



TRANSFORMA URUGUAY

Sistema Nacional de Transformación
Productiva y Competitividad





Hoja de Ruta Industrias Creativas

SECTOR AUDIOVISUAL

Contenido

Sistema Nacional de Transformación Productiva y Competitividad	4
Hojas de ruta de Transforma Uruguay	6
Caracterización del sector audiovisual en el país, la región y el mundo	8
Principales tendencias internacionales	10
Objetivos, líneas estratégicas, restricciones y oportunidades	12
Acciones prioritarias y Proyectos específicos.....	15
Plan de internacionalización Uruguay Audiovisual	15
Fondo Uruguay Audiovisual - Componente producciones internacionales...	16
Fondo Uruguay Audiovisual - Componente Producciones Nacionales	17
Vinculación estratégica de mecanismos de apoyo	18
Optimización de los incentivos tributarios al Sector Audiovisual.....	19
Acceso al Financiamiento / Sistema de Garantías	20
Mejora del Clima de Negocios	21
Fortalecimiento de capacidades en la industria audiovisual RRHH.....	22
Observatorio de la Industria Audiovisual	23



Sistema Nacional de Transformación Productiva y Competitividad

El Sistema Nacional de Transformación Productiva y Competitividad -*Transforma Uruguay*- fue creado a fines de 2016 con la **finalidad** de promover el desarrollo económico productivo e innovador, con sustentabilidad, equidad social y equilibrio ambiental y territorial, incluyendo:

- El impulso de la transformación productiva vía la expansión de actividades innovadoras con mayor valor agregado y contenido tecnológico nacionales.
- El fortalecimiento de las capacidades locales y la incorporación en cadenas de valor nacionales, regionales y globales.
- El desarrollo de nuevas actividades y nuevos emprendimientos.
- La mejora de la competitividad sistémica.
- La promoción de la demanda tecnológica del sector público como dinamizador de las capacidades nacionales de innovación y estímulo a la competitividad empresarial.
- La promoción de las inversiones extranjeras con énfasis en la transferencia de tecnología, la innovación, el empleo de calidad y el fortalecimiento de las capacidades nacionales.

A efectos de avanzar en el cumplimiento de estos objetivos, la legislación asignó a *Transforma Uruguay* **cometidos** en los niveles de propuesta de prioridades, políticas y estrategias, de diseño e implementación de programas e instrumentos, y de monitoreo y evaluación de las acciones. También se le encomendó poner el énfasis en la articulación y coordinación interinstitucional y en la optimización del aprovechamiento de los recursos disponibles, así como en la aplicación de mecanismos efectivos de consulta y articulación con trabajadores, empresarios, instituciones educativas, entidades representativas de diversos sectores de actividad y otros actores sociales interesados.

El énfasis en la coordinación al interior del sector público se manifiesta en la creación del Gabinete Ministerial de Transformación Productiva y Competitividad¹ y la vinculación explícita con un conjunto de Institutos y Agencias públicos, de naturaleza mayormente transversal. El Gabinete se apoya en una entidad responsable de la articulación y coordinación de acciones -la Secretaría de Transformación Productiva y Competitividad- y en un Equipo de Coordinación integrado por referentes ministeriales.

¹ A partir de la puesta en funcionamiento de *Transforma Uruguay* dejaron de estar operativos tres Gabinetes Ministeriales: el Gabinete de Desarrollo Productivo; el Gabinete Ministerial de la Innovación; y la Comisión Interministerial para Asuntos de Comercio Exterior.



Diagrama – La base para la coordinación público-público (Ley 19.472)



El ámbito de articulación no se limita a la participación de las instituciones públicas explícitamente identificadas en la legislación ni a la coordinación público-público. La amplia participación de los actores interesados, públicos y privados, en el diseño e implementación de las actividades, es un principio esencial de la consolidación del Sistema. Ministerios y otras instituciones públicas, mencionados o no en la legislación, participan en los proyectos toda vez que corresponda en función de sus cometidos respectivos y en los términos previstos en la normativa. Asimismo, la propia legislación consagra el diálogo social como soporte de los procesos de transformación productiva y mejora de la competitividad, a través de la creación de los Consejos Consultivos, integrados por trabajadores, empresarios, empresas de la economía social, academia e instituciones educativas.

Hojas de ruta de Transforma Uruguay

El Gabinete Ministerial de Transformación Productiva y Competitividad priorizó las actividades que conformarán el conjunto inicial de Hojas de Ruta, con focos específicos ya identificados al interior de algunas de ellas. Se trata de actividades de alto potencial para la transformación productiva, en línea con el objetivo principal de impulsarla vía la expansión de actividades innovadoras con mayor valor agregado y contenido tecnológico nacionales. En general, se relacionan con ventajas particulares con las que cuenta el país, ya sea porque derivan de su dotación de recursos naturales o porque corresponden a actividades que han tenido un desarrollo destacado a nivel de la región.



