



NÚÑEZ, GONZÁLEZ & RODRÍGUEZ

A B O G A D O S

Informe del Sector Audiovisual en las Islas Canarias

Noviembre 2020



INDICE

1. Introducción.
2. Objetivos del Estudio.
3. Metodología.
4. Marco Conceptual.
5. Tendencias industriales globales, nacionales y regionales.
 - a. Tendencias mundiales.
 - b. Tendencias en Europa.
 - c. Tendencias en España.
 - d. El sector canario.
 - e. Factores de competitividad y perspectivas en la evolución del sector.
6. Régimen fiscal del sector audiovisual en Canarias y otros apoyos.
 - a. Los incentivos fiscales en general.
 - b. La aplicación de los incentivos en Canarias.
 - c. Efectos del incentivo sobre el gasto en Canarias.
 - d. AIEs en la producción nacional.
 - e. La RIC y la ZEC.
 - f. Ayudas directas.
 - g. RTVC
7. Conclusiones, acciones y recomendaciones.
8. Anexos

1. Introducción

Resulta amplio el consenso sobre que las obras audiovisuales, y el cine en particular, desempeñan un papel importante en la configuración de las identidades de cada país o región, tanto por lo que respecta a aspectos comunes entre dichos territorios como en lo que concierne a la diversidad cultural que caracteriza nuestras diferentes tradiciones e historias. Habida cuenta de su amplia influencia social, constituyen incluso un elemento esencial para el buen funcionamiento de las democracias, permitiendo la crítica u opinión como herramienta de expresión y ofreciendo, asimismo, nuevas oportunidades para fomentar la cultura y la conservación del patrimonio¹.

Como explica la doctrina económica, parece ponerse de manifiesto que el cine es objeto de actuación y fomento por los poderes públicos básicamente por su carácter cultural. La cultura, concepto de marcado carácter antropológico, da cabida a todas las manifestaciones artísticas del hombre, entre las que se incluye por derecho propio la cinematografía. Ya en las célebres Conversaciones de Salamanca² se definió el cine como un fenómeno cultural y artístico y, subsidiariamente, como un sector económico e industrial, lo que trae como consecuencia la presunta dicotomía y oposición entre películas de calidad (en las que prima el contenido estético, artístico y cultural) y películas comerciales (en las que se valoran, ante todo, los rendimientos económicos) a la hora de definir el objetivo de la política de fomento del cine español³.

Este es el mismo planteamiento del artículo 151 del Tratado Constitutivo de la Comunidad Europea, en la redacción dada por el Tratado de la Unión Europea, firmado en Maastricht el 7 de febrero de 1992, que considera al sector audiovisual

¹ En este sentido, la Comunicación sobre la Comisión sobre la ayuda estatal a las obras cinematográficas y otras producciones del sector audiovisual (2013/C 332/01) expone que «las obras audiovisuales, especialmente las películas, desempeñan un papel importante en la configuración de las identidades europeas, ya que reflejan la diversidad cultural de las distintas tradiciones e historias de los Estados miembros y regiones de la UE. Las obras audiovisuales son tanto bienes económicos, que ofrecen importantes oportunidades para la creación de riqueza y empleo, como bienes culturales que reflejan y configuran nuestras sociedades».

² Aragüez Rubio, C. *Intelectuales y cine en el segundo franquismo de las Conversaciones de Salamanca al nuevo cine español*. Ed. Uned difusión y ventas. Segovia, 2005, pág. 121.

³ Alcantarilla Hidalgo, F. J. «La actividad administrativa en la cinematografía y el audiovisual», *Actualidad Administrativa*, nº 12, Sección Doctrina, Semana del 18 al 24 Mar. 2002, Ed. La Ley, pág. 307: «A través de las salas de exhibición, del poderoso vehículo que es la televisión o de las nuevas tecnologías de la comunicación, la cinematografía constituye una clara manifestación de la cultura y del pensamiento, a la vez que un medio o instrumento de formación de las personas. Consciente de ello, la UNESCO, en la Conferencia de Venecia de 1970, al consagrar la cultura como un derecho del hombre, aprobó un principio específico según el cual las películas cinematográficas deben ser consideradas como un instrumento educativo, científico y cultural al mismo nivel del libro, por lo que sería deseable que en todos los países se desarrollase con las mismas facilidades de carácter administrativo y fiscal».

como creación artística, expresión cultural de los Estados miembros y parte del patrimonio cultural común.

La Comisión Europea expresamente avala el aspecto cultural del cine y su capacidad para proteger otros bienes sociales superiores al de la propia producción audiovisual. Además, recoge en su Comunicación 2013/C 332/01 que la diversidad lingüística constituye un importante elemento de la diversidad cultural. De ahí que la defensa y promoción del empleo de una o varias de las lenguas de un Estado miembro también contribuya a la promoción de la cultura según jurisprudencia reiterada del Tribunal de Justicia de las Comunidades Europeas. Por ello, tanto la promoción de una lengua de un Estado miembro como la política cultural pueden constituir una razón imperiosa de interés general que justifique una restricción del ejercicio de la libertad de prestación de servicios (restricciones a la competencia, ayudas de estado, etc.).

En este sentido, como expuso la abogada general Juliane Kokott, el 4 de septiembre de 2008, en el asunto C-222/07 Unión de Televisiones Comerciales Asociadas con el Tratado de Maastricht, la Comunidad contribuye al florecimiento de las culturas de los Estados miembros dentro del respeto de su diversidad nacional (artículo 151 TCE, apartado 1), apoya la acción de los Estados miembros, entre otros ámbitos, en el de la mejora del conocimiento y la difusión de la cultura y la historia de los pueblos europeos y en el de la creación artística y literaria, incluido el sector audiovisual (artículo 151 TCE, apartado 2). De este modo, el respeto y el fomento de la diversidad de sus culturas constituye una tarea transversal del conjunto de su actividad (artículo 151 TCE, apartado 4), es decir, también en relación con la legislación sobre los servicios audiovisuales, y, por último, constituye una expresión del respeto que muestra la Unión Europea por la identidad nacional de sus Estados miembros.

Nuestra propia Ley 55/2007, de 28 de diciembre, del Cine, recoge esta calidad del cine y del ámbito audiovisual como sector estratégico de nuestra cultura (y también de nuestra economía). Reconoce en su preámbulo que, como manifestación artística y expresión creativa, es un elemento básico de la entidad cultural de un país, a fin de que la política de protección y fomento pueda ser considerada dentro del marco jurídico y de los mecanismos y herramientas que posibilitan la mejora de competitividad de nuestras empresas, incluidas las ayudas e incentivos fiscales o la inserción en las políticas específicas de investigación y desarrollo.

Como expresamente reconoció la Resolución del Consejo Europeo de la Unión Europea de 12 de febrero de 2001⁴ sobre ayudas al sector del cine y el sector audiovisual, «el Consejo invita a los Estados miembros a fomentar la creación de productos cinematográficos y audiovisuales mediante políticas nacionales de apoyo. Las ayudas nacionales en este ámbito podrán contribuir de este modo al desarrollo de un mercado audiovisual europeo». Concretando adicionalmente que: «la industria audiovisual desempeña una función primordial en la conservación de la diversidad cultural en Europa así como en la creación de empleo y riqueza. Por esta razón, el Consejo reclama el apoyo a esta industria que sufre numerosas deficiencias

⁴ Resolución del Consejo, de 12 de febrero de 2001, sobre las ayudas nacionales al sector del cine y al sector audiovisual [Diario Oficial C 73 de 6.3.2001].

estructurales, entre las cuales destacan la subcapitalización de sus empresas y la escasa circulación transnacional de las obras. Las ayudas nacionales permiten desarrollar la capacidad de los Estados miembros para definir y poner en práctica políticas culturales y audiovisuales que preservan la diversidad cultural europea».

Como recogen otros autores, con la llegada de la industrialización y la mercantilización de la cultura y la comunicación surgió la preocupación adicional de que esta cultura industrializada pusiera en peligro la supervivencia de otros tipos de producción cultural no asumidos por las industrias culturales. Este nuevo escenario impulsó el surgimiento de un nuevo modelo de intervención del Estado en la cultura con el ánimo de proteger el ámbito más artístico frente a la prevalencia de la cultura de masas. De esta forma se reclama la intervención del Estado por parte de aquellos estamentos sociales que veían en la cultura masiva el fermento para la desaparición de la misma y, además, urgen al Estado para defender los intereses económicos de determinados sectores industriales por la competencia exterior o por la escasa rentabilidad de estas actividades⁵. De esta forma, atendiendo a esas demandas, el ámbito público mantiene sistemas de apoyo audiovisual y también para la defensa económica de la producción cultural⁶.

Y más ligado con el objeto del presente estudio, no cabe disociar la visión cultural de la industrial en el ámbito que se ha procedido a analizar. Dentro de este marco, el sector audiovisual viene adquiriendo gran importancia económica dado el fuerte crecimiento de su demanda, y como consecuencia, una fuerte influencia directa e indirecta sobre el resto de los sectores; a su vez, dicho sector se impone como uno de los vehículos más importantes en la transferencia cultural, educativa y de entretenimiento⁷. A ello hay que añadir que el sector audiovisual es uno de los sectores fuertemente beneficiado por los efectos *spillovers* de los avances tecnológicos de las últimas décadas.

No cabe olvidar que el proceso vertiginoso de modificaciones económicas, legislativas, políticas o sociales en el que estamos inmersos plantea nuevos retos a la sociedad canaria. En este camino hacia un desarrollo industrial y de nuevos mercados, el mundo audiovisual tiene un rol decisivo por su capacidad de influir tanto en el ámbito social como en el económico.

Así, este sector audiovisual, con capacidad de exhibición en todo el mundo, es un sector estratégico como generador de oportunidades de desarrollo económico, en un contexto en el que el consumo de bienes inmateriales aumenta año tras año.

En lo que respecta a nuestro ámbito territorial Canario, ya en el año 2009 el Parlamento de Canarias, tras la presentación de una proposición no de Ley, votó y aprobó que Canarias debe apostar por el crecimiento y la diversificación de su

⁵ Domínguez Vázquez, I. *Políticas Culturales y cultura industrializada*. Ed. Universidad de Deusto. Bilbao, 1989, pág. 164.

⁶ Casado del Río, M. A. *Políticas culturales y de Comunicación. La intervención pública en cine, televisión y prensa*. Ed UOC. Barcelona, 2013, pág. 76.

⁷ Muñoz, C. *Economía del Cine y del Sector Audiovisual en España*. ICE Revista de Economía. Barcelona, 2001.

economía por medio de actividades que sean compatibles con el turismo y el respeto al medio ambiente, aportando valor añadido, y en este sentido el sector audiovisual es estratégico. Y hace más de 10 años de dicha medida, se compiló una serie de medidas esenciales para dar contenido a dicha declaración de sector esencial para el desarrollo del Archipiélago:

- Establecer un organismo de gestión interadministrativo que coordine las políticas que se lleven a cabo para su fomento y reordenación.
- La necesaria colaboración de las universidades canarias buscando un espacio a la formación en los nuevos oficios y negocios del audiovisual como potenciador del empleo cualificado y de mayor remuneración.
- Fomentar activamente la utilización de la RIC en productos audiovisuales.
- Potenciar el fortalecimiento del tejido industrial, mediante la puesta en marcha de parques tecnológicos, que agrupen a las empresas del sector, fomentando las sinergias, apoyando la creación de nuevas empresas y el refuerzo de las existentes mediante instrumentos como los créditos blandos y el capital semilla, además de propiciando la creación de fondos en concierto con la inversión privada.
- Y por último, tal y como hemos venido recogiendo en las anteriores páginas, fortalecer las industrias culturales, como labor indeclinable para todos los gobiernos, en tanto los productos que ellas generan contribuyen a afianzar valores de identidad, convivencia, diversidad cultural; fomentando el respeto, el conocimiento del otro, y por ende, la cohesión social y la democracia.

La crisis sanitaria y posteriormente económica y de conectividad derivada de la Covid-19, plantea un escenario económico especialmente complicado en el Archipiélago. Escenario que confronta con el hecho de tratarse de uno de los sectores industriales que más se ha desarrollado en los últimos años aún y cuando Canarias no ha mantenido una tradición audiovisual histórica.

2. Objetivos del Estudio

El presente estudio, además de hacer una radiografía del sector audiovisual en Canarias, analiza y trata los retos del sector tales como garantizar la calidad del servicio y la sostenibilidad económica de los medios públicos destinados al mismo, consolidar y hacer competitivos los prestadores privados, plantear escenarios de futuro para los medios locales o fortalecer las industrias culturales vinculadas al sector audiovisual.

Solamente realizando un diagnóstico estratégico del sector en la actualidad, junto con el análisis de las tendencias y el contexto competitivo, será posible definir una hoja de ruta que permita afrontar los retos del sector canario y aprovechar todas sus oportunidades, enfocando los recursos públicos y privados a alcanzar las metas estratégicas con el resultando de crecimiento rentable y sostenido.

Por ello, este documento contiene una serie de propuestas a modo de plan estratégico orientado a favorecer un desarrollo equilibrado del sistema canario audiovisual durante los próximos años.

Específicamente, la realización del presente estudio ha tenido como propósito principal dar respuesta a los retos siguientes:

- Comprobar el perfil e identificar las inquietudes y necesidades de los principales actores del sector de producción audiovisual de Canarias: tipología empresarial y principales servicios que ofrecen.
- Analizar y describir el entorno actual y las tendencias de la industria audiovisual a nivel global, centrándonos en los mercados nacionales e internacionales clave.
- Garantizar la sostenibilidad económica de los medios públicos empleados al sector audiovisual.
- Consolidar y hacer competitivos los prestadores privados, prestando especial atención al sector local.
- Fortalecer las industrias culturales canarias.
- Diagnosticar la situación actual, a escala internacional y nacional, del sector de producción de contenidos desde el punto de vista de la empresa e instituciones canarias, para la definición del posicionamiento del sector canario en el contexto actual
- Proponer una serie de medidas concretas orientadas a favorecer un desarrollo equilibrado del sistema canario de comunicación durante los próximos años.

Dado lo inabarcable de un análisis completo e integral de un marco tan amplio como el creativo audiovisual, el estudio se ha centrado en las principales subáreas de desarrollo del mismo en Canarias: el cine, la ficción y la animación. Por este motivo, si bien se recogen generalidades, quedan fuera del presente análisis otros ámbitos como la publicidad o los formatos televisivos.

Dicho lo anterior, se le ha dado al presente trabajo una aproximación eminentemente económica y estratégica, no agotando como es lógico todas las actuaciones públicas de la materia, tratando de resolver cuestiones relativas a cómo conseguir un sector más competitivo en Canarias, que, posteriormente, permita ser una herramienta de la cultura e identidad de las Islas.

3. Metodología

Para la realización del presente estudio se han utilizado diversas metodologías.

En primer lugar, se ha realizado una elaboración de información a partir de la consulta de datos en fuentes de información secundaria pública y privada (INE, EPA, SABI, IVIE, estudios sectoriales, artículos doctrinales, etc.), de ámbito mundial, europeo, nacional y autonómico.

Por otra parte, se ha recurrido a técnicas de recopilación de información digital y análisis estadístico, con la realización de cuestionarios a empresas y profesionales del sector, además de la consulta con profesionales especialistas en la industria audiovisual.

Dadas las propias características del sector, las limitaciones de información estadística condicionan y suponen una limitación al alcance de determinados análisis cuantitativos. Al no existir fuentes públicas estadísticas, los aspectos determinantes del sector local se han basado en gran medida en las entrevistas y la información primaria procedente de los agentes del sector. Para ello, se diseñaron cuestionarios para recoger información sobre las empresas consultadas y las necesidades de la industria, cuyos formularios se adjuntan.

En detalle de lo anterior, la metodología del trabajo se ha realizado siguiendo los puntos que se detallan a continuación:

- En primer lugar se realizó una recolección actual de los datos sobre la situación del sector en Canarias, con referencias al contexto mundial, europeo y nacional, para detectar las debilidades del sector canario e identificando las posibilidades de su crecimiento.

Con dicha información, se procedió al análisis pormenorizado de estos documentos (escritos audiovisuales y electrónicos) producidos, principalmente, en nuestro país o en el ámbito de la Unión Europea relativos a la industria audiovisual: estudios y publicaciones sobre el sector, revistas especializadas, estadísticas, encuestas, experiencias en otras comunidades autónomas que puedan servir de referencia, etc. Con ello, se ha pretendido obtener una información fiable, relevante y exhaustiva. La implantación de una metodología depurada de valoración y análisis (tanto cuantitativo como cualitativo) ha permitido detectar tendencias y establecer prioridades de actuación.

- Como segunda parte del presente estudio, se ha realizado una encuesta y cuestionarios a una muestra representativa de las empresas del sector. Se han realizado igualmente reuniones individuales con agentes clave del sector: operadores, representantes de asociaciones culturales y productoras de dentro y fuera de canarias.

De este modo, se ha enviado un formulario *on line*, con apoyo telefónico, a los máximos representantes de más de 50 empresas que desarrollan su actividad en el sector audiovisual de Canarias y entidades con alguna vinculación con el Archipiélago. A partir de esta encuesta se ha pretendido, principalmente, obtener información y opiniones de primera mano en relación con la dimensión de las compañías, su volumen de recursos humanos, su disponibilidad de medios técnicos, su adaptación a las nuevas tecnologías, necesidades o perspectivas de futuro.

El formulario de más 20 preguntas (en su gran mayoría, cerradas) ha sido diseñado para responder a estos –y otros- aspectos, y ha procurado adecuarse a la actual realidad empresarial del audiovisual de la región.

A partir de los elementos anteriores, se alcanzan las correspondientes conclusiones y recomendaciones que puedan servir para la fijación de objetivos públicos y privados concretos en aras del desarrollo y estabilidad del audiovisual en Canarias.

4. Marco Conceptual

El sector asociado a los bienes y servicios artísticos y culturales a nivel mundial se viene denominando “la Economía Naranja” o “Economía Creativa”. Dentro de España, la producción audiovisual se integra como un subsector del marco “gran industria audiovisual española”, de gran valor contributivo al PIB del país, como luego determinaremos.

Por sector audiovisual se entiende un conjunto heterogéneo de mercados caracterizado por participar directa o indirectamente en la provisión y recepción simultánea de sonido e imágenes en movimiento, con independencia del medio de transmisión utilizado y de si va dirigido a un solo individuo o a un conjunto de ellos.

Este sector se clasifica con el código 591 de CNAE, que se define como “Actividades cinematográficas, de vídeo y de programas de televisión”. Aunque dentro de esta clasificación figuran las actividades de producción, postproducción, distribución y exhibición de programas televisión y la industria de videojuegos, este estudio se enfoca principalmente al segmento cinematográfico y de video (cine, series y documentales), a pesar de la estrecha relación con estos sectores. Así, desde un punto de vista de clasificación industrial, el sector audiovisual se encuentra dividido en los siguientes epígrafes de actividad:

- 92. Actividades Recreativas, Culturales y deportivas.
 - o 92.1 Actividades Cinematográficas y de Video.
 - 92.11 Producción Cinematográfica y de Video.
 - 92.111 Producción de Películas.
 - 92.111 Actividades de apoyo a la producción.
 - 92.12 Distribución de Películas
 - 92.121 Distribución de Películas Cinematográficas.
 - 92.122 Distribución y edición de Películas.
 - o 92.2 Actividades de Radio y Televisión.
 - 92.201 Actividades de Radio.
 - 92.202 Actividades de Televisión.
 - 92.203 Emisión de programas de Televisión

De acuerdo a lo que recoge la Organización Mundial del Comercio, el sector audiovisual comprende aquellos servicios de producción y distribución de películas cinematográficas y cintas de video, servicios de proyección de películas, servicios de radio y televisión, así como los servicios de transmisión de video y radio y grabación de sonido.

El sector audiovisual se encuentra formado por actividades que se incluirían tanto en el sector industrial como en el de servicios. Las actividades que lo conforman pueden clasificarse atendiendo a dos criterios fundamentales: i) por una parte, su participación en la cadena de valor y, ii) por otra, según las características del producto final consumido. Así, de acuerdo a la primera perspectiva, el sector audiovisual se divide en cinco tipos de actividades: producción de contenidos, provisión de servicios, transmisión o distribución, equipamiento para el consumidor y equipamiento para productores y consumidores; siendo los tres primeros tipos los relacionados a los servicios audiovisuales, mientras que los dos últimos al de producción industrial. De este modo, se puede clasificar el sector audiovisual y su impacto en cuatro subsectores: el cinematográfico, el videográfico, la televisión y el multimedia⁸.

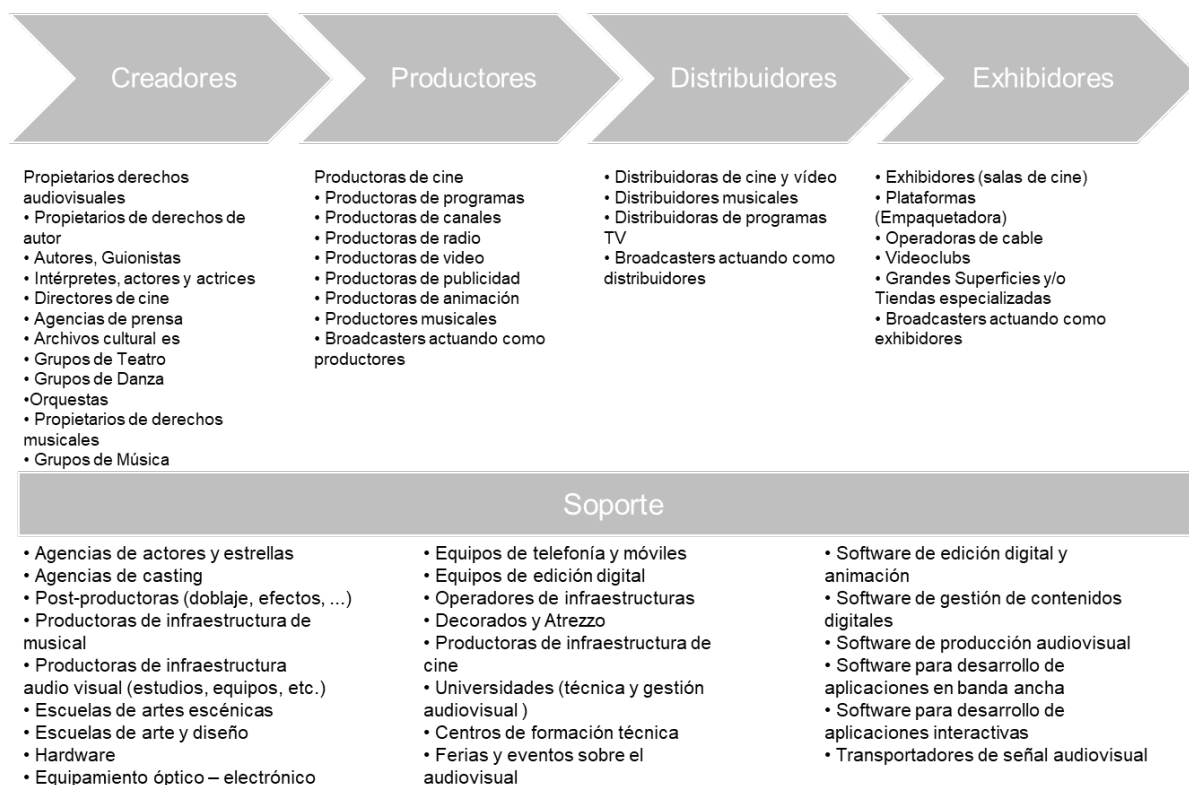
Actividad	Cinematografía	Televisión	Video	Multimedia
Creación de contenidos	Productoras de cine	Productoras de cine y TV	Productoras de cine y Tv	Empresas de software y videojuegos
Provisión de servicios	Salas de exhibición	Televisiones	Distribuidoras cinematográficas	Editores, integradores de contenidos
Distribución	Distribuidoras cinematográficas	Operadores de telecomunicación	Canales <i>retail</i>	SVOD - VOD - TVOD
Equipamiento particular		Televisores, Pantallas	Televisiones, pantallas.	Televisiones, pantallas.
Equipamiento productores	Equipamiento de salas, equipos de audio, material de producción	Sistemas de transmisión, infraestructura de redes, equipos	Equipos y laboratorios	Equipos y laboratorios

Las dos primeras industrias son responsables de los productos audiovisuales como películas, producción en televisión, documentales, animación, corporativos, educativos, videos, videos musicales, fotos, entre otros. El recorrido del proceso productivo hasta el consumidor final, sigue una cadena extensa desde la creación de un contenido, pasando por la distribución o transmisión y los diferentes mecanismos

⁸ Pablo Martí, F., & Muñoz Yebra, C. (2001). *Economía del cine y del sector audiovisual en España*. ICE, Revista De Economía, 1.

de exhibición, que en conjunto involucran a grandes industrias que se integran generando macro mercados altamente dinámicos con una alta penetración en las sociedades.

Respecto a los agentes de la cadena de valor del sector audiovisual podría realizarse el siguiente encuadramiento:



El sector cinematográfico no es solamente el más antiguo entre las actividades audiovisuales, también es, en gran medida, su máximo exponente pues marca las tendencias del resto de las actividades y es su principal *input*. Debido a su posición preponderante, ha recibido una gran atención por parte de las administraciones públicas, especialmente desde la perspectiva del fomento de la cultura, que se ha traducido en múltiples medidas de apoyo y protección a la producción nacional.

Desde el inicio del siglo pasado, en donde la exhibición de obras cinematográficas ya formaba parte de las formas de entretenimiento más populares de algunos países, se han desarrollado diversas innovaciones en los procesos productivos e innumerables avances tecnológicos que dan respuesta a la cada vez más exigente y variada demanda.

Si bien caben otras clasificaciones, atendiendo a los modelos de negocio clásicos, las empresas del sector en Canarias podrían mapearse del siguiente modo:

Empresas productoras. Se trata en su mayor parte de pequeñas empresas o microempresas que realizan la producción de prácticamente cualquier contenido audiovisual (largometrajes, cortometrajes, TV, documentales, programas de deportes, salud, eventos, vídeo corporativo, etc.), si bien algunas de ellas están especializadas en televisión. Su actividad se centra en la generación de la idea o proyecto, la búsqueda de financiación y/o venta del mismo, y la coordinación y ejecución de todas las actividades hasta la finalización del mismo. En la publicidad, o bien trabajan para agencias de publicidad, o directamente para empresas o profesionales que requieren la realización de contenido audiovisual para sus negocios.

En cuanto a la financiación, ante una nula inversión televisiva en ficción canaria para la adquisición de licencias en series, miniseries o documentales principalmente, los recursos económicos habitualmente proceden de varias fuentes: ayudas públicas, compra de derechos de emisión por parte de algunas televisiones (puntualmente inversión directa de la cadena en la producción), inversión privada a través de las AIE's (Agrupación de Interés Económico) y venta de derechos de emisión a distribuidoras.

