



Universidad Nacional Autónoma de México

Facultad de Economía

La Problemática de la Industria Cinematográfica en México
durante 2010-2016: su distribución y exhibición.

TESINA sustentada en experiencia profesional

Que para obtener el título de

Licenciada en Economía

PRESENTA

María Jimena Domínguez Gámez



Directora de tesina

Lic. Rosa María García Torres

Ciudad Universitaria, CDMX, 2018



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



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.

ÍNDICE

Introducción.....	2
Capítulo 1: Historia del sector cinematográfico en México.....	4
Capítulo 2: El Proceso Cinematográfico en México.....	19
• 2.1: Producción.....	19
• 2.2: Distribución.....	23
• 2.3: Exhibición.....	30
Capítulo 3: Problemáticas del Sector.....	36
• 3.1: Industria Cinematográfica en la Economía Mexicana 2010-2014.....	36
• 3.2: Producción 2010-2016.....	39
• 3.3: Distribución - exhibición 2010-2016.....	44
Capítulo 4: Conclusiones y propuestas.....	65
Bibliografía y cibergrafía.....	74

INTRODUCCIÓN

La industria cinematográfica ha existido en nuestro país por más de 120 años, esta es importante ya que representa un valor cultural, es un medio para expresar pensamientos, ideas, sentimientos, valores en pantalla grande. Dependiendo del género o tipo de película, ésta puede tener un mensaje positivo o negativo hacia la sociedad. A la vez esta industria también genera valor económico, esto se logra mediante las diferentes etapas de la cadena de valor de la industria que son producción, distribución y exhibición; las cuales dependen la una de la otra para lograr un beneficio final.

Cada etapa del sector es un mercado diferente y cada uno tiene sus propios problemas que afectan a la industria en general. Por lo que en este trabajo no se analizará a la industria cinematográfica bajo la estructura de mercados, sino que se expondrán los obstáculos que presenta la cadena de valor del sector en conjunto. Esto es resultado de la experiencia profesional que he adquirido en la empresa Latam Pictures por 4 años, mediante análisis laborales que he realizado, en juntas, convenciones y pláticas con diferentes entes del sector como productores, distribuidores, exhibidores y proveedores afiliados a la Cámara Nacional de la Industria Cinematográfica; en donde me he percatado de ciertos obstáculos que presenta la industria e impiden el crecimiento exponencial del sector.

La empresa Latam Pictures se dedica a la distribución independiente de películas mexicanas y extranjeras exclusivamente en cines, es decir, en la exhibición más antigua que son pantallas teatrales. Empecé como becario en la empresa pasando por diferentes áreas, como contabilidad, programación, mercadotecnia y operaciones. En esta última es donde laboro actualmente. Parte de mis funciones son realizar proyecciones de venta en cines de las películas (estimaciones de taquilla), elaborar el presupuesto de distribución para cada título buscando un beneficio económico, así como supervisar la correcta ejecución de este, coordinar las diferentes áreas ya que es necesario el trabajo en equipo para lograr un buen desempeño de la película y generar la mayor utilidad en taquilla posible, así como

la entrega de reportes de ventas a los productores o dueños de los derechos de las películas.

Adicionalmente a la exhibición en cine, actualmente existen diferentes medios de exhibición de películas (llamadas plataformas o ventanas de exhibición), las cuales son más accesibles económicamente para la población como Netflix, iTunes, televisión, internet y mencionar que el medio más injusto es la piratería, la cual es ilegal, ya que quienes la venden no tienen derechos de propiedad.

En este trabajo se explicarán en general estos medios ya que son parte de la industria, pero cada uno también presenta sus propios problemas para esta en conjunto, por lo que no se ahondará en estos ni en el impacto que tienen económicamente, ya que como se mencionó, esta tesina es basada en mi experiencia profesional y los análisis que he realizado en distribución en cines, en donde he detectado obstáculos para mejorar económicamente la industria.

En todas las industrias, se busca que, al crear un producto o servicio, se recupere el costo de producción, se genere un beneficio y se satisfaga al demandante.

Mediante este trabajo se busca conocer si lo mismo sucede en la industria cinematográfica solamente en su exhibición en pantallas teatrales, ¿esta genera el beneficio esperado? y ¿cuál es el eslabón de la cadena de valor que podría mejorar por el bien económico de esta parte del sector?

El **objetivo general** de este trabajo es analizar conforma a mi experiencia laboral, los problemas de la industria cinematográfica en pantallas teatrales en México de 2010 a 2016 desde una perspectiva de cadena de valor, identificando los principales factores que explican la transformación de la industria y de esta forma crear estrategias para mejorar el sector. Mientras que los **objetivos particulares** son:

- Describir las diferentes fases históricas de la cinematografía en México.
- Identificar cómo está conformada la cadena de valor de la industria cinematográfica.
- Evaluar la problemática de la industria del cine mexicano.
- Crear estrategias para potenciar el crecimiento de esta industria.

Para cubrir los objetivos mencionados, la estructura del trabajo será de la siguiente forma: en el primer capítulo se expondrá la historia de la cinematografía desde su llegada a nuestro país, para entender como se ha ido estructurando esta industria, conocer las etapas por las que ha pasado, los obstáculos y los apoyos privados y gubernamentales que esta ha tenido.

En el segundo capítulo se presentará cómo está conformada la industria, es decir, cómo se integra su cadena de valor, se ahondará principalmente en exhibición en pantallas teatrales y en cada proceso para entender que hay detrás de la producción, distribución y exhibición de una película.

Por otra parte, en el tercer capítulo se mostrará un panorama general de cómo se desarrolla la industria y se ahondará en los problemas que presenta el sector. Esto para identificar los géneros más rentables y de mayor recuperación de ingreso y principalmente desde dónde viene el problema.

Por último, el cuarto capítulo expone las conclusiones a las que se llegaron, así como se presentarán estrategias y propuestas para explotar el sector para el bien económico con base al análisis realizado.

CAPÍTULO 1

Historia del sector cinematográfico en México

La industria cinematográfica en México ha sido muy importante desde su llegada a nuestro país, ya que, mediante esta, se transmite, expone y entiende el sentir de nuestra sociedad. Pero ¿cómo ha logrado la cinematografía sus objetivos culturales y económicos a lo largo del tiempo? La industria del cine mexicano ha pasado por diferentes etapas durante los más de 120 años de su existencia. Al contar su historia, nos daremos cuenta del porqué de sus altibajos, qué factores impiden o influyen en su desarrollo y de esta forma se podrá entender su problemática en la actualidad.

La historia del cine mexicano inicia en agosto de 1896 con la llegada de los hermanos Lumiere proyectando al presidente Porfirio Díaz la película “Las Tullerías de Paris” en el Castillo de Chapultepec. Debido al éxito obtenido, el ex presidente les dio autorización de filmar 26 películas tipo documental en México. La primera cinta realizada fue “El Presidente Porfirio Díaz Montando a Caballo por el Bosque de Chapultepec”, fue un primer gran paso, ya que de esta forma comienza a ser reflejado México en pantalla grande.

Al ver que la industria traída por los franceses fue bien aceptada en nuestro país, en 1897 Thomas Alva Edison también mandó películas norteamericanas a México y poco a poco las compañías extranjeras exportaban más material. ¹ En este año se implementó una reforma en donde se fijaron dos cuotas para los locales que funcionaban como salas de exhibición, una para teatros y la otra para carpas dependiendo del nivel socioeconómico.

A principios de 1900, se formaron los primeros cineastas mexicanos como Salvador Toscano y Enrique Rosas quienes trataron de ampliar los géneros, filmando largometrajes de tipo argumental e historias nacionales que reflejaban el folclor del país, dejando de lado los documentales políticos.² Buscaban comercializar su

¹ García, Emilio, 1986, *Historia del cine mexicano*, México, SEP, P. 26.

² De los Reyes, Aurelio, 2002, *Medio siglo de cine en México (1896-1947)*, México, Trillas, P. 225.

producto, para ello era necesaria la creación de empresas productoras y exhibidoras; por lo que basándose en la industria estadounidense, se implementa en México el proceso completo de la industria: producción, distribución y exhibición; es decir, la cadena de valor. Para 1910 ya existían más de 15 salones de exhibición tales como el Salón Rojo ubicado en la colonia Centro, el teatro María Guerrero en La Lagunilla, Teatro Edén en Toluca, Cine Manuel Briseño en la colonia Guerrero, entre otros.

El cine registró acontecimientos de la Revolución Mexicana como revueltas en el norte del país, negociaciones de Francisco I. Madero, Emiliano Zapata, más adelante la Decena Trágica, entre otros sucesos.

Durante la Primera Guerra Mundial, los norteamericanos dejaron de exportar su material, por lo que el cine de origen extranjero decayó, México ya no dependía tanto de material extranjero. Esta época fue de suma importancia para nuestro país, ya que México fue de los primeros países latinoamericanos en abrir sus puertas internacionalmente a esta industria.

El desarrollo nacional de la cinematografía era positivo, sin embargo, una vez terminada la Primera Guerra Mundial y gracias al avance tecnológico de Estados Unidos, se implementó el sonido en los largometrajes en películas extranjeras, por lo que las películas mexicanas mudas dejaron de ser exportadas como antes. Gracias a esto, a problemas políticos, a la crisis de 1929, de 1917 a 1930 hubo un declive en la producción de películas nacionales. Esto se ve reflejado en las 105 producciones nacionales que se crearon hasta 1930, mientras que en Estados Unidos ya se habían realizado más de 800 proyectos.³ Como en otros países, México necesitaba contar con el apoyo del gobierno para el desarrollo de la industria.

Con la entrada de Lázaro Cárdenas al poder y las políticas redistributivas, la producción nacional creció, al igual que la industria cinematográfica gracias a la

³ García, Emilio, 1986, *Historia del cine mexicano*, México, SEP, P. 52.

fuerte inversión para incorporar sonido en las imágenes, esto se vio reflejado en el éxito de la película mexicana “Santa” de Federico Gamboa en 1932.

En la década de los treinta, se crearon diferentes estudios de filmación como: Estudios México Films, Estudios Cinematográficos Latinoamérica y los Estudios de la Nacional Productora.

La película clave que influyó en el crecimiento de esta industria fue “Allá en el Rancho Grande” de Fernando Fuentes en 1936, ya que representaba un México que llamó la atención al público nacional e internacional, con paisajes pintorescos, charros, mujeres recatadas y la vida rural. Esta fue la fórmula que se comenzó a implementar en las nuevas producciones.

Al finalizar el sexenio de Lázaro Cárdenas, se implementó una política en donde se obligaba a los exhibidores a proyectar en todas las salas de la República mínimo una película mexicana al mes. Esto para evitar que las películas extranjeras acapararan el mercado nacional e incentivar la producción mexicana.

Debido a este crecimiento en el cine, en 1939 se creó el Sindicato de Trabajadores de la Industria Cinematográfica con el propósito de vigilar y proteger los derechos de las personas que laboran en la industria, pero la fortaleza de este sindicato frenaba la producción de más proyectos a largo plazo, ya que los miembros del sindicato contaban con fuertes prestaciones por lo que los costos de producción aumentaban.

Los empresarios del sector también necesitaban representantes para ver por sus intereses, por lo que en 1942 un grupo de 37 empresarios integrados por productores de cine, distribuidores, talleres, estudios, laboratorios y exhibidores, solicitaron a la Secretaría de Economía autorización para formar la Cámara Nacional de la Industria Cinematográfica (CANACINE).⁴ Se crearon más empresas productoras, estudios de grabación, distribuidoras y exhibidoras como CLASA Films Mundiales, Estudios Azteca, Cinematográfica Mexicana Exportadora, Impulsora de Cines Independientes, entre otras. Este mismo año se creó el Banco

⁴ www.canacine.org.mx

Cinematográfico, con el fin de invertir en producciones nacionales para modernizar y organizar el aparato técnico y administrativo del cine nacional.

Eran necesarios más estudios de grabación, por lo que, en 1945 se inauguraron los Estudios Churubusco liderados por Emilio Azcárraga Vidaurreta, 5 años más tarde, fueron comprados por el gobierno federal fusionando Estudios Azteca y de esta forma nacieron los Estudios Churubusco Azteca en donde se filmaron cintas como “Pepe el Toro” y otras películas de actores como Pedro Infante, Jorge Negrete, Agustín Lara, María Félix, Sara García, entre otros.

Este fue un periodo clave en la industria, ya que, gracias a la implementación del sonido en imágenes y a la infraestructura creada en la época del cine mudo, creció la producción y exhibición nacional y aumentó la exportación a Latinoamérica y España. Este auge, es el comienzo de la llamada “Época de Oro” (1936-1959), donde se reflejaba la cultura y tradiciones mexicanas con actores de renombre como Pedro Infante, Dolores del Río, María Félix, Pedro Armendariz, Germán Valdés “Tin-Tan”, Mario Moreno “Cantinflas”, etc. Otro factor que ayudó a impulsar la industria en este periodo fue la disminución de las importaciones a nuestro país debido a la Segunda Guerra Mundial, por lo que se comercializaban una mayor cantidad de títulos nacionales. En ese entonces, México era el mejor país Latinoamericano en el desarrollo de este sector.

Una vez terminada la Segunda Guerra Mundial, Estados Unidos reapareció como competencia, utilizaba nuevos recursos publicitarios con los cuales enganchaban al público de clase media mexicana, buscaba la forma de sacarle provecho a nuestro crecimiento, por lo que apoyaba al cine mexicano con inversión, materia prima y tecnología que aún no estaba a nuestro alcance, a cambio de permitir compañías productoras y distribuidoras extranjeras en México. La población media se interesaba más por películas de Hollywood, las cuales estaban subtituladas y las películas mexicanas se comenzaban a dirigir hacia un público popular.

En cuanto a producción, se creó más producto nacional, pero abaratado, lo cual afectó la calidad de las películas y el costo de producción disminuyó un 50%, lo cual

fue benéfico, pero a corto plazo. Se dejaron de generar grandes estrellas de cine mexicano y se sobreexplotaba a viejas estrellas.