El objetivo común a todas las Hojas de Ruta es el de estructurar e implementar un conjunto articulado de proyectos concretos de corto y mediano plazo, que sean determinantes para el desarrollo competitivo e innovador de la actividad de que se trate.

El enfoque de las Hojas de Ruta parte de algunos lineamientos básicos:

- Cada Hoja de Ruta debe tener su propia gobernanza y ésta debe ser “suficiente” en el sentido de incluir a los actores públicos con cometidos sustantivos en relación con el sector, además de los privados que corresponda.
- El ámbito institucional en el que se desarrolla una Hoja de Ruta debe estar conformado por gobierno, trabajadores, empresarios y academia, con los énfasis particulares que pudieran corresponder en cada caso. Se trata de

aprovechar ámbitos preexistentes, adecuándolos a las exigencias de contener una Hoja de Ruta, antes de crear nuevos.

- El punto de partida de cada Hoja de Ruta es la acumulación previa, en varios casos realizada bajo programas de conglomerados o en el curso de los trabajos en los Consejos Sectoriales o los Institutos Nacionales con foco sectorial.
- Una Hoja de Ruta está enfocada en identificar, estructurar y ejecutar proyectos concretos de corto y mediano plazo, y de hecho, hasta tanto no se cuente con ese conjunto articulado de proyectos, no se entenderá que se está en presencia de una Hoja de Ruta.

Las industrias creativas suponen la presencia de un elemento artístico o creativo sustancial en el bien o servicio producido, por lo que tienen a la creatividad y al capital intelectual como principales insumos. Estas industrias son una fuente importante de generación de valor agregado y empleo calificado, pero además son relevantes por la transversalidad del sector y su impacto en otros sectores de la economía como factores de diferenciación y agregado de valor. La prospectiva del sector a nivel internacional, la alta participación de Mipymes, el alto porcentaje de empleo de jóvenes, la remuneración por encima del promedio del sector servicios y el potencial de internacionalización, constituyen factores adicionales para que se entienda que este constituye un sector estratégico para el país.

Se considera importante potenciar el crecimiento de este sector, concentrándose en una primera instancia en los subsectores audiovisual y de diseño.

En el caso del sector audiovisual, se conformó en 2018 un grupo interinstitucional para sentar las bases para la elaboración de una Hoja de Ruta, liderado por el Ministerio de Educación y Cultura / ICAU, el Ministerio de Industria Energía y Minería / DINATEL y la Secretaría de Transformación Productiva y Competitividad. Ambos Ministerios, a través de las Direcciones mencionadas, coordinan en forma conjunta el Consejo Sectorial Audiovisual.

Por su parte, OPP se encuentra coordinando la elaboración de un Mapa Estratégico de Industrias Creativas en el marco de la elaboración de la Estrategia Nacional de Desarrollo, de forma de identificar la estrategia de mediano y largo plazo en conjunto con la institucionalidad pública y privada relevante en ese caso. Ambos procesos dialogan para asegurar la necesaria coherencia entre las acciones de corto y largo plazo.

La Hoja de Ruta se estructura en proyectos para los cuales se establecen hitos, plazos, responsables y participantes, concentrándose en acciones de corto y mediano plazo. Se establecerá un proceso de revisión anual, de forma de prever el ajuste e incorporación de proyectos en los casos en que se entienda pertinente.

Caracterización del sector audiovisual en el país, la región y el mundo

Los productos audiovisuales contienen un aporte creativo y la combinación de un conjunto de actividades para la realización e implementación de una idea. De esta forma, el sector audiovisual tiene la particularidad de que casi toda su producción es generación de valor agregado basado en talento, creatividad y conocimiento. Es así que, en el proceso se pueden distinguir, por un lado, la industria de contenidos, que es la creadora de productos comunicativos y culturales (protegidos por el derecho de autor), y, por otro, las actividades necesarias para su realización -medios y soportes para la producción, transmisión y recepción de contenidos.

Asimismo, están presentes de manera activa aquellos otros actores de la cadena de valor que dan cuenta de este complejo económico, cultural y social. El impacto de la actividad del sector tiene un fuerte derrame hacia otros sectores a través de su vinculación con empresas prestadoras de servicios logísticos, tecnológicos, de turismo, etc.

En Uruguay está presente tanto la producción de contenidos como la venta de servicios. Son múltiples los actores y actividades que entran en la fase de creación y producción de valor de esta cadena. Es un complejo productivo integrado por empresas de producción cinematográfica y audiovisual, proveedores de servicios y equipos, distribuidoras, exhibidores y servicios parafílmicos. A ese entramado se suman instituciones de preservación del patrimonio audiovisual, e instituciones de formación, en las que hoy se forman unos 3.000 estudiantes de cine y audiovisual.

Los relevamientos estadísticos del sector son escasos, parciales y discontinuados. El último relevamiento del conjunto del sector se realizó en el año 2008 y estimó un nivel de facturación del total del sector entorno a los 268 millones de dólares.