La AIE es una figura creada por el legislador nacional, a través de la cual las empresas privadas pueden invertir (en este caso en producciones audiovisuales), obteniendo en contraprestación créditos fiscales con los que compensar su carga impositiva, así como la participación en los posibles beneficios que el proyecto genere, como posteriormente desarrollaremos.

La actividad de las productoras es generalmente discontinua, dependiendo mucho de los proyectos que lleven en cada momento, razón por la cual su estructura suele ser pequeña, recurriendo a la subcontratación de los productos y servicios implicados en la realización de un proyecto. La producción de cine y sobre todo de televisión, tiene una fuerte dependencia de las ayudas públicas y de la demanda de los operadores de telecomunicación (televisión y OTTs), y en ambas son clave el reconocimiento de marca y el prestigio de la productora para generar confianza en el éxito de un proyecto. Algunas de las empresas relevantes en Canarias en este subsector son:

- EL VIAJE FILMS.
- VOLCANO FILMS.
- VIDEOREPORT CANARIAS.
- SUELTA EL MANDO.

Empresas de servicios para la producción. Se trata de empresas que facilitan todos los servicios que una productora necesita subcontratar para una producción: servicios propios de producción, venta o alquiler de cámaras, alquiler de material de producción, grupos electrógenos, iluminación, sonido, *post-producción* y personal técnico de soporte. Esta tipología de empresas incluye también las llamadas industrias técnicas, dedicadas al desarrollo y venta y arrendamiento de software y hardware para la generación de contenido audiovisual. Se trata también de

organizaciones con una estructura pequeña tanto en equipos como en personal, y, además de las productoras de ficción, tienen también como clientes a organismos institucionales y empresas privadas, tanto a nivel regional como nacional, llegando algunas trabajar en mercados internacionales.

En las Islas estos servicios son cubiertos principalmente por empresas tipo “services”. Éstas no desarrollan directamente el servicio, sino que disponen de una cartera de empresas/profesionales que son los encargados de realizar las actividades necesarias. Según se desprende de las entrevistas realizadas, estos últimos no son, en su mayoría, empresas registradas, sino profesionales que están especializados en ciertas actividades para el audiovisual (peluquería, maquillaje, sastrería, etc.), a modo freelance.

Estamos hablando de empresas como:

- SUR FILM CANARIAS
- SEVEN ISLANDS FILM
- JUGOPLASTIKA
- MACARONESIA FILMS

Empresas de producción de animación y videojuegos. Son empresas que realizan contenidos audiovisuales basados en tecnologías de animación, multimedia y videojuegos. Aquí también incluiríamos las empresas que ofrecen servicios de diseño gráfico, páginas web, etc. La naturaleza de la actividad y la tecnología utilizada por estas empresas es distinta a la que pueda realizar una productora, ya que el proyecto se ejecuta en el estudio de animación o de videojuegos, realizando la venta del mismo a distintos agentes del sector (televisiones, empresas de videojuegos, etc.). En el caso de la animación, la forma de financiación y venta es muy similar a la del cine, con la peculiaridad de que son producciones con un tiempo muy largo de realización, por lo que su periodo de rentabilización es más dilatado.

En el caso de los videojuegos, las empresas suelen desarrollar propuestas que presentan a las compañías de videojuegos. Si el proyecto es aceptado se firma un contrato para el desarrollo del producto y la promoción del mismo bajo las directrices de la consola, con unos cánones por venta para la empresa desarrolladora. Algunas empresas también trabajan para otras desarrolladoras de videojuegos de mayor tamaño que demandan sus servicios.

Su mercado por tanto es nacional y algunas de ellas trabajan a nivel internacional.

Estas empresas están especialmente afectadas por la obsolescencia tecnológica de los equipos y la necesidad de fuertes inversiones en software y hardware, que hoy en día cambia y evoluciona rápidamente.

Una opción para disminuir esta dependencia tecnológica es realizar coproducciones con otras empresas nacionales o internacionales que trabajen una parte de la producción.

El fenómeno del *service internacional* que posteriormente se desarrollará, ha determinado que las empresas de animación que se han establecido en el Archipiélago hayan nacido con una voluntad fundamental de ejecución de proyectos de terceros internacionales y no de generación de IPs (Propiedades Intelectuales) propias.

Entre dichas empresas en Canarias destaca:

- ANIMA KITCHEN.
- PEOPLE MOVING PIXELS
- B-WATER
- BIRDLAND
- KOYI
- ATLANTIC ANIMATION STUDIO

Distribuidoras. Empresas que compran los derechos de distribución en un determinado territorio, tanto en cine como en televisión, *streaming*, etc. En este subsector se encuentra la figura del agente de venta nacional o internacional, aquel que compra los derechos de distribución para explotarlos en un territorio amplio, y puede en algunos casos percibir un porcentaje de las ventas realizadas. Su modelo de negocio se está viendo afectado por la reestructuración del sector a raíz de la aparición de las grandes plataformas de televisión y la proliferación de múltiples canales de difusión audiovisual (redes sociales, aplicaciones, páginas webs, nuevas plataformas de TV, etc.), así como la globalización mundial, un proceso que continuará en el futuro.

En Canarias solamente existe una empresa que ejerce como agente de distribución: BENDITA FILM SALES, por lo que existe una gran dependencia de distribuidoras foráneas nacionales (como FILM FACTORY), o internacionales (por ejemplo FILMSHARKS).

Radiotelevisión Canaria.- Como un ente separado del tejido industrial privado la RTVC mantiene una posición externa de la actividad industrial por sus características y esencia jurídica diferenciada. De acuerdo a lo que estableció la Ley 8/1984 de 11 de diciembre, de Radiotelevisión y Televisión en la Comunidad Autónoma de Canarias (B.O.C. 132 de 17.12.84), con las modificaciones introducidas por la Ley 4/1990, de 22 de Febrero (B.O.C. 27, de 2.3.90) la creación de la RTVC tuvo como origen una filosofía muy clara; en una primera fase, lograr que las empresas locales adquieran experiencia, competitividad y nivel; y en una segunda fase, promover en desarrollo del sector a través del outsourcing y actuar como dinamizador del mismo, fomentando así una industria competitiva.

Y es que es necesario recoger que las televisiones están obligadas por ley a invertir un 5% de sus ingresos en la adquisición de producto cine español (mediante coproducción o por compra de derechos) como expresamente recoge el artículo 5 de la Ley General de la Comunicación Audiovisual (BOE de 1 de abril de 2010). Esta obligación no exige un número de títulos y de hecho las compras suelen ser limitadas. Para los prestadores de servicios de comunicación audiovisual de titularidad pública

de cobertura estatal o autonómica esta obligación será del 6 por 100. Podemos adelantar que actualmente esta obligación legal se viene incumpliendo de manera pacífica por parte del Ente a pesar de que en los últimos tiempos se haya procedido a cierta corrección de este incumplimiento legal.

Si bien se trata de un ecosistema inseparable de la RTVC, hay un estable número de empresas prestadoras de servicios que a modo de entidades se servicios reciben encargos de formatos televisivos que luego emite el Ente público. La contratación de contenidos de ficción es prácticamente inexistente por parte de la cadena.

Entidades como SUELTA EL MANDO, DOBLE DIEZ y las empresas editoriales (dependientes de grupos de comunicación: MEDIAPRO, EDITORIAL PRENSA IBERICA, PRISA), son los principales agentes.

Generalmente, las empresas creadoras de formatos de televisión no realizan incursiones en proyectos de ficción propios. Se trata de una tipología de empresas estable, saneada, que tiene una total dependencia de la RTVC. De otro lado, es necesario reconocer que concentran la mayoría del personal e inversiones del sector audiovisual en el Archipiélago, ya que tienen una gran estabilidad en el encargo de producciones por parte de su único cliente. Por el contrario, mantienen una gran incertidumbre y son absolutamente sensibles a los devenires de la RTVC.

5. Tendencias industriales globales, nacionales y regionales del sector.

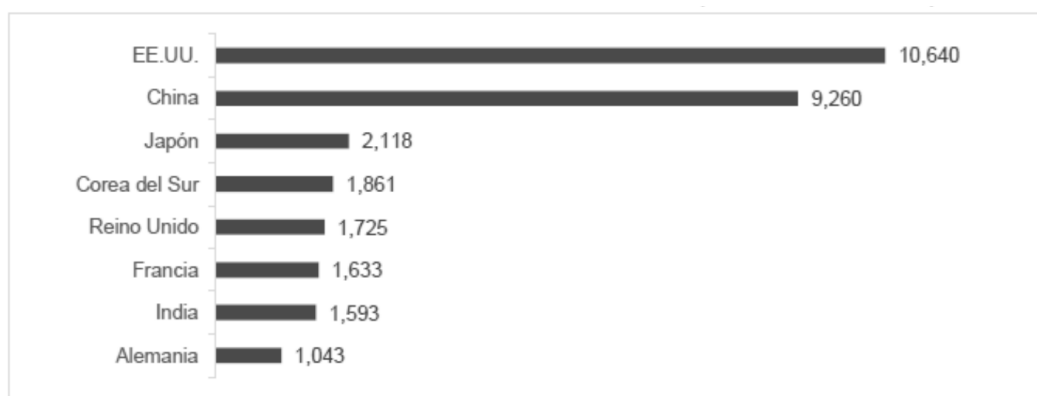
a. Tendencias mundiales

No es necesario justificar abundantemente que la industria audiovisual mantiene cuatro territorios principales de producción y tres ventanas básicas de exhibición que a continuación se desarrollan.

Respecto a los territorios, la industria estadounidense ha contado con una amplia tradición y protagonismo, con Hollywood como principal centro de poder e influencia. El estado de California concentra el 40% de las compañías productoras y de distribución y esencialmente se viene a considerar como la “meca del cine”. Y a pesar de que China e India congregan mayores tasas de producción e inversión anual, Estados Unidos sigue siendo el líder en ingresos de taquilla a nivel mundial durante el ejercicio 2019, con 10.640M\$ y un crecimiento cercano al 2%.

Ahora bien, el lugar donde realmente se producen más películas en el mundo es Bollywood, India. Según datos de Statista, este país lideró el ranking de los principales mercados de la industria cinematográfica mundial por el número de largometrajes producidos entre 2009 y 2018 (con 1.815 películas). Asimismo, si se analiza la industria cinematográfica en función del número de entradas vendidas en 2019, China se alzaría con la primera posición con 1.650 millones de entradas vendidas, seguida de India con más de 1.500 millones de entradas distribuidas.

Los principales mercados de la industria cinematográfica mundial en función de la recaudación en taquilla en 2019 (M\$):

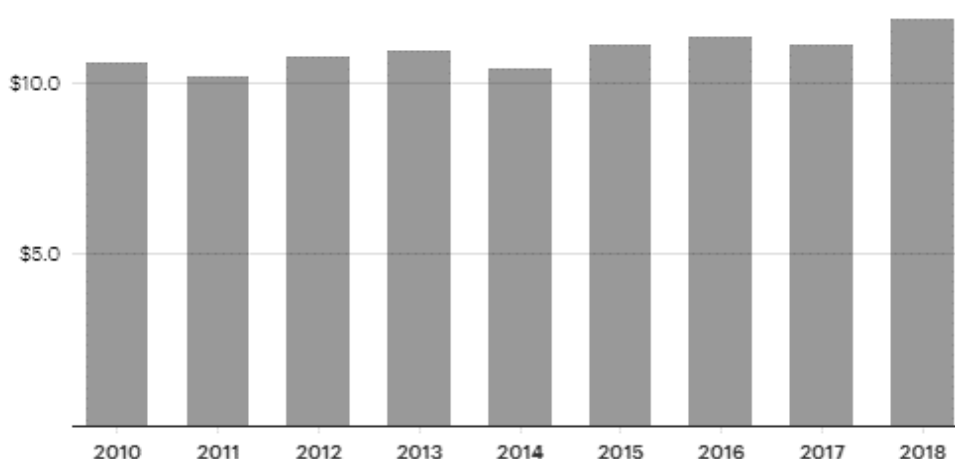


Fuente: elaboración propia de acuerdo a datos de Statista

Como se ha venido advirtiendo, el presente estudio se centra en la producción de películas y series, un sector que, de acuerdo con IBISWorld⁹ ha experimentado un crecimiento moderado a una tasa anualizada del 2,4% entre 2014 y 2019, alcanzando ingresos de 32,9 miles de millones de dólares y generando beneficios de 5,4 miles de millones de dólares. En términos generales, la producción audiovisual se ha visto beneficiada por una constante demanda de entretenimiento en los últimos años.

Con datos de Comscore, la industria mundial del cine alcanzó los 42.500 M\$, alcanzando USA un importe local de 11.400M\$ y un crecimiento del 4,4% respecto al año anterior¹⁰:

Ingresos de la exhibición en salas (B\$) en Estados Unidos y Canadá



El crecimiento contenido de los ingresos cinematográficos han de contextualizarse con el exponencial crecimiento que han tenido durante estos últimos ejercicios las OTTs¹¹. Se estima que los derechos de licencia de emisoras de televisión y de los servicios de streaming han generado una tercera parte de los ingresos de la industria en 2019 (32,2%). La visualización de contenidos desde casa se ha impuesto a medida que la calidad de los dispositivos de video ha mejorado, su coste ha disminuido y el acceso a los servicios de streaming y de video a demanda del consumidor (Video on Demand, VoD) se ha expandido. Además, el tamaño de este segmento se ha visto reforzado por el catálogo de películas anteriormente lanzadas, ya que muchas de ellas han continuado generando ingresos por licencias tras su

⁹ Television Production in the US industry trends (2015-2020).

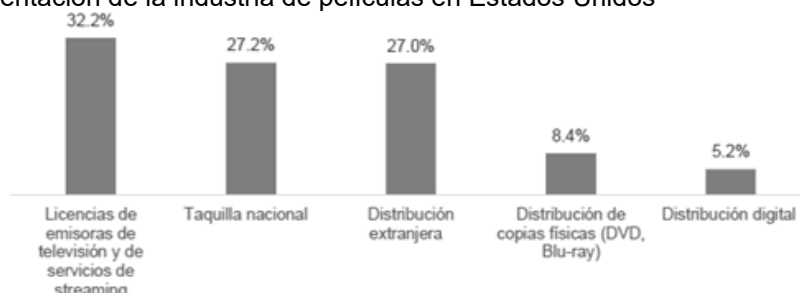
<https://www.ibisworld.com/united-states/market-research-reports/television-production-industry/> (última consulta: 10 de octubre 2020).

¹⁰ Variety, a partir de datos de COMSCORE <https://variety.com/2020/film/box-office/box-office-us-misses-record-disney-dominates-1203453752/> (última consulta: 10 de octubre 2020).

¹¹ Servicio de libre transmisión o servicio OTT (siglas en inglés de *over-the-top*) consistente en la transmisión de audio, vídeo y otros contenidos a través de Internet sin la implicación de los operadores tradicionales en el control o la distribución del contenido.

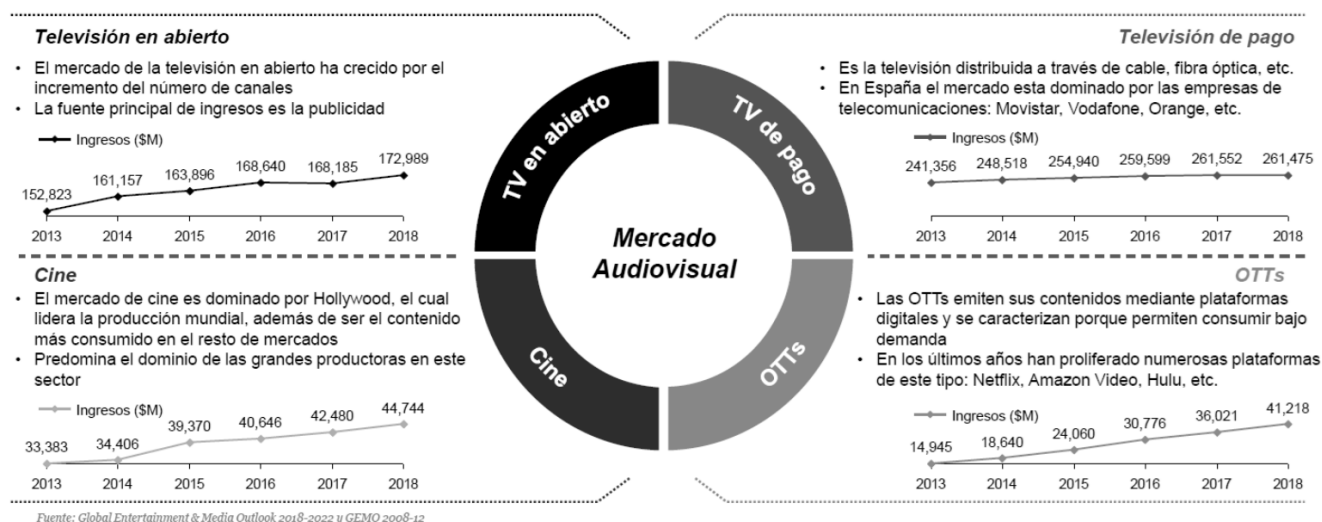
paso por los cines. En relación con estos últimos, el estreno de películas nacionales y la consecuente venta de entradas sigue teniendo un peso importante, representando el 27,2% de los ingresos totales, pero la recaudación en taquilla se ha visto mermada por el descenso de asistencia a los cines y la creciente preferencia de los usuarios por el llamado Home Entertainment o Home Video.

Segmentación de la industria de películas en Estados Unidos



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de IBISWorld

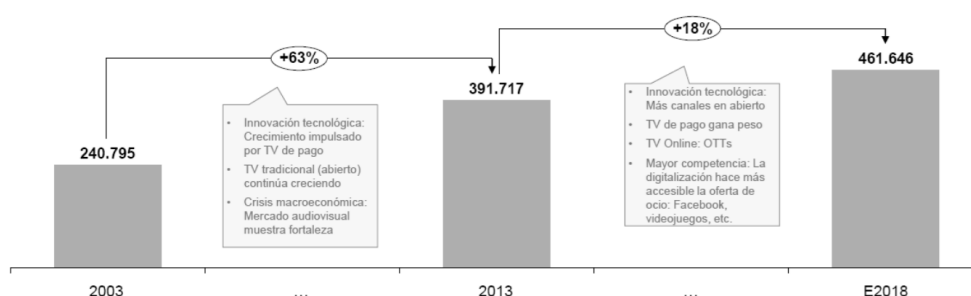
Solamente considerándose el sector audiovisual en su conjunto, compilándolos cuatro principales subsectores de explotación y exhibición puede entenderse el crecimiento de los últimos ejercicios:



Fuente: Global Media Outlook 2018 PWC

Las OTTs y plataformas de pago han cambiado el modo de cómo se consume el contenido audiovisual, particularizándose que las series de ficción han sido el contenido más visualizado por sus suscriptores y pasando prácticamente a ser fenómenos de culto como antes ocurría con sagas cinematográficas (por ejemplo se contraponen el modelo de El Señor de los Anillos contra Juego de Tronos).

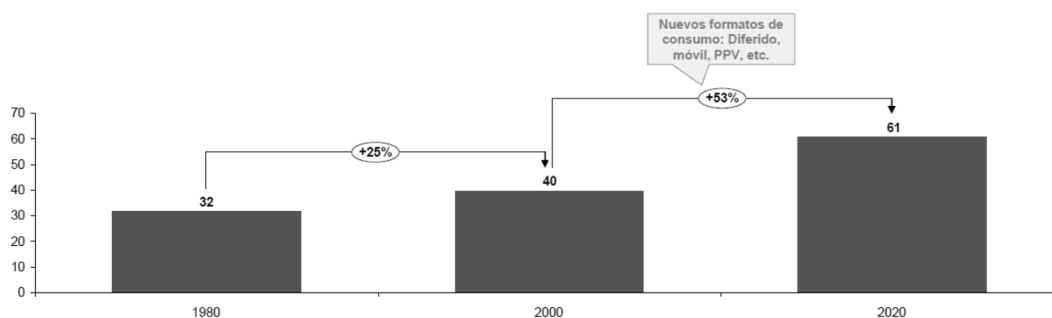
Vemos que la industria se ha comportado históricamente con una gran solidez debido, fundamentalmente, a su alta capacidad de adaptación al cambio. Esta amplia modificación que ha propulsado el crecimiento ha venido de la mano de nuevas tecnologías (digitalización, OTTs, etc.), así como del nuevo perfil de los consumidores (nuevas generaciones, nuevos hábitos, etc.).



Fuente: Global Media Outlook 2018 PWC

De acuerdo al cuadro anterior, en una primera etapa el mercado audiovisual aprovechó los cambios tecnológicos para continuar su expansión y ha mostrado una mayor resiliencia frente a crisis macroeconómicas.

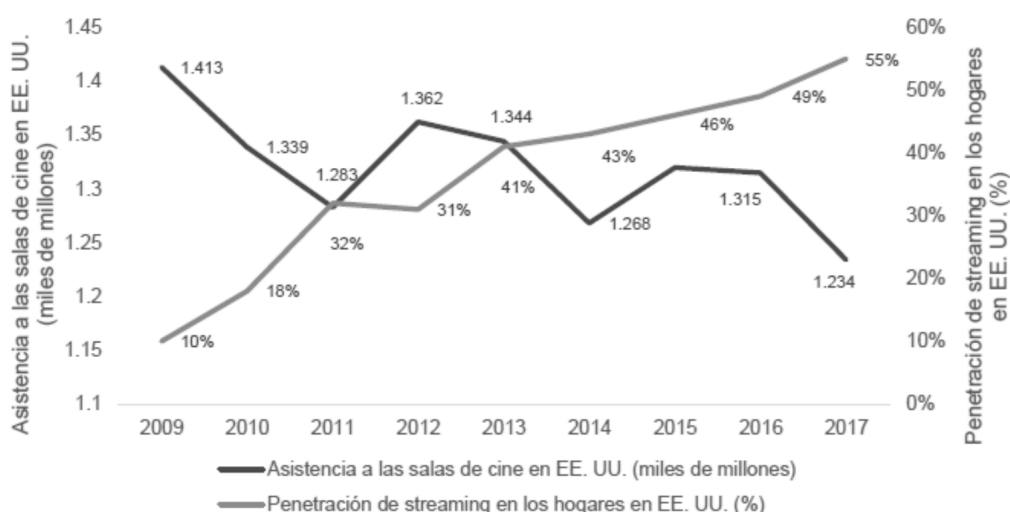
Si bien este año 2020 y debido a la crisis de la Covid-19 el aumento del consumo televisivo y digital se ha visto maximizado, la tendencia ya venía marcando el aumento de este tipo de visionado. La propia doctrina económica recogía el aumento significativo del consumo de contenido audiovisual de ficción fuera de la venta de explotación en salas cinematográficas o *theatrical*.



Fuente: The value of content Digital <https://www.libertyglobal.com/pdf/public-policy/The-Value-of-Content-Digital.pdf>

De este modo, es una constante que el hábito de consumo se ha alterado y la asistencia a las salas de cine ya no puede ser el medidor del éxito de un determinado producto audiovisual. Las ventas en taquilla o *box office* crecen muy lentamente, como resultado del incremento de los precios de las entradas (frente al estancamiento de las cifras de asistencia) así como la intensa competencia de las plataformas digitales de streaming. En efecto, la industria del cine tradicional no muestra datos especialmente alentadores, los estadounidenses asisten con menor asiduidad a las salas de cine: un 46% afirma acudir muy ocasionalmente o nunca al cine según datos de Statista. Es probable que este proceso se acelere como resultado de la pandemia.

Otros canales como el streaming o la TV están ocupando paulatinamente el lugar de las salas de cine. Un 54% afirma visualizar películas y series en casa frente a acudir a las salas de cine (13%). También hay una tendencia al abandono de la televisión por cable hacia las plataformas online. El siguiente gráfico muestra el declive de la asistencia a salas de cine, en relación al auge del streaming y confirma esta tendencia¹²:



Fuente: Digital Media Trends Survey: 13th edition.
https://www2.deloitte.com/content/dam/insights/us/articles/4782_digital-media-trends-13th-edition/DI_Digital-media-trends-13th-edition.pdf

De este modo, se prevé que cláramente las plataformas OTT seguirán ganando cuota de mercado, tendencia que se verá fomentada mientras dure la crisis sanitaria derivada del coronavirus. De otro lado, se prevé que las principales entidades

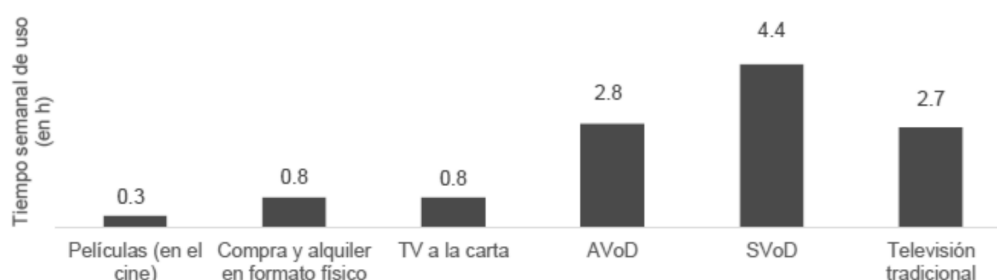
¹² Srivastava, S. (10 de octubre de 2018). "Are there enough superheroes to revive movie theaters? Movie theater attendance declines amidst video streaming boom". Deloitte. Recuperado el 6 de abril de 2020, de <https://www2.deloitte.com/us/en/pages/technology-media-and-telecommunications/articles/movie-theaters-vs-video-streaming.html>

distribuidoras y productoras, como las majors, lancen sus propios servicios VoD para penetrar en este segmento.

Los servicios VoD pueden ser emitidos a través de red de cable o a de internet. Los servicios de video bajo demanda por cable se corresponden con las suscripciones de TV, que permiten acceder a contenido bajo demanda a través de decodificadores de cable, algunos ejemplos son HBO GO On Demand o Comcast. Por otro lado, se encuentran las plataformas over-the-top o de libre transmisión, emitidos a través de internet. Estas se clasifican de la siguiente forma:

- AVoD o Advertising Video on Demand: el usuario no paga por visualizar los videos, sino que los ingresos de estas plataformas proceden de la publicidad insertada en el contenido visualizado. El más conocido es YouTube, aunque también comprenden plataformas como Pluto TV (ViacomCBS), Tubi,...
- TVoD o Transaction Video on Demand comprenden aquellos servicios de video bajo demanda en los que el usuario paga por visualizar cada contenido, de manera individual. Se trata de un servicio pay-per-view (PPV) que simula el sistema tradicional de compra o alquiler de copias físicas. Los más conocidos son iTunes (Apple), Google Play, Amazon Prime Video, YouTube Movies, Sky Box Office, HBO PPV, DIRECTV...
- SVoD o Subscription Video on Demand, oferta de contenidos bajo suscripción mediante cuota mensual, trimestral, anual... Ejemplos: Netflix, Amazon Prime Video, Hulu, Disney+, HBO Go...