En cuanto a exhibición, en 1947, se construyeron más de 100 salas por toda la República, este proyecto era liderado por un lado por William Jenkins y Gabriel Alarcón formando la “Cadena de Oro” y por otra parte los hermanos Espinosa Yglesias quienes también construían salas; ambos grupos se fusionaron y de esta forma nació la “Compañía Operadora de Teatros SA” (COTSA), empresa que controlaba más del 80% de la exhibición. Esto ocasionó que la producción de películas nacionales se sometiera a lo que COTSA quisiera programar, que eran películas básicas o comunes, por lo que los productores temían innovar o probar nuevos géneros.

En 1945 el Secretario de Hacienda Jesús Silva Herzog decretó la exención de impuestos a las películas nacionales exceptuando los casos en que las utilidades superaran la inversión. El Banco Cinematográfico creó la empresa “Películas Mexicanas S.A.”, la cual se encargaba de distribuir las películas a Centro y Sudamérica. Mientras que en 1947 creó la distribuidora “Películas Nacionales” para contrarrestar el monopolio en la exhibición (COTSA). En 1947 el Banco Cinematográfico pasó a ser Nacional, el cual financiaba hasta el 80% del presupuesto de las películas mexicanas, pero cobraban un alto porcentaje sobre los ingresos recibidos en taquilla.

En 1949 se creó la Ley Federal Cinematográfica, su objetivo era promover la producción, distribución, comercialización y exhibición de películas mexicanas.⁵ Un punto muy importante de esta ley, es que apoyaba al cine nacional, era obligatorio para los exhibidores exhibir mínimo un 30% de películas mexicanas en la cartelera semanal, dejando el resto para películas extranjeras, lo cual ha cambiado drásticamente en la actualidad.

El Banco Nacional Cinematográfico dirigido por Eduardo Garduño redujo los créditos, ya que las películas comerciales y rentables eran de capital privado,

⁵ Ley Federal de Cinematografía, http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/103_171215.pdf

dejando los créditos que ofrecía el banco a producciones pequeñas y que generaban pérdidas, por lo que el Banco no recuperaba lo prestado.

Por otra parte, se dio la aparición de la televisión comercial en México con las telenovelas, las cuales llegaban a sustituir a las películas de drama y romance, era una gran competencia en la industria cinematográfica tradicional, en especial a la exhibición.

En la década de los cincuentas, el gobierno intervino en toda la cadena de valor de la industria, desde la producción, distribución y exhibición mediante el “Plan de Reestructuración de la Industria Cinematográfica”. El cual establecía que los Estudios Churubusco serían administrados por el Banco Cinematográfico Nacional, se decía que era para apoyar y estimular la producción de películas rentables a nivel nacional regidas principalmente por Películas Nacionales, Películas Mexicanas y la Compañía Cinematográfica Mexicana Exportadora (CIMEX). Esto evitaría que los exhibidores (COTSA) decidieran el destino comercial de las películas.

Se generó comodidad en los productores ya que se hizo rutina la financiación de las películas por medio de créditos que otorgaban hasta el 80% del presupuesto de producción. Era común que, al solicitar un crédito, se inflara el presupuesto para que con el 80% recibido pudieran más adelante cubrir el 100% de los gastos incluyendo los sueldos de los productores, lo cual lo veían como un pago anticipado por si la película no generaba utilidad. Esto provocó, la solicitud de muchos créditos para la realización de películas de baja calidad, las cuales no tenían éxito en la exhibición o ni siquiera llegaban a ser exhibidas, debido a la acumulación de estas.

En 1960, el Estado compró la “Compañía Operadora de Teatros SA”, por lo que adquirieron las trescientas sesenta y cinco salas existentes y el manejo de estas fue deficiente.

Para incentivar la producción, en 1963 se creó el Centro Universitario de Estudios Cinematográficos (CUEC) el cual pertenece a la Universidad Nacional Autónoma de México. Años después, estudiantes de esta escuela grabaron los sucesos ocurridos en el movimiento estudiantil de 1968, creando así la película “El Grito”, la cual

reflejaba la realidad que estaba ocurriendo sin temor a ser censurados. Años más tarde la Secretaría de Cultura creó otra escuela de cine, el Centro de Capacitación Cinematográfica.

Debido a la baja calidad en las producciones, en 1970 se dio la época del “churro” la cual fue un remedio a corto plazo, ya que como se mencionó, se realizaban películas con producciones descuidadas, con temas de ficheras, barrio y albures. Lo cual afectó a Películas Nacionales, Películas Mexicanas, Cinematográfica Mexicana Exportadora (CIMEX), Estudios Churubusco, COTSA y el Banco Nacional Cinematográfico ya que se encontraban en números rojos.

En 1971, Luis Echeverría le entregó el poder en toma de decisiones en todo lo relacionado a cine en el país a su hermano y actor Rodolfo Echeverría, quien implementó el Plan de Reestructuración de la Industria Cinematográfica en donde se establecía que el Banco Nacional Cinematográfico solamente iba a financiar las películas estrictamente comerciales para lograr un equilibrio entre costos y explotación y de esta forma fomentar la utilidad en la distribución y exhibición. Por otra parte, también se promoverían las películas artísticas participando en festivales internacionales y se construiría la Cineteca Nacional.⁶

El gobierno comenzó a comprar empresas productoras mexicanas y realizaba coproducciones internacionales. Es por esto por lo que se creó la Corporación Nacional Cinematográfica (CONACINE), la cual dependía del Banco Nacional Cinematográfico, su objetivo era coordinar las producciones realizadas por el gobierno. Mientras que COTSA ya contaba con más de 350 salas cinematográficas y aparece una nueva pequeña cadena de exhibición llamada Organización Ramírez.

Debido a la devaluación del peso mexicano en 1976 y la llegada de José López Portillo al poder, el “Plan de Reestructuración de la Industria Cinematográfica” fue decayendo y las producciones se abarataban aún más.

⁶ García, Emilio, 1986, *Historia del cine mexicano*, México, SEP, P. 78.

En 1977 se creó la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía (RTC), unidad administrativa encargada de ejercer las atribuciones que las leyes y reglamentos le confieren a la Secretaría de Gobernación en materia de radio, televisión y cinematografía. Una de sus funciones era supervisar contenidos para su clasificación, transmisión, distribución y exhibición según sea el caso⁷; la cual era dirigida por Margarita López Portillo (hermana del entonces presidente).

La Cineteca Nacional, COTSA, CONACINE, Películas Mexicanas, Películas Nacionales, serían coordinadas por la Secretaría de Gobernación. Mientras que la Secretaría de Hacienda y Crédito Público controlaría el Banco Nacional Cinematográfico, quien limitó los préstamos a 7 millones de pesos para producción por película. El objetivo de esto era reactivar la inversión de iniciativa privada y evitar que la mayoría de los presupuestos de producción fueran de inversión gubernamental, lo cual afectó la producción nacional. Mientras que productores extranjeros filmaban parte de sus películas en México debido a la obra de mano barata comparada con Estados Unidos.

A finales de 1977, se liquidó el Banco Nacional Cinematográfico, ya que seguía siendo operado en números rojos. De esta forma se elimina totalmente el “Plan de Reestructuración a la Industria Cinematográfica”, así como todo el trabajo que se venía haciendo para reimpulsar el cine nacional. Ahora RTC estaría a cargo de Los Estudios Churubusco. No se mejoró la inversión privada y se seguían produciendo títulos de baja calidad, baratos y de ficheras como “Bellas de Noche”.

En 1978, Grupo Televisa incursiona al sector cinematográfico, creando la empresa productora Televisine, su primera producción fue “El Chanfle” en 1978 protagonizada por Roberto Gómez Bolaños, la cual tuvo éxito, pero no suficiente para impulsar la industria nacional. Por lo que en este periodo la exhibición era principalmente de películas extranjeras, las cuales se mantenían en cartelera mínimo dos semanas ya que eran del gusto del público, mientras que las películas

⁷ <http://www.rtc.gob.mx/>

nacionales sólo lograban estar una semana en exhibición y se les destinaban las peores salas.

En 1982 se incendió la Cineteca Nacional, justo en el año de salida de José López Portillo del poder y con la industria nacional en uno de sus peores momentos.

A principios de los años ochenta llegan los videocasetes a México, así como los videoclubes, al principio se temió que esto fuera a desterrar el cine en pantallas teatrales, pero fue una nueva forma de comercialización de donde los productores podían recuperar mayor inversión.

En 1983 se creó el Instituto Mexicano de Cinematografía (IMCINE), el cual dependía de RTC y la SEGOB, buscaba reordenar y modernizar al sector debido a la falta de una política cultural del estado para el manejo del cine y más adelante participaría en la producción de películas nacionales sin el éxito esperado, ahora los Estudios Churubusco eran regidos por esta institución. Las producciones en esta época continuaban siendo de baja calidad y temas populares como “Lola La Trailera” y “La India María”.

En 1986, se creó el “Plan de Renovación Cinematográfica” en donde se establecía entre otras cosas, la creación del Fideicomiso de Estímulo al Cine Mexicano (FECIMEX), se estipuló la liberación de precios de entrada al cine para brindar un mejor servicio, el Fondo de Fomento a la Calidad Cinematográfica que consistía en que los exhibidores aportarían el 5% de sus ganancias a este para el fomento a la industria, los exhibidores tenían que dar mínimo el 50% de pantallas al cine nacional, intercambios artísticos con otros países y se realizarían concursos de proyectos cinematográficos. Este plan no logró el éxito esperado, ya que no hubo una mejora en la calidad del servicio por parte de los exhibidores al aumentar el precio del boleto, no pagaron lo acordado para el Fondo de Fomento a la Calidad Cinematográfica y no concedieron mínimo el 50% de exhibición para producciones nacionales.

En 1990 se liquidaron la mayoría de las empresas de participación estatal de la industria como Películas Nacionales, Películas Mexicanas, mientras que COTSA

seguía perteneciendo al gobierno, pero estaba por ser de iniciativa privada, mientras que Organización Ramírez iba adquiriendo más salas.

Títulos como “Rojo Amanecer” y “Como Agua Para Chocolate” fueron de gran éxito a principio de los años noventa. Llegando a estar la primera en las primeras diez películas mexicanas de 1990 y la segunda fue la película extranjera más taquillera en Estados Unidos en 1993.

En el sexenio de Salinas, disminuyeron las producciones, aun así, existía un enlatamiento de películas nacionales, esto quiere decir que las películas no eran distribuidas y se quedaban guardadas, debido a que los exhibidores le otorgaban más espacio en cartelera a títulos extranjeros ya que estos al ser del gusto del público, les generaba más ganancias a esta parte de la cadena de valor de la industria. Con este problema más la venta de más de cien salas de COTSA a la iniciativa privada, la industria se encontraba en desaliento. Las salas de Organización Ramírez ya tenían más espectadores que las de COTSA. Mientras que Videocine, empresa distribuidora de Grupo Televisa creada en este sexenio se convertiría en líder en cuanto a distribución nacional de iniciativa privada debido al cierre de Películas Nacionales, siendo ahora Videocine una de las empresas más beneficiadas en el sector.

En diciembre de 1992 se dio a conocer la nueva Ley de Cinematografía, en donde se establecía que la Secretaría de Gobernación ya no intervendría como antes en la industria, pero sí sancionaría a los que incumplieran la ley. El fomento al cine seguiría a cargo de Conaculta e IMCINE quienes administrarían los estímulos otorgados a la producción y distribución nacional. Por otra parte, los precios de taquilla serían fijados libremente mediante una regulación oficial, lo cual le daría más poder a los exhibidores. Por último, el porcentaje de funciones de películas nacionales se reduciría del 50 al 30% en 1993, 25% en 1995, 15% en 1996 y 10% en 1997, con este último nos regimos actualmente. Este fue un fuerte golpe a la industria ya que por ley bajó demasiado el derecho de exhibición de películas nacionales, lo cual provocaría un mayor desaliento. La modificación a la Ley se dio debido al fomento de políticas neoliberales en el país, firmándose el Acuerdo

General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT por sus siglas en inglés) y el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN); lo cual provocó liberación comercial, privatización y desregulación. Por lo que el cine mexicano debía aprender a competir por sí solo y aumentaría la inversión extranjera en todo el proceso cinematográfico, a diferencia de Canadá quien excluyó el cine del TLCAN ya que lo consideraban como patrimonio cultural.

Gracias a esta apertura comercial, en 1993 se conformaron nuevas cadenas de exhibición de capital extranjero, como Cinemark y Cinemex, las cuales aumentaron fuertemente el precio del boleto. En 1994, Organización Ramírez amplió sus salas de exhibición y cambió de nombre a Cinépolis.

Debido al “error de diciembre”, la economía mexicana se vio afectada, el peso tuvo una gran devaluación, lo que afectó a las industrias como la cinematográfica, la cual tuvo la peor época desde su creación. En 1995 sólo se crearon 14 películas, un año anterior se crearon más del triple de esa cantidad. Como se muestra en el Cuadro 1, la devaluación del peso en la década de los noventa fue constante. Los incrementos en los costos de producción varían de acuerdo con la paridad del peso frente al dólar, por lo que el presupuesto de una película incrementó más de tres veces.

Cuadro 1

Precio del dólar en pesos mexicanos

1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998
2.6	2.85	3.03	3.11	3.25	3.4	7.71	7.87	8.47	9.15

Fuente: Elaboración propia con información del Banco de México.

Gracias a lo mencionado anteriormente, la iniciativa privada en el sector disminuyó 86% entre 1989 y 1994. Como se puede ver en el cuadro 2, en 1989 existían 465 empresas del sector, algunas de estas comenzaron a desaparecer y se iban a la quiebra; para 1997 desaparecieron 205 empresas.

Cuadro 2

Número de empresas cinematográficas en México

	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997
Productoras	303	239	282	307	276	237	187	162	166
Distribuidoras	102	70	87	101	71	70	54	55	49
Laboratorios	14	13	13	13	12	11	8	7	7
Talleres	19	15	17	21	26	24	18	19	19
Estudios	2	2	2	2	2	1	1	1	1
Salas de doblaje	16	13	13	18	11	9	9	10	10
Cooperativas	9	6	8	9	7	5	6	8	8
TOTAL	465	358	422	471	405	357	283	262	260

Fuente: Elaboración propia con información del Centro de Informática de CANACINE.