La mayoría de empresas del sector audiovisual y videojuegos son de tamaño micro y pequeño, de acuerdo con el número de personas que emplean, y se dedican a más de una actividad para asegurar su sustentabilidad (producción de contenidos propios, tercerización de servicios de producción o servicios logísticos para la producción audiovisual). Por otra parte, en promedio, estas empresas son más jóvenes que las del resto de la economía.

Las inscripciones efectuadas en el Registro Cinematográfico y Audiovisual bajo el rubro empresas en el período 2008-2018 superan las quinientas.

En el núcleo de actividad se identifican aproximadamente 180 productoras independientes de contenidos, que incluyen las productoras publicitarias, de cine, de producción televisiva y nuevos medios, de animación y videojuegos.





En el caso del cine y las productoras de televisión independiente aún son frecuentes las productoras circunstanciales, vinculadas a la producción de proyectos puntuales o esporádicos, aunque un grupo de empresas ha logrado estabilizar su actividad. Estas empresas se relacionan con un amplio conjunto de proveedores: casting, transporte, escenografías, alquiler de equipamiento y venta de insumos de filmación, servicios de posproducción, entre otros. A esto se suma la vinculación mencionada con otros sectores, por lo que su crecimiento beneficia al resto de la economía a través de una demanda que se derrama a otras empresas, lo que genera una amplia red de exportaciones de bienes y servicios.

La producción de cine, con un fuerte componente de financiación por instrumentos públicos (al igual que en la mayoría de los países del mundo), ha sido de importancia decisiva a la hora de posicionar a Uruguay en mercados y festivales internacionales. La importancia de este subsector tiene una gran vinculación con el desarrollo cultural del país y la difusión de su cultura, capacidades e identidad en el exterior.

Según datos del ICAU, las exportaciones durante 2017 por servicios audiovisuales certificados (beneficiarias de la exoneración del IVA) superaron los 18 millones de dólares. Fueron 33 empresas las que exportaron a través del mencionado mecanismo y 231 la cantidad de servicios audiovisuales exportados. Del total exportado en dicho año, 45% fue destinado a América del Sur, 36% a América del Norte, el 10% Europa y el 8% América Central.

Por otro lado, de los datos recabados por Montevideo Audiovisual / Oficina de Locaciones Montevideanas, durante 2017 se tramitaron 207 permisos para uso de espacios públicos en la ciudad de Montevideo para rodajes cinematográficos.

Las empresas orientadas a la producción de servicios y de spots publicitarios, explican el mayor porcentaje de la facturación y de las exportaciones de la industria, habiendo facturado entre los años 2011 y 2017, aproximadamente 140 millones de dólares. Es el subsector con mayor cantidad de empresas y el que tiene una inserción más estable en el mercado internacional, liderada por un grupo pequeño altamente competitivo en Latinoamérica.

Las productoras de videojuegos y animación son el subsector más joven del Conglomerado y el que presenta menor número de empresas. Sin embargo, el sector avanza en su consolidación y posicionamiento tanto interno como externo, con juegos que han alcanzado los primeros lugares del ranking de las *Apps Store*. Según estimaciones de la firma especializada Newzoo, el valor generado por las empresas uruguayas de videojuegos en 2017 se ubica en 32 millones de dólares.

Principales tendencias internacionales

En cuanto a la prospección tecnológica en Industrias Creativas:

“Las tres principales tendencias en tecnologías emergentes que identifica el equipo de Gartner (2017) son:

- 1) **Inteligencia Artificial en todas partes:** *Aprendizaje Profundo, Inteligencia Artificial General, Vehículos Autónomos, Smart Robots, UAV Comerciales (Drones), Interfaces Conversacionales de Usuario, Taxonomía Empresarial, Gerenciamiento Ontológico, Aprendizaje de Refuerzo Profundo, Aprendizaje Automático, Smart Dust, Computación Cognitiva, Espacio inteligente de trabajo;*
- 2) **Experiencias Transparentes Inmersivas:** *Impresión 4D, Realidad aumentada, Cerebro-Computadora, Interfaz, Hogar conectado, Humanos Aumentados, Nanotube Electronics, Realidad Virtual, Displays volumétricos;*
- 3) **Plataformas Digitales:** *Computación Cuántica, 5G, Computación Edge, Blockchain, Hardware neuromórfico, Digital Twin, PaaS sin servidor, Seguridad Definida por Software, Plataforma IoT.”²*

² Fuente : INDUSTRIAS CREATIVAS. ASPECTOS QUE REFIEREN A SU DINÁMICA EN EL CRUCE CON LO TECNOLÓGICO. Aportes para una Prospectiva sobre el Sector. SINERGIA TECH .Montevideo, Noviembre 2017





