



UNIVERSIDAD NACIONAL
AUTÓNOMA DE
MÉXICO

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE
MÉXICO

FACULTAD DE ECONOMÍA

**“Análisis y perspectivas de la Industria
Cinematográfica y su aportación a la economía de
México. 2010 - 2014”**

TESIS

Que para obtener el título de :
Licenciado en Economía

Presenta:

Octavio Herrera Espinoza

DIRECTOR DE TESIS:
LIC. MIGUEL ÁNGEL JIMÉNEZ VÁZQUEZ



MÉXICO D.F.

2016



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

Contenido

Introducción	4
1. Un acercamiento a la industria cinematográfica	8
1.1 Antecedentes	9
1.2 La estructura de la industria cinematográfica en México según las leyes y las cuentas nacionales mexicanas.....	11
1.3 La industria cinematográfica como parte de los medios de comunicación de masas, sector audiovisual e industrias creativas	14
1.3.1 Medios de comunicación de masas	14
1.3.2 El sector audiovisual.....	15
1.3.3 Industrias creativas y economía creativa	16
1.3.4 Las industrias culturales.	20
1.4 La cadena de valor agregada y las características de los productos de la industria cinematográfica.....	21
1.4.1 Características generales de la industria cinematográfica.....	24
1.4.2 Características del producto principal: la película	25
1.5 Beneficios e impactos del sector.....	26
1.6 Transformaciones que impactan la industria.....	28
2. El panorama internacional de la Industria cinematográfica	32
2.1 Industrias creativas en cifras a nivel mundial	33
2.1.1 Exportaciones a nivel mundial: Industrias creativas e industria cinematográfica.	33
2.1.2 Cifras de la industria cinematográfica por actividad.....	36
2.2 La industria cinematográfica en el mundo: un estudio de casos.....	41
2.2.1 India.....	42
2.2.2 Nigeria- El caso de Nollywood.....	44
2.2.3 Estados Unidos- El caso Hollywood.....	45
2.2.4 Reino Unido.....	51
3 La industria cinematográfica en México	54
3.1 Antecedentes de la industria cinematográfica en México.....	54
3.2 Composición económica: principales agentes dentro de la cadena de valor	59
3.2.1 Agentes privados en las actividades económicas centrales de la industria.....	60
3.2.2 Agentes sociales relacionados a la industria.....	64
3.2.3 Instancias públicas relacionadas a la industria	66

3.2.4	Apoyos gubernamentales a la industria cinematográfica.....	68
3.3	El funcionamiento de la industria cinematográfica mexicana	71
3.3.1	Producción.....	71
3.3.2	Distribución y exhibición	73
3.4	Desempeño actual del sector cinematográfico.....	75
3.5	Impacto socioeconómico de la industria cinematográfica en México.....	82
3.6	Ventajas y desventajas de la industria cinematográfica	88
	Conclusiones	93
	Recomendaciones	96
	Referencias.....	97
	ANEXOS	100

<u>Tabla 1</u>	<u>Valor de las exportaciones de bienes creativos</u>	344
<u>Tabla 2</u>	<u>Valor de las exportaciones de bienes creativos por tipo de economía</u>	344
<u>Tabla 3</u>	<u>Exportaciones del sector audiovisual</u>	355
<u>Tabla 4</u>	<u>Exportaciones de bienes relacionados a industrias creativas</u>	366
<u>Tabla 5</u>	<u>Principales países productores</u>	388
<u>Tabla 6</u>	<u>Compañías distribuidoras de películas en los principales países</u>	399
<u>Tabla 7</u>	<u>Estadísticas sobre la exhibición de películas</u>	41
<u>Tabla 8</u>	<u>Impacto de la industria fílmica, India</u>	433
<u>Tabla 9</u>	<u>Cuota de mercado, ingresos y películas 2014</u>	50
<u>Tabla 10</u>	<u>Principales distribuidoras de películas mexicanas 2013</u>	62
<u>Tabla 11</u>	<u>Apoyos FIDECINE 2014</u>	69
<u>Tabla 12</u>	<u>Aportaciones FOPROCINE 2010-2014</u>	69
<u>Tabla 13</u>	<u>Asistencia en México 2015</u>	75
<u>Tabla 14</u>	<u>Resumen del comportamiento de la industria</u>	77
<u>Tabla 15</u>	<u>Estrenos de películas por géneros 2015</u>	80
<u>Tabla 16</u>	<u>Ingresos de películas mexicanas por distribuidora 2015</u>	80
<u>Tabla 17</u>	<u>Estadísticas económicas sobre el sector de Información en medios masivos</u>	84
<u>Tabla 18</u>	<u>Estadísticas económicas sobre la industria fílmica y del video</u>	85
<u>Tabla 18</u>	<u>Fortalezas y debilidades</u>	899

Dedicatoria

A mis padres, por ser el pilar fundamental en todo lo que soy, en toda mi educación, tanto académica, como de la vida, por su incondicional apoyo perfectamente mantenido a través del tiempo.

Introducción

La industria del cine mexicano se remonta a los inicios del siglo pasado y tuvo sus años dorados en las primeras y mediadas décadas de dicho siglo. En el lapso de 1936-1959, la industria se posicionó como uno de los sectores de mayor impacto económico para el país; produjo un número considerable de películas que eran comercializadas en América Latina y Europa; nace el Star System Mexicano; y funge como una fuerte herramienta para crear y unificar la identidad de los mexicanos durante la reconstrucción y creación de un Estado Nacional. Por lo tanto, es de imaginarse el poder que gozó esta industria durante esos años.

Planteamiento y justificación de la investigación:

El trabajo de investigación abordará el tema de la Industria Cinematográfica y cómo ésta puede generar impactos positivos para la economía de México si recibe los suficientes apoyos e incentivos tanto del sector público como del privado.

Es de esperarse que, como cualquier otra industria en el sector económico, ésta genere empleos, ingresos a la producción del país o propicie efectos multiplicadores en otros sectores de la economía local o nacional. Sin embargo, los beneficios sociales, económicos y culturales de la Industria Cinematográfica pueden ir más allá de lo anterior dado el vertiginoso desenvolvimiento actual de las *industrias creativas*.

Según ProMéxico (2013); estas industrias producto del vínculo entre la cultura, economía y la tecnología, representan 7% del Producto Interno Bruto (PIB) mundial y se están convirtiendo en una gran ventaja competitiva para los países debido al impacto, cada vez mayor, que tienen sobre la vida diaria de las personas a través de programas de televisión, videojuegos, redes sociales, películas, entre otros.

Hacer un filme, no significa simplemente en exhibirlo en salas de cines. Detrás de él existen una serie de actividades económicas, creativas y culturales que

inciden sobre los principales indicadores económicos, en que colaboran distintos profesionales y en donde se ven beneficiados transversalmente otros sectores de la economía.

Es por ello que la industria cinematográfica, vista como producto cultural, necesita en primera instancia del apoyo gubernamental para poder subsistir del monopolio estadounidense.

Los impactos de esta Industria suelen ser difíciles de identificar debido a las características de sus productos, es por eso que el objetivo de este trabajo será identificarlos y mostrar las áreas de mayor dinamismo, así como las áreas que tienen los resultados más desfavorables.

El objetivo general de este trabajo de investigación es mostrar el impacto económico que tiene actualmente la industria cinematográfica en México, con el fin de recalcar su posible potencial para el desarrollo socioeconómico nacional. Se fijan también como objetivos particulares:

- Describir la composición o estructura económica de la industria cinematográfica de manera general;
- estudiar los casos de Estados Unidos, Nigeria, India y Reino Unido e identificar aquellos elementos que han incentivado su industria;
- analizar la estructura de la industria cinematográfica de México;
- detectar los principales agentes e instituciones que promueven a esta industria en nuestro país y;
- señalar las causas que merman la industria.

La metodología empleada es principalmente de tipo cualitativa y se basa en una revisión de literatura y documentos disponibles sobre el tema, de igual manera, se hace uso de la base estadística proporcionada por el Instituto Mexicano de Cinematografía y los datos del Censo Económico 2014 de INEGI. Este documento se divide en tres capítulos, los cuales son: 1. Un acercamiento a la industria

cinematográfica, 2. El panorama internacional de la Industria cinematográfica y 3. La industria cinematográfica en México.

El primer capítulo tiene como objetivo introducir brevemente a la industria cinematográfica y los principales conceptos que giran alrededor de ella. En los apartados que lo conforman se abordan los orígenes del sector, su definición y estructura, composición de la cadena de valor, principales beneficios, las grandes transformaciones que vive y otros conceptos que giran alrededor de ella como industrias creativas, medios de comunicación masiva, industria cultural y sector audiovisual.

El segundo capítulo tiene dos objetivos generales: 1. mostrar un panorama general de la industria a nivel internacional empleando información proveniente de UNCTAD y del Instituto de Estadísticas de la UNESCO y; 2. exponer de manera general las principales características de la industria cinematográfica de los 4 mayores países productores de películas a nivel mundial: India, Nigeria, Estados Unidos y Reino Unido. Esto último con la idea de identificar aquellos factores claves para el desarrollo y éxito del sector y que a la vez sirvan de guía para las industrias de otros países.

Posteriormente, en el tercer capítulo se hace un análisis general de la situación del sector. Se presenta una breve historia, se identifican los principales agentes dentro de la cadena de valor y se describe cómo se llevan a cabo los procesos dentro de las actividades de producción, distribución y exhibición de películas en el país. Así mismo, se exponen los diferentes apoyos gubernamentales a la industria. Y se concluye con la exposición del panorama actual de la industria y sus principales impactos socioeconómicos en torno a las variables de Unidades Económicas, Personal Ocupado e Ingresos por Sector y Clase según el Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte (SCIAN) de INEGI.

En último lugar, a lo largo de los capítulos y al final de este trabajo se presentan algunas conclusiones. La principal es que los datos estadísticos sobre el impacto económico y social de la industria cinematográfica mexicana por sí sola no son significativos, pero si se consideran en conjunto, como un elemento más de la

economía cultural, la industria adquiere mayor importancia. Además, es necesario aclarar las limitaciones de este trabajo, probablemente se si realiza un estudio a profundidad sobre el impacto directo, indirecto e inducido, las cifras y beneficios pueden aumentar. Así que aún queda trabajo por hacer.

HIPÓTESIS

El poco financiamiento a la industria cinematográfica, la competencia de Estados Unidos, el poco apoyo a la distribución y exhibición de películas nacionales, así como el gusto de los espectadores mexicanos ha hecho que la industria cinematográfica no sea una industria importante como lo fue a mediados del siglo pasado.

1. Un acercamiento a la industria cinematográfica

Durante buena parte de la historia de la humanidad, el ingrediente vital de las economías fue el sudor: la mano de obra. En la era industrial del último siglo y medio, fue el dinero: el capital. En la era de la información del siglo XXI es el talento, la imaginación, la habilidad, el conocimiento: la creatividad.

Newbiggin J. (2010; 19).

Este primer capítulo tiene como objetivo introducir brevemente a la industria cinematográfica y los principales conceptos que giran alrededor de ella. Se inicia con una breve historia de sus orígenes, continúa con la presentación de su estructura y definición basándose en las leyes mexicanas y las metodologías empleadas por INEGI para medir económicamente su impacto. Aunque se considere, para fines de esta investigación, la definición empleada por la Ley Cinematográfica Mexicana cabe señalar que la definición en esencia no difiere a otras definiciones internacionales.

En un tercer tema, se incluyen los conceptos de medios de comunicación de masas, sector audiovisual y el de industrias y economías creativas. Hablar del cine indudablemente es señalarlo como un medio de comunicación de masas, como una actividad del sector audiovisual y como un componente dentro de las industrias creativas. Y estas últimas, son de mucho interés dado el papel que están jugando internacionalmente; hoy en día se apuesta a que la creatividad y las ideas pueden generar valor económico y también un fuerte valor cultural. Así, si se habla de obstáculos y se proponen acciones a favor de las industrias creativas se está hablando también directa e indirectamente de la industria cinematográfica, y cualquier tarea que se realice a favor se puede tomar en cuenta para incentivar el cine.

Posteriormente, se presenta la cadena de valor agregado de la industria, la cual está constituida por tres actividades principales: producción, distribución y exhibición. De la misma forma se muestran las actividades y agentes económicos involucrados. Se continúa señalando las características del cine, como tal, y el de su producto final: la película. Es importante mostrar, una que sea de manera breve, las particularidades de cada uno de ellos, esto nos da una idea de cuáles son los principales retos y problemas que enfrenta.

Por último, se incluyen algunos de los beneficios y las principales transformaciones por las que está atravesando la industria.

1.1 Antecedentes

Antes de analizar definiciones y ver relaciones de otros conceptos con la industria cinematográfica, dedicaremos este apartado para mostrar brevemente cuál ha sido la historia de este sector a nivel general: cómo surge, cómo se desarrolla y cuáles han sido sus detonantes a nivel mundial. Para ello, se toma en cuenta la información que brinda el Ministerio de Educación y Ciencia del Gobierno Español a través de su portal “Medios”. En donde se hace una revisión muy completa sobre los sectores de Televisión, Radio, Cine, Presa y Publicidad¹.

Pues bien, la industria cinematográfica tiene sus orígenes a finales del siglo XIX con la invención del Cinematógrafo, éste último fue producto de los avances en los campos de la física y la química que permitieron desarrollar las cámaras fotográficas y la fijación de imágenes que finalmente terminaron siendo dotadas de esa sensación de movimiento que es tan característica del cine. Para ello fue necesario el trabajo de varios inventores, que pasaron desde la proyección de imágenes con artilugios llamados Phantascope, Praxinoscope y Zoopraxiscope, hasta el uso de sistemas mecánicos como el revólver o fusil fotográfico y finalmente

¹ Ver: <http://recursostic.educacion.es/comunicacion/media/web/index.html>, última modificación en 2007.

se incluye la comercialización de rollos de películas que permitió mostrar al mundo las primeras imágenes en movimiento.

A partir del uso del cinematógrafo y de la primera presentación pública por parte de los hermanos Lumière (1895) se empieza a propagar el nuevo invento y con él, la demanda de más proyecciones: iniciando la producción a gran escala de películas. Y con el transcurso de las primeras décadas del siglo XX se fundan los primeros cines-club (Francia), se publican nuevos libros, surgen nuevas corrientes narrativas y se sientan las bases de una serie de líneas de producción que darán origen a los “géneros”. En la primera década del XX surgen los grandes estudios cinematográficos estadounidenses (Universal Pictures, Fox Film Corporation, Warner Bros, Columbia, Paramount, etc.) que vivieron, junto con otros estudios alrededor del mundo, su *edad de oro* durante los años 30’s.

Y precisamente alrededor de los 30’s, se sonorizan las películas y esto reestructuró la industria. La segunda guerra mundial influyó en los temas y la forma en cómo hacer películas, surge el cine de propaganda política y documentales. A partir de la segunda mitad del siglo XX, aparecen supermegaproducciones estadounidenses que trataron de acaparar una sociedad que vivía más pegada a la televisión y el entretenimiento social. En el último tercio de ese siglo se da un giro en la forma de cómo hacer cine, aparecen nuevas tecnologías (animación digital), formas de comercializar (el box office) y el papel la mercadotecnia se hace más notorio; dándole una nueva oportunidad a la industria para renovarse.

En resumen, la industria cinematográfica ha estado marcada por desarrollos e innovaciones tecnológicas en distintas áreas, y muy fuertemente por el papel de la tecnología, por el contexto histórico y político que atraviesa y aunque se omitió en esta breve introducción, sobre todo por la creatividad y el ingenio de las personas.

1.2 La estructura de la industria cinematográfica en México según las leyes y las cuentas nacionales mexicanas

La Ley Federal de Cinematografía² es una herramienta útil para definir o caracterizar la Industria Cinematográfica en general, y claro, para analizar específicamente el caso de México. En ella se establece las disposiciones necesarias para incentivar, fomentar y preservar películas en el marco del desarrollo de esta industria a nivel nacional. Se tocan puntos como lo es la producción, distribución y exhibición de películas; su clasificación e importación; así como el papel de las autoridades competentes, la Cineteca Nacional, y los fondos y estímulos fiscales, entre otros.

En el Artículo 3° define a la Industria Cinematográfica como *“al conjunto de personas físicas o morales cuya actividad habitual o transitoria sea la creación, realización, producción, distribución, exhibición, comercialización, fomento, rescate y preservación de las películas cinematográficas”*. Se reconoce, además, sin menguar su valor comercial, que es un vehículo de expresión artística y educativa y constituye una actividad cultural primordial (Art. 4); y que además expresa la cultura mexicana y que contribuye al fortalecimiento de los vínculos de identidad nacional entre los diferentes grupos que conforman el país (Art. 14).

Para fines de este trabajo identificamos en la Ley las 3 principales actividades económicas de esta industria:

- **Producción:** como tal no hay una definición explícita, pero se puede definir lo siguiente: actividad dedicada a la creación, realización y producción de una película. Una película es definida como: *obra cinematográfica que contenga una serie de imágenes asociadas, plasmadas en un material sensible idóneo, con o sin sonorización incorporada, con sensación de movimiento, producto de un guion y de un esfuerzo coordinado de dirección, cuyos fines primarios*

² Publicada en el Diario Oficial de la Federación el 29 de diciembre de 1999 y la última reforma publicada fue realizada el 28 de abril de 2010.

son de proyección en salas cinematográficas o lugares que hagan sus veces y/o su reproducción para venta o renta.

- **Distribución:** *“actividad de intermediación cuyo fin es poner a disposición de los exhibidores o comercializadores, las películas cinematográficas producidas en México o en el extranjero, para su proyección, reproducción, exhibición o comercialización, en cualquier forma o medio conocido o por conocer” (Art. 16).*
- **Exhibición y comercialización:** *“se entiende por explotación mercantil de películas, la acción que reditúa un beneficio económico derivado de: I.- La exhibición en salas cinematográficas, videosalas, transportes públicos, o cualquier otro lugar abierto o cerrado en que pueda efectuarse la misma, sin importar el soporte, formato o sistema conocido o por conocer, y que la haga accesible al público. II.- La transmisión o emisión en sistema abierto, cerrado, directo, por hilo o sin hilo, electrónico o digital, efectuada a través de cualquier sistema o medio de comunicación conocido o por conocer, cuya regulación se regirá por las leyes y reglamentos de la materia. III.- La comercialización mediante reproducción de ejemplares incorporados en videograma, disco compacto o láser, así como cualquier otro sistema de duplicación para su venta o alquiler. IV.- La que se efectúe a través de medios o mecanismos que permitan capturar la película mediante un dispositivo de vinculación para navegación por el ciberespacio, o cualquier red similar para hacerla accesible en una pantalla de computación, dentro del sistema de interacción, realidad virtual o cualquier otro medio conocido o por conocer...” (Art 18).*

Por otro lado, podemos aprovechar la información y datos que proporciona el Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte 2013 (SCIAN) empleado por INEGI³ para analizar la composición y estructura económica de la industria cinematográfica en México. Ésta se encuentra incluida dentro del sector económico 51 denominado “Información en medios masivos” que **“comprende unidades económicas dedicadas principalmente a producir, administrar, explotar o**

³ Ver en: <http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/proyectos/SCIAN/presentacion.aspx>

distribuir productos protegidos por la ley de derechos de autor. En él se distinguen tres tipos de unidades económicas: 1) las dedicadas a la producción, manejo y distribución de información y productos culturales (que son aquellos que expresan directamente actitudes, opiniones, ideas, valores y creatividad artística; proporcionan entretenimiento e información); 2) las que proporcionan los medios para transmitir o distribuir estos productos, la información o las comunicaciones, y 3) las que procesan información” (INEGI, 2013, pág. 357) .

Además, ésta se encuentra incluida dentro del Subsector 512 “Industria fílmica y del video, e industria del sonido”. Que considera a todas aquellas unidades económicas dedicadas principalmente a la prestación de servicios fílmicos y del video, como la producción, distribución y exhibición de películas en formato de cine y de video; a la producción de programas para la televisión y otros materiales audiovisuales, y a los servicios de postproducción (Ibíd. pág. 367).

La descomposición del subsector 512 sin incluir la parte de la industria del sonido se muestra a continuación:

Cuadro 1 Sector 512

- Subsector 512-** Industria Fílmica y de vídeo e industria del sonido
 - *Rama 5121-* Industria fílmica y del vídeo
 - o Subrama 51211- Producción de películas, programas para televisión y otros materiales.
 - *Clase 512111.-* Producción de películas
 - o Subrama 51212- Distribución de películas y de otros materiales
 - *Clase 512120.-* Distribución de películas y de otros materiales
 - o Subrama 51213 - Exhibición de películas y otros materiales audiovisuales
 - *Clase 512130.-* Exhibición de películas y otros materiales audiovisuales
 - o Subrama 51219.- Servicios de postproducción y otros servicios para la industria fílmica y del vídeo
 - *Clase 512190.-* Servicios de postproducción y otros servicios para la industria fílmica y del vídeo

En conclusión y tomando en cuenta las leyes nacionales e información estadística, tenemos que la Industria Cinematográfica:

- Se encuentra constituida principalmente por las siguientes actividades: producción, distribución, exhibición y comercialización.

- No solamente genera valor económico, sino también social y cultural. En especial, se recalca demasiado su papel cultural y artístico.
- Existen una serie de bienes y servicios generados alrededor de la industria, sin embargo, el bien o producto central es la película o filme.
- En las cuentas nacionales de México está incluida dentro del sector de “Información en medios masivos” y una de sus principales características es que pertenece a actividades económicas o genera un producto que es protegido por la **ley de derechos de autor**.
- Y es un sector basado en ideas, opiniones, valores y creatividad artística, dedicado principalmente al entretenimiento.

1.3 La industria cinematográfica como parte de los medios de comunicación de masas, sector audiovisual e industrias creativas

Al estudiar la industria cinematográfica aparecen una serie de conceptos que están fuertemente ligados con ella y que ayudan a entenderla adecuadamente. Hablar de cine es considerar a los medios de comunicación de masas, al sector audiovisual, las industrias culturales y ahora con más fuerza a las industrias y economías creativas.

A continuación, se aborda de manera breve qué significan estos conceptos y qué relación tienen con la industria cinematográfica.

1.3.1 Medios de comunicación de masas

Según Domínguez Goya (2012, pág. 12) *“Los medios de comunicación masiva (“mass media”), son aquellos que se envían por un emisor y se reciben de manera idéntica por varios grupos de receptores, teniendo así una gran audiencia”*. Su principal finalidad es de informar, formar o entretener. Se pueden clasificar según la necesidad de uso de tecnologías para emitir o recibir el o los mensajes en:

- Medios primarios (orador, profesor, obra de teatro);
- Medios secundarios (periódicos, revistas, espectaculares);
- medios terciarios (televisión, radio, música, cine) y;
- medios cuaternarios (internet, celulares, televisión satelital etc..).

El cine es considerado como un medio terciario que necesita de tecnologías tanto para el emisor como para el receptor del mensaje.

1.3.2 El sector audiovisual

Consiste en un “conjunto heterogéneo de mercados caracterizado por participar directa o indirectamente en la provisión y recepción simultánea de sonido e imágenes en movimiento”. (Pablo Martí & Muñoz Yebra, 2001, pág. 126). Si se analiza por actividades, éste se encuentra compuesto por: Creación de contenidos, provisión de servicios, transmisión/distribución, equipamiento para el consumidor y equipamiento para productores y distribuidores (ver Cuadro 2). Si se ve desde el punto de vista del producto se puede clasificar al sector audiovisual en cuatro subsectores que se encuentran fuertemente interrelacionados: el cinematográfico, el videográfico, la televisión y el multimedia (Ibíd.).

Cuadro 2. Clasificación del sector audiovisual

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

Fuente: Ibíd. Pág. 127

1.3.3 Industrias creativas y economía creativa

Hoy en día los términos de industrias creativas y economías creativas están en boga, teniendo un alcance e impactos sociales, económicos y culturales cada vez mayores. Lo anterior producto, en su mayoría, por el aumento y la aparición de nuevas tecnologías, en especial en las telecomunicaciones, y en la economía

La Conferencia de Naciones Unidas sobre el Comercio y Desarrollo (UNCTAD por sus siglas en inglés) define a las industrias creativas como todas aquellas en donde sus ciclos de creación, producción y distribución de bienes y servicios están basados en la creatividad, en el capital intelectual y en el conocimiento. Sus productos son tangibles o intangibles, artísticos con contenido creativo y con valor económico. Estas industrias generan sus ingresos a partir de la comercialización y la propiedad intelectual (UNCTAD, 2010, pág. 34). Mientras tanto las economías creativas son un conjunto de actividades económicas basadas en el conocimiento y cuyo corazón son las industrias creativas. Estas actividades pueden fomentar la generación de ingresos, creación de empleos e ingresos por exportación, así como promover la inclusión social, la diversidad cultural y el desarrollo humano (Ibíd. 37).