En 1997 se anunció que el estado invertiría fuertemente en la industria proporcionando 100 millones de pesos a estímulos fiscales, regidos por el IMCINE, esto para reactivar el cine nacional. Se creó el Fondo para la Producción Cinematográfica de Calidad (FOPROCINE), mientras que en 2002 se crea el Fondo de Inversión y Estímulos al Cine (FIDECINE), posteriormente se logran apoyos a través de estímulos fiscales como el Estímulo Fiscal a Proyectos de Inversión en la Producción y Distribución Cinematográfica Nacional el cual se establece en el artículo 189 de la Ley de Impuesto Sobre la Renta (EFICINE 189). Estos fondos han sido importantes para el desarrollo del cine nacional, pero no son suficientes ya que apoyan parte de la producción de películas, pero no incentivan tanto la exhibición de estas.

En 1998 se estrenó un éxito taquillero de aquella época, “Sexo, Pudor y Lágrimas”, se convirtió en la película más vista del cine mexicano hasta ese entonces, recaudando poco más de 100 millones de pesos en taquilla, superando a Star Wars Episodio I.⁸

Otras películas taquilleras gracias al interés del público en películas centradas en la situación política del país fueron “Todo el Poder”, “La Ley de Herodes” y “Amores

⁸ www.beta.iboe.com

perros”, otro tipo de películas que también gustaron al público fueron “El Crimen del Padre Amaro”, “Y Tú Mamá También” y “Amarte Duele”.

Directores mexicanos reconocidos tanto nacional como internacionalmente son personajes como Alfonso Cuarón, Guillermo del Toro y Alejandro González Iñárritu; mientras que los nuevos rostros de esa generación fueron actores como Jesús Ochoa, Demián y Bruno Bichir, Cecilia Suárez, Dolores Heredia, Damián Alcázar, Diego Luna, Gael García, Luis Fernando Peña, entre otros. A esta época se le catalogó como “El Nuevo Cine Mexicano”. Algunos de estos actores se han convertido en productores en busca de impulsar la producción nacional.

En la primera década de los años 2000 la producción nacional anual se estabilizó generando en promedio 70 títulos al año y grandes ingresos en taquilla (como lo muestra el cuadro 3).

Cuadro 3

Películas mexicanas estrenadas 2000-2010 con mejores ingresos

Título	Estreno	Cines	Ingreso	Asistentes
El Crimen del Padre Amaro	16/08/2002	289	162,199,210.00	5,238,928
Kilómetro 31	02/02/2007	235	120,835,921.00	3,276,680
Y Tu Mama Tambien	08/06/2001	197	101,736,149.00	3,528,761
Amores Perros	16/06/2000	183	95,210,101.00	3,264,917
Amar te Duele	08/11/2002	268	70,202,322.00	2,282,584
Matando Cabos	16/07/2004	253	62,755,881.00	1,893,423
La Segunda Noche	31/03/2000	205	62,421,000.00	2,237,309
Todo el Poder	14/01/2000	181	60,515,878.00	1,989,763
La Habitación Azul	01/05/2002	218	58,564,017.00	1,972,048
El Segundo Aire	11/05/2001	200	47,856,012.00	1,654,329
Nicotina	03/10/2003	193	44,559,646.00	1,326,432
Hasta el viento tiene miedo	19/10/2007	184	40,849,559.00	1,139,151
Biutiful	22/10/2010	260	37,334,200.90	763,840
Recien Cazado	28/08/2009	200	37,092,850.96	828,764
Por La Libre	19/10/2000	208	37,024,959.00	1,283,842
Fuera del Cielo	12/01/2007	153	34,542,365.00	934,590
La Ley de Herodes	18/02/2000	173	34,215,443.00	1,132,910
Bandidas	17/02/2006	293	33,218,577.00	921,401
Vivir Mata	25/01/2002	216	30,217,899.00	986,221
Asesino en Serio	30/04/2003	258	29,806,965.00	928,223

Fuente: beta.iboe.com

Películas mexicanas fueron reconocidas en festivales internacionales como “El Crimen del Padre Amaro”, “La Ley de Herodes”, “El Infierno”, “Miss Bala”, “Presunto Culpable”, mientras que hubo otras películas comerciales del gusto del público como “No Eres Tú Soy Yo” y “El Estudiante”. También la animación nacional comenzó a crecer con títulos como “Una Película de Huevos” y “La Leyenda de la Nahuala”, la primera creada por la empresa productora Huevocartoon y la segunda por Ánima Studios, quienes se están convirtiendo en líderes nacionales en este género.

La industria cinematográfica ha pasado por altibajos en términos de cantidad, calidad, inversión y apoyo del gobierno a lo largo de su existencia en México. Como toda la economía del país, esta industria se ve afectada debido a los cambios de políticas gubernamentales que se establecen cada sexenio, al entrar un nuevo presidente y comité al mando. El más grande problema fue que la mayoría de las películas nacionales exhibidas en cine, no recuperaban el costo de producción en taquilla y las productoras y algunas empresas llegaban a operar en número rojos si no obtenían fondos o estímulos gubernamental. Al tener un panorama sobre la historia del cine en México, en los próximos capítulos nos podremos enfocar en analizar si esto sigue ocurriendo y conocer cómo se encuentra la industria cinematográfica actualmente, qué factores del pasado siguen frenando el crecimiento del sector, de qué forma se ven afectados y como se puede mejorar la cadena de valor de la cinematografía la cual se explicará en el siguiente capítulo.

CAPÍTULO 2

La cadena de valor cinematográfica en México

Para entender esto, es necesario conocer qué es y cómo está conformada esta industria. De acuerdo con la Ley de Cinematografía, “se entiende por industria cinematográfica nacional 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.”⁹ Pero ¿en qué consiste y qué hay detrás de cada proceso? ¿Qué es lo que define el buen desempeño de una película en la industria? En este capítulo se explicarán las tres etapas principales y esenciales para entenderla.

2.1.- Producción

La producción es la primera etapa de la cinematografía, ya que en este proceso se define desde la creación de la idea hasta su ejecución.

De acuerdo con la Ley de Cinematografía, “La producción cinematográfica nacional constituye una actividad de interés social, sin menoscabo de su carácter industrial y comercial, por expresar la cultura mexicana y contribuir a fortalecer los vínculos de identidad nacional entre los diferentes grupos que la conforman. Por tanto, el Estado fomentará su desarrollo para cumplir su función de fortalecer la composición pluricultural de la nación mexicana, mediante los apoyos e incentivos que la Ley señale.”¹⁰

Mientras que “el productor es la persona física o moral que tiene la iniciativa, la coordinación y responsabilidad de la realización de una película cinematográfica, y que asume el patrocinio de la misma”¹¹. Esta responsabilidad la adquiere desde la preproducción, producción y postproducción.

⁹ Ley Federal de Cinematografía, http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/103_171215.pdf

¹⁰ Ley Federal de Cinematografía, http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/103_171215.pdf

¹¹ Ley Federal de Cinematografía, http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/103_171215.pdf

2.1.1.- Preproducción:

Una vez definida la idea, el género, creado el guion de la película y la realización de trámites legales como registros en el Instituto Nacional del Derecho de Autor (INDAUTOR), comienza la etapa de preproducción.

En esta fase se selecciona al equipo principal de trabajo como productores, productores ejecutivos, gerente de producción, coordinador, asistentes y director. Quienes conjuntamente realizan el presupuesto total de la producción, tomando en cuenta la renta de las locaciones en donde se filmará, equipo, los sueldos de: actores, director de fotografía, asistentes de director, músicos, editores, equipo de vestuario, arte, diseñadores, maquillaje, equipo de contabilidad, eléctricos, camarógrafos y todo el personal que se involucrará en el proceso.

Una vez definido el presupuesto, los productores ejecutivos son los encargados de buscar financiamiento para la realización de la película, lo cual puede ser de las siguientes formas:

- **Iniciativa privada:** Cuando un tercero o el mismo productor invierte algún monto de dinero o en especie en el proyecto, lo cual se pagará una vez que la película genere ganancias sobre las ventas, se pueden cobrar intereses o adquirir algún porcentaje extra sobre las ventas de la película.
- **Patrocinios en especie:** Cuando una marca proporciona sus productos sin cobrar a lo largo de la filmación como marcas de cámaras, maquillaje, automóviles, etc, siempre y cuando la película le de difusión al producto y aparezca su logo en los promocionales de esta.
- **Product placement:** Se da cuando una marca paga por aparecer a lo largo de la película, mejor conocido como “comerciales”. Al igual que en los patrocinios, sus logos aparecen en todos los promocionales de la película y se les da un espacio en los créditos que aparecen al final de la película.

- Fideicomisos: Son fondos suministrados por el gobierno, los cuales son regulados por el Instituto Mexicano de Cinematografía (IMCINE). Se otorgan créditos de 10 millones de pesos máximo por proyecto para la producción y postproducción de películas mexicanas. Como el Fondo para la Producción Cinematográfica de Calidad (FOPROCINE), el cual va enfocado a proyectos de arte o considerados patrimonio cultural, también apoya a coproducciones latinoamericanas y a óperas primas coproducidas con escuelas de cine como el Centro de Capacitación Cinematográfica (CCC) y el Centro Universitario de Estudios Cinematográficos (CUEC).¹² También está el Fondo de Inversión y Estímulos al Cine (FIDECINE), el cual apoya a las producciones de ficción o animación nacionales y se vuelven coproductores del proyecto. Solo se puede solicitar uno de estos dos créditos por proyecto, estos fondos pueden cubrir con hasta el 80% del presupuesto de la película, el porcentaje que se invierta en producción será el porcentaje que obtendrá FOPROCINE o FIDECINE sobre las utilidades que se generen en la toda la distribución (son los primeros en recibir ganancias), ambos fondos corren con el riesgo de perder si la película no es exitosa.
- Estímulo fiscal: Como el Estímulo Fiscal a Proyectos de Inversión en la Producción y Distribución Cinematográfica Nacional (EFICINE 189), el cual es para los contribuyentes, se establece en el artículo 189 de la Ley del Impuesto sobre la Renta, con el fin de apoyar la producción o postproducción de largometrajes de ficción, animación y documental.¹³ Las empresas privadas interesadas en el proyecto pueden utilizar hasta el 10% de su Impuesto Sobre la Renta (ISR) anual para otorgarlo a la producción de la película, lo cual se hace 100% deducible, el monto máximo a solicitar son 20 millones de pesos por proyecto. Eficine 189 sólo puede cubrir hasta el 80% del presupuesto, el resto tiene que ser de iniciativa privada en efectivo o especie (cantidad que ya no puede ser deducible). Los productores tienen

¹² <http://www.imcine.gob.mx/estimulos-y-apoyos/>

¹³ <http://www.imcine.gob.mx/estimulos-y-apoyos/eficine>

que buscar un contribuyente aportante que se interese en la película y cumpla con los requisitos para ceder sus impuestos y luego solicitar el estímulo a IMCINE mediante la convocatoria semestral que este realiza, el proyecto será evaluado por un comité especializado en producción seleccionado por IMCINE y por la Secretaría de Hacienda. Este estímulo se puede solicitar junto con uno de los fideicomisos mencionados anteriormente. Una regla importante al recibir este estímulo y los fideicomisos es que la película se tiene que exhibir en cines máximo dos años después de recibir el dinero para la producción.

El gobierno topa los estímulos y fideicomisos para producción, distribución y exhibición cinematográfico hasta 800 millones de pesos al año.

Una vez definido el origen de la inversión en el proyecto, así como a los actores, personal, locaciones y establecida la ruta crítica (calendario de actividades por realizar), comienza el proceso de producción.

2.1.2.- Producción:

En esta etapa se pone en marcha la ruta crítica. Comienza el proceso de filmación, con base al guión, el cual dura entre seis y diez semanas. El equipo de producción deberá de estar pendiente de diferentes situaciones ya programadas y que se susciten de imprevisto, como traslados de personal, equipo, hospedaje, alimentación, seguridad, supervisar que todo esté en orden con el director, actores, arte, locación, trámites legales, administración de gastos. Se puede decir que el equipo de producción, conformado por productores, asistentes de producción, coordinador, gerente, son los encargados de organizar todas las áreas involucradas en el rodaje, mientras que contabilidad de producción lleva registro de todos los gastos ejercidos, liquidando a todos los proveedores, personal y actores.

2.1.3.- Post producción:

Es la última etapa de la producción, consiste en la selección y edición del material rodado anteriormente. Se realiza el montaje de efectos visuales, efectos especiales, sonido, etc. Los más involucrados en esta etapa son el director, productor y equipo de post producción. Esta fase finaliza al entregar la película terminada, es decir las copias compuestas en imagen y sonido listas para ser duplicadas y posteriormente poder ser proyectadas en cine en formato digital o en cualquier otra plataforma.¹⁴

Una vez concluido el proceso de creación llamado producción, se solicita a la Secretaría de Gobernación el certificado de origen nacional de la película. Es tiempo de que la película salga al mercado en busca de un distribuidor.

2.2.- Distribución

El papel de la distribuidora en el proceso cinematográfico es esencial, ya que actúan como intermediarios entre los productores y exhibidores, es decir son los encargados de comercializar el producto final.

De acuerdo con la Ley de Cinematografía, “se entiende por distribución cinematográfica a la 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.”¹⁵

Una vez finalizada la película, ya sea que los productores busquen a una empresa distribuidora a la cual se le otorgarán los derechos de explotación comercial o que los distribuidores conozcan el producto desde el proceso de elaboración y estén interesados en este, ofreciendo una venta fija, estableciendo un precio o por

¹⁴ Augrus, Jol, *El dinero de Hollywood. Financiación, producción, distribución y nuevos mercados*, Barcelona, Paidós Ibérica, P. 120.

¹⁵ Ley Federal de Cinematografía, http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/103_171215.pdf

comisión en diferentes plataformas o ventanas de exhibición como cines, Netflix, Blim, iTunes, televisión de paga, etc.

En ocasiones las distribuidoras también invierten en el proceso de producción, mediante adelantos garantizados de distribución, lo cual significa que la distribuidora tendrá derecho a explotar comercialmente la película y recuperará en primera instancia el monto aportado para producción más una comisión de la explotación comercial de esta.

Normalmente, la primera ventana de exhibición de una película es en cines. Después del estreno, se espera cierto tiempo para poder exhibirla en otras plataformas. A continuación, se explicará cada plataforma de exhibición en la cual la distribuidora puede colocar la película, dejando al último la más importante que es la exhibición en cines.

