA-FADU, UNC, UNCuyo) y una oferta privada consolidada (Universidad del Cine, a la que se sumaron después otras instituciones) le da a Argentina una base de capital humano técnico y artístico formado específicamente para esta industria, con más de sesenta años de trayectoria continua. Este activo, que no se construye de un día para el otro ni se recupera automáticamente una vez perdido, es, en sí

⁸¹ENERC, "La Escuela"; INCAA, "Historia"; Argentores, "El lugar de la ENERC en la enseñanza cinematográfica nacional"; Universidad Nacional de Córdoba, Facultad de Artes, "Departamento de Cine y Artes Audiovisuales"; Universidad Nacional de Cuyo, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, "Tecnicatura Universitaria en Producción Audiovisual".

⁸²EscribiendoCine, "Falleció el cineasta argentino Manuel Antín", septiembre de 2024; Infobae, "Murió Manuel Antín, maestro del cine argentino", septiembre de 2024; FADU-UBA, "30 años de historia(s)"; Wikipedia, "Fundación Universidad del Cine".

mismo, un argumento adicional a favor de sostener políticas de incentivo estables: un país que ya cuenta con la mano de obra calificada solo necesita un marco de incentivos competitivo para capitalizarla.

8. La contracara del incentivo: regulación y aportes obligatorios de las plataformas de streaming

8.1. Resumen ejecutivo

- **La novedad regulatoria:** el streaming es un fenómeno de escala global reciente (2016 en adelante) que dejó a las plataformas fuera de las obligaciones que históricamente rigen para la televisión tradicional, abriendo una discusión de política pública que hoy atraviesa a al menos doce de los países relevados en este documento.
- **La tendencia dominante es hacia más regulación, no hacia menos:** de los doce países relevados, nueve tienen algún tipo de obligación vigente o en trámite parlamentario avanzado (Francia, España, Italia, Australia, Alemania, Brasil, Canadá, Colombia y México); Reino Unido y Estados Unidos son los únicos sin obligación vigente, aunque por razones distintas.
- **El contraste Reino Unido / Estados Unidos:** Reino Unido evaluó formalmente un gravamen y lo rechazó; Estados Unidos, en cambio, ni siquiera llegó a plantear el debate en esos términos, ni a nivel federal (donde la FCC no tiene jurisdicción sobre streaming) ni en ningún estado, incluidos los que tienen los mayores programas de incentivo del mundo (California, Georgia, Nueva York).
- **Tres instrumentos, con un origen común en Europa:** los países que regulan usan tres variantes (inversión directa en contenido, aporte a un fondo administrado por el Estado, o cuota de catálogo sin obligación financiera); en el caso europeo, Francia, España, Italia y Alemania comparten un mismo piso normativo (la Directiva de Servicios de Comunicación Audiovisual de la UE), sobre el que cada país agregó exigencias propias.
- **El extremo más exigente:** Francia obliga a las plataformas a destinar entre 20% y 25% de su facturación local a producción audiovisual europea o francesa, la exigencia más alta entre los casos relevados.
- **La volatilidad como riesgo de diseño:** en apenas catorce meses, la obligación de aporte de las plataformas en Canadá pasó de 5% a 15% de los ingresos y luego fue directamente eliminada, tras la presión comercial de Estados Unidos: es el único caso relevado en el que una obligación ya vigente fue desarmada, y no por decisión de política cultural sino por negociación comercial bilateral.
- **El vacío argentino:** la Ley de Cine argentina prevé desde su redacción original (art. 24) un gravamen del 10% que nunca se reglamentó para las plataformas, dejando a Netflix y sus pares financiando, sin ninguna obligación de reinversión sistemática, buena parte de la producción audiovisual de escala del país.

8.2. Una novedad disruptiva: el streaming frente a la lógica regulatoria tradicional

Las plataformas de streaming de video bajo demanda son, en la historia de la regulación audiovisual, un fenómeno relativamente reciente. Netflix lanzó su servicio de streaming en 2007, pero recién en 2013, con el estreno de su primera producción original ("House of Cards"), comenzó a competir directamente con estudios y cadenas de televisión por la producción de contenido propio. El verdadero salto de escala llegó en 2016, cuando la plataforma se expandió a 130 países en un solo día y superó los 190 mercados a nivel global.⁸³

⁸³Marketing4eCommerce, "Nos adentramos en la apasionante historia de Netflix: así se forjó un líder del entretenimiento global", diciembre de 2024; ABC17NEWS / CNN, "Cronología de Netflix: así se convirtió en el gigante del streaming", julio de 2022.

Disney+ (noviembre de 2019) y HBO Max (mayo de 2020) profundizaron esa competencia, en un proceso que se aceleró con el pico de consumo por streaming durante la pandemia de COVID-19 (2020-2021).⁸⁴

Esta irrupción, concentrada en poco menos de una década, planteó un desafío que los sistemas regulatorios tradicionales no habían anticipado. Las plataformas no encajan claramente en la categoría de "televisión" (con sus obligaciones históricas de cuota de pantalla, horarios protegidos y aportes a fondos de fomento), pero compiten de manera directa con la industria local por audiencia, por talento y por presupuesto de producción. Al operar mayormente sin licencia de radiodifusión tradicional y, en muchos casos, sin sede física en cada país donde prestan servicio, quedaron durante años afuera de las obligaciones que sí pesan sobre los operadores de televisión abierta y por cable. Esa asimetría regulatoria es el punto de partida del reordenamiento normativo que se describe en esta sección.

Todo el análisis anterior de este documento describe un mismo movimiento: el Estado renuncia a ingresos fiscales (créditos, cash rebates, exenciones) para atraer producción. Un número creciente de países aplica, en paralelo, el movimiento inverso: exige a las plataformas de streaming (Netflix, Amazon Prime Video, Disney+, HBO Max, entre otras) que reinviertan una porción de lo que facturan localmente en contenido nacional o europeo, bajo la lógica de que estas empresas desplazaron a los operadores de televisión tradicionales sin heredar las obligaciones regulatorias que estos últimos sí tenían.

El patrón, cuando se lo compara entre países, muestra tres variantes de instrumento:

- Obligación de inversión directa: la plataforma debe destinar un porcentaje de su facturación local a producir o coproducir contenido (Francia, España, Italia, Australia; Alemania en trámite parlamentario).
- Aporte a un fondo administrado por el Estado: la plataforma transfiere un porcentaje de sus ingresos a un fondo público que luego distribuye el propio Estado (Canadá; Brasil en trámite parlamentario).
- Cuota de visibilidad o catálogo, sin obligación financiera: se exige espacio destacado o un porcentaje del catálogo para contenido local, sin exigir inversión en dinero (Colombia, México).

En el caso europeo, estas obligaciones no surgen de forma aislada. Francia, España, Italia y Alemania comparten un mismo piso normativo común, la Directiva de Servicios de Comunicación Audiovisual de la Unión Europea (2018), que fija una cuota mínima de 30% de obra europea en el catálogo de cualquier plataforma que opere en el bloque y habilita a cada Estado miembro a agregar, por encima de ese piso, obligaciones de inversión más exigentes.⁸⁵ Eso explica por qué el patrón europeo es tan parejo entre países y, al mismo tiempo, por qué la intensidad varía tanto de uno a otro dentro del propio bloque.

De los doce países relevados en esta sección, nueve tienen algún tipo de obligación vigente o en trámite parlamentario avanzado. Reino Unido y Estados Unidos son los dos únicos sin obligación vigente, aunque llegaron a esa situación por vías muy distintas. Reino Unido evaluó formalmente la posibilidad de regular y decidió, en cambio, no hacerlo; Estados Unidos ni siquiera llegó a plantear el debate en esos términos (desarrollado en la sección 8.3). Argentina es un caso distinto de ambos: no es una decisión de no regular, sino un vacío de reglamentación sobre una ley que ya prevé el gravamen (desarrollado en la sección 8.4). La tendencia dominante entre los casos relevados es, entonces, hacia una mayor regulación, aunque con una

⁸⁴Wikipedia, "Disney+" (lanzamiento en EE.UU. y Canadá el 12 de noviembre de 2019); Wikipedia, "HBO Max" (cita a Variety, "HBO Max Sets Monthly Pricing, May 2020 Launch Date", 29 de octubre de 2019; lanzamiento efectivo el 27 de mayo de 2020).

⁸⁵Xataka, "La Unión Europea obligará a 'europeizar' al menos el 30% del catálogo de plataformas como Netflix, HBO y Amazon", septiembre de 2018; Producción Audiovisual, "¿Cómo afectará la nueva directiva europea a los catálogos de Netflix o HBO?", noviembre de 2018 (Directiva de Servicios de Comunicación Audiovisual, UE).

intensidad y un diseño de instrumento muy distintos según el país, y con al menos un caso (Canadá) en el que una obligación ya vigente fue desarmada por presión comercial bilateral antes que por una decisión de política cultural.