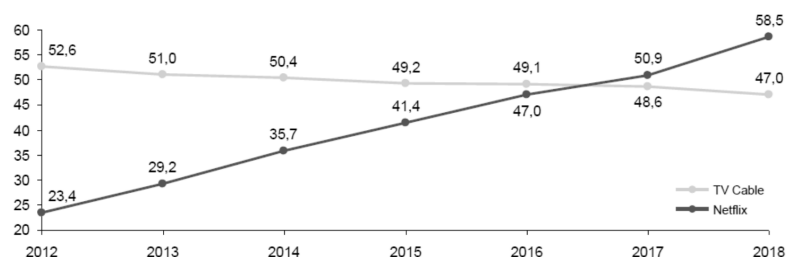
El *sorpasso* de las plataformas a la televisiones tradicionales o incluso a la televisión tradicional es un hecho ya pacífico respecto al tiempo semanal destinado a cada segmento, como vemos en el principal mercado mundial -Estados Unidos-:



Fuente: elaboración propia de acuerdo a datos de Statista

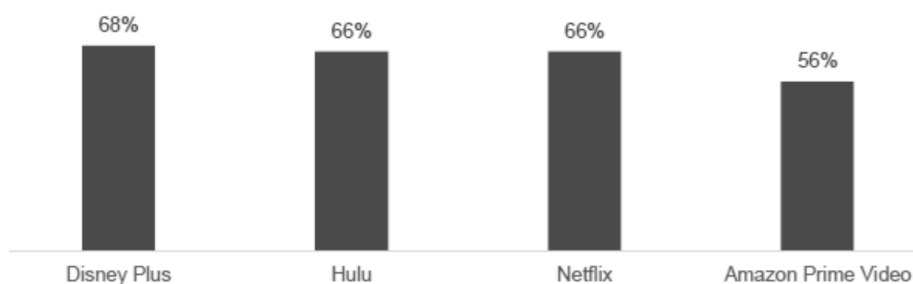
Con una tasa de crecimiento anual compuesto del 16,5% en su número de suscriptores en EEUU, Netflix adelanta en 2017 a la televisión por cable, puesto que mientras se produce un mantenimiento estable de los operadores tradicionales, el

conjunto de suscripciones a servicios de pago aumenta, y, como consecuencia, la necesidad de nuevos contenidos para estas librerías:



No cabe sino pensar que esta tendencia ha venido para mantenerse e incluso desarrollarse ya que el perfil del consumidor del audiovisual mantiene una idiosincrasia mucho más dinámica que en períodos anteriores, con una personalidad inconformista, nativa digitalmente hablando y con un consumo compulsivo de este tipo de contenidos.

Si bien no es un ejercicio este 2020 en el que se puedan sacar conclusiones definitivas acerca de los comportamientos de los consumidores, por la falta de *track* en hechos tan singulares como los acaecidos, los datos de Statista nos indican un crecimiento de los principales operadores de streaming no inferior en ningún caso al 56%. Respecto al crecimiento en 2020 a partir de marzo en Estados Unidos se destaca:



Fuente: Elaboración propia a partir de Statista.

b. Tendencias en Europa

Europa no escapa de la tendencia que se detecta a nivel mundial. En 2010 solamente unos pocos miles de europeos mantenían una licencia de SVOD y en 2019 se superaron significativamente los 100 millones de suscriptores.

Por otro lado, el mercado de la televisión de pago se ha mantenido con un crecimiento limitado del 1% en los últimos cuatro años:

Territorio	2014	2015	2016	2017	2018	2018/2017
EU (Est)	136.102,6	137.522,2	140.170,6	142.071,5	143.405,1	1%

Fuente Elaboración propia a partir de: Ampere Analysis, IHS, OBS/Ampere Analysis/IHS, OBS/Ampere Analysis

Sin embargo, el crecimiento de los hogares con suscripciones de SVOD mantiene un claro crecimiento exponencial.

Territorio	2014	2015	2016	2017	2018	2018/2017
EU (Est)	15.633,7	26.073,8	40.932,6	57.058,8	76.305,2	33,7%

Fuente Elaboración propia a partir de: Ampere Analysis, IHS, OBS/Ampere Analysis/IHS, OBS/Ampere Analysis

Este crecimiento de suscriptores de las principales plataformas de SVOD se traduce como no puede ser de otro modo en un importante incremento del volumen de negocio de estas plataformas en seno de los Estados Miembros:

Territorio	2014	2015	2016	2017	2018	2018/2017	CAGR (2018/2014)
AT	14,65	28,77	45,31	66,80	93,44	39,90%	58,92%
BE	37,27	56,98	78,78	106,29	144,27	35,73%	40,27%
BG	4,31	4,96	6,24	9,41	14,73	56,47%	35,98%
CY	0,37	0,55	0,82	1,47	2,66	80,33%	63,71%
CZ	6,40	7,41	10,64	18,11	32,16	77,62%	49,72%
DE	314,69	506,49	751,86	1.127,92	1.541,92	36,70%	48,78%
DK	107,32	152,33	198,83	276,53	354,98	28,37%	34,86%
EE	0,35	0,48	0,82	1,75	3,35	91,56%	75,24%
ES	70,05	123,37	213,73	303,60	421,81	38,93%	56,65%
FI	57,63	77,34	101,77	129,15	166,39	28,84%	30,35%
FR	236,07	297,75	361,30	478,13	628,57	34,31%	33,52%
GB	636,75	1.014,94	1.319,20	1.599,94	1.914,01	19,63%	31,67%
GR	3,45	4,72	7,79	15,13	27,90	84,38%	68,67%
HR	1,52	1,88	2,73	4,92	8,52	73,12%	53,76%
HU	2,14	3,27	5,66	11,43	21,88	91,41%	78,78%
IE	15,59	22,15	27,53	35,53	48,24	35,77%	32,63%
IT	87,32	134,63	200,35	298,22	472,44	58,42%	52,51%

LT	1,82	2,37	3,28	5,25	8,72	65,92%	48,02%
LU	0,57	1,65	2,44	3,70	6,13	65,74%	81,01%
LV	0,49	0,65	1,06	2,20	4,13	88,10%	70,24%
MT	0,04	0,07	0,21	0,64	1,40	120,23%	147,57%
NL	133,00	194,31	240,31	301,55	393,81	30,60%	31,18%
PL	38,68	64,05	89,91	130,76	181,39	38,73%	47,15%
PT	4,72	6,78	18,06	28,74	43,12	50,05%	73,81%
RO	3,75	6,14	13,31	22,01	37,62	70,93%	77,99%
SE	124,36	220,66	301,85	309,05	374,19	21,07%	31,70%
SI	3,34	4,00	4,80	6,56	9,39	43,21%	29,50%
SK	3,79	4,19	5,68	9,20	15,01	63,25%	41,04%
EU (est)	1.910,46	2.942,90	4.014,31	5.304,00	6.972,20	31,45%	38,22%

Fuente Elaboración propia a partir de: Ampere Analysis, IHS, OBS/Ampere Analysis/IHS, OBS/Ampere Analysis.

Y respecto a los ingresos que genera la actividad cinematográfica en Europa, los datos se correlacionan con la dinámica mundial:

Territorio	2014	2015	2016	2017	2018	2018/2017
ES	518,18	575,24	602,04	591,29	585,74	-0,9%
EU28 (Est)	6.322,24	7.206,74	7.039,25	7.024,09	6.768,49	-3,6%
EUR-OBS (Est)	7.720,73	8.452,66	8.260,84	8.387,92	7.932,11	-5,4%
JP	1.474,08	1.615,37	1.961,78	1.808,00	1.707,10	-5,6%
MA	5,92	6,84	5,63	6,68	6,60	-1,1%
US & CA	7.804,11	10.032,24	10.279,72	9.863,66	10.070,67	2,1%

Fuente Elaboración propia a partir de: Ampere Analysis, IHS, OBS/Ampere Analysis/IHS, OBS/Ampere Analysis.

Con respecto al número de producciones cinematográficas realizadas en el seno de la UE, se mantiene un crecimiento estable. Con un total de 1.855 largometrajes calificados en la Unión, se producen más del doble de las películas que se realizan en un mercado tan consolidado como el norteamericano.

Territorio	Tipo	2014	2015	2016	2017	2018
ESPAÑA	Ficción - 100% nacional	26	69	98	117	95
	Ficción - may. co-prod.	68	58	23	19	26
	Ficción - min. co-prod.	32	16	13	18	12

	Total nacional ficción films	94	127	121	136	121
	Total ficción (incl. min. co-prod.)	126	143	134	154	133
	Docs - 100% nacional	74	97	116	120	119
	Docs - may. co-prod.	15	10	4	1	8
	Docs documentaries - min. co-prod.	9	4	0	4	4
	Total nacional Docs	89	107	120	121	127
	Total Docs (incl. min. co-prod.)	98	111	120	125	131
	Total largos - 100% nacional	100	166	214	237	214
	Total largos - may. co-prod.	83	68	27	20	34
	Total largos films - min. co-prod.	41	20	13	22	16
	Total películas (incl. min. co-prod.)	224	254	254	279	264
EU28 (Est)	Total Películas	1079	1119	1184	1120	1139
	Total Docs	568	611	618	637	716

Fuente Elaboración propia a partir de: Ampere Analysis, IHS, OBS/Ampere Analysis/IHS, OBS/Ampere Analysis.

Respecto a los principales indicadores industriales, en lo que respecta a volumen de negocios, número de empresas y personas empleadas, el sector presenta una fuerte concentración en los países centrales.

El peso relativo de los subsectores y la relación entre número de empresas, facturación y empleo reflejan algunas características diferenciales entre los sectores audiovisuales de los principales países. Así, Francia, Suecia y Holanda tienen un sector productor de contenidos muy atomizado, con un gran número de empresas con un tamaño medio pequeño, mientras que Alemania y Reino Unido tienen empresas de mayor tamaño. El subsector de distribución audiovisual, en cambio, se caracteriza por contar con empresas de mucho mayor tamaño y, en general, con una productividad aparente más elevada.

	Nº empresas españa	Nº Empresas Europa	Cifra de negocios España M€	Cifra de negocios EU M€	Nº empleados	Nº Empleados EU
2011	7.597	113.198	5.438	66.580	35.549	410.296
2012	7.336	121.163	4.853	69.000	32.457	410.000
2013	6.968	128.784	4.363	68.795	30.462	400.000
2014	7.071	138.386	4.459	70.648	29.869	420.000
2015	6.872	141.685	5.058	80.000	31.406	441.000
2016	7.723	150.410	5.323	87.000	32.985	480.000
2017	8.214	156.331	4.544	88.643	34.887	483.000
2018			5.983		36.423	492.000

Fuente: elaboración propia a partir de Eurostat, *Annual detailed enterprise statistics for services (NACE Rev. 2 H-N and S95) [sbs_na_1a_se_r2]* Datos relativos al epígrafe J59 Producción

El empleo en el sector está fuertemente concentrado en un número limitado de países. El 80% del empleo en producción de contenidos audiovisuales se concentra en siete países, con un claro liderazgo del Reino Unido, Alemania y Francia, que juntos suponen más del 55% del empleo en ese subsector. En el caso de la programación y distribución de contenidos audiovisuales la concentración es menor, al tratarse de un subsector en el que en cada país existen operadores nacionales con un peso importante, como son las televisiones y radios públicas y privadas.

La influencia de la transformación digital y de la crisis económica en el funcionamiento del sector audiovisual también ha sido puesto de manifiesto en el estudio sobre tendencias y competencias del sector, elaborado por el Consejo europeo de competencias para el empleo y la formación en los sectores del audiovisual y de la actuación en vivo, también conocido como *Creative Skills Europe*¹³. Este informe resalta la juventud de las plantillas de las empresas del sector audiovisual y el elevado y creciente número de profesionales con vinculaciones laborales “especiales” (autónomos, eventuales, trabajadores por cuenta propia, u otras, dependiendo de las normativas nacionales).

c. Tendencias en España

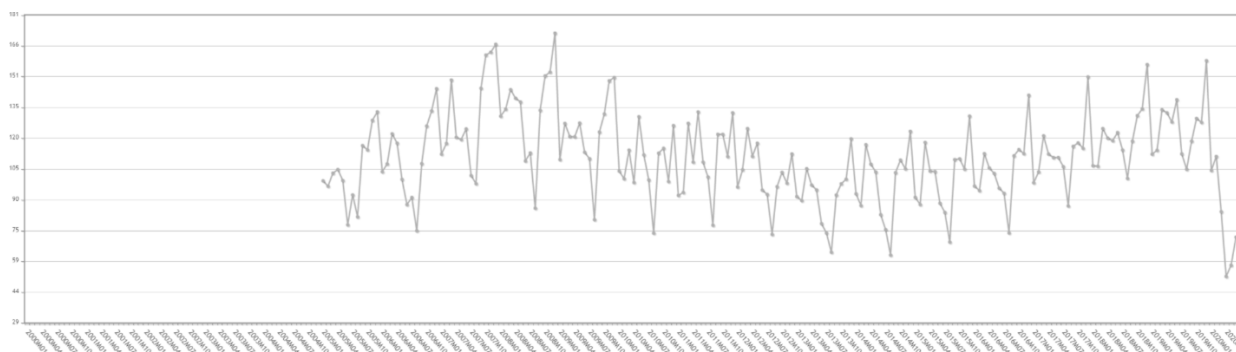
Los datos de Eurostat sitúan el sector audiovisual español como el cuarto del total de la Unión Europea. Sin embargo, el sector supone aproximadamente un 0,5% del valor añadido total de la economía española y algo menos del 0,2% de los ocupados totales.

¹³ *Creative Skills Europe (2016)* Tendencias y competencias en los sectores europeos del audiovisual y de la actuación en vivo

Su peso en la economía, tanto en términos de actividad como de empleo se ha ido reduciendo en las últimas décadas, aunque esa caída parece haberse detenido más recientemente.

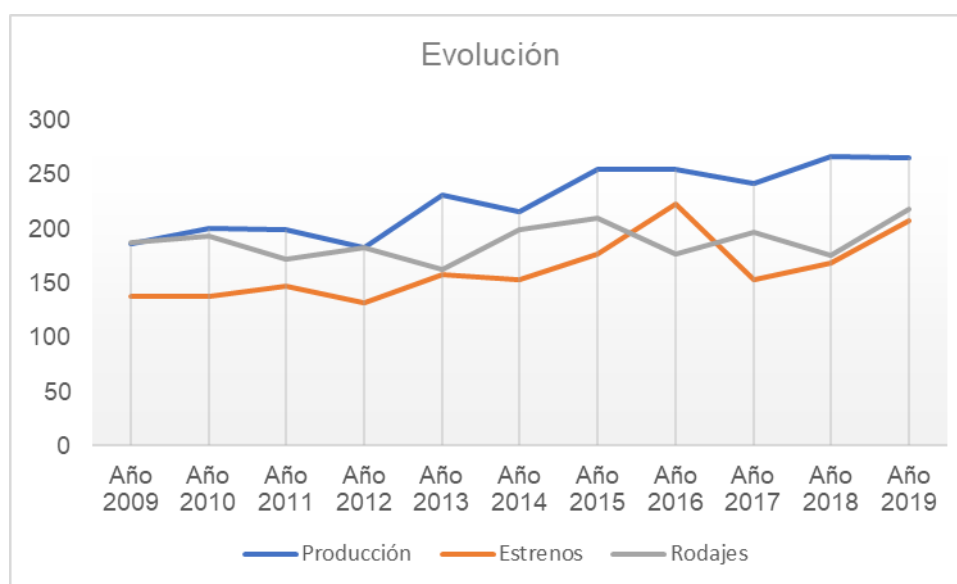
Los datos parecen indicar que durante la expansión de la economía española de comienzos de siglo, el sector audiovisual creció menos intensamente que otros ámbitos de la economía nacional. Durante la crisis financiera del 2009 se ha comportado de manera similar a la de otros sectores así como que, todavía no ha alcanzado valores previos a los anteriores al constreñimiento económico. Dicho esto, en los últimos cuatro años sí se aprecia un aumento claro de actividad del sector audiovisual en España, movido fundamentalmente por la existencia de inversiones extranjeras en nuestro país.

Serie por sectores de actividad. Actividades cinematográficas y de programas de vídeo (59) 2004-2020.



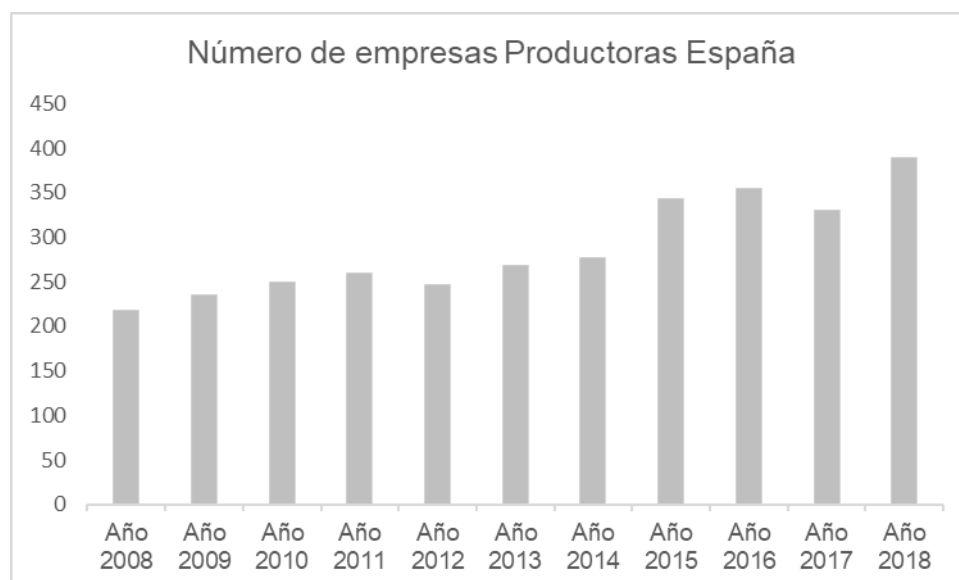
Fuente elaboración propia a partir de INE

Esta dinámica se traslada al número de producciones, estrenos y rodajes acogidos en nuestro país de largometrajes españoles. De acuerdo a los datos publicados por el Ministerio de Cultura a través del Instituto de la Cinematografía y las Artes Audiovisuales (ICAA), la relación entre producción, estrenos y rodajes de la última década es:



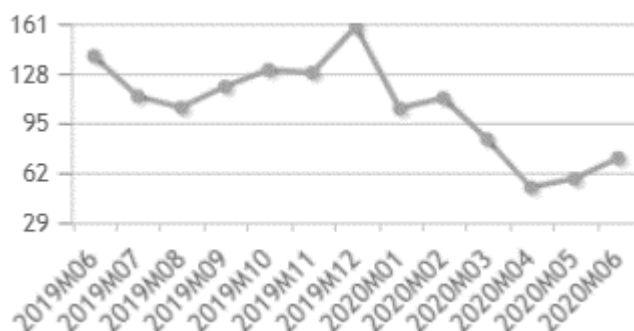
Fuente: Elaboración propia a partir de datos ICAA – Ministerio de Cultura

En lo que respecta al número de empresas del sector audiovisual durante la última década, la tendencia es:



Fuente ICAA: Observatorio Anual 2018. Elaboración propia

A pesar de encontrar una tendencia que podemos entender positiva en términos generales en los últimos 6 ejercicios de forma acumulada, la serie, como es obvio, sufrirá un fuerte retroceso debido a la paralización de la actividad en este ejercicio 2020. Esta paralización ya se deja notar de manera acusada en los índices de cifra de negocio de las empresas de actividades cinematográfica de los últimos doce meses:



Fuente: Eleboración propia a partir datos INE

Al igual que sucede a nivel europeo, fuertemente concentrado en unos pocos países, una de las principales características del sector audiovisual en España es su gran concentración en unas pocas Comunidades Autónomas. Madrid y Cataluña concentran más de la mitad de las empresas del sector audiovisual. La concentración en esas zonas es mayor en el subsector de producción (casi el 60%), y menor en el de formatos de televisión, ya que en este hay empresas dedicadas a programación de televisión y radio (principalmente emisoras de radio) repartidas por las diferentes comunidades al albur de las televisiones autonómicas.

El grado de concentración es incluso más intenso si se toman los datos de actividad y empleo. Madrid concentra casi el 70% de la cifra de negocio del sector, sobre todo en programación (85,6%). Madrid y Cataluña suponen más del 85% de la facturación del sector, y casi el 90% de la facturación del subsector de programación audiovisual. La concentración del empleo es algo menor, pero alcanza igualmente el 60% del conjunto del sector.

Igualmente, unas pocas Comunidades Autónomas (Madrid, Cataluña, Andalucía, Galicia) concentran los centros de trabajo de mayor tamaño, mientras que en el resto de Comunidades apenas unas pocas empresas superan los 50 trabajadores.

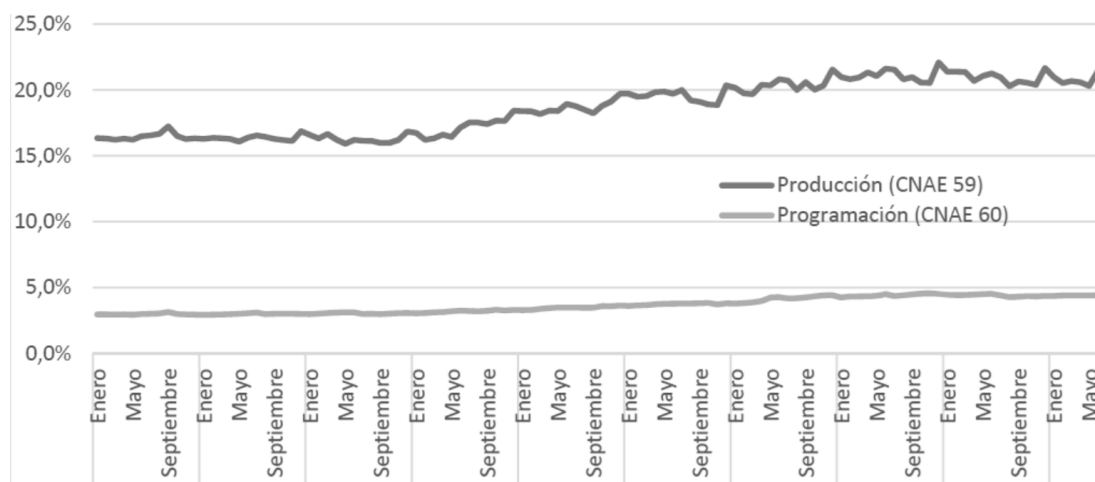
La atomización es un rasgo característico del sector, común a prácticamente todas las Comunidades -y particularmente en Canarias como posteriormente veremos-. El escaso tamaño de las empresas de programación y difusión de producciones audiovisuales en la mayor parte de Comunidades es particularmente relevante, ya que de ellas depende en buena parte el acceso al mercado de las producciones audiovisuales.

Una de las tendencias más marcadas es el incremento del trabajo autónomo en el sector, que se observa en el aumento del número de empresas sin asalariados y en la evolución de la afiliación al régimen de autónomos de la Seguridad Social, frente a los contratados por cuenta ajena. La evolución de la afiliación refleja que los autónomos han pasado de ser alrededor del 11% del empleo total del sector en 2010 a suponer casi el 15% en algunos momentos de 2016. El empleo autónomo superó

el 22% en el subsector de producción audiovisual a finales de 2015, mientras que en programación audiovisual, en el que ha sido tradicionalmente mucho menos importante, llegó al 4,5% en varios momentos en 2016.

En los últimos 4 años, aproximadamente un 30% de las afiliaciones netas en sector han sido en régimen de trabajadores autónomos, dato que mejora las cifras anteriores del 2015 cuando hasta un 50% del empleo que se iba creando lo era por cuenta propia.

La evolución de la afiliación al régimen de autónomos en el sector audiovisual mantiene las siguientes tendencias:



Fuente; Ministerio de Empleo y Seguridad Social. Estadísticas del mercado de trabajo.

Durante el año 2019 se calificaron en España 265 largometrajes. De ellos, 51 se han realizado en régimen de coproducción con otros países. Este sistema de producción se afianza como medio básico para la salida de nuestro cine al mercado exterior, y para rentabilizar las grandes inversiones iniciales necesarias. Argentina y Francia han sido los países con los que más se ha coproducido.

De los 265 largometrajes producidos en el año, 123 son películas de ficción, 135 son documentales, 5 de animación y 2 experimentales.

El número de cortometrajes producidos en el año ha sido 405, cifra superior a la de 2018, que fueron 359, continuando la tendencia de ejercicios anteriores.

El sector de producción nacional, mantiene las mismas debilidades que el sector canario, como posteriormente veremos, puesto que necesita seguir fortaleciendo su estructura empresarial para que pueda acreditarse no sólo su capacidad productiva, sino también su solvencia financiera y sus posibilidades para hacer frente a situaciones adversas. Un pequeño grupo de empresas mantienen una actividad significativa y continua de producción, de la que puede afirmarse su consolidación, con un alto nivel de ingresos y un equilibrio financiero conseguido por la diversificación de su producción.

Sin embargo, a su lado convive el resto del sector cuya actividad es escasa: en el año 2019, de las 381 empresas productoras que han participado en la producción de largometrajes, sólo 3 han participado en la producción de 5 o más películas, 62 empresas han participado en la producción de entre dos y cuatro, y 316 han participado en una sola película de largometraje. La tendencia que viene observándose año tras año es la de una producción discontinua y poco diversificada, lo que dificulta la realización de economías de escala para optimizar recursos y resultados¹⁴.

Es preciso considerar la necesidad de seguir creando estructuras empresariales sólidas que garanticen la continuidad en la producción. Sin estas estructuras y unos recursos materiales y humanos organizados que permitan una producción sistemática, no se logrará crear una industria cinematográfica capaz de rentabilizar inversiones, diversificar riesgos y consolidar su permanencia.

De acuerdo a los datos publicados por el propio Ministerio de Cultura, en el año 2019, se ha observado un ligero descenso de los costes de las películas. Aunque depende de cada tipo de película, puede afirmarse que el coste medio de las españolas oscila alrededor de los 3,41 millones de euros, cifra que puede considerarse competitiva si va acompañada de un coste en promoción y marketing proporcional. En las películas españolas siguen siendo las partidas de personal las de mayor incidencia en el coste y, sin embargo, continúa siendo muy escaso el volumen de dinero reservado por los productores a trabajos de promoción, lo que provoca que las películas españolas salgan al mercado en unas condiciones de inferioridad evidentes si lo comparamos con la labor de promoción y publicidad de películas de otras nacionalidades; generalmente este gasto se comparte con el que realizan las empresas de distribución.