- Disco Versatil Digital (DVD) y Blu Ray (BR): Anteriormente esta era la segunda ventana de exhibición de películas, actualmente es difícil distribuir películas mediante este medio, ya que últimamente casi no generan ingresos debido a que el público prefiere y se le hace más fácil hacer compras en línea y la piratería más antigua de películas se realiza en DVD.
- Transactional Video on Demand (TVOD): Es una plataforma digital en donde el cliente realiza un pago en línea para comprar o rentar una película. Por ejemplo: iTunes, Google Play, Cinépolis Klic, Film In Latino.
- Suscriptional Video on Demand (SVOD): Es una plataforma digital en donde el cliente realiza un pago mensual para acceder al catálogo de este sitio como Netflix, Blim, Amazon, entre otros.
- Televisión de paga (Pay TV): Películas programadas en canales de paga en televisión nacional o internacional como Warner Channel, HBO, Fox, AXN, etc.

- Televisión abierta (Free TV): Películas programadas en canales abiertos nacionales como el canal de las estrellas, canal 5, azteca 13, canal 11, entre otros.

La comisión que cobran normalmente las distribuidoras por las ventas en cada plataforma es de 30% y para SVOD 40%, con el sobrante se cubren ciertos gastos de formato de la película para cada plataforma y el resto es para los productores o dueños de estas.

Exhibición en cines: Tradicionalmente se estrena en este medio. A continuación, se explicará el proceso detrás de una película para ser exhibida en pantallas teatrales.

Para empezar, la distribuidora realiza un plan de programación el cual será presentado más adelante a los exhibidores para su aprobación, hay que determinar el número de copias de estreno, es decir, en cuántos cines y pantallas de la República se estrenará la película, pero ¿esto de qué depende? Del tipo de producto y el presupuesto disponible para su distribución. Una película se puede estrenar en un cine o hasta los 843 existentes en la República, la determinación de copias y pantallas se realiza con base en un análisis comparando películas parecidas estrenadas anteriormente, del mismo género y estilo, con una proyección de ventas y el presupuesto disponible. Supongamos que una película se estrena en 100 cines, en este escenario, la película abre en su semana de estreno en cines de las principales plazas de la República ya que son los estados en los que normalmente se generan mayores ingresos, como: Ciudad de México, Estado de México, Jalisco, Nuevo León, Puebla. En las semanas consecutivas, la película se irá estrenando en los estados faltantes de la República, es importante mencionar que esto depende de la demanda del producto, es decir si la película ha sido vista por los asistentes esperados, ya que si la película no presenta buenos ingresos en las primeras semanas de exhibición en los principales estados, es probable que los exhibidores no la programen en el resto del país, ya que hay otras películas que generarán mayores asistentes y por ende ganancias.

Por otra parte, una película catalogada como “blockbuster” (de grandes producciones o hollywoodenses) normalmente se estrena a nivel nacional, es decir acapara la mayor parte de los estados y la mayoría de los cines y pantallas (400+). Durará en cartelera de 2 a 7 semanas, dependiendo de los ingresos que genere cada cine se analiza si continúa en todos o se va sacando el título de algunos. Entre más comercial sea la película, es decir, del gusto de la mayoría del público, en más cines y pantallas se exhibirá, esto debido a que se planea que haya demanda y se genere más dinero en taquilla, por lo que se puede realizar una mayor inversión en el presupuesto de distribución.

Como se mencionó, la principal forma de decidir en cuántos cines se exhibirá la película, es realizando comparaciones con otros títulos parecidos estrenados anteriormente, estos datos se pueden encontrar en una plataforma digital de paga llamada Comscore¹⁶, en donde se muestran los ingresos y admisiones diarios acumulados y por cine de todas las películas exhibidas en México desde el año 2000 a la actualidad, se dice que es el Bloomberg de la industria cinematográfica. Con la base de datos obtenida en esta plataforma, se realizan los cálculos correspondientes para determinar el número de copias, pantallas y en que cines se generará un mayor ingreso para proyectar ahí la película. Con lo obtenido en Comscore, también se realiza la proyección de ventas de la película, calculando mediante estadística cuánto dinero recaudará en taquilla, así como el número de asistentes que la irán a ver, con los datos obtenidos, se calcula el presupuesto conveniente a usar para la distribución de la película. Con estas estimaciones se realizan ciertas deducciones que se explicarán más adelante para calcular la utilidad que se generará en cines.

En el cuadro 4, se presenta un ejemplo de presupuesto de distribución, el cual está dividido en: costo de copias, costo de exhibición, publicidad y mercadotecnia y gastos administrativos. A continuación, se explicará un poco más de cada rubro.

Los duplicados son el número de copias necesarias para la exhibición, es decir el número de discos con la película que se utilizarán para exhibir en su semana de

¹⁶ Comscore, <http://beta.iboe.com>

estreno. Estos mismos se reutilizarán en caso de que la película se exhiba en nuevos cines de otros estados a partir de la semana 3 de exhibición, es por esto que dependiendo del tipo de producto, los presupuestos son más acotados. Para poder exhibir la película en cines, es necesario hacer registros en INDAUTOR y solicitar la autorización comercial de esta a RTC, quien proporciona la clasificación ya sea AA (todo el público, en especial menores de 7 años), A (todo el público), B (12 años en adelante), B-15 (15 años en adelante), C (mayores de 18 años), D (adultos, violencia explícita).¹⁷ También es necesaria la elaboración de la campaña de mercadotecnia enfocada al público al que irá dirigida la película. Normalmente una película independiente se gasta entre 15,000 a 20,000 MXN por copia, mientras que una película grande de estudio se gasta entre 30,000 a 40,000 MXN o más por copia.

¹⁷ <http://www.rtc.gob.mx/NuevoSitio/cinematografia.php>

Cuadro 4

Ejemplo de presupuesto de distribución

P&A BUDGET REPORT							
Título	México						
Territorio							
Duración							
Tipo de cambio			18 MXN x 1 USD				
Fecha de estreno							
No. de copias							
CANTIDAD	MONEDA	PRECIO U.	SUBTOTAL	IVA	TOTAL		
COSTO DE COPIAS							
Duplicado							
Formato: DCP & Satelital	0	USD	0.00	\$ -	\$ -	\$ -	
Exhibición							
Pago de Derechos (RTC)	0	MXN	0.00	\$ -	\$ -	\$ -	
Registro INDAUTOR	0	MXN	0.00	\$ -	\$ -	\$ -	
KDM's	0	USD	0.00	\$ -	\$ -	\$ -	
VPF'S	0	MXN	0.00	\$ -	\$ -	\$ -	
Post							
Conformación de DCP Master	0	USD	0.00	\$ -	\$ -	\$ -	
Encriptado	0	USD	0.00	\$ -	\$ -	\$ -	
HD para DCP Master	0	MXN	0.00	\$ -	\$ -	\$ -	
Blu Ray	0	MXN	0.00	\$ -	\$ -	\$ -	
PUBLICIDAD Y MERCADEO							
Materiales Audiovisuales							
Diseño Póster y artes	0	MXN	0.00	\$ -	\$ -	\$ -	
Impresión Póster	0	MXN	0.00	\$ -	\$ -	\$ -	
Promocionales (standees, mupies, etc.)	0	MXN	0.00	\$ -	\$ -	\$ -	
Activaciones BTL	0	MXN	0.00	\$ -	\$ -	\$ -	
Creación de trl digital	0	MXN	0.00	\$ -	\$ -	\$ -	
Spot radio	0	MXN	0.00	\$ -	\$ -	\$ -	
Spot TV	0	MXN	0.00	\$ -	\$ -	\$ -	
Duplicado Trailers - Digital	0	MXN	0.00	\$ -	\$ -	\$ -	
Rating Fees (Trl)	0	MXN	0.00	\$ -	\$ -	\$ -	
Pautas / Campañas							
Televisión	0	MXN	0.00	\$ -	\$ -	\$ -	
Radio	0	MXN	0.00	\$ -	\$ -	\$ -	
Campaña digital	0	MXN	0.00	\$ -	\$ -	\$ -	
Vallas	0	MXN	0.00	\$ -	\$ -	\$ -	
Autobuses	0	MXN	0.00	\$ -	\$ -	\$ -	
Relaciones Públicas (Prensa)							
Honorarios Agencia	0	MXN	0.00	\$ -	\$ -	\$ -	
Junket / Conferencia de Prensa	0	MXN	0.00	\$ -	\$ -	\$ -	
Viáticos talento	0	MXN	0.00	\$ -	\$ -	\$ -	
Shooting	0	MXN	0.00	\$ -	\$ -	\$ -	
Transporte	0	MXN	0.00	\$ -	\$ -	\$ -	
Premieres							
Invitaciones	0	MXN	0.00	\$ -	\$ -	\$ -	
Alfombra Roja	0	MXN	0.00	\$ -	\$ -	\$ -	
Coctel / Fiesta	0	MXN	0.00	\$ -	\$ -	\$ -	
Pulseras	0	MXN	0.00	\$ -	\$ -	\$ -	
Logística							
Envíos de publicidad a Cines	0	MXN	0.00	\$ -	\$ -	\$ -	
Monitoreo	0	MXN	0.00	\$ -	\$ -	\$ -	
ADMINISTRATIVOS							
Gastos de Ofna							
Responsable:							
Gastos varios	1	MXN	0.00	\$ -	\$ -	\$ -	
				S/IVA	USD	C/IVA	
Total Copias				\$ -	\$ -	\$ -	
Total Publicidad				\$ -	\$ -	\$ -	
Total Admvo.				\$ -	\$ -	\$ -	
Grand Total				\$ -	\$ -	\$ -	

Fuente: Elaboración propia con informes laborales.

La distribuidora al aceptar el proyecto normalmente también invierte en este, ya que cubre con todos los gastos de lanzamiento de la película en cines y otras plataformas, mediante recursos propios o financiados. Una vez definido el presupuesto con base al número de copias y pantallas de la corrida comercial y a la utilidad esperada, se buscan fondos o inversionistas para proceder con la distribución y la negociación con los exhibidores. Los recursos se pueden obtener de la siguiente manera:

- **Iniciativa privada:** la misma distribuidora invierte el costo total de distribución, el cual planea recuperar de los ingresos recaudados en cine más aproximadamente un 20% de comisión sobre las utilidades que se generen. Si no se logra recuperar este gasto en presupuesto, se toma de las utilidades generadas en otras plataformas de exhibición. Algún productor o un tercero puede proporcionar el dinero cobrando intereses sobre las utilidades generadas en cines u otras ventas.
- **Patrocinadores:** Al igual que en producción, se buscan marcas con las cuales se generan intercambios, no cobran por el uso de sus productos como algún refresco o alcohol para ofrecer en la premier o alguna aerolínea u hotel que cubra los gastos del vuelo y hospedaje de los actores a cambio de aparecer en la publicidad de la película.
- **Estímulo fiscal:** El Estímulo Fiscal a Proyectos de Inversión en la Producción y Distribución Cinematográfica Nacional (EFICINE 189) el cual sólo se otorga a películas nacionales. Opera de la misma forma que EFICINE producción, la diferencia es que para distribución sólo se puede solicitar hasta 4 millones de pesos por proyecto. En este caso la distribuidora o el productor es la que busca al contribuyente aportante, de igual forma Eficine sólo puede cubrir con el 80% del presupuesto, el otro 20% tiene que ser con recursos propios o de un tercero. Es importante mencionar que el dinero recibido de este estímulo sólo se puede usar para cubrir los gastos de la distribución en cines, no para otras plataformas.

Una vez calculado el número de copias, la proyección de ventas, el presupuesto y la estrategia de mercadotecnia; se negocia con los exhibidores el plan de programación, el cual consiste en definir la corrida comercial, es decir en qué cines de la República se planea exhibir la película. El destino final de esta está en manos de los exhibidores, por lo que a continuación se explicará el último proceso que genera valor en la industria cinematográfica.

2.3.- Exhibición

Por último, se encuentra la exhibición, el cual es el objetivo final de todo el proceso. Consiste en transmitir la película al público. Como se mencionó anteriormente, esto se puede realizar mediante la comercialización en diferentes ventanas de exhibición, la mayoría de estas no son de origen nacional a excepción de Blim de grupo Televisa, Film In Latino y Cinema México de IMCINE y Cinépolis Klic. Estas plataformas adquieren los derechos exclusivos o no de las películas para ser exhibidas en estos medios por un determinado periodo, estos exhibidores cobran un porcentaje de lo recaudado y si la negociación la realiza la distribuidora, esta también cobra un porcentaje de comisión y el resto es para los productores, monto con el cual cubren la inversión realizada anteriormente en la producción.

Pero la exhibición principal y más antigua se desarrolla en pantallas teatrales con la cual más negocio en mi ámbito laboral. Como ya se mencionó, para solicitar los apoyos de Eficine 189, Fidecine y Foprocine, una de las reglas es estrenar la película en pantallas de cine y al solicitar el apoyo, piden presentar una proyección de ventas en donde se recupere el monto solicitado mediante las ganancias en cine.

Los exhibidores son quienes tienen contacto con el público, ellos posibilitan el consumo del producto final a través de vivir la experiencia del cine mediante la tecnología en 2D, 3D, 4D, Macro E, IMAX, salas de proyección cómodas, buena calidad de sonido e imagen; los exhibidores influyen demasiado en que la experiencia del espectador sea agradable.

¿Cómo está conformada la exhibición cinematográfica en México?

Las principales dos cadenas de exhibición son Cinépolis (anteriormente conocida como Organización Ramírez) y Cinemex (perteneciente a Grupo México) quien hace algunos años adquirió la cadena Cinemark que existía en el país. La primera cuenta con 385 cines en la República y 3,239 salas (pantallas), mientras que la segunda cuenta con 321 cines y 2,705 salas. Hay 137 cines independientes que cuentan con un total de 488 salas, algunos de estos son Cinemas Henry, Exhibidores del Bravo, Exhibición Alternativa, Cinemagic, Citi Cinemas, Go Cinemas, la Cineteca Nacional con sedes en: Ciudad de México, Nuevo León, San Luis Potosí, etc.

El líder de este mercado, el que establece las reglas y decisiones en exhibición es Cinépolis. En 2016, Cinépolis generó el 67.56% de ingresos totales en taquilla, mientras que Cinemex generó sólo el 29.16%, dejando el 3.28% a independientes.

