



# **Impacto Económico del Sector Cinematográfico y Audiovisual y Análisis Costo-Beneficio de la Implementación del Anteproyecto de la Ley de la Cinematografía y el Audiovisual**

Elaborado para:  
**EGEDA PERÚ**

Por:  
**UNIVERSIDAD DEL PACÍFICO<sup>1</sup>**

**Febrero, 2017**

---

<sup>1</sup> Este informe ha sido preparado por Silvana Huanqui y ha contado con la asistencia de la Señorita Diana Grimaldi y el Señor César Castillo. Las opiniones expresadas en este documento son de exclusiva responsabilidad de los autores y no expresan necesariamente aquellas de la Escuela de Gestión Pública de la Universidad del Pacífico.

## Contenido

Índice de Mapas .....	4
1 Introducción .....	5
2 Sector cinematográfico y audiovisual en el Perú y América Latina .....	9
2.1 Marco legal.....	9
2.2 La industria cultural en el Perú: el sector cinematográfico y audiovisual.....	13
2.2.1 Aporte de la Economía Naranja en el Perú .....	13
2.2.2 La oferta del sector cinematográfico y audiovisual.....	16
2.2.3 Producción cinematográfica y audiovisual nacional .....	20
2.2.4 Participación de la Producción Extranjera en el Perú .....	22
2.3 La demanda del sector cinematográfico y audiovisual.....	25
3 Impacto económico del sector cinematográfico.....	28
3.1 Fuente de información.....	28
3.2 Encadenamiento productivo .....	30
3.2.1 Eslabonamientos hacia delante.....	30
3.2.2 Eslabonamientos hacia atrás.....	30
3.3 Resultados .....	32
4 Análisis del Anteproyecto de la Ley de Cinematografía y el Audiovisual Peruano .....	34
4.1 Contenido del Anteproyecto.....	34
4.2 Fondo para el Fomento de la Industria Cinematográfica. ....	36
4.3 Alternativas para el financiamiento del Fondo propuesto.....	46
4.3.1 Análisis de la recaudación del Impuesto a la Actividad Cinematográfica en el Perú.....	46
4.3.2 Uso de los recursos provenientes de la Actividad Cinematográfica en el Perú.....	49
4.3.3 Derogación del impuesto municipal e implementación del mecanismo “cine por cine” .....	51
4.4 Beneficios de la coproducción. Evidencia internacional.....	53
4.5 Cuotas de pantalla .....	57
5 Conclusiones del Estudio .....	59
6 Bibliografía .....	63
7 Anexos.....	65
7.1 Metodología utilizada: cálculo del impacto del sector cinematográfico y audiovisual en la economía .....	65
7.2 Listado de salas de cine.....	70

## Índice de Tablas

Tabla 1: Contribución de la “Economía Naranja” a la Economía.....	5
Tabla 2: Clasificación del sector audiovisual.....	6
Tabla 3: Resumen del sector audiovisual en algunos países de América Latina .....	6
Tabla 5: Aporte económico del sector asociado a la producción de bienes y servicios artísticos y culturales en América Latina.....	13
Tabla 6: Número total de butacas por cada 100 habitantes.....	13
Tabla 7: Películas estrenadas en las salas comerciales.....	18
Tabla 8: Salas, capacidad y asistencia de los exhibidores.....	19
Tabla 9: Películas peruanas estrenadas a nivel nacional .....	22
Tabla 10: Gasto promedio en bienes y servicios culturales .....	27
Tabla 11: Asistencia, cantidad de pantallas, pantallas por habitantes y precio promedio de entrada para 10 países de América Latina en 2014.....	27
Tabla 12: Componentes de la producción total y de valor agregado del sector 042002 ‘Producción, proyección y distribución de películas y grabación de sonido’ .....	28
Tabla 13: Análisis de encadenamientos productivos del sector 042002 ‘Producción, proyección y distribución de películas y grabación de sonido’ .....	31
Tabla 14: Principales efectos multiplicadores del sector ‘Producción, proyección y distribución de películas y grabación de sonido’ .....	32
Tabla 15: Financiamiento otorgado en premios para el sector cinematográfico .....	33
Tabla 16: Convocatorios de concursos y premios DAFO.....	38
Tabla 17: Monto de financiamiento según tipo de proyecto cinematográfico .....	42
Tabla 18: Premio S/., financiamiento y costo promedio anual.....	43
Tabla 19: Monto de financiamiento según tipo de proyecto cinematográfico .....	44
Tabla 20: Financiamiento en US\$ y costo promedio anual del Programa Ibermedia .....	44
Tabla 20: Retorno de las películas financiadas por el Ministerio de Cultura y estrenadas en salas nacionales.....	45
Tabla 22: Ranking recaudación del Impuesto a los Espectáculos Públicos No Deportivos.....	48
Tabla 23: Comparación gasto en ‘Cultura y Deporte’ municipalidades con mayor recaudación ‘Impuesto Espectáculos Públicos no Deportivos’.....	50
Tabla 24: Valor no agregado a la actividad económica proyectos cinematográficos no realizados .	51
Tabla 25: Top países con largometrajes coproducidos .....	54
Tabla 26: Tabla de insumo-producto: demanda intermedia, demanda final y valor agregado.....	65

## Índice de Gráficos

Gráfico 1: Evolución de las principales normas sobre cinematografía en el Perú .....	12
Gráfico 2: Películas presentadas en el Perú según el origen de su producción, 2011-2015.....	14
Gráfico 3: Productividad anual por trabajador asalariado (en nuevos soles) .....	15
Gráfico 4: Productividad anual por trabajador asalariado para algunos “Servicios creativos” .....	16
Gráfico 5: Cadena productiva del sector cinematográfico y audiovisual.....	17
Gráfico 6: Ventas de exhibición y comercialización de las películas .....	20
Gráfico 7: Número de producciones nacionales en los principales países de América Latina .....	20
Gráfico 8: Número de películas extranjeras estrenadas en salas peruanas.....	23
Gráfico 9: Ingresos (S/.) por la recaudación por boletería cinematográfica en el Perú.....	23
Gráfico 10: Participación de las películas extranjeras y las nacionales en el total de ingresos generados por la proyección de películas (2010-2016).....	24
Gráfico 11: Número de espectadores a nivel nacional, 2011-2015, millones de personas .....	25
Gráfico 12: Participación del consumo de Servicios de proyección de películas en el total de Servicios artísticos y de entretenimiento.....	26
Gráfico 13: Participación del consumo de Servicios de proyección de películas en el total de consumo de mercado de los hogares .....	26
Gráfico 14: Presupuesto Asignado al Fondo CONACINE .....	36
Gráfico 15: Número de películas financiada vía el Ministerio de Cultura e Ibermedia .....	41
Gráfico 16: Monto de financiamiento otorgado mediante el Fondo (S/.) e Ibermedia (US\$).....	42
Gráfico 17: Histograma ‘Ingresos por recaudación Espectáculos Públicos no Deportivos’ a nivel distrital.....	49
Gráfico 18: Mapa de correlación entre Recaudación de Impuesto a los Espectáculos y el Gasto en la función ‘Cultura y Deporte’ .....	50

## Índice de Mapas

Mapa 1: Mapa distribución salas de cine en el Perú .....	47
Mapa 2: Distribución de la recaudación acumulada de Impuesto a los Espectáculos Públicos por departamento 2015 .....	48

# 1 Introducción

El sector asociado a los bienes y servicios artísticos y culturales<sup>2</sup> a nivel mundial, lo que el Banco Interamericano de Desarrollo denomina “la Economía Naranja” o “Economía Creativa”<sup>3</sup>, alcanzó US\$ 4.3 billones a nivel mundial en el año 2011 dando empleo a más de 144 millones de trabajadores (10.3 millones en América Latina). Este mismo sector viene registrando un incremento sostenido, tal es así que durante la década pasada, entre los años 2002 y 2011, según cifras de la Conferencia de Naciones Unidas para el Comercio y el Desarrollo (UNCTAD), las exportaciones de bienes y servicios creativos crecieron en 134% en todo el mundo. Para el Perú se calcula para el 2011 que la Economía Naranja aportó en US\$4.7 mil millones de dólares involucrando a 660 mil trabajadores.

**Tabla 1: Contribución de la “Economía Naranja” a la Economía**

País	Contribución al PBI (miles de millones de dólares)	Contribución al empleo (miles de trabajadores)
Argentina	US\$ 17.08	550
Brasil	US\$ 66.87	1,730
Colombia	US\$ 11.00	1,160
Chile	US\$ 3.98	170
México	US\$ 55.01	5,280
Perú	US\$ 4.72	660

Fuente: BID (2013)

Dentro de este sector, 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 entretenimiento (Martí & Muñoz, 2001). 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.

El sector audiovisual se encuentra formado, según (Martí & Muñoz, 2001) 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. Martí & Muñoz (2001) alegan que, 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 al servicios audiovisual, mientras que los dos últimos

<sup>2</sup> Entendiéndose por bienes y servicios creativos a aquellos relacionado a las artes visuales y per formativas, artesanía, audiovisual, cultura y recreación, publicidad, entre otros”. Este sector se calcula involucran una mano de obra de 144 millones de personas a nivel mundial.

<sup>3</sup> El BID considera dentro de la Economía Naranja a la actividad de los sectores asociados a los Bienes Creativos como: Artes visuales y performativas, Artesanía, Audiovisual, Diseño, Nuevos Medios y a Servicios Creativos como: Arquitectura, Cultura y recreación, Investigación y Desarrollo y Publicidad.

al de producción industrial. Si se prosigue con la clasificación establecida por los autores antes mencionados, se puede clasificar el sector audiovisual y su impacto en cuatro sub-sectores: el cinematográfico, el videográfico, la televisión y el multimedia.

**Tabla 2: Clasificación del sector audiovisual**

Actividad	Cinematografía	Televisión	Video/DVD	Multimedia
<b>Creación de contenidos</b>	Productoras de cine	Productoras de cine y televisión	Productoras de cine y televisión	Empresas de software y videojuegos
<b>Provisión de servicios</b>	Salas de exhibición	Televisores, integradores de contenidos	Distribuidoras cinematográficas	Editores, integradores de contenidos, operadoras de telecomunicaciones
<b>Transmisión/distribución</b>	Distribuidoras cinematográficas	Operadoras de telecomunicaciones: terrestre, cable, satélite	Tiendas y videoclubs	On line (internet, televisión interactiva) Off line (CD ROM-DVD-BLURAY)
<b>Equipamiento para el consumidor</b>		Televisores, videos, sistemas de audio, antenas parabólicas, decodificadores.	Televisores, videos, DVD's, sistemas de audio	Televisores, ordenadores personales, videojuegos, DVDs
<b>Equipamiento para productores y distribuidores</b>	Equipamiento de salas, equipos de óptica y audio, laboratorios fotográficos, otros.	Sistema de transmisión, infraestructura de redes, equipos de óptica y audio, otros.	Equipos para la duplicación de contenidos	Equipos la duplicación de contenidos

Fuente: Martí & Muñoz (2001)

Las dos primeras industrias son responsables de los productos audiovisuales como películas, producción en televisión, documentales, animación, corporativas, 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 de exhibición, que en conjunto involucran a grandes industrias que se integran generando macro mercados altamente dinámicos con una alta penetración en las sociedades.

Para América Latina, por ejemplo, algunos de estos servicios registran los siguientes indicadores:

**Tabla 3: Resumen del sector audiovisual en algunos países de América Latina**

Ítem	Argentina	Brasil	Chile	México
Penetración de la TV (%)	97.8	86.7	91.9	91.7
Salas de cine	490	1200	150	1700
Audiencias de cine (mll)	21,3	90	7	75
Ingresos publicidad TV paga (mll US\$)	720	2604	296	1055
Ingresos por salas de cine (mll US\$)	113	320	22,4	137
Total de industria audiovisual (mll US\$)	2729	4811	608,5	1742,1
Ingresos audiovisuales/PBI (%)	0.96	0.91	0.94	0.5

Fuente: Quaterzan, Romis, Lanzafame (2007)

En este sector, particularmente es el sub-sector cinematográfico el que resalta en cuanto a su desarrollo. 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.

Actualmente, la producción de cine a nivel mundial ha adquirido magnitudes enormes. Según datos de la UNESCO, para el 2013 la producción de películas alcanzaba 7,619 obras cinematográficas en 86 países productores; así como una asistencia calculada en más de 6 mil millones de butacas vendidas y una taquilla que supera los US\$ 2.6 billones de dólares. Esto representa un crecimiento del sector de casi el 40%, entre el periodo 2005-2013<sup>4</sup>, considerando que en el 2005 las películas producidas sumaban 5,559 películas y generaban una taquilla de US\$ 1.2 billones de dólares.

La India encabeza el ranking de países productores de cine con 1,724 obras cinematográficas producidas en el 2013, una asistencia de 1.98 mil millones de butacas y una taquilla de más de US\$ 93 mil millones. Estados Unidos y China le siguen con 738 y 638 películas producidas en el mismo año y una taquilla aproximada de US\$11 mil millones y US\$ 22 mil millones respectivamente. Estos 3 países aportan el 40% de la producción mundial de cine en términos de películas producidas.

Si se compara con el caso peruano, el desarrollo del sector audiovisual es aún incipiente, a pesar de su creciente reconocimiento internacional. Según la (UNESCO, 2015), en los últimos años Perú estaba clasificado dentro del conjunto de países de pequeña producción (entre 1 y 19 películas nacionales exhibidas). Aunque desde hace algunos años la industria viene registrando un fuerte impulso en la oferta; según la 2014 *UIS Survey on Feature Film*, la producción de películas nacionales estrenadas en salas comerciales aumentó de un total de 4 producciones en el 2005, a 11 en el 2008 y 12 producciones nacionales en el 2013. En los últimos tres años este dinamismo ha sido más pronunciado, durante el 2014 se estrenaron 17 películas peruanas y en el 2015 se estrenaron en salas comerciales 30 películas. Para el 2016 se registran 23 producciones estrenadas.

A pesar de esta mayor dinámica, el país aún se encuentra entre los últimos puestos del ranking de productores de cine de la región. Varias razones explican esto: por un lado, en términos absolutos la producción de cine del promedio de países en América Latina está muy por encima de la producción peruana; y, por otro lado, la producción en varios países vecinos ha tenido un crecimiento relativo igualmente importante (o incluso mayor). Por ejemplo, mientras Perú registraba un crecimiento de 4 películas en el 2005 a 12 en el 2013 (200% de crecimiento), Argentina registraba un incremento de 127 producciones en el mismo periodo (de 41 películas estrenadas en el 2005 a 168 en el 2013, equivalente a un crecimiento de 309%), Brasil incrementaba sus producciones en 89 (de 40 a 129 películas en el periodo, equivalente a 222% de crecimiento) y México con 73 producciones adicionales (de 53 películas a 126 en el mismo periodo, equivalente a un 40% de crecimiento).

Una de las hipótesis es que una de las razones que explican las marcadas diferencias productivas en la producción nacional y de otros países, se asocia a los incentivos a la producción con los que

---

<sup>4</sup> A pesar de la crisis sufrida en el 2008

cuenta la industria de los principales países productores. De acuerdo con la UNESCO (2013)<sup>5</sup> la industria de cine en los principales países productores recibe subsidios directos o indirectos, ya sea de agencias cinematográficas nacionales, comisiones de cine, o fondos especiales dedicados a la producción de cine nacional. A excepción de la India, los 15 principales productores de cine a nivel mundial (entre los que se encuentran Argentina, Brasil y México) reciben algún tipo de apoyo a la industria por parte del gobierno.

En términos relativos, en comparación con países como Argentina o Brasil, la producción peruana cuenta con un apoyo por parte del Estado aún insuficiente, tanto en términos financieros, como en términos normativos e institucionales. Un gran ejemplo de ello es que el marco legal que regula el sector cinematográfico y audiovisual no se ha modificado desde 1994, a pesar de los importantes cambios estructurales a nivel tecnológico y en términos de la demanda. Como resultado, la producción nacional se caracteriza por ser escasa y en algunos casos poco competitiva<sup>6</sup>, a pesar del crecimiento y gradual reconocimiento de los últimos años.

Por otro lado, el gasto público para la promoción de los bienes y servicios culturales, es aún muy bajo y no llega ni al 2% de su presupuesto total, equivalente apenas al 0.2% del PBI, considerando dentro de la función de “Cultura y Deporte” en los tres niveles de gobierno. Mientras que en otros países como Francia, España, Dinamarca, entre otros, el gasto es mucho mayor, equivalente al 1% de su PBI.

En este contexto, en el año 2012 se propuso un proyecto de norma que buscaba la modernización del sector a través de la actualización de antiguos mecanismos y el establecimiento de nuevos, que generen los incentivos necesarios para desarrollar una oferta amplia y competitiva en el sector cinematográfico y audiovisual. Este proyecto se sustenta en el supuesto de que el sector contiene un alto potencial para el aporte en el desarrollo socio-económico y cultural del país.

En este sentido, el presente trabajo busca analizar los beneficios económicos del sector cinematográfico y audiovisual en el Perú, a fin de establecer la pertinencia de la implementación de diversos mecanismos para su promoción y desarrollo que están contenidos en el Anteproyecto de Ley presentado en el año 2012. En el segundo capítulo se desarrolla una descripción de la evolución del sector cinematográfico y audiovisual en Perú y América Latina. En el capítulo 3 se calcula el impacto directo e indirecto del sector cinematográfico en la economía. En el capítulo 4 se desarrolla una descripción de los principales puntos abarcados en el Anteproyecto de Ley, y un análisis costo-beneficio de los principales puntos de dicha norma. Finalmente, se desarrollan las conclusiones y recomendaciones.

---

<sup>5</sup> UNESCO (2013). “Emerging Markets and the Digitalization of the Film Industry”. UIS Information Paper No 14. UNESCO Institute for Statistics.

<sup>6</sup> Las nuevas tecnologías permiten una reducción fuerte de costos asociados a técnicas digitales en contraste con los típicos formatos análogos y los nuevos sistemas de distribución y exhibición a través de dispositivos modernos de proyección. Ello va de la mano con la demanda por cine digital, en 3D, monitores de alta resolución y la explosión del cine por internet (Netflix, YouTube y otros medios de exhibición).

## **2 Sector cinematográfico y audiovisual en el Perú y América Latina**

### **2.1 Marco legal**

Durante la primera década del siglo XXI, se afirmó la voluntad por parte de diversos Estados de la región de actualizar normas acordes al sector audiovisual acordes con los cambios que este había venido teniendo en las últimas décadas, de modo que recoja las características del sector, tanto a nivel cultural como económicamente. Dichos cambios empezaron en Colombia en el 2003, en Chile en el 2004, en Venezuela en el 2005, en Ecuador en el 2006, en Panamá en el 2007, en Uruguay en el 2008, en Nicaragua y República Dominicana en el 2010; sin presentar modificaciones necesarias en nuestro país.

Así en esta sección, se desarrollan los casos particulares de países como Colombia, México, Argentina y Brasil; para culminar con los cambios sufridos por la norma en el Perú, atendiendo principalmente a la pregunta: ¿es la norma vigente adecuada a las necesidades del sector?

#### **Argentina**

Argentina fue uno de los primeros países en Latinoamérica en crear un Instituto Nacional de Cine (INC) el cual dio inicios en 1957 y permaneció vigente hasta el 2005, fecha en la que el INC fue sustituido por el Instituto Nacional de Cinematografía y Artes Audiovisuales (INCAA). La ley le otorga a dicha institución el fomento de la actividad cinematográfica desde la independencia financiera. Asimismo, le otorgó herramientas para la regulación y difusión del cine en el país.

A partir de entonces, se considera un antes y un después en el cine argentino. Este hito lo marca el apoyo financiero otorgado a la producción, a través de créditos de bajo costo y subsidios a la producción y coproducción cinematográfica. Específicamente, los subsidios fueron creados para beneficiar a los proyectos de producción o coproducción nacional mediante dos mecanismos: uno por medios de exhibición y otro por recuperación de taquilla.

Por su parte, también se creó un fondo de fomento que se compone de un impuesto de 10% aplicado al precio básico de las entradas cinematográficas; adicional a ello, un 10% aplicable sobre el precio de venta o alquiler de DVD's, Blu-Ray u otros; más un 40% a lo percibido por la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual (AFSCA) –organismo que grava la facturación de los canales de televisión abierta y cable; entre otros. La cantidad correspondiente a subsidios y producciones se estima que ha sido financiada en un 70% por el INCAA. Al 2010, se estima que el monto asciende a US\$ 42 millones (Gonzalez, Buquet, Miller, & Cortés, 2012).

Asimismo, se establece como política del sector que cada sala tiene la obligación de exhibir un filme nacional por trimestre, el cual debe permanecer como mínimo durante una semana en la misma sala sin que la compañía que la exhiba pueda retirarla por baja taquilla previo a ese periodo. Esto es complementado con incentivos adicionales como un seguro de ocupación con el cual se resguarda a los exhibidores cubrir la recaudación de las películas que no alcancen con

el mínimo de taquilla; y un premio trimestral a la compañía que venda más entradas de películas nacionales (Gonzalez, Buquet, Miller, & Cortés, 2012).

### **Brasil**

Luego de un periodo de proteccionismo y poco apoyo al cine en el Brasil que caracterizó a la oferta durante el siglo XX, en el año 1993 se desarrollaron nuevos lineamientos a nivel normativo en donde el Estado le otorgaba un apoyo estatal a la industria. No obstante, el mayor cambio percibido se dio en el año 2012 a través del fomento y promoción estatal del cine brasileño con aporte de las empresas privadas y estatales. Específicamente, las empresas cuentan con la opción de aportar el 1% de los impuestos a sus ganancias para destinar dicha suma a producir películas (u otras actividades culturales).

Sin embargo, el fomento de apoyo al cine brasileño empieza en el 2000 con la creación de la Agencia Nacional de Cine (ANCINE) y la reestructuración de la Secretaría Audiovisual del Ministerio de Cultura que, en conjunto con diversas entidades y/o empresas, actúan para el apoyo –desde el financiamiento, exportación, divulgación patrocinio, etc. – de las actividades del sector.

A finales del 2006, bajo la administración del ANCINE se crea el Fondo Sectorial del Audiovisual con presupuesto del CONDECINE –principal recurso fiscal del cine brasileño destinado a cuatro ámbitos: obras cinematográficas independientes, obras audiovisuales independientes para la televisión, adquisición de derechos de distribución y comercialización– y del FISTEL. Dicho fondo cuenta con US\$ 40 millones cuyo destino puede ser la producción, distribución, comercialización y exhibición cinematográfica (Gonzalez, Buquet, Miller, & Cortés, 2012).