8.3. Casos por país

Francia. Es el caso de mayor exigencia entre los relevados. Bajo el decreto que traspone la Directiva de Servicios de Comunicación Audiovisual de la Unión Europea, las plataformas deben destinar entre 20% y 25% de su facturación en el país a financiar producción audiovisual europea o en idioma francés, con el porcentaje mayor aplicándose a los servicios que ofrecen películas estrenadas en salas en los últimos doce meses.⁸⁶ A cambio, el gobierno negoció una ventana de estreno más corta para las plataformas.⁸⁷ En 2023, Netflix llegó a un acuerdo de colaboración con las principales asociaciones de la industria francesa para instrumentar ese esquema de financiamiento.⁸⁸ La relación, sin embargo, se tensó: en 2026 Netflix impugnó judicialmente la normativa ante el Consejo de Estado francés, cuestionando en particular las subcuotas obligatorias para documentales y animación, mientras Amazon Prime Video litiga en paralelo por los plazos de ventana de estreno.⁸⁹

España. La Ley General de Comunicación Audiovisual, vigente desde 2022, obliga a las plataformas que facturan más de 50 millones de euros anuales en el país a destinar 5% de esos ingresos a financiar obra audiovisual europea, a comprar derechos de obra ya terminada, o a aportar al Fondo de Protección a la Cinematografía.⁹⁰ Dentro de ese 5%, hay subcuotas: al menos 3,5 puntos deben ir a productoras independientes (desvinculadas de la propia plataforma) y 2 puntos quedan reservados específicamente para cine español.⁹¹ Separadamente, se exige que al menos 30% del catálogo sea obra europea, con subcuotas en lenguas cooficiales, aunque esta cuota de catálogo no alcanza a plataformas sin sede en España como Netflix, por aplicación del principio de país de origen de la directiva europea.⁹²

Italia. Es el segundo caso europeo más exigente, después de Francia. Desde marzo de 2024, las plataformas deben invertir 16% de sus ingresos italianos en producciones europeas, de los cuales 11,2 puntos deben destinarse específicamente a producción independiente italiana, y 3 puntos a películas italianas estrenadas en los últimos cinco años.⁹³ La norma, a diferencia de la francesa, no distingue tanto entre plataformas y radiodifusores tradicionales: estos últimos mantienen una obligación de inversión del 6,25% de sus ingresos, muy por debajo del piso exigido a las plataformas.⁹⁴

Alemania. El gabinete federal aprobó en 2026 un proyecto que obliga a las plataformas a reinvertir al menos 8% de los ingresos generados en el país en producciones audiovisuales alemanas o europeas, bajo

⁸⁶Diario HOY (24 de junio de 2021), "Francia obliga a plataformas como Netflix a invertir en producciones locales"; DirComFidencial (1 de julio de 2021), "Las plataformas de streaming tendrán que invertir entre el 20 y el 25% de sus ingresos en Francia en contenido local".

⁸⁷Ibíd. nota 86.

⁸⁸Instituto Autor, "Francia: Netflix y representantes de la industria audiovisual celebran un acuerdo de colaboración en el marco de las obligaciones de inversión en obras audiovisuales", junio de 2026 (referencia al acuerdo firmado el 14 de septiembre de 2023).

⁸⁹Mundiario, "Netflix desafía la nueva regulación audiovisual en Francia", julio de 2026; Mundiario, "Netflix y Prime Video batallan contra las normas de streaming en Francia", 31 de julio de 2026.

⁹⁰Espinof, "El Gobierno español presenta la Ley Audiovisual: Netflix, HBO y demás plataformas, obligadas a financiar cine europeo con el 5% de sus ingresos", noviembre de 2020; Cuatrecasas, "Novedades de la Ley General de Comunicación Audiovisual", octubre de 2024.

⁹¹El Diario, "Las obligaciones para Netflix y las plataformas con la nueva Ley Audiovisual más allá del catalán", diciembre de 2021.

⁹²Deia, "Las claves de la nueva Ley General de Comunicación Audiovisual", junio de 2022; El Diario, ibíd. nota 91.

⁹³SatCesc, "Italia obliga a las compañías de streaming que tengan más contenido local", marzo de 2024.

⁹⁴SatCesc, "Italia obliga a las compañías de streaming que tengan más contenido local", marzo de 2024.

apercibimiento de sanciones económicas en caso de incumplimiento. El proyecto incluye además un mecanismo para que los productores locales recuperen gradualmente parte de los derechos de explotación de sus obras. Todavía no es ley. Resta su tratamiento en el Parlamento alemán, y Netflix ya expresó su rechazo público a la iniciativa, calificándola de "interferencia excesiva".⁹⁵

Reino Unido. Junto con Estados Unidos, es uno de los dos casos relevados sin obligación vigente. Acá, sin embargo, el Estado sí evaluó formalmente la posibilidad de regular y decidió no hacerlo. El comité parlamentario de Cultura, Medios y Deporte recomendó en abril de 2025 imponer un gravamen de 5% sobre los ingresos por suscripción de los streamers internacionales, destinado a un fondo cultural administrado por el British Film Institute. El gobierno lo rechazó formalmente en julio de 2025, argumentando que la medida no era compatible con su objetivo de sostener una "ecología de producción mixta" y citando como evidencia a favor de ese modelo la contribución conjunta de más de USD 400 millones a la economía británica de dos producciones rodadas en el país ("Barbie", de Warner Bros., y "Bridgerton", de Netflix).⁹⁶

Estados Unidos. No se identificó, en ningún estado ni a nivel federal, un proyecto que haya propuesto una cuota de contenido o un aporte obligatorio a un fondo de fomento para plataformas de streaming, tampoco en los estados con los programas de incentivo más grandes del país, como California, Georgia o Nueva York. A nivel federal, la FCC no tiene jurisdicción sobre los servicios de streaming ("online video distributors"); su autoridad regulatoria alcanza a las emisoras de radiodifusión, cable y satélite, pero no a plataformas como Netflix o Disney+. ⁹⁷ A nivel estatal, lo que sí existe es de otra naturaleza. Por un lado, impuestos de venta generales sobre las suscripciones de streaming, ya vigentes en más de la mitad de los estados. Por otro, varios intentos de gobiernos locales de cobrarles a las plataformas la misma "franchise fee" que pagaba el cable por el uso de la vía pública; esos intentos, en los casos judicializados, fueron rechazados por los tribunales. ⁹⁸ A diferencia de Reino Unido, que evaluó y rechazó formalmente una obligación de aporte, en Estados Unidos el debate directamente no llegó a plantearse en esos términos.

Australia. El Parlamento aprobó en noviembre de 2025 una ley que exige a las plataformas con más de un millón de suscriptores locales (Netflix, Disney+, Amazon Prime Video, Stan, Paramount+, entre otras) invertir 10% de su gasto total en programación destinado a Australia, o alternatively 7,5% de sus ingresos locales, en contenido original australiano. La obligación entró en vigencia el 1º de enero de 2026, tras un intento previo (2023-2024) que había sido postergado por temores a que la medida violara el acuerdo de libre comercio con Estados Unidos. El incumplimiento habilita multas de hasta diez veces la facturación anual en el país. ⁹⁹

Canadá. El caso más volátil de los relevados. Bajo la Online Streaming Act (2023), el regulador CRTC fijó en 2024 una contribución inicial de 5% de los ingresos canadienses de las plataformas grandes hacia fondos de

⁹⁵Argentinisches Tageblatt, "Por qué Netflix está en pie de guerra con Alemania y habla de una 'interferencia excesiva'", mayo de 2026.

⁹⁶C21Media, "UK government rebuffs call to impose 5% levy on streamers to back film and HETV", julio de 2025; The Hollywood Reporter, "U.K. Streaming Levy Officially Rejected by Government", julio de 2025; Broadband TV News, "No UK levy on streaming services", julio de 2025.

⁹⁷Congressional Research Service / Congress.gov, "Competition Among Video Streaming Services" (confirma que la FCC no regula a los "online video distributors").

⁹⁸Stateline, "Cities and States Find New Ways to Tax Streaming Services" (impuestos de venta vigentes en más de la mitad de los estados); Ryan LLC, "From Cable TV to Streaming: How Cities Are Maintaining Revenue Streams" (casos judiciales, entre ellos St. Louis v. Netflix, Inc., 83 F.4th 1066, 7th Cir. 2023); LegalClarity, "What States Have a Netflix Tax: A State-by-State List", abril de 2026.