Anteriormente las películas se proyectaban desde cintas de 35 mm, las cuales grandes, pesadas, había que tener cuidado en enrollarlos para que la película no se proyectara mal y eran más difíciles de transportar. En 2012, los exhibidores mexicanos se sumaron a la digitalización de sus pantallas, ahora se proyectan desde un disco duro protegido o vía satelital, es decir, las proyecciones serían de forma digital, costo que los exhibidores cubrieron de primera instancia, pero acordaron y se firmaron contratos por 12 años con todas las distribuidoras cobrando aproximadamente de 400 a 600 USD por exhibir una película en cada una de sus pantallas. Aparte de los ingresos que obtienen los exhibidores de la taquilla, cobran este Virtual Print Fee (VPF), o sea, esta innovación. Si una película se proyecta en 700 cines, los exhibidores pueden cobrar aproximadamente 7 millones de pesos. Es por esto por lo que los distribuidores tienen que planear bien el circuito de programación y evaluar en qué cines vale la pena exhibir la película, los cuales alcancen de entrada este costo.

Los distribuidores le presentan a Cinépolis y Cinemex el plan de programación de la película (número de copias, pantallas, plazas y fecha de estreno), estos lo evalúan

de acuerdo con la oferta y demanda de películas que tengan próximas a estrenarse. Regularmente Cinépolis es quien aprueba o mueve la fecha de estreno, mientras que Cinemex se atiene a este. Dependiendo de cuántas películas se estén exhibiendo en la misma fecha de estreno, el género y a la saturación de pantallas, el exhibidor respetará o cambiará el plan de programación elaborado por la distribuidora. Los exhibidores normalmente proporcionan los mejores espacios a distribuidoras internacionales como Warner, Disney, Fox, a las cuales tienden a respetarles más sus propuestas ya que el tipo de películas que manejan tienden a ser del gusto de la mayoría del público y esto les generan mayores ingresos, mientras que la distribuidora mexicana más grande e importante a la cual los exhibidores respetan es Videocine de Grupo Televisa, quienes en varias ocasiones han sabido satisfacer los gustos de la audiencia. En 2015 Cinépolis abrió su propia distribuidora llamada Cinépolis Distribución, esto es una desventaja para el resto de las distribuidoras nacionales, ya que, aparte de tener más del 60% del mercado de exhibición, al ser del mismo grupo de Cinépolis, en ocasiones le dan preferencia en horarios a sus propios títulos, con la posibilidad de provocar pérdidas de ingresos a películas de otras distribuidoras independientes.

De acuerdo con el artículo 19 de la Ley de Cinematografía, “los exhibidores reservarán el diez por ciento del tiempo total de exhibición, para la proyección de películas nacionales en sus respectivas salas cinematográficas y toda película nacional se estrenará en salas por un período no inferior a una semana.”¹⁸. Como se mencionó en el capítulo 1, antes la ley establecía la exhibición mínima de treinta por ciento de películas mexicanas, cifra que disminuyó después de la firma del TLCAN. Si los exhibidores no cuentan con películas mexicanas del gusto del público, no aumentarán el porcentaje de exhibición nacional por sí mismos ya que no obtendrán los ingresos que otras películas extranjeras sí les dejan.

Los exhibidores son los que obtienen el porcentaje más grande de la taquilla generada. Para entender mejor la cadena de valor en conjunto de producción, distribución y exhibición, se presenta el cuadro 5 el cual es un ejemplo en cuanto a

¹⁸ http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/103_171215.pdf, “Ley de Cinematografía”

costos e ingresos de una película mexicana, tomando en cuenta las tres etapas del proceso cinematográfico en México.

El título que se seleccionó es “Desierto” un drama-suspense producida en 2015, dirigida por Jonás Cuarón, protagonizada por Gael García y distribuida el 15 de Abril de 2016 por Cinépolis Distribución. Esta película contó con EFICINE 189 en producción, se le otorgó la cantidad máxima que son 20 millones de pesos,¹⁹ con lo cual en teoría se cubrió el 80% del presupuesto de producción. Tuvo que haber una inversión privada nacional de 5 millones de pesos para cubrir el 20% restante del presupuesto presentado ante Eficine, dando un total de 25 millones de pesos. Aparte la película contó con inversión extranjera de origen francés, aproximadamente de 5 millones de pesos. Esto da un total aproximado de 30 millones de pesos de presupuesto en producción.

La película se distribuyó en 403 cines y 559 pantallas fue casi un estreno nacional. Duró 10 semanas en cartelera, recaudó en taquilla 38,244,193 pesos que equivalen a 865,811 asistentes, dando un costo promedio del boleto de 44.17 pesos. De ese total generado en taquilla, se le resta el 1.65% lo cual corresponde a derecho de autor. En la semana de estreno, el 58.35% de taquilla le corresponde a los exhibidores, dejando el 40% para la distribuidora. A partir de semana dos en adelante, el 63.35% es para los exhibidores, dejando el 35% a la distribuidora. Dando un promedio de taquilla a la distribuidora de 37.5%. Estos porcentajes aplican para películas que generen menos de 100 millones en taquilla en toda su corrida comercial. Pasando los 100 millones, los porcentajes son negociables, lo mínimo que puede recibir el exhibidor es el 50%.

Una vez descontados los porcentajes, la distribuidora cobra una comisión de aproximadamente 20% de la renta recaudada. El dinero restante se utiliza para recuperar los gastos que se realizaron en la distribución; en “Desierto” estos gastos fueron de aproximadamente 11 millones de pesos (27,000 pesos por copia aproximadamente). Generando una utilidad por exhibición en cines para el

¹⁹http://www.imcine.gob.mx/sites/536bfc0fa137610966000002/content_entry57acf2bd9d7279fad90029b8/57acf35a9d72797e52000c7e/files/EFICINE_Proyectos_de_inversi_n_aprobados_en_2014.pdf

productor de sólo 283,949 pesos, quien tiene que recuperar la inversión privada en producción que es aproximadamente de 10 millones de pesos más el interés que se haya acordado. Como se puede observar, al productor le falta por recuperar 9,716,051 pesos. Esta película tuvo un ingreso mínimo comparado con todo lo invertido tanto en producción como en distribución y eso que contó con estímulo fiscal; al nominarse la película para recibir esta ayuda del gobierno, era necesario mandar una proyección de ventas en cine en donde se demostrara que con lo recaudado en este medio, se iba a recuperar el apoyo obtenido por 20 millones de pesos, lo cual obviamente no ocurrió. También el director y actor principal son reconocidos y tuvo todo el apoyo de programación de Cinépolis ya que como se mencionó, fue distribuida por Cinépolis distribución. Como se puede observar, los exhibidores (principalmente Cinépolis) son los que obtienen más de la mitad de las ganancias en taquilla de toda la cadena de valor.

Cuadro 5



DESIERTO	
Director	Jonás Cuarón
Género	Drama, suspenso
Compañías Productoras	Esperanto Kino, Ítaca Films, CG Cinéma
Productores	Alfonso Cuarón, Carlos Cuarón, Alex García
Productores ejecutivos	Nicolás Celis, Gael García Bernal
Actores	Gael García, Jeffrey Dean Morgan, Alondra Hidalgo, Diego Cataño, Marco Pérez
Escritor	Jonás Cuarón, Mateo García
Fecha de producción	2015
Fecha de estreno	15 de Abril de 2016
Distribuidor México	Cinépolis Distribución

Fuente: www.beta.iboe.com

PROCESO CINEMATOGRAFICO

COSTO PRODUCCIÓN	MXN
Eficine 189 Producción	\$ 20,000,000
Inversión privada por recuperar	\$ 10,000,000
Costo mínimo total de producción	\$ 30,000,000

DISTRIBUCIÓN-EXHIBICIÓN	
No. de Cines estreno	403
Costo promedio de boleto	\$ 44.17
Total de asistentes	865,811
Taquilla generada	\$ 38,244,193
Derecho de autor (1.65%)	\$ 631,029
Taquilla total	\$ 37,613,164
Renta recaudada p/exhibidores (62.5%)	\$ 23,508,227
Renta recaudada p/distribuidora (37.5%)	\$ 14,104,936
Comisión distribuidor (20%)	\$ 2,820,987
Presupuesto distribución	\$ 11,000,000
Utilidad	\$ 283,949

Inversión en producción por recuperar en otras ventanas	\$ 9,716,051
--	---------------------

Fuente: Elaboración propia con información de:

*IMCINE: www.imcine.gob.mx

*Comscore: www.beta.iboe.com

Así como el caso de “Desierto”, lo mismo sucede muchas de las veces con las películas nacionales y algunas extranjeras independientes, los productores no recuperan el costo de producción en cine, sino por medio de la suma de ventas internacionales y en otras ventanas de exhibición.

¿Por qué el interés de exhibir en cine si en ocasiones no es redituable? Primero que nada, porque es la forma más clásica de proyectar la película, es vivir la experiencia de ir al cine; es una forma en la que los nombres del director, productor y actores son reconocidos, por este medio de exhibición se nominan películas para participar en festivales y obtener premios como “Ariel”, “Oscar”, “Emmy”, “Globos de Oro”, entre otros. Por otra parte, al obtener Eficine producción, todo el equipo principalmente el director y productores ya obtuvieron un sueldo con lo cual están satisfechos y si no invirtieron mucho más capital en el proyecto, la utilidad en cine lo ven como un extra (siendo que debería de ser una de las fuentes principales de ingreso).

Para entender mejor situaciones como esta, en el siguiente capítulo se analizarán los problemas que presenta la industria nacional en conjunto.

CAPÍTULO 3

Problemáticas del Sector

3.1.- Industria Cinematográfica en la Economía Mexicana 2010-2014

Como se explicó en el primer capítulo, la industria cinematográfica nacional ha pasado por altibajos a lo largo de su llegada a nuestro país. Esto debido a cambios en leyes, firma de tratados con otros países, mala destinación de recursos a la industria, en ocasiones falta de apoyo gubernamental, poder de decisión y acumulación de ingresos en los diferentes procesos, escasez de películas que cumplan con la demanda de los consumidores etc. Pero ¿estos problemas seguirán existiendo? Para entender esto, primero se presentará el escenario de cómo influye el sector cinematográfico a la economía nacional.

¿Qué porcentaje del PIB corresponde al sector cultural y a la industria cinematográfica?

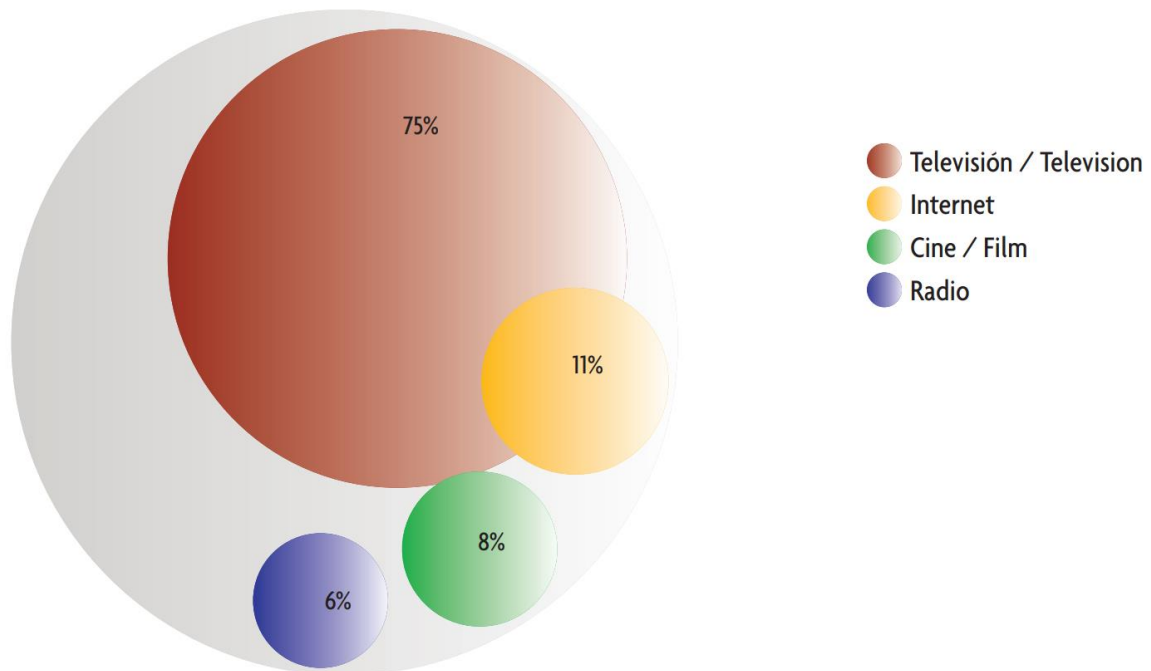
El Producto Interno Bruto nominal de México en 2014 fue de 17.051 billones de pesos²⁰. La información de la industria cinematográfica está considerada en la cuenta de la cultura y el PIB de la cultura representó en ese año el 2.8% del total nacional. La industria cinematográfica (las actividades económicas de producción, postproducción, distribución y exhibición de películas y de otros medios audiovisuales) desde la creatividad y la mano de obra para generar sus productos, es contabilizada dentro de los medios audiovisuales que son parte de la cuenta de la cultura. El cine representó el 8.2% del PIB de los medios audiovisuales, equivalente a un estimado de 68 mil millones de pesos.²¹ Como se muestra en la gráfica 1, la televisión ocupa el mayor porcentaje del PIB en los medios audiovisuales, dejando en segundo lugar al internet, seguido del cine y por último se encuentra la radio.

²⁰ http://www.inegi.org.mx/inegi/contenidos/notasinformativas/pib_precr/ni-pibcr.pdf

²¹ IMCINE, Anuario Estadístico de Cine Mexicano 2016, México, IMCINE, P. 20-22.