	Capítulo 01		Capítulo 02	Capítulo 03	Capítulo 04	Capítulo 05	Capítulo 06	Capítulo 07	Capítulo 08	Capítulo 09	Capítulo 10	Capítulo 11	Capítulo 12	Intereses	Total
	Guion	Música	Personal Artístico	Equipo Técnico	Escenografía	Estudios	Maquinaria y transporte	Viajes y hoteles	Película virgen	Laboratorio	Seguros e Impuestos	Gastos Generales	Explotación y Publicidad	Pasivos	
Coste (miles)	4.333,97	2.353,28	17.716,39	43.041,12	12.982,41	5.869,01	11.385,16	6.347,91	201,96	6.915,49	10.448,30	5.272,52	25.482,97	4.119,77	156.923,00
Coste Medio (miles)	94,19	51,14	385,14	935,68	282,33	127,60	247,50	138,00	4,39	150,34	227,14	124,51	553,98	89,56	3.411,39
% Medio	2,76%	1,50%	11,29%	27,40%	8,27%	3,74%	7,26%	4,05%	0,13%	4,41%	6,66%	3,65%	16,24%	2,63%	100%

Muestra 46 largometrajes. Fuente elaboración propia según Boletín Informativo ICAA 2019.

La capacidad financiera de las empresas sigue siendo deficitaria, siendo necesario acudir a la financiación externa, tanto privada, como pública, para poder asumir la totalidad del coste de las películas. La incorporación de nuevos agentes financieros que participen en la producción, o la agrupación de empresas medianas y pequeñas para la realización de acciones concretas, ya sea en comandita, mediante Agrupaciones de Interés Económico o como Sociedades de Capital-Riesgo, sigue siendo un elemento importante para renovar y fortalecer el tejido empresarial del sector de producción cinematográfica. Los incentivos fiscales previstos en la Ley de Cine, sin duda pueden ser un motor para nuevas inversiones.

Por su parte, el sector de la distribución, como sucede en el de producción, también presenta diferencias de dimensión empresarial: frente a grandes distribuidoras entre

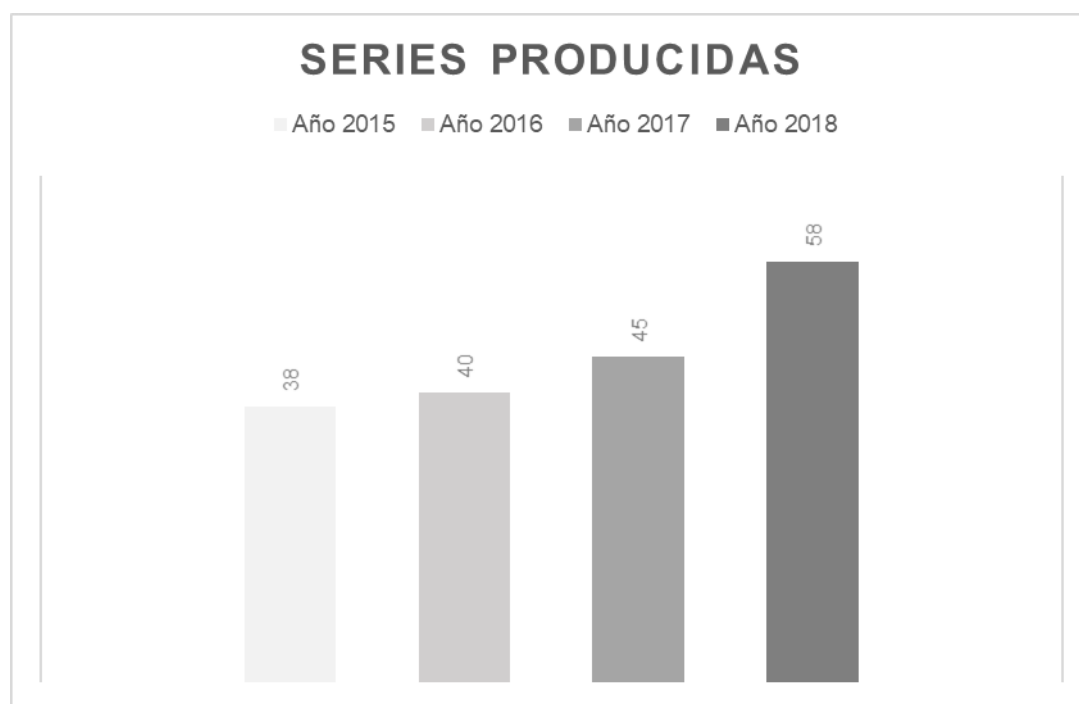
¹⁴ Boletín informativo ICAA 2019.

las que se encuentran las filiales de las “majors” americanas, se encuentran pequeñas empresas de ámbito nacional o local. Aunque este segundo grupo encuentra dificultades para incorporarse a un mercado competitivo, es cierto que, cuando apuestan por comercializar películas de calidad obtienen un elevado éxito de público. Sin embargo, su situación en el mercado sigue siendo frágil, y la dependencia de las televisiones a la hora de vender sus películas es básica para una subsistencia equilibrada.

El cine español ha registrado en el año 2019 una cuota de mercado del 15,13% frente al del 17,92% del año 2018. La cifra más elevada es la que representa el cine estadounidense que ha obtenido un 73,53% de cuota. Los espectadores de cine de la Unión Europea, sin incluir a España, ha representado un 9,83% del total, habiendo sido la del año anterior el 14,95 % de la cuota de mercado.

Como venimos indicando, la distribución va a necesitar una renovación y evolución en su funcionamiento, al haberse incorporado al mercado audiovisual los nuevos soportes y plataformas, que sin duda inciden en los sistemas de distribución de los productos cinematográficos. La integración o interrelación de la producción y la distribución puede favorecer a ambos sectores siempre que los acuerdos entre ambos complementen sus respectivos objetivos.

Por su parte, separado de la cinematografía, la producción de series ha marcado una tendencia clara en España. Empujada por las plataformas de SVOD sí ha mantenido una clara evolución positiva en nuestro país:



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Observatorio Europeo del Audiovisual 2019

El análisis de estas cifras permitiría desprender que se ha pasado de una producción de 38 series en 2015 en España (con una aportación agregada al PIB estimado de 429M€) a 58 series en 2018 (PIB estimado 655€M). La tendencia concluiría que se alcanzaría en 2020 la producción de 72 series con una aportación de 812M€ al PIB y 18.500 empleos en España. Estos datos de 2020 deberán confrontarse con la crisis derivada de la Covid-19, que supondrá un retroceso o un enfriamiento de este desarrollo hasta que se recupere la confianza económica.

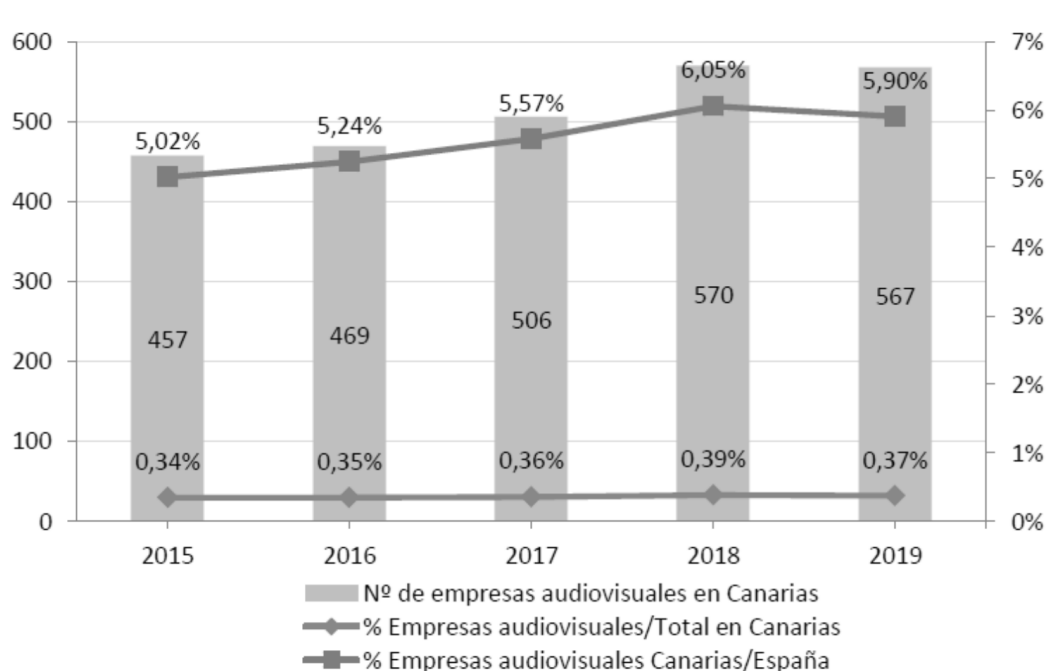
d. El sector Canario

De acuerdo a los datos Instituto Nacional de Estadística, en 2018 coexistían en Canarias 570 empresas audiovisuales, 64 más que el año anterior, representando un 0,39% de las empresas del Archipiélago y suponiendo el 6,05% de las empresas audiovisuales españolas. Por tanto, aunque su tamaño es menor, el audiovisual de Canarias tiene más peso en su sector nacional que el resto de actividades TIC.

En el conjunto del país, el número de empresas del sector audiovisual se incrementó un 3,7% frente al crecimiento exponencial de Canarias, donde el aumento se cuantificó en un 12,6%.

Sin embargo, este rally de crecimiento de las empresas del sector audiovisual empieza a dar señales de agotamiento.

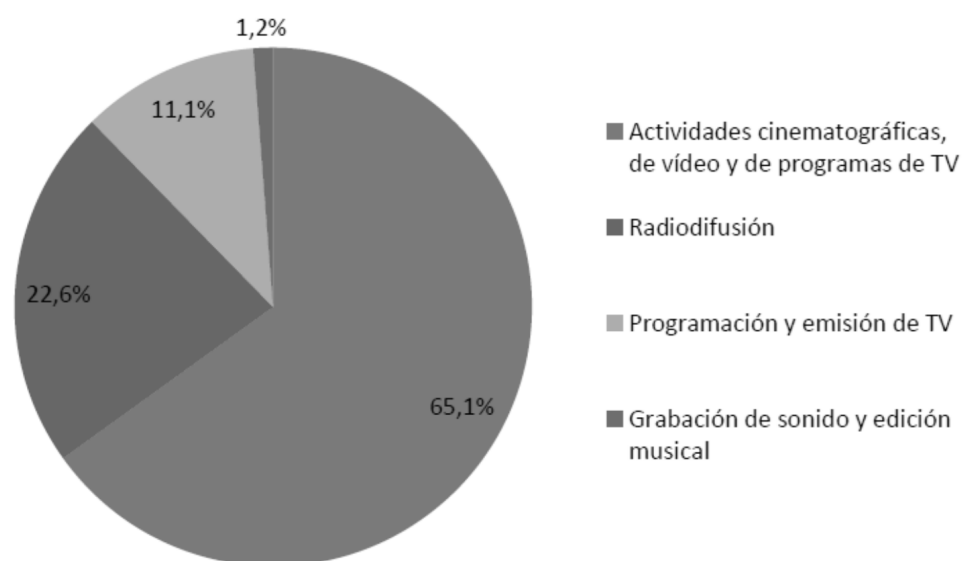
La evolución del sector en el Archipiélago es:



Fuente: OCTSI a partir de datos del INE

Esta tendencia del año 2019 en la caída de número de productoras del sector audiovisual, es más acelerada que a nivel nacional donde se redujo de 389 en 2018 a 381 empresas audiovisuales en 2019. Sin embargo, en lo que respecta al subsector de la producción cinematográfica y de televisión, la variación interanual es positiva +1,1%.

Dos tercios de las empresas del sector audiovisual de Canarias se dedica a actividades cinematográficas; le siguen las empresas de radiodifusión (23%) y por último las empresas cuya actividad económica es la programación y emisión de televisión (12%):



Fuente OCTSI a partir de datos del INE

Respecto al tamaño de las empresas y al volumen de contratación en donde el sector audiovisual canario encuentra sus máximas dificultades:

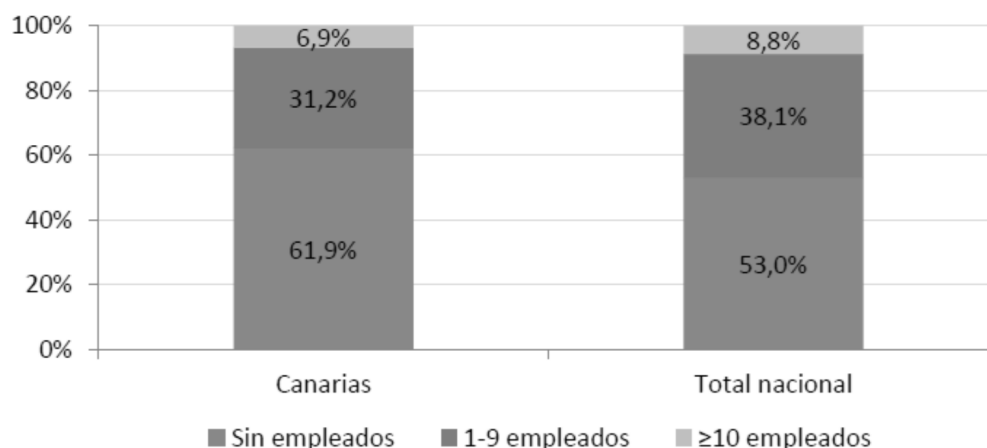
Un porcentaje de hasta el 62% no tiene empleados y solamente un 7% del sector audiovisual emplea a diez o más trabajadores.

Área de actividad	Sin empleados	1>9	≥10	Total
Actividades cinematográficas, de video y de programas de TV	230	108	31	369
Actividades de grabación de sonido y edición musical	2	5	0	7
Actividades de radiodifusión	79	48	1	128
Actividades de programación y emisión de TV	40	16	7	63
Total empresas audiovisuales en Canarias	351	177	39	567

Fuente: Elaboración propia a partir de datos INE

Esta unipersonalidad laboral de las empresas audiovisuales canarias contrasta con las medias nacionales, que presentan entidades con un mayor porcentaje.

Empresas audiovisuales por número de empleados en España y Canarias (2019)



Al confrontar estos datos genéricos de actividad parece que se da cierta distorsión con respecto a la tendencia de aumento de rodajes cinematográficos en las Islas Canarias (tanto en número como en importe de inversión).

De acuerdo a los datos del Ministerio de Cultura, empresas productoras Canarias participaron en la producción de 18 largometrajes en el año 2019.

Número de empresas por CC.AA.												Nº de películas en las que ha participado cada CC.AA
Comunidad Autónoma	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2019
ANDALUCÍA	13	14	18	17	20	23	31	27	28	35	29	29
ARAGÓN	5	1	2	-	3	3	6	4	7	6	5	5
ASTURIAS	3	-	3	-	4	5	1	3	3	2	7	2
CANARIAS	2	2	10	12	9	19	17	19	18	22	18	18
CANTABRIA	-	-	-	-	-	0	1	0	2	1	0	0
CASTILLA-LA MANCHA	2	2	2	2	1	2	2	1	1	2	2	2
CASTILLA Y LEÓN	5	1	5	-	3	4	5	2	5	4	7	7
CATALUÑA	64	91	74	63	76	73	97	78	70	89	88	88
CEUTA	-	-	-	-	-	-	-	0	0	0	0	0
EXTREMADURA	1	3	2	2	2	1	4	4	2	2	3	3
GALICIA	18	19	13	19	18	12	13	12	12	18	15	15
ISLAS BALEARES	-	-	4	2	1	0	9	5	4	4	4	4
MADRID	82	82	81	81	92	89	116	143	122	137	113	113
MELILLA	-	-	-	-	0	-	0	0	0	0	0	0
MURCIA	-	1	1	-	1	3	2	2	3	0	5	5
NAVARRA	4	1	2	6	3	2	3	3	9	8	12	12
PAIS VASCO	11	19	21	25	17	22	17	28	23	32	35	35
LA RIOJA	-	-	-	-	-	-	-	0	0	0	0	0
C.A. VALENCIANA	24	13	21	17	17	18	19	23	20	27	38	38
TOTALES	234	249	259	246	267	276	343	354	329	389	381	

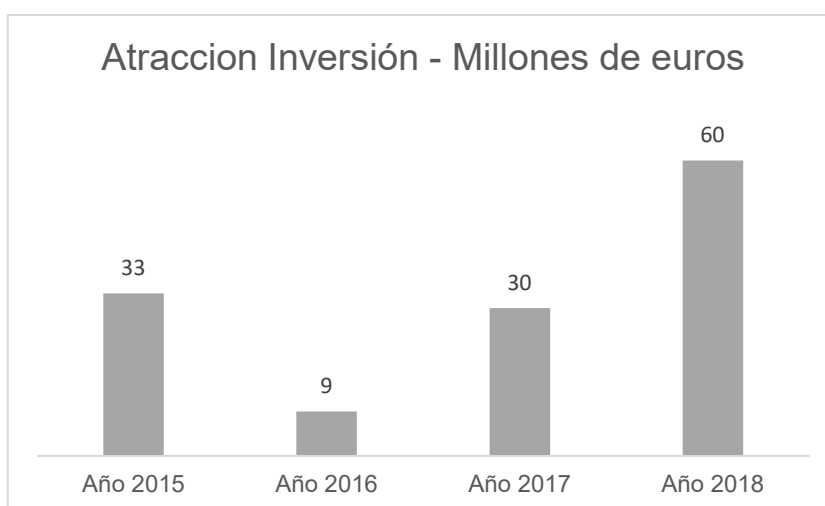
Fuente: ICAA Boletín informativo 2019

Manteniéndose en un 4,7% del total de los largometrajes producidos en España, la aportación del sector audiovisual canario es bastante superior a la aportación al PIB nacional del Archipiélago en términos porcentuales.

De esta forma, sin haber contado con una tradición cinematográfica histórica, Canarias se ha consolidado en los últimos años como un centro de producción nacional. En el año 2010 se realizaban en Canarias 2 largometrajes mientras que el número acumulado de los dos últimos ejercicios es de hasta 39. Y aún y con todo esto, resulta paradójico que los datos sectoriales de industrialización no destacan altas tasas de creación de empleo o cifra de negocio.

Este aumento de producción cinematográfica supuso pasar de percibir el 1% de los rodajes desarrollados en España, a percibir el 7% en 2014 y el 4.7% en 2019 del total de las producciones realizadas en nuestro país.

Siguiendo las informaciones facilitadas por las administraciones públicas, el volumen de inversión recibido en el Archipiélago por la atracción de producciones audiovisuales asciende hasta 60 millones en el año 2018:



Fuente: Elaboración propia a partir de las notas de prensa de las Administraciones Públicas implicadas (Cabildos y Gobierno de Canarias).

e. Factores de competitividad y perspectivas de evolución del sector.

De acuerdo a los cuestionarios realizados, una cuarta parte de las empresas considera que la evolución del sector ha sido buena en los últimos tres años, aunque eso no se ha traducido en la estabilización completa de un sector autónomo. Una vez superada la crisis derivada del coronavirus, la visión sobre lo que puede ocurrir en el corto plazo es más positiva y, sobre todo, a medio y largo plazo.

Para más mas de la mitad de las empresas consultadas, la evolución de las ventas va a ser buena y el sentir generalizado de las empresas es que, como mínimo, esa evolución no será mala. Las empresas confían en que esa mejora de la situación del

sector se traslade a la rentabilidad y a la creación de empleo, sobre todo a largo plazo.

Las empresas del sector son conscientes de la necesidad de mejorar su posición competitiva. Para más de dos terceras partes de quienes han respondido a la encuesta, la posición de las empresas canarias en los cuatro principales factores de competitividad es media o baja. La posición competitiva es más débil en lo que respecta al nivel tecnológico y la capacidad de innovación y, especialmente, en la capacidad de acceso a los mercados. En cambio, las empresas consideran que la formación de su personal es razonablemente buena.

Al identificar los factores positivos, tanto internos como externos, que pueden impulsar el desarrollo del sector, las empresas, especialmente las más pequeñas, confirman que sus principales ventajas competitivas se encuentran en la capacidad técnica y la capacidad de adaptación de sus equipos humanos a las necesidades de los clientes. Entre entidades de mayor tamaño hay coincidencia en señalar una mejora de la situación económica general y de la demanda audiovisual en particular hasta el surgimiento de la crisis de la Covid-19. Con carácter general, las empresas del sector opinan que el lenguaje audiovisual seguirá consolidándose como vehículo de comunicación, tanto en el sector privado como en el sector público, por lo que cabe esperar un incremento de la demanda de servicios profesionales de comunicación audiovisual. Los avances tecnológicos facilitan y abaratan los procesos de producción audiovisual y aumentan los canales de difusión y el consumo.

La existencia de una televisión autonómica continúa siendo vista como un elemento clave para impulsar el desarrollo del sector en Canarias, aunque se expresan ciertas reservas sobre la forma que la que proporcionar ese apoyo e incluso se califica como inexistente respecto a su papel de promoción.

Factores determinantes del sector audiovisual en Canarias:

Estos datos generales de la industria audiovisual en Canarias de los últimos ejercicios deben contraponerse con toda una serie de factores que pueden tener incidencia en su desarrollo:

I. Factores Económicos.

Hasta la crisis sanitaria provocada por la Covid-19, el crecimiento en 2019 de la economía canaria y española está siendo más moderado y menos equilibrado que en los últimos años:

	2016	2017	2018	2019	2020
ANDALUCIA	2,9	2,7	2,3	2,3	1,9
ARAGÓN	3,2	3,4	2,6	2,4	2
ASTURIAS	1,6	3,8	2,4	2,1	2,1
BALEARES	4,4	2,4	2,4	2,2	1,7
CANARIAS	3,4	2,7	2,5	2,4	1,8
CANTABRIA	4,2	3,4	2,6	2,3	2,1

CASTILLA Y LEÓN	3,1	1,7	2,2	2,3	1,9
CATALUÑA	3,5	3,2	2,4	2,5	2
EXTREMADURA	1,7	2,1	2,6	2,4	1,9
GALICIA	3,1	3,1	2,5	2,6	2,3
MADRID	3,2	3,3	3,1	2,8	2,3
MURCIA	4,3	3,1	2,8	2,2	1,6
NAVARRA	3	2,8	2,8	2,4	2,1
PAIS VASCO	3	3,1	2,7	2,7	2,3
LA RIOJA	2,6	1,5	2,5	2,6	2,2
C.A. VALENCIANA	2,8	3,1	2,5	2,3	1,9
ESPAÑA	3,125	2,8375	2,55625	2,40625	2,00625

Fuente BBVA Research: <https://www.bbvaresearch.com/publicaciones/situacion-comunitat-valenciana-primer-semestre-2020/>.

En concreto, el PIB de Canarias enlaza varios ejercicios de desaceleración pronunciada de su aportación económica provocada por el aumento de riesgos exógenos a nuestros mercados. El efecto proteccionista de algunas de las principales economías, guerras comerciales modernas y otros factores de incertidumbre como el Brexit, inestabilidad italiana/europea, ajuste en sectores estratégicos como el automoción y una clara pérdida de confianza empresarial tendrán un claro efecto sobre la evolución económica canaria.

De este modo, la perspectiva para los próximos meses, en un contexto normalizado sanitaria y conectivamente, es que:

- Seguiría creándose empleo pero a un ritmo inferior al de los pasados ejercicios.
- La debilidad de mercados exteriores e internacionales limitará el ritmo de las exportaciones.
- El sector turístico seguirá perdiendo valor.
- Se prevé que el ritmo de la construcción continúe creciendo, tanto en vivienda como obra civil, pero a tasas más moderadas que en 2019.

Y como es obvio todos estos vaticinios que consideramos, generales, se ven exponencialmente acelerados por la crisis de la Covid-19, de la que se desconocen todavía las tasas de desaceleración y su magnitud.

II. Factores tecnológicos del sector audiovisual

La evolución de las nuevas tecnologías aplicadas en el audiovisual es rápida y constante. Se trata de un factor determinante en el sector, que afecta por un lado a la producción de contenidos audiovisuales y por otro a cambios en los modelos de negocio de la distribución.

Esto conlleva a su vez una obsolescencia muy rápida de los equipos y la necesidad de inversión constante en su renovación, sobre todo para las empresas de servicios de soporte a la producción.

En cuanto a la producción, la calidad de los contenidos está basada en la creatividad de la idea, la forma de narrarlo y el talento de los profesionales involucrados, algo que básicamente no ha cambiado desde el inicio del sector, pero en edición y postproducción sí influye la evolución tecnológica.

En los últimos años (o incluso meses) se han implementado tecnologías en las que sector audiovisual canario se juega su desarrollo:

- Cámaras 360.
- Acceso a la fibra óptica y el 5G.
- Desarrollo de tecnología LED. Pantallas LED, grandes formatos para eventos. A medida que van pasando los años, los usuarios son cada vez más exigentes, y como consecuencia las pantallas LED se reafirman como tendencia del sector audiovisual en los próximos años, ya que lograrán que los asistentes estén más inmersos en la proyección, ya sean interiores o exteriores, como ya ocurre con los eventos deportivos.
- Realidad virtual, aumentada y mixta. realidad mixta (RM), también llamada a veces realidad híbrida, es la combinación de Realidad Virtual y Realidad Aumentada. Esta combinación permite crear nuevos espacios en los que interactúan tanto objetos y/o personas reales como virtuales. Es decir, se puede considerar como una mezcla entre la realidad, realidad aumentada, virtualidad aumentada y realidad virtual.

En Canarias, al no existir diversas empresas estructuradas y con capacidad de cierta inversión, el desarrollo de estas tecnologías se verá mermado y el Archipiélago corre el peligro de quedarse fuera de los principales núcleos de producción.

III. Factores competitivos

Describimos seguidamente los elementos que afectan la competitividad del sector. Estos factores operan en el entorno inmediato de cualquier empresa del sector, y afectan en la habilidad de esta para satisfacer a sus clientes, y obtener rentabilidad.

La principal situación de desequilibrio la provoca la escasez de clientes del sector audiovisual canario. La falta de adquisición de derechos derivados de la propiedad intelectual por parte de la RTVC y la dificultad de acceso, desde Canarias, a plataformas u otros operadores de telecomunicación provocan una gran complejidad a la hora de la venta de un proyecto por parte de productoras locales. Suele exigirse al respecto notoriedad de marca a la productora y un proyecto de probado éxito en el mercado. Mismas conclusiones son trasladables en el caso de agentes o distribuidores.

Dada la todavía relativa escasa demanda, la sensibilidad al precio del mercado y el bajo poder de negociación de las empresas, la industria se caracteriza por una intensidad competitiva muy elevada, tanto en precios como en otras condiciones (plazos y calidad técnica), siendo destacable igualmente un elevado nivel de

individualismo en las empresas del sector, con escasa vocación de realizar colaboraciones para abarcar proyectos de alta envergadura.

Actualmente existen varias asociaciones sectoriales y las empresas están asociadas a una o varias de ellas, por una de defensa de sus intereses, especialmente en lo referente al sistema de ayudas públicas directas, pero no se cuenta con una visión de negocio colaborativa, en la que se creen sinergias para emprender producciones diferenciales e innovadoras y lograr su venta, a nivel nacional o internacional. Parece necesaria, más que nunca, una apuesta firme por el sector, desde las instituciones y desde las propias empresas.