⁹⁹Deadline, "Australia's Streaming Quotas Become Law: 'A Landmark Day For Screen Storytelling'", noviembre de 2025; Deadline, "Australia Introduces 'Landmark' Streaming Content Quotas", noviembre de 2025; Forbes Australia, "Netflix Australia's answer to a billion dollar content problem", febrero de 2026; The Conversation, "Australia has backed away from plans to introduce local quotas on streaming platforms – again", marzo de 2026 (antecedente del intento 2023-2024 postergado).

contenido nacional.¹⁰⁰ Streamers como Apple, Amazon y Netflix impugnaron esa norma en la Corte Federal de Apelaciones, que llegó a suspender la obligación de pago hasta resolver el litigio.¹⁰¹ En mayo de 2026 el CRTC, lejos de ceder, triplicó la exigencia a 15% de los ingresos canadienses (equiparando parcialmente hacia abajo a los radiodifusores tradicionales, cuya contribución bajó de 30-45% a 25%), con una recaudación proyectada de más de CAD 2.000 millones.¹⁰² Pero en julio de 2026 el gobierno de Canadá anunció, en el marco de la negociación comercial con Estados Unidos (que calificó la norma de "irritante comercial"), su intención de eliminar por completo la obligación de aporte de los streamers y reemplazarla por financiamiento público directo de aproximadamente CAD 600 millones anuales.¹⁰³ El caso canadiense es, hasta ahora, el único de los relevados en que la presión comercial bilateral con Estados Unidos derivó en el desarme de una obligación de aporte ya vigente.

Brasil. La Cámara de Diputados aprobó en noviembre de 2025 el Proyecto de Ley 8.889/17, que crea un marco regulatorio integral para el streaming. El proyecto combina dos instrumentos: por un lado, una cuota de contenido nacional en el catálogo, progresiva, que arranca en 2% el primer año y llega a 10% hacia el séptimo u octavo año (con la mitad de esa cuota reservada a producción independiente en el tramo de mayor facturación); por otro, un tributo sobre la facturación bruta de las plataformas (la "Condecine-Streaming"), cuya recaudación se dirige al Fondo Sectorial del Audiovisual, administrado por la Agencia Nacional de Cine (ANCINE, por su sigla en portugués).¹⁰⁴ Un informe de la propia ANCINE, citado en la cobertura del proyecto, señaló que, sobre el total de catálogo disponible en 2024, apenas 8,5% eran producciones brasileñas, con una participación que variaba fuertemente entre plataformas.¹⁰⁵ El proyecto generó controversia: sus impulsores lo presentan como una forma de equiparar a las plataformas con las obligaciones que ya rigen para la TV paga y de fortalecer la soberanía cultural; sus críticos, que incluyen señalamientos del Tribunal de Cuentas de la Unión sobre fallas de ejecución y control de la propia ANCINE en años anteriores, cuestionan que combine impuesto sobre facturación, cuotas de catálogo e intervención sobre algoritmos de recomendación en un único proyecto, y advierten sobre el riesgo de traslado del costo a los consumidores.¹⁰⁶ Con el texto base ya aprobado en Diputados hacia fines de 2025, el proyecto quedaba encaminado a su revisión en el Senado.

Colombia. El Congreso avanzó en 2024 en una versión considerablemente más liviana que la europea, la canadiense o la brasileña: en lugar de una cuota mínima de pantalla (que fue la propuesta original), la norma aprobada exige que las plataformas destinen una sección destacada de su interfaz al contenido colombiano, sin fijar un porcentaje mínimo de catálogo ni una obligación de inversión en dinero.¹⁰⁷ En paralelo, pero por una vía tributaria distinta y no específica del sector audiovisual, Colombia aplica desde 2024 un impuesto de presencia económica significativa sobre los ingresos de plataformas digitales extranjeras que superen ciertos

¹⁰⁰EveryCRSReport / Congress.gov, "Canada's Online Streaming Act: Background and Issues for Congress", 2026.

¹⁰¹CBC (vía amp.cbc.ca), "Streamers like Netflix, Disney Plus get court reprieve from paying for Canadian content".

¹⁰²Global News, "Major streamers must pay 15% of revenues to Canadian content, CRTC says", mayo de 2026; CBC News, "CRTC raising required cash contributions from online streamers for Cancon", mayo de 2026.

¹⁰³CBC News, "Ottawa plans to end 'Netflix tax,' replace with public Canadian content funding: document", 29 de julio de 2026.

¹⁰⁴Portal da Câmara dos Deputados, "Projeto aprovado sobre serviços de streaming prevê cota para conteúdo nacional", noviembre de 2025; O Tempo, "Câmara aprova taxaço do streaming; o que pode mudar na vida do consumidor?", 5 de noviembre de 2025.

¹⁰⁵O Tempo, ibíd. nota 104 (cita informe de Ancine sobre catálogos 2024).

¹⁰⁶Brasil Paralelo, "Canadá, Austrália e Europa tentaram regular os streamings. Deu errado em todas. O Brasil quer repetir a receita", marzo de 2026; Agência Brasil, "Lei do Streaming", noviembre de 2025.

¹⁰⁷Semana, "Plataformas de video streaming deben tener sección exclusiva para Colombia", diciembre de 2024; Cámara de Representantes de Colombia, "Plataformas de video como Netflix Tendrán sección de contenido Colombiano".

umbrales de usuarios o facturación, que alcanza a Netflix pero no está direccionado a un fondo de fomento cinematográfico.¹⁰⁸

México. El Senado aprobó en abril de 2026 la nueva Ley Federal de Cine y el Audiovisual, que exige a las plataformas de streaming contar con secciones específicas y permanentes dedicadas a las obras mexicanas (un mecanismo de visibilidad de catálogo, sin cuota porcentual obligatoria ni inversión en dinero, en línea con el modelo colombiano), además de fijar una cuota de pantalla del 10% para cine mexicano en las salas de exhibición.¹⁰⁹ Una versión previa y más estricta del proyecto, discutida en 2025, había propuesto una cuota de 30% de contenido nacional en el catálogo de streaming con la posibilidad de bloqueo temporal de las plataformas incumplidoras; esa versión generó fuerte controversia por su impacto en la libertad de expresión y el acceso digital, y el Senado pidió revisarla antes de aprobar la redacción final, más moderada.¹¹⁰

8.4. El caso argentino: un conflicto no resuelto

Argentina es, entre los países relevados, el que exhibe la brecha más amplia entre la ley vigente y su aplicación efectiva. La Ley de Cine (17.741) prevé desde su redacción original un gravamen del 10% sobre la venta o locación de "todo tipo de videograma grabado... cualquiera fuere su género" destinado al Fondo de Fomento Cinematográfico, una definición que el sector interpreta como aplicable, en principio, al streaming.¹¹¹ Sin embargo, no existe una reglamentación operativa que instrumente el cobro de ese gravamen a plataformas como Netflix, Amazon Prime Video o Disney+, un vacío que la Cámara de la Industria Cinematográfica Argentina (CAIC) y la Asociación de Documentalistas de Argentina (DOCA) vienen reclamando activamente desde al menos 2020, cuando el consumo de streaming se disparó durante la pandemia.¹¹²

Durante la gestión del INCAA correspondiente al período 2019-2023 hubo un intento explícito de resolver este vacío: la propuesta de convertir el Fondo de Fomento Cinematográfico en un "Fondo de Fomento Audiovisual" que incorporara a las plataformas, con la expectativa de que ese aporte pudiera quintuplicar los recursos disponibles.¹¹³ En 2023 el propio INCAA presentó un proyecto de ley para exigir a 26 empresas (entre ellas Netflix, Disney+, HBO, Prime Video, Google y YouTube) que destinaran 10% del IVA que ya tributan al Fondo de Fomento.¹¹⁴ Ese proyecto no llegó a convertirse en ley.

A partir de 2024, un cambio de perfil de ejecución del organismo coincidió con que las plataformas de streaming pasaran a jugar un rol de sostén sectorial que tradicionalmente cumplía el Estado. Durante 2024 y 2025, la práctica totalidad de la producción de ficción de escala en Argentina, incluidos éxitos globales como "El Eternauta" (que entró al Top 30 global de series de Netflix, con 29 millones de vistas) y "Atrapados" (18 millones de reproducciones), fue financiada directamente por las plataformas de streaming, por fuera del sistema de fomento estatal.¹¹⁵ Netflix, en particular, amplió ese rol: en 2026 estableció una alianza con la

¹⁰⁸Semana, "Golpe al bolsillo: Netflix y otras plataformas subirían de precio en Colombia; así aplicaría el impuesto que entrará en 2024", noviembre de 2023 (Decreto 2039/2023, reglamentario de la Ley 2277 de 2022).

¹⁰⁹El Heraldo de México, "Netflix, el streaming y el cine no serán iguales: ¿en qué consistirá la Nueva Ley Federal de Cine?", abril de 2026.

¹¹⁰Récord, "¿Netflix, Disney y Amazon Prime se van de México? Ley quiere regular apps de streaming", enero de 2026; El Cronista, "Sheinbaum sacó una nueva ley que obliga a Netflix, al streaming y al cine a mostrar sí o sí todo el cine mexicano", febrero de 2026.

¹¹¹Ley 17.741, art. 24; citada en Ámbito, "Presionan al INCAA para gravar Netflix", abril de 2020.