### **Colombia**

En el caso de Colombia existe la Ley 814/2003, cuyo objetivo es fomentar y estimular la inversión y facilitar la gestión, participación, competitividad y protección del cine colombiano. Está dirigida a proteger y ampliar los escenarios para exhibición de audiovisuales y clasificar las salas de proyección. Existe un Fondo Mixto de Promoción Cinematográfica – Proimágenes Colombia, creado bajo la Ley 397/1997. Otro fondo importante es el Fondo para el Desarrollo Cinematográfico, el cual tiene una partida designada vía el Consejo Nacional de las Artes y la Cultura en Cinematografía (CNACC) del Ministerio de Cultura. Este último busca fomentar la circulación del cine colombiano y la formación de públicos vía festivales. Con el FDC se financia la producción y coproducción y se brinda incentivos vía entidades de créditos para la implementación de mejoras en las salas de exhibición y para el proceso de realización. A su vez, ambos fondos están comprometidos con la producción audiovisual internacional dentro de Colombia.

### **México**

Para el caso de México, existe una Ley Federal de Cinematografía de 1992 y actualizada en 2010 cuyo objetivo central es la promoción, distribución, comercialización y exhibición de películas, además de su rescate y preservación. A su vez, funciona el Instituto Mexicano de

Cinematografía (IMCINE) que fue creado vía decreto presidencial del 25/03/1983 y está regido por la Ley Federal de Cinematografía. Esta institución impulsa el desarrollo de la actividad cinematográfica mexicana apoyando la producción, promoción, distribución y difusión de las películas. En la actualidad, mantienen un proyecto para aumentar la participación de las películas mexicanas en el mercado internacional. IMCINE brinda estímulos sin devolución a la escritura de guiones y al desarrollo de proyectos de cortometrajes. En el caso de los largometrajes, mantienen dos fideicomisos: FOPROCINE y FIDECINE, coproductoras que brindan capital de riesgo para las realizaciones.

## **Perú**

La historia de la legislación peruana empieza en el año 1962, al mismo tiempo que las producciones extranjeras incrementan su participación en las salas de cine peruanas. En este año se aprueba una de las primeras normas que buscó el estímulo a la producción de cine peruano; la Ley N°13936 establece incentivos a la actividad cinematográfica en el Perú a través de la exoneración de toda clase de impuestos y arbitrios en beneficio de las empresas productoras.

Diez años más tarde, durante el gobierno de Velasco Alvarado, se promulga la Ley No19327 de Fomento a la Industria Cinematográfica. Esta nueva norma establecía la exhibición obligatoria de las producciones nacionales; además de establecer reducciones arancelarias para bienes de capital e insumos para la producción, y otros beneficios tributarios y facilidades para el acceso al crédito por parte de la Banca Estatal de Fomento.

Sin embargo, en el año 1992, durante el gobierno de Fujimori, a través del Decreto Ley No 25988<sup>7</sup> se deroga el artículo 14, 15 y 17 de la Ley No 19327 de la Industria Cinematográfica, artículos relacionados a la exhibición obligatoria; y en el año 1994 se crea la nueva “Ley del Cine”, ley No 26370, que es la norma actualmente vigente. A través de dicha norma se constituye el Consejo Nacional de Cinematografía (CONACINE), que constituye la entidad representativa oficial de la cinematografía peruana a nivel nacional e internacional, encargada de fomentar, difundir y promocionar todas las actividades cinematográficas y audiovisuales. Una de las responsabilidades de este organismo era la de incentivar las producciones nacionales, y la norma lo complementó con el establecimiento de premios y concursos que brindan apoyos económicos no reembolsables para la producción de obras cinematográficas. El subsidio total ascendía a 2,008 Unidades Impositivas Tributarias (UIT) cada año, y se destinarían de la siguiente forma: 1,240 para el financiamiento de 3 proyectos de largometraje y 768 UIT para proyectos de cortometraje<sup>89</sup>. El presupuesto estaría consignado dentro de la partida presupuestal correspondiente del Ministerio de Educación.

---

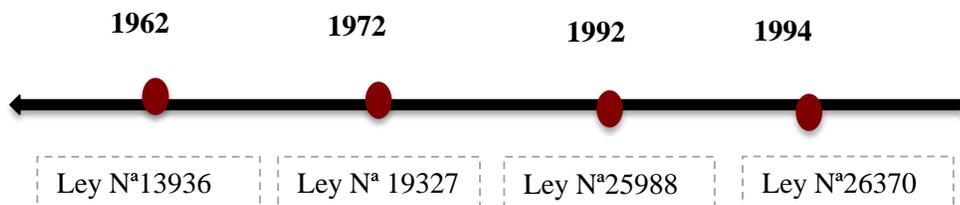
<sup>7</sup> Ley de Racionalización del Sistema Tributario Nacional y de Eliminación de Privilegios y Sobre Costos

<sup>8</sup> La norma establece que para los concursos de largometraje, se establece asignar 620 UIT en cada una de los dos concurso a realizar en el año; en cada concurso se eligen los 3 mejores proyectos de largometraje, asignando 260 UIT para el Primer Puesto, 195 UIT para el segundo y 155 UIT para el tercer puesto. Para los concursos de cortometraje, se realizan 4 veces al año premiando a los 12 mejores cortos en cada concurso. Equivalente a 48 proyectos financiados. Cada proyecto recibe un financiamiento de 16 UIT.

<sup>9</sup> Tomando en cuenta el valor de la UIT en el año 1994 de S/.1,700 nuevos soles, equivaldría a una asignación de S/.2'108,00 para los largometrajes y S/.1'305,600 para cortometraje en dicho año.

Con la creación del Ministerio de Cultura en el año 2011 y la aprobación de su Reglamento de Organización y Funciones (ROF), el CONACINE es absorbido por las áreas respectivas del Ministerio de Cultura. Posteriormente, con la Ley 29919 de setiembre del 2012, se modifican algunos artículos de la Ley No 26370<sup>10</sup> asignando de manera agregada 2008 UIT (monto mínimo) para el financiamiento de los proyectos, provenientes de los recursos del Ministerio de Cultura<sup>11</sup>, y refiriendo las funciones del CONACINE establecidas en la norma de 1994 a las áreas respectivas del Ministerio.

**Gráfico 1: Evolución de las principales normas sobre cinematografía en el Perú**



Elaboración Propia

A raíz del cambio en la norma del 2012, se percibe una percepción distinta del sector cinematográfico en el Perú por parte de los realizadores como del público. Es así que esta norma marcó un cambio estructural que se tradujo en una mayor calidad y cantidad de películas producidas en el cine nacional. Dichos cambios se dieron a nivel de cambios en la asignación de fondos para el financiamiento de la producción de cine nacional, así como en la búsqueda de una mayor homogeneidad, transparencia y predictibilidad de los fondos administrados por el Ministerio de Cultura.

<sup>10</sup> Con dicha modificación, no se establecía el número de concursos al año ni el número de proyectos a financiar.

<sup>11</sup> Para el año 2017 ello equivale a S/.8'132,400 nuevos soles.

## 2.2 La industria cultural en el Perú: el sector cinematográfico y audiovisual

### 2.2.1 Aporte de la Economía Naranja en el Perú

A pesar de su gran desempeño económico de las últimas décadas, el Perú actualmente posee niveles muy bajos en la producción de bienes y servicios culturales. Los datos del Banco Mundial calculan que el aporte del país ha sido de apenas US\$ 4.7 mil millones de dólares involucrando a 660 mil personas (equivalente al 2.2% de la población total); cifras muy bajas si se comparan con otros países de la región:

**Tabla 4: Aporte económico del sector asociado a la producción de bienes y servicios artísticos y culturales en América Latina**

	Aporte de la “Economía Naranja” (miles de millones de US\$)	Trabajadores (% de la población total)
Argentina	17.08	1.3%
Brasil	66.87	0.8%
Colombia	11.00	2.4%
Chile	3.98	0.9%
México	55.01	4.3%
Perú	4.72	2.2%
Venezuela	5.06	n.d.

Fuente: Buitrago, F; y Duque, Iván (2013). “*La Economía Naranja: una oportunidad infinita*”. Banco Interamericano de Desarrollo.

El resultado es una baja oferta y demanda de servicios y bienes artísticos y culturales por parte de la población. El sector cinematográfico y audiovisual no escapa a esta realidad. A manera de ejemplo, en el Perú la asistencia al cine, hasta hace menos de una década, se caracterizó por ser una de las más bajas de la región; en el 2005, en términos de butacas vendidas, la asistencia se calculaba en 46 butacas por 100 habitantes (13.6 millones). Es en los últimos años que la demanda ha dado un giro, aumentando la asistencia en el 2008 a 18.5 millones de butacas (60.46 por cada 100) hasta alcanzar 34.5 millones de butacas en el 2013 (equivalente a 113 por cada 100 habitantes), aumento sustantivo considerando el promedio de la región.

**Tabla 5: Número total de butacas por cada 100 habitantes 2008-2013**

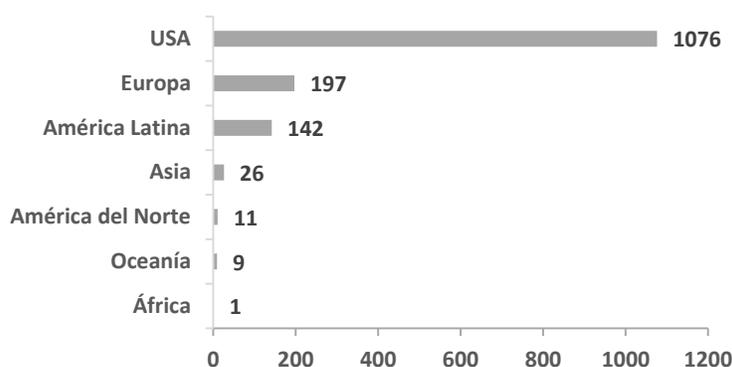
AÑO	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Argentina	82.18	78.14	91.98	101.93	113.19	115.78
Brasil	44.22	55.92	66.92	71.41	72.75	74.20
Chile	66.12	81.20	82.84	96.76	113.00	118.33
Colombia	45.15	56.47	69.21	78.47	84.54	89.42
México	148.81	145.54	155.03	167.54	186.57	202.81
<b>Perú</b>	<b>60.46</b>	<b>70.26</b>	<b>76.93</b>	<b>93.75</b>	<b>102.05</b>	<b>113.03</b>
Venezuela	82.43	89.24	82.38	89.95	94.61	97.63

Fuente: UNESCO Institute for Statistics (UIS)  
Elaboración Propia

En cifras más actualizadas (2015), el sector cinematográfico constituye el ámbito que, dentro del sector cultural, genera mayores ingresos; solo por recaudación de boletería se calculan ingresos que superan los S/. 503 millones de soles, debido a la asistencia en cines de más de 46 millones de espectadores de ocho cadenas de exhibición de cine a nivel nacional, las cuales cuentan con 555 salas, y la capacidad de albergar aproximadamente 1'090,000 personas en sus butacas.

Respecto a la procedencia de las películas exhibidas en los cines nacionales, durante el periodo 2011-2015 se registra la exhibición de 1462 películas, cuyo origen predominante es el estadounidense (73.5% del total de películas exhibidas). Solo 6.2% de las películas exhibidas en el Perú eran de producción nacional.

**Gráfico 2: Películas estrenadas en salas comerciales en el Perú según el origen de su producción, 2011-2015**



Fuente: Ministerio de Cultura  
Elaboración Propia

En contraste con estas cifras, el sector cinematográfico y audiovisual en el Perú representa uno de los sectores más productivos<sup>12</sup>. Según los datos de la Matriz de Insumo Producto para el año 2007, la productividad del sector “Producción, proyección y distribución de películas y grabación de sonido” es más alta que los sectores más representativos del país –como agricultura y construcción–, y más aún en comparación a las del sector servicios. Mantiene una productividad por trabajador de más de S/.41 mil soles anuales por cada trabajador, superado por los sectores asociados a las industrias extractivas, servicios financieros, telecomunicación, transporte y manufactura.

<sup>12</sup> Un sector es más productivo que otro cuando su capacidad de producción genera mayores resultados en términos de los recursos empleados (unidad de trabajo, sol invertido, entre otros) en términos de eficiencia y eficacia.

**Gráfico 3: Productividad anual por trabajador asalariado (en nuevos soles)**



Fuente: INEI (2007)

Si comparamos con los otros sectores que conforman los “Servicios creativos”, el sector cinematográfico ocupa el tercer lugar en términos de productividad por trabajador, luego de los “Servicios de edición impresa y en línea” y de los “Servicios profesionales, científicos y técnicos”; y superando al sector de radio y televisión y al de arte, entretenimiento o esparcimiento.

**Gráfico 4: Productividad anual por trabajador asalariado para algunos “Servicios creativos” (en nuevos soles)**



Fuente: INEI (2007). Elaboración Propia

### 2.2.2 La oferta del sector cinematográfico y audiovisual

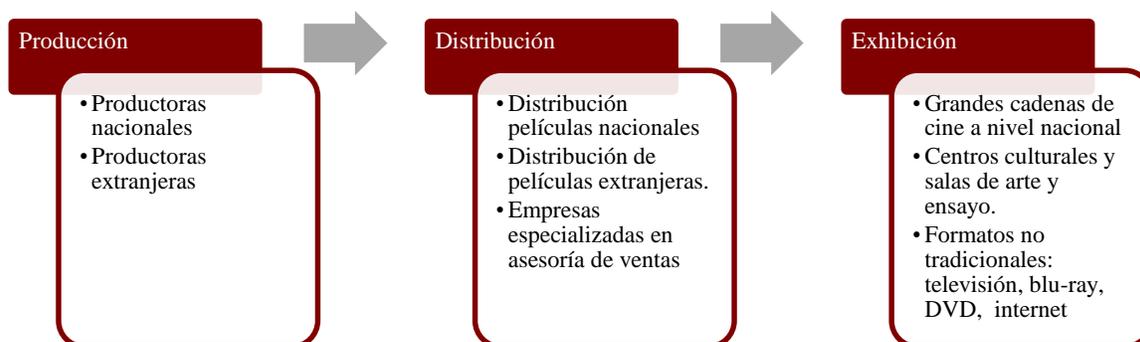
Uno de los aspectos principales al momento de analizar el impacto de un sector en la economía, se deriva de la estructura productiva del sector. En el caso del cine, la cadena productiva a nivel horizontal involucra un conjunto de actores cuyo proceso productivo es altamente intensivo de mano de obra calificada y capital físico de alta tecnología. Asimismo, el proceso productivo pasa por una serie de etapas desde la creación y producción de las obras cinematográficas, la distribución, transmisión y exhibición; este proceso involucra a grandes industrias integradas que generan macromercados muy dinámicos y con una sólida y creciente penetración en las sociedades. Cabe señalar que esta cadena productiva es, así como la demanda, inherentemente dinámica, y ha sufrido una serie de cambios en el último siglo a la par de los avances tecnológicos en el sector o sectores adyacentes; con ello, nuevos actores se han ido insertando al proceso, y otros se han separado generando sub-procesos divergentes y nuevos sub-mercados<sup>13</sup>.

Tomando las definiciones de (Hendrickx, Perspectivas y posibilidades de crecimiento del cine peruano en el contexto mundial, 2010), la cadena de producción de las películas involucra tres principales actores o agentes: i) por un lado los productores de cine, quienes se encargan de la realización de las películas; ii) los distribuidores, que se encargan de la recepción y comercialización de películas para su proyección en las diversas salas; y iii) los exhibidores, que contienen las salas de cine en las que se proyectan las películas. Adicionalmente, en el caso peruano, un actor relevante en la oferta es el Ministerio de Cultura, quien administra el

<sup>13</sup> A manera de ejemplo, solo hay que pensar en cómo ha venido cambiando el proceso de la última etapa a medida que han ido apareciendo sistemas alternativos para la exhibición de producciones cinematográficas ganando mayor posición que las clásicas salas de cine: la televisión; las compañías de cintas de video (BetaMax, VHS, DVD), o la exhibición vía internet (Netflix, Youtube, etc.). Lo mismo ocurre en las otras etapas.

Registro Cinematográfico Nacional, en el que se han inscrito de manera voluntaria algunas productoras nacionales, muestra un total de 600 entidades relacionadas con el rubro.

**Gráfico 5: Cadena productiva del sector cinematográfico y audiovisual**



Fuente: Elaboración propia con base en Bedoya (2015), Hendrickx (2015, 2010), Sayán (2014).

### **Productores**

Dentro de la etapa de producción de películas podemos encontrar diferentes tipos de empresas productoras de cine. Debido que la mayoría de películas proyectadas son de origen extranjero y están destinadas a un público masivo, este tipo de obras cinematográficas está bajo el control de las *majors* o grandes productoras de Hollywood (como Warner Bros, Walt Disney, Universal Studios, Paramount, Sony y 20th Century Fox) o de productoras que llegan a ser exitosas, como New Line Cinema<sup>14</sup>. Según Hendrickx, la alta rentabilidad de las películas tipo ‘blockbuster’ ha generado que los esfuerzos de las grandes productoras se dirija hacia este tipo, subvencionando prácticamente a las de gama media.

### **Distribuidores**

Los distribuidores de cine tienen un papel muy importante en el engranaje que une el producto con el consumidor final. Son aquellos agentes encargados de que la película llegue desde su origen a las exhibidoras y con ello al consumidor final.

Previa compra de los derechos en un país o región determinada, buscarán asegurar que la exhibición sea lo más exitosa y masiva posible a cambio de un porcentaje de la taquilla. Para ello, utilizan herramientas que prevén y estimulan la demanda, como estudios de mercado, el marketing y publicidad, entre otros. Algunas de las grandes productoras de cine también se encargan de esta fase en su país de origen (como Walt Disney, Warner Bros, Sony Pictures, 20th Century, entre muchos otros); en algunos casos excepcionales, el proceso de integración vertical llega hasta incluso la etapa de exhibición.

<sup>14</sup> Esta última con la producción de la saga del Señor de los Anillos.

Las distribuidoras tienen un papel implícito muy importante en la industria del cine; tomando en cuenta que sus ingresos provienen de un porcentaje de la taquilla, así como el merchandising y demás bienes y servicios derivados de la obra cinematográfica a exhibir, representan un agente clave para el impulso de las películas nacionales. Algunos autores enfocan el problema de la debilidad del cine nacional en esta fase del proceso productivo, debido a la ‘extranjeración’ de la distribución y exhibición. Incluso en algunos países, donde las grandes productoras o *majors* toman las riendas de la distribución a través de filiales en los países con un público relativamente importante, relegando con su sola presencia a las empresas nacionales, debilitándolas y asegurando además la etapa de exhibición a través de acuerdos que definen la programación de las películas<sup>15</sup>.

En Perú, las distribuidoras de las *majors* son por lo general empresas peruanas (usualmente las productoras delegan la distribución de las películas en empresas locales, cuando el mercado es relativamente más pequeño). Las más conocidas son

- New Century Films (distribuye de manera exclusiva las películas de Warner Bros. y 20th Century Fox).
- Andes Films Perú (distribuye las películas de Sony Pictures)
- Cinecolor Films (pertenece a Chilefilms y distribuye las películas de Disney-Pixar)
- United International Pictures-UIP (distribuye las películas de Universal, Paramount y Dreamworks)

Entre 2010 y 2015, estas distribuidoras se han encargado de comercializar también algunas películas nacionales. New Century Films y United International Pictures son las que han distribuido la mayor cantidad de películas peruanas durante el período señalado.

**Tabla 6: Películas estrenadas en las salas comerciales (2010-2015)**

Distribuidoras	Total	Nacionales
New Century Films	219	11
Andes Films Perú	199	7
Cinecolor Films	195	8
United International Pictures	203	11

Fuente: Ministerio de Cultura-Cinedatos (2011-2016)

Aparte de las señaladas, otras distribuidoras de películas comerciales son Cineplex S. A., Diamond Films, o las mismas empresas de salas de cine como UVK, CINEPLANET y CINEMARK. También existen empresas que se encargan de la adquisición de los derechos de las películas de cine independiente, dentro de las cuales destacan Delta Films, Venus Films,

<sup>15</sup> La relación de las distribuidoras y exhibidoras tiene una naturaleza compleja y determinante en los ingresos de cada uno; por lo tanto, por lo general ambos tipos de empresas basan su relación en acuerdos de largo plazo. Por tanto, en el caso de las distribuidoras de las *majors*, se generan acuerdos que favorecen a los contratos de las películas con altos estándares tecnológicos, marketing intensivo, mejores salas, en las mejores épocas del año (González, Barnes y Borello 2014).

Euro Films o Star Films. Existen otros casos en los que algunas productoras nacionales también se hacen cargo de la distribución de sus películas, e incluso de su difusión: Inca Cine, Luna Llena, High End S. A. C., Producciones Tombuktú, Chullachaki Producciones, La Soga producciones, entre otras.

### Exhibidores

Tradicionalmente, las producciones cinematográficas se exhiben en las salas de cine comerciales, centros culturales y en salas de arte y ensayo. En Perú, el circuito comercial lo conforman los cines multisalas o que responden al modelo del *multiplex*, el cual empezó a difundirse hacia la década de los noventa (Bedoya, 2015). Las empresas con mayor participación en el mercado son las cadenas de multicines Cineplanet, Cinemark y Cine Star, las cuales registraron durante el 2014 un nivel de asistencia superior al de los 5 millones de personas.

Existen salas de proyección en centros culturales, en las cuales se presentan películas independientes, de autor o documentales. La única que opera recibiendo ingresos es la del Centro Cultural PUCP. A su vez, existen otros Centros Culturales que realizan la exhibición gratuita de películas como el de la Asociación Cultural Peruano Británica, el de la Asociación Peruano Japonesa, la Alianza Francesa, el Goethe-Institute, el Museo de Arte de Lima entre otros a nivel nacional. Estas salas por lo general aseguran la exhibición del tipo de película *art-house*.