Gráfica 1

Distribución del PIB en medios audiovisuales 2014

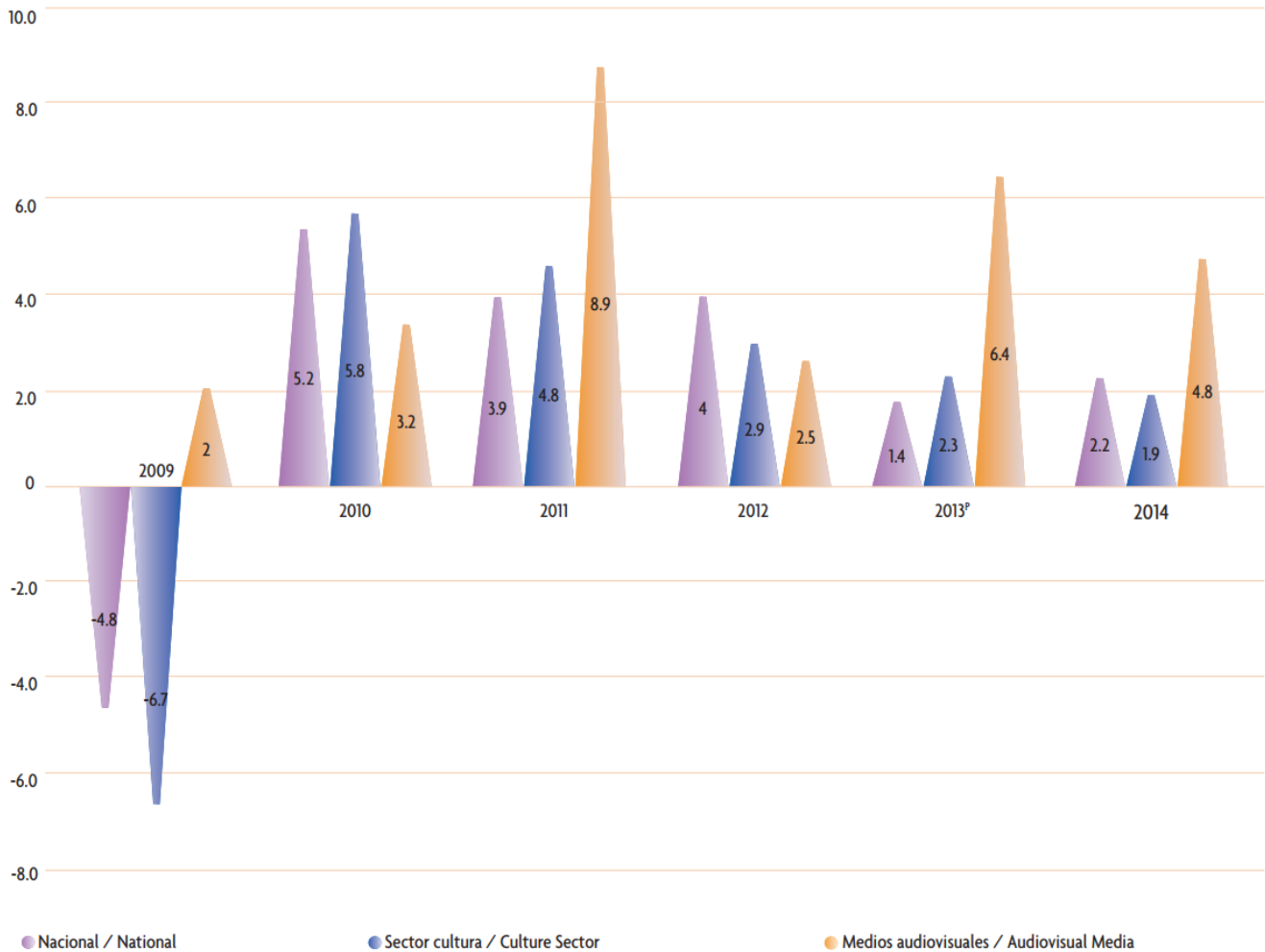


Fuente: Anuario Estadístico de Cine Mexicano 2016

La gráfica 2, muestra la variación anual del PIB de 2010 a 2014, en donde se puede ver una fuerte caída del PIB nacional de 2012 a 2013, recuperándose en 2014. Mientras que el PIB del sector cultural se encuentra en decadencia desde 2010. Por otra parte, el PIB de los medios audiovisuales es inestable ya que presenta altibajos, hay medios que se están haciendo más fuertes como el internet debido a que es más fácil y económico el acceso a este medio

Gráfica 2

Variación anual del PIB en precios 2008-2014

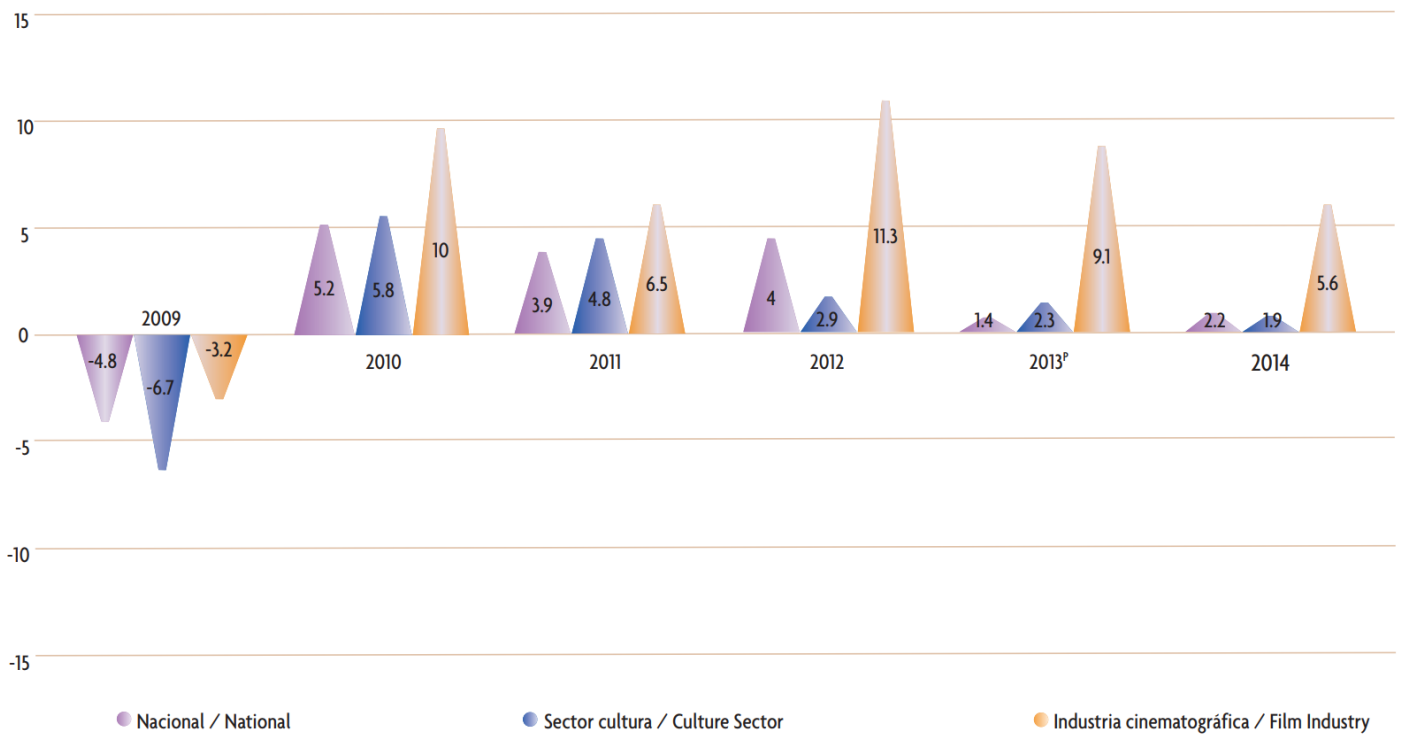


Fuente: Anuario Estadístico de Cine Mexicano 2016

Sin embargo, otros medios están decayendo como la industria cinematográfica representado en la gráfica 3. Al igual que el sector cultural, el PIB de la industria cinematográfica ha decaído a lo largo de 2012 a 2014. El PIB del cine en 2014 fue de 4,873 millones de pesos, es decir, representó el 0.03% de la economía nacional. Para tener un comparativo en cuanto a otras industrias, la del aluminio y explotación de ovinos aportaron cada una en 2014 aproximadamente el mismo porcentaje que el cine al PIB.

Gráfica 3

Variación del PIB nacional, cultural y de la industria cinematográfica



Fuente: Anuario Estadístico de Cine Mexicano 2016

¿Por qué está en decadencia la industria cinematográfica sobre todo la nacional?

Una vez presentado el panorama económico de la industria, a continuación, se mostrará la situación de la cadena de valor de esta específicamente de 2010 a 2016, como los costos de producción, películas producidas y exhibidas, importación de películas, ingresos y asistentes recaudados al año, porcentajes de exhibición; esto para conocer a fondo la industria y entender los problemas que presenta.

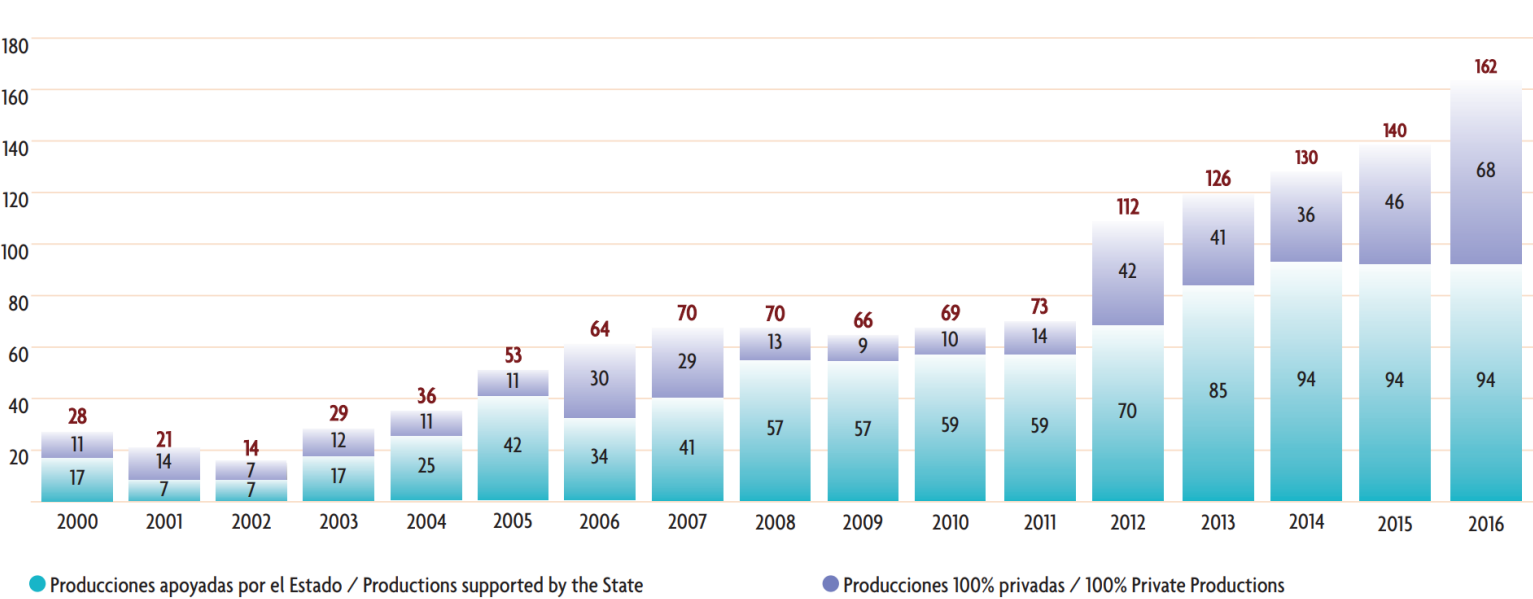
3.2.- Producción 2010-2016

Primero es necesario conocer la situación de la producción nacional, el costo promedio de estas, así como el número de producciones realizadas anualmente, conocer si son exhibidas y darnos cuenta si la mayoría de estas alcanzan a recuperar su costo al ser distribuidas y exhibidas en cine.

Como se puede observar en la gráfica 4, las producciones nacionales han aumentado en los últimos años, al igual que la inversión del gobierno en este sector. En 2016, se produjeron 162 películas, la producción apoyada por el Estado fue de 800 millones de pesos, mientras que la inversión privada ha tenido un crecimiento constante debido a que se han diversificado las fuentes de financiamiento para fortalecer a las pequeñas y medianas empresas del ramo cinematográfico en el país.²² Lamentablemente no todas las películas producidas son exhibidas, debido a la alta oferta de exhibición de películas extranjeras que acaparan el mercado.