En el sector audiovisual existen proveedores muy diversos: empresas de servicios audiovisuales, de equipos (ordenadores, impresoras, escáneres, cámaras, etc.), de aplicaciones informáticas, de consumibles y servicios externos, cuyo abanico de proveedores es amplio y varía notablemente en función de las peculiaridades del proyecto que se va a realizar (locutores para grabaciones, fotógrafos, ilustradores, profesionales del tratamiento de imágenes o audio, etc.). Se ha venido venciendo la falta de proveedores locales para pequeñas y medianas producciones, gracias a la recurrencia de rodajes en los últimos años. Debemos señalar que se ha detectado un déficit de profesionales técnicos en localización y algunos servicios de apoyo a la producción (directores de producción, directores de fotografía y directores, etc.). Esto es debido a la baja actividad de producción de ficción en la región, que ocasiona una falta de profesionales cualificados en ciertas áreas y su búsqueda en otras regiones cuando son necesarios.

Respecto a las barreras de entrada y salida hacemos referencia a las dificultades que existen para entrar o salir del mismo.

Las barreras de entrada y salida afectan al nivel de competencia de un mercado porque, según su intensidad, aumentan o disminuyen su atractivo. Si las barreras de entrada son bajas habrá muchos emprendedores dispuestos a iniciarse en la actividad. Si a esto le añadimos un alto número de empresas ya existentes y unas barreras de salida altas, encontraremos una competencia intensa.

En esta actividad, las barreras de entrada se consideran de intensidad media, ya que, si bien se requiere una inversión inicial y se produce una rápida obsolescencia tecnológica en los equipos, por lo general el emprendedor cuenta con equipamiento propio, o bien puede alquilar el material técnico específico para cada proyecto a otra empresa del sector especialista en este tipo de servicios.

Por otro lado, las barreras de salida de la actividad también resultan de intensidad media, ya que existe un mercado secundario para los equipos y las aplicaciones. Aunque el material técnico audiovisual puede quedar obsoleto, en caso de ser de gama alta digital puede tener posibilidades de venta posterior sin perder excesivo valor.

Por último, existen una serie de barreras técnicas de intensidad alta en cuanto al formato, calidad, creatividad de los productos.

IV. Confianza empresarial

De acuerdo al *feedback* recibido durante el proceso de contraste del presente trabajo, el nivel de confianza de los operadores y agentes del sector audiovisual canario podemos afirmar que es positivo.

Antes de la declaración del Estado de alarma por el Gobierno de España, hasta un 60% de los agentes del sector, consideraban que la evolución de la actividad era buena y hasta un 11% como excelente. Solamente un 3,7% consideraba que existía una dinámica desfavorable.

Y a pesar de las dificultades aparejadas a la crisis sanitaria de este ejercicio 2020, más de un 50% de las empresas consultadas en reunión directa o mediante cuestionario considera que se producirá un rebote de actividad que generará una buena evolución. Solamente un 15% entiende que la recuperación llevará varios años de inactividad.

V. Análisis DAFO del sector audiovisual canario

DEBILIDADES	AMENZAS
- Necesidad de mayor visión empresarial del negocio y formación en gestión. - Insuficiente nivel de legua extranjera - Sector constituido por microempresas, con estructuras insuficientes ni músculo financiero para acometer inversiones. - Falta de notoriedad de productoras audiovisuales a nivel nacional / internacional. - Discontinuidad en la producción. - Dependencia de las ayudas públicas. - Baja modernización de equipos. - Inexistencia de talento local con reconocimiento nacional o internacional. - Intrusismo laboral. Profesión cercana al mundo amateur. - Inestabilidad del sector de la publicidad	- Inestabilidad presupuestaria de la RTVC. - Elevada sensibilidad respecto a los precios. - Desaceleración de la economía local. - Cambios legislativos respecto a las ayudas públicas. - Poco valor publicitario y de los videos corporativos. - Complejidad para el acceso a ayudas internacionales. - Mercados de nuestro entorno cada vez más competitivos.

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
- Dinamismo y juventud de los profesionales del sector. - Capacidad de adaptación del sector. - Desarrollo de nuevas tecnologías que limitan la dependencia de la conectividad (<i>streaming, led,...</i>). - Crecimiento de la demanda por parte de los operadores de telecomunicación. - Alto nivel de creatividad. - Disponer ya de una televisión autonómica.	- Internacionalización, búsqueda de oportunidades - de proyectos y cooperación en otros países. - guiones y mayor creatividad, en línea con tendencias sociales (historias canarias). - Mayor demanda de ficción por parte de las plataformas (Netflix, Amazon, etc.). - Inversión de la TV pública en contenidos audiovisuales de calidad en productoras canarias. - Diversificación de clientes y mercados. No depender de la TV local. - Coproducciones con otras productoras a nivel nacional. - Concentración y fusión de empresas del sector, para conseguir una mayor estructura y capacidad de proyectos. - Impulso y desarrollo de la inversión a través de las AIE (agrupaciones de interés económico). - Capitalización de los incentivos fiscales devengados en Canarias para mantener IPs canarias.

	- Nuevos formatos y contenidos (concursos, realities, documentales). - Ayudas públicas europeas, nacionales y locales. - Cuotas mínimas de cine europeo en canales de la UE y en operadoras de televisión. - Obligación de inversión de las TV's privadas y públicas (5/6%). - Crecimiento de la animación y videojuego.
--	--

6. Régimen fiscal del sector audiovisual en Canarias y otros apoyos

a. Los incentivos fiscales en general

Debido a la deslocalización de la actividad de producción, así como en el efecto multiplicador del gasto público en el sector audiovisual, el intento de atracción de rodajes ha traído consigo el desarrollo de políticas fiscales específicas encaminadas a su captación. La totalidad de las jurisdicciones de nuestro entorno -nacionales e internacionales- han detectado los beneficios de la estructuración de incentivos fiscales al sector audiovisual, además de que le han reconocido rentabilidades superiores al gasto que conllevan, por lo que han aprobado desde hace ya cierto tiempo instrumentos fiscales para la obtención de estos beneficios¹⁵.

¹⁵ Hemels, S. Tax Incentives for creative industries. Creative Economy. Singapore, 2017, pág 145.

En primer lugar, y centrándonos en los países de la Unión Europea, existen tres tipos fundamentales de programas de apoyo fiscal al sector audiovisual¹⁶:

Tax shelters.- Los denominados *tax shelters* suelen ser sistemas basados en que los sujetos pasivos con alta capacidad fiscal de un determinado tributo destinen parte de sus obligaciones impositivas, obteniendo como contraprestación deducciones o incentivos fiscales. Es un sistema utilizado para diferentes sectores y no únicamente para el cine (por ejemplo, se ha venido utilizando para la financiación del sector astillero español, I+D+i, etc.). Los principales elementos configuradores de este sistema son:

- El sujeto pasivo que destina parte de sus recursos recibe participación en el proyecto.
- Normalmente, dado que es necesaria la creación de vehículos ajenos al propio sector que pretende incentivar, conlleva la creación de elementos artificiales o vehiculares que canalicen la inversión. Por este motivo, el modelo suele conllevar costes de intermediarios financieros, costes legales, etc.
- Las estructuras de inversión, si bien suelen ofrecer rentabilidades muy atractivas, son complejas y sofisticadas.
- La finalidad que mantiene este sistema es un intento de involucrar al sector privado de una manera estable.

Es un sistema que, aunque ha sido utilizado por industrias cinematográficas bastante estables (como, por ejemplo, en Reino Unido, Bélgica, Holanda, Luxemburgo o Irlanda), su complejidad y escasa claridad en la relación entre la inversión y el beneficio generado ha llevado a que la mayoría de los países que en su día instauraron tal sistema estén replanteando su estructura.

Rebates.- Los «rebates» son un sistema mucho más sencillo que el anterior, que se empieza a convertir en el medio más utilizado por los países de nuestro entorno como sistema de apoyo al sector cinematográfico. En este sistema no suelen existir diferentes intermediarios, por lo que provoca una estructura más transparente y sencilla de controlar y evaluar por parte de la Administración.

El «rebate» suele operar del siguiente modo: la productora realiza una serie de gastos aptos como base del cálculo del incentivo. Una vez comprobados dichos gastos, y normalmente después de que la productora haya cumplido con sus obligaciones tributarias, se produce la «devolución» de un porcentaje del gasto realizado por la Administración.

Tax Credits.- Este modelo es muy similar al anterior, con la particularidad de que mediante los «créditos fiscales» primero se procede a reducir la carga impositiva de

European Audiovisual Observatory. *Impact analysis of fiscal incentive schemes supporting film and audiovisual production in Europe*. Ed. Comisión Europea. Bruselas, 2014, pág. 19.

la propia productora para, una vez que esta ha quedado reducida, se procede a la devolución del excedente si lo hubiera. Generalmente se suele solicitar mediante la presentación del Impuesto sobre Sociedades de la entidad que ha realizado el gasto en el territorio concreto.

De acuerdo con el Observatorio Europeo del Audiovisual, existen en la Unión Europea un total de 26 sistemas fiscales de apoyo al cine, según lo que expone el siguiente cuadro:

Sistemas de incentivación fiscal en Europa

País	Denominación	Tipología	Año de Implantación
AT	FISA	Rebate	2010
BE	<i>Tax Shelters</i>	<i>Tax Shelters</i>	2003
CZ	FISP	Rebate	2010
DE	DFFF	Rebate	2004
ES ¹⁷	Deducción Inv. Largometrajes	Tax Shelters	2007
FR	SOFICA	Tax Shelters	1985
FR	Crédit d'impôt cinéma	Tax Credit	2009
FR	Crédit d'impôt international (C2i or TRIP)	Tax Credit	2009
GB	Film Tax Relief	Tax Credit	2007
HR	Cash Rebate	Rebate	2012
HU	Indirect Subsidy	Tax Shelters	2004
IE	Section 481	Tax Shelters	1997
IS	Reimbursment	Rebate	1999
IT	External Tax Credit	Tax Shelters	2009
IT	Producer Tax Credit	Tax Shelters	2009
IT	International Tax Credit	Tax Credit	2009
LT	Film Tax Incentive	Tax Shelters	2014
MK	Production Incentive Programme	Tax Shelters	2014
MT	Cash Rebate	Rebate	2014
NL	Film Production Incentive	Rebate	2014

¹⁷ Si bien el Observatorio Europeo considera el sistema español un *tax credit* en vigor desde el año 2004 por entenderlo como una mera deducción en la cuota del Impuesto sobre Sociedades, desde la promulgación de la Ley 55/2007, del Cine, lo que se pretende a través del legislador es el aprovechamiento de una transmisión del crédito fiscal mediante agrupaciones de interés económico, como su propio preámbulo reconoce por lo que más bien debería haber quedado encuadrado en el modelo de *tax shelters*.

SK	Cash Rebate	Rebate	2014
----	-------------	--------	------

Por su parte, los principales programas de apoyo al cine en Europa mantienen los siguientes presupuestos de gasto por parte de cada uno de los Estados respectivos¹⁸:

Presupuestos de los sistemas de incentivo en Europa

País	Denominación	Presupuesto estimado € anual
BE	Tax Shelters	60 millones
CZ	FISP	2,6 millones
CZ	FISP	32 millones
FR	SOFICA	37,1 millones
FR	Crédit d'impôt cinéma	110 millones
HU	Indirect Subsidy	76 millones
IE	Section 481	35 millones
IT	Para sus tres programas	110 millones
GB	Film Tax Relief	340 millones

Como recoge la Comisión Europea en la Comunicación sobre la ayuda estatal a las obras cinematográficas¹⁹, los Estados miembros han aplicado una amplia gama de medidas de apoyo a la producción de películas, programas de televisión y otras obras audiovisuales. Globalmente, los Estados miembros proporcionan al año ayudas a las obras cinematográficas por un importe estimado en 3.000 millones de euros. Esta financiación se facilita a través de más de 600 regímenes de ayudas nacionales, regionales y locales. Como hemos reflejado, su principal objetivo cultural es garantizar que las culturas nacionales y regionales, así como su potencial creativo, encuentren expresión en los medios audiovisuales cinematográficos y televisivos. Por otra parte, tales medidas aspiran a generar la masa crítica de actividad necesaria para crear una dinámica de desarrollo y consolidación del sector a través de la creación de empresas productoras sólidamente asentadas, y la constitución de una reserva permanente de experiencia y cualificaciones personales. Con estas ayudas, la UE se ha convertido en uno de los principales productores de obras cinematográficas del mundo.

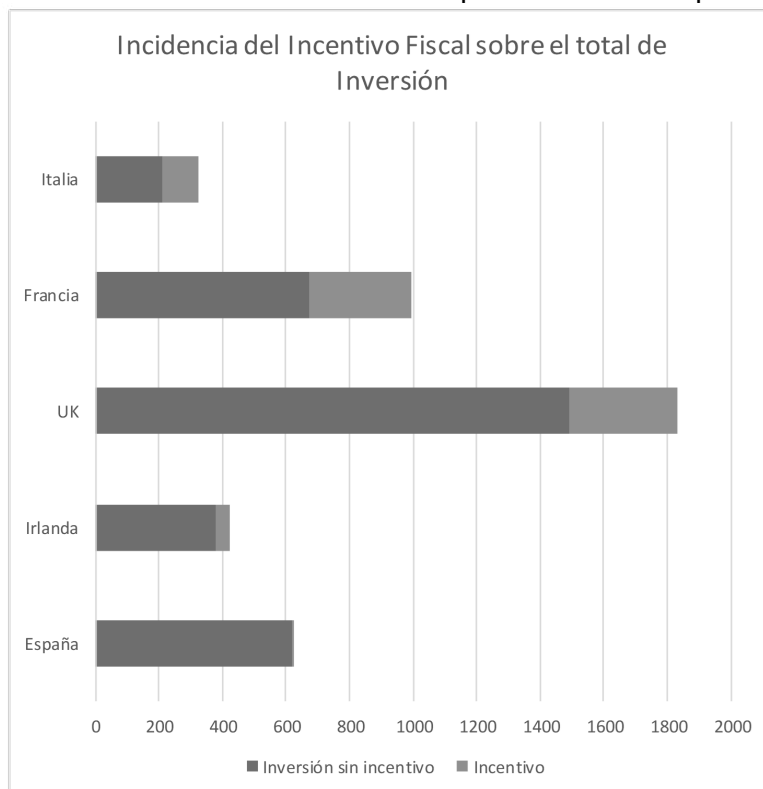
Como recoge Olsberg, el uso de los sistemas de tax shelter en el mundo y en los países de nuestro entorno está en claro declive, puesto que solamente un 2% de todos los sistemas de incentivación manejan un programa basado en vehículos de

¹⁸ Datos obtenidos de las publicaciones en la página web de la Comisión Europea – Órgano de Competencia: http://ec.europa.eu/competition/elojade/isef/index.cfm?clear=1&policy_area_id=3 (última consulta 25 de mayo de 2016).

¹⁹ 2013/C 332/01.

inversión, mientras que entre Rebates y Tax Credits, suman un 93% del total de programas de apoyo tributario al audiovisual²⁰.

Sin embargo, la aplicación del incentivo fiscal en general en España no acaba de suplir a otras fuentes de financiación, como vemos en el siguiente cuadro que mide la importancia del incentivo sobre el total del importe invertido en producción:



Fuente: Elaboración propia de acuerdo a los datos publicados por el Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales – Secretaría de Estado de Cultura, Ministerio de Cultura, Educación y Deportes. Boletín Informativo 2014; European Audiovisual Observatory, online Yearbook of the European Audiovisual Observatory. Ed. Comisión Europea. Bruselas 2015; Informe de la Comisión Europea C(2014) 7687 y C (2015) 5020.

Como primer punto de partida para conocer el incentivo fiscal al sector audiovisual español, se hace necesario hacer una revisión del Derecho positivo que recoge el principal beneficio tributario a la inversión cinematográfica.

Las sucesivas leyes reguladoras del Impuesto sobre Sociedades han venido recogiendo un capítulo al desarrollo de incentivos fiscales en la forma de acreditación y aplicación de deducciones, destinadas a incentivar la realización de determinadas actividades consideradas como prioritarias para el desarrollo del modelo económico del país.

Como será objeto de desarrollo en posteriores apartados la deducción por inversión en largometrajes mantiene su regulación específica en el vigente artículo 36.1 de la

²⁰ Global Film Production Incentives. White Paper. Olsberg SPI – Global Incentives.

Ley 27/2014, de 27 de noviembre, del Impuesto sobre Sociedades. Dicha regulación ha sufrido diversas modificaciones desde su instauración debido, en mayor o menor medida, a que recoge un incentivo ligado a un sector en continua evolución como es el audiovisual y, en una u otra forma, debido a que el legislador no mantiene una política legislativa uniforme en el tiempo respecto al incentivo de las producciones audiovisuales, en la que constan incluso aprobaciones anuales de vigencia, aspecto que ha venido a sumar inseguridad jurídica a los operadores. Dejando de lado la evolución histórica de la legislación, es un hecho contrastado que las modificaciones legislativas constantes no han sido un elemento que aporte seguridad jurídica a los operadores del sector audiovisual, de forma que se les impedía planificar la inversión en producciones audiovisuales a medio e incluso a corto plazo, puesto que desconocían si podían disminuir sus costes de producción en el importe de la deducción del 25-20%. Pensemos que algunas de las producciones realizadas en España tienen presupuestos por encima de 100 millones de euros²¹, por lo que la planificación de su producción es obvio que no se realiza en un corto espacio de tiempo. La incertidumbre acerca de la vigencia indefinida del incentivo, los tipos cambiantes de la deducción y las modificaciones en su base de cálculo es muy probable que incidieran en la decisión de las grandes productoras de desarrollar obras audiovisuales en España, sobre todo si se compara con otras legislaciones de nuestro entorno con regulaciones de sus incentivos mucho más estables.

En este sentido, el modelo de los incentivos fiscales al cine y al sector audiovisual en general ha adolecido de un cierto grado de provisionalidad, puesto que si bien las subvenciones al sector han venido disminuyendo su peso e importancia a favor del protagonismo del sistema de incentivos a la producción a través de las figuras impositivas, al legislador le ha faltado el establecimiento de un marco estable de incentivación sin constantes modificaciones a corto plazo. Sin embargo, y contradictoriamente a lo anterior, a su vez, salvo en los años de crisis económica de finales de los años ochenta, ha existido una clara voluntad por convertir el sistema de los incentivos fiscales al sector audiovisual en un modelo eficiente y atractivo para la iniciativa privada, trasladando el régimen de subvenciones en una especie de tutela o mecenazgo por parte de los operadores que pueden destinar sus obligaciones tributarias a dichos proyectos.

Esta dualidad de inseguridad jurídica y, a su vez, de voluntad de mejora era ya puesta de manifiesto por el propio preámbulo de la Ley 55/2007, del Cine, cuando hace más de diez años recogía que, en este contexto, se trata de dotar de estabilidad a los incentivos fiscales hasta el 31 de diciembre de 2011. Además, con la finalidad de evaluar debidamente su eficacia, se adquiere el compromiso de presentar conjuntamente al Ministerio de Economía y Hacienda y al Ministerio de Cultura y realizar un estudio sobre los mismos y una propuesta de adecuación a la realidad económica y a la normativa comunitaria. Dicho análisis nunca fue realizado.

Esta necesidad de estabilidad en la estructura de los incentivos fiscales al cine, y particularmente de la deducción por la inversión en largometrajes españoles era

²¹ Por ejemplo, como expone la web especializada en cine IMDB, *Furia de Titanes*, coproducida en España tuvo un presupuesto que rondó los 125.000.000 de dólares: <http://www.imdb.com/title/tt0800320/>

puesta de manifiesto por González²² al referirse a que el modelo de incentivos fiscales al cine adolece de un cierto grado de provisionalidad en tanto que, en la actualidad, se descuenta una más que probable reducción de las subvenciones al sector, a cambio de un mayor protagonismo de los citados incentivos. Sin embargo, es evidente que el cine, en su doble vertiente cultural (como una de las manifestaciones capitales del pulso artístico, creativo y cultural del país) e industrial (generación de empleo cualificado, PIB, ingresos por exportación, marca «España», etc.) constituye un sector estratégico, tal y como reconoce la propia Ley del Cine. «Por ello crear un marco que mejore el tratamiento fiscal de la participación privada en la producción cinematográfica debe verse, más que como un acto filantrópico del Estado, como una necesidad para un poder público que se encuentra exhausto de acudir a todas las batallas en las que su presencia es necesaria, siendo «preferible un sistema continuista que rupturista. La deducción por actividades cinematográficas goza de una tradición de más de veinte años en nuestro país. Y tradición equivale a seguridad jurídica, y esta suscita siempre el interés de los inversores. Por ello, en mi opinión, debería apostarse por mantener las características esenciales del sistema, si bien introduciendo importantes ajustes cuantitativos y cualitativos».

La vigente redacción del artículo 36 de la Ley del Impuesto sobre Sociedades establece dos tipos de incentivos, uno para la producción nacional – española, y otro para la producción internacional (servicios de producción), de la siguiente forma:

“1. Las inversiones en producciones españolas de largometrajes y cortometrajes cinematográficos y de series audiovisuales de ficción, animación o documental, que permitan la confección de un soporte físico previo a su producción industrial seriada darán derecho al productor a una deducción:

a) Del 30 por ciento respecto del primer millón de base de la deducción.

b) Del 25 por ciento sobre el exceso de dicho importe.

La base de la deducción estará constituida por el coste total de la producción, así como por los gastos para la obtención de copias y los gastos de publicidad y promoción a cargo del productor hasta el límite para ambos del 40 por ciento del coste de producción.

Al menos el 50 por ciento de la base de la deducción deberá corresponderse con gastos realizados en territorio español.

El importe de esta deducción no podrá ser superior a 10 millones de euros.

En el supuesto de una coproducción, los importes señalados en este apartado se determinarán, para cada coproductor, en función de su respectivo porcentaje de participación en aquella.

²² González, I. «Reflexiones en torno a una posible modificación de los incentivos fiscales al cine», *Actualidad Jurídica Aranzadi*, nº. 853/2012, parte Comentario, Ed. Aranzadi, Pamplona, 2014, pág. 6.

Para la aplicación de la deducción, será necesario el cumplimiento de los siguientes requisitos:

a') Que la producción obtenga el correspondiente certificado de nacionalidad y el certificado que acredite el carácter cultural en relación con su contenido, su vinculación con la realidad cultural española o su contribución al enriquecimiento de la diversidad cultural de las obras cinematográficas que se exhiben en España, emitidos por el Instituto de Cinematografía y de las Artes Audiovisuales, o por el órgano correspondiente de la Comunidad Autónoma con competencia en la materia.

b') Que se entregue una copia nueva y en perfecto estado de la producción en la Filmoteca Española o la filmoteca oficialmente reconocida por la respectiva Comunidad Autónoma.

La deducción prevista en este apartado se generará en cada período impositivo por el coste de producción incurrido en el mismo, si bien se aplicará a partir del período impositivo en el que finalice la producción de la obra.

No obstante, en el supuesto de producciones de animación, la deducción prevista en este apartado se aplicará a partir del período impositivo en que se obtenga el certificado de nacionalidad señalado en la letra a') anterior.

La base de la deducción se minorará en el importe de las subvenciones recibidas para financiar las inversiones que generan derecho a deducción.

El importe de esta deducción, conjuntamente con el resto de ayudas percibidas, no podrá superar el 50 por ciento del coste de producción. No obstante, dicho límite se elevará hasta:

a'') El 85 por ciento para los cortometrajes.

b'') El 80 por ciento para las producciones dirigidas por una persona que no haya dirigido o codirigido más de dos largometrajes calificados para su explotación comercial en salas de exhibición cinematográfica, cuyo presupuesto de producción no supere 1.500.000 de euros.

c'') El 80 por ciento en el caso de las producciones rodadas íntegramente en alguna de las lenguas cooficiales distintas al castellano que se proyecten en España en dicho idioma cooficial o subtítuloado.

d'') El 80 por ciento en el caso de producciones dirigidas exclusivamente por personas con un grado de discapacidad igual o superior al 33 por ciento reconocido por el órgano competente.

e'') El 75 por ciento en el caso de producciones realizadas exclusivamente por directoras.

f'') El 75 por ciento en el caso de producciones con un especial valor cultural y artístico que necesiten un apoyo excepcional de financiación según los criterios

que se establezcan mediante Orden Ministerial o en las correspondientes convocatorias de ayudas.

g") El 75 por ciento en el caso de los documentales.

h") El 75 por ciento en el caso de las obras de animación cuyo presupuesto de producción no supere 2.500.000 de euros.

i") El 60 por ciento en el caso de producciones transfronterizas financiadas por más de un Estado miembro de la Unión Europea y en las que participen productores de más de un Estado miembro.

j") El 60 por ciento en el caso de coproducciones internacionales con países iberoamericanos.

2. Los productores registrados en el Registro Administrativo de Empresas Cinematográficas del Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales que se encarguen de la ejecución de una producción extranjera de largometrajes cinematográficos o de obras audiovisuales que permitan la confección de un soporte físico previo a su producción industrial seriada tendrán derecho a una deducción por los gastos realizados en territorio español:

a) Del 30 por ciento respecto del primer millón de base de la deducción.

b) Del 25 por ciento sobre el exceso de dicho importe.

La deducción se aplicará siempre que tales gastos sean, al menos, de 1 millón de euros. No obstante, para los gastos de preproducción y postproducción destinados a animación y efectos visuales realizados en territorio español, el límite se establece en 200.000 euros.

La base de la deducción estará constituida por los siguientes gastos realizados en territorio español directamente relacionados con la producción:

1.º Los gastos de personal creativo, siempre que tenga residencia fiscal en España o en algún Estado miembro del Espacio Económico Europeo, con el límite de 100.000 euros por persona.

2.º Los gastos derivados de la utilización de industrias técnicas y otros proveedores.

El importe de esta deducción no podrá ser superior a 10 millones de euros, por cada producción realizada.

La deducción prevista en este apartado queda excluida del límite a que se refiere el último párrafo del apartado 1 del artículo 39 de esta Ley. A efectos del cálculo de dicho límite no se computará esta deducción.

El importe de esta deducción, conjuntamente con el resto de ayudas percibidas por la empresa contribuyente, no podrá superar el 50 por ciento del coste de producción.

Reglamentariamente se podrán establecer los requisitos y obligaciones para tener derecho a la práctica de esta deducción.”

Como vemos, se ha establecido un sistema de incentivación separado para las producciones nacionales y para las producciones internacionales que se realizan en Canarias.

Esta regulación se complementa con su fórmula de aplicación en el Impuesto sobre Sociedades, de acuerdo a lo que establece el artículo 39 de la Ley del Impuesto sobre Sociedades:

“3. En el caso de insuficiencia de cuota en la aplicación de la deducción prevista en el apartado 2 del artículo 36 de esta Ley, se podrá solicitar su abono a la Administración tributaria a través de la declaración de este Impuesto. Este abono se regirá por lo dispuesto en el artículo 31 de la Ley General Tributaria y en su normativa de desarrollo, sin que, en ningún caso, se produzca el devengo del interés de demora a que se refiere el apartado 2 de dicho artículo 31.”