¹¹²Ámbito, ibíd. nota 111; La Nación, "El Incaa discutirá después de la pandemia el impuesto a Netflix para fomentar el cine argentino", enero de 2021.

¹¹³Ibíd. nota 112.

¹¹⁴El Cronista, "Chau Netflix: suman un impuesto del 10% a las plataformas de streaming", junio de 2023.

Academia de las Artes y Ciencias Cinematográficas de Argentina para financiar un programa federal de apoyo a nuevos directores.¹¹⁶

El caso argentino ilustra así una tensión de diseño de política que no se observa con la misma nitidez en los demás países relevados: mientras Francia, España y (hasta su reciente marcha atrás) Canadá construyeron regulación específica para canalizar recursos de las plataformas hacia el fondo público de fomento, en Argentina la ausencia de esa reglamentación coincidió, en los últimos años, con el desfinanciamiento del propio organismo que administraría esos recursos, dejando a las plataformas como financiadoras de facto de buena parte de la producción de escala, pero sin ninguna obligación de reinversión sistemática ni de sostener a la industria más amplia (guionistas, directores nóveles, cine independiente) que el sistema estatal de fomento sí estaba diseñado para sostener.

8.5. Cuadro comparativo por país

Nota: agrupado por tipo de instrumento regulatorio, con el mismo criterio visual que la tabla comparativa de incentivos de la sección 3.

A. Obligación de inversión directa en contenido

País	Resumen en una línea
Francia	Vigente: obligación de destinar 20-25% de la facturación local a producción europea o francesa; bajo litigio de Netflix y Amazon Prime Video ante el Consejo de Estado (2026).
España	Vigente desde 2022: 5% de la facturación (para plataformas que superan €50M anuales) a obra audiovisual europea o al Fondo de Protección a la Cinematografía, con subcuotas para productoras independientes y cine español.
Italia	Vigente desde marzo de 2024: 16% de los ingresos locales a producción europea (11,2 puntos a producción independiente italiana).
Alemania	En trámite parlamentario: proyecto que exige 8% de los ingresos locales a producción alemana o europea; aprobado por el gabinete federal en 2026.
Australia	Vigente desde enero de 2026: 10% del gasto total en programación (o 7,5% de los ingresos locales) en contenido original australiano, con multas de hasta 10 veces la facturación anual por incumplimiento.

B. Aporte a un fondo administrado por el Estado

País	Resumen en una línea
Canadá	En desarme: aporte de 5% (2024) elevado a 15% de los ingresos por el CRTC (mayo 2026), pero con eliminación anunciada por el gobierno en julio 2026 tras la presión comercial de EE.UU.
Brasil	En trámite parlamentario (Senado): impuesto sobre facturación bruta ("Condecine-Streaming") destinado al Fondo Sectorial del Audiovisual, aprobado en Diputados en noviembre de 2025, sumado a una cuota de catálogo progresiva.

C. Cuota de visibilidad o catálogo, sin obligación financiera

¹¹⁵LM Diario, "La ficción argentina 2025: entre éxitos de Netflix y el desfinanciamiento local", agosto de 2025; Resumen Latinoamericano, "Argentina. El curioso 'ahorro' del Incaa...", mayo de 2025.

¹¹⁶El Destape, "Frente al ajuste de Javier Milei, la Academia de Cine y Netflix salen al rescate con un programa federal para nuevos directores", agosto de 2026.

País	Resumen en una línea
Colombia	Vigente desde 2024: sección destacada de contenido colombiano dentro del catálogo, sin cuota mínima de pantalla ni obligación de inversión en dinero.
México	Vigente desde abril de 2026: Ley Federal de Cine y el Audiovisual, con secciones permanentes dedicadas a obras mexicanas en el catálogo, sin cuota porcentual obligatoria ni inversión en dinero.

D. Sin obligación de aporte vigente

País	Resumen en una línea
Reino Unido	Rechazado (julio 2025): gravamen de 5% sobre ingresos por suscripción, propuesto por el Parlamento y rechazado formalmente por el gobierno por decisión de política.
Estados Unidos	Sin intento regulatorio: ninguna cuota de contenido ni fondo de aporte, a nivel federal ni estatal (la FCC no tiene jurisdicción sobre streaming); solo impuestos de venta generales, vigentes en más de la mitad de los estados.
Argentina	Vacío regulatorio: gravamen del 10% previsto en la Ley de Cine (art. 24) desde su redacción original, pero nunca reglamentado para plataformas de streaming.

9. Conclusiones y recomendaciones de política

La evidencia relevada en este documento, proveniente de organismos oficiales, asociaciones de la industria y estudios de impacto económico independientes, sostiene de manera consistente que la actividad cinematográfica y audiovisual, incluyendo la publicidad filmada, genera beneficios económicos que exceden ampliamente el valor de la producción misma:

- Un efecto multiplicador de entre 1,6 y 1,9 veces el gasto directo en las economías de América Latina relevadas.
- Un efecto multiplicador sobre el empleo de entre 1,5 y 1,7 veces el empleo directo.
- Externalidades de marca país y turismo inducido cuantificables, que en mercados maduros como el Reino Unido superan las £600 millones anuales y los 13.000 empleos equivalentes a tiempo completo.
- Un rol de puerta de entrada de la publicidad audiovisual hacia inversiones de mayor escala, dado que sus umbrales de inversión mínima suelen ser más bajos que los del cine y la televisión.

A partir de este panorama, y a los fines de orientar el diseño o perfeccionamiento de esquemas de incentivo, se desprenden las siguientes recomendaciones:

- Previsibilidad de mediano plazo: los casos de mayor éxito relativo (Georgia, Colombia, Reino Unido) combinan porcentajes de reintegro competitivos con reglas estables durante varios años, lo que reduce el riesgo percibido por productoras internacionales que planifican rodajes con 12 a 24 meses de anticipación.
- Condicionales de derrame local: exigir gasto mínimo local, contratación de proveedores y mano de obra del territorio y, cuando sea posible, componentes de capacitación, para asegurar que el incentivo deje capacidad instalada más allá del rodaje puntual.

- Incluir explícitamente a la publicidad audiovisual: dado su menor umbral de inversión, puede funcionar como puerta de entrada para productoras y anunciantes internacionales que luego deriven en proyectos de mayor escala (series, largometrajes).
- Medición sistemática del impacto: pocos países de la región publican estudios de impacto económico con la periodicidad y el rigor metodológico del Reino Unido o Estados Unidos; institucionalizar esa medición fortalece el caso de política pública y permite ajustar el diseño del incentivo con evidencia propia.
- Aprovechar el efecto de marca país: incorporar, como ya hace la Ciudad de Buenos Aires, el potencial de visibilidad y promoción internacional como criterio de evaluación de los proyectos que acceden al incentivo.
- Coordinar los regímenes subnacionales bajo un marco nacional: Argentina cuenta con al menos una decena de regímenes provinciales y locales de incentivo (relevados en la sección 7.5), en su mayoría recientes, de escala reducida y sin coordinación entre sí ni con la política del INCAA. Integrarlos en un marco nacional impulsado por el organismo, que permita combinar esfuerzos, evitar superposiciones y potenciar el atractivo conjunto del país frente a productoras internacionales, podría multiplicar el impacto individual de cada régimen, replicando a mayor escala la lógica ya exitosa del programa de la Ciudad de Buenos Aires.

A esta agenda de incentivos se suma, como contracara, la discusión sobre la regulación de las plataformas de streaming desarrollada en la sección 8. De esa comparación entre países surgen patrones adicionales, relevantes para pensar el diseño de un eventual esquema de aporte de streaming en Argentina u otros países de la región:

- La ausencia de regulación es hoy poco frecuente entre los casos relevados: de los doce países, nueve ya tienen alguna obligación vigente o en trámite parlamentario avanzado. La discusión relevante para el diseño de política pasa menos por "regular o no" y más por qué instrumento elegir y con qué grado de exigencia.
- La obligación de inversión directa en contenido (Francia, España, Italia, Australia) parece más resiliente que el aporte a un fondo administrado por el Estado (Canadá): el esquema canadiense, precisamente por canalizar el dinero hacia el Estado en lugar de hacia producción directa, quedó más expuesto a la presión comercial bilateral y terminó desarmado.
- La cuota de visibilidad sin obligación financiera (Colombia, México) es la opción de menor fricción regulatoria, pero también la de menor impacto económico medible: no genera el tipo de evidencia cuantitativa (empleo, inversión, multiplicadores) que sí documentan los esquemas de Francia, España o Italia.
- La brecha entre ley y reglamentación (Argentina) tiene un costo doble: no solo no capta recursos de las plataformas, sino que deja al sector local dependiendo de que el streaming decida invertir de forma discrecional, sin ninguna condicionalidad de empleo local, transferencia de capacidades o apoyo a proyectos de menor escala, que sí exigen los esquemas de incentivo tradicionales relevados en el resto de este documento.