**Tabla 7: Salas, capacidad y asistencia de los exhibidores (2014)**

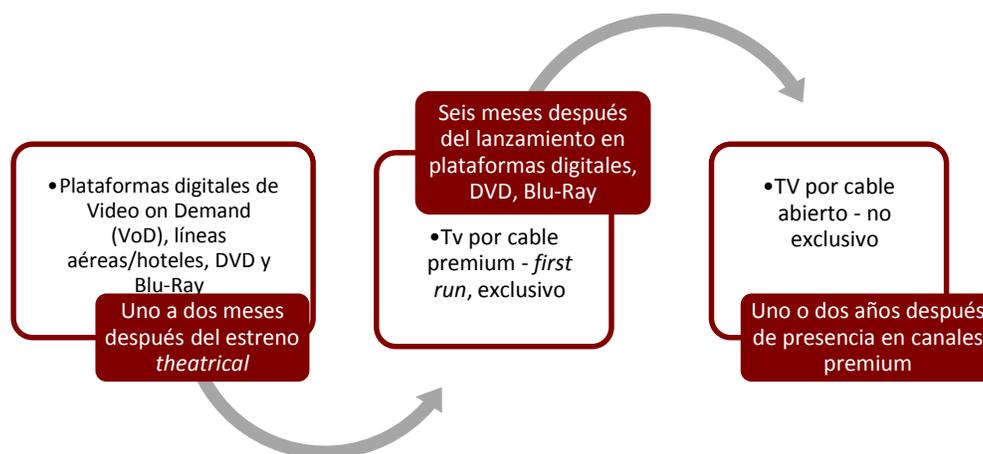
Exhibidores	Salas	Capacidad	Asistencia
Cineplanet	232	43,772	16,178,867
Cine Star - MovieTime	108	21,057	7,955,272
Cinemark	77	18,631	7,124,800
Cinerama	39	7,407	2,927,153
Uvk	53	10,081	2,606,154
Cinépolis	36	6,481	2,224,686
Cines Plaza Jesús María	9	1,357	463,651
El Cine PUCP	1	145	866

Fuente: Ministerio de Cultura-Cinedatos (2011-2015)

En la actualidad, han venido apareciendo diversos medios para la exhibición de películas a través de las plataformas digitales. El sistema de Video on Demand (VoD) es uno de ellos, mediante el cual las distribuidoras pueden optar por estrenar las películas en la web y cobrar un derecho por la visualización del filme a través de una plataforma virtual. En América Latina, existen casos como los de la película uruguaya *Zanahoria* o la mexicana *No quiero dormir sola*. Ambas se estrenaron simultáneamente en las salas de cine y en las plataformas virtuales. (Sayán, 2014) afirma que este tipo de ventanas puede ser beneficioso para algunas producciones

independientes, dado que puede combinarse con mecanismos de financiamiento como el *crowdfunding* (financiamiento de iniciativas a través de donaciones difundidas por la web).

**Gráfico 6: Ventas de exhibición y comercialización de las películas posterior a exhibición en salas (estreno *theatrical*)**



Fuente: elaboración propia con base en Hendrickx (2015)

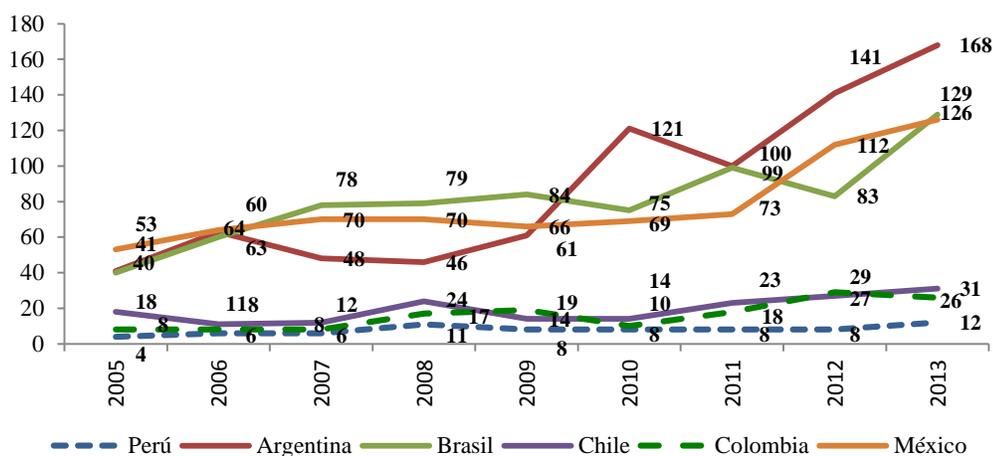
### 2.2.3 Producción cinematográfica y audiovisual nacional

Como en algunos países de Iberoamérica, la producción cinematográfica nacional en Perú es limitada. Según la (UNESCO, 2015), Perú se encuentra clasificado dentro del conjunto de países de pequeña producción, en los que se estrenan anualmente entre 1 y 19 películas nacionales en promedio. Sin embargo, según la 2014 UIS Survey on Feature Film realizada por Unesco entre 2005 y 2013, la producción de películas nacionales ha ido en aumento, sobre todo en los últimos años del período mencionado.

De un total de 4 estrenos anuales el 2005, en el 2008 se estrenaron 11 producciones y 12 en el 2013<sup>16</sup>. No obstante, en comparación a los principales países de América Latina, la producción sigue siendo incipiente.

<sup>16</sup> Dichas cifras están subestimadas debido a la producción local que no llega a ser estrenada en circuitos comerciales tradicionales, limitándose a circuitos regionales, festivales, etc.

**Gráfico 7: Número de producciones nacionales en los principales países de América Latina**



Fuente: UNESCO (2015)

Según (Hendrickx, Perspectivas y posibilidades de crecimiento del cine peruano en el contexto mundial, 2010), el número de realizaciones y estrenos en el país ha ido en aumento debido a dos factores primordiales. El primero corresponde a un cambio tecnológico en el sector, por el cual ya no se requiere que las películas sean rodadas en formato tradicional. A esto se ha hecho referencia en (Bedoya, 2015) al señalar la introducción del formato Digital Video (DV) y la cámara HD de alta definición como innovaciones que han impulsado el cine independiente, documental y “autogestionado”. Estos formatos permiten la transferencia de datos de imágenes a formato computarizado.

En este contexto, a pesar de la crisis experimentada por el cine peruano hacia 2009<sup>17</sup>, según datos del Ministerio de Cultura, entre 2011 y 2015 fueron 82 las películas peruanas presentadas en salas comerciales. Estas representan un poco más del 49% del total de películas producidas y proyectadas a nivel nacional. Tal y como aparece en el cuadro siguiente, este aumento ha sido significativo, pero muchas de las películas nacionales están ausentes de los principales cines del país.

<sup>17</sup> Según (Bedoya, 2015), este año mostró los peores resultados económicos para el cine peruano. De los 31 millones de espectadores que acudieron a salas de cine en el Perú, sólo 472 mil lo hicieron para ver películas peruanas.

**Tabla 8: Películas peruanas estrenadas a nivel nacional (2011-2016)**

Año	Producida y estrenada en Lima	Producida y estrenada en provincias	Largometrajes estrenados en salas comerciales
2011	27	20	9
2012	23	10	9
2013	30	20	13
2014	33	13	17
2015	36	2*	30
2016	n. d.	n. d.	23
Total	149	65	103

Fuente: Ministerio de Cultura-Cinedatos (2011-2016), Bedoya (2015).

\*Número registrado en la filmografía de Bedoya (2015), puede estar sujeto a revisión

El rol del Estado, en este sentido, se orientó a apoyar el financiamiento o cofinanciamiento de las producciones nacionales. Según datos del Ministerio de Cultura, entre 2012 y 2016 se han otorgado un poco más de S/.33.8 millones de nuevos soles en premios (de largo y cortometraje) a distintas empresas cinematográficas. De ellas: 237 corresponden a producciones nacionales y 28 a coproducciones internacionales, en su mayoría relacionadas con el proyecto Ibermedia. Entre estas últimas se encuentran películas importantes como *NN*, *El elefante desaparecido* y *Magallanes*<sup>18</sup>.

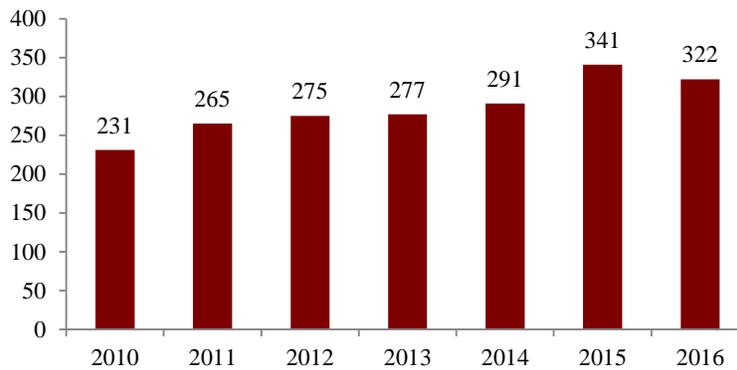
En (Bedoya, 2015) se señala que hacia la primera década del siglo XXI, se han impuesto los estándares de instituciones internacionales que brindan financiamiento al sector: Fundación Hubert Bals (asociada al festival de cine de Rotterdam), Fond Sud Cinéma, World Cinema Fund (festival de Berlín), iniciativa “Cine en Construcción” (Festival de San Sebastián), entre otros apoyos brindados por festivales como Cannes o Sundance. Por lo mismo, muchas producciones nacionales terminan circulando a nivel mundial vía las salas de festivales antes de que se estrenen en la cartelera peruana. Esto conecta a productores y cineastas con el circuito internacional de producción y difusión. De igual forma, esto se conecta con las principales necesidades económicas del sector.

#### **2.2.4 Participación de la Producción Extranjera en el Perú**

Una de las características de la exhibición de cine en el Perú es la alta participación de las películas extranjeras en la taquilla nacional. Tal como aparece en el siguiente gráfico, el estreno de películas se ha incrementado en los últimos años; no obstante, este incremento está relacionado con la mayor entrada de películas extranjeras, más que de producciones nacionales. Como se mencionó previamente, los filmes extranjeros entran al país a través de distribuidoras extranjeras.

<sup>18</sup> De acuerdo con información brindada por una experta del sector, al 2016 la distribución de los costos para la realización de una película mantiene la siguiente estructura: 25% va para el pago de salarios artísticos y técnicos, 22% se dirigen a los gastos generales de producción, 20% corresponden al proceso de postproducción, 17% a los gastos de lanzamiento y mercadeo y 16% se destina a la compra y alquiler de insumos y equipamiento.

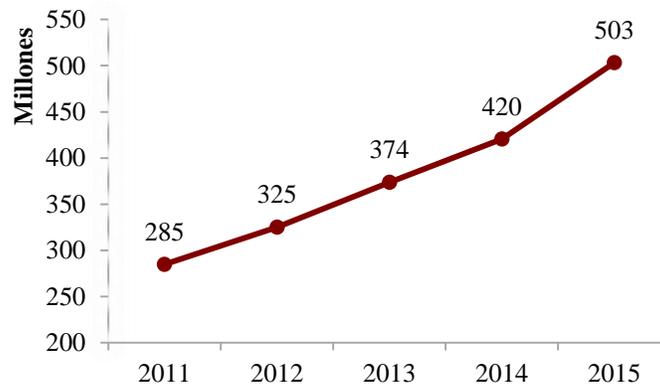
**Gráfico 8: Número de películas extranjeras estrenadas en salas peruanas**



Fuente: Ministerio de Cultura-Cinedatos (2010-2016).

En los últimos años las producciones nacionales han ido generando mayores ingresos por taquilla. El 2015 dichos ingresos alcanzaron los S/. 503 millones mostrando un crecimiento promedio anual de 16% en el periodo 2011-2015.

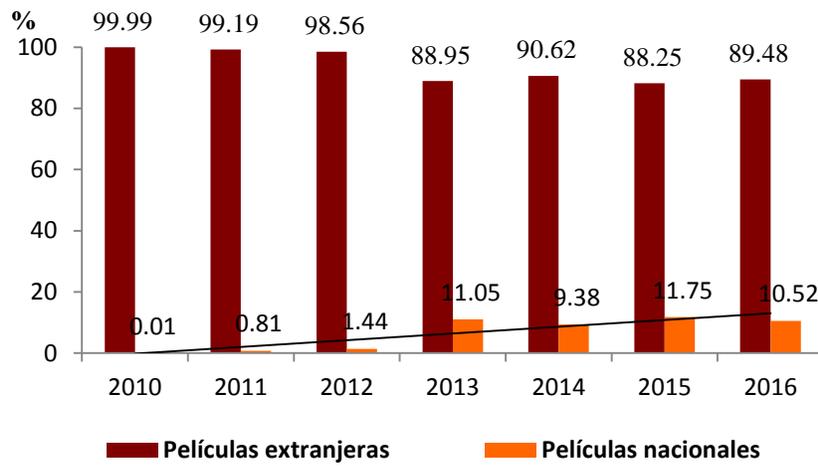
**Gráfico 9: Ingresos (S/.) por la recaudación por boletería cinematográfica en el Perú, 2011-2015**



Fuente: Ministerio de Cultura  
Elaboración Propia

Sin embargo, la proyección de películas extranjeras sigue manteniendo una participación de alrededor del 90% en el total de ingresos brutos generados en el circuito de cines en Lima y provincias

**Gráfico 10: Participación de las películas extranjeras y las nacionales en el total de ingresos generados por la proyección de películas (2010-2016)**

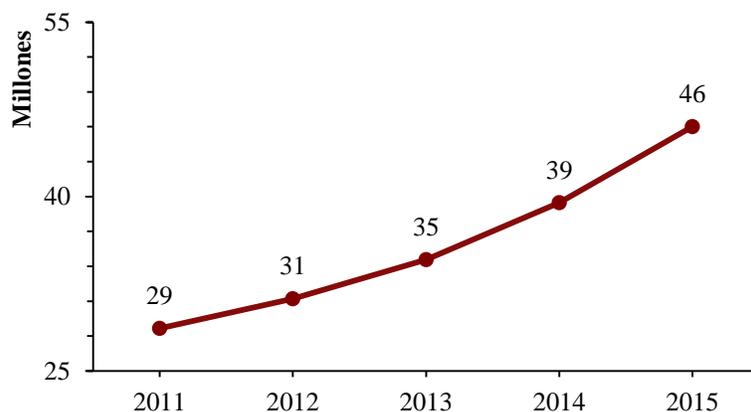


Fuente: Ministerio de Cultura-Cinedatos (2010-2016).

### 2.3 La demanda del sector cinematográfico y audiovisual

La producción cinematográfica nacional se ha ido incrementando con el paso de los años y conforme ha ido creciendo la cantidad de la taquilla nacional. Según estimados, la asistencia a los cines habría aumentado de 6.84 millones de personas en 1998 a 45 millones en 2015. Esto quiere decir que el crecimiento promedio anual de la asistencia ha sido de un poco más de 11%.

**Gráfico 11: Número de espectadores a nivel nacional, 2011-2015, millones de personas**

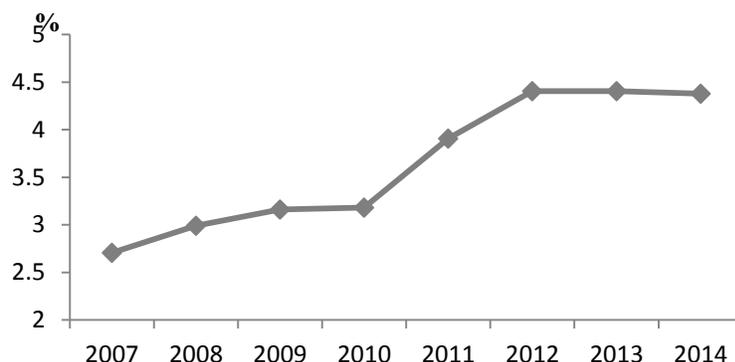


Fuente: Ministerio de Cultura  
Elaboración Propia

Según el estudio de (Levesic & Briceño, 2013) sobre hábitos y costumbres del cinéfilo limeño, cerca del 39% de los encuestados va al cine por lo menos una vez al mes. De igual forma, se puede inferir de los resultados del estudio que la asistencia a cada cadena de cines está segmentada por niveles socioeconómicos. El nivel socioeconómico A asiste con mayor frecuencia a Cinemark. Mientras tanto, Cineplanet y Cinestar son frecuentados por los niveles socioeconómicos B y C, respectivamente. Finalmente, los autores muestran que el segundo motivo por el cual los encuestados no han asistido al cine con mayor frecuencia está relacionado con la poca variedad de películas que muestran los cines.

En términos macroeconómicos, el consumo final de los Servicios de proyección de películas ha evolucionado de manera positiva entre el 2007 y el 2014. Como se muestra en el gráfico 13, su participación respecto al consumo total de bienes y servicios de mercado ha pasado de un 0.08% a un 0.13% hacia el último año del período. A pesar de que refleja un crecimiento continuo, hacia el año 2014 la participación del sector ha caído. En relación al total de Servicios artísticos y de entretenimiento, la tendencia al crecimiento de la demanda final de los servicios de proyección de películas se ha detenido hacia el 2012.

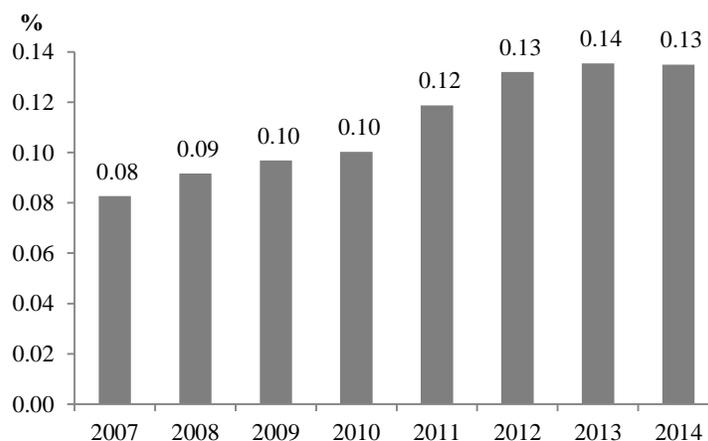
**Gráfico 12: Participación del consumo de Servicios de proyección de películas en el total de Servicios artísticos y de entretenimiento\* (%)**



Fuente: INEI (2007-2016)

\*Se define el conjunto de Servicios artísticos y de entretenimiento como el agrupamiento de: Servicio de televisión por cable, Servicio de proyección de películas, Servicios de agencia de viajes y operadores turísticos, Servicios de juegos de azar y apuestas, Otros servicios de arte, entretenimiento y esparcimiento.

**Gráfico 13: Participación del consumo de Servicios de proyección de películas en el total de consumo de mercado de los hogares (%)**



Fuente: INEI (2007-2016)

En cuanto a información del gasto promedio de los hogares peruanos, entre 2012 y 2013 el consumo de servicios de cine y espectáculos fue mayor que el gasto en periódicos, revistas y libros. Estos últimos representan el 60% de los primeros. Sin embargo, la población que gasta en cine y espectáculos es menor en comparación a la que consume medios impresos.

**Tabla 9: Gasto promedio en bienes y servicios culturales**

	2012	2013
N° de personas (Millones)	3.65	3.74
Gasto efectuado en compras periódicos, revistas y libros (Millones de nuevos soles)	4.31	4.41
N° de personas (Millones)	2.35	2.31
Gasto efectuado en cine, espectáculos (Millones de nuevos soles)	6.81	8.09

Fuente: Ministerio de Cultura (2017)

En comparación a otros países de América Latina, el precio promedio de una entrada de cine en Perú es cercano a los niveles promedio en otros países. En perspectiva comparada, esto implica cierto límite para la demanda de servicios de proyección cinematográfica y, por ende, para la proyección de películas que pueden ser producidas a nivel nacional. De igual manera, otro elemento que condiciona la demanda es la cantidad de pantallas que existen en el país por cada habitante. En el caso de Perú, hay una pantalla por cada 55,427 habitantes, este es uno de los resultados más pequeños en comparación a los otros 9 países señalados en la tabla 7.

**Tabla 10: Asistencia, cantidad de pantallas, pantallas por habitantes y precio promedio de entrada para 10 países de América Latina en 2014**

País	Espectadores (millones)	Pantallas	1 pantalla por habitantes	Precio promedio de entrada (US\$)
Argentina	45,600,000	867	48,442	5.30
Bolivia	1,616,388	115	93,913	5.80
Brasil	155,513,322	2,678	74,645	5.50
Colombia	46,939,746	878	54,702	4.10
Chile	20,494,813	340	51,764	5.90
Ecuador	14,418,000	283	55,618	3.13
México	240,000,000	5,678	20,781	3.70
Perú	39,481,499	556	55,427	5.00
Uruguay	2,936,827	121	28,099	5.97
Venezuela	30,218,011	479	63,925	8.00

Fuente: Hendrickx (2015)

### 3 Impacto económico del sector cinematográfico

Para medir el impacto del sector cinematográfico y audiovisual peruano en la economía, se utilizará la información sobre el sector y sus interrelaciones con otras actividades económicas que aparecen en la tabla de insumo-producto del INEI. Un detalle de la estrategia metodológica utilizada se encuentra en el Anexo 1.

#### 3.1 Fuente de información

Para la estimación del impacto económico del sector cinematográfico y audiovisual sobre la economía se trabajará con la matriz insumo-producto actualizada para el año 2014. En este caso, se trabajará con una matriz de 101 sectores. A pesar de los problemas metodológicos que esta decisión puede implicar, se ha optado por este nivel de detalle para poder captar los efectos del sector específico (en la matriz este aparece como el sector 042002 *Producción, proyección y distribución de películas y grabación de sonido*). A continuación, se mostrarán algunas características que se obtienen de los cuadros de oferta, demanda intermedia, valor agregado y del cuadro de demanda final para este sector.

A partir de los datos de la matriz insumo-producto, se observa que el valor de la producción de mercado total generada por el sector es de S/.1,039 millones de nuevos soles. Esta producción se distribuye en los componentes de valor agregado bruto y demanda intermedia según lo muestra la siguiente tabla:

**Tabla 11: Componentes de la producción total y de valor agregado del sector 042002 ‘Producción, proyección y distribución de películas y grabación de sonido’ para el 2014**

Millones de nuevos soles	
Demanda intermedia	S/.602
Valor agregado	S/.437
Producción total	S/.1,039
Importaciones	S/.134

Componentes distributivos	Millones de nuevos soles	Participación en el VAB (%)
Remuneración de los asalariados	S/.160	36.6%
Contribuciones sociales de los empleadores	S/.25	5.7%
Otros impuestos sobre la producción	S/.31	7.1%
Excedente bruto de explotación	S/.246	56.3%
Ingreso mixto	S/.0	
Valor agregado	S/.437	

Fuente: INEI

Esto quiere decir que poco más del 42% del valor bruto de producción generado por el sector representa un valor agregado generado para la economía<sup>19</sup>. El resto corresponde al total de compras realizadas por el sector cinematográfico a otros sectores. Los sectores que proveen principalmente al sector objetivo son el de *Servicios profesionales, científicos y técnicos* (18.8%), *Servicios de publicidad e investigación de mercados* (11.8%) y el de *Telecomunicaciones* (7.4%).

Cabe recalcar que el sector *Producción, proyección y distribución de películas y grabación de sonido* adquiere de sí mismo cerca del 16% de los insumos totales que utiliza para la producción, de los cuales casi la totalidad de estos (15%) corresponde a la provisión de *Servicios de producción, posproducción y distribución de películas, videocintas y programas tv*. Asimismo, la participación de las importaciones del sector respecto al total de importaciones totales es muy pequeña, apenas el 0.096%. Sin embargo, del valor de producción total generado por el sector, cerca del 12.9% corresponde al componente importado.