Los tres motores de las industrias creativas reconocidos por la UNESCO han sido, como se mencionó en un inicio: las tecnologías; el aumento de la demanda de bienes y servicios; y el turismo recreativo y cultural. Lo anterior ha logrado hacer atractiva a la industria por las cantidades de ingreso y beneficios de distintas índoles que genera. En

La creatividad también puede ser definida como el proceso en el que las ideas son generadas, conectadas y transformadas en conceptos de valor, en otras palabras, la creatividad es el uso de las ideas para producir nuevas ideas (UNCTAD, 2010, pág. 2)

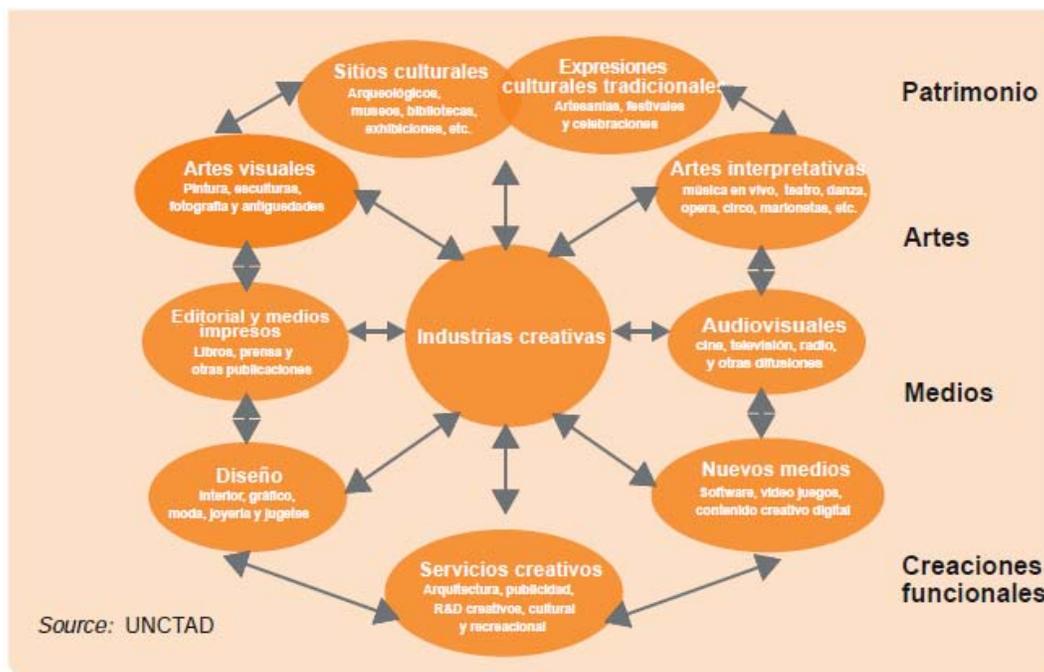
cifras según la UNESCO, el comercio mundial de bienes y servicios creativos alcanzó un nivel record de 624.000 millones de dólares en 2011 y se duplicó con creces entre 2002 y 2011. En la propaganda internacional suman otros beneficios

como: inclusión social, desarrollo local y el desarrollo humano⁴ que no se valorizan e incluyen en la cifra anterior.

Cabe aclarar que, aunque aquí consideramos una definición tanto de la industria y la economía creativa, en realidad no existe un acuerdo generalizado sobre una definición propia, al mismo tiempo nos es precisa la medición exacta de su tamaño e impacto. Por lo tanto, también existen varias clasificaciones de ella, según la institución u organismo que aborde el tema. En el Informe sobre Economía Creativa (UNESCO, 2014) se identifican 6 modelos: Modelo DCMS, Modelo de Textos Simbólicos, Modelo de los Círculos Concéntricos, Modelo de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, Modelo del Instituto de Estadísticas de la UNESCO y el Modelo de Americanos por las Artes. A continuación (Diagrama 1) se muestra la clasificación de la UNCTAD, la cual está dividida en 4 grupos: patrimonio, artes, medios y creaciones funcionales. La industria cinematográfica pertenece al grupo de medios de comunicación y al subgrupo de Medios audiovisuales.

⁴ Ver: <http://www.unesco.org/new/es/media-services/in-focus-articles/creative-industries-boost-economies-and-development-shows-un-report/>

Diagrama 1. Clasificación de las industrias creativas de la UNCTAD



Fuente: (UNCTAD, 2010)

1.3.3.1 Características y obstáculos de las industrias creativas

Algunos autores se han dedicado a señalar algunas de sus principales características que nos pueden dar una idea más amplia de estas industrias:

- Agrupan varias actividades económicas fundamentadas en el conocimiento y la creación; se abrigan en políticas públicas multidisciplinares interinstitucionales y de protección a la propiedad intelectual; se parte del supuesto de que estas industrias se encuentran en el corazón de la economía y que además están relacionadas con todas las áreas y niveles de la vida social (Paredes, 2011, pág. 1).
- Crean valores tangibles con valores intangibles; el modelo de negocios está caracterizado por una estructura en negocio en red, no sólo hay relaciones horizontales o verticales es toda una telaraña de interrelaciones; se basan

en una ampliación de los modelos de consumo y muchas de las veces los bienes y servicios creativos se obtienen sin que haya intermediarios.

- Las nuevas tecnologías las impactan de 3 formas: 1) como parte de las industrias creativas (software, video juegos, medios de comunicación); 2) influyen en la producción, la distribución y el consumo (oportunidad para crear nuevos productos, nuevas formas de comercializador, ejemplo e-commerce, y nuevas formas de cómo acceder a ellos); y 3) transformando los procesos de negocio y la cultura de mercado.

Los principales obstáculos que se identifican para el crecimiento creativo-económico de las industrias creativas son principalmente los siguientes: falta de protección intelectual, ausencia de apoyo estatal y de suficiente capital de inversión e ingresos. Y las políticas claves para fomentar las economías creativas incluyen: incrementar la inversión en capital humano, ajustar el marco jurídico y normativo, ofrecer una mayor financiación y acceso a instrumentos financieros, reforzar las infraestructuras institucionales y mejorar las políticas comerciales y las estrategias de exportación. Así como de:

“...en una amplia gama de características, condiciones o variables: financiación, agentes clave, intermediarios e instituciones; una ética de servicio a la gente y a sus aspiraciones; derechos de propiedad intelectual eficaces; toma de decisiones ética por actores y comunidades locales; corrientes y vínculos transnacionales (o la relación global-local, incluyendo el acceso a mercados globales y a la conectividad digital); mecanismos específicos adaptados para el desarrollo de empresas locales y la cadena de valor; desarrollo de las capacidades para las habilidades técnicas, empresariales, de liderazgo y de creación de redes; desarrollo y bienestar de la comunidad; y, por último, pero no menos importante, educación” (Ibíd. Págs. 87-88).

A las anteriores podemos sumar también la recolección de datos estadísticos y formar un entorno que reconozca el valor económico de la creatividad y del patrimonio cultural intangible (Ana Carla Fonseca Reis, 2008).

1.3.4 Las industrias culturales.

Por último, es necesario agregar un último concepto: las industrias culturales. La UNESCO las define como:

“...aquellas industrias que combinan la creación, la producción y la comercialización de contenidos creativos que sean intangibles y de naturaleza cultural. Estos contenidos están normalmente protegidos por copyright y pueden tomar la forma de un bien o servicio. Las industrias culturales incluyen generalmente los sectores editorial, multimedia, audiovisual, fonográfico, producciones cinematográficas, artesanía y diseño” (UNESCO, Comprender las industrias creativas. Las estadísticas como apoyo a las políticas públicas).

Para la UNESCO, el término de industrias creativas y el de industrias culturales no son sinónimo ni son intercambiables. La relación que existe entre ambos, es que el primero incluye al segundo. Las industrias creativas son más extensas abarcan tanto a la arquitectura como la publicidad como se puede percibir en la pasada Imagen 1.

1.3.5 *¿Cómo se relacionan los medios de comunicación de masas, medios audiovisuales e industrias creativas con la industria cinematográfica?*

A pesar de que sea evidente, dado lo expuesto anteriormente, es necesario recalcar cómo se relaciona la industria cinematográfica con cada uno de los conceptos anteriores. La industria cinematográfica es un medio de comunicación de masas, es un medio audiovisual y se encuentra incluida dentro de las industrias culturales y creativas formando parte de la “Economía Creativa”.

Esta industria informa y entretiene, necesita tecnología para emitir y recibir mensajes, provee de imágenes en movimiento, genera algo tangible de lo intangible,

se basa en la creatividad de su equipo de trabajo, depende de los derechos de autor y necesita de la creatividad y los avances de otros sectores.

1.4 La cadena de valor agregada y las características de los productos de la industria cinematográfica

Para analizar el impacto de la industria cinematográfica no basta con sólo definirla, posicionarla dentro uno u otro sector y caracterizarla. Sino que también es necesario desmenuzarla, es decir, identificar cada uno de los componentes de su cadena de valor y quiénes son los principales actores o agentes económicos que interfieren.

Una cadena de valor agregado de una industria se define como: *“el conjunto interrelacionado de actividades creadoras de valor, la cual va desde la obtención de fuentes de materias primas hasta que el producto terminado se entrega al consumidor final, incluyendo actividades de postventa (...) en las cuales participan varias empresas. Estas actividades son bloques de construcción, mediante los cuales las firmas en la industria crean un producto de valor para los compradores”* (Murillo, 2005, pág. 55).

En la cadena de valor de la industria cinematográfica el producto final es la película o un filme, que ya se definía, a grandes rasgos, en unos de los temas anteriores como una obra cinematográfica que contiene una serie de imágenes y cuyo objetivo final es comercializada, y en donde en realidad su compra-venta consiste en una cesión de derechos de explotación. El producto, es decir el filme, se consume una vez que es mostrado al público.

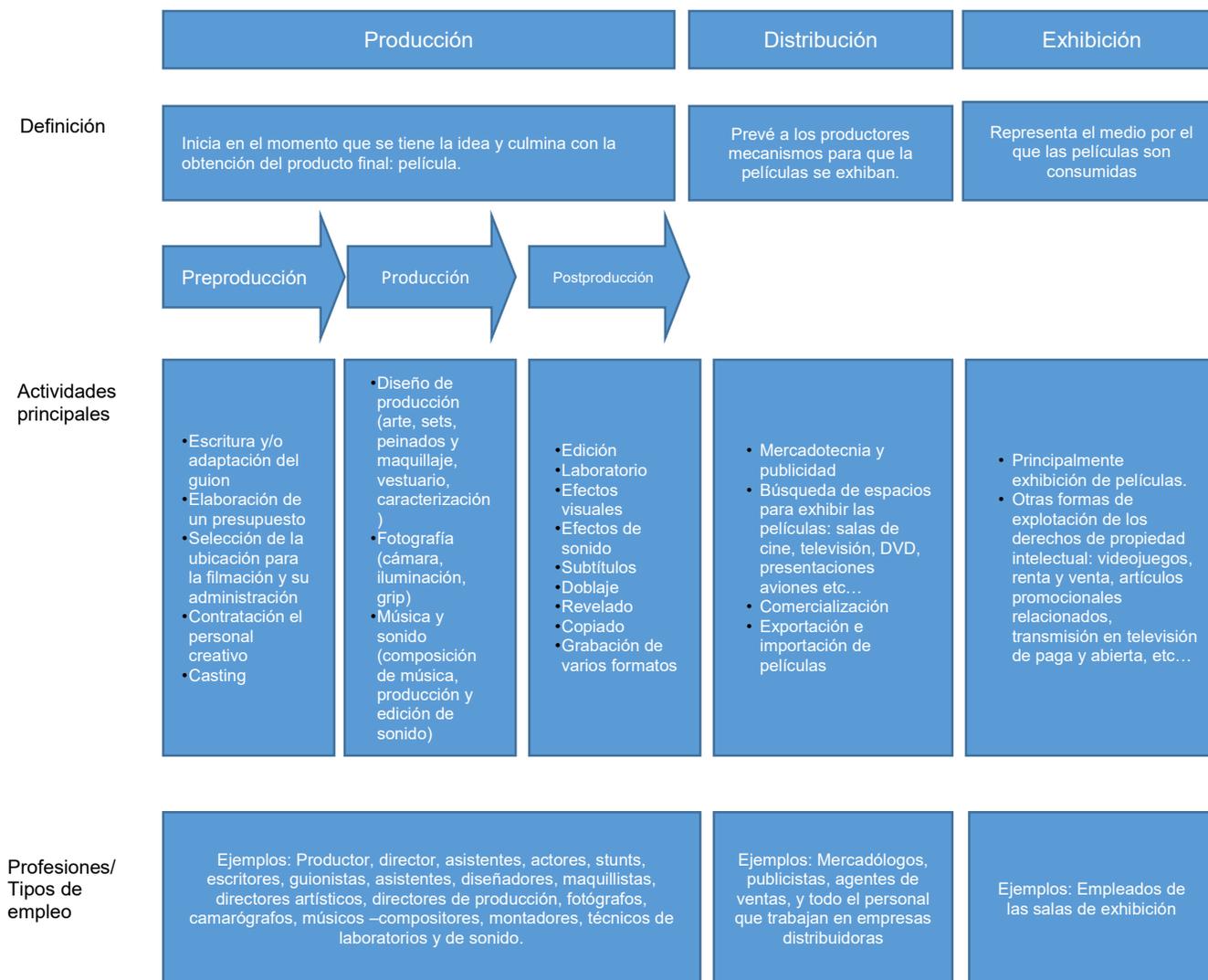
Para la obtención de la película y su consumo final es necesario una serie de actividades: producción, distribución y exhibición. Los productores ceden los derechos de propiedad del filme a una distribuidora y ésta los pasa a una compañía que exhibe la película. ¿Cómo gana cada quién?: Los productores, reciben un margen de beneficios por la creación de la película; los distribuidores, contabilizan su ganancia a través de la diferencia entre los costos de adquisición de los derechos

y los ingresos de cesión de los mismos; y los exhibidores, mediante el margen entre los gastos de explotación de la película y los ingresos obtenidos por la venta de entradas e ingresos secundarios de cafetería y promoción, etc... (Izquierdo Castillo, 2007, pág. 4).

A continuación, se presenta el Cuadro 3 que resume de manera muy general los principales eslabones de la industria, su definición, las actividades principales y el tipo de profesión relacionadas al sector. Cabe mencionar que esta industria se comporta como un oligopolio, sin embargo, no obstaculiza la entrada al mercado de empresas más pequeñas en cada eslabón (Martínez Piva , Padilla Pérez, Schatan Pérez, & Vega Montoya, 2010).

Cuadro 3 Cadena de valor

Cadena de valor global de la industria cinematográfica

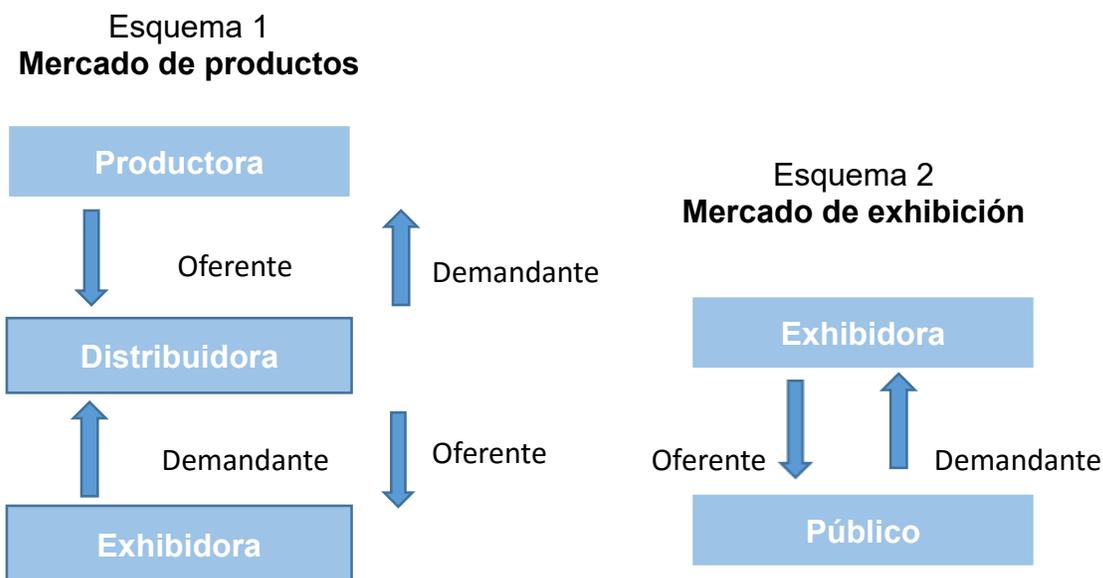


Fuente: elaboración propia basado en el Martínez Piva, Padilla Pérez, Schatan Pérez, & Vega Montoya (2010, págs. 24-26) y en el portal <http://recursos.cnice.mec.es/media/cine/index.html>

Por último, Izquierdo (2007, pág. 61) en su tesis doctoral, citando a Dadek (1962), analiza la industria cinematográfica desde un enfoque comercial, presentando a un sector constituido por dos grandes mercados que son complementarios e indisociables: el mercado de productos y el mercado de exhibición. El primero está formado por un objeto mercantil – la película-, productores, distribuidora y los cines.

El segundo, está compuesto por el exhibidor y el público. Alrededor de estos mercados existen varios submercados que son importantes para entender esta industria (y que se pueden inferir considerando el cuadro 3). A continuación, a través de los esquemas, se muestran las relaciones que se dan entre cada uno de los agentes implicados:

Diagrama 2 Mercados en la industria cinematográfica



Fuente: Izquierdo (2007, págs. 61-62)

1.4.1 Características generales de la industria cinematográfica

En el artículo “Economía del cine y del sector audiovisual en España” (Pablo Martí & Muñoz Yebra, 2001, págs. 124-126), se introduce al tema citando las características generales del sector audiovisual, en donde veíamos se encuentra incluido el sector cinematográfico. Estas generalidades no sólo pertenecen al sector audiovisual, sino que son y están compartidas indudablemente dentro de las industrias creativas. A grandes rasgos el sector cinematográfico:

- Genera empleo y requiere de profesionales con una formación muy específica que suele ser muy difícil de reciclarse en otras industrias.
- Su importancia actualmente no sólo es por el crecimiento en su demanda, sino por la influencia directa e indirecta que tiene sobre otros sectores. Como se mencionaba anteriormente al referirse a las industrias creativas. El cine está fuertemente ligado a la tecnología o a las telecomunicaciones por lo tanto es posible incentivar estas áreas a través de la industria cinematográfica.
- Permite promocionar productos en los mercados internacionales.
- Debido a que su producto final (la película o film) puede ser utilizado de manera indefinida, resulta complicado tener un control sobre la industria y medir el consumo.
- Dado que los costes de la distribución, fundamentalmente variables, son relativamente pequeños en comparación con costos fijos que supone la producción, las empresas tienden a vender su producto en todos aquellos mercados en los que el precio supere el coste de distribución, aunque sea incluso por debajo del coste medio, si ello sirve para coadyuvar a la cobertura de los costes fijos.
- Tiene un elevado grado de riesgo ya que cada producto es único e irreplicable al realizarse a partir de una combinación, también única, de factores productivos. El éxito de una película no garantiza el de otra.
- Debido al riesgo que existe es muy difícil el financiamiento de las películas y es aquí en donde entra y es fuertemente requerida la participación sector público.
- Se ve perjudicada por la piratería. Debido a los adelantos tecnológicos ahora es mucho más sencillo duplicar de manera ilegal las películas.

1.4.2 Características del producto principal: la película

Con base a Izquierdo (2007, págs. 70-83), tenemos que las películas como producto de la industria cinematográfica presenta las siguientes particularidades:

- Es un producto y un servicio a la vez. Su ciclo de vida inicia con la producción (producto) y termina cuando se presenta en todos los posibles canales o ventanas de exhibición (servicio).
- Tiene características tangibles e intangibles. Las tangibles son relacionadas a lo físico (tipo de material, formato, color, sonido, tipo de reproducción etc..) y lo intangible se debe a que cada película es muy singular y es producto de un equipo técnico y artístico diferente por lo tanto cada proceso de producción es distinto y único. Razón por la cual esta industria cabe perfectamente en la categoría de industrias creativas.
- El ciclo de vida de una película se alarga por su uso doméstico o por el rescate que realizan algunas instancias públicas y privadas. Con el Internet continúan las transacciones, pero la mayor parte de ellas ya no son comerciales.
- El valor de una película no se está en función a sus características sino en las condiciones específicas de su consumo. En ninguno de los procesos de producción, distribución y exhibición existe una garantía de la cobertura de los costes generados por la película ni la generación de los beneficios: El valor de la película lo determina el contexto y la modalidad de consumo: precio de entrada, el precio de renta, compra, publicidad en televisión, etc... (Ibíd. pág. 79).

1.5 Beneficios e impactos del sector

Si extrapolamos los beneficios de las industrias creativas a la industria cinematográfica, estos en menor o mayor medida de impacto, serían los siguientes (UNESCO, Políticas para la creatividad. Guía para el desarrollo de las industrias culturales y creativas, 2010, pág. 20):

- Económicos:
 - Aporta valor agregado
 - Genera empleo directo e indirecto

- Contribuye a la balanza de exportaciones
- Contribuye al desarrollo de la confianza social
- Atrae turismo
- Genera recursos sustentables a largo plazo
- Culturales:
 - Contribuye a la cohesión social
 - Facilita la expresión (ejemplos, comunidades y pueblos, para el caso del cine de personas, grupos etc.)

Por otro, en un estudio realizado por la Universidad de Oxford de Reino Unido (Oxford Economics, 2012, págs. 16-17) se identificaron varios canales en los cuales sirven de base para medir el impacto económico de la industria cinematográfica. Existe un impacto directo, expresado principalmente por los empleos generados y las aportaciones al Producto Interno Bruto de las principales actividades de la industria: producción, distribución y exhibición. Los impactos indirectos se refieren a los empleos e ingresos que se generan a lo largo de la cadena de suministro de las actividades principales, por ejemplo, empleos relacionados a la producción de equipo vendido a las empresas productoras o a los cines, los gastos del equipo de trabajo en restaurantes, hoteles, boletos de avión y gastos en publicidad. Los impactos inducidos están relacionados a los efectos que generan una vez que se hace uso de los ingresos y salarios de todas aquellas personas que participan en las actividades directas e indirectas.

Al mismo tiempo identificaron una serie de impactos económicos de la industria que catalizan a la economía local o nacional, según sea el caso. Estos son:

- **Competencias profesionales y oferta trabajo:** aumenta el nivel competencias o habilidades profesionales al retener a personas con alta formación o se atrae a extranjeros capacitados.
- **Turismo:** a través de la industria se alienta que más personas visiten un país o una localidad. Según un estudio llevado por Strauss (The economic impact of film tourism on small communities, 2003), confirmó que existe un efecto positivo en comunidades pequeñas en donde se ha filmado alguna película. Se atrae personas durante la grabación y después ella, por el efecto

mercadotecnia y publicidad que están implícitos en la película. Las personas quieren visitar los lugares en donde se llevaron a cabo.

- **Cultura:** se propicia como un efecto externo.
- **Merchandising:** se aumenta la venta de videos, libros, CDs, prendas de vestir u otras mercancías relacionadas con la industria fílmica o las películas.
- **Promoción y comercio:** las películas de buena calidad son un atractivo para atraer inversiones al país o al mismo sector. Se vende una imagen o una marca a través de un filme.

Lo anterior, puede darnos una idea de los impactos que puede dar este sector, sin embargo uno de sus principales problemas es la falta de textos fílmicos (académicos) y de información. Comúnmente ésta última es generada por la propia industria y carece de crítica. Otras veces la información ha sido maquillada por cuestiones de mercadotecnia o los datos se han ocultado (Wasko, 2008). Sin la información e indicadores pertinentes resulta difícil hacer un análisis detallado de los beneficios e impactos del sector.

1.6 Transformaciones que impactan la industria

Las transformaciones más relevantes que está afectando la industria según Martínez Piva, Padilla Pérez, Schatan Pérez, & Vega Montoya (2010, págs. 20-21) son:

- Cambios en los patrones de lanzamiento de las nuevas películas y la asistencia a los cines: mayor número de películas estrenadas, por lo tanto, un mayor número de pantallas lo que ha generado un aumento de asientos disponibles que suele ser mayor que la audiencia potencial cada fin de semana.

- Crecimiento de los canales alternativos de exhibición de películas amenazando los canales convencionales (salas de cine y la renta en videoclubes).
- Disminución de las ventas de películas en DVD.
- Aumento en la polarización del mercado, en términos de rentabilidad. La mayoría de las personas que van al cine eligen películas con grandes inversiones en mercadotecnia, películas independientes o documentales son vistas por un menor número de personas.
- Continuo dominio de los estudios estadounidense, con sus grandes producciones y gastos en mercadotecnia.
- Reducción a las barreras de entradas de nuevos productores por las nuevas tecnologías que permiten filmaciones de bajo presupuesto y buena calidad. Las nuevas tecnologías no sólo aumentan las actividades en la industria, sino que también propician la aparición de nuevas ramas y unidades económicas que se unen a la cadena de valor, además de que ayudan a reducir costos y tiempos de producción.

Es necesario agregar un tema que afecta a la industria cinematográfica, como también a otras: la Piratería. No sólo se trata de los ingresos que se pierden por la venta ilegal de bienes, sino otros que van más al centro de todos aquellos sectores que se ven aquejados. Las repercusiones de la piratería, según la UNESCO⁵, recaen sobre: la privación de creatividad local; una disminución de la diversidad de las expresiones culturales (los que se dedican a reproducir películas de manera ilegal sólo se enfocan en filmes más comerciales dejando a un lado muchas veces obras nacionales o más culturales); obstaculiza el desarrollo de las industrias legales y debido a esto se ofrecen menos empleos; y un

Piratería: *El término “piratería” abarca la reproducción y distribución de copias de obras protegidas por el derecho de autor, así como su transmisión al público o su puesta a disposición en redes de comunicación en línea, sin la autorización de los propietarios legítimos, cuando dicha autorización resulte necesaria legalmente.*

UNESCO- Observatorio Mundial de Lucha contra la Piratería

⁵ Ver: http://portal.unesco.org/culture/es/ev.php-URL_ID=39442&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html

sector o un país atacado para la piratería se vuelven menos atractivos para nuevas inversiones.

Tan sólo México, en lo que a industrias creativas se refiere, pierde alrededor de 59 030 millones de pesos, lo que equivale al 7% del Producto Interno Bruto del país⁶. Por otro lado, los mayores estudios cinematográficos de Estados Unidos, según un estudio comisionado en 2004 por MPA⁷ (Motion Picture Association), perdieron en el 2005, alrededor de 6.1 billones de dólares al año; el 80% de la piratería fue en otros países y un 20% dentro del territorio americano.