Anexo: fuentes consultadas, con enlaces verificables

A continuación se listan, con enlace directo, las fuentes utilizadas en este documento. Cada nota al pie del cuerpo principal remite a una cita corta (autor, título, año); este anexo permite acceder al enlace completo de cada una. Cuando una fuente aporta una precisión adicional relevante (por ejemplo, el alcance exacto de una cifra), se incluye una breve nota debajo del enlace.

Reino Unido

1. **UK Film Tax Relief, gov.uk**
<https://www.gov.uk/guidance/corporation-tax-film-tax-relief>
Régimen general de crédito fiscal (base histórica; ver AVEC para el esquema vigente 2024-2026).
2. **BFI Statistical Yearbook / Industry Data & Insights**
<https://www.bfi.org.uk/industry-data-insights/statistical-yearbook>
3. **Production Service Network, ficha Reino Unido (esquema AVEC vigente)**
<https://www.productionservicenetwork.com/film-incentives/>
4. **KPMG UK, Budget: Additional support for the creative industry sectors**
<https://kpmg.com/uk/en/insights/tax/tmd-budget-additional-support-for-the-creative-industry-sectors.html>
Confirma tasas AVEC: 34% / 39% animación-infantil / 53% IFTC presupuesto bajo.
5. **Gov.uk, Margot James speech to launch the BFI Screen Business report**

<https://www.gov.uk/government/speeches/margot-james-speech-to-launch-the-bfi-screen-business-report>

Fuente de £7.900M de valor agregado y 140.000 empleos (2016).

6. **FRED (Bank of England), Nominal GDP at Market Prices, United Kingdom**

<https://fred.stlouisfed.org/series/NGDPMPUKA>

PBI nominal del Reino Unido en 2016 (£1.939.637M), usado para calcular el 0,41% del PBI.

7. **BFI, New report shows UK tax reliefs power unprecedented boom (Screen Business report)**

<https://www.bfi.org.uk/news/screen-business-report>

California, Georgia, Louisiana y Nueva York (EE.UU.)

8. **California Film Commission**

<https://film.ca.gov/tax-credit/>

9. **Otis College of Art and Design, Otis Report on the Creative Economy**

<https://www.otis.edu/creative-economy>

Ver LAEDC más abajo para el dato de impacto económico verificado de California (de alcance distinto: solo programa de crédito fiscal).

10. **Deadline, California's Film & TV Incentives Program Generated \$21.9B in Economic Output (LAEDC/MPA/CFC)**

<https://deadline.com/2022/03/california-film-incentives-program-generated-21-9-billion-in-economic-output-110000-jobs-and-7-7-billion-in-wages-over-5-years-1234981734/>

Fuente de los USD 21.900M / 110.000 empleos acumulados 2015-2020, específicos del programa de crédito fiscal (no toda la industria).

11. **Georgia Department of Economic Development, Film & Entertainment**

<https://www.georgia.org/industries/film-entertainment>

12. **Olsberg SPI, Economic Impact Study of Georgia's Entertainment Industry Tax Credit (2023)**

<https://www.motionpictures.org/wp-content/uploads/2024/03/The-Economic-Impact-of-Georgias-Entertainment-Industry-Tax-Credit-Final-Report-2023-11-06.pdf>

Fuente de los 60.000 empleos (FY2022).

13. **Louisiana Entertainment**

<https://louisianaentertainment.gov/film-tv>

14. **Camoin Associates / Louisiana Economic Development, Economic and Fiscal Impact of the Motion Picture Production Tax Credit (PDF oficial)**

<https://www.opportunitylouisiana.gov/wp-content/uploads/2023/12/2021-economic-and-fiscal-impact-reports-film-live-sound.pdf>

Fuente de 10.064 empleos (2019).

15. **NY Governor's Office for Motion Picture & TV Development**

<https://esd.ny.gov/new-york-state-film-tax-credit-program-production>

16. **NYC Mayor's Office of Media and Entertainment, NYC Film and Television Industry Economic Impact Study 2021 (datos 2019)**

<https://www.nyc.gov/site/mome/industries/mome-nyc-film-tv-industry-study.page>

Fuente de USD 64.100M y 100.200 empleos directos / 185.000 totales. El "4,99% ciudad" no pudo verificarse.

Canadá

17. **Canadian Media Producers Association (CMPA), Profile 2023 (Nordicity)**

<https://cmpa.ca/wp-content/uploads/2024/05/Profile-2023-English.pdf>

Fuente de CAD 23.020M / 336.120 empleos (cadena de valor completa, 2022/23) y CAD 14.050M / 239.380 empleos (solo producción).

18. **CMPA, Television and film production sector creates 181,000 jobs for Canadians in 2025**

<https://cmpa.ca/pressreleases/television-and-film-production-sector-creates-181000-jobs-for-canadians-in-2025/>

Dato más reciente (2024/25), tras la recuperación parcial post-huelgas de Hollywood.

Alemania, Hungría y Francia

19. Cineuropa, Germany doubles film funding to €250 million annually
<https://cineuropa.org/en/newsdetail/481722/>
20. German Federal Film Board (FFA), German Federal Film Fund (DFFF)
<https://www.ffa.de/dfff-en>
21. Variety, Germany's Film Funding Reform Set to Boost Industry With Tax Incentive
<https://variety.com/2024/film/global/germany-film-funding-tax-incentive-constantin-leonine-1235891479/>
22. National Film Institute Hungary, Hungary's Rebate Scheme Raised from 25% to 30%
<https://nfi.hu/en/national-film-institute/news/hungarys-rebate-scheme-raised-from-25-to-30.html>
23. FilmNewEurope.com, Hungary's Tax Rebate in Full Operation Again
<https://filmneweurope.com/news/hungary-news/item/128129-hungary-s-tax-rebate-in-full-operation-again>
24. Deadline, Hungary Production Incentive Extended 30% for Six Years
<https://deadline.com/2024/10/hungary-production-incentive-extended-30-six-years-the-brutalist-1236160804>
25. CNC, Évaluation des retombées économiques directes et indirectes des crédits d'impôts
https://www.cnc.fr/cinema/communiqués-de-presse/evaluation-des-retombees-economiques-directes-et-indirectes-des-credits-dimpots_132513

Australia, Nueva Zelanda y Japón

26. Ausfilm, Celebrates Federal Government's Announcement of 30% Location Offset
<https://www.ausfilm.com.au/media-releases/ausfilm-celebrates-federal-governments-announcement-of-30-location-offset/>
27. Variety, Australia Raises Location Offset Scheme to 30%
<https://variety.com/2023/film/news/australia-raises-location-offset-scheme-1235607296/>
28. Entertainment Partners, Filming in Australia
<https://www.ep.com/blog/filming-in-australia-your-guide-to-incentives-infrastructure-and-the-future-of-production-down-under/>
Fuente de los 22.200 empleos / 5 años en producciones internacionales.
29. Gobierno de Australia, Economic assessment of the Location Incentive (working paper, PDF)
<https://www.infrastructure.gov.au/sites/default/files/documents/economic-assessment--location-incentive-on-australias-screen-sector--working-paper--february2022.pdf>
30. New Zealand Screen Sector, Briefing to Incoming Government 2024 (PDF)
https://cdn.prod.website-files.com/6657baa1880112d6adcaf91e/66bd6866f6ff94ad4ae1bd2d_Screen%20Sector%20Briefing%20Feb%202024.pdf
Fuente de NZ\$4.000M/año y 17.600 empleos.
31. MBIE, Economic Trends in the New Zealand Screen Sector (PDF)
<https://www.mbie.govt.nz/dmsdocument/28030-economic-trends-in-the-new-zealand-screen-sector-february-2024-pdf>
32. Deadline, Japan's METI Extends 50% Rebate Scheme Through 2025
<https://deadline.com/2025/03/japan-rebate-scheme-vipo-meti-monarch-legacy-of-monsters-1236351988/>
Confirma el mecanismo del 50% (VIPO/METI), el tope de JPY 1.000M y los umbrales de presupuesto para calificar.
33. Variety, Japan Extends 50% Cash Rebate Program
<https://variety.com/2025/film/news/japan-extends-50-percent-cash-rebate-program-1236349626/>

Louisiana y Hungría, detalle de mecánica del incentivo

34. **Louisiana Economic Development, Motion Picture Production Program (página oficial)**
<https://www.opportunitylouisiana.gov/incentive/motion-picture-production-program>
Confirma la estructura 25% base + 10% guion local + 5% fuera de área metro de Nueva Orleans = hasta 40%.
35. **RSM Hungary, Film tax rebate**
<https://www.rsm.hu/tax-to-know/film-tax-rebate>
Confirma el cálculo matemático del 37,5% efectivo sobre gasto húngaro.