De la misma tabla, si tomamos la distribución del valor agregado bruto por sus componentes de ingreso, se puede observar que la participación de los ingresos laborales asciende a un 36.6%, lo cual es mayor que el promedio nacional señalado en la tabla (34.8%). La mayor proporción corresponde a las ganancias correspondientes al factor capital (56.3%)<sup>20</sup>. Finalmente, cerca de un 7.1% corresponden a los impuestos indirectos y a la producción que son cobrados sobre la actividad económica del sector.

Adicionalmente, la matriz de insumo-producto nos muestra los estimados del total de personas empleadas en el sector para el 2014. Así, el número total de población ocupada correspondiente al sector sería de 6,686, todos son ocupados y asalariados según lo que aparece registrado. La población ocupada del sector cinematográfico representa así un 0.04% de la población ocupada de la economía total y 0.08% del total de trabajadores dependientes; no obstante representa una población ocupada altamente productiva. Si lo comparamos con algunos otros sectores de la economía creativa como los de *Radio y televisión y Arte, entretenimiento y esparcimiento*, el sector cinematográfico representaría un 5.6% del total del empleo generado entre los tres sectores.

---

<sup>19</sup> El concepto económico ‘valor agregado’ representa a aquel valor adicional de los bienes y servicios producidos descontados de los factores utilizados en el proceso productivo. En términos contables, es el valor de venta menos el valor de los insumos.

<sup>20</sup> Dado lo descrito en capítulos anteriores, es lógico pensar que casi la totalidad de la industria se desarrolla bajo un complejo eslabonamiento de empresas de mediano y gran tamaño. Sin embargo, la información de la matriz no refleja la alta participación del empleo independiente en este sector. En la actividad cinematográfica nacional, una buena proporción de los ocupados trabaja a tiempo parcial o posee como profesión principal otra actividad..

## 3.2 Encadenamiento productivo

### 3.2.1 Eslabonamientos hacia adelante

Los eslabonamientos directos hacia adelante que se obtienen de la matriz de insumo-producto para el sector cinematográfico nos indican el efecto que un aumento sobre la demanda del sector puede generar sobre la oferta del mismo. Así, a partir de los cálculos se obtiene un coeficiente de encadenamientos directos hacia adelante ( $D_{io}$ )<sup>21</sup> de 0.61. La interpretación de ello es simple: si la demanda por productos cinematográficos aumenta en S/.100, el impacto en la oferta o, en otras palabras, el incremento de la producción es de S/.61.

De igual forma, si calculamos el resultado del encadenamiento total hacia adelante ( $FL_i$ ), es decir, el efecto encadenamiento adicionando los efectos indirectos y directos. De esta forma, se obtiene un coeficiente de encadenamiento total hacia adelante de 1.52. Esto quiere decir que por cada S/.100 de aumento en la demanda del sector cinematográfico, el efecto total sobre la oferta de dicho sector es de S/.152 soles. De este efecto total, S/.61 corresponden a los efectos directos generados sobre la oferta o producción del mismo sector cinematográfico, el resto a la producción en otros sectores que se enlazan en los procesos de producción cinematográfico (por ejemplo, los servicios de marketing, publicidad, entre otros).

A partir de los datos para el mismo sector, se puede calcular un indicador de la sensibilidad de la dispersión, tomando la información del encadenamiento total hacia adelante. De esta manera, se obtiene un indicador de 0.7080. Como es menor a 1, el efecto es inferior al promedio de la economía, según la interpretación propuesta en (Hernández, 2012).

### 3.2.2 Eslabonamientos hacia atrás

El coeficiente de eslabonamientos directos hacia atrás ( $DBL_j$ )<sup>22</sup> para el sector nos muestra un valor de 0.58. Si se toman los encadenamientos totales hacia atrás (directos e indirectos), el coeficiente de eslabonamientos totales hacia atrás ( $BL_j$ ) da como resultado un valor de 2.17. Así, podría decirse que por cada S/.100 de aumento en la demanda del sector cinematográfico, se generan S/.58 directamente en la demanda y S/.159 nuevos soles de efecto indirecto, es decir, de demanda de insumos para la producción en el sector cinematográfico.

Una vez obtenido el  $BL_j$ , se puede obtener el poder de dispersión del sector cinematográfico sobre el resto de la economía. Dicho coeficiente resulta ser 1.0106, es

---

<sup>21</sup> Por sus siglas en inglés “*Direct Forward Linkage*”

<sup>22</sup> Por sus siglas en inglés “*Direct Backward Linkage*”

decir, es mayor a 1 y su efecto promedio en los demás sectores es mayor a la media de la economía. Por su parte, el coeficiente de variación del mismo sector cinematográfico es de 5.1814. Este es un resultado muy alto y, por lo tanto, estaría indicando que el sector compra insumos de pocos sectores de la economía.

A partir de los resultados anteriores, se puede clasificar el sector según las tipologías reseñadas en (Schuschny, 2005) y (Hernández, 2012). Para ello, se toman los indicadores que aparecen en la siguiente tabla resumen:

**Tabla 12: Análisis de encadenamientos productivos del sector 042002 ‘Producción, proyección y distribución de películas y grabación de sonido’ para el 2014**

Encadenamientos directos hacia adelante (DFL <sub>j</sub> )	0.61006826
Encadenamientos totales hacia adelante (FL <sub>j</sub> )	<b>1.52332137</b>
Encadenamientos directos hacia atrás (DBL <sub>j</sub> )	0.57940327
Encadenamientos totales hacia atrás (BL <sub>j</sub> )	<b>2.1742151</b>
Poder de dispersión ( $\pi_j$ )	1.01064586
Coefficiente de variación ( $\omega_j$ )	5.18144861
Sensibilidad de dispersión ( $\tau_j$ )	0.70808929

La tipología sectorial de Chenery y Watanabe, nos lleva a comparar los encadenamientos directos hacia atrás y hacia adelante con los respectivos promedios para todos los sectores. A partir de los resultados de la matriz de insumo-producto 2014 se obtiene que el promedio de los encadenamientos directos hacia atrás es de 0.5270 y el promedio de los encadenamientos directos hacia adelante es de 0.5219. Como resultado, tenemos que tanto los encadenamientos directos hacia atrás y hacia adelante del sector cinematográfico están por encima del promedio de la economía. Por tanto, dicho sector se clasificaría como manufacturero/destino intermedio, es decir, es un sector que compra cantidades importantes de insumos y vende su producción a otros sectores (Hernández, 2012).

De igual manera, podemos tomar los criterios de Rasmussen para clasificar al sector cinematográfico. Según la tipología A, se utiliza el poder de dispersión y se compara el coeficiente de variación del sector respecto al mínimo de todos los sectores. El coeficiente de variación mínimo es de 4.0265. Por tanto, si el coeficiente de variación del sector es mayor al mínimo y el poder de dispersión es mayor a 1, se estaría hablando de un sector con arrastre concentrado. La tipología B lleva a comparar el poder y la sensibilidad de dispersión con respecto a 1. En consecuencia, si el poder de dispersión es mayor a 1 y la sensibilidad de dispersión es menor a 1, se puede señalar que el sector cinematográfico se localiza dentro del grupo de los sectores clave, es decir, es un sector que al aumentar su demanda aumenta notablemente la producción de otros sectores (sector impulsor) y que aumenta su producción ante un gran estímulo de demanda (sector receptor).

### 3.3 Resultados

Dadas las consideraciones del anteproyecto de ley, se buscará calcular el impacto de un aumento en el sector *Producción, proyección y distribución de películas y grabación de sonido* sobre la economía total. Se busca con ello calcular el efecto económico por cada millón de soles de aumento generado vía la inversión en el sector para mayores proyectos. Los resultados del modelo cerrado de Leontief para una economía abierta nos permiten obtener los impactos directos, indirectos e inducidos sobre los otros sectores, los cuales ascienden a un total de S/.4.06 millones sobre el valor de producción de la economía total. En otras palabras, una inversión de un millón de soles en el sector genera un incremento productivo a nivel agregado en la economía de más de S/.4 millones.

- El impacto sobre el ingreso o en otras palabras, el valor agregado generado ascenderían a poco más de S/.1.93 millones. Este monto incluye S/.0.83 millones en efectos directos e indirectos sobre el ingreso y S/.1.10 millones de efectos inducidos en la oferta de la economía.
- Asimismo, S/.1.8 millones responden a los eslabonamientos sectoriales y S/. 2.27 millones representan los efectos inducidos sobre el valor bruto de producción generados por el sector sobre los cambios en la estructura distributiva.
- En relación a los multiplicadores de empleo, por cada millón de nuevos soles invertido se obtienen 54 puestos de trabajo adicionales en toda la economía. La descomposición de este multiplicador nos permite señalar que 43 puestos de trabajo se generan como resultado de los efectos inducidos, mientras que los efectos directos e indirectos sobre la economía generan 14 puestos de trabajo.

**Tabla 13: Principales efectos multiplicadores del sector ‘Producción, proyección y distribución de películas y grabación de sonido’ para el 2014**

Efectos directos, indirectos e inducidos			
Sector	Multiplicador producción (millones S/.)	Multiplicador de ingreso (millones S/.)	Multiplicador de empleo
<b>Efectos totales (directos, indirectos e inducidos)</b>	<b>S/.4.06</b>	<b>S/.1.93</b>	<b>57</b>
Efectos inducidos	S/.2.27	S/.1.10	43
Efectos directos e indirectos	S/.1.79	S/.0.83	14

De esta manera, podemos aproximar los efectos generados por el financiamiento recibido por el sector a través de los Concursos de Proyectos y Obras cinematográficas brindados por la Ministerio de Cultura a través de la Dirección del Audiovisual, la Fonografía y los Nuevos Medios (DAFO). En la siguiente tabla se muestran los montos totales en millones de nuevos soles para el período 2014-2016:

**Tabla 14: Financiamiento otorgado en premios para el sector cinematográfico (nuevos soles)\***

Partida / Año	2014	2015	2016	2014-2016
Producciones nacionales	7'870,000	7'785,000	7'475,000	23'130,000
Coproducciones-Ibermedia	771,899	727,795	1'012,688	2'512,383
<b>Total</b>	<b>8'641,899</b>	<b>8'512,795</b>	<b>8'487,688</b>	<b>25'642,383</b>

Fuente: Elaboración propia con base en Ministerio de Cultura-DAFO (2017).

\*Los premios Ibermedia, que están valorizados en dólares americanos, se han convertido a soles utilizando el tipo de cambio promedio de diciembre para cada año respectivo.

La utilización de los S/.25.68 millones de soles repartidos en premios, al utilizarse plenamente como inversión del sector, han debido de generar un aumento de S/.104.26 millones de nuevos soles sobre la producción nacional, el ingreso nacional ha aumentado en S/.49.56 millones de soles y, como consecuencia del impulso del sector cinematográfico, se han generado 1,464 puestos de trabajo en toda la economía en general, según estimaciones basadas en la matriz de insumo-producto.

## **4 Análisis del Anteproyecto de la Ley de Cinematografía y el Audiovisual Peruano**

### **4.1 Contenido del Anteproyecto**

Una de las primeras normas que desarrolló el Ministerio de Cultura luego de su creación en el año 2011, fue el proyecto de ley, “Ley de la Cinematografía y el Audiovisual Peruano” proyecto elaborado en el 2012 y que buscaba derogar la actualmente vigente Ley 26370 “Ley de la Cinematografía Peruana” del año 1994 y sentar nuevas bases para el desarrollo de la industria cinematográfica y audiovisual. Sin embargo, el proyecto no evolucionó dentro del Ejecutivo y se paralizó en el año 2014.

A continuación se presentan los puntos más importantes del Anteproyecto de Ley a fin de analizar su viabilidad y pertinencia en los siguientes capítulos.

- **Objeto de la norma:**

El Anteproyecto establece como objetivo principal: el fomento y promoción de la actividad cinematográfica y audiovisual en el Perú.

- **Finalidad:**

Detrás de las finalidades de la norma, el Anteproyecto coincide con la norma anterior en la necesidad de desarrollar la industria cinematográfica y audiovisual a través del fomento, la difusión, promoción, protección y preservación de las obras cinematográficas y audiovisuales peruanas; sin embargo, el Anteproyecto va un poco más allá enfatizando la necesidad del desarrollo descentralizado del sector y la búsqueda de la diversidad cultural de las producciones. Asimismo, se reafirma la necesidad del fomento y posicionamiento de la industria de cine peruana a nivel nacional e internacional y del acceso de los ciudadanos a ellas.

- **Obras cinematográficas y audiovisuales**

Un aspecto interesante a considerar detrás de la norma concierne al alcance de una “obra cinematográfica y audiovisual”. Para los efectos de la norma presentada, se consideraría como obra cinematográfica o audiovisual peruana, a aquellas obras que reúnen, de manera conjunta, las siguientes características:

- Que sea producida o coproducida por una o más personas naturales o jurídicas constituidas en el Perú;
- Que sea dirigida o codirigida por un director peruano;
- Que el guionista o coguionista sea peruano;

- Que la música, expresamente compuesta o arreglada para la obra cinematográfica y audiovisual, sea de compositor o arreglista peruano; y,
- Que sea realizada mayoritariamente por equipos artísticos y técnicos integrados por peruanos y/o extranjeros que residan en el país. Para ser considerados como nacionales, los extranjeros deberán residir en el Perú por un plazo igual al establecido para acceder a la nacionalidad, según las normas respectivas.

Los cambios relevantes del Anteproyecto frente a la norma vigente se dan en el mayor alcance respecto a la consideración de una ‘obra peruana’, en donde, además de la producción por personas jurídicas se incluye la producción de personas naturales. Asimismo, se consideran todas las obras coproducidas con empresas internacionales en donde el productor peruano tiene al menos 20% de participación, o todas las producciones que se produzcan internacionalmente en el marco de acuerdos o convenios bilaterales o multilaterales de coproducción con el Estado.

- **Creación del Fondo para el Fomento de la Cinematografía y el Audiovisual**

El elemento más importante de la norma es la creación de un Fondo para el Fomento de la Cinematografía y el Audiovisual Peruano destinado a financiar actividades y proyectos destinados a la promoción, preservación, producción, capacitación, investigación, difusión y desarrollo de la cinematografía y el audiovisual en el Perú.

Si bien la Ley 26370 establece también un subsidio equivalente a 2008 UIT anualmente que debía administrar el desaparecido CONACINE; dicha institución fue absorbida por el Ministerio de Cultura con la aprobación de su Reglamento de Organización y Funciones (ROF); asimismo la modificación de la norma en el 2012<sup>23</sup> establece que los recursos para la asignación de las 2008 UIT provendrían del Ministerio de Cultura.

En este sentido, el gran cambio que se incluye en el Anteproyecto asociado a dicho fondo se da en las fuentes de financiamiento. Se propone para ello un esquema de impuesto *earmarked*, o un “impuesto destinado a un fin específico” equivalente al 5% del valor neto de cada entrada a las funciones de cine. Asimismo, el fondo se alimentaría de otras fuentes como recursos provenientes de la cooperación internacional así como de donaciones y legados del sector público y privado.

Asimismo la administración del fondo se desarrollaría sobre la base del contenido establecido en el ‘Plan Anual para el Fomento de la Cinematografía y el Audiovisual Peruano’ cuya aprobación estaría a cargo de un Comité Especial a ser definido en una posterior reglamentación de la norma. En cualquier caso, el Anteproyecto establece que se dispondrá no menos del 30% para el incentivo del desarrollo del sector a nivel descentralizado (exceptuando Lima y Callao).

---

<sup>23</sup> Con la Ley 29919 de setiembre del 2012, para mayor detalle revisar la sección de Marco Legal

## **4.2 Fondo para el Fomento de la Industria Cinematográfica.**

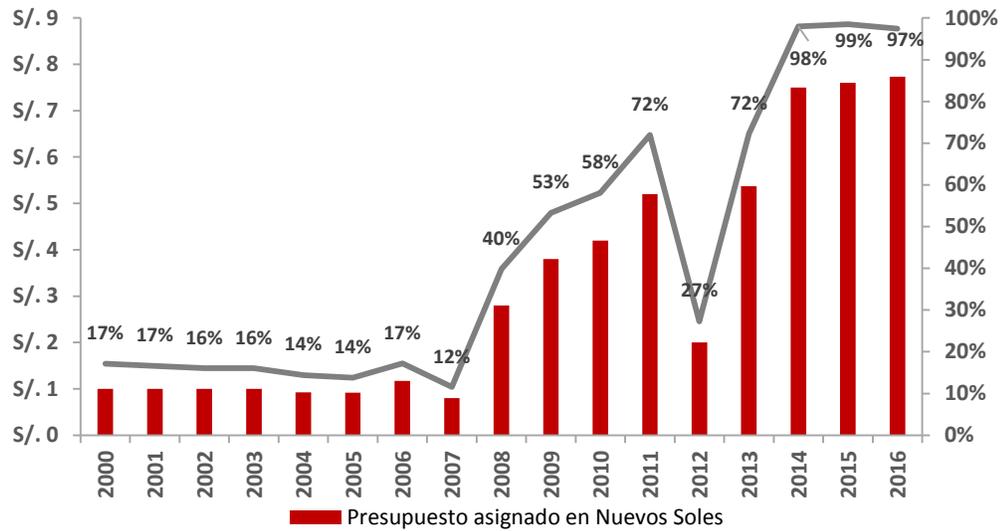
El Anteproyecto de Ley presentado en el 2012 establece la implementación de un fondo que permita promover la producción de obras cinematográficas y audiovisual a través de subsidios específicos. Actualmente, el presupuesto asignado por la normativa vigente comparte el mismo objetivo del fondo propuesto por el Anteproyecto de ley: buscar el desarrollo y fortalecimiento de la oferta nacional de productos cinematográficos y audiovisuales.

Cuando se constituye el CONACINE se le otorga la responsabilidad de incentivar las producciones nacionales, a través del establecimiento de premios y concursos que brindan apoyos económicos no reembolsables para la producción de obras cinematográficas. El subsidio total asciende a 2,008 Unidades Impositivas Tributarias (UIT) cada año.

Con la Ley 29919 de setiembre del 2012, se modifican algunos artículos de la Ley No 26370 asignando 2008 UIT para el financiamiento de todos los proyectos, sin especificar criterios de distribución específicos. Para el año 2017 las 2008 UIT equivaldría S/.8.1 millones de nuevos soles. Sin embargo, durante muchos años, a lo largo de la vigencia de la ley e incluso previo a la modificación de la norma en el 2012 y bajo la administración de CONACINE, no se ha otorgado el monto de las 2008 UITs para el fin establecido. Tal es así, que durante el periodo 2000-2007 el monto efectivamente otorgado representa en promedio el 15% del total de lo establecido anualmente según la ley.

A partir del 2008, se recibió el 40%, y en adelante se observa un incremento gradual, producto del cambio legislativo del 2012, donde el CONACINE es absorbido por el Ministerio de Cultura y se establece que las fuentes de financiamiento para este propósito provendrían del presupuesto del Ministerio, de modo que se implementaron nuevos lineamientos para llevar a cabo los diversos concursos de proyectos cinematográficos. Finalmente, el presupuesto asignado a partir del año 2014 se estabiliza, otorgando el MEF al Ministerio de Cultura casi la totalidad de las 2008 UITs establecidas para dicho fin, permitiéndole realizar el íntegro de concursos y premios según la Ley.

**Gráfico 14: Presupuesto Asignado a los Concursos de Proyectos y Obras Cinematográficas**



Fuente: Ministerio de Cultura (2017). Elaboración Propia.

Actualmente esta actividad cuenta con quince categorías de concursos -14 a cargo del Ministerio de Cultura y 1 de un fondo regional (Cusco)-, que tienen diferentes objetivos, cantidad de premios y monto a ganar según la denominación del concurso, tal como se detalla en la siguiente tabla:

**Tabla 15: Convocatorios de concursos y premios DAFO**

N°	Denominación del Concurso	Descripción	Número de premios	Monto por premio	
1	Concurso Nacional de Proyectos de Largometraje de Ficción	Este concurso tiene por objetivo incrementar el número de obras cinematográficas de calidad producidas en el Perú, asegurando su correcta financiación.	6	S/. 570,000	
2	Concurso de Proyectos de Largometraje de Ficción Exclusivo para las regiones del país (excepto Lima Metropolitana y Callao)	Busca impulsar la actividad cinematográfica de forma descentralizada, en las diferentes regiones del país, fomentar la profesionalización de creadores, técnicos y profesionales del audiovisual en regiones y la competitividad de sus producciones.	3	S/. 420,000	
3	Concurso Nacional de Proyectos de Distribución de Largometraje I	Los concursos de distribución de largometrajes apuntan a facilitar el financiamiento de los planes de promoción de las obras que postulen y favorecer su inserción en los circuitos de circulación de obras cinematográficas.	3 a 6	Entre S/. 70,000 y S/.140,000	
4	Concurso Nacional de Proyectos de Gestión Cultural para el Cine y el Audiovisual	Nacional	Este concurso promueve la elaboración de proyectos que generan espacios de acceso a la diversidad de expresiones cinematográficas, que fortalecen capacidades en el sector y/o contribuyen a la formación de públicos.	6	S/. 25,000
		Regional		4	S/. 25,000
5	Concurso Nacional de Proyectos de Largometraje Documental	Nacional	Busca impulsar la creación de largometrajes documentales, asegurando su correcta financiación	2	S/. 230,000
		Regional		1	S/. 230,000
		En construcción	Busca apoyar proyectos de largometraje documental que ya hayan iniciado el rodaje, y que requieran de financiamiento para culminar la producción y postproducción de la obra.	2	S/. 175,000
6	Concurso Nacional de Proyectos de Post-producción de Largometraje	Buscar apoyar proyectos cinematográficos que hayan iniciado su producción sin contar con ayudas a la producción directamente del Ministerio de Cultura, con un apoyo financiero para la fase final de realización.	2	S/. 160,000	
7	Concurso Nacional para la Formación Cinematográfica	Concurso enfocado en apoyar la formación de técnicos, artistas y profesionales del cine y el audiovisual, contribuyendo a su participación en talleres, cursos y programas de formación.	8	S/. 15,000	
8	Concurso Nacional de Obras Cinematográficas Experimentales	Nacional	El concurso de obras experimentales fomenta la ampliación de los paradigmas del audiovisual, motivando la creatividad y la innovación de formas no convencionales.	4	S/. 15,000
		Regional		2	S/. 15,000
9	Concurso Nacional de Desarrollo de Proyectos de Largometraje	Nacional	Este concurso busca impulsar que un realizador o equipo creativo investiguen y elaboren un guion y una propuesta financiera y técnica de producción.	4	S/. 25,000
		Regional		2	S/. 25,000
10	Concurso Nacional de Cortometrajes	Nacional	Este concurso permite visibilizar y fomentar la producción de obras de corta	9	S/. 15,000

		Regional	duración de diversos géneros y categorías, las cuales dan cuenta de la importante actividad de la producción audiovisual en el Perú.	3	S/. 15,000
11	Concurso Nacional de Desarrollo de Proyectos de Largometraje de Animación		El presente concurso responde al interés por consolidar la producción nacional de largometrajes de animación, la cual fomenta la formación y uso de nuevas tecnologías audiovisuales.	2	S/. 30,000
12	Concurso Nacional de Proyectos de Distribución de Largometraje II		Los concursos de distribución de largometrajes apuntan a facilitar el financiamiento de los planes de promoción de las obras que postulen y favorecer su inserción en los circuitos de circulación de obras cinematográficas.	3 a 6	Entre S/. 70,000 y S/.140,000
13	Concurso Nacional de Proyectos de Musicalización Cinematográfica		Concurso que busca fomentar y promover la composición musical para cine, así como su producción a través de un apoyo al registro. Asimismo, permitirá, de ser el caso, la participación de la Orquesta Sinfónica Nacional en un espacio del Gran Teatro Nacional.	1	S/. 25,000
14	Concurso Nacional de Proyectos de Promoción Internacional		Busca fomentar la elaboración de planes y estrategias de promoción internacional de producciones cinematográficas peruanas.	3	S/. 20,000
NA	DocTV Latinoamérica			1	S/. 92,400
<b>UNIDAD EJECUTORA 001 MC</b>					<b>S/. 7,439,400</b>

Nº	Denominación del Concurso	Descripción	Número de premios	Monto por premio
1	Concurso de obras cinematográficas de cortometraje exclusivo para la región Cusco	Este concurso permite visibilizar y fomentar la producción de obras de corta duración de diversos géneros y categorías, las cuales dan cuenta de la importante actividad de la producción audiovisual en el Perú. Asimismo, la realización de cortometrajes constituye frecuentemente una vía de formación para los realizadores, técnicos y profesionales del país.	2	S/. 15,000
<b>UNIDAD EJECUTORA 002 MC - CUSCO</b>				<b>S/. 30,000</b>

Fuente: Dirección del Audiovisual la Fonografía y los nuevos medios

La selección del proyecto ganador se encuentra a cargo de un jurado calificador y diversos criterios de selección. El número de miembros que lo conforman depende del tipo de concurso; en el caso específico de la denominación más grande en términos de presupuesto (largometraje) este equipo se encuentra conformado por cinco miembros: un director, un productor, un guionista, un crítico o docente cinematográfico y un especialista de la cultura de destacada trayectoria. Asimismo, la selección de los proyectos ganadores en la categoría en mención conservan los siguientes criterios: i) dimensión cultural, social y/o artística del Proyecto; ii) originalidad del Proyecto; iii) coherencia entre los aspectos técnicos y financieros del Proyecto; y iv) aporte del Proyecto al desarrollo de la industria cinematográfica nacional.