Conclusiones del capítulo

A grandes rasgos, se finaliza este capítulo destacando los siguientes puntos:

- La historia de la industria cinematográfica está fuertemente ligada a los avances en la ciencia, al mismo tiempo en la aparición de nuevas técnicas. Se está reinventando siempre, es una industria cambiante.
- Es considerada como un medio de comunicación de masas, forma parte del sector audiovisual y, como tal, es un elemento de las industrias y economías creativas.
- La creatividad es un elemento esencial dentro de la industria.
- Normalmente se reconoce dentro de su estructura económica las siguientes actividades generales: Producción (pre-producción, producción y post-producción), distribución y exhibición.
- Su principal bien es una película que se produce como un bien y se comercia como un servicio al ceder derechos de propiedad o derechos de autor.
- Dentro de la cadena de valor participan distintos profesionales capacitados.
- Los principales beneficios de esta industria son: aportaciones al Producto Interno Bruto, empleos directos e indirectos, atracción de turismo, mejora de

⁶ Ver nota periodística: <http://eleconomista.com.mx/industrias/2015/08/10/pirateria-industrias-creativas-resta-04-pib>

⁷ Ver: http://www.archive.org/stream/MpaaPiracyReort/LeksummarympaRevised_djvu.txt

la percepción de un país (publicidad implícita que incita a la atracción de inversiones extranjeras), favorece la expresión y aporta a la cultura.

- Lo que se necesita principalmente para fomentarla es: financiamiento, reconocimiento del valor económico y social que posee, ajustes en el marco jurídico y normativo (proteger los derechos de autor y combatir la piratería), habilidades y competencias profesionales y mejora de infraestructuras.

2. El panorama internacional de la Industria cinematográfica

En el capítulo anterior se introdujeron algunos de los principales conceptos sobre la Industria Cinematográfica y otros que están fuertemente ligados a ella. Se identificaron los principales componentes de la cadena de valor del sector, se presentaron de manera breve los principales impactos económicos y sociales y se dedicó un pequeño apartado sobre el papel que juegan las industrias creativas actualmente.

Este capítulo tiene dos objetivos, el primero consiste en mostrar un panorama general de la industria a nivel internacional y se empieza con algunas cifras disponibles sobre las industrias creativas provenientes de UNCTAD (por sus siglas en inglés, en español Conferencia de las Naciones Unidas para el Comercio y el Desarrollo). En donde sabemos que la producción de películas de todos los géneros y todas las actividades que de ella se deriven se encuentran incluidas dentro de las industrias creativas y cualquier acción o política que las incentive generará un impacto sobre las industrias cinematográficas, dado el efecto y relación “tipo red” que se da en estos sectores.

Posteriormente se abordan cifras puntuales sobre las tres principales actividades de la industria cinematográfica: producción total y nacional de largometrajes por país; número de empresas distribuidoras; y número total de cines y de pantallas y número de espectadores e ingresos brutos a precios corrientes en taquilla. Las gráficas fueron elaboradas a partir de información disponible en el portal del Instituto de Estadísticas de la UNESCO, éstas nos brindan un acercamiento muy interesante para analizar el tamaño del mercado, su producción, las principales empresas de distribución y una idea de la capacidad de exhibición con la que se cuenta a nivel mundial, sin embargo, estos números tienen limitaciones en ellos no están considerados los datos de todos los países.

El segundo objetivo es exponer de manera general las principales características de la industria cinematográfica de los 4 mayores países productores de películas a nivel mundial: India, Nigeria, Estados Unidos y Reino Unido. Lo que

permitirá sondear cuáles son o han sido aquellos factores claves para el desarrollo y éxito del sector y que a la vez sirvan de guía para las industrias de otros países.

2.1 Industrias creativas en cifras a nivel mundial

2.1.1 Exportaciones a nivel mundial: Industrias creativas e industria cinematográfica.

Se mencionaba en el capítulo anterior que no existe un acuerdo consensado sobre la definición de industrias creativas; muchos países, organismos locales e internacionales suelen manejar su propia definición, más o menos, relacionadas con la que presenta la UNESCO. Esto nos da una idea de las limitaciones estadísticas a las que se enfrenta el sector, sin embargo, la UNCTAD nos brinda un acercamiento al valor económico de estas industrias. A través de su centro de datos podemos analizar las exportaciones e importaciones de bienes y servicios de las industrias creativas, así como el valor correspondiente de aquellas industrias relacionadas a estas (UNCTAD, 2015).

El valor de las exportaciones a nivel mundial de bienes creativos para 2012 fue de \$ 473,791, 416, 665 dólares estadounidenses, en donde el 60% fue aportado por el sector de Diseño, que incluye las actividades económicas de Arquitectura, Cristalería, Moda, Joyería etc... (La tabla desagregada se presenta en los ANEXOS 1). En la siguiente tabla podemos analizar las aportaciones de los principales componentes de la industria en número y porcentaje de aportación.

Tabla 1 Valor de las exportaciones de bienes creativos

Valor de las exportaciones de los bienes creativos 2010-2012

En millones de dólares estadounidenses a precios y tipos de cambio corrientes

Año	2010	%	2011	%	2012	%
Productos						
Todos los bienes creativos	416,322.97	100	489,813.62	100	473,791.42	100
Artesanías	30,428.96	7.31	35,732.17	7.30	34,339.45	7.25
Audiovisuales	35,406.76	8.50	36,149.27	7.38	32,053.97	6.77
Diseños	238,880.75	57.38	298,224.84	60.89	284,888.10	60.13
Nuevos medios	40,356.72	9.69	40,392.39	8.25	40,873.43	8.63
Artes escénicas	4,620.98	1.11	5,188.54	1.06	5,051.71	1.07
Publicaciones	40,175.20	9.65	42,896.50	8.76	38,260.25	8.08
Arte visual	26,453.61	6.35	31,229.91	6.38	38,324.51	8.09

Fuente: (UNCTAD, 2015)

El valor de las exportaciones también puede ser analizado a partir de los tipos de economías: desarrolladas, en desarrollo y en transición⁸. Las economías desarrolladas (ejemplos, la mayoría de los países europeos, Estados Unidos, Canadá, Japón, Israel, Australia etc...) exportaron alrededor del 41.63% del valor total de bienes creativos, mientras que los países en desarrollo (en donde se incluye la mayoría de los países Latinoamericanos y entre otros) aportaron un 57.57% en 2012. (ver tabla 2)

Tabla 2 Valor de las exportaciones de bienes creativos por tipo de economía

Valor de las exportaciones de los bienes creativos 2010-2012, por tipo de economía

En millones de dólares estadounidenses a precios y tipos de cambio corrientes

	2010	%	2011	%	2012	%
Todo el mundo	416,322.97	100.00	489,813.60	100.00	473,791.42	100.00
Economías en desarrollo	207,535.97	49.85	254,524.50	51.96	272,762.64	57.57
Economías en transición	2,301.58	0.55	3,467.92	0.71	3,764.31	0.79
Economías desarrolladas	206,485.41	49.60	231,821.20	47.33	197,264.47	41.64

Fuente: Elaboración propia con datos de (UNCTAD, 2015)

⁸ Nota: Para saber qué países pertenecen a cada tipo de economías según la UNCTAD, consultar la siguiente liga: http://unctadstat.unctad.org/EN/Classifications/DimCountries_DevelopmentStatus_Hierarchy.pdf

La aportación del Sector Audio Visual, en donde se incluye la industria cinematográfica, representó en el 2012, un 6.77% del valor total de las exportaciones de bienes creativos. La información por tipo de economía y el sector ya desagregado puede analizarse en la tabla 3.

Tabla 3 Exportaciones del sector audiovisual

Valor de las exportaciones del sector audiovisual, 2008-2012

En millones de dólares estadounidenses a precios y tipos de cambio corrientes

	2008	2009	2010	2011	2012
<i>Economías en desarrollo</i>					
Audio Visual	7,971.37	10,398.64	11,104.46	12,072.93	11,610.66
Filmes	49.79	70.02	100.66	90.04	67.19
CD, DVD, Cintas	7921.57	10328.63	11003.79	11982.89	11543.47
<i>Economías en transición</i>					
Audio Visual	298.11	129.85	118.57	147.25	171.80
Filmes	9.87	3.86	3.02	2.10	2.11
CD, DVD, Cintas	288.24	125.99	115.55	145.16	169.68
<i>Economías desarrolladas</i>					
Audio Visual	30,024.34	24,343.29	24,183.73	23,929.08	20,271.51
Filmes	706.48	659.48	530.27	401.36	69.66
CD, DVD, Cintas	29317.86	23683.81	23653.46	23527.73	20201.85

Fuente: Elaboración propia con datos de (UNCTAD, 2015)

Por último, para tener una cifra más cercana sobre el valor económico de las industrias creativas a través de las exportaciones podemos sumar las aportaciones de “*bienes relacionados a las industrias creativas*”, por lo tanto, tendríamos que el valor total de la exportación de bienes de la industria creativa a nivel mundial, durante el 2011, fue alrededor de \$ 1,332 miles de millones dólares estadounidenses y a esta cantidad le faltaría sumar el valor de los servicios exportados.

Tabla 4 Exportaciones de bienes relacionados a industrias creativas

Valor de las exportaciones de bienes relacionados a las industrias creativas 2008-2011

En millones de dólares estadounidenses a precios y tipos de cambio corrientes

Año	2008	2009	2010	2011
Producto				
Valor total	728,101.94	611,935.89	738,583.47	842,224.01
Audio visual	250,214.23	214,478.09	244,778.79	274,937.69
Diseño	169,552.14	136,936.49	176,119.96	227,973.11
Nuevos medios	263,387.10	222,959.02	275,809.37	294,226.42
Artes escénicas	6,867.35	5,731.37	6,588.53	7,650.95
Publicaciones	14,918.87	12,149.25	13,700.66	15,113.39
Artes visuales	23,162.2372	19,681.66	21,586.15	22,322.46

Fuente: Elaboración propia con datos de **(UNCTAD, 2015)**

2.1.2 Cifras de la industria cinematográfica por actividad

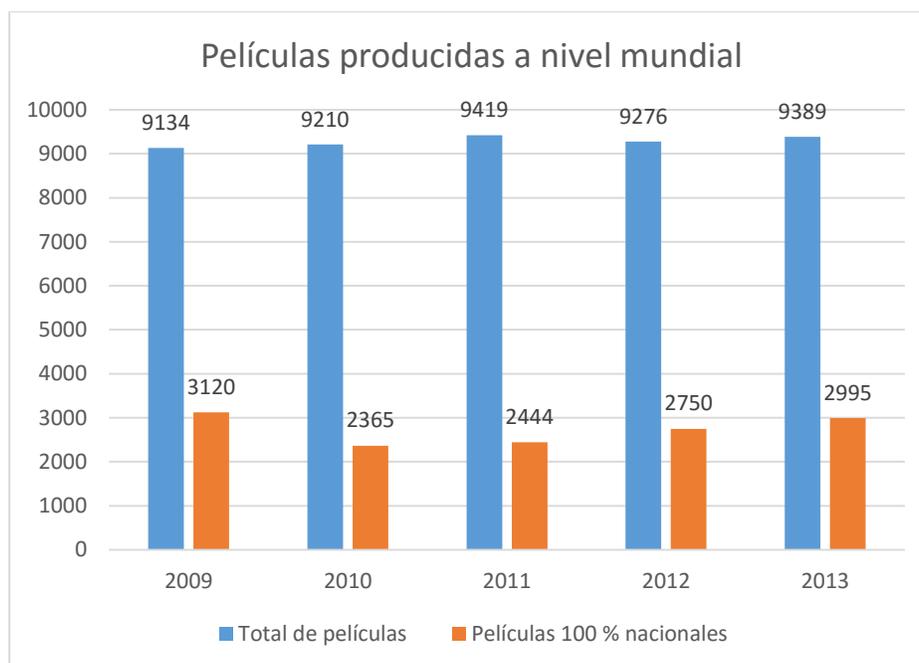
En los siguientes puntos se presentan algunos indicadores de las principales actividades económicas del sector cinematográfico. La información proviene del Centro de Datos del Instituto de Estadísticas de la UNESCO⁹ y aunque no posee la información completa de todos los países es un buen ejercicio para sondear el tamaño del sector cinematográfico, identificar los principales productores y distribuidores de películas y considerar el posible potencial de exhibición de un film al analizar la infraestructura y la cantidad de personas que asistieron en un año en específico.

⁹ Ver link:

- *Producción*

El número de películas¹⁰ producidas a nivel mundial durante los últimos años se ha mantenido constante para el 2013 ascendió a 9,389 largometrajes¹¹. De esa cantidad, 2,995 fueron producciones de origen 100% nacional, es decir, su financiamiento no requirió de ningún tipo de coproducción con otro país. Es importante recordar las características de una película y diferenciarla con el resto de los otros bienes y servicios. Esta es única y cada una de ella tiene una combinación de factores de producción específicos. Su base son las ideas y la creatividad es ahí en donde recae su especificidad.

Gráfica 1 Películas producidas a nivel mundial



Fuente: Elaboración propia con datos de (UNESCO 2015)

¹⁰ Para la UNESCO una película es un filme que tiene una duración de 60 minutos o más. En su contabilización consideran las películas de ficción, animadas y documentales. Se excluye programas de televisión, noticieros y películas para adultos. La producción de una película incluye las siguientes actividades: pre-producción, producción y post- producción.

¹¹ En esta cantidad no se incluyen el total de películas producidas por todos los países, si se contara con los datos de Nigeria subiría considerablemente. El dato se obtiene de la información disponible recabada por el Instituto de Estadísticas de la UNESCO (UNESCO, 2015). Para revisar cuáles son los países que se incluyen ver ANEXO 2.

Los principales productores de películas del 2013 fueron: India (1724), Estados Unidos (738) y Nigeria si tomamos en cuenta su producción en el 2011 (986). El top 20 de los principales países productores se muestra a continuación (Ver ANEXO 2):

Tabla 5 Principales países productores

Principales países productores de películas, 2013

Número total de películas* producidas por año

País	Total	País	Total
India	1,724	Argentina	168
Nigeria (2011)	997	Italia	167
Estados Unidos	738	Rusia	139
China	638	Brasil	129
Japón	591	México	126
Francia	270	Suiza	103
Reino Unido	241	Canadá	93
España	231	Irán	87
Alemania	223	Turquía	85
Corea	207	Malasia	71

Fuente: elaboración propia con datos de (UNESCO, 2015)

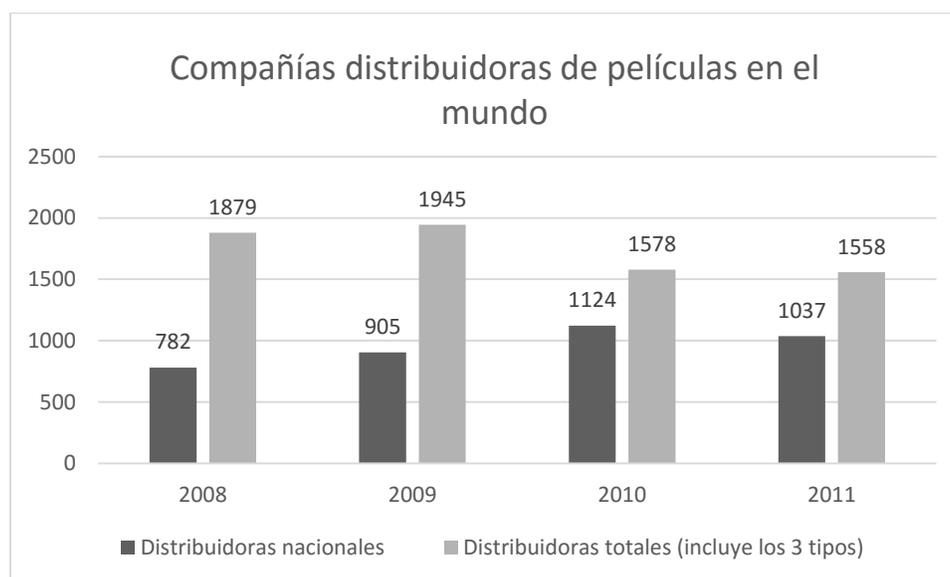
Nota: * Incluye producciones nacionales y de coproducción

- *Distribución*

Una empresa distribuidora es un establecimiento encargado de vender, rentar, prestar o intercambiar películas a los cines. La UNESCO en sus estadísticas distingue tres categorías: empresa distribuidora nacional, empresa extranjera y empresas aliadas. Las primeras representan a las compañías que son dueñas o controlan más del 50% del mercado y que poseen oficinas centrales en el país. Las segundas, de igual manera, son aquellas que son dueñas o controlan más del 50% pero de compañías extranjeras y sus oficinas centrales se encuentran fuera del país. Y las últimas representan una inversión conjunta tanto de una empresa nacional como una extranjera y controlan un 50% y 50% del mercado.

Para el 2011 se contabilizaron 1558 compañías de los tres tipos mencionados y 1037 de origen nacional, ver gráfico 2.

Gráfica 2 Compañías distribuidoras en el mundo



Fuente: Elaboración propia con datos de (UNESCO 2015)

Al parecer las principales compañías distribuidoras que tienen una mayor participación en el mercado en los principales países productores de películas son: Warner Bros., Walt Disney y Fox. Estas son principalmente de origen estadounidense y trabajan como compañías extranjeras y algunas veces como empresas aliadas (50%-50% con empresas nacionales). La cantidad y las principales 3 compañías distribuidas por los principales países productores de películas son las siguientes (para ver lista completa revisar ANEXO 3 y 4):

Tabla 6 Compañías distribuidoras de películas en los principales países

Compañías distribuidoras en los principales países productores de filmes			
País	Total de compañías (2011)	Top 3 de las principales compañías, 2012	
		Principales 3	Cuota de mercado nacional
India
Nigeria	120*
Estados Unidos	109*	Sony, Warner Bros., Walt Disney	46.3
China
Japón	..	Toho, Toei, Warner Entertainment Japón	61

Francia	439	Warner Bros., Twentieth Century Fox, Sony Pictures Releasing	30.4
Reino Unido	108	Sony Pictures, 20th Century Fox, Warner Bros.	47
España	210*	Warner Bros. Entertainment España, Sony Pictures Releasing de España, Hispano Fox	44.8
Alemania	103
Corea	N/D	CJE&M, Showbox/Media Plex, Inc., Lotte Shopping Lotte Entertainment Co.	52.4
Argentina	73	United International Pictures, The Walt Disney Company Argentina, Fox film de la Argentina	63.4
Italia	..	Warner Bros., Medusa Film, Universal	57
Rusia
Brasil	39	Sony (Columbia), Fox, Warner Bros.	41.3
México	31	Walt Disney, Warner Bros., Fox	42
Suiza	55	Walt Disney, Universal, Elite-Film	47.9
Canadá	..	Sony, Alliance, Warner Bros.	48.9
Irán	94
Turquía	19	Tiglon, UIP Turkey, Warner Bros.	81.2
Malasia	27*

Fuente: Elaboración propia con datos de UNCTAD, 2015

Nota: .. Información no disponible, * Datos de 2009

- *Exhibición*

Por último, en la Tabla 7 se muestran algunos de los indicadores relacionados con la exhibición de filmes como lo es el número de cines, es decir, número de instalaciones permanentes cuyo objetivo principal es la proyección de trabajos audiovisuales y cinematográficos. También se incluyen el total de películas exhibidas, los ingresos en taquilla y el total de admisiones en los principales países productores.

Tabla 7 Estadísticas sobre la exhibición de películas

Cifras relacionadas a actividades de exhibición de filmes, 2011

	Número de cines indoor	Total películas exhibidas	Ingresos en taquilla (en moneda local, millones)	Total de admisiones (millones)
Alemania	1671	2353	958.1	128.3
Argentina	259	..	952.8	42.6
Brasil	686	554	1,437.8	143.9
Canadá	..	744	1,001	..
China	1687**	..	13,115	370
Corea	300**	439	1,235,800	159.8
España	876	1506	635.8	98.3
Estados Unidos	5827	760	10,186.1	1,283.8
Francia	2031	6251	1,370.8	216.6
India	68,800	2,640
Irán	345	..	296,194.9	..
Italia (2009)	1071**	857*	661.7	101.3
Japón	665	799	181,197	..
Malasia	107	..	601.9	59.5
México	562	525	9754.6	204.9
Nigeria	55	..	373.6**	..
Reino Unido	745	558	1,134.5	171.6
Rusia	925	324*	32,596.8*	152.6
Suiza	288	1565	230.8	14.9
Turquía	520	432	398.4	42.3

Fuente: Elaboración propia con datos de UNCTAD, 2015

Nota: * cifra de 2009 ; **Cifra de 2010

2.2 La industria cinematográfica en el mundo: un estudio de casos

En los siguientes apartados se explora de manera general el caso de India, Nigeria y Estados Unidos, quienes en ese orden respectivamente son los principales productores de películas a nivel mundial. Además, se incluye el caso de Reino Unido, que no es precisamente uno de los principales productores, pero si se encuentra en el top 10 mundial.

El objetivo consiste en identificar aquellos elementos característicos de cada una de las industrias de estos países y cuáles han sido sus claves para el éxito.

2.1.2 India

La industria de medios y entretenimiento de la India es considerada como uno de los mercados más grandes del mundo y con mayor potencial de crecimiento y además es el mayor productor de películas, generando al año alrededor o más de 1000 producciones. Sus filmaciones se caracterizan por contener cantos, bailes, danzas y una historia de amor, aunque actualmente se está abriendo oportunidades a nuevos géneros y contenidos.

La industria cinematográfica se encuentra regionalizada con base a distintas lenguas habladas en el país. Comúnmente las principales películas son producidas en hindi, maratí, tamil, telugu, bengalí, canarés y malayalam¹². Por otro lado, está compuesta principalmente por empresas o estudios cinematográficos familiares, otras empresas independientes y actualmente de estudios extranjeros que se han aliado con empresas locales. Esto último ha generado que la industria cinematográfica pase de ser una industria desorganizada o una industria corporizada y profesionalizada. Cabe destacar que fue hasta el 2001 cuando el gobierno indio la reconoció como una industria, sin embargo, ésta ha estado presente y en acción desde los años 30's del siglo pasado.

El impacto económico directo de la industria cinematográfica de la India fue estimado en 2.7 billones de dólares estadounidenses, el cual equivale al 0.13% del Producto Interno Bruto del país, y generaba 0.42 millones de empleos en el 2008 según un estudio realizado por PriceWaterhouseCooper bajo las órdenes de Motion Picture Distributors Association India (MPDAI, 2010). El impacto económico directo se expone a continuación.

¹² Bollywood es el nombre que popularmente se le ha dado a la industria de medios y entretenimiento de la India, aunque hay algunos que sólo reconocen con ese nombre a la industria asentada en Bombay y a filmaciones en Hindi.

Tabla 8 Impacto de la industria filmica, India

Impacto directo de la industria filmica india, 2008

En millones de dólares estadounidenses

	Producción Bruta (PB)	Ingresos antes de intereses, impuestos, depreciación y amortización (IIIDA)	Salarios	Valor agregado: IIIDA+Salarios
Producción y distribución Exhibición	704	102	53	155
Hindi	1,622	154	103	257
Tamil	156	14	9	23
Telugu	127	11	7	18
Kannada	6	1	0	1
Otros	88	8	8	15
Total	2,709	289	180	469

Fuente: Tomado de (MPDAI, 2010, pág. 12)

Las principales razones del por qué la industria de medios y entretenimiento ha registrados altas cifras y está dotada por un gran potencial de crecimiento se debe principalmente a las características del país. La India es uno de los países con mayor crecimiento económico, el segundo país con un mayor tamaño de población y una clase media creciente debido al aumento de los ingresos per cápita y a la población laborando que hace que aumenten la demanda de nuevos bienes y servicios de entretenimiento. A pesar de que el costo del boleto de entrada de una película es en promedio de 0.5 dólares estadounidenses, el volumen de películas va en aumento y la cantidad de admisiones también que se ve reflejado en los ingresos en taquilla (Ernest & Young, 2011).

Los otros detonantes son por ejemplo el aumento del número de pantallas en las principales ciudades y otras más pequeñas; la digitalización de los cines, las películas y computarización de los tickets de ventas lo que hace que disminuya la piratería y favorezca la contabilización de los ingresos; el surgimiento de nuevas formas de distribución y exhibición; el incremento de outsourcing de servicios relacionados a la postproducción, animación, efectos visuales etc... lo que ha

generado servicios y mano de obra calificada a bajos costos; la internalización del cine, los productores han apostado por producciones de alto presupuesto y se han aliado con empresas, compositores y técnicos extranjeros; aumento de películas de bajo presupuesto pero con buena calidad; por último es importante agregar las inversiones en películas en lenguas originarias del sur de la India y la organización y formalización de las fuentes de financiamiento e incentivos para la producción de nuevas películas (Íbid.).

Para concluir, a pesar de todos los puntos positivos la industria fílmica india tiene una serie de retos a los que tiene que hacer frente, como, por ejemplo: la piratería; infraestructura y es que a pesar del aumento del número de cines la cantidad de pantallas sigue siendo baja, existen 7 pantallas por cada 1 000 000 de habitantes; bajos ingresos de taquilla; marco regulatorio y capacitación y desarrollo. Y, por último, es necesario recalcar cuáles han sido los factores claves de su éxito, sus películas son simples, coloridas, musicales, con finales felices y tienen como público a una población que en su mayoría es analfabeta y éstos sumados a los otros tipos de público sólo buscan entretenerse. Finalmente usan como estrategia para atraer a una mayor audiencia los videos y soundtracks de sus películas que son puestos en el mercado mucho antes del filme. Si la música tiene éxito la película que la contiene probablemente también lo tenga.

2.2.2 Nigeria- El caso de Nollywood

La industria del video de Nigeria es conocida como Nollywood y es considerada como la segunda más grande con alrededor de 600 a 1000 películas producidas por año. Es considerada como todo un fenómeno y atrae la atención de muchos por sus características tan particularidades. Es interesante porque muestra un nuevo sistema de producción y distribución distinto al modelo estadounidense y europeo que requieren de inversiones muy cuantiosas¹³.