Japón, Corea del Sur y China

36. **The Hollywood Reporter, Tokyo: Japan's Film and TV Industries Contribute \$126 Billion to Economy**
<https://www.hollywoodreporter.com/news/general-news/tokyo-japans-film-tv-industries-contribute-126b-economy-1252389/>
Fuente de USD 125.800M / 1,25% del PBI (2018), estudio de Mitsubishi Research Institute para MPA.
37. **Mitsubishi Research Institute para MPA/JIMCA, Economic Contribution of the Japanese Film and Television Industry**
https://www.mpa-apac.org/wp-content/uploads/2015/10/ECR2015_FinalReportEN_gr.pdf
Fuente de 381.368 empleos (2014), edición anterior del mismo estudio.
38. **PR Newswire, Korea's Screen Industry Generated USD 17.1 Billion and Supported Nearly 300,000 Jobs in 2025**
<https://www.prnewswire.com/apac/news-releases/koreas-screen-industry-generated-usd-17-1-billion-and-supported-nearly-300-000-jobs-in-2025--new-mpa-report-finds-302748085.html>
Oxford Economics para MPA, 2026.
39. **Oxford Economics para MPA/MPA-APAC, The Economic Contribution of the Film and Television Industries in China**
https://www.mpa-apac.org/wp-content/uploads/2018/05/China_film_tv_2015_V2.pdf
Fuente de 146.000M CNY (~USD 23.800M) y 970.000 empleos (2014).

India

40. **Variety, India's Screen Sector Booms to \$61 Billion Economic Contribution, MPA Reports at WAVES Summit**
<https://variety.com/2025/film/news/india-screen-sector-61-billion-economic-contribution-mpa-report-waves-1236386331/>
Fuente de USD 61.200M y 2,64M de empleos (2024).
41. **Entertainment Partners, Global Production Incentives to Watch: A Look Back at 2024 and What's Ahead in 2025**
<https://www.ep.com/blog/global-production-incentives-to-watch-a-look-back-at-2024-and-whats-ahead-in-2025/>
Fuente del detalle del incentivo federal indio (tope USD 3,6M, bonus 5% contenido indio).

Sudáfrica

42. **ShockNG, South Africa Film Rebate Collapse Threatens Jobs As Workers Protest DTIC Freeze**
<https://shockng.com/south-africa-film-rebate-collapse-threatens-jobs-as-workers-protest-dtic-freeze/>
Fuente de la caída de empleo (4.943 a 884, 2021-2024) y de inversión (R6.000M a R962M).
43. **AllAfrica, South Africa: Government Is Killing the Film Industry, Say Protesters**
<https://allafrica.com/stories/202601280488.html>
Fuente de las protestas #SaveSAFilmJobs, enero de 2026.
44. **NFVF, FAQs About The South African Film Industry**
<https://www.nfvf.co.za/faqs-about-the-south-african-film-industry/>

Marruecos

45. **Cinema & Video International, The Advantages of Shooting in Morocco**

<https://cinema.video/shooting-in-morocco>

Fuente de la tasa 30% (desde marzo 2022) y los requisitos mínimos.

46. **EMC Magazine, The Moroccan Film Industry**

<https://www.emc-magazine.com/the-moroccan-film-industry.html>

Fuente de 120+ producciones y MAD 900M en 2023.

Abu Dhabi / Emiratos Árabes Unidos

47. **Abu Dhabi Film Commission / Creative Media Authority, Abu Dhabi Unveils New Cashback Rebate Starting from 35%++**

<https://www.film.gov.ae/media-centre/abu-dhabi-unveils-new-cashback-rebate-starting-from-35+-at-mipcom-2024-to-further-boost-film-and-tv-production-in-the-capital>

Fuente de la tasa 35% (hasta 50%) vigente desde 2025.

48. **Forbes, How Movies Have A Blockbuster Impact On Abu Dhabi's Economy**

<https://www.forbes.com/sites/carolinereid/2025/11/12/how-movies-have-a-blockbuster-impact-on-abu-dhabis-economy/>

Fuente de las 180+ producciones desde 2013 y detalles del sistema de puntaje.

Condiciones de capacitación y formación de mano de obra

49. **Cedefop, Skills Investment Fund (ficha regulatoria del Reino Unido)**

<https://www.cedefop.europa.eu/en/tools/financing-adult-learning-db/search/skills-investment-fund>

Fuente del 0,5% obligatorio del gasto elegible destinado al Film Skills Fund, con tope de £58.200.

50. **The Hollywood Reporter, BFI Skills Review: Training Investment**

<https://www.hollywoodreporter.com/movies/movie-news/bfi-skills-review-training-investment-1235172896>

Fuente de la recomendación (no obligatoria) del 1% adicional de los presupuestos de producción en formación.

51. **Film in Cali, Incentivos y normativas**

<https://www.filmincali.com.co/incentivos-y-normativas/>

52. **La Villa Producciones, Financiación audiovisual Colombia: crowdfunding, incentivos y leyes (Ley 814 y 1556)**

<https://lavillaproducciones.com/financiacion-audiovisual-colombia-crowdfunding-incentivos-y-leyes-ley-814-y-1556>

Estadística global

53. **Olsberg SPI, Global Screen Production: The Impact of Film and Television Production on Economic Recovery from COVID-19**

<https://www.house.mn.gov/comm/docs/krgl3Tl4J0KudtBmqOTtww.pdf>

Fuente del dato global USD 177.000M / 14 millones de empleos (2019), citado en el resumen ejecutivo.

Publicidad audiovisual

54. **Production Service Network, Easy Money? Commercial Filmmaker Hunt For Global Incentives**

<https://www.productionservicenetwork.com/industry-insights/easy-money-commercial-filmmaker-hunt-for-global-incentives/>

Fuente central de toda la sección 4.

55. **Production Service Network, Film Incentives (fichas por país)**

<https://www.productionservicenetwork.com/film-incentives/>

56. **NEEDaFIXER, Film Tax Incentives by Country: 2026 Rates Compared**

<https://www.needafixer.com/film-tax-incentives-by-country/>

Impacto económico y multiplicadores

57. **Motion Picture Association / Olsberg SPI, The Economic Impact of the Screen Industries: Latin America**

<https://publications.iadb.org/publications/english/document/The-Economic-Impact-of-the-Screen-Industries-Latin-America.pdf>

58. **Motion Picture Association, The American Motion Picture and Television Industry: Creating Jobs, Trading Around the World**
<https://www.motionpictures.org/research-docs/the-american-motion-picture-and-television-industry-creating-jobs-trading-around-the-world-6/>

Turismo inducido y marca país

59. **Hotelagio.com, 30+ Film Tourism Statistics (2026 Update)**
<https://hotelagio.com/film-tourism-statistics/>
Fuente de UK £597,7M / 13.440 empleos FTE / £628,3M GVA (2016).
60. **VisitScotland, Film, TV, and Literature Tourism**
<https://www.visitscotland.org/research-insights/about-our-visitors/interests-activities/film-tv>
61. **Forbes, The Impact (Economic and Otherwise) of Lord of the Rings/The Hobbit on New Zealand**
<https://www.forbes.com/sites/carolpinchefskey/2012/12/14/the-impact-economic-and-otherwise-of-lord-of-the-rings-the-hobbit-on-new-zealand/>
62. **Tourism NI, The Game of Thrones Effect on Tourism in Northern Ireland**
<https://www.tourismni.com/business-guidance/sector/activities-attractions/activities-and-attractions-growing-your-business/gameofthrones/the-game-of-thrones-effect/>
63. **Medium (Dr. Dina Randria), From the Screen to a Destination: The Impact of Movie on Tourism**
<https://medium.com/@dr.dinarandria/from-the-screen-to-a-destination-the-impact-of-movie-on-tourism-44c252235b75>
64. **Tkalec, Zilic y Ahec-Šonje, The effect of film industry on tourism: Game of Thrones and Dubrovnik (International Journal of Tourism Research, Wiley)**
<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/itr.2142>
Estudio académico con metodología de control sintético; fuente de los 244.415 turistas (2012-2015) y €126M de gasto.
65. **CEO Today Magazine, The White Lotus Effect: How Filming Locations Boost Global Tourism**
<https://www.ceotodaymagazine.com/2025/03/the-white-lotus-effect-how-filming-locations-boost-global-tourism/>
Fuente de los datos de Hawái y Sicilia (temporadas 1 y 2).
66. **Thailand Business News, The White Lotus Effect in Thailand: Boon or Bane?**
<https://www.thailand-business-news.com/entertainment/198798-the-white-lotus-effect-in-thailand-boon-or-bane>
Fuente del caso Tailandia (temporada 3) y de la mención a Emily in Paris.
67. **Çağatay Kaan Eren, The White Lotus Effect: Why Türkiye Should Be the Next Star of Destination Storytelling**
<https://www.cagataykaaneren.com/post/the-white-lotus-effect-why-t%C3%BCrkiye-should-be-the-next-star-of-destination-storytelling>
Fuente de USD 36,9M de impacto económico directo en Tailandia y 70% de ocupación hotelera en Sicilia.
68. **How Korean, The Hallyu Wave: How Korean Culture Conquered the World**
<https://howkorean.com/en/blog/hallyu-wave-explained>
69. **The Conversation, Squid Game's second season is the latest instalment of Korean culture's economic success story**
<https://theconversation.com/squid-games-second-season-is-the-latest-instalment-of-korean-cultures-economic-success-story-so-whats-the-secret-245392>
Fuente de USD 3.700-5.000M/año de BTS a la economía surcoreana (Hyundai Research Institute).
70. **Daily Sabah, Films, TV series as instruments of Türkiye's cultural, tourism diplomacy**
<https://www.dailysabah.com/opinion/op-ed/films-tv-series-as-instruments-of-turkiyes-cultural-tourism-diplomacy>
Fuente de la evolución 2004-2019 del aporte de Hallyu al PBI coreano (0,2% a USD 12.300M).
71. **GQ Middle East, How Turkish TV Became the World's Second-Biggest Export**

<https://www.gqmiddleeast.com/article/how-turkish-tv-became-the-worlds-second-biggest-export>

72. **Young Australians in International Affairs, Dizi Diplomacy: How Türkiye Turned Entertainment into Soft Power**

<https://www.youngausint.org.au/post/dizi-diplomacy-how-t%C3%BCrkiye-turned-entertainment-into-soft-power>

Fuente del caso Maduro/Ertugrul y los 1.500M de vistas en YouTube.