Este último párrafo transcrito permite, solamente en el caso de las producciones internacionales, obtener la capitalización de las deducciones generadas con independencia de la existencia de beneficios tributables en sede de la entidad productora.

b. La aplicación de los incentivos fiscales en Canarias.

Como recoge la Orden de 22 de mayo de 2015, por la que se establecen los criterios de acreditación del cumplimiento de los requisitos conducentes a la obtención del certificado de obra audiovisual canaria, los efectos que dicha regulación ha producido en el desarrollo del sector audiovisual en Canarias son evidentes pues ha dado como resultado un incremento espectacular de producciones cinematográficas, nacionales y extranjeras, realizadas en las islas en los últimos años, lo que ha convertido a Canarias en un destino de primer nivel internacional para la realización de películas y, en general, para las producciones audiovisuales, tanto de ficción como de documentales, de participación en series para televisión y de realización de cine de animación.

Varios han sido los medios de comunicación²³ que han puesto de relieve el enorme interés que ha desatado Canarias en los últimos años como plató cinematográfico,

²³ Lorente, S. recoge en el diario *El País* del 19 de junio de 2014 lo siguiente: «Adrián Guerra, productor canario y socio de Nostromo Pictures, recuerda cómo en los últimos 20 años en Canarias “no se hizo nada”, pero cómo desde que el Parlamento Canario aprobó en 2009 estos incentivos se han grabado en las islas varias superproducciones. Se

siendo sin ninguna duda la Comunidad Autónoma donde más ha crecido el sector audiovisual junto con la Comunidad Foral de Navarra.

El marco legal aplicable en las Islas Canarias viene determinado por normas comunitarias, estatales y autonómicas de diferente rango, cuya prelación se rige por el principio de competencia, que se concretan principalmente en las siguientes:

- Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea.
- Constitución Española.
- Estatuto de Autonomía de Canarias.
- Ley Orgánica de Financiación de las Comunidades Autónomas.
- Ley Reguladora del Sistema de Financiación de las Comunidades Autónomas de Régimen Común y Ciudades con Estatuto de Autonomía.

El reconocimiento de las especialidades fiscales en Canarias se produce con la aprobación de la Constitución Española, que determinó un modelo financiero excepcional del sistema común. Así, el Régimen Económico Fiscal de Canarias (“REF”) tiene su refrendo constitucional en la misma Constitución Española, Disposición Adicional 3ª, que establece que «la modificación del régimen económico y fiscal del archipiélago canario requerirá informe previo de la Comunidad Autónoma o, en su caso, del órgano provisional autonómico»²⁴.

refiere, además de a *Éxodo* (2013), a *En el corazón del mar* (2013) de Ron Howard; a *Ira de titanes* (2011) y a su primera parte, *Furia de titanes* (2009), y *A todo gas 6* (2012).

Para 2014 la Gran Canaria Film Commission tiene en cartera 13 nuevos proyectos de cine y televisión. Algunos de ellos ya se han terminado, como la película de Álvaro Fernández Armero *Las ovejas nunca pierden el tren*, en el que aparecen Candela Peña, Inma Cuesta y Raúl Arévalo. Otros dos proyectos se rodarán en el mes de julio. Uno es la película *Ma ma*, escrita y dirigida por Julio Medem y protagonizada por Penélope Cruz. El otro, el filme de Isabel Coixet *Nobody wants the night*. Esta misma semana Demi Moore ha estado también moviéndose por Gran Canaria para filmar *Wild Oats*, dirigida por el estadounidense Andy Tennant, y en la que también figuran Shirley MacLaine y Jessica Lange».

Fuente: http://cultura.elpais.com/cultura/2014/06/19/actualidad/1403199373_452612.html (última consulta, 25 de mayo de 2016).

Igualmente, *La Tribuna del País Vasco* recogía el 31 de agosto de 2015 que «Las Islas Canarias se están convirtiendo en el Hollywood de Europa. De hecho, la industria del cine ha inyectado más de 100 millones de euros a la economía de la región insular en una veintena de proyectos, tanto nacionales como internacionales, que se han llevado a cabo en los últimos años, lo que da idea del potencial de esta actividad económica y de su capacidad para generar riqueza y crear puestos de trabajo».

Fuente: <http://latribunadelpaisvasco.com/not/3388/canarias-el-hollywood-de-europa/> (última consulta, 25 de mayo de 2016).

²⁴ Pascual González, M. *La Reserva para Inversiones en Canarias y la Zona Especial Canaria: su configuración como Ayudas de Estado fiscales*, Tesis Doctoral Inédita. Universidad de La Laguna, 2004.

A través de la citada Disposición Adicional se reconoce la situación de desigualdad en que se encuentran las Islas Canarias con respecto al resto de los españoles y, al mismo tiempo, obliga al Estado, mediante su inclusión, a promover y garantizar la consecución de la igualdad y la solidaridad.

De la Constitución se deriva la unidad del orden económico nacional, unidad que, sin embargo, no significa uniformidad, ya que la misma configuración del Estado español y la existencia de entidades con autonomía política, como son las Comunidades Autónomas, supone necesariamente una diversidad de regímenes jurídicos.

La peculiaridad del régimen fiscal de las Islas Canarias tiene en el ordenamiento jurídico un claro reflejo constitucional contenido en la mencionada disposición adicional tercera y en el artículo 138.1, en virtud del cual «el Estado garantiza la realización efectiva del principio de solidaridad consagrado en el artículo 2 de la Constitución, velando por el establecimiento de un equilibrio económico, adecuado y justo entre las diversas partes del territorio español, y atendiendo en particular a las circunstancias del hecho insular».

El artículo 46 del Estatuto de Autonomía de Canarias es el precepto que reconoce el REF, al señalar que «Canarias goza de un régimen económico especial, propio de su acervo histórico y constitucionalmente reconocido, basado en la libertad comercial de importación y exportación, no aplicación de monopolios y en franquicias aduaneras y fiscales sobre el consumo». Adicionalmente a esto, el Estatuto recoge que dicho régimen económico y fiscal incorpora a su contenido los principios y normas aplicables como consecuencia del reconocimiento de Canarias como región ultraperiférica de la Unión Europea, con las modulaciones y derogaciones que permitan paliar las características estructurales permanentes que dificultan su desarrollo. Igualmente, el régimen económico-fiscal de Canarias solo podrá ser modificado de acuerdo con lo establecido en la Disposición Adicional Tercera de la Constitución, previo informe del Parlamento canario que, para ser favorable, deberá ser aprobado por las dos terceras partes de sus miembros. Por último recoge que el Parlamento canario deberá ser escuchado en los proyectos de legislación financieras y tributarias que afecten al régimen económico-fiscal de Canarias.

Así concebido, el Régimen Económico y Fiscal incorpora a su contenido los principios y normas aplicables como consecuencia del reconocimiento de Canarias como región ultraperiférica de la Unión Europea, con las modulaciones y derogaciones que permitan paliar las características estructurales permanentes que dificultan su desarrollo, debiendo recordarse que el Estatuto de Autonomía forma parte del «bloque de constitucionalidad» y, por tanto, goza de la máxima protección. Más concretamente, en lo que a las islas Canarias se refiere, nos encontramos con un Régimen Económico Fiscal especial respecto del vigente en el resto del territorio nacional, determinado, como señala el Tratado y la normativa comunitaria, por su carácter insular, la lejanía, las especiales condiciones geográficas, geológicas y climáticas, así como la escasez de recursos naturales. Por tanto, el REF no es en

modo alguno un privilegio de las Islas Canarias frente al resto del territorio español, sino que el mismo tiene como fin minimizar la desventaja socioeconómica del archipiélago derivada del único hecho diferencial español reconocido en los Tratados de la Unión Europea, derivado del carácter insular y especiales condiciones y circunstancias que obligan a un tratamiento económico y tributario más favorable.

El sistema fiscal canario se adaptó a las exigencias comunitarias y se promulgaron las dos normas que actualmente recogen el núcleo principal del REF, en las que se incluyen, respecto a la tributación directa, todos los instrumentos fiscalmente incentivadores y también las especialidades de la tributación indirecta. Dichas normas fueron la Ley 20/1991, de 7 de junio, de Modificación de los Aspectos Fiscales del Régimen Económico y Fiscal de Canarias y la Ley 19/1994, de 6 de julio, de Modificación del Régimen Económico y Fiscal de Canarias.

Como establece Sanfrutos²⁵, en un sentido estricto no podemos hablar de un régimen especial, ya que la referida singularidad viene a concretarse en unos porcentajes, tipos y límites de deducción incrementados con respecto al régimen general de deducciones para incentivar la realización de determinadas actividades reguladas en la Ley del Impuesto sobre Sociedades.

Este régimen especial de deducción, tal y como ha quedado vigente, se encuentra establecido en el artículo 94 de la Ley 20/1991, y se traduce básicamente en un diferencial fiscal favorable, en el Impuesto sobre Sociedades, a los sujetos pasivos de este tributo con domicilio fiscal en Canarias, en relación a las inversiones que realicen y permanezcan en el archipiélago, así como a los sujetos pasivos del IRPF que desarrollen actividades empresariales en Canarias. Tal diferencial se compone del establecimiento de un porcentaje incrementado de deducción para Canarias sobre el general en un 80 % con un mínimo de 20 puntos, así como la aplicación de porcentajes máximos de deducción sobre la cuota tributaria superior también al 80 % al establecido en el régimen general, con un diferencial mínimo de 35 puntos porcentuales:

“1. Las Sociedades y demás Entidades jurídicas sujetas al Impuesto sobre Sociedades, con domicilio fiscal en Canarias, podrán acogerse a partir del primer ejercicio económico cerrado con posterioridad a 31 de diciembre de 1991, y en

²⁵ Sanfrutos, E., et al., *Impuesto sobre Sociedades, Régimen General Tomo II. EY Abogados*. Ed. Aranzadi. Pamplona, 2013, pág. 1647. Igualmente, Martín Cáceres, A. F. «La reforma silenciosa del régimen especial de deducciones por inversiones en Canarias». *Revista Quincena Fiscal* nº 8/2014. Ed. Aranzadi, Pamplona 2014, pág 72, entiende que el régimen especial de deducción por inversiones se traduce en el establecimiento de un diferencial favorable en el gravamen de la renta de sociedades.

En el mismo sentido, Huerta Soler, J. M. «El régimen Jurídico de la deducción por inversiones en Canarias». *Revista Hacienda Canaria* nº 15. Ed Gobierno de Canarias, Santa Cruz de Tenerife, 2006, pág 83, expone que la deducción por inversiones en Canarias es uno de los incentivos fiscales a la inversión en relación con los impuestos directos del Régimen Económico-Fiscal de Canarias y que, en principio, no supone más que unas especialidades cuantitativas y cualitativas respecto del régimen general de deducción por inversiones aplicado en el resto del Estado.

relación a las inversiones realizadas y que permanezcan en el Archipiélago al régimen de deducción previsto en el artículo 26 de la Ley 61/1978, de 27 de diciembre, de acuerdo con las siguientes peculiaridades:

a) Los tipos aplicables sobre las inversiones realizadas serán superiores en un 80 por 100 a los del régimen general, con un diferencial mínimo de 20 puntos porcentuales.

b) Deducción por inversión en Canarias, tendrá por límite máximo el porcentaje que a continuación se indica de la cuota líquida resultante de minorar la cuota íntegra en el importe de las deducciones por doble imposición y, en su caso, las bonificaciones previstas en el artículo 25 de la Ley 61/1978, de 27 de diciembre, del Impuesto sobre Sociedades. Tal porcentaje será siempre superior en un 80 % al que para cada modificación de la deducción por inversiones se fije en el régimen general con un diferencial mínimo de 35 puntos porcentuales. No obstante, en las islas de La Palma, La Gomera y El Hierro, el tope mínimo del 80 % se incrementará al 100 % y el diferencial mínimo pasará a 45 puntos porcentuales cuando la normativa comunitaria de ayudas de estado así lo permita y se trate de inversiones contempladas en la Ley 2/2016, de 27 de septiembre y demás leyes de medidas para la ordenación de la actividad económica de estas islas.”

Como hemos visto, las ejecuciones e inversiones realizadas; como es comúnmente aceptado por entidades domiciliadas en Canarias que obtengan el certificado de obra canaria y permanezcan en el archipiélago podrán disfrutar de unos tipos incrementados de deducción en, al menos, 20 puntos porcentuales con un 80% de diferencial, aspecto que ha de ser completado con lo establecido en el Real Decreto 15/2014, de 19 de diciembre, de Modificación del Régimen Económico y Fiscal de Canarias, donde adecuando las principales «figuras impositivas canarias» a las Directrices comunitarias para el período 2014-2020 y al Reglamento (UE) 651/2014, en su preámbulo se recoge que mediante tal norma se fijan unos límites superiores a los generales, en relación con las deducciones por inversiones en producciones cinematográficas, series audiovisuales y espectáculos en vivo de artes escénicas y musicales realizadas en el archipiélago, y se amplía el plazo de aplicación de las cantidades no deducidas por la deducción por inversiones en Canarias. Su disposición adicional decimocuarta de dicho Real Decreto establece que:

«El importe de la deducción por inversiones en producciones españolas de largometrajes cinematográficos y de series audiovisuales de ficción, animación o documental a que se refiere el apartado 1 del artículo 36 de la Ley 27/2014, de 27 de noviembre, del Impuesto sobre Sociedades, no podrá ser superior a 5,4 millones de euros cuando se trate de producciones realizadas en Canarias.

El importe de la deducción por gastos realizados en territorio español por producciones extranjeras de largometrajes cinematográficos o de obras audiovisuales a que se refiere el apartado 2 del artículo 36 de la Ley 27/2014 no podrá ser superior a 5,4 millones de euros cuando se trate de gastos realizados en Canarias».

Este aumento de límites máximos junto a la posible aplicación de los tipos máximos de deducción determinan que las Islas Canarias mantengan un régimen de aprovechamiento de la deducción para incentivar la realización de obras audiovisuales mucho más beneficioso que el existente en régimen general²⁶.

En el análisis de dicho artículo parece entenderse que para que pueda aprovecharse el límite incrementado en el caso de producciones españolas, las mismas deben ser producidas en Canarias, a lo que habría que acudir de nuevo al concepto de obra canaria y la necesaria obtención de su certificado.

Las diferencias normativas existentes en Canarias se alinean lo recogido en apartados anteriores, en el sentido de que para mejorar la eficiencia del incentivo fiscal al cine en territorio común del Impuesto sobre Sociedades, se hace necesario aumentar el porcentaje de cálculo así como el límite ayuda máximo de intensidad del mismo.

Actualmente, y haciendo un análisis integrador de la normativa estatal y derivada del REF, podría concluirse que la aplicación de los incentivos para el sector audiovisual en Canarias disfrutaría de las siguientes ventajas:

- Los tipos de deducción aumentan hasta el 54% sobre el primer millón invertido (o ejecutado para producciones internacionales) y un 45% para los importes restantes.
- El límite de intensidad de aplicación del incentivo será en todo caso del 50% de la inversión realizada.

²⁶ Es necesario advertir que el mismo Real Decreto 15/2014, de 19 de diciembre, de modificación del Régimen Económico y Fiscal de Canarias recoge igualmente en su disposición adicional segunda, referida a la adecuación de los incentivos aplicables en el marco del Régimen Económico y Fiscal de Canarias al ordenamiento comunitario:

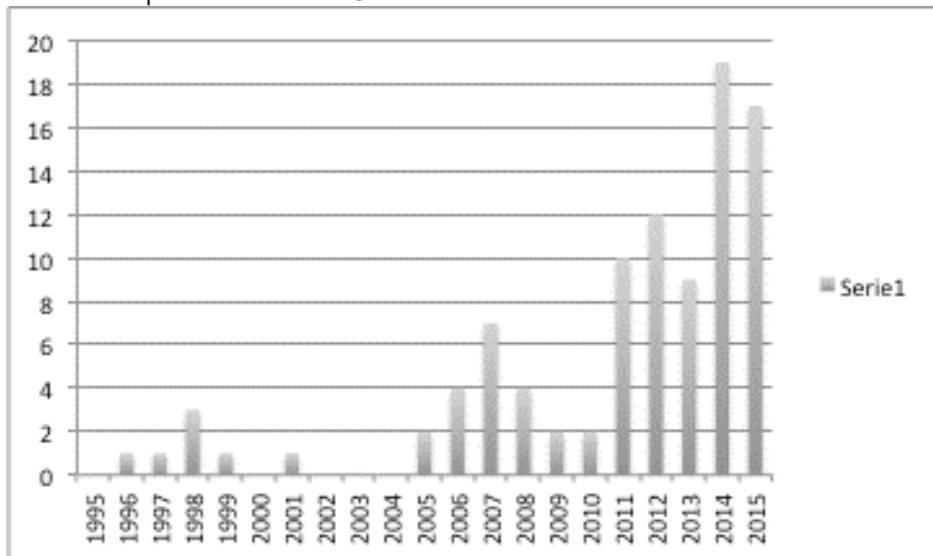
«1. La regulación y aplicación de los incentivos aplicables en el marco del Régimen Económico y Fiscal de Canarias se ajustará a lo establecido en el ordenamiento comunitario. En particular, se observará lo preceptuado en el Reglamento (UE) No 651/2014 de la Comisión, de 17 de junio de 2014, por el que se declaran determinadas categorías de ayudas compatibles con el mercado interior en aplicación de los artículos 107 y 108 del Tratado.

Ahora bien, poco sentido tiene considerar que resulta de aplicación de su limitación al 10 % del volumen de negocios o del 17,5 % de los beneficios obtenidos en Canarias cuando la entidad no tenga cabida en los epígrafes 1 al 4 de las tarifas del Impuesto sobre Actividades Económicas. Esta conclusión se apoya en que dentro del propio Reglamento (UE) 651/2014, los incentivos fiscales al sector audiovisual mantienen un régimen diferenciado del resto de programas públicos calificados como Ayudas de estado. Así, el Reglamento justifica tal singularidad afirmando que la Comisión ha elaborado criterios específicos para evaluar la necesidad, proporcionalidad y adecuación de las ayudas a la creación de guiones y al desarrollo, producción, distribución y promoción de obras audiovisuales. Es decir, el reglamento adelanta que los criterios de convalidación de las Ayudas de Estado al sector audiovisual mantiene criterios específicos de compatibilidad diferenciados de los del resto de sectores. Poca lógica jurídica parecería mantener que Canarias deba tener un régimen de deducción menos beneficioso que el existente en territorio común, donde no se establece este límite de aplicación de la deducción a un 10 % de su cifra de negocios, lo cual supondría no respetar la exégesis del Régimen Económico y Fiscal de Canarias y su tutela constitucional.

- Respecto a los límites de cuota de deducción por producción, los mismos deben quedar fijados en 18 millones por producción -considerando un aumento del 80% sobre el máximo fijado actualmente en la Ley del IS-.

Considerando el incentivo en Canarias, la evolución de la producción de largometrajes nacionales en Canarias, desde el año 1995, ha sido la siguiente:

Número de producciones en Canarias



Fuente: Elaboración propia a la vista de los datos publicados por el ICAA, del Ministerio de Cultura, Educación y Deportes, en el anuario sobre la cinematografía año 2000 a 2015. <http://www.mecd.gob.es/cultura-mecd/dms/mecd/cultura-mecd/areas-cultura/cine/mc/anuario-cine/ano-2015/Boletin-2015.pdf>

Resulta absolutamente indicativo que cuando en Canarias en el ejercicio 2010 se realizaban 2 películas, en el año 2014 se realizaron 19 y 17 en el año 2015. En este último año 2015, solamente tres Comunidades Autónomas recibieron más rodajes cinematográficos que las Islas Canarias: Madrid (101), Cataluña (91) y Andalucía (31)²⁷.

Y este crecimiento se ha producido fundamentalmente en la última década, donde las productoras han comenzado a interesarse por la aplicación de los incentivos fiscales al cine.

Pero la serie de largometrajes realizados en Canarias nacionales en los últimos años refleja unos datos de crecimiento menos llamativo, aún y cuando se trate de los años en los que se ha producido un mayor aumento de los incentivos.

²⁷ ICAA, Ministerio de Cultura, Educación y Deportes, en el anuario sobre la cinematografía año 2000 a 2015. <http://www.mecd.gob.es/cultura-mecd/dms/mecd/cultura-mecd/areas-cultura/cine/mc/anuario-cine/ano-2015/Boletin-2015.pdf> (última consulta 27 de enero de 2017).

Año	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Producciones	19	17	19	18	22	18	
Incentivo Fiscal	38%	40%-38%	40%-38%	45%-40%	45%-40%	45%-40%	54%-45%

Misma conclusión puede considerarse respecto al número de producciones que solicitaron el certificado de obra canaria, de acuerdo a los datos facilitados por la Consejería de Cultura del Gobierno de Canarias:

- Año 2015: 17 solicitudes
- Año 2016: 15 solicitudes
- Año 2017: 17 solicitudes
- Año 2018: 13 solicitudes
- Año 2019: 16 solicitudes

Como vemos, el número de rodajes y de producción audiovisual no depende directamente del aumento del incentivo fiscal en Canarias sino que hay otros factores que inciden también en que Canarias acoja proyectos audiovisuales. Para analizar si el incentivo fiscal está siendo herramienta suficiente para la generación de actividad en el Archipiélago hemos de considerar los siguientes aspectos:

Con datos confidenciales de algunas producciones, podemos concluir que la inversión que se realiza en Canarias no es suficiente para generar un tejido industrial estable y recurrente.

Hemos analizado el presupuesto desembolsado en proveedores de servicios en Canarias por algunas de los principales largometrajes desarrollados en Canarias para determinar si el incentivo está destinándose al sector concreto de la producción.

c. Efecto del incentivo sobre el gasto en Canarias.

En el caso de las producciones españolas, se han detectado los siguientes aspectos:

Producción	Días de rodaje	Importe de deducción Fiscal	Presupuesto Total
M	17	2.300.456,00 €	6.051.000,00 €
T	11	550.000,00 €	3.400.000,00 €
Y	11	1.600.000,00 €	7.000.000,00 €
S	11	1.350.000,00 €	6.000.000,00 €
D	11	5.401.000,00 €	12.000.000,00 €
W	12	560.000,00 €	1.488.346,00 €
B	21	2.200.000,00 €	5.900.000,00 €
M	11	450.000,00 €	1.249.000,00 €
L	26	1.560.000,00 €	3.875.000,00 €

Nota: elaboración propia a partir de datos de producción nacionales que rodaran sus producciones en Canarias.

Los elementos determinantes para el cálculo del incentivo fiscal nacional no se encuentran directamente vinculados con el gasto realizado en el Archipiélago, motivo por el que, por ejemplo, una producción podría gastar en las Islas un 10% de su presupuesto y obtener deducciones fiscales por importes del 50% de su presupuesto total.

De acuerdo a los datos anteriores de las producciones reales analizadas, si las mismas hubieran sido realizadas enteramente en Canarias, la aplicación del incentivo fiscal hubiera provocado más de 120.000 directos en el Archipiélago por cada día de rodaje. Sin embargo, este número está muy por debajo del gasto real de las productoras en Canarias, estableciéndose de media en 35.000 euros diarios. Es decir, considerando un rodaje medio de 45 días, Canarias está desarrollando aproximadamente un 24%, pero se accede a una financiación del 40% aproximadamente. De esta forma, se podría entender que el incentivo fiscal nacional tiene un defecto de finalidad por esta diferencia.

Esta serie de gasto y deducción viene a determinar que el incentivo fiscal canario aplicado por las productoras está siendo notablemente superior al gasto real de las mismas en el Archipiélago, lo que finalmente determina poca adecuación a la interpretación teleológica de la deducción.

Por todo lo anterior, el incentivo fiscal ha provocado el desarrollo de un buen número de largometrajes, sin embargo, por su actual configuración, impide que el gasto que se genere en Canarias sea equivalente, al menos, al incentivo al que acceden las productoras por su rodaje. Y, a su vez, que toda la cadena de proveedores se sume a este efecto multiplicador.

La causa de este desajuste procede de que el incentivo canario no requiere una territorialización del gasto, a diferencia de lo que ocurre en otros territorios nacionales (por ejemplo Navarra) o el mecanismo del incentivo fiscal para las producciones internacionales.

En contraposición de este ejercicio, el incentivo fiscal para la ejecución de rodajes internacionales mantiene una estructura completamente diferenciada:

Producción	Presupuesto en Canarias	Deducción
T	6.650.000,00 €	2.300.000,00 €
F	1.371.000,00 €	540.000,00 €
P	2.000.000,00 €	760.000,00 €

Nota: elaboración propia a partir de datos de producción internacionales que rodaran sus producciones en Canarias.

En este caso el incentivo se calcula siempre sobre un gasto efectivamente ejecutado en Canarias por lo que cumple la finalidad para la que fue implantado de una forma mucho más directa. Es decir, si en el caso de las producciones nacionales la aplicación del incentivo era “deficitaria” en términos de gasto canario / incentivo aplicado; en el caso de las producciones internacionales el efecto es siempre el contrario.

Cabría la posibilidad de analizar si un mayor grado de territorialización supondría un mayor beneficio para la industria local -en lo que a las producciones nacionales respecta-. Pero para lograr concluir a ese análisis se hace necesario considerar si el beneficio se está capitalizando adecuadamente o no es un momento ideal para aplicar ciertos cambios restrictivos.

Adicionalmente, de acuerdo a los datos de más de treinta empresas canarias, hasta un 35% de las empresas consultadas no han aplicado nunca los incentivos fiscales. A este porcentaje hay otro 15% que lo ha aplicado sólo de manera residual.

Es decir, ni las empresas productoras canarias han podido acreditar los incentivos fiscales de forma recurrente ni las productoras -generalmente nacionales-, que los han aplicado, lo han realizado de una manera que genere en el archipiélago un retorno claro o una estabilización industrial.

d. AIEs en la producción nacional

Con el ánimo de permitir un mejor aprovechamiento de los incentivos existentes, la Ley del Cine encarga al ICAA y a la Dirección General de Tributos del Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas el fomento de:

- La constitución de AIEs y Sociedades de Capital Riesgo mediante las cuales se dé entrada a capital inversor ajeno al sector del cine, que recibirá como rentabilidad a su inversión créditos tributarios que podrá descontar de su factura fiscal individual. Del mismo modo, las productoras podrán acceder a fuentes de financiación privada muy ventajosa.
- Un sistema diligente mediante el cual las productoras y los inversores puedan consultar a la Administración Tributaria de forma rápida y sencilla cómo acceder a los créditos fiscales. Este sistema trata de dar seguridad jurídica tanto a las productoras que plantean nuevos proyectos audiovisuales como a los inversores privados que adquieren los créditos derivados de las inversiones cinematográficas.