Gráfica 4

Número de películas mexicanas producidas de 2000 a 2016



Fuente: Anuario Estadístico de Cine Mexicano 2016

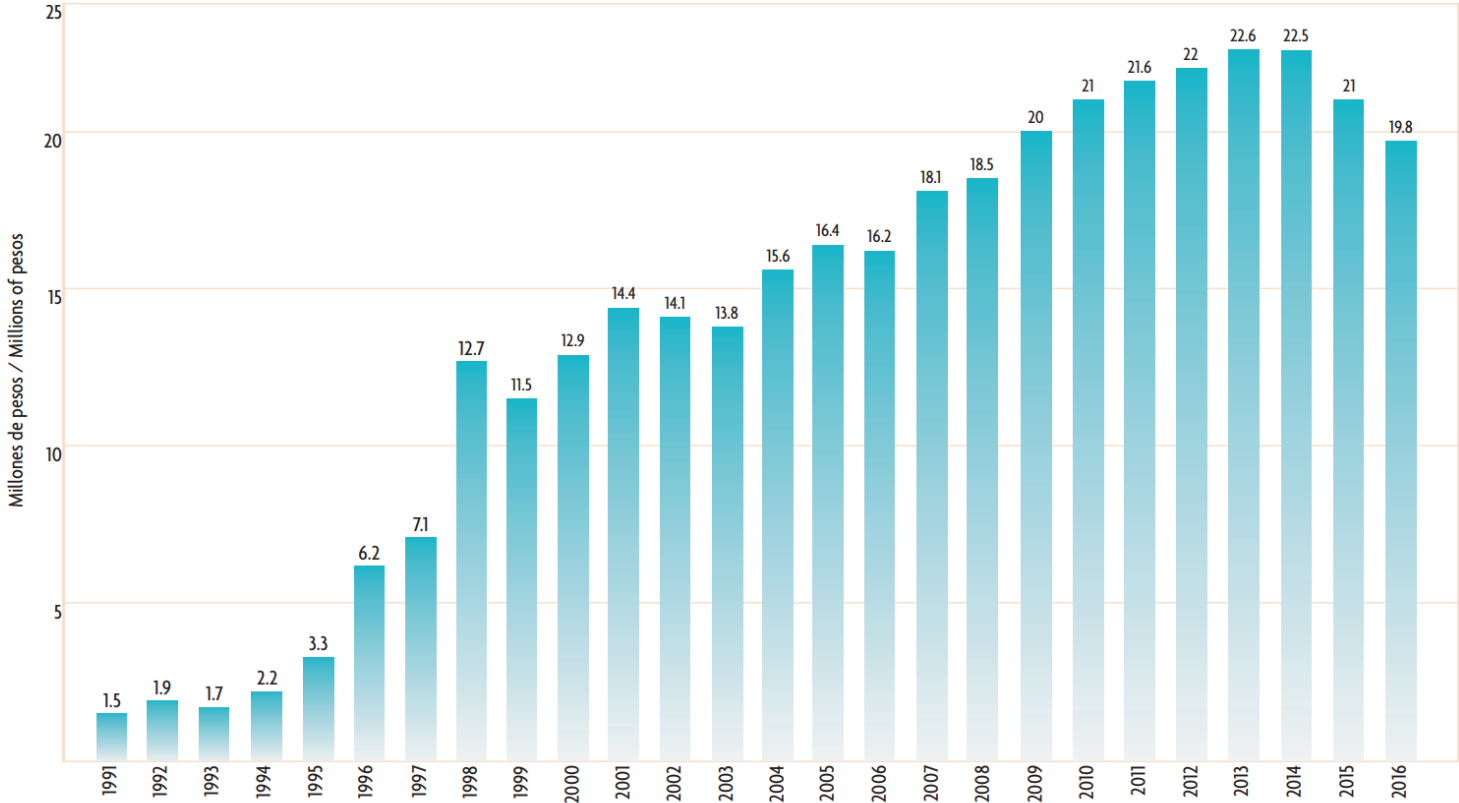
Para entender el plan de recuperación de las películas nacionales al ser exhibidas en cine, es necesario conocer el costo de producción, la gráfica 5 muestra el promedio del costo de 2000 a 2016. En 2016, el presupuesto promedio para la realización de una película mexicana fue de 19.8 millones de pesos, cantidad que

²²IMCINE, Anuario Estadístico de Cine Mexicano 2016, México, IMCINE, P. 45.

ha disminuido comparada con los 7 años anteriores. Un factor que influyó en esta disminución fue el apoyo del Foprocine quien otorga fondos para coproducir con productoras extranjeras, de esta forma, los gastos del presupuesto se comparten y disminuyen los costos nacionales. Por otra parte, se han producido más documentales nacionales, los cuales son más baratos de realizar.

Gráfica 5

Costo promedio de películas nacionales



Fuente: Anuario Estadístico de Cine Mexicano 2016

Con esta información y una vez explicado (en el capítulo 2 cuadro 5) el proceso de producción, distribución y exhibición. Es necesario conocer la situación de la distribución y principalmente de la exhibición de producciones nacionales y extranjeras en la industria cinematográfica en México.

- **Distribución - exhibición 2010-2016**

Como se mencionó anteriormente, la inclusión del cine en el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) afectó fuertemente a la industria, ya que se modificó la Ley de Cinematografía y el cine se comenzó a vender como mercancía, dejando de ser patrimonio cultural. Anteriormente por ley, el 30% de la cartelera tenía que ser nacional, después del TLCAN, esta cantidad bajó al 10%. ¿Actualmente cómo se encuentra esta situación?

En el cuadro 6 se muestra el total de películas por origen exhibidas de 2010 a 2016 en México. Como se puede observar, la mayoría de estas son de origen estadounidense, exhibiéndose más del doble que las películas nacionales. En segundo lugar, se encuentran las películas europeas, dejando en tercer lugar al mercado nacional. Hay un incremento de títulos exhibidos, pero este es proporcional, las mexicanas aumentaron, pero también lo hicieron las estadounidenses y europeas. Lo cual significa un aumento general en el ingreso de esta industria.

Si nos regresamos a la gráfica 4 (pág. 35), de 2012 a 2016 se han producido cada año entre 112 a 163 películas mexicanas; mientras que el cuadro 6 presenta la exhibición de 61 a 99 títulos nacionales, esto muestra que no se exhiben todas las creaciones nacionales debido a la saturación de pantallas en cines.

Cuadro 6

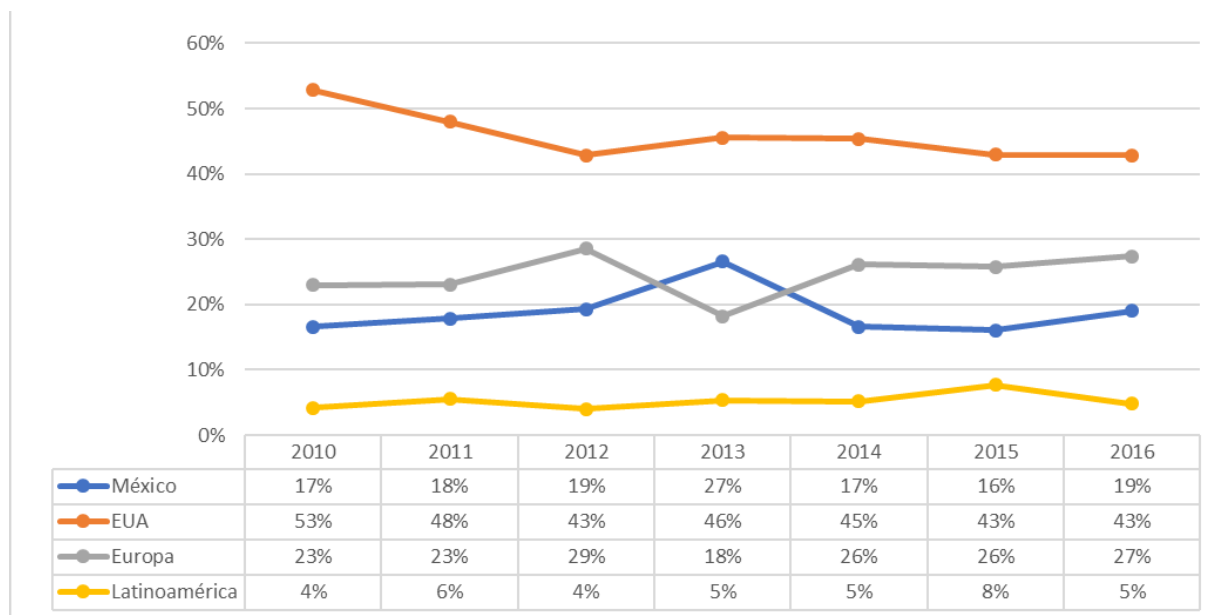
Cantidad de películas por origen exhibidas en México

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
México	52	58	62	99	61	71	86
EUA	166	156	138	170	167	190	194
Europa	72	75	92	68	96	114	124
Latinoamérica	13	18	13	20	19	34	22
Asia	6	10	9	8	14	22	18
Canadá	2	6	5	4	10	5	6
África y Oceanía	3	2	3	4	1	7	3
Total	314	325	322	373	368	443	453

Fuente: Estimación propia con información de Comscore www.beta.iboe.com

¿Qué porcentaje de exhibición corresponde actualmente a producciones mexicanas? De acuerdo con la gráfica 6, el porcentaje promedio de exhibición nacional anual de 2010 a 2016 es del 19%, a Estados Unidos le corresponde el 46%, Europa el 25% y Latinoamérica el 5% de la exhibición en la industria cinematográfica en México. Esto debido a que las películas extranjeras acaparan las pantallas y los exhibidores lo permiten ya que cumplen con los gustos de los consumidores de este servicio y se generan mayores ingresos.

Gráfica 6 Porcentaje de exhibición 2010-2016



Fuente: Elaboración propia con información de Comscore: www.beta.iboe.com

Si la Ley Cinematográfica no hubiera cambiado drásticamente en 1992, el porcentaje de exhibición de producciones mexicanas serían mínimo del 30% lo cual podría incentivar a la industria nacional si los títulos fueran del gusto del público, los productores recuperarían su inversión y forzaría a los exhibidores a apoyar al cine mexicano; por otra parte, la industria podría decaer si no se exhibieran títulos comerciales los cuales no tendrían público, ya que si cambia la Ley y no hay buena oferta de producto de acuerdo con los gustos de los consumidores, se estaría desperdiciando tiempo de pantalla para otros títulos extranjeros que pueden generar ingresos para la industria.

¿Cuánto recauda en taquilla la exhibición de películas por origen?

El cuadro 7 muestra el total estimado de ingresos recaudados de 2010 a 2016 por origen de película, dando un total de más de 15 mil millones de pesos en 2016. Mientras que el cuadro 8 muestra el total de admisiones las cuales en 2016 suman más de 355 mil. Los ingresos totales en la exhibición en cine han aumentado constantemente de 2010 a 2016.

Cuadro 7

Ingresos en taquilla MXN millones

Origen película	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Estados Unidos	7,766	8,145	8,315	9,779	10,013	10,084	13,267
Europa	696	913	1,136	1,233	723	1,094	634
México	447	599	451	357	1,075	599	1,380
Latinoamérica	15.7	11	4.7	78	19.6	10.6	12
Asia	30.5	27	4	60	46.7	116.6	77
Canadá	2.5	55.5	2.5	132	22.3	8	65
África y Oceanía	15.3	28.2	16	102	19	137.6	51.8
Total	8,973	9,779	9,929	11,741	11,919	12,050	15,487

Fuente: Elaboración propia con información de Comscore www.beta.iboe.com

Cuadro 8

Número de asistentes

Origen película	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Estados Unidos	161,912,084	171,264,770	178,428,641	209,172,713	212,801,136	217,932,995	286,880,121
Europa	14,725,611	18,453,301	24,391,395	29,181,629	14,844,946	22,936,041	13,216,396
México	10,125,146	13,546,256	10,500,202	7,208,240	24,572,894	14,299,480	31,390,921
Latinoamérica	343,379	262,213	105,147	1,823,565	412,820	244,398	272,402
Asia	703,835	621,327	76,122	1,541,296	1,047,395	2,673,202	1,676,117
Canadá	354,419	645,218	371,112	1,906,634	438,807	2,710,665	1,185,768
África y Oceanía	55,102	1,145,746	49,602	3,030,721	577,818	168,542	1,293,216
Total	188,219,576	205,938,831	213,922,221	253,864,798	254,695,816	260,965,323	335,914,941

Fuente: Elaboración propia con información de Comscore www.beta.iboe.com

De acuerdo con el cuadro 9, el costo promedio de boleto de todo el país en 2016 fue de 46.10 MXN. Para tener una referencia conforme a otros países, México es el segundo país con el precio de boleto más barato de toda Latinoamérica y el sexto con precio más bajo a nivel mundial.²³

Cuadro 9

Costo promedio boleto

Año	MXN
2010	47.68
2011	47.49
2012	46.41
2013	46.25
2014	46.79
2015	46.18
2016	46.10

Fuente: Elaboración propia con información de Comscore www.beta.iboe.com

Para entender el panorama de ingresos de películas nacionales y extranjeras, el cuadro 10 muestra las 15 películas más taquilleras exhibidas en México de 2010 a 2016. Como se puede observar, sólo una película mexicana se encuentra en este rango “No se Aceptan Devoluciones” de Eugenio Derbez con poco más de 600 millones de pesos recaudados en taquilla, actualmente es la película mexicana más taquillera de la historia, es raro que una película nacional se encuentre en esta posición. El resto de las películas de este ranking son de origen estadounidense.

²³ www.canacine.org.mx

Cuadro 10

Películas más taquilleras 2010-2016

Título	Estreno	Cines	Ingreso	Asistentes
Los Vengadores	27/04/2012	579	827,128,641.99	15,943,601
Avengers Era de Ultron	30/04/2015	687	784,083,100.23	15,735,532
Rapidos y Furiosos 7	02/04/2015	686	779,293,816.99	15,534,041
Toy Story 3	18/06/2010	509	777,482,841.50	14,826,134
Capitan America Civil War	29/04/2016	724	728,205,975.54	14,524,240
Minions	09/07/2015	694	724,799,240.52	16,145,794
Mundo Jurásico	11/06/2015	693	685,843,391.56	13,848,790
Batman vs Superman El Origen de la Justicia	24/03/2016	725	630,814,940.23	13,261,158
La Era de Hielo 4	28/06/2012	580	618,218,437.00	13,175,872
Mi Villano Favorito 2	05/07/2013	616	612,207,510.64	13,402,742
No se Aceptan Devoluciones	20/09/2013	591	600,377,842.00	15,201,188
Malefica	30/05/2014	653	596,734,707.07	12,190,391
Iron Man 3	26/04/2013	612	591,366,758.99	11,806,033
Escuadron Suicida	05/08/2016	431	514,745,206.53	9,938,506
Monsters University	21/06/2013	612	491,293,347.67	10,608,951

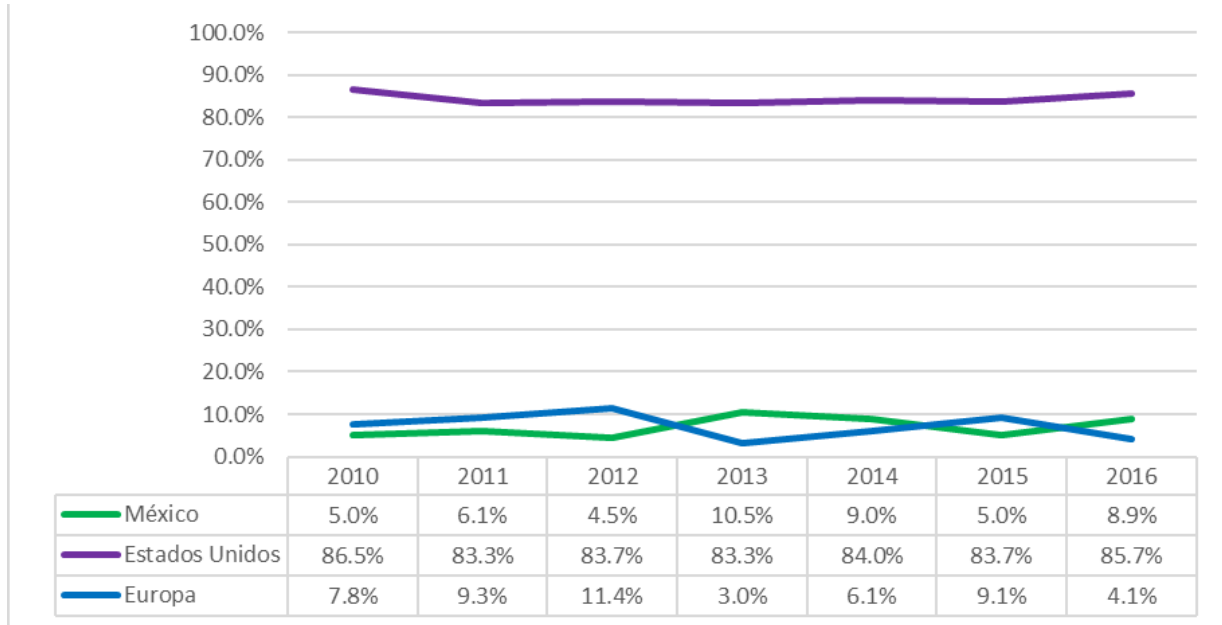
Fuente: beta.iboe.com

La gráfica 7, muestra el porcentaje de los ingresos obtenidos de 2010 a 2016. Como lo pudimos observar, las películas de origen estadounidense son las líderes en el mercado mexicano, representando entre 83 a 87% de los ingresos de nuestra industria cinematográfica, mientras que las producciones nacionales obtienen un porcentaje de ingresos en taquilla entre 4.5 a 9%.