73. **EUALive, The soft power of storytelling: Turkey's TV series offensive in the Balkans**

<https://eualive.net/the-soft-power-of-storytelling-turkeys-tv-series-offensive-in-the-balkans/>

Fuente de los criterios de subsidio a la exportación de dizi (tres continentes, diez países, promoción turística e idioma).

74. **La Crónica de Hoy, Numeralia de la industria cinematográfica y audiovisual**

<https://www.cronica.com.mx/opinion/numeralia-industria-cinematografica-audiovisual.html>

Fuente de MXN 163.000M / 92.000 empleos formales (2024), estimación de Oxford Economics.

75. **Cveintiuno, La industria audiovisual mexicana busca duplicar su impacto en el PIB**

<https://cveintiuno.com/la-industria-audiovisual-mexicana-busca-duplicar-su-impacto-en-el-pbi-en-los-proximos-tres-anos/>

Fuente del 1% del PBI mexicano (estudio Olsberg SPI para Canacine).

Argentina

76. **Buenos Aires Film Commission, Lanzamiento BA Cash Rebate**

<https://bafc.buenosaires.gob.ar/eventos/9/lanzamiento-ba-cash-rebate>

77. **Audiovisual451, La ciudad de Buenos Aires crea un incentivo fiscal para coproducciones extranjeras**

<https://www.audiovisual451.com/la-ciudad-de-buenos-aires-crea-un-incentivo-fiscal-para-coproducciones-extranjeras/>

78. **Otros Cines, Lanzaron BA Producción Internacional (actualización de tasa a 25% / tope \$150M)**

<https://www.otroscines.com/nota.php?idnota=20264>

79. **Infobae, Buenos Aires impulsa al sector audiovisual con nuevas medidas e inversiones internacionales**

<https://www.infobae.com/cultura/2025/11/26/buenos-aires-impulsa-al-sector-audiovisual-con-nuevas-medidas-e-inversiones-internacionales/>

80. **Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, BA Producción Internacional, el programa que genera 11.000 puestos de trabajo y más de \$70.000 millones de inversión**

<https://buenosaires.gob.ar/noticias/ba-produccion-internacional-el-programa-que-genera-11000-puestos-de-trabajo-y-mas-de-70000>

81. **Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, La Ciudad impulsa la industria audiovisual: más de \$36.800 millones en inversión privada y 7.000 empleos en 2025**

<https://buenosaires.gob.ar/noticias/la-ciudad-impulsa-la-industria-audiovisual-mas-de-36800-millones-en-inversion-privada-y>

82. **GPS Audiovisual, Cinco proyectos ganaron el programa BA Producción Internacional**

<https://gpsaudiovisual.com/2025/05/18/cinco-proyectos-ganaron-el-programa-ba-produccion-audiovisual-y-recibiran-hasta-250-millones-de-pesos-cada-uno/>

83. **TVMAS Magazine, BA Producción Internacional 2025: nueva convocatoria para la industria audiovisual**

<https://tvmasmagazine.com/es/2025/06/05/ba-produccion-internacional-2025-nueva-convocatoria-para-la-industria-audiovisual/>

84. **MDZ, BA Producción Internacional: qué series y películas fueron seleccionadas para recibir reintegros**

<https://www.mdzol.com/sociedad/ba-produccion-internacional-que-series-y-peliculas-fueron-seleccionadas-recibir-reintegros-n1574032>

85. **Infocielo, Kicillof ya tiene su Ley Audiovisual: cómo funcionará el fondo de fomento y quiénes pueden acceder**

<https://www.infocielo.com/politica-y-economia/kicillof-ya-tiene-su-ley-audiovisual-como-functionara-el-fondo-de-fomento-y-quienes-pueden-acceder>

86. **Diputados Bonaerenses, Ley Audiovisual fue sancionada en la Legislatura: las claves**
<https://diputadosbsas.com.ar/de-que-trata-la-ley-audiovisual-de-kicillof/>
87. **GPS Audiovisual, La provincia de Buenos Aires tiene su propia Ley Audiovisual**
<https://gpsaudiovisual.com/2025/11/28/la-provincia-de-buenos-aires-tiene-su-propia-ley-audiovisual/>
88. **EscribiendoCine, La Provincia de Buenos Aires aprobó la Ley de Promoción y Desarrollo de la Industria Audiovisual**
<https://www.escribiendocine.com/noticias/2025/11/28/21041-la-provincia-de-buenos-aires-aprobo-la-ley-de-promocion-y-desarrollo-de-la-industria-audiovisual>
89. **Ámbito, La provincia de Buenos Aires sancionó la ley de Fomento Audiovisual**
<https://www.ambito.com/espectaculos/la-provincia-buenos-aires-sanciono-la-ley-fomento-audiovisual-n6218163>
90. **INCAA, Observatorio Audiovisual**
<https://www.incaa.gob.ar/observatorio-audiovisual-2>
91. **INCAA, Datos y estadísticas**
<https://www.incaa.gob.ar/datos-y-estadisticas/>
92. **Argentina.gob.ar, El empleo en el sector audiovisual argentino creció un 45% entre 2007 y 2022**
<https://www.argentina.gob.ar/noticias/el-empleo-en-el-sector-audiovisual-argentino-crecio-un-45-entre-2007-y-2022>
93. **INCAA, Estudio de impacto económico y tributario del sector audiovisual argentino (Observatorio Audiovisual / MESi-IIEP UBA-CONICET)**
<https://www.incaa.gob.ar/estudio-de-impacto-economico-y-tributario-del-sector-audiovisual-argentino-2/>
Fuente de los 634.465 empleos totales, el desglose directo/indirecto/inducido, y la proyección de \$911M/\$4.000M ante una eventual eliminación del Fondo.
94. **ANCCOM, La realización de películas argentinas tiende a cero**
<https://anccom.sociales.uba.ar/2024/09/26/la-realizacion-de-peliculas-argentinas-tiende-a-cero/>
Fuente de los datos del SICA (28.565 empleos, 79 largometrajes en 2023) y del Decreto 662/2024.
95. **Infonews, Contundente informe de entidades del cine argentino contra el vaciamiento del INCAA**
<https://infonews.com/informe-cine-argentino-2025-ajuste-vaciamiento-incaa.html>
Fuente de la evolución de la cuota de pantalla (27,83% en 2014 a 7,35% en 2023), citando al Observatorio Audiovisual del INCAA.
96. **Infobae, Se definieron los nuevos lineamientos para los subsidios del cine argentino en el INCAA**
<https://www.infobae.com/politica/2024/11/05/se-definieron-los-nuevos-lineamientos-para-los-subsidios-del-cine-argentino-en-el-incaa/>
Fuente de la caída del 71% interanual en el financiamiento público hacia octubre de 2024.
97. **Parlamentario, Representantes de la Asociación de Actores apuntaron contra el Gobierno por la situación del INCAA**
<https://www.parlamentario.com/2026/06/23/representantes-de-la-asociacion-de-actores-apuntaron-contr-el-gobierno-por-la-situacion-del-incaa/>
Fuente de la declaración de Luis Alberto Rivera López sobre la caída de ~100 a ~30/26 películas en producción por año (2024-2025).