Subsector	Crecimiento global (Tendencia general)	Drivers
Televisión	TV y Video (global): US\$ 286 bn en 2015. US\$ 326 en 2020.	<ul style="list-style-type: none"> • La TV multicanal pagada está siendo desplazada por nuevas plataformas de <i>streaming</i> y TV on demand, debido a la posibilidad de ofrecer un servicio más personalizado y a menor costo. • Publicidad dirigida. El uso de big data y data science por parte de grandes empresas permitirá generar publicidad y recomendaciones al público específico para cada producto. • The Walt Disney Company compró activos de 21st Century Fox por US\$ 71.3 bn y prepara su entrada a la industria de la distribución digital para competir con Netflix y Amazon.
Cine y Servicios de producción	Box office (global): US\$ 38.3 bn en 2015 a 49.3bn en 2020	<ul style="list-style-type: none"> • Formato de grabación: desarrollo de nuevas tecnologías remodelan la forma de producción cinematográfica. Influencia de los grandes marca pauta: Netflix solo producirá contenido en resolución no menor a 4K. • As co-production has increased, animation studios in China and India have become popular co-production partners of studios in Europe, Japan, and North America. From the point of view of the major studios, coproduction can provide flexibility while working with small studios and bring new and fresh creativity from other countries. • Ubicaciones para rodar películas. UK sobrepasa a Canadá como ubicación para rodaje cinematográfico de Hollywood. Factores determinantes: beneficios tributarios para rodar películas, infraestructura de soporte y tipo de cambio. • Series Cinema: la producción de series de larga duración y alto presupuesto compiten con los largometrajes. Alto gasto de empresas como Netflix y Amazon en generación de contenido (ej: adquisición de franquicia de "El Señor de Los Anillos" por Amazon). • https://variety.com/2013/biz/features/production-services-help-filmmakers-around-the-world-1200501477/
Contenidos audiovisual web	Tamaño global: US\$ 1.37 bn en 2015, 33.9 bn a 2022, CAGR de 57.8%. Otra fuente: 55% www.marketresearchengine.com/Virtual-Reality-Market	<ul style="list-style-type: none"> • Incorporación de los gadgets en el mercado de los videojuegos y entretenimiento, junto con entrenamientos militares y otras simulaciones. Se espera que la mejora tecnológica permita experiencias más reales que acerquen a potenciales consumidores de distintas áreas (salud, educación, deportes, defensa, etc.). • La mayor proporción de ingresos de la industria viene por la venta de HMD (head-mounted displays) y no por contenido propiamente. EEUU es el principal mercado de VR. Sin embargo, se espera que el componente software crezca más rápido que el hardware en los próximos años. • V-commerce: uso de realidad virtual para simular, por ejemplo, prueba de ropa y calzado.
Animación	Tamaño global: US\$ 244 bn en 2015, creciendo a un 5% anual.	<ul style="list-style-type: none"> • Mayor demanda de servicios de producción de animaciones. Razones: mayor penetración de dispositivos móviles y acceso a canales masivos de exhibición como Netflix. Paralelamente: aumento de oferta. Razón: desarrollo tecnológico que se refleja en menores costos de equipos computacionales
Videojuegos	CAGR estimado 2012-2023: <ul style="list-style-type: none"> • Móvil: 26,8%; PC: 3,1%; Consola: 2,3% En 1 década el segmento móvil habrá pasado de ser el más pequeño, al 59% de un mercado de USD 180 billones. LATAM es el 2° continente que más crece, después de China. https://newzoo.com/insights/articles/global-games-market-reaches-137-9-billion-in-2018-mobile-games-take-half/	Distribución <i>direct-to-gamers</i> : Digitalización permite distribución directa al jugador sin pasar por <i>retail</i> físico. Grandes compañías. ya están cambiando canal de distribución: <ul style="list-style-type: none"> • Crecimiento acceso a smartphone • Aumento capacidad de computación dispositivos móviles • Mejora conexión inalámbrica El principal medio de monetización es a través del esquema Free-to-play o freemium (por sobre el pay-to-play), el cual permite un acceso parcial al juego, donde el usuario solo paga para acceder a la versión completa del juego o para obtener ciertos beneficios dentro del juego.
General	https://www2.deloitte.com/us/en/pages/technology-media-and-telecommunications/articles/media-and-entertainment-industry-outlook-trends.html#	http://economy.scag.ca.gov/Economy%20site%20document%20library/CFC_Film_Regulations_Policies.pdf

Objetivos, líneas estratégicas, restricciones y oportunidades

Se identificaron cuatro líneas estratégicas para el desarrollo del sector audiovisual en el corto y mediano plazo. En el centro de la política audiovisual está el potenciar al conjunto de subsectores de la producción audiovisual, su inserción en los mercados nacionales e internacionales y la ampliación de sus redes. En este sentido la Hoja de Ruta propone para el corto y mediano plazo las siguientes líneas estratégicas:

1) Fortalecimiento de la producción de contenidos audiovisuales

- Promoción e incentivo a la producción de contenidos audiovisuales en todo el territorio nacional.
- Adecuación, coordinación y refuerzo de incentivos a la producción de contenidos en todo el territorio nacional.
- Diseño de nuevas formas de financiamiento, nuevas herramientas de gestión financiera y mecanismos de apoyo a la producción independiente, con atención a la especificidad de los subsectores.
- Adecuación de la oferta de mecanismos e instrumentos de fomento y de promoción generales a las especificidades del sector.
- Fortalecimiento del tejido empresarial.
- Promoción de la calidad técnica (empresas de servicios de producción, empresas de post producción, empresas de efectos especiales, empresas de alquiler de equipamiento).
- Mejora de las capacidades profesionales. Promoción del talento creativo y de gestión del Uruguay Audiovisual (directores, guionistas, productores ejecutivos y de campo, locacionistas, actores, directores de fotografía, arte y sonido, postproductores de imagen, sonido y musicalización, animadores, desarrolladores de videojuegos).

2) Estrategia país para el posicionamiento internacional del Uruguay Audiovisual y ampliación de sus mercados

- Diseño de un Plan de internacionalización de la industria audiovisual para que Uruguay sea reconocido como Plaza Fílmica y Creativa.
- Acordar y diseñar la institucionalidad y alcance de una estructura de promoción y posicionamiento internacional del Uruguay Audiovisual, sus productos, servicios y empresas, para la ampliación de sus mercados y oportunidades de negocio.
- Establecer mecanismos de análisis y relevamiento de oportunidades y generar los instrumentos de comunicación y promoción sectorial y



subsectoriales para el posicionamiento de marca de Uruguay Audiovisual, sus atributos, productos, empresas y servicios.

- Mecanismos de acción sectoriales y subsectoriales para misiones en el extranjero e inversas.
- Mecanismos para apoyar la internacionalización de empresas.
- Presencia en Festivales y premios internacionales.

3) Fomento de la inserción de empresas nacionales en la cadena audiovisual global: atracción de producciones audiovisuales internacionales

- Implementar sistema de incentivos en régimen para atraer proyectos internacionales de gran porte.
- Mejora de instrumentos y acuerdos de coproducción.
- Implementación de nuevos mecanismos para la atracción de producciones internacionales.
- Implementación y mejora de instrumentos de Film Commission Nacional y locales. Coordinación de oficinas en el territorio. Implementación y armonización de protocolos para gestión de trámites y permisos de filmación y uso de locaciones.
- Articulación para la promoción internacional de locaciones y servicios
- Promoción y desarrollo de la zona franca temática.

4) Desarrollo de un Observatorio Audiovisual Nacional

- Implementación de un instrumento permanente de monitoreo y generación de información sistemática del sector, capaz de insertarse en un Observatorio de Industrias Creativas, que incluya el tratamiento y difusión de esos datos para el diseño de políticas públicas y la promoción de la actividad:
 - Estadísticas del sector (Ventas, empleo, producción, exportaciones, audiencias)
 - Vigilancia tecnológica
 - Inteligencia de mercado



Gobernanza de la Hoja de Ruta

La gobernanza de la Hoja de Ruta del sector audiovisual estará a cargo del Ministerio de Educación y Cultura, a través del ICAU, y el Ministerio de Industria, Energía y Minería, a través de la DINATEL, coordinada en el ámbito del Consejo Sectorial. También participarán de esta gobernanza la ANDE y Uruguay XXI, en el ámbito de sus cometidos específicos.

El Consejo sectorial Audiovisual, aparte de la coordinación a cargo de los Ministerios mencionados, lo integran, en carácter consultivo, agremiaciones representantes del sector empresarial y de los trabajadores. Asimismo, el ámbito del Consejo, en caso de que lo amerite, funcionará de forma ampliada convocando a representantes y/o referentes de la academia, sector público, privado o trabajadores vinculados al sector.

El Consejo Sectorial Audiovisual tiene el propósito de contribuir a:

- a) el diseño, desarrollo e implementación de políticas sectoriales;
- b) la supervisión y evaluación del desarrollo de dichas políticas;
- c) el ajuste o rediseño de las políticas y la adecuación de las herramientas correspondientes en función de la evolución del sector;
- d) la identificación de restricciones e imperfecciones del mercado, así como necesidades del desarrollo productivo que se presentan coyunturalmente, para la propuesta de medidas paliativas que permitan preservar los objetivos de mediano y largo plazo.