¹³ Ver en "Nollywood" rivaliza con "Hollywood": http://www.unesco.org/new/es/communication-and-information/resources/news-and-in-focus-articles/all-news/news/nollywood_rivals_bollywood_in_filmvideo_production/#.VmncrbjhDIU

Nollywood es una industria realmente joven, tiene alrededor de 2 décadas y surgió a partir de los vendedores de productos electrónicos que quisieron dar un plus a sus productos ofreciendo un video. Ellos mismos se encargaron de toda la cadena de valor desde la idea hasta el empaquetado y venta de las películas (El País, 2006).

El costo promedio de producir una película asciende aproximadamente a 30,000 dólares estadounidense, se tardan alrededor de 10 a 20 días en grabarlas y de 1 a 2 semanas en la postproducción. Se venden alrededor de 20 000 a 30 000 copias de una película y los principales ingresos en orden de importancia provienen de: renta, venta, exportación y en menor cuantía de los ingresos provenientes de taquilla. La industria está pobremente estructurada y regulada, no cuenta con salas de exhibición de hecho el 99% de las películas se muestran en lugares que no fueron diseñados para eso. Sin embargo, es uno de los seis principales sectores que más aportan al PIB país (World Bank, 2010).

A pesar de que las producciones son de baja calidad, con pobres habilidades y competencias laborales y carecen de acceso al financiamiento, la industria cinematográfica es una industria que ha logrado atrapar al público, graban la vida cotidiana y la cultura del país haciendo que las personas se sientan parte de ella. Las películas son grabadas en inglés y en las principales lenguas mayoritarias y son exportadas a EE.UU, Reino Unido y al resto del continente africano convirtiéndose en un vínculo entre las colonias nigerianas en otros países y la cultura de su país.

2.2.3 Estados Unidos- El caso Hollywood

El cine estadounidense es considerado como la meca del cine mundial, tiene sus orígenes en las primeras décadas del siglo 20 con la creación de grandes estudios en Hollywood, el mayor representante en producciones de películas en el país aunque no el único. El éxito de Hollywood ha sido su capacidad para adaptarse a

todas las circunstancias. Ha sabido reinventarse y ha encontrado formas de cómo generar ingresos. Actualmente toma ventaja de la publicidad en la televisión para crear audiencia de sus películas y ha logrado introducirse a la televisión y cines extranjeros. También emplea métodos como rentar películas en video para ser exhibidas en aviones y en hoteles; genera y autoriza películas para la televisión; convierte los personajes de sus películas en muñecos; y pone sus películas en DVD, Blue Ray, a demanda, en celular y en internet. Se ha convertido una fuente de poder blando para el país, logrando introducir su cultura e ideales al resto del mundo, nos han influido con formas de vestir, comportamientos, tipo de alimentación, música, deportes etc...

Según la MPAA (Motion Picture Association of America por sus siglas en inglés), la Asociación Cinematográfica de Estados Unidos, la producción y distribución de películas y programas de televisión es una de los recursos culturales y económicos más valiosos del país. Con base en su información estadística para el 2013, se tiene que este sector generó 1.9 millones de empleos y \$1.13 mil millones de dólares en salarios. El número de empleos directos fueron de 302,000 y 358,000 empleos relacionados a la industria y el resto correspondió a empleos indirectos. Para ese año la industria estuvo compuesta por 94,000 negocios ubicados alrededor de todo el país, siendo la mayoría de ellos negocios pequeños (el 85 % de ellos empleaba menos de 10 personas). Por otro lado, la industria generó \$16.1 mil millones al erario público; y contribuyó a la economía con \$130 mil millones de dólares en ventas y con \$15.8 mil millones en exportaciones generando un superávit comercial de 13.4 billones.

Por otro lado, las características particulares del cine comercial estadounidense están basados en grandes producciones espectaculares, la participación y el poder mediático de sus estrellas, así como el uso de publicidad masiva para atraer mayor audiencia. Esta combinación de factores resulta en muchos casos exitosa, pero para otras películas la fórmula no resulta ser siempre eficiente. Como prueba están los

principales fracasos taquilleros del 2015¹⁴: Rock the Kasbah con Bill Murray, recaudó 2.9 millones de dólares (mdd) de un presupuesto de producción estimado en 15 millones; The Gunman con Sean Penn, con un costo de 49 mdd recuperó 10.7 mmd; y Blackhat con Chris Hemsworth, tuvo 19.4 mdd en taquilla y una producción que costó alrededor de 70 mdd (MPAA, 2015).

Raposo (s.f., pág. 2) trata de explicar la distinción de los Estados Unidos en las pantallas de prácticamente todo el mundo. Señala que existen ciertas particularidades en la producción que hacen que esta industria se siga consolidando y perpetuando:

- *La primera característica está relacionada con el carácter no excluyente del consumo del cine: los productores calculan su nivel de inversión en función de la cantidad de espectadores potenciales; el costo de un espectador adicional es cercano a cero. Existe un incentivo más alto en realizar producciones más costosas y ambiciosas en aquellos países en que los mercados potenciales son grandes en términos de la cantidad de espectadores. En el caso de los Estados Unidos, el costo de producción se recupera íntegramente en el mercado nacional, así que los ingresos que se obtienen de las exportaciones son netamente ganancias”.*
- *“La segunda característica se refiere a la correlación positiva que existe entre los presupuestos invertidos en la producción de las películas y las preferencias de los consumidores. Dicho de otra forma, la tendencia ha sido que los espectadores recurran en mayor medida a aquellas producciones que conllevan un mayor esfuerzo tanto humano como económico”.*
- *“La tercera característica se refiere a la proximidad cultural. Existe una ventaja asociada a las variables culturales”.*

¹⁴ Ver “Los 15 fracasos de taquilla más estrepitosos de 2015” en <http://www.forbes.com.mx/los-15-fracasos-de-taquilla-mas-estrepitosos-de-2015/>

Un principal componente de la industria cinematográfica estadounidense son los llamados *majors*¹⁵. De acuerdo a (Ulin, 2010) la principal actividad de las *majors* no es la de producir, sino la de dar financiamiento a los productores para luego dominar los canales de distribución y lanzar los filmes que financiaron. Es en el poder de la distribución donde obtienen sus mayores ganancias.

La práctica usual de las *majors* es la de solo invertir en producciones a las que primero obtienen los derechos de distribución. Esto debido a que estos grandes estudios son primeramente organizaciones de marketing y distribución, no bancos.

Los principales *majors* son: Sony/Columbia, Fox, Disney Warners, Paramount y Universal.

Cuadro 2. Principales estudios cinematográficos en E.U.

Estudio	Filiales
Sony	Columbia
	Revolutiion
	Screen Gems
	Sony Classics
	Tristar
Fox	20th Century Fox
	Fox 2000
	Fox Searchlight
	Fox Atomic
Disney	Walt Disney Pictures
	Touchstone
	Miramax
	Hollywood Pictures
Warners	Warner Bros
	New Line

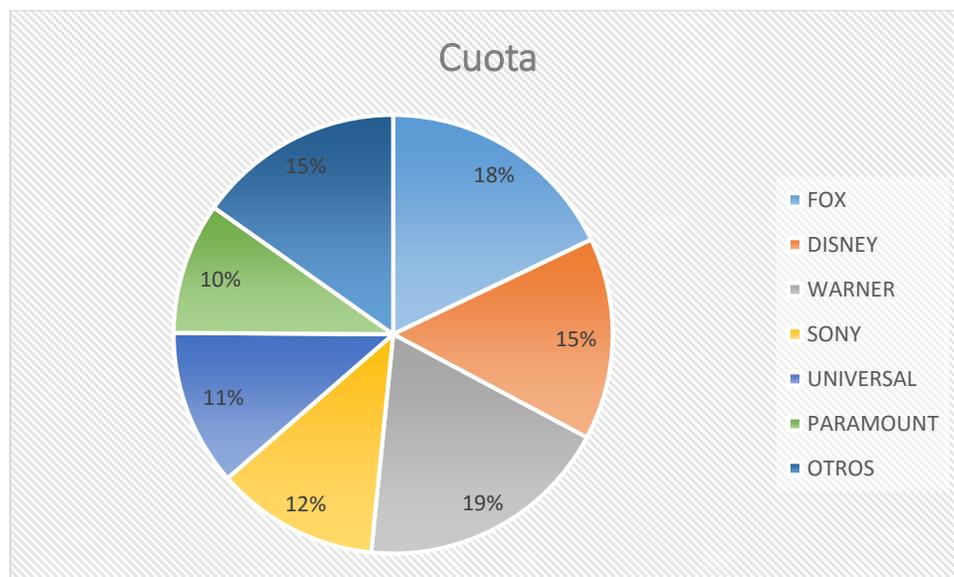
¹⁵ Nombre anglosajón que se le da a los grandes e influyentes estudios/distribuidores de Hollywood. (Konigsberg, 2004)

	Warner Independent
Paramount	Paramount
	DreamWorks
	MTV/Nickelodeon
	Paramount Vantage
Universal	Universal
	Focus Features
	Rogue

Elaboración propia con datos de (Ulin, 2010)

Para 2014, los principales estudios cinematográficos en conjunto obtuvieron una cuota de mercado del 84.80%, mientras que el resto de los estudios obtuvieron una cuota del 15.20%.

Grafico 3. Cuota de Mercado Majors 2014



Elaboración propia con datos de BoxOfficeMojo.com

Es interesante observar que mientras los estudios independientes produjeron cerca de 4 veces más películas (573) que los grandes estudios (138), su cuota de

mercado es reducida, debido a que el lanzamiento de sus películas se realiza en mucha menor escala.

Tabla 9 Cuota de mercado, ingresos y películas 2014

ESTUDIO	CUOTA	INGRESOS*	PELÍCULAS
FOX	17.90%	1,938.3	25
DISNEY	14.90%	1,617.5	13
WARNER	18.80%	2,043.1	27
SONY	12.00%	1,303.3	34
UNIVERSAL	11.50%	1,241.3	25
PARAMOUNT	9.70%	1,052.9	14
OTROS	15.20%	1,645.2	573
TOTAL	100%	10,841.6	711

*Millones de dólares

Elaboración propia con datos de BoxOfficeMojo.com

Por último, Sánchez Ruiz (2003) señala que el éxito de los EE.UU se debe a un conjunto de factores históricos, políticos, culturales y sociales. La primera de ellas está basada en el desarrollo temprano de la industria, lo que le da la “ventaja del primer motor”; Segundo, con el estado de avance del capitalismo, la urbanización y las grandes migraciones en los primeros años del cine se da paso a la formación de un mercado potencial amplio y heterogéneo que ha logrado mantener; y tercero cuentan con una serie de ventajas comparativas basadas en la una eficiente curva de aprendizaje que incluye la profesionalización del sector, su sistema Star System, la división de su trabajo, los géneros y lenguajes cinematográficos y sobre todo su capacidad para adaptarse a las condiciones del momento.

2.2.4 Reino Unido

Es una de las industrias cinematográficas más respetadas en el mundo, con altas y bajas en la producción de películas y que se ha visto fuertemente influenciada por el cine estadounidense, sin embargo, tiene muchos años funcionando, su primera película data del año 1885. El gobierno reconoció su potencial inicialmente como una fuente de ingresos al introducir el Impuesto al entretenimiento en 1916, después abolido y posteriormente apoyando con financiamiento. Esta industria desde sus orígenes ha sido interés del Gobierno dado su impacto económico y cultural¹⁶.

La industria está constituida igualmente por las 3 principales actividades económicas ya mencionadas: producción, distribución y exhibición. Las principales características de su cadena de valor según un reporte del Comité de comunicaciones de la Cámara Baja del Parlamento Británico fueron (House of Lords, 2010):

Producción: En el 2008 fue el onceavo mayor productor de películas en el mundo y uno de los 5 países con mayor gasto en producción. Depende fuertemente de las inversiones extranjeras, principalmente de la estadounidense. En el 2007 la inversión extranjera representó el 68% del gasto de producción. La razón del por qué atrae inversiones principalmente origen americano se debe a la disponibilidad a desgravar fiscal, la alta calidad de la fuerza laboral y algunas veces el tipo de cambio. Posee 3 grandes estudios de filmación localizados al sureste de Inglaterra: Pinewood, Shepperton (el cual forma parte del grupo de Pinewood) y Leavesden. Aunque cuenta con 7 estudios de tamaño mediano y alrededor de 40 estudios pequeños que se dedican a actividades relacionadas a la televisión y la publicidad. Con respecto a las empresas productoras, posee pocas que realizan películas de alto presupuesto y un número mucho mayor de

¹⁶ <http://www.publications.parliament.uk/pa/ld200910/ldselect/ldcomuni/37/3705.htm> ,
<http://www.britishfilm.org.uk/history-british-film/>

productoras que trabajan con bajo presupuesto. Y por último, sus empresas de post-producción fueron “*rankeadas*” como unas de las mejores tres a nivel mundial en el año 2005 y que producen trabajos de muy alta calidad.

Distribución: Esta se encuentra principalmente dominada por empresas multinacionales americanas y por un número relativamente de empresas pequeñas. Esto es considerado como un gran problema dado que las ganancias se destinan y se distribuyen a otros mercados. Las películas se distribuyen y consumen a través de ventas minoristas de DVD’s, películas por televisión y video por demanda. Los mayores ingresos de una película se obtienen por presentación en cines.

Exhibición: El sector de exhibición está dominado por muy pocas y grandes empresas, aunque de capital no americano. En el 2008 el 61% de las pantallas fueron controladas por tres empresas: Odeon, Cineworld y Vue.

El impacto económico del sector para el 2013 fue (Olsberg-SPI Nordicy , 2015):

- En 2013 generó 1.4 billones de libras en exportaciones, generando un superávit comercial de 916 millones de libras. Lo que posiciona a la industria en el sector de servicios con mayor intensidad de exportación.
- Las inversiones del sector privado en la industria ascendieron a más de 425 millones de libras.
- De los 21 mil millones de libras provenientes de ingresos por turismo extranjero en UK se estima que 840 millones de libras se generaron por el turismo inducido por las películas.
- Se estima que el Valor agregado Bruto de la industria fue de 3.7 billones de libras.

Por último, las recomendaciones que suelen hacerse al gobierno para el fortalecimiento de la industria fílmica británica buscan aumentar en el país la audiencia de películas británicas independientes y especializadas, reforzar y aumentar la colaboración con pequeñas empresas distribuidoras independientes, fortalecer la inversión en películas británicas y diseñar una visión estratégica

internacional que refleje la convergencia del cine y la televisión y que promueva la oferta de bienes y servicios a otros mercados que no sean sólo los Estados Unidos.

Conclusiones del capítulo:

- Las cifras comprueban que la industria cinematográfica es un sector dinámico y que es de interés económico y cultural para muchos países. La industria aporta al PIB, genera empleos, atrae inversiones extranjeras y turismo.
- El reconocimiento del valor económico y cultural de la industria cinematográfica da un fuerte incentivo para su desarrollo y consolidación permitiendo que se estructure y acceda más fácilmente a fuentes de financiamiento.
- No existe una fórmula para desarrollar la industria, pero si una serie de factores claves que podemos identificar en los casos estudiados, como por ejemplo: el tamaño de la audiencia, el tipo de películas producidas (lo que el público quiere ver), mercadotecnia, financiamiento, políticas públicas para el fomento, el acceso del público y el desarrollo de diferentes canales de distribución y exhibición.
- Existe un fuerte control del cine estadounidense en el mundo, que se ve reflejado no sólo en la audiencia y aceptación de sus películas sino también en el papel que juegan sus empresas que son a la vez productoras y distribuidoras.
- El modelo estadounidense no es el único exitoso en el mundo, el caso de Nigeria muestra un modelo de bajo presupuesto, plurilingüe, que refleja la vida cotidiana de un país y que no necesita de salas de cines para exhibir sus películas. El de la India es un fiel reflector de su cultura y muy cercano a las costumbres de su público.
- El caso de Reino Unido, es un ejemplo de cómo atraer inversión extranjera al país. Posee una infraestructura adecuada, profesionales capacitados y empresas de producción y post-producción que pueden ofrecer sus servicios a cualquiera en cualquier lugar del mundo.

3 La industria cinematográfica en México

En este capítulo se presenta un análisis general de la industria cinematográfica mexicana. Se abordan los antecedentes; se caracteriza la composición del sector en donde se incluyen una serie de agentes económicos, públicos y sociales; y a grandes rasgos se trata de mostrar cómo funcionan las actividades de producción, distribución y exhibición en la práctica.

Para concluir se expone el panorama general de la industria a través de algunos indicadores como el número de películas producidas, principales empresas distribuidoras del cine mexicano, la asistencia e ingresos en taquillas y entre otros. Además, se hace un breve análisis del impacto socioeconómico de la industria al considerar los resultados del Censo Económico realizado por INEGI y en un último punto se abordan las principales fortalezas y debilidades que caracterizan a la industria fílmica de nuestro país.

3.1 Antecedentes de la industria cinematográfica en México

El 6 de agosto de 1896 se exhibe en México por primera vez el cinematógrafo de manera privada, cuya sede fue el Castillo de Chapultepec. Su primer público contaba con aproximadamente 20 personas, entre amigos y parientes del general Porfirio Díaz. Ocho días después, el cinematógrafo hizo su primera exhibición pública en la calle de Plateros (hoy Madero), a un grupo de periodistas y personas prominentes. El costo de la entrada era de 50 centavos, pero este precio fue variando para adaptarse a la condición de sus espectadores.

En la primera década del siglo XX es cuando el cine se empieza a afirmarse y estabilizarse ya no como mera novedad, sino como un espectáculo que puede satisfacer de modo excepcional necesidades masivas de entretenimiento. Al mismo tiempo el cine de ficción se hace el preferido, sobre todo en el público de menores recursos económicos. Al mismo tiempo ya funcionaban en la capital 22 salas de cine, algunas permanentes y otras eran carpas. Gracias a la competencia, el precio de la entrada había bajado ya a 10, 5, 4, y hasta 3 centavos en los cines de barrio.

En poco tiempo el número de salas aumentó, 34 en total y se inauguraron 20 más con motivo de las fiestas del centenario de la Independencia, en 1910. La revolución no detuvo ese crecimiento. Solamente en 1911, se abrieron otras 33 salas. La llegada a la capital de contingentes revolucionarios campesinos, como los zapatistas y, después, la migración de provincia hacia la capital de personas que huían de la revolución, alentaron ese crecimiento.

Al empezar la segunda década del siglo XX, interesados por la Revolución Mexicana, el cine documental empezó a realizarse por cineastas norteamericanos.

La firma Azteca Film, fundada en 1917 por la actriz de teatro Mimí Derba, Enrique Rosas y el general carrancista Pablo González, marca en ese mismo año el nacimiento de la industria cinematográfica como tal, ya que fue la única que produjo cinco largometrajes en un año.

Los gobiernos mexicanos, antes y después de la revolución, alentaron, patrocinaron y aprovecharon la realización en el país de cine documental. Es así que, a partir de 1919, se dieron los primeros antecedentes de lo que sería una muy específica, importante y prolongada intervención estatal en el cine.

El presidente Venustiano Carranza demostró su interés por el cine al autorizar a la Dirección General de Bellas Artes para comprar un aparato cinematográfico y películas, y levantar un atelier en la Escuela Nacional de Música y Arte Teatral para la impresión de películas.

Al celebrarse en 1921 el centenario de la consumación de la independencia de México, el documental pareció recobrar por un momento los prestigios perdidos a mediados de la década anterior. Tres largometrajes fueron dedicados en ese año a registrar las fiestas y los actos cívicos consiguientes. Estos documentales tenían como intención documentar un fervor cívico y dar la idea de la pacificación del país.

La Secretaria de Relaciones Exteriores produjo en 1922 el documental *México en las fiestas del centenario del Brasil*. Con motivo de la independencia brasileña, y para dar prueba a ojos extranjeros de la pacificación mexicana, México construyó un pabellón colonial en Río de Janeiro. En los años siguientes, abundó la

producción de documentales por dependencias del estado, pero lo hecho fue casi siempre de cortometraje.

En 1921, los norteamericanos en México dedicaron al petróleo mexicano varios documentales no desinteresados. Al mismo tiempo, se discutía en México con pasión la posibilidad de afectar a las compañías petroleras extranjeras que operaban en el país. En ese clima, Ezequiel Carrasco dirigió y fotografió en 1921 el melodrama *Luchando por el petróleo*. Como la cinta delataba las maniobras de unos aventureros extranjeros empeñados en hacerse ricos con las reservas petroleras del golfo de México, sus productores decidieron cambiar a última hora su razón social por la de Chapultepec Films, que era la que se utilizaba para películas progubernamentales.

En la década de los 30's podemos ver los comienzos de la industria cinematográfica mexicana. A pesar de que en 1932 solo se realizaron 6 películas, fue en los siguientes años donde se realizaron más filmes: en 1933 se realizaron 21, 24 en 1934, 23 en 1935, y 24 en 1936.

En rigor, esa época del cine mexicano bien puede ser vista como preindustrial. Abundaron los productores esporádicos que esperaban tener éxito económico con una sola película e invertir después lo ganado en negocios de menor riesgo, como los de bienes raíces.

En 1933, el cine nacional empleaba de 200 a 300 trabajadores aún no sindicalizados: la Unión de Trabajadores de los Estudios Cinematográficos Mexicanos (UTECEM) se fundó en 1934.

En octubre de 1939, un decreto del presidente Cárdenas impuso a las salas cinematográficas del país la obligación de exhibir cuando menos una película mexicana al mes. Tal medida contemplaba entre otras cosas la necesidad de proteger el empleo de los trabajadores del cine.

La época dorada del cine mexicano suele hablarse en referencia a los años de la Segunda Guerra Mundial, esto es entre 1941 a 1945. Esta época nada tuvo de casual. De los tres países de lengua castellana con industria de cine, sólo México

fue aliado de los Estados Unidos en la guerra contra el eje (Alemania, Italia y Japón). Mientras tanto España y Argentina se mantuvieron neutrales.

En este entorno, los Estados Unidos dieron por conveniente la ayuda al cine mexicano; en caso necesario, la difusión de películas mexicanas entre los países hispanohablantes del continente podía favorecer a la causa de los Aliados en términos de propagando y movilización; ya que, en aquellos tiempos, la televisión aún no existía como medio de difusión masiva. Así mismo, la situación de guerra también fue benéfica para el cine nacional porque se tradujo en una disminución de la competencia extranjera.

Para 1945, ya trabajaban en la producción de cine mexicano unas cuatro mil personas: 2,500 actores y extras, 1,100 técnicos y manuales, 140 autores y adaptadores, 146 músicos y filarmónicos y 60 directores, afiliados todos a secciones del STIC. Este sindicato agrupaba además de los trabajadores de la distribución y la exhibición cinematográficas.

El interés del gobierno por el cine, que llegó a ser en ese tiempo la sexta industria del país (sólo debajo de la laminación, el ensamble de automóviles, el acero, la cerveza y los acabados de algodón), promovió varias medidas: en 1941, fue ratificado el acuerdo cardenista que hacía obligatoria la exhibición de cintas nacionales en todas las salas del país; el 14 de abril de 1942 fue creado el Banco cinematográfico, SA, por iniciativa del Banco de México y con el respaldo moral del presidente.

El banco, que no era aún institución nacional hasta 1947, y que sustituyó a la financiera de Películas, S.A., filial del Banco de México, suponía una experiencia única en el mundo: ninguna industria cinematográfica de ningún país había contado con un banco como fuente crediticia exclusiva.

Y como lo sugiere Moreno Suárez (2013, pág. 156) *“la época de oro del cine mexicano constituye un referente fundamental en la alfabetización visual, artística y simbólica de una nación que migraba del campo a la ciudad. En suma, el cine se traducía en un elemento de identidad cultural”*.

En su momento, varias personas advirtieron los problemas que el fin de la Segunda Guerra Mundial traería al cine mexicano. La mala época que traería la posguerra al cine mexicano (últimos años en que el cine no tuvo que competir con la televisión) se vio reflejado en el número de largometrajes mexicanos producidos: si en 1946 fueron 70 (doce menos que en 1945), se bajó en 1947 a 57, y eso pareció confirmar una previsible situación de crisis.

En esa época proliferaron un tipo de producción cinematográfica llamados “churros”, dada su velocidad de su fabricación. La intención de estas producciones era su abaratamiento con películas hechas en tres semanas, o menos, cuando se tenían por cinco las mínimas necesarias para lograr un cine decoroso. Al mismo tiempo, se produjo una suerte de acuerdo tácito en las altas esferas oficiales y privadas. El cine mexicano fue abaratado en todos los sentidos para hacer frente a una competencia extranjera de nuevo muy poderosa.

A partir de los años 60's viene el declive de los años de bonanza del cine mexicano impactado principalmente por la entrada de la televisión, la reaparición de la industria hollywoodense y los serios problemas burocráticos y sindicales. La industria cinematográfica en el sexenio de Adolfo Mateos pasa a ser controlada y regida por del Estado. El cine comenzó a perder calidad y sólo se enfocaba en el público representado por clases medias- bajas.

En los 70's se reactiva el apoyo y se crean una serie de instituciones como la Cineteca Nacional (1973), el Centro de Capacitación Cinematográfica (1975), la Corporación Nacional Cinematográfica (1974) etc. A pesar de ello, la industria no repuntó.

A finales de la década de 1970 y principios de 1980 la industria cinematográfica fue desmantelada al quitarle el apoyo del Estado y con ello desaparece la estrategia nacional que se había labrado desde 1939. En los años 90's con la implementación del modelo neoliberal se liquidaron, vendieron y fusionaron empresas paraestatales de este sector y aunado a la crisis de 1994, la industria cinematográfica toca fondo en 1997 con nueve películas producidas (Martínez Piva , Padilla Pérez, Schatan Pérez, & Vega Montoya, 2010). En la

década de los noventa también se restringió la exhibición de películas al reducir la cuota de mercado de un 50 a un 10%, lo que contravino la promoción y el fomento de la industria nacional y aumentó a favor de las empresas extranjeras (Hinojosa Córdoba, s.f.).