Irlanda

98. **Irish Times, Tax incentive most important factor for film and TV productions locating in Ireland**
<https://www.irishtimes.com/business/2023/01/20/tax-incentive-most-important-factor-for-film-and-tv-productions-locating-in-ireland-study-finds/>
Fuente de los €500M de gasto de producción bajo Section 481 en 2021 (año récord).
99. **Cineuropa, The Section 481 Tax Incentive proves highly beneficial to the Irish film industry**
<https://cineuropa.org/en/newsdetail/437286/>

España

100. **Spain Audiovisual Hub / ICEX Invest in Spain, El interés internacional por el sector audiovisual se refuerza en España**
<https://www.investinspain.org/content/icex-invest/es/noticias-main/2025/audiovisual>
Fuente de €879M de impacto económico y 7.080 empleos/año (2021-2024).
101. **Spain Film Commission, Impacto económico de los incentivos a los rodajes internacionales en España (PDF oficial)**
<https://spainfilmcommission.com/wp-content/uploads/2024/09/IMPACTO-ECONOMICO-DE-LOS-INCENTIVOS-A-LOS-RODAJES-INTERNACIONALES-EN-ESPANA.pdf>
Fuente de €1.800M de VAB y el retorno de €9 por cada €1 de incentivo.
102. **ICAA / Ministerio de Cultura, Incentivos fiscales en España**
<https://www.cultura.gob.es/cultura/areas/cine/industria-cine/coproducir-espa/incentivos-fiscales.html>
Fuente de la estructura del incentivo (30%/25%, tope 20M€, Canarias hasta 50%).

Portugal

103. **Portugal Film Commission, Cash Rebate**
<https://portugalfilmcommission.com/en/incentive-to-film-recording-and-production/>
104. **Portugal Film Commission, Cash Refund**
<https://portugalfilmcommission.com/en/cash-refund/>
105. **Señal News, Ana Marques: "Our goal is to promote Portugal as a film destination"**
<https://senalnews.com/en/interviews/ana-marques-our-goal-is-to-promote-portugal-as-a-film-destination>

República Checa

106. **The Prague Reporter, Czech film and TV production incentives to reopen for applications from September**
<https://www.praguereporter.com/home/2026/7/15/czech-film-and-tv-production-incentives-to-reopen-for-applications-from-september/>
Fuente de CZK 11.300M de facturación total (2025, récord).
107. **Czech Film Center, The Launch of the Czech Audiovisual Fund**
<https://www.filmcenter.cz/en/news/the-launch-of-the-czech-audiovisual-fund-2025-brings-more-support-larger-incentives>
Fuente de la tasa vigente (25%, hasta 35% animación) y el tope CZK 450M.

Polonia

108. **Olsberg SPI / Polish Producers Alliance (KIPA), Economic Impact of Screen Production in Poland (PDF)**
<https://static1.squarespace.com/static/5f7708077cf66e15c7de89ee/t/6571af966c09d92d87789619/1701949340188/Poland+EIS+-+Final+Report+-+2023-12-7.pdf>
Fuente de PLN 8.700M de output, PLN 3.400M de VAB y 21.000 empleos (2022).
109. **Cineuropa, The KIPA Summit zooms in on the economic impact of screen production in Poland**
<https://cineuropa.org/en/newsdetail/453631/>

Malta

110. **Parlamento de Malta, Analysing the Impact of the Film Rebate Scheme in Malta (PDF oficial)**
<https://parlament.mt/media/134414/dok-206-l72.pdf>
Fuente de €1.500M de efecto total en VAB y 6.500 empleos pico (2023).

Uruguay

111. **UyPress, Audiovisual uruguayo: una industria que mueve inversión, empleo y marca país**

<https://www.uypress.net/Economia/Audiovisual-uruguay-una-industria-que-mueve-inversion-empleo-y-marca-pais-uc153529>

Fuente de los ~3.000 empleos y el ~0,5% del PBI (aproximado, la propia fuente aclara que no hay medición oficial actualizada en Uruguay).

112. Radiomundo En Perspectiva, Rodajes audiovisuales en Uruguay (entrevista ASOPROD / Montevideo Audiovisual)

<https://enperspectiva.uy/en-perspectiva-programa/rodajes-audiovisuales-en-uruguay-un-sector-en-expansion-que-pone-a-montevideo-en-el-mapa-global-de-la-produccion-cinematografica-con-santiago-lopez-asoprod-y-gabriel-peveroni-montevideo-audiovisu/>

Fuente del crecimiento de 24 a más de 100 semanas de rodaje/año (2019 vs. 2024-2025).

113. Infonegocios, Luz, cámara... dólares (semanas de rodaje aumentaron 340%)

<https://infonegocios.biz/nota-principal/luz-camara-dolares-la-industria-audiovisual-crece-a-pasos-agigantados-y-las-semanas-de-rodaje-aumentaron-en-un-340>

114. Página 12, El cine argentino en la era Milei: cero producciones en 2024 y 2025

<https://www.pagina12.com.ar/819163-el-cine-argentino-en-la-era-milei-cero-producciones-en-2024-/>

Fuente del contexto de desfinanciamiento del INCAA que coincide con el crecimiento uruguayo.

115. Ámbito, Uruguay sí la ve: el país se convirtió en un polo audiovisual que atrae productoras argentinas

<https://www.ambito.com/uruguay/si-la-ve-el-pais-se-convirtio-un-polo-audiovisual-que-atrae-productoras-argentinas-n6180025>

Fuente de los casos específicos: Cromañón, Coppola, Barrabrava, Porno y helado, El caso Barreda.

116. Diario La R, El éxodo de los millones: cómo Uruguay se convirtió en el gran set de filmación de las plataformas globales

<https://grupormultimedia.com/el-exodo-de-los-millones-como-uruguay-se-convirtio-en-el-gran-set-de-filmacion-de-las-plataformas-globales-id196211/>

117. Comercio y Justicia, Avanza el desguace del cine nacional: adiós a una protección

<https://comercioyjusticia.info/negocios/avanza-el-desguace-del-cine-nacional-adios-a-una-proteccion/>

Confirma el Decreto 662/2024 que eliminó la cuota de pantalla en Argentina.

118. Intendencia de Montevideo, Grandes producciones internacionales eligen a Montevideo como escenario de rodajes

<https://montevideo.gub.uy/noticias/grandes-producciones-internacionales-eligen-montevideo-como-escenario-de-rodajes>

Fuente del caso "El futuro es nuestro" (Netflix) y los 300+ proyectos en Montevideo en 2025.

Formación de cuadros técnicos (Argentina)

119. ENERC, La Escuela

<https://www.enerc.gob.ar/la-escuela/>

120. INCAA, Historia

<https://www.incaa.gob.ar/institucional/quienes-somos/historia/>

121. Argentores, El lugar de la ENERC en la enseñanza cinematográfica nacional

<https://argentores.org.ar/el-lugar-de-la-enerc-en-la-ensenanza-cinematografica-nacional/>

122. Universidad Nacional de Córdoba, Departamento de Cine y Artes Audiovisuales (Facultad de Artes)

<https://artes.unc.edu.ar/departamentos/departamento-de-cine-y-television/>

123. Universidad Nacional de Cuyo, Tecnicatura Universitaria en Producción Audiovisual

<https://fcp.uncuyo.edu.ar/estudios/carrera/tecnicatura-universitaria-en-produccion-audiovisual>

124. EscribiendoCine, Falleció el cineasta argentino Manuel Antín

<https://www.escribiendocine.com/noticias/2024/09/05/18295-fallecio-el-cineasta-argentino-manuel-antin>

Fuente de la fundación de la Universidad del Cine (1991) y la creación de la carrera de Imagen y Sonido en la UBA.

125. Infobae, Murió Manuel Antín, maestro del cine argentino

<https://www.infobae.com/cultura/2024/09/05/murio-manuel-antin-maestro-del-cine-argentino/>

126. **FADU-UBA, 30 años de historia(s) (Diseño de Imagen y Sonido)**

<https://www.fadu.uba.ar/30-anos-de-historias/>

Fuente de la fundación de la carrera en 1989 y su ingreso a FEISAL (1999) y CILECT (2002).

127. **Wikipedia, Fundación Universidad del Cine**

https://en.wikipedia.org/wiki/Fundaci%C3%B3n_Universidad_del_Cine

Colombia, Brasil, Chile y otros países de América Latina

128. **Comisión Fílmica Colombia, La Ley 1556 sigue impulsando la producción audiovisual en el país**

<https://comisionfilmicacolombia.com/la-ley-1556/>

Confirma que el CINA aplica explícitamente a publicidad; datos de empleo FFC/CINA.

129. **Variety, São Paulo Launches Third Cash Rebate Edition**

<https://variety.com/2024/film/global/sao-paulo-cash-rebate-spcine-south-africa-1236008639/>

130. **Produ.com, Incentivos fiscales, el motor oculto del crecimiento audiovisual en América Latina**

<https://www.produ.com/television/noticias/incentivos-fiscales-produccion-audiovisual-latam/>

131. **UNCTAD Investment Policy Hub, Chile: Incentive programme targeting the foreign film industry**

<https://investmentpolicy.unctad.org/investment-policy-monitor/measures/4694/incentive-programme-targeting-the-foreign-film-industry>

132. **Rodriques Law, Countries With The Best Film Incentives**

<https://rodriqueslaw.com/blog/countries-best-film-incentives/>

Fuente secundaria de panorama general.