Acciones prioritarias y Proyectos específicos

Plan de internacionalización Uruguay Audiovisual

DESCRIPCION	<p>Se propone la elaboración de un Plan Integral de Internacionalización para el sector, con un horizonte temporal de mediano plazo, que defina prioridades en términos de segmentos, mercados y acciones.</p> <p>El Plan tiene por objetivo definir una estrategia de internacionalización para los diferentes segmentos del sector, potenciando la marca Uruguay Audiovisual, aumentando la presencia a nivel internacional, y desarrollando las condiciones que le permitan a las empresas internacionalizarse.</p> <p>Se busca redefinir, fortalecer y ampliar los alcances de la producción nacional en el exterior y al Uruguay como plaza fílmica a través de la búsqueda de nuevos mercados y canales comerciales potenciales para los proyectos y productos audiovisuales nacionales generando nuevos modelos de negocio.</p> <p>El Plan considerará los instrumentos de apoyo actualmente disponibles para las diferentes etapas, y, en caso de que se entienda pertinente, indicará necesidades de ajuste y fuentes de financiamiento, para adecuarlos al sector o crear nuevos.</p> <p>El Plan contendrá una propuesta para redefinir, fortalecer y ampliar la <i>Film Commission</i> Uruguay como institución promotora de la producción nacional en el exterior y del Uruguay como plaza fílmica.</p> <p>Asimismo, contemplará la ejecución del proyecto piloto Fondo Uruguay Audiovisual (proyecto desarrollado más adelante) y sentará las bases para su evaluación a efectos de definir su continuidad.</p>
FECHA INICIO	01/2019
PLAZO	12/2019
OBJETIVO	Promover la internacionalización de la industria audiovisual en todos sus sub sectores.
PRINCIPALES HITOS	<p>09/2019 – Propuesta de Plan de Internacionalización elaborada</p> <p>12/2019 – Plan de internacionalización aprobado</p>
RESPONSABLE	MEC-ICAU – MIEM-DINATEL – Uruguay XXI
PARTICIPANTES	MEF, MRREE, MINTUR, ANDE, Locaciones Montevideanas, Gobiernos Departamentales, Congreso de Intendentes, sector privado



Fondo Uruguay Audiovisual - Componente producciones internacionales

DESCRIPCION	<p>Mecanismo que promueve la producción audiovisual nacional a través de la atracción de producciones internacionales de gran porte que contribuyan a la mejora de las capacidades locales y la profesionalización del sector, y a la incorporación competitiva del país en el mercado de producciones internacionales.</p> <p>A través del mismo se apoyan producciones audiovisuales extranjeras filmadas total o parcialmente en Uruguay, otorgando apoyos no reembolsables equivalentes a un porcentaje de los gastos en ciertos rubros elegibles en los que incurran dichas producciones.</p> <p>El Fondo Uruguay Audiovisual, en su fase piloto, tendrá una dotación de 4 millones de dólares, en el conjunto de sus dos componentes.</p>
FECHA INICIO	01/2019
PLAZO	12/2020

OBJETIVO	Promover la producción audiovisual nacional a través de la atracción de producciones internacionales
PRINCIPALES HITOS	<p>03/2019 – Programa piloto de incentivo operativo</p> <p>12/2019 – Evaluación intermedia de funcionamiento del Programa piloto</p> <p>12/2020 – Evaluación del Programa piloto concluida</p>
RESPONSABLE	ANDE
PARTICIPANTES	MEC-ICAU – MIEM-DINATEL – Uruguay XXI

Fondo Uruguay Audiovisual - Componente Producciones Nacionales

DESCRIPCION	<p>Mecanismo complementario a los existentes que promueve de manera prioritaria la fase de producción, con un componente en la fase de desarrollo a través del otorgamiento de apoyos no reembolsables. Estos serán equivalentes a un porcentaje de los gastos incurridos en ciertos rubros elegibles en las producciones nacionales de cierto porte. Esta vía será implementada en el marco de una línea anexa del Fondo de Fomento Cinematográfico y Audiovisual.</p> <p>Una segunda vía habilitará el ingreso de proyectos en forma abierta, que serán seleccionados a través de la aplicación de una matriz de ponderación en base a indicadores prioritarios.</p> <p>Proyectos seleccionados en ambas vías podrán acceder a mecanismos de fondos de garantía y/o anticipos porcentuales</p> <p>Este instrumento busca promover el fortalecimiento, la mejora y la más rápida ejecución de proyectos que destaquen por su impacto potencial.</p> <p>El Fondo Uruguay Audiovisual, en su fase piloto, tendrá una dotación de 4 millones de dólares, en el conjunto de sus dos componentes.</p>
FECHA INICIO	01/2019
PLAZO	12/2020

OBJETIVO	Promover la producción audiovisual nacional por la vía de fomentar la calidad y cantidad de proyectos audiovisuales de impacto
PRINCIPALES HITOS	<p>03/2019 – Primer Programa piloto de incentivo operativo</p> <p>12/2019 – Evaluación intermedia de funcionamiento del Programa piloto</p> <p>12/2020 – Evaluación del Programa piloto concluida</p>
RESPONSABLE	ANDE
PARTICIPANTES	MEC-ICAU, MIEM-DINATEL, Uruguay XXI