Además del presupuesto percibido por el Ministerio de Cultura, los realizadores peruanos pueden postular a financiamiento extranjero de tres tipos: i) el Programa de coproducción Ibermedia, ii) el concurso Ventana Andina de la Comunidad Andina, y iii) el concurso DocTV Latinoamérica. El primero es el de mayor envergadura, mientras que los dos últimos han tallado en el sector solo en el año 2013.

En relación al Programa Ibermedia, en Latinoamérica, son 19 países de la región<sup>24</sup> que lo conforman e impulsan, el cual hace su aparición en 1996 con el objetivo de brindar apoyo financiero a películas de ficción y documentales dentro de la comunidad de países que lo conforman. El Programa se estableció el año 1996 durante la Cumbre Iberoamericana de Jefes de Estado y de Gobierno celebrada en Venezuela. Desde 1998, ha lanzado 22 convocatorias a partir de las cuales se ha apoyado a 636 coproducciones, la exhibición de 298 películas y se ha otorgado 2,700 becas de formación cinematográfica (Ibermedia, 2013).

Desde la afiliación del Perú al Programa Ibermedia en el 2001 hasta el 2004 se aportó US\$ 100,000; entre el 2004 y el 2012 se brindó un aporte de que oscilaba entre US\$ 100,000 y US\$ 200,000 cada año; luego del 2012 hasta el año 2015 se aportó US\$150,000. No obstante, a partir del 2016 se aportan US\$ 225,000. Dicho aporte “regresa” a cada país a modo de coproducción con los demás países que la conforman, en función del porcentaje de participación que se acuerde con los países vencedores. Normalmente, el aporte proviene de presupuesto público.

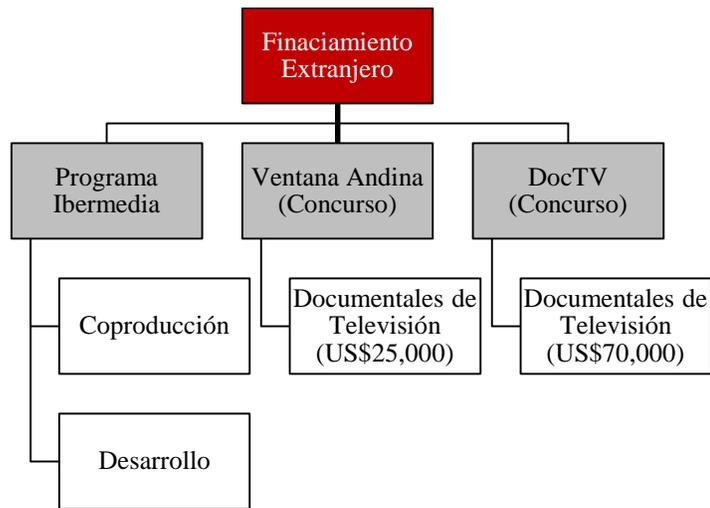
En relación a Ventana Andina, este fue un concurso regional para proyectos documentales de televisión, dirigido a realizadores audiovisuales de Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú lanzado por la CAN en el 2013, cuyo fondo era de US\$ 200,000, para premiar 8 proyectos (dos por país) con 25.000 dólares cada uno. Los documentales ganadores fueron difundidos en las televisiones públicas de cada uno de los Países Miembros.

Por su parte, DocTv Latinoamérica es un programa de fomento a la producción y teledifusión del documental latinoamericano, los proyectos ganadores reciben financiamiento para la producción de los documentales, que son emitidos a través de 21 canales públicos en los 17 países participantes.

---

<sup>24</sup> Argentina, Bolivia, Brasil, Colombia, Costa Rica, Cuba, Chile, Ecuador, España, Guatemala, México, Panamá, Paraguay, Perú, Portugal, Puerto Rico, República Dominicana, Uruguay y Venezuela.

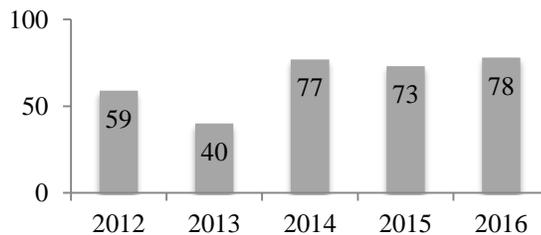
**Gráfico 15: Distribución del financiamiento externo para producciones cinematográficas**



Elaboración Propia

Es así, que durante el periodo 2012-2016 se han logrado financiar/cofinanciar 327 películas, 299 a través del Ministerio de Cultura y 28 gracias a fuentes externas (el promedio anual financiado por Ibermedia es de 5 películas, pero en el 2013, DocTV financió un documental y Ventana Andina, dos). Los años de mayor alcance fueron el 2014 y 2016 con 77 y 78 películas financiadas por el total de fuentes en cada año respectivamente.

**Gráfico 16: Número de películas financiada vía el Ministerio de Cultura e Ibermedia**

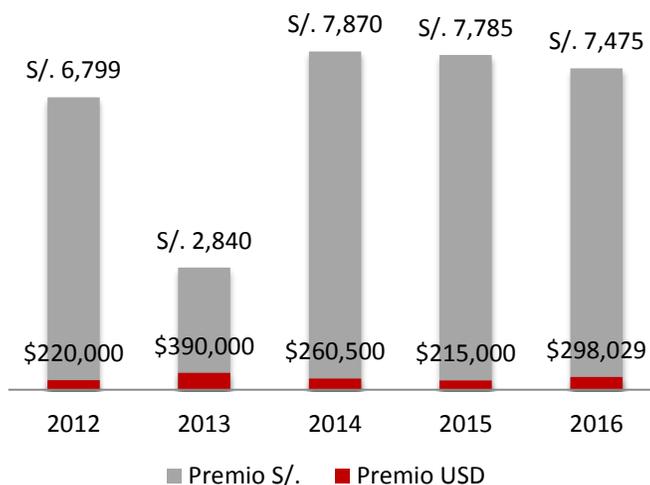


Fuente: Ministerio de Cultura (2017). Elaboración Propia.

Asimismo, se puede observar que el monto de financiamiento otorgado mediante las 2008 UITs más el proveniente por financiamiento extranjero tuvo una tendencia constante durante el periodo 2012-2016. En el primer caso con un promedio de S/. 7 millones, y el extranjero con un promedio de US\$ 200 mil dólares<sup>25</sup>.

<sup>25</sup> A excepción del año 2013, año en el cual se financió un menor número de proyectos cinematográficos con presupuesto del Ministerio de Cultura, como ya se mencionó anteriormente, debido a la adecuación de la norma aprobada en el 2012.

**Gráfico 17: Monto de financiamiento otorgado por el Ministerio de Cultura (miles de S/.) e Ibermedia, Ventana Andina y Doc Tv (US\$)**



Fuente: Ministerio de Cultura (2017). Elaboración Propia.

Según el tipo de proyecto cinematográfico, durante el periodo 2012-2016, el presupuesto asignado por el Ministerio de Cultura ha financiado 26 películas en la categoría “Largo Nacional” que en total asciende a S/. 14.4 millones y un costo promedio por proyecto de medio millón de soles. Para las producciones de la categoría “Largo regional”, se ha financiado 13 proyectos, con un costo promedio de S/. 400 mil nuevos soles. En la categoría “Documental”; el ministerio ha financiado 17 proyectos durante el periodo en estudio con un costo promedio de S/. 203 mil nuevos soles y un monto total de S/. 3.5 millones. Tomando en cuenta todas las categorías, el Ministerio de Cultura ha financiado durante los cuatro años 299 proyectos, con un monto total de S/. 32.8 millones

**Tabla 16: Monto de financiamiento según tipo de proyecto cinematográfico, promedio anual (2012-2016)**

		Total general	Promedio
PREMIO S/.	Cortometraje	S/. 930,000 76	S/. 12,237
	Desarrollo	S/. 625,000 25	S/. 25,000
	Desarrollo de animación	S/. 180,000 6	S/. 30,000
	Desarrollo infantil	S/. 60,000 2	S/. 30,000
	Distribución	S/. 2,529,200 21	S/. 120,438
	Documental	S/. 3,455,000 17	S/. 203,235
	Experimental	S/. 345,000 23	S/. 15,000

Formación	S/. 360,000	S/. 15,000
	24	
Gestión cultural	S/. 740,000	S/. 20,556
	36	
Idpte. y Experimental	S/. 150,000	S/. 25,000
	6	
Largo en lenguas originarias	S/. 1,100,000	S/. 550,000
	2	
Largo nacional	S/. 14,420,000	S/. 554,615
	26	
Largo regional	S/. 5,380,000	S/. 413,846
	13	
Musicalización	S/. 25,000	S/. 25,000
	1	
Postproducción	S/. 2,290,000	S/. 190,833
	12	
Promoción	S/. 180,000	S/. 20,000
	9	
<b>Total PREMIO S/.</b>	<b>S/. 32,769,200</b>	
<b>Número total de premios</b>	<b>299</b>	

Fuente: Ministerio de Cultura (2017). Elaboración Propia.

Si se realiza el mismo ejercicio para los diferentes años, se observa que anualmente el financiamiento de los proyectos ha estado por encima de los S/.7 millones en promedio. Asimismo, el año con mayor número de proyectos cinematográficos financiados por el Ministerio de Cultura, fue el 2016 con 73 proyectos.

**Tabla 17: Premio S/., financiamiento y costo promedio anual (2012-2016)**

	2012	2013	2014	2015	2016	Total general
Total PREMIO (en MM)	S/. 6.8	S/. 2.8	S/. 7.9	S/. 7.8	S/. 7.5	<b>S/. 32,8</b>
Número de premios anual	55	32	71	68	73	<b>299</b>
Costo Promedio Anual (en Miles)	S/. 123.6	S/. 88.7	S/. 110.7	S/. 114.5	S/. 102.4	<b>S/. 109.6</b>

Fuente: Ministerio de Cultura (2017). Elaboración Propia.

Para el caso de proyectos internacionales en los últimos 4 años se han cofinanciado proyectos a través de tres fuentes de financiamiento (como se ha mencionado previamente): Programa Ibermedia (en las categorías Coproducción y Desarrollo), Programa DocTV y Ventana Andina (CAN). La categoría de Ibermedia-coproducción ha cubierto 14 proyectos cinematográficos que suman US\$ 1.1 millones con un costo promedio por proyecto de US\$ 83 mil, la categoría de Ibermedia-desarrollo tiene 11 proyectos con un total de US\$ 99.5 mil; y en el 2013, se logró el financiamiento de un documental a través del programa DocTV por US\$ 70 mil dólares y 2 proyectos de a través del programa Ventana Andina por US\$50 mil dólares.

**Tabla 18: Monto de financiamiento según tipo de proyecto cinematográfico, promedio anual (2012-2016)**

		Total general	Promedio
PREMIO US\$	Ibermedia- Coproducción	\$1,164,000	\$83,143
		14	
	Ibermedia- Desarrollo	\$ 99,529	\$ 9,048
		11	
	Documental TV	\$ 70,000	\$70,000
		1	
	Ventana Andina	\$ 50,000	\$25,000
		2	
<b>Total PREMIO US\$</b>		<b>\$ 1,383,529</b>	
<b>Número de premios</b>		<b>28</b>	
<b>Costo Promedio (Premio US\$)</b>		<b>\$49,412</b>	

Fuente: Ministerio de Cultura (2017). Elaboración Propia.

Respecto al Programa Ibermedia, cabe señalar que anualmente el aporte que el Ministerio de Cultura realizó al fondo retorna a modo de coproducción al país en mayores cantidades monetarias. Específicamente, en el año 2016 este alcanzó casi los US\$ 300,000, al financiar 5 proyectos cinematográficos.

**Tabla 19: Financiamiento en US\$ y costo promedio anual del Programa Ibermedia (2012-2016)**

	2012	2013	2014	2015	2016	Total general
Total PREMIO US\$ (en miles)	\$220	\$270	\$260.5	\$215	\$298	\$1,263.5
Número de proyectos financiados	4	5	6	5	5	25
Costo Promedio (en miles)	\$55	\$54	\$43.4	\$43	\$59.6	\$55.34

Fuente: Ministerio de Cultura (2017). Elaboración Propia.

Del mismo modo, se puede realizar un ejercicio adicional para obtener el retorno de las películas que han sido financiadas por todas las fuentes<sup>26</sup> año a año y estrenadas en salas de cine a nivel nacional, de modo que se obtienen los resultados que muestra la siguiente tabla:

<sup>26</sup> Lo solventado con financiamiento extranjero es transformado en soles para hacerlo comparable con lo recaudado a partir de las taquillas

**Tabla 20: Retorno de las películas financiadas por el Ministerio de Cultura y estrenadas en salas nacionales (2012-2015)**

<b>Año</b>	<b>Título</b>	<b>Recaudación</b>	<b>Total de Premios</b>	<b>Retorno</b>
2012	Coliseo	S/. 162,920.75	S/. 143,200	
	Lima trece	S/. 259,452.55	S/. 210,000	
	<b>Total</b>	<b>S/. 422,373.30</b>	<b>S/. 353,200</b>	<b>19.6%</b>
<b>Películas estrenadas</b>		<b>2</b>		
2013	Cuchillos en el cielo	S/. 53,411.75	S/. 210,000	
	El limpiador	S/. 61,865.00	S/. 40,000	
	Sigo siendo	S/. 424,595.60	S/. 20,000	
	Chicama	S/. 50,472.60	S/. 143,000	
	El espacio entre las cosas	S/. 26,588.40	S/. 143,000	
	<b>Total</b>	<b>S/. 616,933.35</b>	<b>S/. 556,000</b>	<b>11%</b>
<b>Películas estrenadas</b>		<b>5</b>		
2014	El vientre	S/. 1,903,013.41	S/. 210,000	
	Viaje a tombuctú	S/. 210,109.60	S/. 140,000	
	Perro guardián	S/. 1,387,569.10	S/. 570,000	
	El elefante desaparecido	S/. 567,652.98	S/. 350,000	
	La amante del libertador	S/. 72,787.45	S/. 160,000	
	<b>Total</b>	<b>S/. 4,141,132.54</b>	<b>S/. 1,430,000</b>	<b>190%</b>
<b>Películas estrenadas</b>		<b>5</b>		
2015	NN	S/. 207,521.65	S/. 470,000	
	Ella y el	S/. 201,240.55	S/. 70,000	
	Hija de la laguna	S/. 122,938.45	S/. 270,000	
	Planta madre	S/. 67,828.50	S/. 140,000	
	Climas	S/. 76,548.00	S/. 140,000	
	La navaja de don juan	S/. 34,034.50	S/. 210,000	
	Encadenados	S/. 18,400.00	S/. 440,000	
	<b>Total</b>	<b>S/. 728,511.65</b>	<b>S/. 1,740,000</b>	<b>-58%</b>
<b>Películas estrenadas</b>		<b>7</b>		

Fuente: Ministerio de Cultura (2017). Elaboración Propia.

Si bien el ejercicio anterior contiene varias limitaciones<sup>27</sup>, brinda luces de que el dinero otorgado para el financiamiento (parcial o total) de los proyectos cinematográficos tiene

<sup>27</sup> Como por ejemplo el presupuesto de los proyectos cinematográficos no está conformado en su totalidad por los fondos del Ministerio de Cultura; es decir, pueden conseguir financiamiento por fuentes adicionales.

retornos de aproximadamente el 20% en el 2012, 11% en el 2013, 190% en el 2014, y resultado negativo en el año 2015.

### **4.3 Alternativas para el financiamiento del Fondo propuesto**

Uno de los cambios más importantes en el Anteproyecto de Ley, se refiere a la fuente de financiamiento del fondo. El esquema propuesto consiste en el establecimiento de un “impuesto destinado” a los espectáculos cinematográficos equivalente al 5% del valor neto de cada entrada a las funciones de cine. Ello con la finalidad de que la actividad cinematográfica sea la que financie la producción de cine en el Perú.

No obstante, actualmente dentro del grupo de los Impuestos Municipales a favor de los Gobiernos Locales, existe un impuesto a los “Espectáculos Públicos no Deportivos” el cual grava el monto que se abona por concepto de ingreso a espectáculos públicos no deportivos en locales y parques cerrados. Dentro de este grupo de espectáculos, se grava la actividad cinematográfica<sup>28</sup>. El sustento se basaba en el servicio municipal que proveía la municipalidad a través de inspectores que ayudaban a mantener el orden de las salas y se encargaban de los procesos de pesaje de las películas, actividades que ya no existen dados los cambios en los sistemas de salas ahora administrados de manera privada por las empresas exhibidoras.

#### **4.3.1 Análisis de la recaudación del Impuesto a la Actividad Cinematográfica en el Perú**

La actividad cinematográfica es altamente heterogénea entre los diferentes distritos del país. Actualmente existe un aproximado de 131 establecimientos para la exhibición de cine localizados en sólo 69 distritos (de los 1850 distritos a nivel nacional) en 18 departamentos y la provincia Constitucional de Callao (Ver Mapa No 1). De los 131 establecimientos para la exhibición de cine, Lima concentra 69 de ellas, La Libertad y Piura 9 cada una, Puno 7, y Cusco y Arequipa 6 cada uno; en el resto de departamentos se localizan los 25 establecimientos restantes<sup>29</sup>. Esto sin considerar que los establecimientos que se encuentran en ciudades como Lima y Arequipa poseen un sistema *cinplex* o multisalas conteniendo una mayor cantidad de pantallas que el resto, concentrando aun más la taquilla. Según datos del Ministerio de Cultura (Infoartes) Lima y Callao concentra el 74% de las pantallas del país.

Por lo tanto, la naturaleza de este tributo tiende a generar fuertes desbalances entre municipalidades a nivel presupuestal, dada la concentración de salas de cine en pocas ciudades, en especial en distritos de Lima Metropolitana.

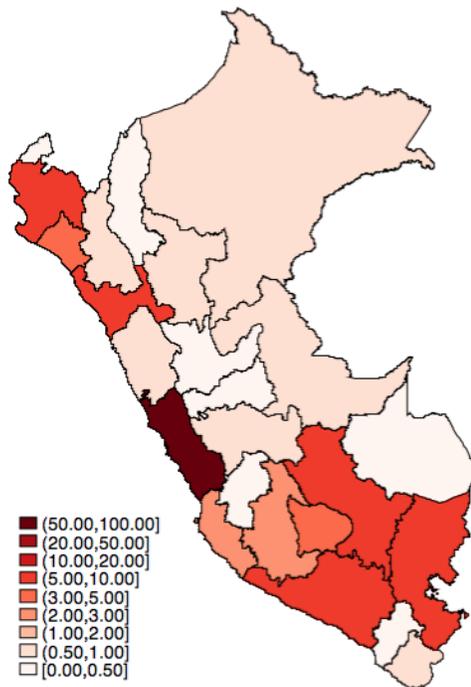
---

<sup>28</sup> El Impuesto a los Espectáculos Públicos no Deportivos aplica a través de las siguientes bases:

- a) Espectáculos taurinos: 10%
- b) Carreras de caballos: 15%
- c) Espectáculos cinematográficos: 10%
- d) Conciertos de música en general: 0%
- e) Espectáculos de folclor nacional, teatro cultural, zarzuela, conciertos de música clásica, ópera, ballet y circo. 0%
- f) Otros espectáculos: 10%

<sup>29</sup> La relación de los establecimientos de cine se encuentra en el Anexo 6.2.