En la última década y media el cine mexicano se encuentra viviendo un repunte en la producción; en el 2014 se tuvo el mayor del número de películas producidas en la historia del cine del país. Se han reconocido internacionalmente el talento de directores, actores y técnicos internacionales y se ha aumentado el número de apoyos y estímulos por parte del Gobierno (EFICINE, FOPROCINE y FIDECINE).

Actualmente se encuentra a cargo de la Secretaría de Cultura antes CONACULTA y las acciones públicas para su fomento se encuentran estipuladas dentro del Programa Especial Cultura y Arte 2014-2018, en él se señala:

“Para el sector cinematográfico del país se desarrollarán plataformas digitales para la difusión y distribución del cine mexicano e internacional, así como una red digital de espacios públicos como extensión de la Cineteca Nacional. Se llevarán a cabo las gestiones necesarias a fin de posicionar a México como destino de producciones internacionales y estímulo a los servicios de postproducción en las entidades a partir de la experiencia de los Estudios Churubusco Azteca y se buscará la ampliación de la participación privada y de las coinversiones nacionales en la producción cinematográfica, e impulso a las coproducciones internacionales con Europa y América Latina” (DOF, 2014 , pág. 9).

3.2 Composición económica: principales agentes dentro de la cadena de valor

En el primer capítulo de este trabajo se mencionaba cómo está compuesta la industria cinematográfica empleando la definición de la Ley de Cinematografía de México. En general, esta industria está estructurada, al igual que en el resto del mundo, alrededor de tres actividades económicas: producción, distribución y exhibición. Sin embargo, para el caso mexicano la industria cinematográfica está

compuesta también por las actividades de fomento, rescate y preservación de películas. Lo que hace que se aumente la cantidad de agentes y unidades económicas dentro de este sector, así como la participación de un sector público que busca fomentar una industria a través de políticas públicas que incentiven la cultura e indirectamente el desarrollo económico.

Para este apartado se han identificado los principales actores públicos, sociales y privados de la industria cinematográfica mexicana. Dado la cantidad que existe de ellos sólo se describe de manera muy general algunas de sus particularidades y se muestran de manera azarosa ciertos ejemplos de unidades económicas e instituciones¹⁷. En realidad, el objetivo de este punto es destacar la existencia de una “estructura diferenciada” dentro del sector que se está analizando y enfatizar el papel que juegan los principales actores.

3.2.1 Agentes privados en las actividades económicas centrales de la industria

En el caso mexicano, existe un número considerable de unidades económicas participando dentro del sector. En el CENSO Económico 2014, se estimaron 64 establecimientos dedicados a la producción de películas, 19 relacionados a la distribución, 792 con la exhibición y 46 con establecimientos dedicados a brindar servicios de postproducción y otros servicios a la industria fílmica y del video. Dado a la naturaleza de este trabajo no se describirán cada uno de ellos, sino que se abordaran las características generales en las que operan estas unidades dentro de las tres principales actividades económicas del sector.

Producción: El número de agentes económicos en esta actividad suele ser variable, así como también su esperanza de vida. México es caracterizado por ser un país de óperas primas, es decir lo que más se producen son primeras películas de un director y comúnmente se crean empresas o casas

¹⁷ Ver ANEXO 5. Links a los portales WEB de agentes públicos y privados de la industria cinematográfica mexicana

productoras por película (EL INFORMADOR / GSO, 2014). Y dado a la cantidad de obstáculos a los que se enfrentan los productores y directores nacionales ya no suelen producir segundas o terceras cintas, lo que se traduce en el cierre de esas empresas que surgieron a la par de una película (Ver Cuadro 4, para algunos ejemplos de empresas).

Distribución: Los agentes que participan en la distribución de películas pueden ser analizados desde varias posturas. Ejemplo, por el origen de la película, por el número de pantallas contratadas y por la cantidad de ingresos y asistencia en el mercado nacional, sólo por mencionar algunos.

Las principales distribuidoras en México en general y sólo considerando ingresos en taquilla y basados en el “top 10 de” películas fueron en el 2014 (Instituto Mexicano de Cinematografía, 2015, pág. 38):

- *Walt Disney International:* \$ 1.191 millones de pesos (mdp) por “Maléfica”, “Capitán américa 2. El soldado del invierno” y “Guardianes de la galaxia”;
- *Fox International:* \$1.041 mdp por “Río 2”, “El planeta de los simios. Confrontación” y “X men. Días del futuro pasado”;
- *Paramount International:* 435.6 mdp por “Transformers 4.La era de la extinción”;
- *Sony Internacional:* \$ 371.4 por “El sorprendente hombre araña”;
- *Videocine:* \$ 320.5 mdp por “Los Juegos del hambre. Sinsajo parte 1”
- *Warner Bros International:* \$260 mdp por “Annabelle”.

Ahora si sólo consideramos exclusivamente la distribución de películas de origen mexicano encontramos dentro de las 5 principales empresas distribuidoras a: Videocine, Alphaville, Fox International, Latam Distribución y Cinépolis. Durante el 2014, Videocine distribuyó 12 películas, logrando una asistencia en conjunto de 14 595 000 personas e ingresos por \$ 620 702 000 pesos (Íbid., pág. 68). Esta empresa forma parte de Televisa CINE y es considerada como la distribuidora más importante de cine mexicano, está

asociada con otras empresas como Altavista Films, Argos Cine, Plural Entertainment, Cinépolis Producciones, Lemon Films y el IMCINE. Además, firmó un convenio con Lionsgate creando PANTELION Films que permite llevar películas al público hispano que radica en Estados Unidos (Videocine, 2015).

Tabla 10. Principales distribuidoras de películas mexicanas en 2013

DISTRIBUIDORA	PELÍCULAS	ASISTENCIA (MILES)	INGRESOS (MILLONES DE PESOS)	COPIAS
VIDEOCINE	12	14,595	620.7	5,220
ALPHAVILLE	2	4,192	189.3	657
FOX INTERNACIONAL	2	2,748	126.6	1,085
LATAM DISTRIBUCIÓN	5	1,539	72.3	1,638
CINÉPOLIS	1	249	12.1	143
INDEPENDIENTE	21	42	1.3	85

Exhibición: El sector de exhibición es un sector que tiene pocos años de haberse formado empero es una actividad consolidada y que actualmente se encuentra controlado principalmente por 2 empresas. El 2013 COFECE (Comisión Federal de Competencia Económica) aprobó la compra de CINEMARK por parte de CINEMEX lo que dio lugar a la existencia de dos grandes distribuidoras en el país: 1.CINEMEX, con una cuota de participación de mercado de 30.94%; y 2.CINÉPOLIS con 64.88% (Espinosa, 2015).

CINEMEX es una empresa mexicana que se fundó en 1995, actualmente es la sexta cadena de cines más grande del mundo. Poseen alrededor de 271 complejos y 2,631 pantallas en el país y en los últimos años ha tenido un crecimiento anual de 35%. Maneja una serie de conceptos para atraer y mantener a su audiencia como lo son: Platino Cinemex y Premium Cinemex, Cinemexxtremo, Cinemex3D, X4D, CineMá, Casa de arte y contenido alternativo en donde ofrecen la exhibición de partidos de la NFL, Fútbol

soccer, ópera, ballet y entre otros (CINEMEX, 2013). En el 2015 invirtió 280 millones de pesos para la apertura de 5 complejos y planea abrir 25 más durante el 2016 (Forbes Staff, 2015).

CINÉPOLIS es la cadena de salas más grande de México y de latinoamericana y la 4^{ta} más grande en el mundo. Poseen 327 cines en México y 142 en otros países ubicados en Centroamérica, Sudamérica, Asia y así como Estados Unidos, India y España. Según el portal online de la empresa, actualmente posee una participación de mercado del 65.12% en México con 340 cines y 3,030 salas. Sus principales líneas de negocios son: exhibición de películas, venta de bebidas y alimentos, y venta de publicidad en pantalla (CINEPOLIS, s.f.).

El resto de la cuota de mercado está repartido en empresas y organismos más pequeños. Éstos últimos son, por ejemplo, CINETECA Nacional, Cinetecas estatales, Cineclubs, casas de culturas, festivales y plataformas digitales, que todos ellos, se han vuelto vitales para las estrategias de exhibición de productores con bajo presupuesto, películas mexicanas y otras películas consideradas como independientes (Ver Cuadro 4).

Cuadro 4 Empresas mexicanas en la cadena de valor de la industria
Relación de algunas empresas relacionadas a las actividades centrales de la Industria Cinematográfica Mexicana según IMCINE

Empresas productoras

1910 Films * Adicta Films * Agárrate del Barandal Films * Agentelibre Film & Tape * Alameda Films* Alherville Cinema* Altavisión Producciones * Anima Estudios* Animex * Araneda Films* Argenmex Films * Armagedón Films* Arte Mecánica Producciones* Astillero Films* Avanti Pictures* Bambú Audiovisual* BCS Studios* Beanca Films* Blanke & Cerro Productions* Bonanza Films* Burst Video Equipment* C Producciones* Camaleón Films* CANANA* Cárlico Estudio de Animación * Celuloide Films* Cineconcepto* Cinematografía Filmex* Columbia Pictures Producciones México* Contenido Neto* Corazón Films * Cuadro Comunicación-Aftermoonfilms* Chamán Animation* Chapala Media Park* De cuernos al abismo films* Desde México Films DMF Grupo de Producción * Eduardo Díaz del Castillo Lomelí* El Séptimo Sello* Elite Studios* Enfoque Lab * Figment * Fragua Cinematografía* Galante Producciones * Goodboy Motion & Design * Grupo Imagyx* Gyroscopik* Integradora Cinematográfica y Audiovisual* Intelia Films * Invierno

Films* K4OS Films* Kuter Casa Productora Kether Wesak * La Banda Films* La Casa del Cine* La Fábrica Films* La Marca del Jaguar* La Maroma Producciones* Lemon Films* Letra Cinema * Lo Coloco Films* Los Hijos de su Madre* Lupita Productions * Macuarro Producciones* Machete Producciones* Malakita Producciones* Mantarraya Producciones * Maraca Films* Matraca Films * Metacube Tecnología y Entretenimiento* Metro Producciones * N 5 Producciones * Nao Films * Neural Films* Organika * Phenomena Animation Studio* Phoenix Films* Pimienta Films* Polen Audiovisual * Producciones César Balestra Campuzano * Producciones El Chango* Producciones SBI* Qia Films* Realizaciones Sol * Realizaciones Sol* Reeliz Film Producciones * Retro Studio* Riviera Maya Films* Rocha Mente y Arte* Reeliz Film Producciones * Renderfarm Studios* Rojo Films * Santas Producciones* Simplemente* Sobrevivientes Films* SONIPRO* Spectrum Films* Sula Films* Tenaz Productions * Tequila Film Studios* Tete Films* Tipo * Traziende Producciones * Ultra Films* Una Comunión * VideoCine* Visualimex * Volcán Producciones* Yellow Films* Yucatán Productions * Zeeka Producciones

Empresas distribuidoras

20th Century Fox* Alfgaville Cinema* AM tecnología* Arthouse Corporation* Blockbuster de México* Candy Box Ent * Cien Films * Cine, Video y T.V. * Cinemas Nueva Era * Cinematografía Calderón* Cinematográfica Macondo * Dragón Multimedia* En Pantalla Producciones Internacionales* Gussi Artecinema* LatinFusión* Quality Films * Tarántula Films* Universal Pictures México* Zima Entertainment

Empresas productoras/distribuidoras

20th Century Fox* Araneda Films * Cinestesia* Creadores Contemporáneos* Homosapiens Films* Mantarraya Producciones* Paramount Pictures México

Empresas Exhibidoras

Cinemark / Cinépolis* Cinemas Lumiere* Cinemex* Cineteca Nacional * Filmoteca UNAM* La casa del Cine Mx* Oaxaca Cine * The Movie Company* Cinemagic* Cinemas del Country * City Cinemas* Ms Cinemas* Tú Cine* Cine Tonalá* Autocinema el Coyote

Fuente: Elaboración propia con información del Instituto Mexicano de Cinematografía (Cinema México. Producciones 2013-2015, 2014, págs. 246-248)

3.2.2 Agentes sociales relacionados a la industria

En esta sección se presentan algunos ejemplos de instituciones y agrupaciones sociales que están relacionadas con actividades del sector cinematográfico, cabe

aclarar que no son las únicas ni mucho menos las más importantes (Ver Cuadro 5 para mayores ejemplos).

AMFI- Asociación Mexicana de Filmadoras: Es una asociación civil que agrupa a casas productoras de comerciales, animación, contenidos, largometrajes y audio principalmente asentadas en la Ciudad de México. Su objetivo es analizar, proponer e implementar procedimientos administrativos, mercantiles y jurídicos que ayuden a sus asociados.

AMPI- Asociación Mexicana de Productores Independientes: representa los intereses de productores frente a instancias de gobierno, iniciativa privada y sindicatos de la industria.

ANDA- Asociación Nacional de Actores: Es una de las asociaciones más reconocidas en el país que representa al gremio actoral y artístico. Funge como enlace entre sus socios y las empresas en temas de necesidades y oportunidades laborales.

CANACINE- Cámara Nacional de la Industria Cinematográfica y del Videograma: Institución autónoma que representa el interés general de esta industria en el país y se encuentra integrada tanto por personas física como morales que se dedican a la producción, distribución y exhibición de películas, también se incluyen a los estudios cinematográficos y de doblaje, laboratorios y talleres directamente relacionados al sector.

REDIC- Red de Investigadores de Cine: Es una agrupación académica que tiene como objetivo el fortalecer la investigación y la docencia, formar nuevos investigadores y generar un espacio para la actualización y difusión académica alrededor del tema cinematográfico.

3.2.3 Instancias públicas relacionadas a la industria

SEP – Secretaría de Educación Pública: Lleva acabo sus atribuciones a través del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes y del Instituto Nacional de Derechos de Autor¹⁸.

SEGOB- Secretaría de Gobernación: A través de la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía se encarga de autorizar la distribución, exhibición y comercialización de películas en el país; otorga la clasificación de las películas según la Ley Cinematográfica; expide los certificados de origen de las películas; autoriza el doblaje y aplica sanciones.

CONACULTA- Consejo Nacional para la Cultura y las Artes: Es una instancia de gobierno que tiene como fin el coordinar las políticas, organismos y dependencias que tienen un carácter cultural y artístico. Según la Ley Cinematográfica es la encargada de coordinar las actividades del Instituto Mexicano de Cinematografía y el de la Cineteca Nacional; fomentar y promover las actividades de la industria cinematográfica; realizar eventos promocionales, concursos y entregar reconocimientos; fomentar la investigación y estudios en materia cinematográfica; y procurar la difusión de la producción del cine nacional en los diversos niveles del sistema educativo y entre otros.

CINETECA NACIONAL: Es una dependencia encargada de preservar la memoria fílmica nacional y extranjera en México, así como el de promover la cultura cinematográfica en el país. Los productores, distribuidores o exhibidores están obligados de por ley a aportar una copia de las películas que se requieran para el acervo de la Cineteca Nacional. Actualmente cuenta

¹⁸ Cuando se realizó este apartado aún no se creaba la Secretaría de Cultura (aprobada en diciembre de 2015). El director de CONACULTA pasó a ser el titular dicha Secretaria de Estado sin embargo no ha se han informado sobre cambios en la gestión de los temas públicos que se manejan y manejarán durante el ejercicio de 2016 y los años que falta para cierre del sexenio.

con 10 salas exhibición, un Foro al aire libre, un laboratorio de restauración digital, un centro de documentación, un departamento de Extensión académico encargado de diplomados, seminarios, cursos y talleres y extensiones en los Estados de la república.

IMCINE- Instituto Mexicano de Cinematografía: Es un organismo descentralizado, fundado en 1983, cuyo objetivo consiste en impulsar el desarrollo de la industria cinematográfica nacional para eso lleva a cabo una serie de actividades que buscan acrecentar la producción cinematográfica; establecer la política del sector; apoyar a la producción, distribución y exhibición de películas en México como en el extranjero; y promover a través de festivales, muestras, ciclos y foros el conocimiento de la cinematografía a diversos públicos.

COMEFILM- Comisión Mexicana de Filmaciones: es la Comisión encargada de ofrecer información general sobre cómo producir cine en México, ofertar una base de datos sobre el sector y brindar toda aquella información necesaria para filmar en México: Directorios, fotos de locaciones, contactos, vínculos con los gobiernos estatales, asesoría etc...

INDAUTOR-Instituto Nacional de Derechos de Autor: Es el órgano desconcentrado encargado de proteger los derechos de autor; promover la creatividad; controlar y administrar el registro público de derecho de autor, entre otros. Según la Ley de Cinematografía, tiene las atribuciones de promover la creación de la obra cinematográfica; llevar el registro de esas obras; realizar investigaciones sobre infracciones que violen las disposiciones de esta Ley; imponer sanciones y aplicar tarifas vigentes para el pago de regalías por la explotación de obra cinematográfica.

Cuadro 5 Agentes sociales e instituciones públicas en la industria cinematográfica

Instituciones Públicas

Secretaría de Educación Pública* Secretaría de Gobernación * Consejo Nacional para la Cultura y las Artes* Cineteca Nacional * Instituto Mexicano de Cinematografía * Comisión Mexicana de Filmaciones * Instituto Nacional de Derechos de Autor*

Instituciones sociales

Asociación Mexicana de Filmadoras* Asociación Mexicana de Productoras Independientes* Anda Asociación Nacional de Actores* Cámara Nacional de la Industria Cinematográfica y del Videograma* Red de Investigadores de Cine* Academia Mexicana de Artes y Ciencias Cinematográfica* Asociación Nacional de Intérpretes * Mujeres en el Cine y la Televisión* Sindicato de Directores de México* Asociación Nacional de Técnicos de Cine y del Audiovisual* Dirección General de Actividades Cinematográficas de la UNAM/FILMOTECA* Sindicato de Trabajadores de la Producción Cinematográfica de la República Mexicana* Sociedad General de Escritores de México* Sociedad de Autores y Compositores* Sociedad Mexicana de Autores de Fotografía Cinematográfica.

Fuente: *Ibíd.* (Pág. 246)

3.2.4 Apoyos gubernamentales a la industria cinematográfica.

FIDECINE

Fidicine (Fondo de Inversión y Estímulos al Cine) es un fideicomiso sectorizado en la Secretaría de Educación Pública de apoyo a la producción, postproducción, distribución y exhibición de largometrajes (75 minutos o más) de ficción y/o animación que otorga apoyos vía capital de riesgo y créditos.

Películas apoyadas por FIDECINE en 2014:

Tabla 11. Apoyos FIDECINE 2014

Película	Estímulo otorgado
La dictadura perfecta	\$ 988,161.47
¿Qué le dijiste a Dios?	\$ 412,531.86
El crimen del Cácaro Gumaro	\$ 332,523.85
Guten Tag Ramón	\$ 240,582.70
Visitantes	\$ 213,060.66
Paraíso	\$ 108,014.55
Huérfanos	\$ 6,265.75
La guerra de Manuela Jankovic	\$ 393.14

Elaboración propia con datos del IMCINE

FOPROCINE

Foprocine (Fondo para la Producción Cinematográfica de calidad) es un fideicomiso sectorizado en la Secretaría de Educación Pública con convocatorias de apoyo para producción o postproducción de largometrajes (de 75 minutos o más) de ficción, documental y/o animación. Otorga recursos en contratos de coproducción vía capital de riesgo o contratos de crédito. No se trata de recursos a fondo perdido.

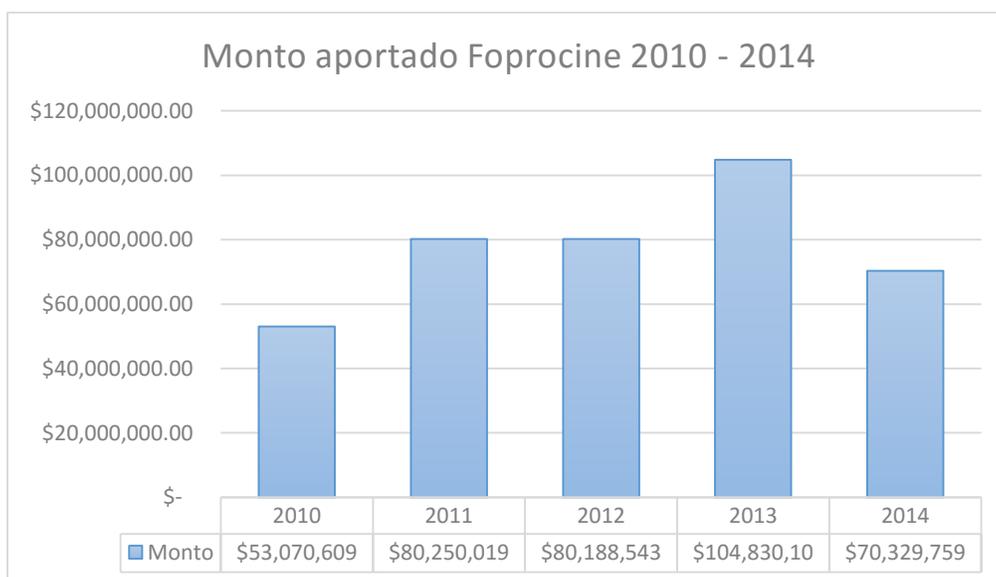
Las aportaciones de Foprocine más importantes de 2010 a 2014 son:

Tabla 12. Aportaciones FOPROCINE 2010.1014

Año	Película	Aportación Foprocine (millones de pesos)
2010	Obediencia perfecta	10
	Todo el mundo tiene alguien menos yo	7.5
	Mi universo en minúsculas	7.5
	Inercia	7
2011	Los insólitos peces gatos	10
	Workers	9
	Post Tenebras Lux	9
	Carmín tropical	8
2012	Güeros	9.24

	Viento aparte	8.5
	La tirsia	8.4
	Estrellas solitarias	7.5
2013	Inzomnia	9.5
	Zeuz	9.5
	Tamara y la Catrina	9.5
	Traición	9.5
2014	Mano a mano	10
	Los días más oscuros de nosotras	9.84
	La región salvaje	8.5
	Cangrejos	8.25

Gráfica 4. Monto aportado Foprocine



EFICINE 189

Eficine 189 es un estímulo fiscal para los contribuyentes que otorga el Artículo 189 de la Ley del Impuesto sobre la Renta (LISR) y que apoya la producción o postproducción de largometrajes de ficción, animación y documental; así como la distribución de películas.

A través de Eficine, los contribuyentes que inviertan en proyectos cinematográficos en México pueden obtener un crédito fiscal, equivalente al monto

de su inversión, contra el impuesto sobre la renta en el ejercicio en el que se determine el crédito.

Cabe destacar que el apoyo del Foprocine puede combinarse con el de Eficine 189, no así con el de Fidecine.

PROAUDIOVISUAL

El Fondo “Proaudiovisual” es un programa a cargo de PROMÉXICO¹⁹ creado el 10 de septiembre de 2010. Tiene como objetivo promover la inversión en la industria cinematográfica y audiovisual a través del otorgamiento de apoyo a proyectos nacionales y extranjeros.

Los apoyos de este Fondo consisten en otorgar hasta el 17.5% del total de los gastos realizados y facturados en México, en producciones superiores a 40 millones de pesos. Al 2013 ha apoyado la producción de 6 largometrajes con un monto de 24.9 millones de pesos. En 2014 contó con 60 millones de pesos.

3.3 El funcionamiento de la industria cinematográfica mexicana

3.3.1 Producción

Para ejemplificar cómo funciona la producción de películas en México tomaremos el caso de “La dictadura perfecta” y “Cásense quien pueda”. Estos dos filmes se ubicaron dentro del top 10 de películas mexicanas con mayor asistencia e ingresos durante el 2014 así como dos de las películas mexicanas más vistas en los últimos 15 años. La dictadura perfecta tuvo una asistencia de 4.2 millones de personas y Cásese quien pueda 4 millones de asistentes, generando ingresos respectivamente por 189.2 y 168.3 mdp (Instituto Mexicano de Cinematografía, 2015).

¹⁹ ProMéxico es el organismo del Gobierno Federal encargado de promover la atracción de inversión extranjera directa y las exportaciones de productos y servicios, así como la internacionalización de las empresas mexicanas, y al fortalecimiento de la imagen de México como socio estratégico para hacer negocios.

La dictadura perfecta es una película que critica, parodia y exhibe la corrupción de la clase política mexicana, fue dirigida por Luis Estrada; director, guionista y productor. Él fue director también de otras películas como “El Infierno” (2010), “Un mundo maravilloso” (2006) y “La Ley de Herodes” (1999). Por lo tanto, dentro de las estadísticas del Instituto Mexicano de Cinematografía se cuenta como una película de un “director con trayectoria”.

En 2012 se terminó de escribir el guion, el cuál tardaron alrededor de un año en tenerlo listo. Estuvo financiada por: EFICINE 226-189, con la participación de Grupo Televisa; FIDECINE; Estudios Churubusco; Gobierno del Estado de Durango (locación en donde se filmaron la mayor parte de exteriores de la película); la Universidad Nacional Autónoma de México y Bandidos Films, la casa productora encargada de la película. Además, para completar el financiamiento se obtuvo un adelanto de la empresa distribuidora Videocine, a cambio de los derechos de comercialización para la república mexicana. Aunque cuando la película estuvo lista decidieron retirarse y no comercializarla (La dictadura perfecta, s.f.).

La preparación de la película inició en 2013, concluyó en marzo 2014 para ser estrenada el 16 de octubre del mismo año. Fue distribuida por Bandidos Films y Alhaville Cinema. Cabe destacar que en la película participaron actores reconocidos nacionalmente, así como directores de vestuario, fotografía y entre otros que cuentan con trayectoria internacional. Por último, esta película es una muestra de cómo aún en México la libertad de expresión no es del todo bien recibida; si el tema de la película resulta incómodo existen obstáculos para recibir financiamiento y lograr que sea distribuida, esto se puede leer entrelíneas en la página de la película y las notas periodísticas del momento²⁰.