Vinculación estratégica de mecanismos de apoyo

DESCRIPCION	<p>Se propone coordinar formalmente la institucionalidad vinculada a los mecanismos de apoyo disponibles para el sector audiovisual, de forma de potenciar el efecto de estos. Se trata de coordinar objetivos, actividades y montos de modo de evitar el solapamiento y promover la integración de las etapas involucradas en el proceso de producción audiovisual.</p> <p>Se deberá instrumentar una propuesta de institucionalidad para coordinar los fondos existentes, incluyendo el Fondo de Fomento, FIC, FONA, Fondos municipales, Fondos ministeriales, Fondo LSCA, de forma de tener lineamientos estratégicos acordados y un mecanismo de consulta institucionalizado para maximizar la capacidad de los fondos disponibles.</p> <p>Asimismo, se deberá evaluar el establecimiento de estímulos escalonados asociados a parámetros dados, y el establecimiento de un Plan de evaluación y monitoreo asociado a los mecanismos, que contemple la adecuación periódica de los instrumentos de apoyo existentes.</p>
FECHA INICIO	01/2019
PLAZO	12/2019

OBJETIVO	Promover la producción audiovisual vía una mayor sinergia y complementariedad estratégica en los mecanismos de apoyo
PRINCIPALES HITOS	06/2019 – Propuesta de institucionalidad realizada 12/2019 – Mecanismo implementado
RESPONSABLE	MEC-ICAU – MIEM-DINATEL
PARTICIPANTES	MEF, ANDE, Uruguay XXI, entidades ejecutoras de mecanismos de apoyo

Optimización de los incentivos tributarios al Sector Audiovisual

DESCRIPCION	<p>Las características de los proyectos audiovisuales han justificado la previsión expresa, en la actualización de la Ley de Zonas Francas, de las zonas temáticas de servicios audiovisuales, entendidas como uno de los componentes del fomento de la inserción de empresas nacionales en la cadena audiovisual global.</p> <p>Las referidas características de los proyectos audiovisuales requieren también de un tratamiento específico para que las empresas puedan hacer uso de los beneficios previstos en la Ley de Inversiones, así como en relación con el tratamiento del IVA en los servicios prestados en el marco de producciones nacionales con potencial de internacionalización.</p> <p>Considerando lo planteado, se propone:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) instrumentar un régimen sectorial en el marco de la Ley de Inversiones, que permita a las empresas del sector, que cumplan con determinados criterios, acceder a una exoneración de IRAE e impuestos a la importación de equipamiento. 2) extender la exoneración del IVA a servicios prestados a producciones nacionales, siempre que se cumplan ciertas condiciones que podrán incluir: estar al día con BPS y DGI; estar registrado en ICAU; ser un contenido no académico, independiente y no publicitario; y acreditar estar al día con los compromisos contractuales laborales
FECHA INICIO	01/2019
PLAZO	12/2019
OBJETIVO	Fomentar la oferta de la industria audiovisual vía incentivos tributarios al desarrollo de la actividad
PRINCIPALES HITOS	<p>12/2018 - Proyecto de Decreto reglamentario de la Ley de inversiones elaborado</p> <p>03/2019 - Normativa relativa al IVA elaborada</p> <p>06/2019 - Regímenes en funcionamiento</p>
RESPONSABLE	MEF
PARTICIPANTES	MEC-ICAU – MIEM-DINATEL



Acceso al Financiamiento / Sistema de Garantías



DESCRIPCION	<p>Independientemente de si se trata de un rodaje, animación o un proyecto intensivo en efectos especiales, la etapa de producción audiovisual implica un fuerte desembolso de recursos para contratar servicios, equipamiento, y sobre todo, recursos humanos.</p> <p>Para este fin, la industria audiovisual contempla varias fuentes de financiamiento. Algunas muy variables e inciertas, como el <i>box-office</i> en salas de cine, otras asociadas a subsidios públicos o auspicios de aliados privados, y otras, que si bien no contemplan un alto grado de incertidumbre, implican flujos futuros que obligan a contar con liquidez inmediata, como son las “ventas en verde” a canales de televisión, distribuidoras y, más recientemente, a las OTT como Netflix, Amazon, Hulu, entre otras.</p> <p>Este tercer caso implica la existencia de un descalce entre flujos futuros asegurados y obligaciones financieras presentes, el cual puede ser cubierto por la oferta de créditos privados, bancarios o no bancarios. Sin embargo, la naturaleza inmaterial de los activos resultantes de la producción audiovisual restringe el crédito, puesto que no existe colateral frente a un potencial default.</p> <p>Se propone evaluar la implementación de un sistema de garantías públicas, con prioridad en la adecuación de mecanismos existentes, con el fin de contribuir al acercamiento entre la oferta de crédito privado y la producción audiovisual.</p>
FECHA INICIO	03/2019
PLAZO	12/2020