**Mapa 1: Mapa distribución salas de cine en el Perú**



Departamento	Salas de cine
Ancash	1
Apurímac	4
<b>Arequipa</b>	<b>6</b>
Ayacucho	3
Cajamarca	1
Callao	3
<b>Cusco</b>	<b>6</b>
Ica	3
Junín	1
<b>La Libertad</b>	<b>9</b>
Lambayeque	5
<b>Lima</b>	<b>69</b>
Loreto	1
<b>Piura</b>	<b>9</b>
<b>Puno</b>	<b>7</b>
San Martín	1
Tacna	1
Ucayali	1
<b>TOTAL</b>	<b>131</b>

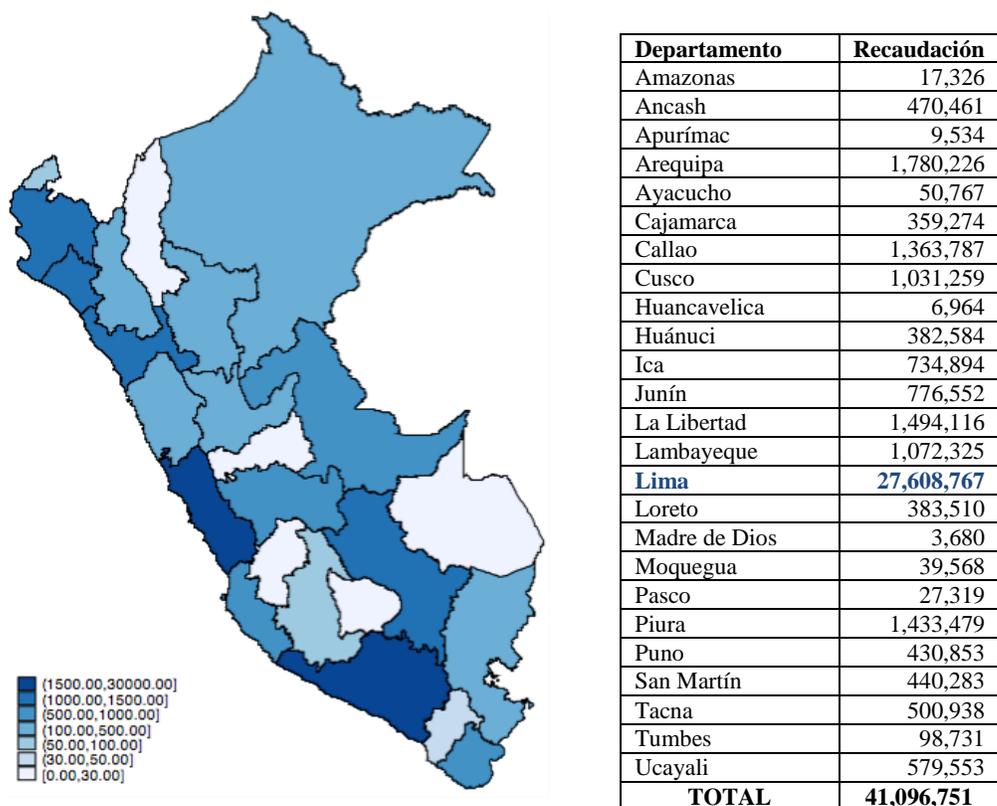
Fuente: Ministerio de Cultura . Elaboración Propia.

Consecuentemente, la fuerte disparidad en la recaudación del Impuesto a los espectáculos cinematográficos es muy notoria. En el Mapa No 2, se puede apreciar a nivel departamental diferencias importantes en la recaudación distrital agregada<sup>30</sup>.

De esta manera, para el año 2015, los distritos de Lima Metropolitana llegaron a recaudar por concepto de “Espectáculos Públicos no Deportivos” (que en su mayoría lo compone el Impuesto a la Actividad Cinematográfica), más de S/.27.6 millones de nuevos soles, equivalente al 67% del total recaudado a nivel nacional (S/.41 millones de nuevos soles); asimismo, solo 4 departamentos concentran casi el 80% de la recaudación agregada por este tributo (Lima, Arequipa, Piura y La Libertad), mientras que los municipios ubicados en departamentos con menores números de salas de cine como Junín, Ancash, Tumbes o Ucayali, registraron una recaudación acumulada que en cada caso no supera el millón de soles.

<sup>30</sup> Se toma el agregado del rubro de ingresos “Espectáculos Públicos no Deportivos”

**Mapa 2: Distribución de la recaudación acumulada de Impuesto a los Espectáculos Públicos por departamento 2015**



Fuente: SIAF-MEF. Elaboración Propia.

Asimismo, en un análisis de los 10 distritos que más recaudan, se observa que han obtenido en el 2015 el 50% de la totalidad del ingreso del país por este concepto (50.45%) y dentro de este grupo, la mayoría (9 de 10) corresponden a distritos ubicados en Lima Metropolitana, precisamente aquellos establecimientos que contienen las multisalas con mayor capacidad.

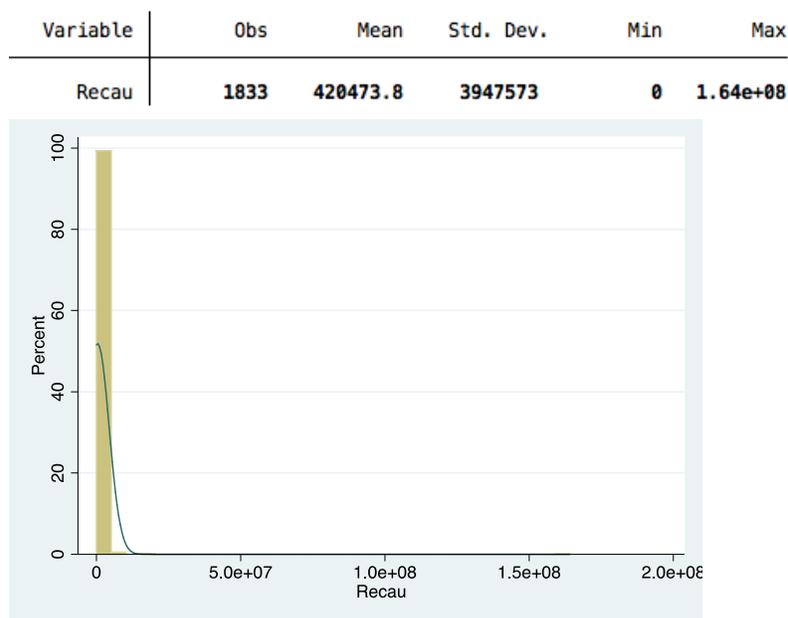
**Tabla 21: Ranking recaudación del Impuesto a los Espectáculos Públicos No Deportivos - 2015**

Departamento	Provincia	Distrito	Recaudación
Lima	Lima	Independencia	3,374,463
Lima	Lima	San Borja	2,587,751
Lima	Lima	San Miguel	2,314,704
Lima	Lima	Miraflores	2,282,350
Lima	Lima	Santiago De Surco	2,262,341
Lima	Lima	Chorrillos	1,854,074
Lima	Lima	Lima	1,775,596
Lima	Lima	Jesús María	1,612,614
La Libertad	Trujillo	Trujillo	1,414,830
Lima	Lima	Santa Anita	1,255,066
<b>Total</b>			<b>20,733,789</b>

Fuente: SIAF-MEF. Elaboración Propia.

En un rango más amplio, las 50 municipalidades que más recaudan por este mismo concepto, acumulan el 95.5% del ingreso total nacional, las otras 270 que registran algún monto de recaudación reúnen el 4.5% restante y las 1533 municipalidades restantes no perciben ingreso alguno por este concepto. Es por ello que en los gráficos de distribución la serie es altamente inequitativa, sesgando la distribución en cero para la mayoría de municipios del país (Ver Gráfico 17).

**Gráfico 18: Histograma ‘Ingresos por recaudación Espectáculos Públicos no Deportivos’ a nivel distrital – 2015**



Fuente: SIAF-MEF. Elaboración Propia.

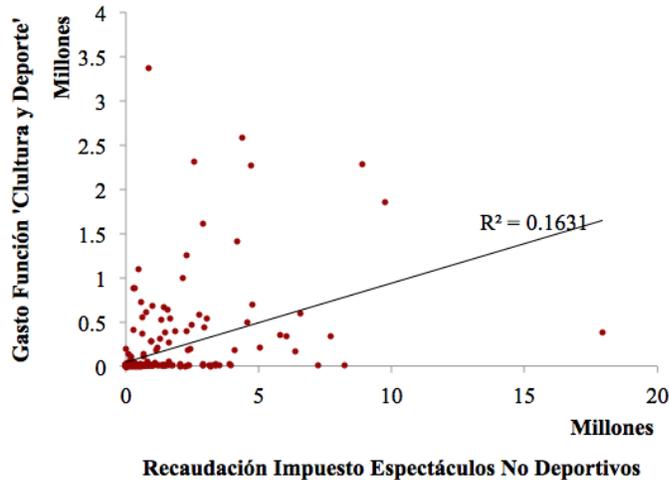
#### 4.3.2 Uso de los recursos provenientes de la Actividad Cinematográfica en el Perú

Por el lado del uso de los recursos derivados de dichos impuestos, no se percibe una relación directa entre los recursos percibidos y la promoción de la actividad cinematográfica, o en general, el gasto en la función presupuestal ‘Cultura y Deporte’.

Tomando en cuenta a las 330 municipalidades que generan ingresos vía la recaudación por Impuesto a los Espectáculos Públicos no Deportivos, el gasto en la función Cultura y Deporte tiene una distribución tal que no evidencia correlación estadísticamente significativa con el ingreso recaudado. El coeficiente de correlación simple es del orden de 0.08<sup>31</sup>. Asimismo, si se observa el mapa de correlación entre los ingresos recaudados y el gasto en ‘Cultura y Deporte’ no existe claridad de una correspondencia entre ambos conceptos.

<sup>31</sup> Estadísticamente, uno de los criterios establece que para que exista evidencia de correlación entre dos series debe dar como mínimo un valor de 0.2.

**Gráfico 19: Mapa de correlación entre Recaudación de Impuesto a los Espectáculos y el Gasto en la función ‘Cultura y Deporte’<sup>32</sup>**



Fuente: SIAF-MEF. Elaboración Propia.

De los municipios que más recaudaron por concepto de Espectáculos Públicos no Deportivos, el gasto en la función de Cultura y Deporte es sumamente variable entre ellos, en muchos casos es mayor que lo recaudado, en otros genera una fuerte brecha que sería cubierta por otras fuentes de financiamiento<sup>33</sup>.

**Tabla 22: Comparación gasto en ‘Cultura y Deporte’ municipalidades con mayor recaudación ‘Impuesto Espectáculos Públicos no Deportivos’**

Departamento	Provincia	Distrito	Recaudación	Gasto en ‘Cultura y Deporte’
Lima	Lima	Independencia	3,374,463	842,364
Lima	Lima	San Borja	2,587,751	4,359,113
Lima	Lima	San Miguel	2,314,704	2,549,672
Lima	Lima	Miraflores	2,282,350	8,892,993
Lima	Lima	Santiago De Surco	2,262,341	4,718,258
Lima	Lima	Chorrillos	1,854,074	9,735,263
Lima	Lima	Lima	1,775,596	164,098,721
Lima	Lima	Jesús María	1,612,614	2,903,367
La Libertad	Trujillo	Trujillo	1,414,830	4,184,354
Lima	Lima	Santa Anita	1,255,066	2,289,671
<b>Total</b>			<b>20,733,789</b>	<b>204,573,775</b>

Fuente: SIAF-MEF. Elaboración Propia.

<sup>32</sup> Se excluye del análisis a la Municipalidad Metropolitana de Lima, al registrar en el 2015 un fuerte gasto en la función ‘Cultura y Deporte’ de S/.164 millones, cifra que se considera estadísticamente como un outlier, distorsionando el análisis.

<sup>33</sup> A fin de obtener conclusiones sólidas respecto a la correspondencia entre ambos conceptos, es necesario el levantamiento de mayor información sobre las brechas existentes así como el aporte del gasto en el cierre de dichas brechas. Estudios altamente complejos que va más allá de los objetivos del presente documento.

### 4.3.3 Derogación del impuesto municipal e implementación del mecanismo “cine por cine”

El Anteproyecto de Ley propone el establecimiento del 5% del valor de la entrada a las funciones de cine, lo que implica la derogación del impuesto municipal aplicado a los espectáculos cinematográficos.

A fin de evaluar de manera técnica las implicancias de esta propuesta en términos del beneficio o costo social, se utiliza la metodología para el diseño y evaluación de proyectos a través el Análisis Costo-Beneficio a fin de constatar el beneficio del impacto del Fondo para la promoción del cine utilizando los resultados del multiplicador calculado en capítulos anteriores, y tomando como supuesto la derogación del 10% del impuesto municipal que representaría el costo social de dicha medida<sup>34</sup>.

Tomando en cuenta el impacto de la promoción del cine midiendo la productividad generada por sol gastado en el sector por cada sol invertido, se tiene un retorno de S/.1.93 equivalente a la suma del impacto directo e indirecto. Es así que desarrollando un escenario en donde se hubiese otorgado el equivalente al 5% de lo recaudado en la actividad cinematográfica para la promoción del cine, se habría destinado S/. 95 millones durante el periodo 2011-2015 para la producción de proyectos cinematográficos, generando un impacto en términos de valor agregado valor al PBI por S/. 149.6 millones de soles durante el periodo de análisis (entre impacto directo e indirecto)<sup>35</sup>.

**Tabla 23: Valor no agregado a la actividad económica por proyectos cinematográficos no realizados**  
(en millones de S/.)

Año	Total de ingresos por taquilla anual	Valor de la recaudación por Impuesto Municipal <sup>1/</sup>	Monto equivalente al 5% de la taquilla <sup>1/</sup>	Generación de producción anual por proyectos cinematográficos
2011	284,541,929	22,229,838	11,566,745	22,323,818
2012	324,990,017	25,389,845	13,210,976	25,497,184
2013	373,579,781	29,185,920	15,186,170	29,309,308
2014	420,472,317	32,849,400	17,092,371	32,988,275
2015	503,356,202	39,324,703	20,461,634	39,490,954
<b>Total</b>	<b>1,906,940,246</b>	<b>148,979,707</b>	<b>77,517,896</b>	<b>149,609,540</b>

1/ Sobre la base del monto en bruto descontado del Impuesto general a las Ventas

Fuente: Ministerio de Cultura, INEI. Elaboración Propia

En este sentido, a manera de ejemplo haciendo un ejercicio muy sencillo tomando los datos del año 2015, y supuestos muy generales, como el costo de oportunidad social establecido por el Ministerio de Economía y Finanzas igual al 9%; se puede realizar una comparación simple

<sup>34</sup> Para ello se toma la tasa de descuento comúnmente empleada para el cálculo de la rentabilidad social de los proyectos públicos equivalente al 9%.

<sup>35</sup> Sobre la base de los cálculos realizados con la tabla insumo-producto del año 2014

entre los beneficios sociales de ambos escenarios (i) el establecimiento de un fondo equivalente al 5% de la taquilla recaudada, versus (ii) la rentabilidad social generada por proyectos ejecutados a nivel local; se tiene lo siguiente:

- Para el primer caso, el impacto directo e indirecto calculado en la economía derivado de un fondo equivalente a S/.20.5 millones destinado a la promoción y fomento de la oferta cinematográfica es de aproximadamente S/.40.1 millones.
- El impacto en la economía del uso de los recursos derivados del impuesto a la actividad cinematográfica a través de proyectos de inversión a nivel local con un horizonte de 10 años, tomando como base la tasa social de descuento, es de S/. 35.4 millones.

Es importante señalar que a fin de desarrollar un sólido análisis costo beneficio de la propuesta de Anteproyecto, es necesario obtener mayor información a fin de sentar el análisis sobre supuestos certeros. Los supuestos utilizados anteriormente son altamente conservadores tanto respecto a la rentabilidad social del Fondo, que tiende a estar subestimada, como a la rentabilidad del uso del fondo proveniente del Impuesto a la Actividad Cinematográfica de los gobiernos locales. Por un lado, se asume que el gobierno local utiliza los recursos en su totalidad en proyectos de inversión que generan una rentabilidad social establecida. Por otro lado, el impacto directo e indirecto calculado en la economía producto del fondo de promoción a la producción cinematográfica y audiovisual se acotó al impulso productivo generado (directo e indirecto) que está limitado por la información de las producciones mapeadas por el Ministerio de Cultura, cuando se conoce que existe una larga lista de producciones regionales cuya exhibición se da en diversas modalidades que no son registradas por las fuentes oficiales. Adicionalmente, la rentabilidad social del fondo dependerá del potencial productivo del sector asociado a las productividades marginales de los factores de producción (variables altamente dinámicas y de cálculo complejo). Asimismo, los resultados finalmente dependerán de variables de gestión, es decir, de la forma de administración del fondo y del tipo de proyectos y actividades a financiar, así como de la configuración institucional durante toda la etapa productiva hasta la etapa de exhibición que asegure el acercamiento a la potencial demanda del mercado.

#### **4.4 Beneficios de la coproducción. Evidencia internacional**

Un punto muy importante contenido en el Anteproyecto presentado sugiere tomar como estrategia para el impulso del sector, a la coproducción de largometrajes. Según UNESCO, la coproducción es una práctica que implica la disposición de expresiones cultural diversas, el intercambio de recursos humanos (técnicos y artísticos) y facilita la circulación de las películas a lo largo de dos o más mercados cinematográficos (UNESCO, 2016).

Según Hendrickx el esquema de coproducción supone el apoyo de un fondo cuya función principal es la de financiar iniciativas que garanticen los lazos entre cinematografías de distintos países (Hendrickx, Perspectivas y posibilidades de crecimiento del cine peruano en el contexto mundial, 2010). Al mismo tiempo, el hecho de que las películas coproducidas posean más de una nacionalidad, abre paso a la posibilidad de que estén sujetas a incentivos tributarios y que puedan tomar ventaja de cierto apoyo en materia de distribución, producción y exhibición de películas en los diferentes países de acuerdo con sus propias legislaciones. En varios países, la legislación favorece enormemente a las producciones nacionales, con lo que una estrategia de coproducción con empresas extranjeras permite el beneficio de las legislaciones en los países de los diferentes productores.

Algunos estudios muestran algunas características de la estrategia de coproducción. Para Europa, (Kanzler, 2008) nos señala que el 77% de las coproducciones europeas realizadas entre 2001 y 2007 han sido lanzadas en por lo menos un mercado extranjero, en comparación al otro 33% correspondiente a películas con una sola nacionalidad. El mismo estudio señala que, en promedio, las películas coproducidas en el continente europeo han generado 2.7 veces más admisiones que las producciones realizadas con participación de un solo país. Finalmente, la mayoría de las admisiones de las coproducciones se concentran en los mercados no nacionales, los cuales concentran el 41% del total de admisiones de las coproducciones.

Otro estudio de (Jones & Higson, 2014) señala los aportes a la creatividad del esquema de coproducción entre el Reino Unido y la Unión Europea. Así, obtienen que solo un tercio de los insumos creativos de las coproducciones inglesas proviene de la Unión Europea. De esta contribución, sólo el 23% es atribuido a los socios coproductores, mientras que el 12% corresponde fuentes de origen distinto.

De esta manera, no es sorprendente que la coproducción sea una modalidad muy extendida en el hemisferio norte, sobre todo en los países con mercados cinematográficos más fuertes. La siguiente tabla muestra la lista de los diez primeros países con la mayor cantidad de coproducciones para los años 2012 y 2013:

**Tabla 24: Top países con largometrajes coproducidos (2012-2013)**

País	Coproducciones	Largometrajes producidos	Participación de coproducciones (%)
2012			
Francia	129	279	46.2
EE. UU.	115	738	15.6
Reino Unido	84	326	25.8
Alemania	82	220	37.3
España	56	182	30.8
Bélgica	48	55	87.3
Holanda	39	79	49.4
Suiza	39	93	41.9
Italia	37	166	22.3
Irlanda	26	38	68.4
2013			
Francia	116	270	43.0
EE. UU.	94	738	12.7
Alemania	88	223	39.5
Reino Unido	74	241	30.7
España	57	231	24.7
Bélgica	53	70	75.7
Suiza	42	103	40.8
Holanda	34	68	50.0
Italia	29	167	17.4
Irlanda	21	34	61.8

Fuente: elaborado por UNESCO (2016) con base en UIS (2015).

El top de países está encabezado por Francia con alrededor de 45% de largometrajes realizados como coproducciones. Le sigue Estados Unidos, país cuyas coproducciones sólo representan un poco más de 10 % del total de producciones. Los países en los que la participación de coproducciones llega a más del 50% son Irlanda, Bélgica y Holanda.

Uno de los casos en los que se evidencian las ventajas de la realización de películas bajo el esquema de coproducción es el del mercado chino. En este sólo se pueden proyectar 34 largometrajes extranjeros por año. De esta manera, la alternativa por la que han optado muchas productoras hollywoodenses ha sido la de la coproducción para asegurar su entrada al mercado chino. Aunque el número máximo de coproducciones permitidas es de 20 largometrajes por año, estos representan casi el 45% de ingresos por taquilla (Hays, 2012). Un ejemplo de coproducciones chinas exitosas es el de *Avatar*, la cual llegó a recaudar 190 millones de dólares durante su estreno en 2010, monto que contrasta por mucho con los 95 millones de dólares recaudados por la película china *Let the Bullets Fly*, estrenada en el país el mismo año y considerada el filme con la mayor recaudación por taquilla de la historia de China.

El funcionamiento de Programa Ibermedia y de otros arreglos institucionales a nivel latinoamericano está garantizado por dos acuerdos fundamentales. El primero es el *Acuerdo para la creación del mercado común cinematográfico latinoamericano* que rige desde el año 1989 y que fue firmado por diez países latinoamericanos (Argentina, Brasil, Cuba, Ecuador, México, Nicaragua, Panamá, Perú, República Dominicana y Venezuela). Mediante dicho acuerdo se estableció el apoyo multilateral en materia cinematográfica. En el artículo IV del acuerdo, se señala que “(...) cada Estado miembro tiene derecho a una participación anual de cuatro obras cinematográfica nacionales de duración no inferior a los setenta (70) minutos que concurrirán en el Mercado Común Cinematográfico Latinoamericano.”.

El segundo acuerdo importante es el *Acuerdo Latinoamericano de Coproducción Cinematográfica*, la cual define la coproducción como las obras cinematográficas “(...) realizadas en cualquier medio y formato, de cualquier duración, por dos o más productores de dos o más países Miembros del presente Acuerdo, sobre la base de un contrato de coproducción estipulado al efecto entre las empresas coproductoras de conformidad con las disposiciones del presente Acuerdo, y debidamente registrado ante las autoridades competentes de cada país.”. A su vez, en el artículo V del mismo acuerdo se señala que cada país que participa en una coproducción no debe tener una participación menor al 20% ni mayor al 80% en el total de aportes desembolsados para la realización del filme.

De igual manera, en algunos países de la región existen leyes favorables a la realización de coproducciones. Por ejemplo, el cine argentino se rige según la Ley de Fomento de la Actividad Cinematográfica Nacional o Ley 24.377, bajo la cual se creó el Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (INCAA). El INCAA es el que administra el Fondo de Fomento Cinematográfico, el cual otorga subsidios y créditos para las actividades de producción, promoción y exhibición del cine. A su vez, este coordina y canaliza el financiamiento obtenido para coproducción a través de programas y fondos como el de Ibermedia, mediante el cual se dio apoyo a 6 coproducciones con participación mayoritaria Argentina en 2015.