Por su parte, “Cásese quien pueda”, es una comedia romántica mexicana estrenada en 2014 sin embargo se terminó de producir en el año de 2012. Esta película es dirigida por Marco Polo Constandse, producida por Selva Pictures & Sin

²⁰ Ver La dictadura perfecta (s.f.) y Magaña (2014).

Sentido Films y Distribuida por Videocine. Es grabada parcialmente en el Distrito Federal y en las selvas de Quintana Roo.

Martha Higuera, actriz reconocida en México y con algunas participaciones en películas y series estadounidenses fungió no sólo como la protagonista también fue la guionista y una de los productores de la película, para ello creó la casa productora “Selva Pictures” (Vértiz de la Fuente, 2014). La película a pesar de las duras críticas al guion, tuvo una buena aceptación por parte del público mexicano recalcando la inclinación hacia géneros más cómicos y románticos.

Estos dos ejemplos nos ofrecen algunas particularidades de la producción en México, así como de los limitantes: El género que predomina, el poder de las distribuidoras, los temas que son bien recibidos y el financiamiento. A pesar, de que en el 2014 predominó la producción de películas con productores y directores que lo intentaban por segunda y tercera vez, la cifra de óperas primas aún sigue siendo alta, lo cual no es algo negativo sino un tema que obliga a analizar el por qué no existen más producciones de segundas y terceras películas de un mismo director o productor. De igual manera es interesante comprobar cómo se crean nuevas empresas sólo por un proyecto.

3.3.2 Distribución y exhibición

En México las películas más taquilleras y con mayor audiencia suelen ser películas extranjeras, representadas por las mayores empresas distribuidoras estadounidenses, acaparando las salas de exhibición de películas en el país. Al igual que otras empresas éstas tienen todo un equipo detrás para decidir en cuántas pantallas se estrenarán las películas, en qué fechas, quiénes son sus competencias, qué otros eventos ocurrirán al momento de la muestra, el género y cómo negociarán con las empresas exhibidoras. Las películas más taquilleras o las que esperan mayor audiencia son las llamadas “Blockbuster” o “estrenos de veranos”, por lo tanto, se negocian un mayor número de copias, de pantallas y el formato para exhibirlas. Comúnmente si es una película de estreno medio se abre entre 300 y

350 pantallas, una chica en 200 y las películas nicho entre 10 o 20 pantallas o salas de arte (Calderón, 2015).

Una vez que la distribuidora realizó todos sus estudios de mercados y acordó las especificaciones con la dirección, equipos de ventas y oficinas regionales sigue el proceso de negociación con las empresas exhibidoras (CINÉPOLIS y CINEMEX, para el caso de México), se acuerda el número de pantallas y la cuota que se deberá pagar a los cines por proyectar las películas. Esta cuota se le conoce como VPF (Virtual Print Fee) y es en realidad una renta que se paga por proyector. La cantidad a pagar varía según factores relacionados al estreno; si este es grande, si se exhibe en todas las plazas a nivel nacional o si es un blockbuster. La cuota será más alta si cumple con todos los puntos anteriores, en promedio los VPF están entre 450 y 500 dólares por semana.

Una vez que se acuerda sobre los VPF, sigue el punto de hablar sobre la ganancia. Entra en juego el "Film Rental", que es lo que pagan los cines a las distribuidoras por cada boleto vendido. Comúnmente este puede acordarse en un 40-35% de las ganancias a favor de los exhibidores; un 40% la primera semana y un 35 la segunda. Las empresas distribuidoras se quedan con el 60%. Aunque esto no es la regla, suele ser variado según las negociaciones y el tamaño de las empresas distribuidoras. Las distribuidoras independientes suelen tener un trato distinto y sus películas cuentan con pocos espacios para ser exhibidas debido a que las películas comerciales son más invasivas y a que las grandes empresas distribuidoras suelen tener programados sus estrenos a partir de estas fechas a un lapso de tres años.

En la siguiente tabla se exponen las películas con mayor asistencia a salas de cine en México para 2015. Todas ellas fueron estrenos cuyo país de origen fue Estados Unidos, y la distribuidora encargada de comercializarlas igualmente fueron las *majors* a excepción de una, la cual estuvo a cargo de Videocine.

Tabla 13. Asistencia en México 2015

<i>Película</i>	<i>Distribuidora</i>	<i>Asistencia (millones)</i>	<i>Ingreso (millones)</i>
<i>Minions</i>	Universal Int.	16.1	724.8
<i>Avengers: era de Ultrón</i>	Walt Disney Int.	15.7	784.1
<i>Rápidos y Furiosos 7</i>	Universal Int.	15.5	779.3
<i>Mundo Jurásico</i>	Unniversal Int.	13.8	685.9
<i>Intensamente</i>	Walt Disney Int.	10.8	485.6
<i>Hotel Transylvania 2</i>	Sony Int.	9.8	400.2
<i>Terremoto, la falla de San Andrés</i>	Warner Bros Int.	9.6	465.0
<i>Los juegos del hambre: Sinsajo. Parte 2</i>	Videocine	7.0	332.5
<i>Star Wars: el despertar de la fuerza</i>	Walt Disney Int.	6.7	384.7
<i>Bob Esponja: un héroe fuera del agua.</i>	Paramount Int.	5.5	242.6

Elaboración propia con datos de IMCINE 2015

3.4 Desempeño actual del sector cinematográfico

La información presentada y los análisis que se realizan para este apartado están basados en los datos disponibles en el Anuario Estadístico del Cine Mexicano 2014 realizado por el Instituto Mexicano de Cinematografía (2015). En él se abordan temas que van desde la producción hasta la exhibición de películas mexicanas en el extranjero y dentro de plataformas digitales. En este punto, para generalizar y poder caracterizar brevemente el cine de nuestro país, solamente se consideran algunos como el número de películas producidas, los costos y los ingresos generados.

El 2014 es el año con un mayor número de películas producidas en los últimos diez, cifra que iguala e incluso supera al número de producciones por año en las décadas de los 40's y 50's, lapso de tiempo considerado como "la época de oro" del cine mexicano (Ver en ANEXO 6 Lista de películas mexicanas producidas).

El 2014 es por lo tanto el año en el que se ha producido el mayor número de películas en la historia del país, ubicando a México dentro de los 20 países mayores productores en el mundo y dentro de los 3 primeros en América Latina (Ibíd., pág. 15). Además, es necesario incluir los 535 cortometrajes también realizados en este periodo y así como considerar el incremento de las coproducciones las cuales se realizaron con 19 países (principalmente con Estados Unidos, Argentina, Colombia, España y Francia).

Gráfica 5 Número de películas mexicanas producidas



Fuente: Instituto Mexicano de Cinematografía, 2015; pág. 19.

Este año también ha sido la excepción en referencia a óperas primas. En los últimos 5 años en México se habían producido más óperas primas que segundas y terceras obras por director lo que hacía intuir la existencia de inconveniencias y limitantes en la producción. Los directores y productores veían que era difícil el proceso y desistían en nuevos proyectos; sin embargo, el 2014 marca un parteaguas, y no importando la cantidad de segundas y terceras obras, refleja una mayor continuidad en el desarrollo profesional de productores y directores. Y un punto bueno para la industria cinematográfica mexicana (ver Tabla 9).

Tabla 14 Resumen del comportamiento de la industria

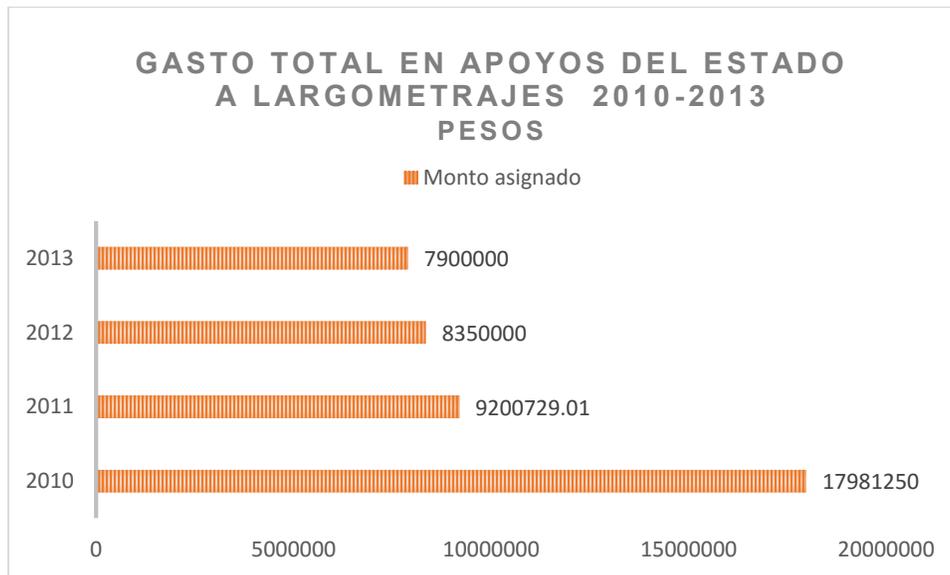
Tabla de resumen, 2014	
Asistencia a salas de cine	240 millones
Asistencia a películas mexicanas	24 millones
Promedio de asistencia anual por habitante	2
Ingresos en taquilla	11 237 millones
Precio promedio por boleto	47
Complejos cinematográficos	670
Pantallas	5678
Pantallas digitales	90%
Festivales cinematográficos	103
Estrenos	330
Películas mexicanas estrenadas	68
Películas mexicanas producidas	130
Películas mexicanas apoyadas por el Estado	80%
Óperas primas	38%
Directores con segundas y terceras obras	42%
Directores con trayectorias	20%
Películas mexicanas estrenadas en cines disponibles en internet	41%

Fuente: Instituto Nacional de Cinematografía, 2015; pág. 13.

Por otro lado, el costo promedio por películas en el 2014 fue de 20 millones de pesos. Este costo varía según el género del filme, por ejemplo, la producción de un largometraje animado tuvo un costo promedio de 30 millones de pesos (mdp), las películas de ficción 20 mdp y los cortometrajes 3 mdp. De la cantidad de películas producidas en este año el 80% fue apoyada por el Gobierno, el resto corresponde a producciones 100% privadas (ver Tabla 9). El Estado cuenta con estímulos y apoyos para el sector como FIDECINE, FOPROCINE y EFICINE a cargos del Instituto Mexicano de Cinematografía, sin embargo, en los últimos años estos han ido a la baja y el Instituto se ha visto envuelto en polémicas relacionadas a favoritismos e imparcialidad en la asignación de fondos²¹ (Ver Gráfica 4).

²¹ Ver notas periodísticas (EL INFORMADOR / GSO, 2014); (Escobar, 2012); (Olivares, 2015); (Magaña, 2014).

Gráfica 6 Apoyos Estatales a la producción



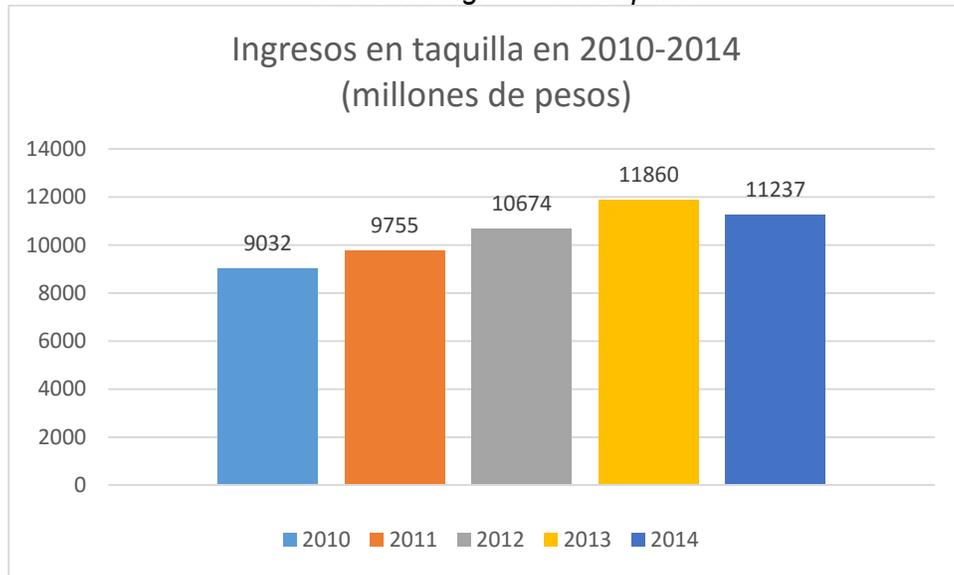
Fuente: IMCINE. Reporte general de largometrajes apoyados²²

México es uno de los países en el mundo con un mayor número de asistencia a salas de cine. En el 2014 se tuvo una asistencia de 240 millones de personas a nivel nacional, teniendo un promedio de asistencia por habitante de 2 veces al año. Las películas con mayor asistencia fueron principalmente de origen estadounidense con un promedio de 7.4 millones de asistentes: “Maléfica” con 12 189 931 (de la distribuidora Walt Disney Int’l); “Río 2” con 9 125 799 asistentes (Fox Int’l); “Transformers 4: La era de la extinción” con 8 578 896 (Paramount INT’l). Las películas de Hollywood representaron un 87% de la asistencia y 52% de los estrenos. Las entidades con mayor asistencia de películas nacionales fueron Distrito Federal, Jalisco, Nuevo León y Veracruz con más de un millón de espectadores por año. A nivel nacional se generaron ingresos en taquilla por \$ 11 237 millones de pesos.

²² Ver en:

http://www.imcine.gob.mx/sites/536bfc0fa137610966000002/content_entry537f86d393e05abc55000186/55a6e37a9d7279bbf0000001/files/PEL_CULAS_IMCINE_2000-2015-WEB_IMCINE.pdf

Gráfica 7 Ingresos en taquilla



Fuente: Instituto Mexicano de Cinematografía, 2015; pág. 26.

Por otro lado, la asistencia a las películas mexicanas fue alrededor de 24 millones de personas y de las 130 películas producidas sólo se estrenaron 68. Uno de los principales retos que enfrenta el cine mexicano es que no cuenta con una adecuada circulación en salas de cine comerciales en los estados, a pesar de haberse demostrado su rentabilidad, con una amplia variedad de géneros y propuestas temáticas. Las películas nacionales por lo general sólo llegan a las capitales y algunas cuantas urbes con alta densidad demográfica. En 2014, el 22% de las películas nacionales estrenadas tuvieron un lanzamiento en todas las entidades del país, mientras que 45% se lanzaron en menos de 5. El Distrito Federal y el área metropolitana es la región con mayor asistencia y número de estrenos de cine nacional. La región norte es la que registra el promedio más bajo y que incluye los estados de Chihuahua, Coahuila, Nuevo León, Tamaulipas, Durango y Zacatecas (Instituto Mexicano de Cinematografía, 2015, pág. 50).

Las películas por géneros más estrenadas fueron las de comedia, drama y documentales. Teniendo mayor éxito en ingreso y asistencia las comedias. Videocine se ha consolidado como la empresa preponderante en la distribución de cine nacional, con películas que se caracterizan por tener un corte comercial. En el

2014 estrenaron 12 películas. Además, se percibe que en la distribución del cine nacional existe una escasa participación de las “majors hollywoodenses”, sólo Fox distribuyó dos títulos mexicanos con una asistencia de 2748 espectadores.

Tabla 95 Estrenos de películas por géneros 2015

Estrenos de películas mexicanas por género cinematográfico 2015			
Género	Ingresos (millones de pesos)	Asistentes (miles)	Películas estrenadas
Acción-aventura	18.1	473.3	4
Animación	246.9	6,219.0	5
Ciencia ficción	1.3	27.0	1
Comedia	104.5	2,412.9	23
Comedia romántica	128.8	2,856.0	2
Documental	6.2	145.7	17
Drama	202.6	4,558.4	27
Suspense	6.1	140.6	5
Terror	30.5	703.6	1
Total	745.1	17,536.5	80

Fuente: IMCINE 2015,

Tabla 106 Ingresos de películas mexicanas por distribuidora 2015

Estrenos de películas mexicanas e ingresos por distribuidora 2014					
Distribuidor	Estrenos	Ingresos (millones)	Distribuidor	Estrenos	Ingresos (millones)
Videocine	12	535.2	Latam Dist.	3	2.7
Cinépolis	5	68.8	Independiente	17	1.5
Warner Bros Int.	1	54.1	Piano	3	1.3
Universal Int.	1	34.9	Cinonauta	2	1.0
Gussi	2	9.1	In Film	1	0.6
Neverlanding Dist.	1	7.2	Animal de la Luz	1	0.5
Nueva Era	3	7.1	Corazón	1	0.4
Mantarraya	4	6.4	Acme Dist.	1	0.3
Alferville	3	5.2	Canana	2	0.2
Canibal	3	4.8	Embrujo Films	1	0.1
Dragón	2	3.2	Catonia Films	1	0.1

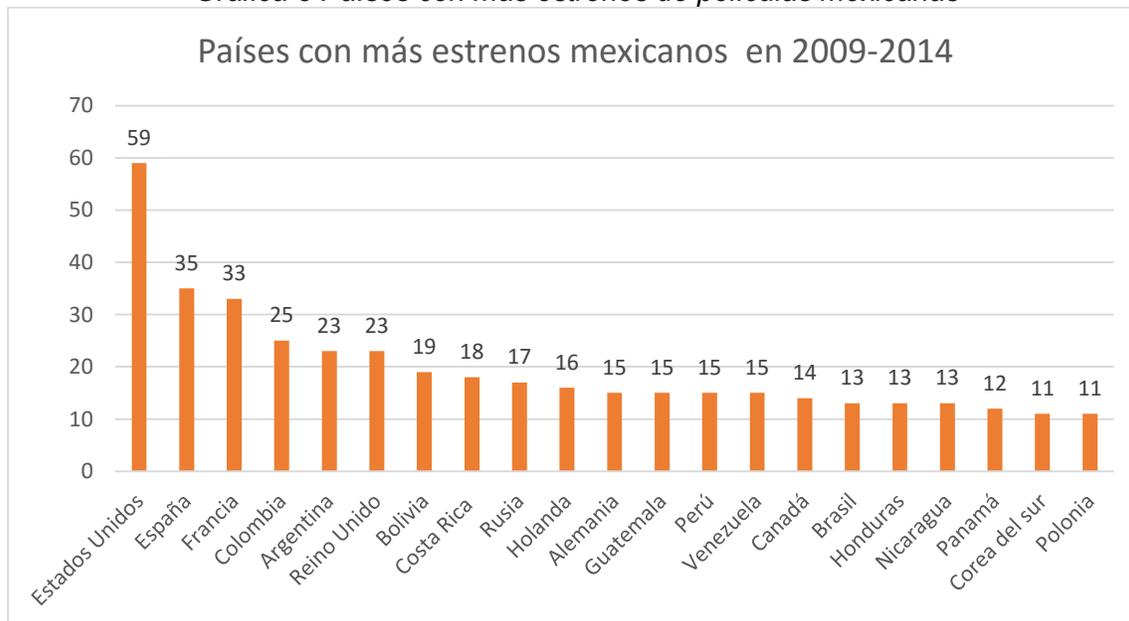
Fuente: Instituto Mexicano de Cinematografía, 2015; pág. 93.

Durante el 2014 se contabilizaron 5 678 pantallas en el país, distribuidas principalmente en ciudades de alta densidad demográfica, registrándose un aumento de 770 pantallas en el año. A pesar del aumento del número de pantallas la capacidad en los complejos o salas de exhibición se han reducido. Los complejos más grandes pueden contar con una capacidad de 4000 butacas. Las regiones con mayor número de pantallas son la Centro (DF y zona metropolitana) y la del pacífico (Baja California, Baja california Sur, Sinaloa, Nayarit, Jalisco, Colima, Michoacán).

Por otro lado, en el país también existen infraestructuras alternativas para exhibición de filmes, en el 2014 se contabilizaron 380 cines clubs y alrededor de 100 festivales cinematográficos que suelen ser empleados dentro de las estrategias de exhibición de largometrajes y cortometrajes de bajo presupuesto.

Por último, es preciso señalar la participación del cine mexicano en el extranjero. En los últimos años ha tenido una tendencia al alza en su presencia internacional lo que se traduce como una mayor apertura al mercado y mayores oportunidades para productores, directores, distribuidores y entre otros. En 2014 el cine mexicano tuvo alrededor de 164 reconocimientos internacionales en festivales de 28 países y sus películas fueron presentadas en 41 países.

Gráfica 8 Países con más estrenos de películas mexicanas



Fuente: Instituto Mexicano de Cinematografía, 2015; pág. 234.

3.5 Impacto socioeconómico de la industria cinematográfica en México

En este tema se analizará el impacto socioeconómico de la industria cinematográfica mexicana basándose en la información disponible en el rubro de las Cuentas Nacionales del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). Lo cual permitirá mostrar de manera general el potencial que tiene este sector para la creación de empleos, la generación de ingresos y su aportación al PIB nacional.

La información de la industria cinematográfica se encuentra incluida dentro de la Cuenta Satélite de Cultura y representada dentro del sector 51 “Información en medios masivos” del Sistema de Cuentas Nacionales.

La Cuenta Satélite de Cultura dimensiona la contribución de las actividades culturales en la economía del país; éstas se definen como: “... *un conjunto de productos y actividades sociales e individuales basadas en aspectos creativos y de carácter simbólico para transformarse a través de un proceso de creación, producción, transmisión, consumo, preservación y formación, en bienes y servicios*” (INEGI, 2014).

En el 2013 el PIB Cultural ascendió a 426 mil 107 millones de pesos, equivalentes al 2.8% del total de la economía y generó 1 millón 18 mil 456 Puestos de Trabajo Ocupados (PTO) representando el 2.4% del total de los empleos generados en el país durante ese año. Los sectores del Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte (SCIAN) que más aportaron al PIB Cultural fueron²³: el sector 71 Servicios de esparcimiento culturales y deportivos, y otros servicios recreativos, con 45.7 por ciento; el sector 51 Información en medios masivos, con 18.8% y; el sector 54 Servicios profesionales, científicos y técnicos con una participación de 10.7 por ciento. Los principales puestos de trabajo ocupados en la cultura por actividad fueron: Artesanías y juguetes tradicionales, 33.2%; Producción cultural de los hogares, 22.7%; comercio de productos culturales, 14.9 %; Diseño y servicios creativos, 6.8%; y medios audiovisuales, 4.8% (INEGI, c2015).

La industria cinematográfica se encuentra contemplada dentro del sector 51 en el subsector 512 Industria Fílmica y del video que también incluye a la industria del sonido. Este subsector estuvo compuesto en el 2014, según el Censo Económico realizado ese año por INEGI, por alrededor de 1 295 unidades económicas y con un personal ocupado total de 40 909 personas, lo que equivale al 13.87 % y 14.22% del total del sector 51, respectivamente. El total nacional de unidades económicas fue 5 millones 654 mil 014 con una población ocupada de 29 642 421 personas, el sector 51 representa solamente el 0.17 por ciento y el .97% de dichas cantidades.

²³ Dentro de la metodología para la medición del PIB cultural se consideran los siguientes sectores del SCIAN: 31-33 Industrias manufactureras; 43-46 comercio; 51 Información en medios masivos; 53 Servicios inmobiliarios y de alquiler de bienes muebles e intangibles; 54 Servicios profesionales, científicos y técnicos; 61 Servicios educativos; 71 Servicios de esparcimiento culturales y deportivos, y otros servicios recreativos; 81 Otros servicios excepto actividades gubernamentales; y 93 Actividades legislativas, gubernamentales, de impartición de justicia y de organismos internacionales y extraterritoriales.

Tabla 17 Estadísticas económicas sobre el sector de Información en medios masivos

Unidades económicas y personal ocupado en el sector de Información en medios masivos, 2014

Denominación	Unidades económicas	Personal ocupado total
Sector 51 Información en medios masivos	9,338	287,617
Subsector 511 Edición de periódicos, revistas, libros, software y otros materiales, y edición de estas publicaciones integrada con la impresión	1,515	4,8158
Subsector 512 Industria fílmica y del video, e industria del sonido	1,295	40,909
Subsector 515 Radio y televisión	1,374	50,238
Subsector 517 Telecomunicaciones	4,397	128,292
Subsector 518 Procesamiento electrónico de información, hospedaje y otros servicios relacionados	299	14,498
Subsector 519 Otros servicios de información	458	5,522

Fuente: Tomado de (INEGI, 2015).

Cada subsector está conformado por ramas y cada rama por una serie de clases. El subsector 512 está conformado por dos ramas: 1) la 5121 Industria Fílmica y del video y 2) la 5122 Industria del Sonido. La rama Industria fílmica y del video, incluye la producción de películas, programas de televisión, videoclips, comerciales; la distribución y exhibición de películas y otros materiales audiovisuales y también los servicios de postproducción de la industria. En la Industria fílmica y del video se contabilizaron 1 161 unidades económicas registrando 38 988 personas ocupadas. Siendo las clases de “Exhibición de películas y otros materiales audiovisuales” y la de “Producción de videoclips, comerciales y otros materiales audiovisuales” las que más personal ocupado y unidades económicas presentan. A nivel nacional, las cifras de esta rama representan el 0.02 % y 0.13% de la unidades económicas y personal ocupado, respectivamente.