Así, el artículo 27 del Reglamento de Desarrollo de la Ley del Cine recoge que:

«1. Las Agrupaciones de Interés Económico cuyo objeto social, según su inscripción en el Registro Mercantil, sea la realización de actividades de producción, distribución,

exhibición cinematográfica o industrias técnicas conexas podrán optar a las ayudas que puedan corresponderles en función de la actividad que desarrollen en igualdad de condiciones que el resto de las empresas que lleven a cabo dicha actividad.

2. Igualmente, se considerarán productoras de una película aquellas empresas o Agrupaciones de Interés Económico que se incorporen como coproductoras a la misma, en todo caso con anterioridad a la finalización de los procesos de producción. Podrán optar a las ayudas para la amortización de largometrajes, considerándose como coste los gastos efectuados tanto por las Agrupaciones de Interés Económico como por las empresas productoras originarias».

De este modo, como vemos, la normativa reguladora de la actividad cinematográfica insiste en el uso y constitución de AIEs para la realización de actividades de producción cinematográfica en el caso de las producciones españolas.

Como venimos advirtiendo en este trabajo, la deducción por inversiones en largometrajes y series españolas no se entiende sin el aprovechamiento del régimen especial de las AIEs en el Impuesto sobre Sociedades, puesto que el sistema ideado por el legislador es de los denominados como tax shelters. Se este modo se traslada a los partícipes de las agrupaciones las bases de las deducciones generadas por la realización de producciones cinematográficas. Es decir, el legislador ha sido quien ha generado un sistema de transmisión de la deducción por el rodaje de producciones nacionales para que a través de AIEs, sean otros sujetos pasivos, y no las productoras cinematográficas las que aprovechen el incentivo fiscal. Esta transmisión del crédito fiscal a terceros se basa, fundamentalmente, en el régimen especial de transparencia fiscal de este tipo de entidades.

Nulo recorrido tendría la deducción del artículo 36.1 de la LIS sin esta posibilidad de aprovechamiento mediante las AIEs, por cuanto las productoras cinematográficas dependen siempre del éxito comercial de sus producciones, motivo por el que no siempre generan gasto por Impuesto sobre Sociedades sobre el que aplicar los incentivos fiscales. No tendría sentido que el legislador únicamente quisiera favorecer a aquellas productoras que mantuvieran beneficios en su actividad frente a aquellas que no, por cuanto la actividad a fomentar es la audiovisual en su conjunto, motivo por el que se planteó, en el año 2007, con la vigente Ley del Cine, la posibilidad de aprovechar la interposición de AIEs cinematográficas que pudieran canalizar la financiación privada contra los posteriores retornos en forma de beneficios tributarios. Es decir, el legislador ha sido quien ha generado un sistema de transmisión de la deducción por el rodaje de producciones nacionales para que a través de AIEs, sean otros sujetos pasivos y no las productoras cinematográficas las que aprovechen el incentivo fiscal.

Sin embargo, frente a estos beneficios teóricos del sistema de imputación y transparencia fiscal, la utilización de AIEs para la estructuración cinematográfica en Canarias conlleva una notable complejidad para un sector muy atomizado y escasamente acostumbrado a manejar sofisticados conceptos jurídicos.

Además de la complejidad obvia del sistema, el modelo elegido por el legislador no es el más eficaz a la hora de intentar trasladar un crédito fiscal entre entidades.

Consideremos que en este sistema, se hace necesario que para el aprovechamiento de los incentivos fiscales generados por la película, es preciso que una sociedad generalmente ajena al sector se integre en el capital de una nueva entidad, con personalidad jurídica propia, que le hace responsable ilimitadamente del devenir económico de la misma.

No se escapa que este sistema trata de que los contribuyentes con mayor capacidad fiscal aporten parte de sus recursos económicos con el ánimo de percibir créditos fiscales y, en su caso, beneficios procedentes de la explotación del largometraje. Pues bien, difícilmente una productora cinematográfica que trata de desarrollar una producción con un presupuesto medio de 2,9 millones de euros conseguirá que una empresa de gran tamaño se integre en el capital social de una AIE, compartiendo los riesgos de la producción de forma ilimitada.

Como exponía ya la Comisión Europea, el sector cinematográfico mantiene dificultades de acceso al crédito puesto que gran parte de su rentabilidad es impredecible y depende de un éxito difícil de medir a priori. Por ello, con esta incertidumbre, será prácticamente imposible acordar la participación de una empresa con suficiente capacidad fiscal para que comparta la responsabilidad ilimitada de los pasivos sociales.

Resulta por tanto obvio que el sistema de capitalización de los créditos fiscales para el sector cinematográfico es manifiestamente complejo para las producciones. Existen tanto en nuestro ordenamiento tributario como en el Derecho comparado otros sistemas de devolución y monetización de los créditos frente a la hacienda pública. El más cercano de estos procedimientos es el establecido para la capitalización de la deducción por actividades de investigación y desarrollo e innovación tecnológica. De acuerdo a lo que recoge el artículo 39.2 de la Ley del Impuesto sobre Sociedades, las deducciones por actividades de investigación y desarrollo e innovación tecnológica a que se refieren los apartados 1 y 2 del artículo 35 de dicha Ley, podrán, opcionalmente, quedar excluidas del límite de cuota íntegra, y aplicarse con un descuento del 20 por ciento de su importe. En el caso de insuficiencia de cuota, se podrá solicitar su abono a la Administración tributaria mediante la presentación de la autoliquidación de dicho Impuesto sobre Sociedades. Es decir, para incentivar la realización de actividades de las denominadas como I+D+i, se ha establecido un sistema de devolución directa al sujeto pasivo generador del crédito fiscal, con independencia de la existencia de cuota íntegra positiva en cuantía suficiente. Con acierto, este sistema se ha generado también para la ejecución de rodajes internacionales al que se refiere el artículo 36.2 de la LIS, pero no es aplicable a las producciones cinematográficas nacionales.

La aplicación de este sistema permitiría que no fuera necesario para aprovechar los incentivos el integrar en el capital de una AIE a una entidad que no tiene relación alguna con el ámbito cinematográfico, lo que a la postre permitiría seguramente una aplicación más sencilla y generalizada de la deducción contenida en el artículo 36.1 de la Ley del Impuesto sobre Sociedades.

Y consideramos que dicha aplicación se generalizaría a la vista de lo ocurrido con la deducción por actividades de innovación, puesto que si bien las mismas tampoco han

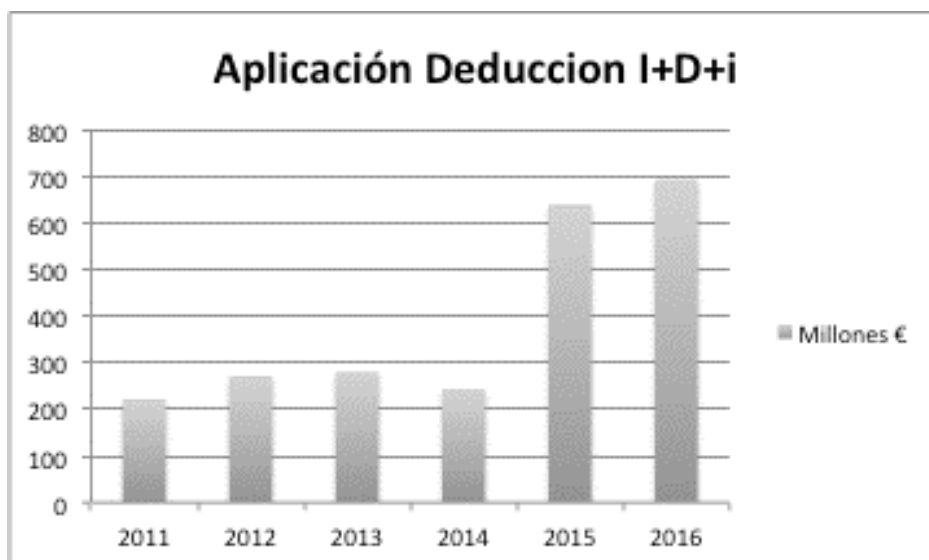
tenido una larga tradición en nuestro país, su utilización se viene consolidando en los últimos años.

Exponen las sucesivas Memorias de beneficios fiscales que el aprovechamiento de los incentivos para el I+D+i se ha elevado exponencialmente en los últimos años:

	2013	Deducción Cine	Deducción I+D
Nº de beneficiarios		32	2.309,00
Importe (Millones)		7,99	281,09
Porcentaje sobre el total		0,3	9,1
2014			
Nº de beneficiarios		31	1.969,00
Importe (Millones)		5,89	243,27
Porcentaje sobre el total		0,2	7,3
2015			
Nº de beneficiarios		25	708
Importe (Millones)		2,63	639,91
Porcentaje sobre el total		0,1	16,2
2016			
Nº de beneficiarios		29	2.679,00
Importe (Millones)		2,97	693,65
Porcentaje sobre el total		0,1	18,1

Fuente: Elaboración propia en virtud de los datos publicados en las Memorias de beneficios fiscales que acompañan a las Leyes de Presupuestos Generales del Estado, de los ejercicios 2013 a 2016.

Vemos en el anterior cuadro que la deducción por la inversión en actividades innovadores supone hasta el 18% del total de los incentivos aplicados por las personas jurídicas en el Impuesto sobre Sociedades. Y el despegue de la aplicación de este incentivo en los últimos ejercicios viene completamente ligado a su monetización directa por parte de la Administración. De nuevo observando las Memorias de beneficios fiscales, las mismas han computado el coste para el Estado de la aplicación de este incentivo fiscal, poniéndose de relieve que su utilización, en millones de euros fue:



Fuente: Elaboración propia en virtud de los datos publicados en las Memorias de beneficios fiscales que acompañan a las Leyes de Presupuestos Generales del Estado, de los ejercicios 2011 a 2016.

Como puede destacarse de los datos anteriores, el aprovechamiento del incentivo se ha triplicado en apenas 3 ejercicios desde que la Ley 14/2013, de 27 de septiembre, de apoyo a los emprendedores y su internacionalización, estableció la monetización o devolución por parte de la Administración Tributaria, con independencia de la existencia de cuota íntegra positiva del Impuesto sobre Sociedades (hasta dicho momento solamente era posible su aplicación si el sujeto pasivo mantenía una cuota positiva del Impuesto sobre Sociedades).

Mismas conclusiones se alcanzan analizando la aplicación del incentivo al sector audiovisual desde que se generó un sistema de capitalización para las producciones internacionales. Siguiendo la memoria de beneficios fiscales para la propuesta de Ley de Presupuestos Generales para 2019. En este ejercicio presupuestario, la Administración estimó que las deducciones audiovisuales aplicadas por sujetos pasivos del Impuesto sobre Sociedades alcanzaran 34 millones de euros, frente a los 8 millones que se aplicaban en el ejercicio 2014 -antes de la instauración del apartado segundo del artículo 36.2 de la Ley-.

Igualmente, interesa poner de manifiesto que la falta de sujetos pasivos en Canarias que mantengan cuotas del Impuesto sobre Sociedades en importes suficientes para aplicar estas deducciones va a provocar la imposibilidad de desarrollar producciones nacionales en el Archipiélago. Esta situación ya venía resultando un cuello de botella en el desarrollo del incentivo fiscal nacional, debido a los siguientes motivos:

a. Inseguridad Jurídica



Si la consecución de entidades privadas que materializan el incentivo nacional conllevaba ya una total dificultad propia de la estructura, la inseguridad jurídica existente que han puesto de manifiesto artículos periodísticos como los referenciados, ha determinado que prácticamente la inversión por parte de empresas Canarias sea inexistente.

La capacidad -y obligación- de control de los créditos tributarios que ha realizado la Agencia Estatal de Administración Tributaria ha determinado la existencia de una compleja litigiosidad entre las productoras, sus financiadores y la Administración. La exigua, abstracta y difícil literalidad de las normas que han venido regulando los incentivos fiscales para el fomento de actividades culturales ha provocado que la inversión de los financiadores se haya reducido hasta que el propio ordenamiento le dé soluciones con un mayor grado de seguridad.

b. Contribuyentes con capacidades fiscales limitadas

La falta de una masa crítica de contribuyentes que deseen dirigir el pago de sus tributos hacia actividades industriales y culturales ya la manifiesto Álvaro Longoria,

Director de Morena Films -una de las principales productoras cinematográficas nacionales- cuando detalló su experiencia de rodaje en las Islas:

“Sí, existe en teoría un mayor incentivo fiscal por rodar en Canarias aunque “del dicho al hecho hay un trecho”. La realidad es que el tema de los incentivos canarios no funciona bien, en teoría el incentivo es del 38 por ciento del gasto en vez del 18 por ciento, pero la realidad es muy distinta. Canarias como localización está muy bien pero el incentivo no acaba de funcionar y las autoridades locales parecen más interesadas en hacerse la foto que en atraer inversores que ayuden a crear industria. La realidad, es que hay muy pocos inversores y los inversores son necesarios para que funcione el incentivo, sin inversores se acabarán los rodajes en Canarias y es algo que las autoridades Canarias deberían tener en cuenta. Ojalá en el futuro funcione de verdad, pero a día de hoy no tiene sentido rodar allí”²⁸

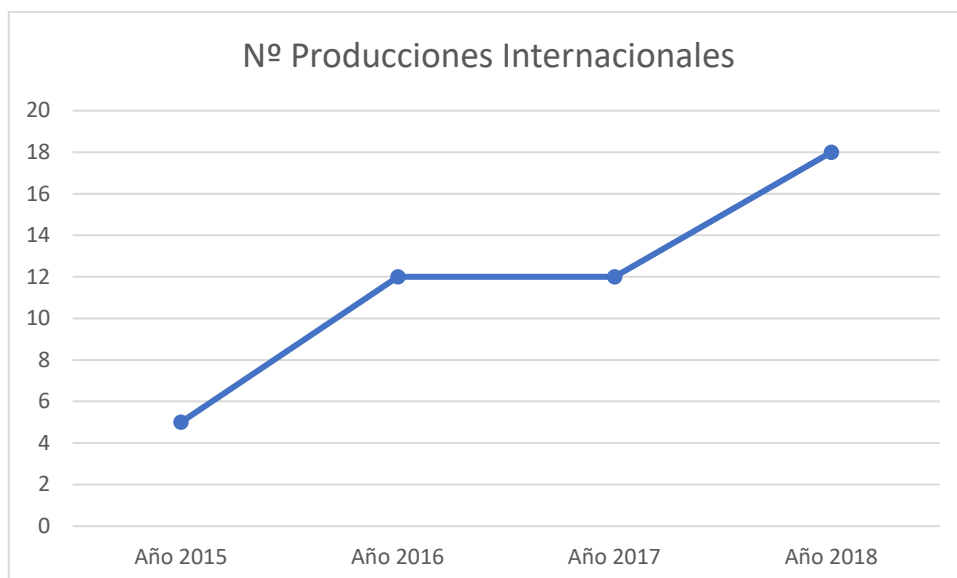
No cabe duda de que otros territorios con una mayor amplitud de empresas con capacidad fiscal para absorber estas deducciones permite tener una clara ventaja competitiva frente a Canarias. La actual falta de conectividad de nuestros puertos y aeropuertos van a impedir que el principal motor económico del Archipiélago genere beneficios y, por tanto, cargas impositivas contra las que aplicar las deducciones del artículo 36 de la Ley del Impuesto sobre Sociedades.

El acceso a inversores de otros territorios, acreditando deducciones derivadas de la inversión en Canarias, de producciones locales, permitiría que se continuara desarrollando el sector audiovisual en las Islas abriendo el abanico a muchos más sujetos pasivos.

Por tanto, no cabe sino concluir que la aplicación del incentivo nacional se encuentra en un proceso de total estancamiento, que requiere modificaciones normativas que lo acerquen a un sistema de acreditación como el del resto de territorios de nuestro entorno.

Y es que a diferencia de lo que ocurre respecto a las producciones españolas, no para de aumentar el número de proyectos internacionales que se realizan en España. Tomando en consideración las estadísticas publicadas por la Agencia Estatal de Administración Tributaria, los proyectos internacionales realizados, el aumento de la producción internacional es constante en los últimos ejercicios:

²⁸<https://www.audiovisual451.com/alvaro-longoria-productor-de-ma-ma-sin-inversores-se-acabaran-los-rodajes-en-canarias/>



Fuente: Elaboración propia de acuerdo a las estadísticas publicadas por la AEAT.

e. La RIC y la ZEC

La Reserva para Inversiones en Canarias (RIC) trató de compensar, en su origen, las dificultades de acceso a la financiación de las empresas canarias y su nula capitalización. Este incentivo fiscal permite una reducción de la base imponible en el Impuesto de Sociedades de hasta el 90% de los beneficios no distribuidos. Los recursos con que las empresas doten a la RIC se han de materializar en un plazo de cinco años desde el momento de generación del beneficio en determinados bienes directa o indirectamente vinculados al patrimonio empresarial de los beneficiarios.

Entre otras posibilidades, la reserva para inversiones en Canarias se podrá materializar en la producción de largometrajes y cortometrajes cinematográficos y series audiovisuales de ficción, animación o documental, así como en el desarrollo de programas, cuando todas ellas se hayan efectuado en Canarias.

A estos efectos, se entenderán efectuadas en Canarias las producciones de largometrajes y cortometrajes cinematográficos y series audiovisuales de ficción, animación o documental, las obras realizadas por una persona o entidad con domicilio social y sede de dirección efectiva en la Comunidad Autónoma de Canarias o aquellas realizadas por personas o entidades no residentes fiscales en dicho territorio con establecimiento permanente en el mismo que cumplan los siguientes requisitos:

- a) La persona o entidad productora o coproductora deberá estar inscrita en el Registro de Empresas Audiovisuales de Canarias.
- b) Las producciones audiovisuales realizadas en régimen de coproducción tendrán la consideración de producciones canarias siempre que la aportación del productor canario supere el veinte por ciento del coste de la misma.

c) Cuando, de acuerdo con la legislación estatal vigente en cada momento, puedan ser certificados como proyectos de coproducción canarios aptos para la materialización de la reserva, por existir una participación limitada a una aportación financiera, siempre que se admitan una o varias participaciones minoritarias limitadas al ámbito financiero, conforme al contrato de coproducción, que no sean inferiores al diez por cien ni superiores al veinticinco por cien del coste de producción.

d) En términos artísticos la aportación del coproductor canario deberá comportar una participación técnica o artística con, por lo menos, un elemento considerado creativo, un actor en papel principal o, en su defecto, un actor en papel secundario o un técnico especializado jefe de equipo, entendiéndose como técnico o artista canario a aquella persona con residencia o domicilio fiscal en la Comunidad Autónoma de Canarias.

e) Las producciones deberán de tener en todo caso un mínimo de 2 semanas de rodaje en interiores o exteriores en las Islas Canarias, salvo que por circunstancias, debidamente justificadas, no pudieran realizarse en el ámbito de las mismas.

f) Aquéllas a cuyas obras les sea otorgado el certificado de obra canaria por la Consejería competente del Gobierno de Canarias, quien analizará el cumplimiento de los requisitos expuestos en las letras a) a e) anteriores. Dicho certificado será vinculante para la Administración tributaria competente.

Sólo será apta la materialización de la reserva para inversiones en Canarias en largometrajes y cortometrajes producidos por terceros si aquellos son objeto de reproducción y distribución exclusivamente en el archipiélago canario.

Sin embargo, la aplicación de la RIC en relación al sector audiovisual y su inversión en este tipo de productos no ha sido posible por las propias características del sector. Como veíamos en el apartado anterior, la deducción por inversión en producciones nacionales determina unos importes de deducción de hasta el 54% de las inversiones realizadas. Por su parte, el ahorro de la RIC es equivalente a un 25% de los importes destinados así como por la estructura de la reserva, su fórmula como herramienta de financiación conlleva un riesgo demasiado alto para los contribuyentes.

No existen prácticamente ejemplos de materializaciones de la RIC en productos audiovisuales así como la limitación de explotación de la obra fuera de Canarias en caso de adquisiciones derivativas, reducen cualquier planteamiento.

En relación a la ZEC, si bien se estima que es una herramienta interesante, existen dos limitaciones básicas para su desarrollo:

1. Las sociedades dedicadas al *service* de producción (animación o imagen real), no generarán beneficios sobre los que aplicar la principal ventaja del régimen especial (la tributación al 4%).
2. El apartado 5 del artículo 44 de la Ley 19/1994, de 6 de julio, del Régimen Económico y Fiscal de Canarias impide que entidades que distribuyan productos audiovisuales -entidades normalmente más capitalizadas y con

más músculo que las productoras-, puedan ejercer su actividad desde Canarias en caso de que la explotación no se limite al Archipiélago.

f. Ayudas Directas al sector

Las entrevistas realizadas han puesto de manifiesto que si bien el presente modelo de ayudas públicas al desarrollo del sector audiovisual es adecuado, mantiene todavía mucho margen de mejora. Hasta un tercio de las empresas encuestadas han contestado que no aplican regularmente las ayudas públicas directas.

Los tres entes públicos que vienen promulgando ayudas públicas al sector audiovisual en Canarias son el Gobierno de Canarias, el Cabildo de Tenerife y el Cabildo de Gran Canaria.

El Gobierno de Canarias ha renovado para este año su programa de ayudas mediante la publicación de la Orden de 10 de julio de 2020, por la que se convocan para el ejercicio 2020 subvenciones destinadas a la producción de largometrajes y series de televisión de ficción, animación o documentales, y se aprueban las bases que han de regir las mismas. Podrán optar a estas subvenciones las personas físicas o jurídicas constituidas como productoras audiovisuales independientes, que acrediten contar con establecimiento permanente en la Comunidad Autónoma de Canarias, desde al menos un año antes de la fecha de publicación de las ayudas.

Serán objeto de ayuda la producción de obras audiovisuales que reúnan la condición de largometrajes o series de televisión de ficción, animación o documentales y que cuente como mínimo con tres de los seis puestos siguientes, con al menos una persona que tenga su residencia fiscal en la Comunidad Autónoma de Canarias: producción ejecutiva, dirección, guion, composición de música original, dirección de fotografía y jefatura de montaje.

En el caso de obras de animación, los proyectos deberán contar como mínimo en tres de los seis puestos siguientes, con al menos una persona que tenga su residencia fiscal en la Comunidad Autónoma de Canarias: producción ejecutiva, dirección, guion, composición de música original, dirección de animación y dirección de arte.

Con una ayuda máxima por proyecto de 225.000 euros (para obras de ficción o animación y 140.000 en caso de documentales), el programa de ayuda cuenta con un máximo presupuestario de 1.031.000 euros.

Este programa vino a renovar las anteriores bases de ayudas para obras de autoría canaria que contaron con una gran oposición del sector por su imposibilidad, en gran medida, para cumplir sus plazos de ejecución.

El Cabildo de Gran Canaria lanzó recientemente su convocatoria de ayudas a diferentes proyectos audiovisuales con una dotación de 300.000 euros (40.000 euros

por proyecto en caso de largometrajes). El importe de las subvenciones del Cabildo de Gran Canaria ha ido incrementándose en los últimos ejercicios. Mientras que en 2017 la partida presupuestaria a esta convocatoria fue de 50.000 euros, en 2018 ascendió a 150.000 euros (y en 2019 no se llevó a cabo por diferentes retrasos administrativos). El cabildo de Tenerife, a través de TEA Tenerife Espacio de las Artes mantiene una convocatoria de ayudas para la realización de proyectos de creación audiovisual que alcanza igualmente 300.000 euros. El importe máximo, para la realización de largometrajes es de 30.000 euros.

g. RTVC

Como hemos venido indicando la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual exige a los operadores de telecomunicación:

“Los prestadores del servicio de comunicación audiovisual televisiva de cobertura estatal o autonómica deberán contribuir anualmente a la financiación anticipada de la producción europea de películas cinematográficas, películas y series para televisión, así como documentales y películas y series de animación, con el 5 por 100 de los ingresos devengados en el ejercicio anterior conforme a su cuenta de explotación, correspondientes a los canales en los que emiten estos productos audiovisuales con una antigüedad menor a siete años desde su fecha de producción. Para los prestadores de servicios de comunicación audiovisual de titularidad pública de cobertura estatal o autonómica esta obligación será del 6 por 100.”

Durante el ejercicio 2020 se han lanzado dos convocatorias para la adquisición de licencias de derechos de obras audiovisuales, actualizando un procedimiento que no se instaba de forma generalizada en los últimos años.

Sin embargo, la exigüidad del presupuesto de la televisión canaria impide considerarlo un agente relevante para la adquisición de derechos. De acuerdo a las últimas cuentas anuales colgadas en su portal de transparencia, el importe de los ingresos devengados el 2017 ascendió a 4.498.000 euros.

Otros territorios en España cuentan con televisiones con presupuestos mucho más ambiciosos que permiten el desarrollo de productos locales por parte de las productoras independientes.

Es importante recoger que en las encuestas y reuniones directas practicadas para la realización del presente estudio, el 50% de las empresas contactadas han considerado que el papel de la televisión autonómica es completamente irrelevante en el desarrollo del sector.

7. Conclusiones, Acciones y Recomendaciones

1.- Las peculiares características asociadas al sector audiovisual conducen a que cualquier formulación estratégica para su impulso deba tomar en consideración factores que no existen en otros ámbitos de actividad económica. Ello se debe a dos motivos fundamentales:

- La estrecha vinculación que en nuestras sociedades tiene el sector audiovisual con el ámbito de la cultura. Cualquier planteamiento sobre el desarrollo económico del mismo no puede dejar de lado el importante papel que tiene en la difusión y proyección creativa.
- Como ya establecieron las propias instituciones comunitarias, el sector audiovisual por sus propias características no puede acceder a sistemas de financiación ordinarios ya que es imposible determinar el éxito en la comercialización de sus productos. No hay fórmulas ni estudios que garanticen la sostenibilidad de un determinado proyecto audiovisual. Por este motivo, el mercado audiovisual mantiene una dependencia muy alta de la financiación pública, lo que a su vez provoca que cualquier modificación, por muy sensible que pudiera resultar, determine alteraciones muy importantes en el sector. Es decir, se trata de un sector fuertemente regulado en el que la modificación de su ordenamiento público provoca una modificación radical del plan de negocio de sus operadores.

2.- El sector audiovisual canario es un sector complejo, formado principalmente por productoras y empresas de soporte a la producción audiovisual así como empresas de animación. Tras el análisis realizado:

- La industria en Canarias se encuentra muy atomizada.
- La capacidad de financiación es muy reducida.
- Prácticamente no existen empresas privadas de referencia en mercados regionales o internacionales.
- La eventualidad del empleo es muy alta.
- Se ha producido una fuga de talento creativo y técnico hacia otros territorios geográficos donde existen mayores posibilidades para el desarrollo del proyecto.

Dicho lo anterior, se trata de un sector con un alto potencial en Canarias, siempre que cuente con el debido apoyo de las Administraciones Públicas en cualquiera de los ejercicios de sus competencias (fiscales, en materia de subvención, en materia de internacionalización, etc.). Otro de los condicionantes para su despegue es que los propios operadores privados desarrollen una visión de negocio y apuesten de forma contundente por sus proyectos individuales.