En el caso de Colombia, la coproducción recibe apoyo estatal a través del Fondo para el Desarrollo Cinematográfico (FDC) que fue creado mediante la ley 814 de 2003 (*Ley General de Cultura*). En 2013, se culminaron 6 largometrajes en la modalidad de coproducción. En 2014, el FDC estableció un total de 1,400 millones de pesos colombianos para el apoyo de coproducciones minoritaria. Este apoyo fue bastante importante, pues representó un aproximado de 43.1% del monto total de estímulos para largometrajes de ciencia ficción.

El cine en Brasil está regulado mediante el Agencia Nacional del Cine (ANCINE) según Medida Provisoria 2228-1 expedida el año 2001. Esta es una agencia reguladora que está dedicada a la regulación, el fomento y la fiscalización de la industria cinematográfica y audiovisual brasileña. Brinda apoyo financiero a través de lo recaudado por impuestos y financia la cadena productiva del audiovisual a través del Fondo Sectorial del Audiovisual (FSA). Las coproducciones con participación brasileña que se han realizado entre 2011 y 2013 ascienden a un número de 81.

En Bolivia, según la ley 1302 (*Ley de Cine*), las coproducciones deben poseer las siguientes características: el 30% del equipo para la realización es boliviano, el 50% de su material es filmado en Bolivia, el porcentaje mínimo de participación financiera boliviano no debe ser menor al 20% y el idioma de la película debe ser castellano o alguna lengua originaria del país. Los tres países con los que se han realizado más coproducciones bolivianas son Argentina, Venezuela y México.

El cine mexicano es uno de los que recibe más apoyo estatal en América Latina. Este apoyo se canaliza y planifica a través del Instituto Mexicano de Cinematografía (IMCINE), el cual fue creado por decreto presidencial el 25 de marzo de 1983 y está regido por la Ley Federal de Cinematografía de 1992, que fue actualizada en 2010. En la actualidad, el IMCINE ha iniciado un proyecto para incrementar la participación del cine mexicano en el mercado internacional a través del apoyo a coproducciones y la apertura de mercados para la distribución de filmes mexicanos (Hendrickx, Diagnóstico del mercado theatrical, televisión, DVD y blu-ray, y plataformas digitales VoD en América Latina, 2015a). Entre 2007 y 2015 se realizaron un total de 167 coproducciones con países iberoamericanos.

Para Perú, la regulación está basada en la Ley 26370, siendo el ente rector de la actividad cinematográfica el Ministerio de Cultura a través de la Dirección del Audiovisual, la Fonografía y los Nuevos Medios (DAFO). Existe financiamiento a coproducciones internacionales a través del Programa Ibermedia. Entre 2012 y 2016, se repartió un total de US\$ 1.3 millones para 25 películas coproducidas con participación nacional. Entre estas se encuentran algunas cintas como *NN*, *Magallanes* y *El elefante desaparecido*.

A pesar de esto, el esquema de coproducción puede tener algunas desventajas. Como se señala en (Hendrickx, Perspectivas y posibilidades de crecimiento del cine peruano en el contexto mundial, 2010), en algunas coproducciones los costos de filmación pueden elevarse debido a que el presupuesto de producción es diferente para cada uno de los países que participan en un mismo largometraje. El impacto de esta diferencia dependerá de las condiciones que se establezcan entre las diferentes partes de la coproducción. Al mismo tiempo, puede haber complicaciones debido a que a veces se fuerza un guión con el fin de incluir a algún actor de nacionalidad extranjera a pedido de los coproductores extranjeros.

## 4.5 Cuotas de pantalla

En muchos países de Iberoamérica se han establecido como beneficio para la producción de cine nacional una determinada cuota de pantalla; es decir, se exige a los exhibidores nacionales un mínimo de tiempo y de cantidad de películas para su proyección en las salas correspondientes a nivel nacional. Los países sudamericanos que no contemplan ninguna regulación sobre la cuota de pantalla son Bolivia, Chile, Ecuador, Paraguay, Perú y Uruguay. A continuación, se muestran los principales casos para Iberoamérica:

- Argentina: según la Ley 17.821 las salas deben proyectar una película nacional por pantalla por trimestre calendario. En el caso de complejos multipantalla se puede proyectar en una sola la cantidad total de películas obligadas. Asimismo, la legislación señala ciertos requisitos acerca de la duración de las películas en el caso de que sean cortometrajes.
- Brasil: según los artículos 22 y 56 de la Medida Provisoria N° 2.228-1 y el Anexo N° 1 del Decreto N° 8.620, del 29 de diciembre de 2015, hasta el 5 de setiembre de 2021 las compañías propietarias, inquilinos o arrendatarios de salas, espacios o locaciones de exhibición público comercial de obras cinematográficas deberán considerar diferentes niveles de cuotas de pantalla. Algunos de los niveles señalados son los siguientes:
  - En caso de 1 sala, exhibir en 28 días un mínimo de 3 títulos diferentes, pudiendo repetirse 1 título.
  - En caso de 2 salas, exhibir en 70 días un mínimo de 4 títulos diferentes, pudiendo repetirse 2 títulos.
  - En caso de 3 salas, exhibir en 126 días un mínimo de 5 títulos diferentes, pudiendo repetirse 2 títulos.
  - En caso de 4 salas, exhibir en 196 días un mínimo de 6 títulos diferentes, pudiendo repetirse 2 títulos.
  - En caso de 5 salas, exhibir en 280 días un mínimo de 8 títulos diferentes, pudiendo repetirse 2 títulos.
  - En caso de 20 salas, exhibir en 800 días un mínimo de 24 títulos diferentes, pudiendo repetirse 6 títulos.
- Colombia: se apoya en los artículos 18 y 19 de la Ley 814 y el artículo 3 del Acuerdo N° 007 de 2006. Mediante aquellos, se obliga a las salas de cine o exhibición o cualquier otro medio diferente a la televisión contemplar un 10% del total del tiempo total de emisión de obras cinematográficas extranjeras.
- España: los artículos 6, 18 y 19 de la Ley 55-2007 obliga a las salas de exhibición cinematográficas a contar en su programación anual con un mínimo de 25% de filmes españoles. Cuando el exhibidor posee más de una sala, el cálculo se hace sobre el complejo en conjunto. La norma restringe la proyección de películas producidas por el estado, las

producciones publicitarias, propagandísticas, calificadas como "x", excluidas por sentencia, las que vulneren la cesión de derechos o tengan deudas laborales.

- México: los artículos 19 y 39 de la Ley Federal Cinematográfica establecen que los exhibidores reserven 10% del tiempo total de exhibición para la proyección de películas nacionales, salvo tratado internacional contrario. A su vez, se exige que los exhibidores con 5 pantallas estrenen 5 películas mexicanas por año; mientras que, los exhibidores con hasta 10 pantallas deben estrenar 10 películas por año.
- Venezuela: el artículo 30 de la Ley de Cine Nacional establece que las salas de exhibición deben estrenar toda obra cinematográfica nacional por un mínimo de dos semanas. La cuota se establece de forma diferenciada. Así, en los complejos cinematográficos con más de cinco pantallas, se deben exhibir por un mínimo de doce semanas; en aquellos complejos de entre 2 a 5 pantallas, se debe establecer seis semanas de exhibición; en complejos cinematográficos con 1 pantalla, se establece un mínimo de tres semanas; finalmente, si no existen suficientes filmes venezolanos, la permanencia puede reducirse hasta dos semanas.

## 5 Conclusiones del Estudio

- Actualmente hay una creciente importancia económica del sector ‘Creativo’ o la ‘Economía Naranja’, que viene demostrando una clara participación en los ingresos y un sector con un altísimo valor agregado para muchas economías del mundo. Para el 2011 se calcula que dicho sector alcanzó los US\$ 4.3 billones de dólares a nivel mundial dando empleo a más de 144 millones de trabajadores (10.3 millones en América Latina). Para el Perú, se calcula que la Economía Naranja aportó cerca de US\$ 5 mil millones de dólares dando empleo a 660 mil trabajadores.
- A pesar de ello, los esfuerzos del Estado en la promoción del sector artístico y cultural son muy bajos, en términos relativos a otros países de la región y del mundo. El gasto público para la promoción de los bienes y servicios culturales no llega ni al 2% del presupuesto total, equivalente apenas 0.2% del PBI (tomando en cuenta el gasto en la función de “Cultura y Deporte” en los tres niveles de gobierno). Mientras que en otros países como Francia, España, Dinamarca, entre otros, el gasto es mucho mayor al equivalente al 1% de su PBI.
- Dentro de este sector, la actividad cinematográfica y audiovisual es el más representativo, especialmente por las últimas tendencias en la demanda y la oferta internacional. En el Perú el crecimiento de la demanda de funciones de cine ha dado un giro importante, haciendo de este sector uno de los más importantes en términos de gasto en entretenimiento de la población. Hasta hace menos de una década, la demanda se caracterizó por ser una de las más bajas de la región; en el 2005, en términos de butacas vendidas, la asistencia se calculaba en 46 butacas por 100 habitantes (13.6 millones). En los últimos años aumentó la asistencia a 18.5 millones de butacas en el 2008 (60.46 por cada 100) hasta alcanzar 34.5 millones de butacas en el 2013 (equivalente a 113 por cada 100 habitantes), aumento sustantivo considerando el promedio de la región.
- En términos de ingresos, el sector cinematográfico constituye el ámbito que, dentro del sector cultural, genera mayores ingresos; solo por recaudación de boletería se calculan ingresos que superan los S/. 503 millones de soles para el 2015, debido a la asistencia en cines de más de 46 millones de espectadores de ocho cadenas de exhibición de cine a nivel nacional, las cuales cuentan con 555 salas, y la capacidad de albergar aproximadamente 1’090,000 personas en sus butacas.
- En este contexto, la actividad cinematográfica y audiovisual merece una atención dado el alto potencial en la generación de ingreso y valor agregado en la economía. No obstante, la actividad en el Perú es aún incipiente si se compara con otros países. Mientras Perú tiene estrena 23 películas locales en salas comerciales en 2016, la India produce 1,724 obras cinematográficas, Estados Unidos 738 y China 638. Si se compara con países de la región, la diferencia es menor pero se mantiene muy amplia. Por ejemplo, Brasil tiene una

producción de 129 películas, México 126 y Argentina 168. Una de las hipótesis detrás de estas marcadas diferencias está detrás de la política de Estado de utilizar la producción de cine nacional como un vehículo de promoción cultural del país y con ello, estrategias para el incentivo de las producciones nacionales. A excepción de la India, los 15 principales productores de cine a nivel mundial (entre los que se encuentran Argentina, Brasil y México) reciben algún tipo de subsidio a la industria por parte del gobierno.

- En términos netamente económicos, el análisis del valor agregado que genera la producción cinematográfica permite obtener el impacto de la mayor producción de cine en la economía. En el presente estudio se obtuvo un coeficiente de encadenamiento total hacia adelante de 1.52. Esto quiere decir que por cada S/.100 de aumento en la demanda del sector cinematográfico, el efecto total sobre la oferta de dicho sector es de S/.152 soles. De este efecto total, S/.61 corresponden a los efectos directos generados sobre la oferta o producción del mismo sector cinematográfico, el resto a la producción en otros sectores que se enlazan en los procesos de producción cinematográfico. Si se toman los encadenamientos totales hacia atrás (directos e indirectos), el coeficiente de eslabonamientos totales hacia atrás da como resultado un valor de 2.17. Así, podría decirse que por cada S/.100 de aumento en la demanda del sector cinematográfico, se generan S/.58 directamente en la demanda y S/.159 nuevos soles de efecto indirecto, es decir, de demanda de insumos para la producción en el sector cinematográfico. Esto significa que una inversión de un millón de soles en el sector genera un incremento productivo a nivel agregado en la economía de más de S/4 millones. El impacto sobre el ingreso o en otras palabras, el valor agregado generado ascenderían a poco más de S/1.93 millones. Este monto incluye S/0.83 millones en efectos directos e indirectos sobre el ingreso y S/1.10 millones de efectos inducidos en la oferta de la economía.
- Estos efectos podrían ser mayores. Dado que la matriz de insumo-producto solo capta las transacciones (compras intermedias o ventas de producto final) registradas, no llega a incluir los movimientos económicos realizados durante el proceso de producción de las películas no estrenadas. Tampoco se registra el valor agregado generado por aquellas películas que se distribuyen en los circuitos de exhibición no comerciales: centros culturales, instituciones educativas, cine andante, entre otros. De esta forma, el componente de las compras intermedias podría duplicarse, generando un incremento del multiplicador de producción nacional.
- En este contexto, el Anteproyecto de Ley establece como objetivo principal: el fomento y promoción de la actividad cinematográfica y audiovisual en el Perú, a través de la ampliación/creación del Fondo para el Fomento de la Cinematografía y el Audiovisual. Se propone para ello un esquema de impuesto *earmarked*, o un “impuesto destinado a un fin específico” equivalente al 5% del valor neto de cada entrada a las funciones de cine. Asimismo, el fondo se alimentaría de otras fuentes como recursos provenientes de la cooperación internacional así como de donaciones y legados del sector público y privado.

- Se calcula que la utilización del 5% de la recaudación de la taquilla por el Ministerio de Cultura para la promoción de la actividad cinematográfica, con los datos del 2015 equivaldría a un fondo de S/.25.68 millones de soles repartidos en premios. Tomando en cuenta el impacto de la promoción del cine midiendo la productividad generada por sol gastado en el sector por cada sol invertido, se tiene un retorno de S/.1.93 equivalente a la suma del impacto directo e indirecto. Ello habría generado un aumento en el ingreso de S/.49.56 millones de soles y, como consecuencia del impulso del sector cinematográfico, se habrían generado 1,464 puestos de trabajo en toda la economía en general.
- En un análisis retrospectivo, si se hubiese otorgado el equivalente al 5% de lo recaudado en la actividad cinematográfica para la promoción del cine en los años 2011 al 2015, se habría destinado S/. 95 millones para la producción de proyectos cinematográficos, generando un impacto en términos de valor agregado valor al PBI por S/. 149.6 millones de soles durante el periodo de análisis (entre impacto directo e indirecto).
- Por el lado del Impuesto a la Actividad Cinematográfica, se observa que representa una fuente de ingresos en el nivel local altamente heterogénea, generando fuertes desbalances entre municipios; más aún, considerando que el ingreso lo reciben los municipios más ricos, mayormente localizados en Lima y Callao. Así, para el año 2015, los distritos de Lima Metropolitana llegaron a recaudar por concepto de “Espectáculos Públicos no Deportivos” (que en su mayoría lo compone el Impuesto a la Actividad Cinematográfica), más de S/.27.6 millones de nuevos soles, equivalente al 67% del total recaudado a nivel nacional (S/.41 millones de nuevos soles); asimismo, solo 4 departamentos concentran casi el 80% de la recaudación agregada por este tributo (Lima, Arequipa, Piura y La Libertad), mientras que los municipios ubicados en departamentos con menores números de salas de cine como Junín, Ancash, Tumbes o Ucayali, registraron una recaudación acumulada que en cada caso no supera el millón de soles.
- En un análisis de los 10 distritos que más recaudan, se observa que han obtenido en el 2015 el 50% de la totalidad del ingreso del país por este concepto (50.45%) y dentro de este grupo, la mayoría (9 de 10) corresponden a distritos ubicados en Lima Metropolitana, precisamente aquellos establecimientos que contienen las multisalas con mayor capacidad.
- En términos generales, a nivel local, tomando los datos del año 2015, y supuestos muy generales, como una rentabilidad social establecido por el Ministerio de Economía y Finanzas igual al 9%; se obtiene que la rentabilidad social generada por proyectos ejecutados a nivel local con un horizonte de 10 años, genera un retorno de S/. 35.4 millones.
- La estrategia de fomento a la producción nacional está acompañada en la propuesta Ley, por un esquema de coproducción. El hecho de que las películas coproducidas posean más de una nacionalidad, abre paso a la posibilidad de que estén sujetas a incentivos fiscales y tributarios y que puedan tomar las fuertes ventajas en materia de distribución, producción y exhibición de películas en los diferentes países de acuerdo con sus propias legislaciones. En varios países, la legislación favorece enormemente a las producciones nacionales, con lo

que una estrategia de coproducción con empresas extranjeras permite el beneficio de las legislaciones en los países de los diferentes productores. Esta estrategia es una modalidad muy extendida en muchos países, sobre todo en los países con mercados cinematográficos más fuertes como Estados Unidos, Francia, Reino Unido, Alemania, España, entre muchos otros.

- La estrategia de coproducción permite tomar ventajas de las políticas de cuotas de pantalla. En muchos países de Iberoamérica se han establecido como beneficio para la producción de cine nacional un mínimo de tiempo y de cantidad de películas para su proyección en las salas correspondientes a nivel nacional. Los países sudamericanos que no contemplan ninguna regulación sobre la cuota de pantalla son Bolivia, Chile, Ecuador, Paraguay, Perú y Uruguay; mientras que otros países como Argentina, Brasil, Colombia, España, México y Venezuela, sí lo contemplan.

## 6 Bibliografía

Castillo Freyre, M. (2007). EL derecho y el Cine en el Perú. *EL proyecto de Ley de Cine y el Derecho de Autor*. ASEDA.

UNESCO. (01 de 2015). *UNESCO institute for statistics-Feature film statistics survey 2014*. Retrieved 16 de 01 de 2017 from <http://data.uis.unesco.org/index.aspx?queryid=122#>

Salcedo, M. (12 de 09 de 2013). Cine Peruano. Construyendo una industria cinematográfica. Buenos Aires.

Tamayo, A., & Hendrickx, N. (2008). *Financiamiento, distribución y marketing del cine peruano*. Lima: Universidad de Lima.

Hendrickx, N. (2010). Perspectivas y posibilidades de crecimiento del cine peruano en el contexto mundial. Lima.

Bedoya, R. (2015). *El cine peruano en tiempos digitales*. Lima: Universidad de Lima.

Levesic, P., & Briceño, J. (2013). *Hábitos y costumbre del cinéfilo limeño 2013*.

Chávez, L. (2011). El cine peruano: una mirada desde el presente. *Historik. Revista virtual de investigación en historia, arte y humanidades*. , 2 (4), 1-8.

Sayán, Y. (2014). Producción, distribución y exhibición del cine desde una nueva mirada: la web social. *XII Congreso Latinoamericano de Investigadores en Comunicación*, (p. 28). Lima.

Hendrickx, N. (2015). *Diagnóstico del mercado theatrical, televisión, DVD y blu-ray, y plataformas digitales VoD en América Latina*. Bogotá: Ministerio de Cultura de Colombia.

Palomino, V., & Pérez, J. (2011). *Teoría y aplicaciones de la tabla insumo-producto a la planeación estratégica*. Lima: Ceplan.

Hernández, G. (2012). Matrices insumo-producto y análisis de multiplicadores: una aplicación para Colombia. *Revista de economía institucional* , 14 (26), 203-221.

Schuschny, A. (2005). *Tópicos sobre el modelo insumo-producto: teoría y aplicaciones*. Santiago: CEPAL.

Alarco, G., Lora, E., & Orellana, S. (1990). *Técnicas de medición económica*. Lima: Concytec, Fundación Friedrich Ebert.

Martí, F., & Muñoz, C. (2001). Economía del cine y del sector audiovisual en España. *Economía de la Cultura* .

Guía de negocio: producción audiovisual. (2006). *Centro Municipal de Empresas* .

Onaindia, J. M., & Madeado, F. (2013). La industria audiovisual. *Palermo Bussines Review* .

Gonzalez, R., Buquet, G., Miller, T., & Cortés, M. L. (2012). Estudio de Producción y Mercados del Cine Latinoamericano en la Primera Década del Siglo XXI. (O. Getino, Ed.) *Observatorio del Cine y el Audiovisual Latinoamericano* .

## 7 Anexos

### 7.1 Metodología utilizada: cálculo del impacto del sector cinematográfico y audiovisual en la economía

La tabla de insumo-producto está compuesta de tres sub-matrices: la matriz de compras o demanda intermedia (que registra las compras de insumos que un sector hace a otro); la matriz de valor agregado (en la que se registran los componentes del valor agregado bruto -como remuneraciones, excedente de explotación, ingreso mixto, los impuestos indirectos netos de subsidios y el consumo de *capital* fijo- y las cantidades de población empleada para cada sector); y la matriz de demanda final (en la que se muestran el consumo, la formación bruta de capital fijo, la variación de existencias, el gasto gubernamental y las exportaciones para cada sector en la matriz).

**Tabla 25: Tabla de insumo-producto: demanda intermedia, demanda final y valor agregado**

Sectores	Demanda intermedia					Total ventas de insumo	Demanda final					Oferta total		
	Sector 1	Sector 2	Sector 3	...	Sector n		Consumo privado	Gasto gobierno	Formación bruta de capital fijo	Variación de existencias	Exportaciones	Total	Valor bruto de producción	Importaciones
Sector 1	X <sub>11</sub>	X <sub>12</sub>	X <sub>13</sub>	...	X <sub>1n</sub>	$\sum_{j=1}^n x_{1j}$	C <sub>1</sub>	g <sub>1</sub>	i <sub>1</sub>	Z <sub>1</sub>	e <sub>1</sub>	y <sub>1</sub>	X <sub>1</sub>	m <sub>1</sub>
Sector 2	X <sub>21</sub>	X <sub>22</sub>	X <sub>23</sub>	...	X <sub>2n</sub>	$\sum_{j=1}^n x_{2j}$	C <sub>2</sub>	g <sub>2</sub>	i <sub>2</sub>	Z <sub>2</sub>	e <sub>2</sub>	y <sub>2</sub>	X <sub>2</sub>	m <sub>2</sub>
Sector 3	X <sub>31</sub>	X <sub>32</sub>	X <sub>33</sub>	...	X <sub>3n</sub>	$\sum_{j=1}^n x_{3j}$	C <sub>3</sub>	g <sub>3</sub>	i <sub>3</sub>	Z <sub>3</sub>	e <sub>3</sub>	y <sub>3</sub>	X <sub>3</sub>	m <sub>3</sub>
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮
Sector n	X <sub>n1</sub>	X <sub>n2</sub>	X <sub>n3</sub>	...	X <sub>nn</sub>	$\sum_{j=1}^n x_{nj}$	C <sub>n</sub>	g <sub>n</sub>	i <sub>n</sub>	Z <sub>n</sub>	e <sub>n</sub>	y <sub>n</sub>	X <sub>n</sub>	m <sub>n</sub>
Total demanda insumos	$\sum_{i=1}^n x_{i1}$	$\sum_{i=1}^n x_{i2}$	$\sum_{i=1}^n x_{i3}$	...	$\sum_{i=1}^n x_{in}$									
Remuneraciones	R <sub>1</sub>	R <sub>2</sub>	R <sub>3</sub>	...	R <sub>n</sub>									
EBE	E <sub>1</sub>	E <sub>2</sub>	E <sub>3</sub>	...	E <sub>n</sub>									
Ingreso mixto	Ing <sub>1</sub>	Ing <sub>2</sub>	Ing <sub>3</sub>	...	Ing <sub>n</sub>									
Impuestos indirectos - subsidios	T-S <sub>1</sub>	T-S <sub>2</sub>	T-S <sub>3</sub>	...	T-S <sub>n</sub>									
CKF	CKF <sub>1</sub>	CKF <sub>2</sub>	CKF <sub>3</sub>	...	CKF <sub>n</sub>									
Valor agregado bruto	V <sub>1</sub>	V <sub>2</sub>	V <sub>3</sub>	...	V <sub>n</sub>									
Valor bruto de producción	X <sub>1</sub>	X <sub>2</sub>	X <sub>3</sub>	...	X <sub>n</sub>									

Fuente: Elaboración propia con base en Hernández (2012), Palomino y Pérez (2011), Schuschny (2005) y Alarco, Lora y Orellana (1990).