Tabla 118 Estadísticas económicas sobre la industria filmica y del video

Establecimientos y personal ocupado en el subsector Industria filmica y del video, e industria del sonido 2014

Denominación	Unidades económicas	Total de Personal ocupado
Subsector 512 Industria filmica y del video, e industria del sonido	1,295	40,909
Rama 5121 Industria filmica y del video	1,161	38,988
Clase 512111 Producción de películas	67	1,038
Clase 512112 Producción de programas para la televisión	53	2,765
Clase 512113 Producción de videoclips, comerciales y otros materiales audiovisuales	184	3,671
Clase 512120 Distribución de películas y de otros materiales audiovisuales	19	585
Clase 512130 Exhibición de películas y otros materiales audiovisuales	792	29,984
Clase 512190 Servicios de postproducción y otros servicios para la industria filmica y del video	46	945
Rama 5122 Industria del sonido	134	1,921
Clase 512210 Productoras discográficas	9	30
Clase 512220 Producción de material discográfico integrada con su reproducción y distribución	9	889
Clase 512230 Editoras de música	15	466
Clase 512240 Grabación de discos compactos (CD) y de video digital (DVD) o casetes musicales	72	244
Clase 512290 Otros servicios de grabación del sonido	29	292

Fuente: INEGI. Censos económicos 2014

En relación a las 3 principales actividades económicas de la industria relacionadas con las clases del SCIAN se tienen que:

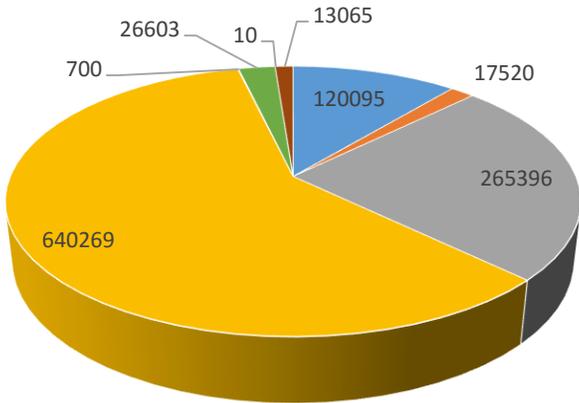
- La “Producción de películas tuvo un ingreso de 1 083 millones 658 mil 000 de pesos, principalmente por actividades relacionadas a “Servicios de producción para obras audiovisuales”, “Licenciamiento de derechos para distribución de largometrajes” y “Producción de películas protegidas por los derechos de autor”.
- Los Ingresos de la Clase 512120 Distribución de películas y de otros materiales audiovisuales fue de 2 585 463 000 pesos, derivados principalmente por “Licenciamiento de derechos para exhibición, transmisión o alquiler de largometrajes, nacional” y “Licenciamiento de derechos para distribución de películas”.
- La “Exhibición de películas y otros materiales audiovisuales” generaron 22 823 227 000 de pesos por admisión y comercio al por menor de dulces, bebidas y otros alimentos.
- Además, es necesario agregar los ingresos por las actividades relacionadas a la postproducción las cuales aportaron 332 millones 172 mil 000 pesos por postproducción y servicios de laboratorio principalmente.

Por último, los ingresos contabilizados a valor de venta que tuvieron las unidades económicas se exponen en las siguientes gráficas (para un mayor desagregado de los datos ver ANEXO 7).

Gráfica 9 Ingresos por Producción de películas

Ingresos en la Clase 512111 Producción de películas, 2014

Miles de pesos



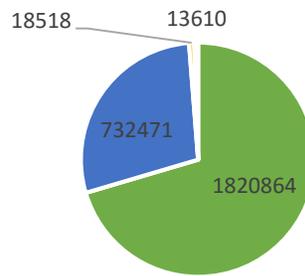
- Producción de películas protegidas por los derechos de autor
- Producción de películas por contrato
- Licenciamiento de derechos para distribución de largometrajes
- Servicios de producción para obras audiovisuales
- Licenciamiento de derechos para la transmisión o alquiler nacional de largometrajes
- Alquiler de espacio no residencial en inmuebles u otras instalaciones
- Distribución de obras audiovisuales
- Otros servicios

Fuente: elaboración propia con datos de los Censos Económicos 2014

Gráfica 10 Ingresos por distribución de películas y otros materiales audiovisuales

Ingresos Clase 512120 Distribución de películas y de otros materiales audiovisuales, 2014

miles de pesos

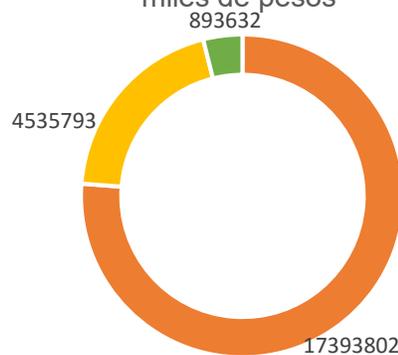


- Licenciamiento de derechos para exhibición, transmisión o alquiler de largometrajes, nacional
- Licenciamiento de derechos para distribución de películas
- Licenciamiento de derechos para distribución de otras obras audiovisuales

Fuente: elaboración propia con datos de los Censos Económicos 2014

Gráfica 11 Ingresos por exhibición de películas y otros materiales
Ingresos Clase 512130 Exhibición de películas y otros materiales audiovisuales, 2014

miles de pesos

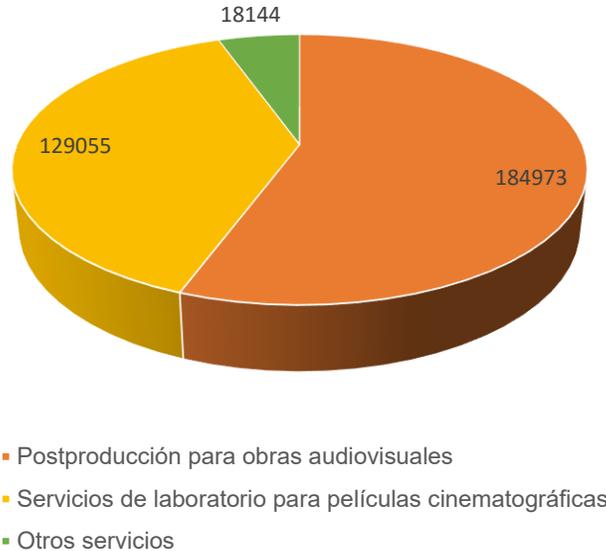


- Admisión a la exhibición de películas
- Comercio al por menor de dulces, bebidas y otros alimentos bajo la misma razón social
- Otros servicios

Fuente: elaboración propia con datos de los Censos Económicos 2014

Gráfica 12 Ingresos por servicios de postproducción y otros servicios para la industria

Ingresos Clase 512190 Servicios de postproducción y otros servicios para la industria filmica y del video, 2014
miles de pesos



Fuente: elaboración propia con datos de los Censos Económicos 2014

3.6 Ventajas y desventajas de la industria cinematográfica

Dada la información anterior es claro que la industria cinematográfica mexicana actual no tiene la importancia y peso en la economía como lo tuvo en la época de oro del cine mexicano. Y a ello se suma un fuerte elemento que opaca su producción, aunque produzca más, la mayoría de las películas no se estrenan y las que lo hacen tienen una muy reducida cuota de pantallas. Muy a pesar de eso, es una industria constituida, que genera empleos e ingresos y que se encuentra tratando de salir a flote de varias décadas en crisis y cargando con una serie de obstáculos que limitan su potencial creativo, productivo y el de su impacto socioeconómico.

Martínez Piva, Padilla Pérez, Schatan Pérez, & Vega Montoya, (2010), en su investigación presentan una lista de fortalezas y debilidades de la industria mexicana, que se confirman con las opiniones de otros autores, notas periodísticas y opiniones de profesionales creativos y técnicos del cine mexicano (Ver Tabla 14).

Entre las ventajas de la industria fílmica mexicana: se encuentran el talento humano, la capacidades de infraestructura, un público potencial grande, los apoyos e incentivos Estatales, una cadena de valor diferenciada y completa, escenarios naturales y una serie de reconocimientos a directores y creativos mexicanos a nivel internacional (por ejemplo premios y nominaciones al Óscar y los premios a mejor director de CANNES) que fomentan y hacen atractivo al cine nacional.

Tabla 128 Fortalezas y debilidades

Fortalezas y debilidades de la industria cinematográfica de México	
Fortalezas	Debilidades
Una larga trayectoria, que ha permitido construir capacidades: talento humano, instalaciones para filmaciones, centros de capacitación, servicios asociados y laboratorios de postproducción. Todos los eslabones de la cadena de valor se pueden realizar en México.	Insuficiente financiamiento para largometrajes que deben competir con una alta calidad técnica y artística, sobre todo comparando con los presupuestos de la competencia de los Estados Unidos.
Los cineastas tienen gran capacidad productiva y creativa.	Reducción de la llegada de producciones extranjeras debido al aumento de la inseguridad y a la falta de incentivos fiscales.
Cercanía geográfica con Estados Unidos, el principal productor de películas del mundo (en términos de ingresos en taquilla).	Falta de recursos humanos especializados en aspectos técnicos de la industria, en particular en las nuevas tecnologías digitales.
Costos competitivos para atraer inversión extranjera en actividades de producción y postproducción.	Coproducción con países que cuentan con una industria cinematográfica mayor suele reducir el control sobre la producción, la participación mexicana en la postproducción y la participación en el retorno de las inversiones.
Presencia de un grupo de productores de línea bondables.	Los incentivos públicos son insuficientes para hacer cine fácilmente comercializable. Además, se observa una baja calidad de los guiones nacionales y extrema concentración en la temática nacional o local, por lo que son poco atractivos para el potencial público extranjero.

Incentivos públicos a la producción de cine en México: FOPROCINE, FIDECINE, EFICINE. Nuevo Programa para el Fomento de la Producción Fílmica.	Dependencia de los mercados cinematográficos locales -taquillas en salas- para amortizar los costos de producción de las películas nacionales.
Existencia de acuerdos y convenios de cooperación y coproducción con muchos países.	Distribución controlada mayoritariamente por las empresas majors, y un público que se encuentra acostumbrado al estilo de Hollywood.
Tamaño de la población, que representa un mercado potencial para la industria cinematográfica nacional y regional, ligado a un gran tamaño de mercado para exhibir películas en México, lo que ha facilitado también la creación de empresas de postproducción.	Debilidad administrativa en el control de cumplimiento de leyes como la obligación de tiempo de pantalla para las producciones mexicanas, la reproducción local de las películas importadas para exhibición en México y la Ley de Propiedad Intelectual.
Existe una pujante y moderna industria de exhibición cinematográfica que inclusive exporta servicios a varios países mediante su presencia comercial.	Altos costos y baja calidad relativa de los servicios de telecomunicaciones para el flujo desmaterializado de producciones fílmicas.
	Fuga de talentos a otros países (principalmente a los Estados Unidos) hacia los que cuentan con mayores recursos para la producción fílmica.
	Falta de políticas públicas integradas que promuevan la producción, pero también su distribución e internacionalización, así como la formación de capacidades nacionales (talento humano, tecnología, infraestructura) para fortalecer la calidad de la producción.
	La práctica extendida de la piratería que afecta la rentabilidad de las producciones, las mexicanas incluidas.

Fuente: Tomado de Martínez Piva, Padilla Pérez, Schatan Pérez, & Vega Montoya, (2010, pág. 48)

Dentro de las desventajas se tiene: el ineficiente financiamiento, las dificultades de distribución y exhibición de películas nacionales, una cuota baja en pantallas, el poder del cine estadounidense, un público nacional renuente y con otros gustos, problemas de inseguridad y piratería. Con respecto esta última, alrededor de 35% de los estrenos nacionales de 2014 fueron localizados en el comercio informal de DVD/Blu-ray (Instituto Mexicano de Cinematografía, 2015).

Por último, si quiere hacer frente a las desventajas e incentivar el potencial de la industria Moreno Suárez propone: *reconstruir la industria; producir más y mejor; generar condiciones mejores y más justas de exhibición y distribución;*

alfabetizar mediática y cinematográficamente; y trabajar en la creación y recuperación de públicos y mercados tanto dentro como fuera de nuestras fronteras (2013, pág.162). Mientras que Martínez Piva, Padilla Pérez, Schatan Pérez, & Vega Montoya (2010) proponen fortalecer la asociatividad y la capacidad de acción colectiva y sector público más activo que formule y ejecute políticas integrales que fortifiquen la industria.

Conclusiones del capítulo:

- La producción de películas data desde principios del siglo XIX y ha oscilado a lo largo de los años. Mostrando un repunte a partir del 2004 hasta la fecha.
- La producción de películas se ve opacada por el bajo número de estrenos de las mismas. Sólo se estrenaron 68 de 130 producidas.
- Existe una industria cinematográfica mexicana, en dónde es posible distinguir claramente las principales actividades económicas que la componen, así como los principales agentes económicos, sociales y públicos alrededor de ella.
- El Estado juega un papel importante en el fomento a través de fondos y estímulos. La existencia de leyes, programas y financiamiento público para el sector cinematográfico le brinda reconocimiento e importancia como actividad económica y cultural.
- Los datos estadísticos sobre el impacto económico y social de la industria cinematográfica por sí solos no son significativos, pero si se consideran en conjunto, como un elemento más de la economía cultural, la industria adquiere mayor importancia.
- Para fortalecer la industria cinematográfica es necesario hacer frente a los siguientes obstáculos: ineficiente financiamiento, dificultades de distribución y exhibición de películas nacionales, cuota baja en pantallas, poder del cine estadounidense, público nacional renuente y con otros gustos, problemas de inseguridad y piratería y entre otros.

Conclusiones

El panorama actual de la industria cinematográfica mexicana según la información de IMCINE parece ser muy favorecedor en algunos rubros, como en el número de películas producidas tanto de óperas primas como de segunda y terceras películas de directores con trayectoria; el número de coproducciones con otros países; la presencia internacional de filmes mexicanos en festivales y el reconocimiento a directores, técnicos y creativos mexicanos con galardones en dichos eventos; y por último, el desarrollo de plataformas digitales para promover y exhibir cine mexicano, ibero y latinoamericano (CINEMA MÉXICO, IBERMEDIA DIGITAL y FilminLatino).

Además, a todos estos factores positivos es necesario sumar las fortalezas adquiridas a lo largo de los años. La industria cinematográfica mexicana cuenta con las actividades y servicios que se requieren dentro de la cadena de valor, personal calificado, talento creativo reconocido, incentivos públicos, precios competitivos para atraer inversiones en actividades de producción y post-producción, un sector de exhibición moderno y pujante, un público grande y un sinnúmero de escenarios naturales para ser utilizados como sets de grabación.

En conjunto, todos estos puntos dan señales de que el cine mexicano tiene el potencial para abrir camino de nuevo, aunque por ahora es difícil pronosticar que la industria pueda posicionarse dentro de las más importantes como alguna vez lo fue durante la época de oro. Principalmente debido a la fuerte competencia que existe de parte de Estados Unidos. Lo que sí se puede constatar es que si existe un impacto económico y que genera empleos e ingresos que se suman al Producto Interno Bruto nacional.

Cabe aclarar que este trabajo sólo utiliza indicadores de los cuáles hay información disponible, sin embargo, si se realiza un estudio a fondo sobre el impacto directo, indirecto e inducido, seguro que el valor económico, social y cultural se iría al alza.

A pesar de todos estos puntos positivos hay una serie de limitantes que adolecen a la industria en el país y que si se quiere incrementar sus beneficios de esta será necesario hacerles frente. Entre estas desventajas se encuentran:

- Bajo número de estrenos de películas nacionales (68 de 130 películas producidas);
- baja cuota de pantalla del cine nacional (alrededor del 10%);
- problemas en la distribución y exhibición de películas mexicanas;
- existencia de piratería;
- fuga de talentos;
- ineficiente cantidad de financiamiento;
- dependencia del cine mexicano solamente al mercado nacional y;
- baja atracción de las películas mexicanas por parte del público nacional.

Cabe añadir que la industria cinematográfica mexicana enfrenta el monopolio estadounidense. Con tan diferentes y marcadas estructuras económicas en todos los aspectos de la cadena de valor en la industria cinematográfica, es necesario el apoyo gubernamental, así como políticas integrales, sistemáticas y explícitas de fomento al cine mexicano.

Así mismo, la naturaleza del producto final, que es la película, la cual puede ser vista como producto cultural, tienen una dinámica de comercialización distinta a los demás bienes y servicios, ya que trabaja con ideas, identidades colectivas, entre otros. Es por ello necesario los apoyos gubernamentales definitivos y activos.

No existe una fórmula para desarrollar la industria, pero si una serie de factores claves que se pudieron identificar en los casos estudiados en el segundo capítulo, como por ejemplo: tamaño de la audiencia, tipo de películas producidas (lo que el público quiere ver), mercadotecnia, financiamiento, políticas públicas para el fomento, el acceso del público y el desarrollo de diferentes canales de distribución y exhibición. Sin duda estos puntos son elementos que han permitido el éxito de algunas industrias en el extranjero.

Por último, no se puede olvidar el papel e importancia que tienen actualmente las industrias y economías creativas y cómo la industria cinematográfica se encuentra incluida en ellas. Cualquier acción a favor de estas industrias estará influyendo directa o indirectamente en el cine.

Recomendaciones.

Dado el papel prioritario que tiene el gobierno dentro de la industria, es necesario articular las políticas gubernamentales de apoyo y al mismo tiempo robustecer los apoyos del gobierno.

Pero sin dejar de lado el potencial de negocio de la industria cinematográfica, se debe hacer rentable a la industria para que más sectores de la economía participen en ella.

Para lograr los dos puntos anteriores, una línea de acción es el de impulsar el desarrollo de la industria cinematográfica nacional de producciones nacionales y extranjeras realizadas en territorio nacional.

Como se mencionaba en los primeros capítulos, la industria del cine también influye en la atracción de turismo, mejora de la percepción de un país (publicidad implícita que incita a la atracción de inversiones extranjeras), favorece la expresión y aporta a la cultura. Y comúnmente estos aspectos no son medidos o considerados dentro del Sistema de Cuentas Nacionales. La “marca país” a través del cine y la manifestación cultural son elementos que actualmente se están considerando para el desarrollo de comunidades y regiones. Como ejemplo y propuesta de investigación, se podría medir el impacto de los primeros minutos de la película “Spectre 007” (2015) sobre el número de personas que visitarán el país durante este año y la percepción que se tiene sobre México.

Para concluir, la industria cinematográfica no puede estar desvinculada con otras industrias claves para su desarrollo, como son las industrias creativas, las industrias culturales, entre otros. Incentivar la creación de industrias culturales y creativas, y apoyar las ya creadas a través de los programas de MIPYMES, fomentar el desarrollo cultural en todas sus expresiones y vincular la inversión en cultura con otras actividades productivas sin duda generaría efectos positivos.

Referencias

- Ana Carla Fonseca Reis. (2008). *Economía creativa como estrategia de desarrollo: una visión de los países en desarrollo*. São Paulo: Itaú Cultural.
- Association, M. P. (2010). *Economic contribution of Indian and television industru* . India.
- Calderón, L. (8 de Marzo de 2015). ¿Quién está detrás de los estrenos en México? *Excélsior* . Obtenido de <http://www.excelsior.com.mx/funcion/2015/03/08/1012196>
- CINEMEX. (2013). *Nosotros: CINEMEX*. Recuperado el 18 de Diciembre de 2015, de <https://cinemex.com/nosotros/>
- CINEPOLIS. (s.f.). *Fact Sheet: Intranet Cinépolis*. Recuperado el 18 de Diciembre de 2015, de <https://intranet.cinepolis.com/SitePages/Fact%20Sheet.aspx>
- DOF. (2014). *Programa Especial de Cultura y Arte 2014-2018*.
- Domínguez Goya, E. (2012). *Medios de comunicación masiva*. Ciudad de México: Red Tercer Milenio.
- EL INFORMADOR / GSO. (2014). Siete productoras, las "consentidas" de Imcine. *Informador*. Obtenido de <http://www.informador.com.mx/entretenimiento/2014/519211/6/siete-productoras-las-consentidas-de-imcine.htm>
- El País. (12 de 2 de 2006). ¡Esto es Nollywood! España. Obtenido de http://elpais.com/diario/2006/02/12/eps/1139729213_850215.html
- Epstein, E. J. (2009). *The Economic Impact of the Motion Picture & Television Industry on the United States*. EE.UU.
- Ernest & Young. (2011). *Spotlight on Inida´s entertainment economy. Seizing new growth opportunities*.
- Escobar, N. (Abril de 27 de 2012). Da Conaculta 160 mdp a películas por dedazo. *La Razón*. doi:<http://www.razon.com.mx/spip.php?article119976>
- Espinosa, E. (25 de Noviembre de 2015). ¿Cuál es la empresa de cines más grande en México? *Excelsior*. Recuperado el 18 de Diciembre de 2105, de <http://www.dineroenimagen.com/2015-11-23/64928>
- Forbes Staff. (17 de Diciembre de 2015). Cinemex invierte 280 mdp en 2015. *Forbes*. Obtenido de <http://www.forbes.com.mx/cinemex-invierte-280-mdp-en-2015/>
- García Riera, Emilio. Breve historia del cine mexicano. Primer siglo 1987-1997. México. Ediciones Mapa S.A. de C.V. 1998.
- Gutiérrez, V. (10 de Marzo de 2015). México produce más películas de las que estrena en los cines. *El Economista*. Obtenido de <http://eleconomista.com.mx/entretenimiento/2015/03/10/mexico-produce-mas-peliculas-las-que-estrena-cines>
- Hinojosa Córdova, L. (s.f.). Economía política del cine mexicano: dos décadas de transformaciones. *Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación*, 94-102.
- House of Lords. (2010). *The British Film and television industries*. Reino Unido. Recuperado el 11 de 12 de 2015, de <http://www.publications.parliament.uk/pa/ld200910/ldselect/ldcomuni/37/3702.htm>
- INEGI. (2013). *Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte, México : SCIAN 2013*. Aguascalientes,México: INEGI.

- INEGI. (2014). *Boletín Cuenta Satélite Cultura*. México.
- INEGI. (2015). *Censos Económicos 2014*. México. Recuperado el 19 de Diciembre de 2015, de <http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/Proyectos/ce/ce2014/doc/tabulados.html>
- INEGI. (c2015). *Sistema de Cuentas Nacionales de México: Cuenta Satélite de la Cultura de México 2013: año base 2008*. México.
- Instituto Mexicano de Cinematografía. (2014). *Cinema México. Producciones 2013-2015*. Ciudad de México.
- Instituto Mexicano de Cinematografía. (2015). *Anuario Estadístico 2014*. Ciudad de México.
- Izquierdo Castillo, J. (2007). *Distribución y exhibición cinematográfica en España. Un estudio de situación del negocio en la transición tecnológica digital*. Castellón, España.
- Konigsberg, I. (2004). Grandes estudios. In: Diccionario Técnico Akal de Cine, 3rd ed. E.E.U.U.: Ediciones Akal, p.249.
- La dictadura perfecta. (s.f.). *Notas de producción*. Recuperado el 20 de Diciembre de 2015, de <http://www.ladictaduraperfecta.com/notas-de-produccion/#>
- Magaña, A. (14 de Octubre de 2014). Luis Estrada habla de la dictadura perfecta, la censura y Televisa. *Cine Premiere*. Recuperado el 5 de Enero de 2015, de <http://www.cinepremiere.com.mx/39141-luis-estrada-habla-de-la-dictadura-perfecta-la-censura-y-televisa.html>
- Martínez Piva, J. M., Padilla Pérez, R., Schatan Pérez, C., & Vega Montoya, V. (2010). *La industria cinematográfica en México y su participación en el cadena global de valor*. Ciudad de México : Naciones Unidas.
- Moreno Suárez, F. (2013). El cine mexicano en el mundo globalizado: tan lejos de Dios y tan cerca de Estados Unidos. *Contratexto*, 153-163.
- MPAA. (2009). *The economic impact of the motion picture & television industry on the United States*. Estados Unidos.
- MPAA. (Febrero de 2015). *Motion Picture Association of America*. Obtenido de <http://www.mpa.org/wp-content/uploads/2015/02/MPAA-Industry-Economic-Contribution-Factsheet.pdf>
- MPDAI. (2010). *Economic contribution of Indian film and television industry*.
- Murillo, M. (Enero-Junio de 2005). Análisis de la cadena de valor industrial y de la cadena de valor agregado para las pequeñas y medianas industrias. *Actualidad contable FACES(10)*, 53-70.
- Naciones Unidas. (2010). *Economía creativa 2010*.
- Newbigin, J. (2010). *La economía creativa. Una guía introductoria*. Reino Unido: British Council.
- Olivares, J. (15 de Abril de 2015). Imcine atiende inconformidad de realizadores por convocatoria de Fidecine. *La Jornada*. Obtenido de <http://www.jornada.unam.mx/2015/04/15/espectaculos/a09n2esp>
- Olsberg-SPI Nordicy . (2015). *Economic contribution of UK's Film, high-end TV, video game and animation programming sectors*. Reino Unido.
- Oxford Economics. (2012). *The economic impact of the UK film industry*. Reino Unido.