El sector está formado en su mayoría por micropymes sin estructura suficiente para abarcar grandes proyectos propios o de terceros, con una fuerte dependencia del

sector público (televisión o ayudas). Además, las empresas destacan por su escasa proactividad comercial para salir del Archipiélago y para asociarse con grupos nacionales para generar sinergias y colaboraciones. Una buena parte de las empresas no tienen ningún empleado y su escaso músculo financiero puede provocar que la industria se quede fuera de los nuevos cambios tecnológicos a los que se enfrenta el sector.

Un 10% de las empresas consultadas no tienen ningún empleado y solamente un 23% tiene más de 20 empleados de media anual. Respecto al volumen de facturación el 30% del sector que ha respondido a las diferentes acciones del estudio no llega a 100.000 euros de facturación anual.

Cabría explorar un sistema de alianzas o fusiones de productoras autonómicas, de cara a generar un agente con capacidad y marca a nivel nacional e internacional. A pesar de no tener una estructura propia suficientemente armada, el 28% de las empresas canarias consultadas, no realiza ningún tipo de actividad conjunta con otro tipo de entidades, y solamente un 20% genera sinergias con un mercado tan determinante como el Peninsular.

3. Sin embargo de lo anterior respecto al tamaño y estructura empresarial, se trata de un sector con un buen número de profesionales cualificados y dilatada experiencia en el servicio a clientes internacionales y de primer nivel en el estándar cinematográfico. Dichos profesionales componen un tejido industrial limitado pero ágil y flexible.

Particularmente el sector de la animación y el de servicios para las producciones internacionales recogen las principales expectativas de desarrollo del sector. En sentido contrario, las productoras de desarrollo de contenido propio y las empresas de servicios enfocadas en mercado nacional deberán reconvertir su actividad y ser extremadamente flexibles para garantizar su actividad.

4.- Las nuevas plataformas SVOD han elevado la demanda de producción audiovisual de ficción. Si bien comienza a haber una sobresaturación de bibliotecas, la necesidad de proyectos innovadores o diferenciadores de cada una de las plataformas, existen claras oportunidades para las productoras locales Canarias, que podrán ofrecer sus productos directamente a plataformas con audiencia global.

Se hace necesaria la generación de canales de venta con operadores nacionales. Sin esta salida comercial resulta imposible acceder al sistema de ayudas y subvenciones públicas nacionales.

5- Sería interesante definir una política de focalización en los elementos diferenciales a impulsar. Dada la alta competitividad del resto de territorios nacionales e internacionales -completado con el aumento de la demanda de contenidos audiovisuales- podría valorarse la especialización en un determinado subproducto audiovisual (animación, VFX, *service* internacional o ficción televisiva). En estos momentos, si bien es la ficción la que mayor demanda genera actualmente, dada la situación privilegiada del Archipiélago la realización de documentales podría generar

un alto valor añadido. También la producción publicitaria es una opción de crecimiento con un alto potencial.

En el mismo sentido, pero desde un punto de vista creativo, solamente la generación de historias desde las Islas Canarias permitirá el desarrollo de la industria local. Una vez industrializada, se hace necesario estudiar continuamente las tendencias sociales y las novedades en la producción a nivel nacional e internacional. Dado que no es posible actualmente competir con grandes producciones, la diferenciación en los guiones que pueden materializar las empresas Canarias deberá basarse en la creatividad de sus historias, tramas o diálogos.

6.- Se recomienda realizar un plan de internacionalización: definir mercados objetivo, forma de contacto y principales acciones a emprender. Las empresas Canarias deben salir al exterior para buscar inversión, cooperación, venta de sus proyectos y alianzas. La globalización del mercado ofrece oportunidades que es preciso aprovechar. Para ello es necesario definir, como hemos indicado anteriormente, un producto diferencial y contar con capital humano con dominio del idioma extranjero y habilidad comercial, de forma que se pueda realizar *networking* y el logro de acuerdos. La asistencia a ferias y eventos del sector a nivel internacional es una acción importante que debe continuar realizándose para facilitar llegar a los mercados exteriores con un objetivo claro.

Esta internacionalización debe ser en un doble sentido. Se hace necesario no solamente salir del Archipiélago sino atraer a Canarias a los principales operadores nacionales e internacionales a que conozcan las posibilidades de negocio en las Islas. Esto pasa por realizar las correspondientes misiones comerciales de los *key-roles* a Canarias:

- Jefes de localización.
- Financiadores y empresas aseguradoras.
- Propietarios de estudios de animación.
- Directores de contenido de plataformas y distribuidoras.

7.- En cuanto a la producción de publicidad, las empresas deben plantearse la diversificación de sus servicios, para ofrecer todo lo que pueda necesitar en el desarrollo de una estrategia de videomarketing.

8.- Inversión e investigación hacia los nuevos estándares de realización audiovisual: realidad virtual, aumentada y mixta, que diferencie los productos realizados por las empresas de la Comunidad. Para ello es necesaria la ayuda de la Administración para la financiación de proyectos que sean estratégicos en cuanto a innovación y viabilidad.

9.- En el ámbito de la animación se hace necesaria una mayor cooperación y colaboración entre las empresas de animación de Canarias. Dado que la principal herramienta técnica de este subsector es la fuerza laboral, deben aprovechar al máximo las sinergias en *recruiting* y formación, dando notoriedad de marca a la animación realizada en Canarias.

De esta forma se tratará de evitar la fuga de talento de profesionales a productoras de otras regiones, con políticas de recursos humanos que fidelicen el talento

Estas compañías, muy enfocadas en los *service* internacionales, deben acudir y asistir a los principales foros, festivales y eventos internacionales de cara a conocer las últimas tendencias, tecnologías y poder desarrollar contactos para la venta de proyectos.

10. De cara a la Administración pública, siendo un sector tan sensible a la actuación de los poderes públicos, se entiende recomendable trabajar en las siguientes líneas:

- a. Apuesta decidida por el sector desde la RTVC, invirtiendo en ficción producida en las Islas Canarias. Hasta la mitad de las empresas consultadas consideran que el papel del Ente ha sido irrelevante.

Otros territorios en clara competencia con Canarias mantienen una televisión autonómica que invierte más directamente en la ficción local.

El Ente debería mantener una línea de adquisición de producciones canarias.

- b. Aumento de las ayudas públicas otorgadas por cada una de las Administraciones. Resulta contradictorio que las ayudas no requieran que la ejecución del gasto se haga mayoritariamente en Canarias. Otros territorios (Andalucía, Valencia, Navarra, etc.) exigen que la ejecución del gasto se realice, al menos en parte, en el territorio de origen.
- c. Generar un único departamento centralizado que acoja las diferentes necesidades del sector. Resulta complicado para el sector determinar el interlocutor adecuado para cada una de las competencias que se ejercen relacionadas con el audiovisual (permisos, formación, internacionalización, incentivos fiscales, ayudas públicas, etc.).

Dada la dispersión geográfica y competencial de las Islas Canarias sería conveniente formalizar convenios entre las diferentes administraciones que permitieran a las productoras canalizar los procedimientos y tener resoluciones homogéneas.

- d. Ayudas específicas a la inversión en investigación y desarrollo de nuevas tecnologías audiovisuales, que posicione a Canarias como una potencia en industrias audiovisuales y digitales.
- e. Generar herramientas de seguros que cubran las siguientes contingencias: riesgos de financiación y pandemia/Covid-19 (como ocurre por ejemplo en Reino Unido).

Una posible solución es la implementación de una póliza cautiva que *autoasegure* determinadas actividades.

11. La principal herramienta sobre la que ha pivotado el sector audiovisual en Canarias han sido los incentivos fiscales derivados de la Ley del Impuesto sobre Sociedades y el Régimen Económico y Fiscal.

Sin embargo, es manifiesto el agotamiento del incentivo para producciones nacionales debido a diversos aspectos (inseguridad jurídica, competencia de nuestro entorno, falta de inversión privada, etc.). Tampoco su utilización está reportando una generación de actividad industrial superior o equivalente al esfuerzo de la Administración en la permisión de los incentivos promulgados (debido fundamentalmente a la dificultades de implementación de estos beneficios).

Para solventar estas dificultades, se proponen las siguientes modificaciones concretas:

a. Incentivo fiscal para las producciones nacionales:

- Para las producciones realizadas en Canarias, se debería asimilar la implementación de las reglas de aplicación del artículo 36.2 de la Ley del Impuesto sobre Sociedades, al artículo 36.1 de la misma norma. Para ello, una modificación de alguna de las leyes reguladoras del REF deberían recoger la siguiente negrita:

*“En el caso de insuficiencia de cuota en la aplicación de la deducción prevista en el apartado **1 y 2** del artículo 36 de Ley 27/2014, de 27 de noviembre, del Impuesto sobre Sociedades, se podrá solicitar su abono a la Administración tributaria a través de la declaración de este Impuesto. Este abono se registrará por lo dispuesto en el artículo 31 de la Ley General Tributaria y en su normativa de desarrollo, sin que, en ningún caso, se produzca el devengo del interés de demora a que se refiere el apartado 2 de dicho artículo 31.”*

- Al igual que el Gobierno de Canarias mantiene competencias de comprobación y revisión en vía económico-administrativa en materia de tributos estatales: Impuesto General Indirecto Canario, Impuesto sobre el Patrimonio, o Impuesto sobre Sucesiones y Donaciones, la Comunidad Autónoma debería arrogarse las mismas facultades para la investigación del cumplimiento de los requisitos para la deducción de los artículos 36.1 y 36.2 de la Ley del Impuesto sobre Sociedades.
- De cara a que no se produzca la completa desaparición del cine nacional en Canarias, la aplicación de la deducción del artículo 36.1 de la LIS debería permitir que contribuyentes de fuera del Archipiélago pudieran acreditar las deducciones incrementadas por la realización de producciones en las Islas Canarias.

- Al igual que se viene trabajando en otros territorios (por ejemplo Navarra o País Vasco), se hace necesario generar sistemas de preaprobación que permitan generar una mayor seguridad jurídica. Para ello sería suficiente replicar el sistema que recoge el artículo 15 del Real Decreto 1758/2007, de 28 de diciembre, por el que se aprueba el Reglamento de desarrollo de la Ley 19/1994, de 6 de julio, de modificación del Régimen Económico y Fiscal de Canarias, en las materias referentes a los incentivos fiscales en la imposición indirecta, la reserva para inversiones en Canarias y la Zona Especial Canaria.
- Conseguido la anterior, se debe considerar aumentar los requisitos de territorialización a efectos de la aplicación de la deducción del artículo 36.1 de la LIS.
- Acometer las mejoras técnicas necesarias en la redacción de la normativa tributaria del artículo 36 para Canarias (importe de producción para animación)

b. Incentivo fiscal para las producciones internacionales:

- Básicamente la estructura funciona adecuadamente si bien la pre-aprobación de los proyectos y gastos que pueden disfrutar del incentivo del artículo 36.2 de la LIS, permitirá que se produzca la financiación de los incentivos fiscales que posteriormente se materializarán.
- La resolución de las consultas tributarias vinculantes dentro del plazo que marca la Ley General Tributaria dotará de seguridad jurídica a la estructura.
- Ampliación del número de sujetos pasivos que pueden imputar los créditos fiscales derivados de la inversión en producciones Canarias, incluyendo empresas establecidas en territorio común, cuando las producciones obtengan el certificado de obra canaria al que se refiere la Ley del REF

c. Zona Especial Canaria:

- El apartado 5 del artículo 44 de la Ley 19/1994, de 6 de julio, del Régimen Económico y Fiscal de Canarias impide que entidades distribuidoras puedan establecerse en Canarias aprovechando unos de los beneficios fiscales que compensan la lejanía y ultraperifericidad del Archipiélago:

“c) Las aplicaciones informáticas, los derechos de propiedad industrial, que no sean meros signos

distintivos del contribuyente o de sus productos, y los derechos de propiedad intelectual, en la medida que hubieran sido creados con medios de la entidad situados en el ámbito de la Zona Especial Canaria, siempre que su explotación económica se dirija, realice, contrate, distribuya, organice y facture desde el referido ámbito.”

Esta redacción impide que se distribuyan fuera del Archipiélago algunos de los productos audiovisuales (pero también videojuegos u otras propiedades intelectuales) de los que las entidades ZEC sean titulares, lo que a fin de cuentas es una completa limitación de su operatividad.

d. RIC

- Ha sido una constante que dada la complejidad de la financiación audiovisual, la RIC no ha conseguido convertirse en una herramienta de autofinanciación propia o indirecta de la producción audiovisual. Además, la redacción del artículo 18 del Reglamento del REF, que recoge que “sólo será apta la materialización de la reserva para inversiones en Canarias en largometrajes y cortometrajes producidos por terceros si aquellos son objeto de reproducción y distribución exclusivamente en el archipiélago canario”, cercena cualquier materialización mediante este incentivo.

8. ANEXOS

- **Anexo I.** Cuestionarios remitidos y resultado. Metodología.
- **Anexo II.** Bibliografía completa.
- **Anexo III.** Esquema de aplicación de los incentivos en el sector del videojuego.

Anexo I Cuestionarios remitidos y resultado. Metodología.

A continuación se sintetizan los principales mecanismos y canales para la captación de participantes en este estudio.

Tras realizar una búsqueda de empresas y agentes del sector audiovisual, se contactó mediante llamada, videollamada e mail con 55 empresas audiovisuales de Canarias y con alguna relación con el archipiélago (haber realizado, al menos, un largometraje de gran presupuesto).

Se realizaron 10 entrevistas directas con las siguientes productoras:

- 3 de animación.
- 3 productoras canarias.
- 4 productoras nacionales que hubieran realizado producciones de largometrajes de gran presupuesto en Canarias.

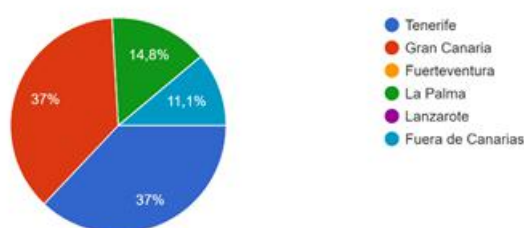
Se remitió un cuestionario on line a 55 empresas audiovisuales. 35 de ellas realizaron dicho cuestionario de forma completa.

Tanto las reuniones como los formularios mantuvieron coherencia con la realidad de los resultados obtenidos en ambos campos, aportando propuestas concretas a los problemas comunes del sector en Canarias.

Se recapitulan a continuación los principales resultados obtenidos a través de la realización de cuestionarios.

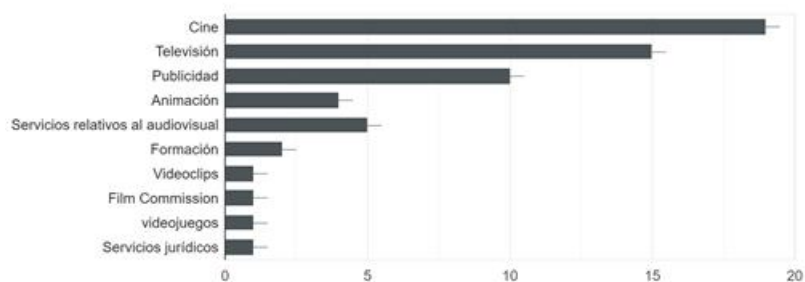
Se ha comenzado el estudio con el lugar de localización de las entidades del sector:

1. Lugar de localización principal de su empresa/actividad

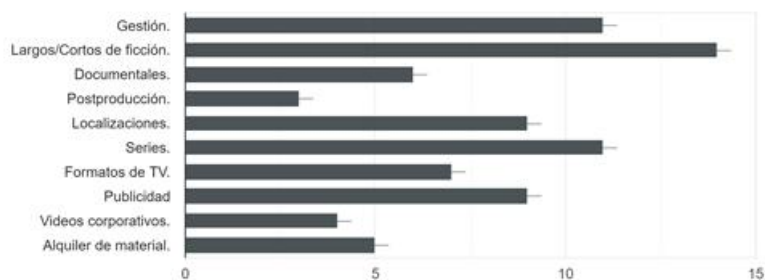


Como puede observarse, las productoras canarias que han contestado el cuestionario se instalan de forma equidistante entre Gran Canaria y Tenerife.

2. Actividad de su empresa

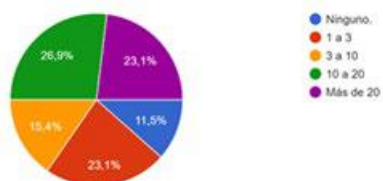


¿Qué producto o servicio le demandan más sus clientes? Marque todas las respuestas necesarias

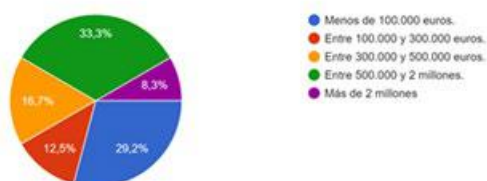


En relación al sector de actividad, fundamentalmente el subsector de mayor relevancia es el cinematográfico, con menos de 20 empleados y con un volumen de facturación inferior a medio millón de euros.

¿Cuántos trabajadores tiene su empresa? (media anual)

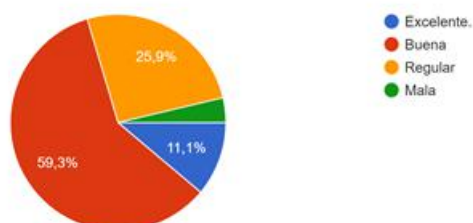


¿Cuál es su volumen de facturación?



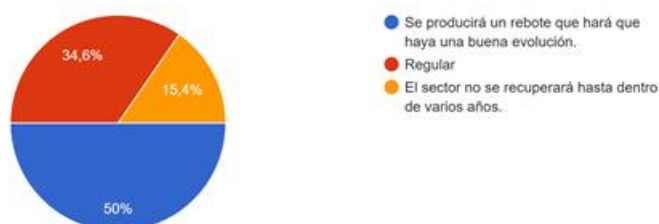
Una vez comentados los principales resultados de identificación de las empresas participantes (generalmente pequeñas y medianas empresas) se sintetizan los resultados cuantitativos relacionados con el sector.

Antes de la crisis derivada de la COVID-19, ¿Cómo considera que era la evolución del sector?



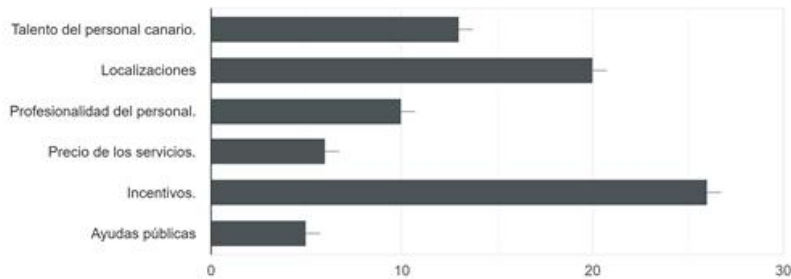
Y frente a esta positiva consideración del sector en los ejercicios anteriores al COVID, también entiende el sector que la recuperación será en “v”:

Tras la crisis derivada de la COVID, ¿Cómo considera que evolucionará el sector?



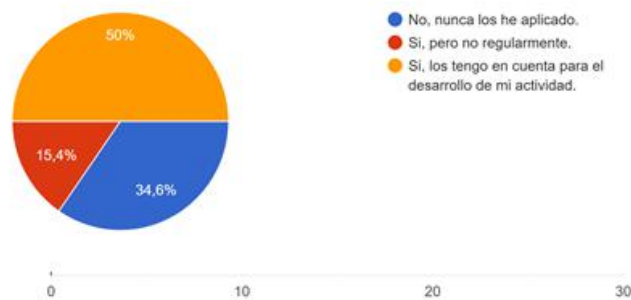
Para dicha recuperación el sector pone en valor las siguientes competencias a las que pueden acceder las productoras locales:

¿Cuál cree que son las principales ventajas competitivas de las empresas canarias audiovisuales?:

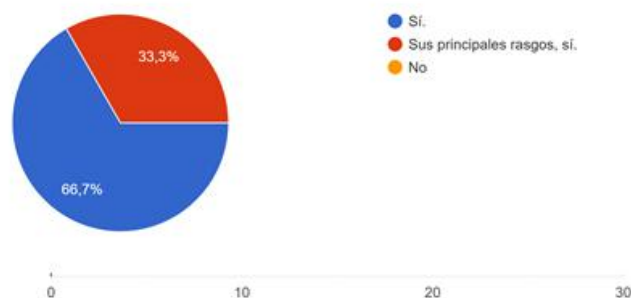


Dicho acceso a los incentivos es manejado con cierta solvencia por los operadores del sector audiovisual:

¿Aplica regularmente los incentivos fiscales al sector audiovisual?

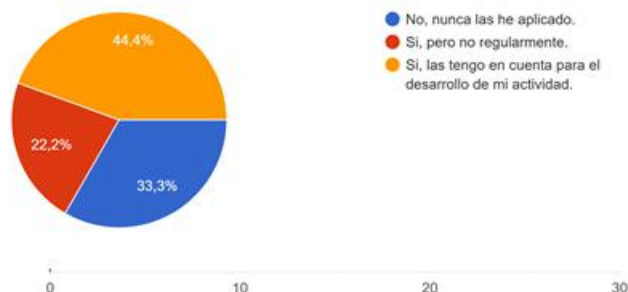


¿Conoce el funcionamiento de los incentivos?



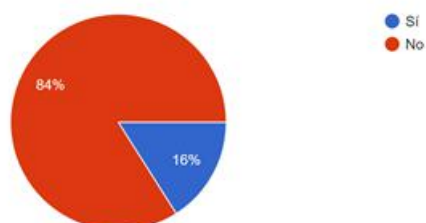
El papel de los incentivos es incluso más relevante que el de las ayudas directas al sector:

¿Aplica regularmente las ayudas públicas al sector audiovisual?



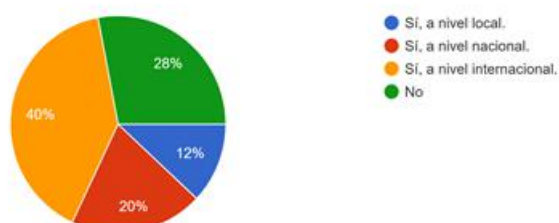
Especialmente relevante, respecto a la estrategia administrativa en el apoyo al sector audiovisual es la consideración de que las diferentes administraciones no cuentan con los medios presupuestarios suficientes para acometer el ejercicio de sus competencias:

Cree que la Administración local (Autonómica y Cabildo), cuenta con medios suficientes para el desarrollo de su actividad (respuesta voluntaria)



Y respecto a las desventajas competitivas del sector canario, claramente hay que poner de manifiesto la escasa capacidad para desarrollar producción a nivel nacional (si bien su internacionalización se considera adecuada):

Desarrolla actividades junto con otras empresas (coproducciones o negocios conjuntos)



¿Cuáles cree que son las principales desventajas competitivas del sector canario?



El sector tiene gran margen de mejora en su relación comercial con la Televisión Pública Canaria, puesto que al albur de su canal autonómico otras industrias autonómicas han desarrollado un ecosistema de ficción, como por ejemplo ETB.

Considera el papel de la Televisión Pública Canaria como:



Anexo II. Bibliografía completa.

- Alcantarilla Hidalgo, F. J. «La actividad administrativa en la cinematografía y el audiovisual», *Actualidad Administrativa*, nº 12, Sección Doctrina, Semana del 18 al 24 Mar. 2002, Ed. La Ley,
- Aragüez Rubio, C. *Intelectuales y cine en el segundo franquismo de las Conversaciones de Salamanca al nuevo cine español*. Ed. Uned difusión y ventas. Segovia, 2005
- Boletín informativo ICAA 2019.

- Casado del Río, M. A. *Políticas culturales y de Comunicación. La intervención pública en cine, televisión y prensa*. Ed UOC. Barcelona, 2013
- Creative Skills Europe (2016) Tendencias y competencias en los sectores europeos del audiovisual y de la actuación en vivo
- Digital Media Trends Survey: 13th edition.
https://www2.deloitte.com/content/dam/insights/us/articles/4782_digital-media-trends-13th-edition/DI_Digital-media-trends-13th-edition.pdf
- Domínguez Vázquez, I. *Políticas Culturales y cultura industrializada*. Ed. Universidad de Deusto. Bilbao, 1989
- European Audiovisual Observatory. *Impact analysis of fiscal incentive schemes supporting film and audiovisual production in Europe*. Ed. Comisión Europea. Bruselas, 2014
- Global Film Production Incentives. White Paper. Olsberg SPI – Global Incentives.
- Global Media Outlook 2018 PWC
- González, I. «Reflexiones en torno a una posible modificación de los incentivos fiscales al cine», *Actualidad Jurídica Aranzadi*, nº. 853/2012, parte Comentario, Ed. Aranzadi, Pamplona, 2012
- Hemels, S. Tax Incentives for creative industries. Creative Economy. Singapore, 2017
- Huerta Soler, J. M. «El régimen Jurídico de la deducción por inversiones en Canarias». *Revista Hacienda Canaria nº 15*. Ed Gobierno de Canarias, Santa Cruz de Tenerife, 2006,
- ICAA, Ministerio de Cultura, Educación y Deportes, en el anuario sobre la cinematografía año 2000 a 2015.
- Lorente, S. recoge en el diario *El País* del 19 de junio de 2014
- Martín Cáceres, A. F. «La reforma silenciosa del régimen especial de deducciones por inversiones en Canarias». *Revista Quincena Fiscal nº 8/2014*. Ed. Aranzadi, Pamplona 2014
- Muñoz, C. *Economía del Cine y del Sector Audiovisual en España*. ICE Revista de Economía. Barcelona, 2001
- Pablo Martí, F., & Muñoz Yebra, C. (2001). *Economía del cine y del sector audiovisual en España*. ICE, Revista De Economía, 1

- Pascual González, M. La Reserva para Inversiones en Canarias y la Zona Especial Canaria: su configuración como Ayudas de Estado fiscales, Tesis Doctoral Inédita. Universidad de La Laguna, 2004.
- Resolución del Consejo, de 12 de febrero de 2001, sobre las ayudas nacionales al sector del cine y al sector audiovisual [Diario Oficial C 73 de 6.3.2001].
- Sanfrutos, E., *et al.*, *Impuesto sobre Sociedades, Régimen General Tomo II. EY Abogados*. Ed. Aranzadi. Pamplona, 2013
- Srivastava, S. (10 de octubre de 2018). “*Are there enough superheroes to revive movie theaters? Movie theater attendance declines amidst video streaming boom*”. Deloitte.
- Television Production in the US industry trends (2015-2020). <https://www.ibisworld.com/united-states/market-research-reports/television-production-industry/>
- Variety, a partir de datos de COMSCORE <https://variety.com/2020/film/box-office/box-office-us-misses-record-disney-dominates-1203453752/>