La tabla insumo-producto es una herramienta útil que permitirá construir los multiplicadores de la producción total, el valor agregado bruto y el empleo generados por el sector a evaluar. Dichos multiplicadores se obtienen a partir del modelo cerrado de insumo-producto para una economía abierta expuesto en **Fuente especificada no válida.**

Para caracterizar el modelo se toman los datos de la matriz de compras intermedias (H) y los del valor bruto de producción para cada sector. De esta manera, se obtendrá la matriz de coeficientes técnicos (A):

$$H = \begin{bmatrix} x_{11} & \cdots & x_{1n} \\ \vdots & \ddots & \vdots \\ x_{n1} & \cdots & x_{nn} \end{bmatrix}$$

$$A = \begin{bmatrix} a_{11} & \cdots & a_{1n} \\ \vdots & \ddots & \vdots \\ a_{n1} & \cdots & a_{nn} \end{bmatrix}$$

$$a_{ij} = \frac{x_{ij}}{x_j}$$

$a_{ij}$ : coeficiente técnico del sector "j" respecto al sector "i"  
 $x_{ij}$ : compra de insumos que el sector "j" realiza al sector "i"  
 $x_j$ : valor bruto de producción del sector "j"

Dichos coeficientes técnicos representan la proporción que guarda la cantidad demandada de un insumo respecto a la producción total obtenida. En este caso, el supuesto implícito de este modelo es el de una función de producción lineal, en la que el valor de la producción es el resultado de ponderar cada unidad de insumo por cada coeficiente técnico obtenido. Asimismo, como aparece en **Fuente especificada no válida**, se toma el supuesto de homogeneidad sectorial, por el cual cada insumo es proporcionado por un sector determinado, es decir, el insumo "i" sólo se contabiliza en la cantidad de producción del sector "i". De igual forma, como este es un modelo de análisis de corto y mediano plazo, se asume que los precios no varían ni determinan la relación entre la cantidad de insumos y el valor de producción de cada sector.

Según (Schuschny, 2005), a partir de los coeficientes técnicos, se pueden calcular los índices encadenamientos directos hacia atrás (DBL) y hacia adelante (DFL). Con el primero, se mide la capacidad de un sector de arrastrar directamente a otros ligados a él; con el segundo, se mide la capacidad de un sector de estimular a otros a partir de la oferta de insumos:

$$DBL_j = \frac{\sum_{i=1}^n x_{ij}}{x_j} = \sum_{i=1}^n a_{ij}$$

$$DFL_i = \frac{\sum_{j=1}^n x_{ij}}{x_i} = \sum_{j=1}^n \delta_{ij}$$

El  $DBL_j$  agrupa los coeficientes técnicos obtenidos de la matriz A; el  $DFL_j$ , se obtiene dividiendo la suma de ventas de insumos de cada sector o tipo de producto sobre el total del valor bruto de producción del sector.

Si consideramos el equilibrio entre demanda total y oferta total, la suma de las compras intermedias ( $x_{kj}$ ) y la demanda final ( $y_k$ ) se iguala a la suma entre valor bruto de producción total ( $x_k$ ) y el total de importaciones ( $m_k$ ) para cada fila “k”:

$$\sum_{j=1}^n x_{kj} + y_k = x_k + m_k$$

$$\sum_{j=1}^n a_{kj} * x_k + y_k = x_k + m_k$$

Si expresamos esta relación de manera matricial,

$$A_{n \times n} \underline{x}_{n \times 1} + \underline{y}_{n \times 1} = \underline{x}_{n \times 1} + \underline{M}_{n \times 1} \dots (1)$$

Al mismo tiempo, podemos considerar las proporciones entre las importaciones y el valor bruto de producción para cada sector,  $k_i = \frac{m_i}{x_i}$ . Por lo tanto, podemos obtener una matriz diagonal  $K_{n \times n}$  cuyos elementos serán dichas proporciones:

$$\hat{K} = \begin{bmatrix} k_1 & \dots & 0 \\ \vdots & \ddots & \vdots \\ 0 & \dots & k_n \end{bmatrix}$$

$$M = \hat{K} \underline{x} = \begin{bmatrix} k_1 & \dots & 0 \\ \vdots & \ddots & \vdots \\ 0 & \dots & k_n \end{bmatrix} * \begin{bmatrix} x_1 \\ \vdots \\ x_n \end{bmatrix} \dots (2)$$

Finalmente, si consideramos que el consumo agregado de cada producto de la economía puede expresarse como una función del ingreso personal (Rem. + EBE+Ing.), podemos hallar una propensión media a consumir ( $\beta = \frac{C_{total}}{Rem+EBE+Ing}$ ). A su vez, si se reordenan los consumos sectoriales en un vector de consumo, tal que:

$$\underline{c} = \underline{t}_c * C_{total} = \begin{bmatrix} c_1 \\ C_{total} \\ \vdots \\ c_n \\ C_{total} \end{bmatrix} * C_{total}$$

Tras una serie de transformaciones, se puede reescribir el vector de consumo de la siguiente manera<sup>36</sup>:

$$\underline{c} = \underline{t}_c * \beta * (\underline{1}' - \underline{1}'A - \underline{t}' - \underline{d}') \underline{x} \dots (3)$$

<sup>36</sup> El procedimiento para obtener dicho vector puede revisarse en Palomino y Pérez (2011), específicamente en las páginas 41 a 43.

La ecuación  $(\underline{1}' - \underline{1}'A - \underline{t}' - \underline{d}')$  puede reescribirse como  $(\underline{w}' + \underline{b}')$ . Donde  $\underline{w}'$ ,  $\underline{b}'$ ,  $\underline{t}'$  y  $\underline{d}'$  son los vectores fila de la participación de las remuneraciones, el excedente de explotación, los impuestos netos de subsidios y del consumo de capital fijo sobre el valor bruto de producción de cada sector económico evaluado, respectivamente.

$$\underline{w}' = \left[ \frac{Rem_1}{x_1} \quad \dots \quad \frac{Rem_n}{x_n} \right]$$

$$\underline{b}' = \left[ \frac{(EBE + Ing)_1}{x_1} \quad \dots \quad \frac{(EBE + Ing)_n}{x_n} \right]$$

$$\underline{t}' = \left[ \frac{(T - S)_1}{x_1} \quad \dots \quad \frac{(T - S)_n}{x_n} \right]$$

$$\underline{d}' = \left[ \frac{CKF_1}{x_1} \quad \dots \quad \frac{CKF_n}{x_n} \right]$$

Las ecuaciones (1), (2) y (3) conforman el modelo cerrado de insumo-producto para una economía abierta. Al resolver el modelo, se hallará la matriz invertida de Leontief (R). Para eso, reemplazamos (2) y (3) en la primera ecuación:

$$A\underline{x} + \underline{c} + \underline{g} + \underline{i} + \underline{z} + \underline{e} = \underline{x} + \widehat{K}\underline{x}$$

$$A\underline{x} + \underline{t}_c * \beta * (\underline{1}' - \underline{1}'A - \underline{t}' - \underline{d}')\underline{x} + \underline{g} + \underline{i} + \underline{z} + \underline{e} = \underline{x} + \widehat{K}\underline{x}$$

$$\underline{g} + \underline{i} + \underline{z} + \underline{e} = I\underline{x} + \widehat{K}\underline{x} - A\underline{x} - \underline{t}_c * \beta * (\underline{w}' + \underline{b}')\underline{x}$$

$$\underline{x} = [I + \widehat{K} - A - \underline{t}_c * \beta * (\underline{w}' + \underline{b}')]^{-1}(\underline{g} + \underline{i} + \underline{z} + \underline{e})$$

$$\underline{x} = R(\underline{g} + \underline{i} + \underline{z} + \underline{e})$$

La matriz R es la matriz de efectos directos, indirectos e inducidos. Esta matriz puede descomponerse en dos partes:

$$R = \begin{bmatrix} r_{11} & \dots & r_{1n} \\ \vdots & \ddots & \vdots \\ r_{n1} & \dots & r_{nn} \end{bmatrix} = [I + \widehat{K} - A - \underline{t}_c * \beta * (\underline{w}' + \underline{b}')]^{-1} = [Q + S]^{-1}$$

$$Q = I + \widehat{K} - A \rightarrow \text{matriz de efectos directos e indirectos}$$

$$S = -\underline{t}_c * \beta * (\underline{w}' + \underline{b}') \rightarrow \text{matriz de efectos inducidos}$$

De esta forma, se hallará el multiplicador keynesiano sectorial considerando los aumentos sobre algún componente de la demanda final de un sector objetivo “j”. En ese caso, si solo se aplica un cambio en una unidad en la demanda final del sector, los efectos directos, indirectos e inducidos generados por el sector sobre el total de los “n” sectores se hallarán en el vector  $R_j$  (j-ésima columna de la matriz  $R$  o inversa de Leontief):

$$\underline{R}_j = \begin{bmatrix} r_{1j} \\ \vdots \\ r_{nj} \end{bmatrix}$$

Por lo tanto, el multiplicador keynesiano de la producción del sector “j” será:

$$\Delta VBP_j = \sum_{i=1}^n r_{ij}$$

El multiplicador keynesiano del ingreso del sector “j” será, en donde  $v_i$  es el valor agregado bruto del sector “i”:

$$\Delta PBI_j = \underline{v}' * \underline{R}_j = \sum_{i=1}^n \frac{v_i}{x_i} r_{ij}$$

$$\underline{v}' = \begin{bmatrix} v_1 & \dots & v_n \\ x_1 & \dots & x_n \end{bmatrix}$$

Finalmente, el multiplicador del empleo se obtendrá de la siguiente forma, tomando en cuenta que  $l_i$  es el nivel de empleo asalariado del sector “i” y  $\frac{l_i}{x_i}$  es el coeficiente empleo-producción del sector “i”:

$$\Delta em = \underline{ce}' * \underline{R}_j = \sum_{i=1}^n \frac{l_i}{x_i} r_{ij}$$

$$\underline{ce}' = \begin{bmatrix} l_1 & \dots & l_n \\ x_1 & \dots & x_n \end{bmatrix}$$

Si quisiésemos separar los efectos directos e indirectos de los efectos inducidos (generados en relación a la estructura del valor agregado bruto), tendríamos que restarle a la matriz de Leontief de efectos directos, directos e inducidos, la matriz de efectos directos e indirectos:

$$R_{inducidos} = R_{directos,indirectos e inducidos} - R_{directos e indirectos} = [Q + S]^{-1} - [Q]^{-1}$$

Con esta nueva matriz, se puede distinguir la parte de los multiplicadores que corresponden a los efectos directos e indirectos de la que corresponde a los efectos inducidos.

## 7.2 Listado de salas de cine

Nro.	Sala	Departamento	PROVINCIA	DISTRITO
1	Cine Star Chimbote	Ancash	Santa	Chimbote
2	Microcine José María Arguedas	Apurímac	Andahuaylas	Andahuaylas
3	Sala de Cine Municipal de Andahuaylas - Cine Teatro Antón Spinoy - Microcine Cinestres	Apurímac	Andahuaylas	Andahuaylas
4	Microcine Huancaray	Apurímac	Andahuaylas	Huancaray
5	Microcine Pacucha	Apurímac	Andahuaylas	Pacucha
6	Sala de Cine - Auditorio Municipal de Arequipa	Arequipa	Arequipa	Arequipa
7	Sala Cine Club David Griffith Centro Cultural Peruano Norteamericano - Arequipa	Arequipa	Arequipa	Arequipa
8	CinePlanet Arequipa	Arequipa	Arequipa	Arequipa
9	Cinemark Arequipa Parque Lambramani	Arequipa	Arequipa	Arequipa
10	CinePlanet Arequipa Real Plaza	Arequipa	Arequipa	Cayma
11	Cinemark Arequipa Mall Aventura Plaza	Arequipa	Arequipa	Paucarpata
12	Sala de Cine del Centro Cultural de la Universidad Nacional San Cristóbal de Huamanga (CC-UNSCH) Microcine (OPM) Cinencuentro en Ayacucho	Ayacucho	Huamanga	Ayacucho
13	Microcine Cinemania – Promotor Escuela Superior de Bellas Artes Publica Felipe Guamán Poma de Ayala	Ayacucho	Huamanga	Ayacucho
14	Microcine Chaski San Juan	Ayacucho	Huamanga	San Juan Bautista
15	Cinerama El Quinde Cajamarca	Cajamarca	Cajamarca	Cajamarca
16	Cinemark Mall Aventura Plaza Bellavista	Callao	Callao	Bellavista
17	Cinerama Minka	Callao	Callao	Callao
18	Cine Star Porteño	Callao	Callao	Callao
19	Microcine Cinemark'a	Cusco	Cusco	Cusco
20	Microcine Kushka Tikarisunchis	Cusco	Cusco	Cusco
21	Microcine Legaña de Perro	Cusco	Cusco	Cusco
22	Microcine San Jerónimo Riqchari Kiqchari	Cusco	Cusco	San Jerónimo
23	Sala de Cine - Auditorio Municipal de San Sebastián	Cusco	Cusco	San Sebastián
24	Sala de Cine - Auditorio Municipal de La Convención - Santa Ana	Cusco	La Convención	Santa Ana
25	UVK Ica	Ica	Ica	Ica
26	Cinerama Ica Plaza del Sol	Ica	Ica	Ica

27	Cinerama El Quinde - Ica	Ica	Ica	Ica
28	CinePlanet Huancayo	Junin	Huancayo	Huancayo
29	Sala de Cine Municipal de Ascope	La Libertad	Ascope	Ascope
30	Sala de Cine Municipal de Casa Grande	La Libertad	Ascope	Casa Grande
31	Sala de Cine Municipal de Huamachuco	La Libertad	Sánchez Carrión	Huamachuco
32	Microcine Cachicadán	La Libertad	Santiago De Chuco	Cachicadán
33	Microcine Apóstol Santiago	La Libertad	Santiago De Chuco	Santiago De Chuco
34	Microcine Cincaretas	La Libertad	Trujillo	La Esperanza
35	Cinemark Mall Aventura Plaza Trujillo	La Libertad	Trujillo	Trujillo
36	Planet Trujillo Centro	La Libertad	Trujillo	Trujillo
37	Planet Trujillo Real Plaza	La Libertad	Trujillo	Trujillo
38	Sala Cine Club - Auditorio Dirección Regional de Cultura - Lambayeque	Lambayeque	Chiclayo	Chiclayo
39	Sala Cineclub Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo	Lambayeque	Chiclayo	Chiclayo
40	CinePlanet Chiclayo	Lambayeque	Chiclayo	Chiclayo
41	Cine Club Naylamp - Brüning	Lambayeque	Lambayeque	Lambayeque
42	Ciescine - Cineclub de la Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo	Lambayeque	Lambayeque	Lambayeque
43	UVK Asia	Lima	Cañete	Asia
44	UVK Huacho	Lima	Huaura	Huacho
45	CinePlanet Santa Clara	Lima	Lima	Ate
46	El Cinematógrafo de Barranco	Lima	Lima	Barranco
47	Cine Star Metro Breña	Lima	Lima	Breña
48	Sala de cine - Sede descentralizada Auditorio Universidad de Ciencias y Humanidades	Lima	Lima	Breña
49	Microcine Luz de Lomas	Lima	Lima	Carabayllo
50	Microcine Sol Naciente	Lima	Lima	Carabayllo
51	Microcine Skapate	Lima	Lima	Chorrillos
52	Cinemark Plaza Lima Sur	Lima	Lima	Chorrillos
53	Movie Time Chorrillos	Lima	Lima	Chorrillos
54	Microcine Cineviator	Lima	Lima	Comas
55	CinePlanet Pro	Lima	Lima	Comas
56	CinePlanet Comas	Lima	Lima	Comas
57	Cine Star Metro Comas	Lima	Lima	Comas
58	UVK El Agustino	Lima	Lima	El Agustino
59	Cinemark Mega Plaza	Lima	Lima	Independencia

60	Cinépolis Plaza Norte	Lima	Lima	Independencia
61	Sala de proyecciones de la Alianza Francesa Cine Club - Jesús María	Lima	Lima	Jesús María
62	Multicines Plaza Jesús María	Lima	Lima	Jesús María
63	Cine Star Las Américas	Lima	Lima	Jesús María
64	CinePlanet La Molina	Lima	Lima	La Molina
65	Sala de proyecciones de la Alianza Francesa Cine Club - La Molina	Lima	Lima	La Molina
66	Cine Star La Victoria	Lima	Lima	La Victoria
67	CinePlanet Centro	Lima	Lima	Lima
68	Sala del Museo del Banco Central de Reserva	Lima	Lima	Lima
69	Cine Club del Centro Cultural Inca Garcilaso de la Cancillería, Ministerio de Relaciones Exteriores	Lima	Lima	Lima
70	Sala de proyecciones del Centro Cultural de España	Lima	Lima	Lima
71	Cine Star Excélsior	Lima	Lima	Lima
72	Sala de Cine - Auditorio AFP Integra	Lima	Lima	Lima
73	UVK San Martín - Centro	Lima	Lima	Lima
74	Sala de Cine Auditorio - Centro Cultural de San Marcos	Lima	Lima	Lima
75	CinePlanet Centro Cívico	Lima	Lima	Lima
76	CinePlanet Ríseo	Lima	Lima	Lince
77	Sala Municipalidad de Los Olivos Cineclub CIELO - Centro de Innovación y Emprendimiento de Los Olivos	Lima	Lima	Los Olivos
78	CinePlanet Norte	Lima	Lima	Los Olivos
79	Sala de cine - Auditorio Universidad de Ciencias y Humanidades	Lima	Lima	Los Olivos
80	Sala de proyecciones de la Alianza Francesa Cine Club - Los Olivos	Lima	Lima	Los Olivos
81	Cinerama El Pacífico	Lima	Lima	Miraflores
82	CinePlanet Alcázar	Lima	Lima	Miraflores
83	Sala del Centro Cultural Ricardo Palma Municipalidad de Miraflores	Lima	Lima	Miraflores
84	UVK Larcomar	Lima	Lima	Miraflores
85	Cine Club Sala Lumières - Miraflores	Lima	Lima	Miraflores
86	Sala Luis Miró Quesada Garland de la Municipalidad de Miraflores	Lima	Lima	Miraflores
87	Microcine Ojo del Sabio	Lima	Lima	Puente Piedra
88	Cine Star Metro Uni	Lima	Lima	Rímac
89	CinePlanet San Borja	Lima	Lima	San Borja
90	Cine Star Aviación	Lima	Lima	San Borja

91	Sala Cine Club - CAFAE SE - Centro Cultural José María Arguedas	Lima	Lima	San Isidro
92	El Cine PUCP	Lima	Lima	San Isidro
93	Sala de Cine Municipal de San Isidro - Centro Cultural El Olivar	Lima	Lima	San Isidro
94	UVK Platino Basadre	Lima	Lima	San Isidro
95	Cine Star Metro SJL	Lima	Lima	San Juan De Lurigancho
96	Cine Star Sur	Lima	Lima	San Juan De Miraflores
97	Microcine Latincine	Lima	Lima	San Juan De Miraflores
98	Cinemark San Miguel	Lima	Lima	San Miguel
99	CinePlanet San Miguel	Lima	Lima	San Miguel
100	Sala de Cine Armando Robles Godoy	Lima	Lima	San Borja
101	CinePlanet Primavera	Lima	Lima	San Borja
102	Cinépolis Santa Anita	Lima	Lima	Santa Anita
103	Cinemark Jockey Plaza	Lima	Lima	Santiago De Surco
104	Sala Cine Ventana Indiscreta Cine Arte U. Lima	Lima	Lima	Santiago De Surco
105	UVK Caminos del Inca	Lima	Lima	Santiago De Surco
106	Cine Star Benavides	Lima	Lima	Santiago De Surco
107	Cinemark Open Plaza Angamos	Lima	Lima	Surquillo
108	Movie Time Villa El Salvador	Lima	Lima	Villa El Salvador
109	Sala del Centro Cultural Vichama	Lima	Lima	Villa El Salvador
110	Microcine Wasi Yuyanapaq	Lima	Lima	Villa María Del Triunfo
111	Microcine Luciérnaga	Lima	Lima	Villa María Del Triunfo
112	Cine Star Iquitos	Loreto	Maynas	Iquitos
113	Microcine El Enigma del Ñañañique	Piura	Morropón	Chulucanas
114	Cinemark Piura	Piura	Piura	Castilla
115	Microcine Cinetiquetas	Piura	Piura	Piura
116	Sala Cine Forum - Auditorio IME Udep	Piura	Piura	Piura
117	CinePlanet Piura	Piura	Piura	Piura
118	UVK Piura	Piura	Piura	Piura
119	Microcine Tambogrande	Piura	Piura	Tambogrande
120	Microcine Perlacine	Piura	Sullana	Sullana
121	Cine Star Sullana	Piura	Sullana	Sullana

122	Microcine Jatun Q'awary	Puno	Lampa	Pucará
123	Microcine Tarpuy	Puno	Melgar	Ayaviri
124	Microcine Chacchando Sueños	Puno	Puno	Puno
125	CinePlanet Puno	Puno	Puno	Puno
126	Cine Teatro Puno	Puno	Puno	Puno
127	CinePlanet Juliaca	Puno	San Román	Juliaca
128	Microcine Tuni Requena Musuc Illary	Puno	Lampa	Pucará
129	Cinerama Tarapoto	San Martin	San Martin	Tarapoto
130	CinePlanet Tacna	Tacna	Tacna	Tacna
131	Cine Star Pucallpa	Ucayali	Coronel Portillo	Callería

Fuente: Ministerio de Cultura (INFOARTES)