- Pablo Martí, F., & Muñoz Yebra, C. (2001). Economía del cine y del sector audiovisual en España . *ICE- Economía de la Cultura*, 124-138.
- Paredes, M. (2011). *Explorando la noción de economía creativa*. México: Centro. Diseño-Cine-Televisión.
- PWC. (2015). *Global entertainment and media outlook 2015-2019. Press pack: content to support the 2015-2019 press release*. Comunicado de prensa. Obtenido de www.pwc.com/outlook
- Raposo, M. (s.f.). *El desafío de fomentar y consolidar la industria cinematográfica*. Universidad de Palermo , Centro de Investigación en Entretenimiento. Recuperado el 17 de 11 de 2015, de http://www.palermo.edu/economicas/ciem2/pdf/Desafiodeaumentarla_participacionnacional_v5.pdf
- Sánchez Ruiz, E. (2003). Hollywood y su hegemonía planetaria: una aproximación histórica-estructural. *Revista Universidad de Guadalajara*, 1-40.
- Strauss, A. (2003). *The economic impact of film tourism on small communities*. Estados Unidos.
- UNCTAD. (2010). *Economía Creativa. Informe 2010*. Suiza.
- UNCTAD. (30 de 11 de 2015). *UNCTADSTAD*. Obtenido de <http://unctadstat.unctad.org/EN/>
- UNESCO. (2010). *Políticas para la creatividad. Guía para el desarrollo de las industrias culturales y creativas*. Francia.
- UNESCO. (2014). *Informe sobre la economía creativa 2013* (Nuria Sanz, Carlos Tejada, Oficina de la UNESCO en México, Sandra Lupercio ed.). Ciudad de México.
- UNESCO. (30 de 11 de 2015). *Instituto for statistics*. Obtenido de <http://www.uis.unesco.org/Pages/default.aspx>
- UNESCO. (s.f.). *Comprender las industrias creativas. Las estadísticas como apoyo a las políticas públicas*. Obtenido de http://portal.unesco.org/culture/es/files/30850/11467401723cultural_stat_es.pdf/cultural_stat_es.pdf
- Unión, C. d. (s.f.). *Ley Nacional de Cinematografía*.
- Ulin, Jeffrey C.. (2010). *The business of media distribution*. USA: Focal Press.
- Vértiz de la Fuente, C. (11 de Febrero de 2014). *Cátese quien pueda*, idea original de Martha Higareda. *Proceso*. Recuperado el 19 de Diciembre de 2015, de <http://www.proceso.com.mx/?p=364628>
- Videocine. (2015). *Quiénes Somos: Videocine*. Recuperado el 18 de Diciembre de 2015, de Historia: <http://www.videocine.com.mx/quienes-somos/>
- Wasko, J. (2008). La economía política del cine. *CIC, Cuadernos de Información y Comunicación*, 95-110.
- World Bank. (2010). *Achieving the promise of African cultural exports. 2010*. Obtenido de <http://www.csaе.ox.ac.uk/conferences/2010-edia/papers/014-Radwan.pdf>

ANEXOS

ANEXO 1. Valor de las Exportaciones de los bienes creativos, 2008-2009

Valor de las exportaciones de los bienes creativos 2008-2009

Unidad de medida: En millones de dólares estadounidenses a precios y tipos de cambio corrientes

Año	2008	2009	2010	2011	2012
Productos					
Total de bienes	417285.27	375306.39	416322.97	489813.62	473791.42
Artesanías	30235.706	26628.738	30428.961	35732.166	34339.454
Alfombras	6359.2959	6040.2051	6993.265	8728.8037	7757.5278
Celebración	3777.0058	3085.7646	3469.7088	4319.3209	5124.3145
Otros	3000.7539	2384.5334	2830.6173	3479.1485	3433.1216
Artículos de papel	91.727967	79.113189	86.541909	69.092052	88.806167
Artículos de mimbre	2497.6845	1865.4933	1851.686	2099.4114	1950.5726
Hilado	14509.238	13173.628	15197.142	17036.389	15985.111
Audio Visuales	38293.814	34871.78	35406.758	36149.265	32053.966
Filmes	766.14221	733.35378	633.95607	493.49059	138.96777
CD, DVD, cintas	37527.672	34138.426	34772.802	35655.775	31914.999
Diseño	221026.44	207604.71	238880.75	298224.84	284888.1
Arquitectura	434.36034	359.87184	251.3261	222.8791	226.05208
Moda	58709.265	53512.45	64534.012	81384.89	72141.57
Cristalería	1760.4334	1587.1229	1806.2006	1870.3589	2826.703
Interiores	66252.03	57647.738	66794.102	75132.415	71155.233
Joyas	52601.777	57680.304	68034.784	96082.969	101199
Juguetes	41268.57	36817.221	37460.323	43531.329	37339.538
Nuevos medios	46631.248	40191.017	40356.718	40392.394	40873.425
Medios de grabación	19106.809	19284.766	21584.078	23225.756	22385.284
Video juegos	27524.439	20906.251	18772.639	17166.638	18488.141
Artes escénicas	4549.42	3917.4195	4620.9769	5188.5375	5051.7101
Instrumentos musicales	4430.0162	3808.9535	4495.2564	5080.0105	4946.5242
Printed Music	119.40384	108.466	125.7205	108.52699	105.18587
Publicaciones	47498.84	39640.798	40175.196	42896.502	38260.254
Libros	18772.648	16738.989	17082.949	18209.759	16718.191
Periódicos	17433.544	13362.131	13582.824	15006.446	13054.671
Otras impresiones	11292.649	9539.6783	9509.4235	9680.2967	8487.3916
Artes visuales	29049.802	22451.928	26453.61	31229.915	38324.509
Antigüedades	3160.2432	2300.2398	2786.2163	3505.0989	3917.4631
Pinturas	14857.633	10417.18	11665.139	13268.038	15260.167
Fotografías	2299.0256	1936.3082	2098.1887	2151.6653	2266.2847
Esculturas	8732.9005	7798.2001	9904.0663	12305.112	16880.594

Fuente: (UNCTAD, 2015)

ANEXO 2. Total de películas producidas por país, 2009-2013

Total de películas producidas por país

	Más de 500 películas producidas durante el 2013
	Entre 100 y < 500 películas producidas durante el 2013
	Más de 50 y < 100 películas producidas durante el 2013

Año	2009	2010	2011	2012	2013
País					
Alemania	216	189	212	220	223
Argentina	61	0	100	141	168
Armenia	5	2	5	24	28
Australia	45	37	43	29	26
Austria	35	46	54	54	46
Azerbaiyán	16	20	63	69	69
Bangladesh	64	0	0	0	0
Bélgica	47	0	0	55	70
Bután	0	31	29	0	0
Bielorrusia	8	2	1	0	0
Bolivia	25	0	0	0	0
Bosnia-Herzegovina	6	5	7	2	11
Brasil	84	75	99	83	129
Bulgaria	18	15	15	19	15
Burkina Faso	4	0	0	18	16
Camboya	28	26	13	0	0
Camerún	20	0	0	0	0
Canadá	81	98	86	98	93
Chile	14	14	23	27	31

China	475	542	584	745	638
China, Hong Kong	70	54	53	52	42
China, Macao	4	1	1	1	4
Chipre	2	4	3	2	2
Colombia	19	10	18	29	26
Costa Rica	2	6	3	3	2
Croacia	7	7	9	22	26
Cuba	8	11	10	0	0
Dinamarca	37	49	43	59	69
Egipto	46	37	28	25	33
Eslovenia	11	8	19	26	23
Eslovaquia	18	8	12	21	22
España	186	200	199	182	231
Estados Unidos	751	792	819	738	738
Estonia	12	5	13	21	18
Fiji	1	0	0	0	0
Filipinas	80	40	44	78	53
Finlandia	25	42	42	49	49
Francia	230	261	272	279	270
Gabón	6	9	10	10	9
Georgia	14	7	14	6	9
Grecia	37	18	43	44	69
Guatemala	1	10	0	0	0
Guinea	0	5	0	0	0
Guayana	8	4	11	0	0
Holanda	50	65	73	79	68
Honduras	1	0	0	2	0
Hungría	27	24	0	32	38
India	1288	1274	1255	1602	1724
Indonesia	80	82	84	86	0
Irán	62	98	76	67	87
Irlanda	36	34	32	38	34
Islandia	12	17	13	8	7

Israel	19	29	26	40	55
Italia	131	142	155	166	167
Japón	448	408	441	554	591
Kazajistán	12	0	0	30	35
Kirguistán	1	1	0	1	2
Corea	158	152	216	204	207
Laos	2	0	0	4	2
Letonia	9	11	6	11	10
Líbano	8	13	14	7	15
Lituania	2	7	2	6	15
Luxemburgo	18	15	16	0	0
Malasia	27	39	49	76	71
Mali	0	2	1	0	0
Malta	5	3	1	4	2
Marruecos	14	19	24	22	22
Mauricio	0	1	1	0	0
México	66	69	73	112	126
Moldavia	1	0	0	0	3
Mongolia	15	14	13	13	21
Myanmar	27	0	0	0	0
Nicaragua	1	0	0	0	0
Niger	3	3	6	0	0
Nigeria	987	1074	997	0	0
Noruega	27	27	35	26	29
Nueva Zelanda	14	21	25	24	25
Pakistán	27	0	0	0	0
Panamá	0	1	0	0	0
Paraguay	5	0	0	0	0
Perú	8	8	8	8	12
Polonia	49	60	51	47	31
Portugal	23	33	30	15	13
Puerto Rico	0	4	10	8	6
Reino Unido	313	346	299	326	241

República Checa	45	37	45	46	45
República Dominicana	6	0	0	0	0
Rumania	22	29	17	38	37
Rusia	78	133	111	109	139
Senegal	0	0	5	2	3
Serbia	26	35	29	29	18
Singapur	6	14	15	12	13
Siria	0	1	5	0	0
Sri Lanka	0	0	0	16	15
Sudáfrica	18	23	22	19	25
Suecia	41	54	43	51	61
Suiza	80	88	84	93	103
Tailandia	37	49	0	0	0
Tayikistán	8	0	0	9	9
Túnez	1	16	11	8	8
Turquía	70	65	70	61	85
Ucrania	5	0	3	7	12
Uruguay	14	8	8	15	11
Uzbekistán	0	0	0	72	62
Venezuela	9	13	16	13	21
Vietnam	12	90	75	0	0
Yugoslavia	2	4	0	10	3
Suma total	9134	9210	9419	9276	9389

Fuente: Instituto de Estadísticas de la UNESCO; datos extraídos el 27 de noviembre de 2015

La última actualización de los datos fue hecha en Julio de 2015. Las casillas por año y país marcadas con cero (0) en esta tabla aparecen en la base de datos original como "..", lo que significa que la información no está disponible y no que la producción haya sido "0" como tal. Para fines de este trabajo se marcó como "0"

Nota: para permitir la contabilización.

ANEXO 3. Número total de compañías distribuidoras

Número total de compañías distribuidoras				
Año	2008	2009	2010	2011
País				
Alemania	100	123	102	103
Argentina	44	47	75	73
Australia	44	61	52	48
Austria	29	26	0	0
Bélgica	26	28	27	0
Bielorrusia	7	7	7	7
Bolivia	4	4	0	0
Brasil	31	52	52	39
Bulgaria	0	0	22	17
Camboya	4	4	5	6
Camerún	1	0	0	0
Chile	16	13	8	8
China, Macao	1	3	1	1
Chipre	5	5	6	6
Colombia	0	5	10	10
Costa Rica	2	2	3	3
Croacia	5	6	6	6
Dinamarca	20	18	18	18
Egipto	18	12	10	0
Eslovaquia	10	12	10	13
Eslovenia	11	0	30	32
España	229	210	0	0
Estados Unidos de América	140	109	0	0
Estonia	9	9	11	15
Fiji	2	2	0	0
Finlandia	9	12	14	13
Francia	288	299	375	439
Gabón	0	0	0	1
Georgia	4	7	7	0
Grecia	20	20	0	0
Holanda	18	19	19	24
Hungría	14	15	25	0
Irán	0	0	81	94
Irlanda	9	9	8	8
Islandia	4	4	3	0
Kirguistán	0	0	1	1

Laos	2	2	3	3
Letonia	3	3	3	7
Líbano	4	3	8	8
Lituania	4	10	14	18
Malasia	28	27	0	0
Mali	0	0	1	1
Malta	1	1	1	1
Marruecos	10	10	7	11
Mauricio	0	12	5	4
México	21	19	29	31
Mongolia	0	0	4	4
Myanmar	44	50	0	0
Nigeria	120	120	139	120
Noruega	25	25	22	24
Pakistán	220	232	0	0
Portugal	16	18	22	24
Reino Unido	92	93	127	108
República Checa	20	21	25	25
República Dominicana	2	2	0	0
Rumania	32	31	31	37
Senegal	0	0	1	3
Serbia	10	7	11	11
Siria	0	0	1	1
Sudáfrica	4	4	4	6
Suecia	30	37	0	0
Suiza	52	57	71	55
Tanzania	0	0	24	29
Turquía	0	0	16	19
Ucrania	10	13	16	17
Venezuela	5	5	5	6
Suma total	1879	1945	1578	1558

Fuente: Instituto de Estadísticas de la UNESCO; datos extraídos el 27 de noviembre de 2015

ANEXO 4. Top 3 de las principales compañías distribuidoras, 2012

Top 3 de principales compañías distribuidoras por los principales productores de películas a nivel mundial, 2012

País	Ranking	Compañía de distribución	Cuota de mercado %	Tipo de propiedad	No. De filmes distribuidos
Argentina					
	1	United International Pictures SRL	25.3	Compartido	23
	2	The Walt Disney Company Argentina SA	21.4	Compartido	24
	3	Fox Film de la Argentina SA	16.7	Compartido	15
		Cuota de mercado de las Top 3	63.4		
Brasil					
	1	Sony (Columbia)	14.9	Extranjera	27
	2	Fox	14.4	Extranjera	25
	3	Warner Bros.	12.1	Extranjera	28
		Cuota de mercado de las Top 3	41.3		
Canadá					
	1	Sony	16.8	Extranjera	32
	2	Alliance	16.1	Nacional	114
	3	Warner Bros.	16.0	Extranjera	59
		Cuota de mercado de las Top 3	48.9		
Corea					
	1	CJ E&M	27.2	Nacional	43
	2	Showbox/Mediaplex, Inc.	12.8	Nacional	11
	3	Lotte shopping Lotte Entertainment Co.,Ltd	12.4	Nacional	46
		Cuota de mercado de las Top 3	52.4		
España					
	1	Warner Bros Entertainment España, S.L.	22.0	Compartido	46

	2	Sony Pictures Releasing de España, S.A.	11.5	Compartido	36
	3	Hispano Fox Film S.A.	11.2	...	60
		Cuota de mercado de las Top 3	44.8		
Estados Unidos					
	1	Sony	16.6	Nacional	19
	2	Warner Bros.	15.4	Nacional	24
	3	Walt Disney	14.3	Nacional	13
		Cuota de mercado de las Top 3	46.3		
Francia					
	1	Warner Bros.	13.4	...	165
	2	Twentieth Century Fox	8.6	...	95
	3	Sony Pictures Releasing	8.4	...	57
		Cuota de mercado de las Top 3	30.4		
Italia					
	1	Warner Bros Italia	21.0	Nacional	33
	2	Medusa Film	19.0	Nacional	21
	3	Universal	17.0	Nacional	26
		Cuota de mercado de las Top 3	57.0		
Japón					
	1	Toho	42.2	Nacional	34
	2	Toei	10.0	Nacional	23
	3	Warner Entertainment Japan	8.8	Extranjera	...
		Cuota de mercado de las Top 3	61.0		
México					
	1	Walt Disney	15.0	Extranjera	25
	2	Warner Bros.	14.0	Extranjera	36
	3	Fox	13.0	Extranjera	34
		Cuota de mercado de las Top 3	42.0		
Suiza					
	1	Walt Disney	17.3	Extranjera	77
	2	Universal	16.9	Extranjera	84
	3	Elite-Film AG	13.7	Nacional	109

		Cuota de mercado de las Top 3	47.9		
Turquía					
	1	Tiglon	33.6	...	77
	2	UIP Turkey	31.5	...	46
	3	Warner Bros.	16.1	...	25
		Cuota de mercado de las Top 3	81.2		
Reino Unido					
	1	Sony Pictures	18.0	Extranjera	27
	2	20th Century Fox	16.1	Extranjera	39
	3	Warner Bros.	12.9	Extranjera	26
		Cuota de mercado de las Top 3	47.0		

Nota: ... dato no disponible

Fuente: Elaboración propia con datos de (UNESCO; 2015)

ANEXO 5. Links a los portales WEB de agentes públicos y privados de la industria cinematográfica mexicana

Sociales:

AMFI: <http://amfi.mx/>

IMPI: <http://academiamexicanadecine.org.mx/contenido/82332>

ANDA: <http://www.anda.org.mx/index.php>

CONACINE: <http://canacine.org.mx/>

REDIC: <http://redic.org/quienes-somos/>

Públicas:

CONACULTA: <http://www.conaculta.gob.mx/index.php>

CINETECA: <http://www.cinetecanacional.net/>

IMCINE: <http://www.imcine.gob.mx/index>

COMEFILM: <http://comefilm.gob.mx/>

INDAUTOR: <http://www.indautor.gob.mx/>

ANEXO 6. Películas mexicanas producidas en 2014

Lista de largometrajes mexicanos producidos en el 2014

1. Baktún
2. Los exóticos
3. Alivio
4. Los pies de Guadalupe
5. Todavía cantamos
6. Dulce agonía
7. Salaverna
8. Entre lo sagrado y lo profano. Retrato de una ciudad
9. Maguey
10. Fervor infantilista
11. En el cielo y en la tierra
12. Necros: diario con la muerte
13. Escuadrón 201, el documental
14. Alicia en el país de María
15. La primera sonrisa
16. Somos Mari Pepa
17. El lado oscuro de la luz
18. Asteroide
19. Enamorándome de Abril
20. Los parecidos
21. Cómo filmar una película por no decir XXX
22. La delgada línea amarilla
23. Desierto
24. La carga
25. El peluquero romántico
26. Un monstruo de mil cabezas
27. Influencia
28. Jeremías
29. El remolino
30. Los últimos kiliwas
31. El paso
32. Liwa Mairín y el mito del eterno retorno
33. 16,599 la luz y la fuerza
34. Me llamo Margarita
35. Te prometo anarquía
66. Sporen (Huellas)
67. Los ausentes
68. El comienzo del tiempo
69. Dólares de Arena
70. En la estancia
71. Plan sexenal
72. Yo soy la felicidad de este mundo
73. El sueño del marakame
74. Ramona y los escarabajos
75. El viaje de Keta
76. México bárbaro
77. El tamaño sí importa
78. La calle de la amargura
79. Antes que amanezca
80. Yo no soy guerrillero
81. Elvira te daría mi vida pero la estoy ocupando
82. Kilo por gramo
83. On the Milky Road
84. Los politetos
85. Tormentero Rubén
86. El Tuzo
87. Campeones
88. 12 rounds
89. Distancias cortas
90. Sunú
91. Parque Lenin
92. El charro de Toluquilla
93. Traición
94. Selección canina
95. Navajazo
96. Acapulco, la vida va
97. Huicholes, los últimos guardianes del peyote
98. El ardor
99. El incidente
100. Batallas íntimas

- | | |
|--|------------------------------------|
| 36. Resurrección | 101. La sangre bárbara |
| 37. Maíz, origen y destino | 102. Jauja |
| 38. Un gallo con muchos huevos | 103. Los Ángeles |
| 39. Campeones de Oz | 104. Seguir viviendo |
| 40. Noche de muertos | 105. Polos |
| 41. El americano: The Movie | 106. Están aquí |
| 42. El reino de las cosas | 107. Lucifer |
| 43. Lo que nunca nos dijimos | 108. La última película |
| 44. Un novio para mi mujer | 109. Inzomnia |
| 45. A la mala Pedro | 110. Made in Bangkok |
| 46. Eisenstein en Guanajuato | 111. Los niños de la cruz |
| 47. Yo Matías | 112. Joyfluid |
| 48. Epitafio | 113. La leyenda del diamante |
| 49. Los hijos de la ruta / Filhos da pista | 114. Dania |
| 50. Semana Santa | 115. Los hamsters |
| 51. Rumbos paralelos | 116. Memoria oculta |
| 52. En contraluz | 117. Un exilio: película familiar |
| 53. Érase una vez | 118. Juego y quietud/Baños de vida |
| 54. El placer es mío | 119. Kite |
| 55. Libéranos del mal | 120. El ángel en el reloj |
| 56. Tierras rojas | 121. Isla Calaca |
| 57. La casa más grande del mundo | 122. Plaza de la Soledad |
| 58. 600 millas | 123. Pozoamargo |
| 59. Los crímenes de Mar del Norte | 124. Tempestad |
| 60. Insurgentes malditos | 125. 126 |
| 61. Chuy, el hombre lobo | 126. El hombre que vio demasiado |
| 62. Historias de la Sierra Madre | 127. Somos lengua |
| 63. Matria | 128. Tu mundo interior |
| 64. Muerte en Arizona | 129. Pocha |
| 65. Retratos de una búsqueda | 130. El toro |

Fuente: Instituto Mexicano de Cinematografía (2015). Anuario estadístico 2014

ANEXO 7. Ingresos en el subsector Industria fílmica y del video, e industria del sonido 2014

Ingresos en el subsector Industria fílmica y del video, e industria del sonido- 2014

Denominación	Ingresos por la prestación de servicios (incluye rentas de bienes muebles e inmuebles)	
	Mercado	
	Total	Exportación
	miles de pesos	
Clase 512111 Producción de películas	1083658	16424
Producción de películas protegidas por los derechos de autor	120095	3886
Producción de películas por contrato	17520	12438
Licenciamiento de derechos para distribución de largometrajes	265396	100
<i>Nacional</i>	265296	0
<i>Internacional</i>	100	100
Servicios de producción para obras audiovisuales	640269	0
<i>Dirección</i>	638011	0
<i>Creación de efectos sonoros</i>	2258	0
Licenciamiento de derechos para la transmisión o alquiler nacional de largometrajes	700	0
<i>Por televisión restringida</i>	700	0
Alquiler de espacio no residencial en inmuebles u otras instalaciones	26603	0
<i>Oficinas de producción</i>	26603	0
Distribución de obras audiovisuales	10	0
<i>Sin reproducción</i>	10	0
Otros servicios	13065	0
<i>Postproducción para obras audiovisuales</i>	13065	0
Clase 512112 Producción de programas para la televisión	2365682	149591
Producción de programas para la televisión protegidos por los derechos de autor	681813	130357
Producción de programas para la televisión por contrato	1645193	19234
Licenciamiento de derechos para distribución de programas para la televisión	1789	0
<i>Internacional</i>	1789	0
Servicios de preproducción para obras audiovisuales	6000	0
<i>Redacción de guión</i>	4000	0
<i>Scouting</i>	2000	0
Servicios de producción para obras audiovisuales	2000	0
<i>Asistencia de dirección</i>	2000	0

Otros servicios	28887	0
<i>Otros</i>	28887	0
Clase 512113 Producción de videoclips, comerciales y otros materiales audiovisuales	3205333	60929
Producción de videoclips, comerciales y otros materiales audiovisuales protegidos por los derechos de autor	2570009	41109
Producción de obras audiovisuales por contrato	621624	19820
<i>Comerciales excepto infomerciales</i>	498454	19820
<i>Spots promocionales</i>	60007	0
<i>Videos de tipo empresarial</i>	63163	0
Licenciamiento de derechos para distribución de videoclips, comerciales y otros materiales audiovisuales	5000	0
<i>Nacional</i>	3500	0
<i>Internacional</i>	1500	0
Servicios de preproducción para obras audiovisuales	4505	0
<i>Redacción de guión</i>	500	0
<i>Casting</i>	3827	0
<i>Scouting</i>	178	0
Servicios de producción para obras audiovisuales	2474	0
<i>Dirección</i>	1390	0
<i>Asistencia de dirección</i>	870	0
<i>Grabación de sonido directo</i>	214	0
Alquiler de espacio no residencial en inmuebles u otras instalaciones	1721	0
<i>Foros</i>	901	0
<i>Oficinas de producción</i>	820	0
Clase 512120 Distribución de películas y de otros materiales audiovisuales	2585463	55770
Licenciamiento de derechos para exhibición, transmisión o alquiler de largometrajes, nacional	1820864	54364
<i>Exhibición en salas cinematográficas</i>	634279	54364
<i>Alquiler al mercado del video</i>	1186585	0
Licenciamiento de derechos para distribución de películas	732471	0
<i>Largometrajes, nacional</i>	141525	0
<i>Largometrajes, internacional</i>	590946	0
Licenciamiento de derechos para distribución de otras obras audiovisuales	18518	1406
<i>Nacional</i>	18518	1406
Distribución de obras audiovisuales	13610	0
<i>Sin reproducción</i>	13610	0
Clase 512130 Exhibición de películas y otros materiales audiovisuales	22823227	0
Admisión a la exhibición de películas	17393802	0
<i>Nacional</i>	17256450	0
<i>Internacional</i>	137352	0
Comercio al por menor de dulces, bebidas y otros alimentos bajo la misma razón social	4535793	0
<i>Alimentos empacados y bebidas en envases cerrados</i>	2239345	0
<i>Alimentos y bebidas preparados y servidos para consumo inmediato</i>	2296448	0
Otros servicios	893632	0

<i>Colocación de máquinas expendedoras, videojuegos, máquinas de apuestas, y otras máquinas que funcionan con fichas o monedas</i>	72	0
<i>Venta de publicidad en salas cinematográficas</i>	13444	0
<i>Alquiler de espacio en salas cinematográficas</i>	880116	0
Clase 512190 Servicios de postproducción y otros servicios para la industria filmica y del video	332172	122090
Postproducción para obras audiovisuales	184973	86600
<i>Transfers</i>	13538	0
<i>Duplicación de masters</i>	96141	54938
<i>Captioning</i>	23819	23293
<i>Subtitulaje</i>	51475	8369
Servicios de laboratorio para películas cinematográficas	129055	19942
<i>Revelado</i>	121886	15708
<i>Limpieza de película</i>	7169	4234
Otros servicios	18144	15548
<i>Copiado para distribución masiva</i>	18144	15548
Clase 512220 Producción de material discográfico integrada con su reproducción y distribución	588188	25674
Licenciamiento de derechos para uso de grabaciones musicales en compilaciones	21382	0
Producción de fonogramas musicales	204471	0
<i>Discos compactos musicales</i>	201266	0
<i>Archivos electrónicos de material musical</i>	3205	0
Producción de videos y DVD musicales	350822	25674
Distribución de fonogramas	11513	0
Clase 512230 Editoras de música	412120	104760
Licenciamiento de derechos para la ejecución pública de composiciones musicales protegidas por los derechos de autor	251651	102516
Administración de derechos de autor de obras musicales	160469	2244
Clase 512240 Grabación de discos compactos (CD) y de video digital (DVD) o casetes musicales	26944	0
Grabación y mezclas de material musical en estudio	13538	0
Edición de material sonoro para obras audiovisuales	3506	0
<i>Edición de música no original para obras audiovisuales</i>	3506	0
Alquiler de estudios de grabación con operador	6700	0
Producción musical original protegida por los derechos de autor para:	3200	0
<i>Comerciales de televisión</i>	3200	0
Clase 512290 Otros servicios de grabación del sonido	93470	549
Grabación de material radiofónico en estudio	93470	549
<i>Comerciales</i>	47911	0
<i>Programas</i>	45559	549

Fuente: INEGI. Censos Económicos 2014. Ver en:

<http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/Proyectos/ce/ce2014/doc/tabulados.html>