OBJETIVO	Facilitar el acceso a crédito de los proyectos audiovisuales
PRINCIPALES HITOS	<p>06/2019 – Diagnóstico de brechas de financiamiento del sector audiovisual</p> <p>12/2019 – Propuesta de diseño o adaptación de un mecanismo de garantías adecuado al sector</p> <p>12/2019 – Actividades de acercamiento entre instituciones financieras y el sector audiovisual para generar conocimiento y confianza en la actividad del sector</p>
RESPONSABLE	ANDE
PARTICIPANTES	MEF, MEC-ICAU – MIEM-DINATEL, Instituciones Financieras

Mejora del Clima de Negocios

DESCRIPCION	<p>Con el objetivo de facilitar la producción audiovisual en el país, nacional y extranjera, se entiende necesario facilitar la gestión de trámites y permisos de locaciones para rodajes. Esto implica identificar requisitos y procesos actuales, definir Protocolos y evaluar la implementación de una Plataforma Online que presente la propuesta de valor y las locaciones disponibles en Uruguay (anidada en web de Uruguay Audiovisual que agrupe: beneficios; contactos institucionales; directorio de empresas; servicios, proveedores y técnicos; catálogos y publicaciones con datos de producciones; información del Observatorio Audiovisual).</p> <p>Este proyecto implica implementar una estrategia para apoyar la implementación de oficinas de locaciones departamentales, así como la coordinación de las intendencias departamentales.</p>
FECHA INICIO	01/2019
PLAZO	12/2019

OBJETIVO	Promover la industria cinematográfica y la producción audiovisual.
PRINCIPALES HITOS	04/2019 – TDR consultoría elaborado 09/2019 – Informe de situación actual, y propuesta de ajustes y protocolo para facilitar trámites y permisos
RESPONSABLES	MEC-ICAU – MIEM-DINATEL – Uruguay XXI
PARTICIPANTES	MEF, MRREE, MINTUR, Congreso de Intendentes, Gobiernos Departamentales, Oficinas de Locaciones, sector privado



Fortalecimiento de capacidades en la industria audiovisual RRHH



DESCRIPCION	<p>La creación y distribución de contenidos audiovisuales es intensiva en recursos humanos. Las habilidades asociadas a la producción audiovisual están fuertemente relacionadas con las tecnologías de la información, así como con un conjunto de herramientas y equipamiento muy dinámico y en constante evolución.</p> <p>Se entiende que para ser competitiva, la industria audiovisual nacional debe mejorar constantemente la calificación de los recursos humanos del sector, tanto a nivel técnico como profesional, por medio de talleres, cursos, becas de especialización, postgrados y maestrías, así como atraer capital humano avanzado, incluyendo a uruguayos radicados en el exterior.</p> <p>Lo anterior incluye coordinar con el programa llevado adelante en el marco de INEFOP y promover programas con universidades públicas y privadas. Se considera hacer foco en la formación en gestión y modelos de negocios, especializaciones técnicas y uso de nuevas tecnologías, y promoción de laboratorios o incubadoras de proyectos para jóvenes y nuevos contenidos.</p>
FECHA INICIO	01/2019
PLAZO	12/2020

OBJETIVO	Mejorar las capacidades técnicas y profesionales de los trabajadores del sector audiovisual
PRINCIPALES HITOS	<p>06/2019 - Diagnóstico de brechas de formación técnica y profesional en el sector audiovisual</p> <p>12/2019 - Elaboración de perfiles profesionales</p> <p>03/2020 - Plan de acción: becas, cursos especializados y atracción de capital humano de alta especialización</p>
RESPONSABLE	MEC-ICAU – MIEM-DINATEL
PARTICIPANTES	INEFOP, Uruguay XXI, Universidades, ANEP, UTU, sector privado

Observatorio de la Industria Audiovisual

DESCRIPCION	<p>La ausencia de datos sistemáticos y actualizados relativos al sector genera la necesidad de diseñar e implementar un sistema para relevar datos estadísticos de las empresas, así como la generación de indicadores para evaluar su desempeño.</p> <p>Si bien se han hecho esfuerzos para mejorar esta carencia, como la Cuenta Satélite de Cultura y el registro de exportaciones a través del IVA 0, estos no han sido suficientes y no abarcan a todos los subsectores de la industria.</p> <p>Se entiende necesario evaluar la mejor alternativa en términos de:</p> <ul style="list-style-type: none"> - metodología para generar la información - institucionalidad, considerando la capacidad de generar información oportuna, acceso a fuentes de información y capacidad de garantizar sostenibilidad en el proyecto. - vinculación con otros observatorios existentes o a crearse, considerando en particular la posibilidad de un observatorio único para las industrias creativas.
FECHA INICIO	12/2018
PLAZO	12/2019

OBJETIVO	Mejorar la información sobre el sector
PRINCIPALES HITOS	04/2019 – TDR consultoría elaborado 12/2019 – Propuesta institucional y metodológica
RESPONSABLE	MEC-ICAU – MIEM-DINATEL – ANDE
PARTICIPANTES	Uruguay XXI, Observatorio Productivo, sector privado