De lo recaudado en taquilla, le corresponde entre 40-50% a los exhibidores. ¿Por qué Estados Unidos es el líder en esta industria dejando en segundo lugar al producto nacional? Porque el primero cumple con el gusto de la mayoría del público mexicano y la falta de producciones nacionales comerciales.

Gráfica 7

Porcentaje de taquilla 2010-2016



Nota: Elaboración propia con información de Comscore: www.beta.iboe.com

El cuadro 11, es un ejemplo del porqué las películas de origen estadounidense generan mayores ingresos en México. Cuando una película es blockbuster, las grandes distribuidoras negocian con los exhibidores para que les otorgan la mayoría de sus salas y pantallas en su semana de estreno. Mientras que el cuadro 12, representa las películas mexicanas a las cuales se les dio la mayor cantidad de salas.

Cuadro 11Peículas extranjeras con más pantallas en 2016

Título	Distribuidora	Número de cines en estreno	Número de pantallas en estreno	Número de pantallas totales	Ingresos Tot	Adm Tot	Promedio Ingresos por pantalla	Promedio asistentes por pantalla
Capitan America Civil War	Walt Disney Int'l	724	5,434	5,784	728,205,976	14,524,240	125,900	2,511
Batman vs Superman El Origen de la Justicia	Warner Bros Int'l	725	4,677	5,431	630,814,940	13,261,158	116,151	2,442
El Conjurado 2	Warner Bros Int'l	718	4,204	4,936	380,643,662	8,194,719	77,116	1,660
Rogue One Una Historia de Star Wars	Walt Disney Int'l	745	4,164	5,128	235,047,124	4,148,955	45,836	809
Buscando a Doy	Walt Disney Int'l	728	3,966	5,124	460,011,839	10,167,369	89,776	1,984
Animales Fantásticos y Donde Encontrarlos	Warner Bros Int'l	748	3,767	5,034	296,946,366	6,010,933	58,988	1,194
Tortugas Ninja 2 Fuera de las Sombras	Paramount Int'l	711	3,639	4,550	174,195,129	3,798,318	38,285	835
La Vida Secreta de Tus Mascotas	Universal Int'l	727	3,596	5,136	421,600,035	10,882,640	82,087	2,119
Alicia a través del Espejo	Walt Disney Int'l	717	3,579	4,635	255,375,872	5,363,147	55,097	1,157
La Era de Hielo Choque de Mundos	Fox Int'l	723	3,529	5,040	417,583,116	9,326,032	82,854	1850

Fuente: Comscore beta.iboe.com

Cuadro 12Peículas mexicanas con más pantallas en 2016

Título	Distribuidora	Número de cines en estreno	Número de pantallas en estreno	Número de pantallas totales	Ingresos Tot	Adm Tot	Promedio Ingresos por pantalla	Promedio asistentes por pantalla
Que culpa Tiene el Niño	Diamond Films	700	3,031	4,423	277,785,684	5,893,397	62,805	1,332
No Manches Frida	Videocine	702	2,318	4,153	222,270,925	5,099,814	53,521	1,228
Compadres	Videocine	684	2,093	2,818	80,275,899	1,988,165	28,487	698
La Leyenda del Chupacabras	Videocine	650	2,032	3,515	100,106,852	2,593,429	28,480	738
Un Padre no tan Padre	Cinepolis	612	1,750	2,325	89,525,100	1,983,164	38,505	853
Treintona soltera y fantástica	Videocine	711	1,258	3,594	135,656,112	2,957,046	37,745	823
Kilometro 31-2	Videocine	656	1,574	2,302	38,369,501	929,723	16,668	404
Busco Novio para mi Mujer	Videocine	679	1,360	2,428	52,780,550	1,288,392	21,738	531
Que Pena tu Vida	Videocine	663	929	1,708	40,571,898	901,356	23,754	528
Macho	Corazon	482	807	1,598	37,890,294	885,097	23,711	554

Fuente: Comscore beta.iboe.com

Se puede notar una gran diferencia entre número de salas proporcionadas a películas extranjeras y mexicanas, esto debido a la demanda de los asistentes. Por otra parte, si los gerentes de los cines ven que las salas de cierta película están llenas y hay más público demandando la película, en el momento se programan más funciones para satisfacerla y se le quita función a las películas que cuenten con menos asistentes.

Como se puede observar, los ingresos de las películas extranjeras son mucho más elevados en comparación con las nacionales. El promedio de asistente por sala de una película extranjera es de 1,656 personas, mientras que este promedio de películas mexicanas es de 769 asistentes.

Igualar al mercado estadounidense es complicado, ya que no contamos con recursos, tecnología y desarrollo para esto; pero podemos aumentar la oferta y demanda 100% nacional si se trabaja en las trabas que presenta la industria, la principal es satisfacer las necesidades del público, por lo que es necesario crear más producciones nacionales comerciales las cuales la gente en verdad quiera ir a ver. Por otra parte, el porcentaje de ingresos en taquilla que se quedan los exhibidores es realmente alto comparado con lo que le corresponde a los productores.

El cuadro 13 presenta los ingresos aproximados que obtuvieron Cinépolis y Cinemex de toda la exhibición en México de películas tanto nacionales como internacionales de 2010-2016 (el 60.85% aproximadamente de la taquilla total). Como se puede observar, Cinépolis se queda con la mayor cantidad de estos ingresos, en promedio 65%; más el cobro de los VPFs (que se mencionó en el capítulo 2), siendo la producción la creación e inversión más fuerte en todo el proceso.

Cuadro 13

Ingresos de los exhibidores 2010-2016 (MXN millones)

	Cinépolis	Cinemex	Total a exhibidores
2010	3,550	1,802	5,460
2011	3,868	1,964	5,951
2012	3,927	1,994	6,042
2013	4,622	2,358	7,145
2014	4,714	2,393	7,252
2015	4,766	2,420	7,333
2016	6,125	3,110	9,424

Fuente: Estimación propia con información de beta.iboe.com

Otro problema son las irregularidades que presentan los estímulos fiscales o fideicomisos al otorgar fondos a ciertos proyectos. Por ejemplo, en el presupuesto de producción se contempla entre otras cosas, el sueldo de todos los productores, quienes lo cobran al recibir el estímulo fiscal. En ocasiones puede no importarles a los productores el destino final de la película ni cómo le va en taquilla u otras ventanas ya que anteriormente cobraron su sueldo. Si la película genera ganancias en taquilla u otras plataformas, este dinero lo ven como un extra.

En otros casos, los productores al obtener estímulo fiscal en producción exhiben la película en cine para cumplir con las reglas de Eficine o Fidecine, pero no recuperan en esta venta. Explotan la película en otras plataformas como Netflix y con todos los ingresos obtenidos cubren gastos de producción y el resto ya son utilidades para los productores, algún porcentaje para el director, actores (dependiendo de cada contrato). Utilizaron la ayuda proporcionada de los estímulos del cine para beneficiarse en otras plataformas.

Otro problema con los estímulos es a quién se le destina una fuerte cantidad de dinero en el presupuesto. Hasta 2016 al solicitar Eficine producción o distribución, se podía contratar a un bróker que negociara con las empresas la posibilidad de otorgar sus impuestos sobre la renta a la producción o distribución de una película. Por reglas de Eficine, el bróker podía cobrar como comisión hasta el 5% del

presupuesto, por ejemplo, si el gasto en producción es de 19 millones de pesos, el bróker podía cobrar 950,000 MXN de comisión, dando un total solicitado a Eficine de 19,950,000. Los brokers encontraron su negocio y cobraban hasta más que los productores y los creadores de la película. Fueron años en los que se beneficiaban de esto, en 2017 Eficine prohibió que con el dinero proporcionado de los impuestos los brokers cobraran su comisión, ahora sería negociación externa con los productores o estos mismos tendrían que encontrar contribuyentes para su proyecto.

Otro caso parecido al de los brokers ocurre, pero en Eficine distribución, los exhibidores cobran el Virtual Print Fee (VPF) por proyectar la película en cada una de sus pantallas, esta cantidad en promedio es de 500 USD por cine. Si una película se estrena supongamos en 400 cines, se le tiene que pagar a Cinépolis y Cinemex un total aproximado de 4,176,000 MXN y Eficine sólo otorga hasta 4 millones para distribución, es decir, todo lo recibido terminaba en manos de los exhibidores y todavía falta cubrir otros gastos de mercadotecnia, publicidad, duplicado de copias, etc. En el segundo semestre de 2017, Eficine limitó este pago a los exhibidores, ahora sólo se puede pagar hasta el 50% de este monto. Aun así, en este caso se le destinaría la mitad de lo recibido a estos. Lo que es injusto es que los productores tienen que pagar por esta digitalización, siendo los exhibidores quienes tienen que modernizarse para ofrecer un mejor servicio. Un gran porcentaje del presupuesto en distribución se destina al pago de los VPFs.

La mayoría de las películas que obtienen estímulos fiscales o fideicomisos no recuperan en cine el costo de producción. Eficine no pide la devolución de lo que invierten las empresas a través del impuesto sobre la renta, sin embargo, al solicitar este apoyo, piden una proyección de ventas en cine en donde se pueda ver la recuperación de la cantidad invertida en producción. Mientras que Fidecine pide el mismo porcentaje que invirtieron en producción como utilidad en cines y de esta forma poder recuperar lo invertido. Al momento de solicitar estos estímulos, es obligatorio contar con el apoyo de una distribuidora y realizar una proyección de ventas de la película, lo cual en ocasiones es inflado para “comprobar” que habrá

una recuperación en cines del costo de producción. En otras ocasiones la película final no es como el proyecto que se planteó por lo que genera diferentes ingresos en taquilla.

En el cuadro 14 se presentan ejemplos elegidos al azar de películas que obtuvieron Eficine producción entre 2011 a 2017²⁴, se muestra el monto con el cual se beneficiaron del estímulo fiscal (cantidad que no se planea ser recuperada en este caso), lo mínimo que tuvieron que haber invertido de forma privada (cantidad que sí se planea recuperar), dando un aproximado del costo total de producción. En cuanto a distribución, se presenta el costo mínimo aproximado para distribuir la película en cines (se tomó en cuenta 15,000 MXN por copia), se presenta la taquilla que generó, se desglosa la renta recaudada (aproximadamente 60.85% para exhibidores y 37.5% depositados al distribuidor), menos la comisión del 20% que normalmente cobra la distribuidora sobre esto, para llegar así a la utilidad final del proyecto exhibido en pantallas teatrales. Como se puede observar, la mayoría de los proyectos tienen pérdidas en cine, puede ser que algunos de estos proyectos tuvieron más inversión privada (como lo fue el caso de “Desierto” presentado en el cuadro 5) y como puede ser el caso de “Visitantes”.

El cuadro 15 es un ejercicio similar al anterior, la diferencia es que aparte de recibir estos proyectos estímulo fiscal en producción, también solicitaron en distribución. En este caso se resta la renta recaudada menos los gastos aproximados que se realizaron con inversión privada tanto en producción como distribución menos la comisión de la distribuidora. En este caso también se obtuvieron pérdidas al distribuir la película en cines.

En ambos casos para ciertos proyectos, los números mostraron que no fue negocio realizar una inversión privada ya que no se recuperó y mucho menos se podría cubrir el costo ejercido por Eficine.

Los títulos que generaron ganancia son de género comedia principalmente de la distribuidora Videocine que pertenece a Grupo Televisa, lo cual representa que

²⁴ <http://www.imcine.gob.mx:8080/estimulos-y-apoyos/eficine> - proyectos beneficiados

estos títulos, su mercadotecnia y productores satisfacen los gustos del público mexicano. Esta empresa tiene poder ya que es líder en distribución de películas nacionales. Los títulos presentados pudieron haber sido co-producidos por ellos mismos. Mientras que en los ejemplos presentados como “Spring Breakers” y “Un Gallo con Muchos Huevos” Televisa, S.A de C.V y Grupo Televisa, S.A.B. respectivamente fueron contribuyentes aportantes de su impuesto sobre la renta (ISR) por medio de Eficine para la producción de estas películas, por lo que sus mismos impuestos fueron utilizados para producir una película su grupo distribuyó y de la cual obtuvieron ganancias. En cuanto a la campaña de mercadotecnia y publicidad, usan sus canales de televisión, redes sociales y estaciones de radio para dar difusión a la película. Si obtuvieron estímulo en distribución, se pagan a ellos mismos los costos de publicidad en sus canales y después exhiben estas películas en su plataforma “Blim”. Esto conlleva una ventaja para ellos en el mercado, pero a la vez están produciendo lo que a la mayoría del público le gusta ver.

Cuadro 14

Ejercicios de recuperación de inversión en el proceso cinematográfico con apoyo de Eficine Producción

Título	Género	Fecha exhibición	Recibido Eficine producción 80%	Mínimo de inversión privada 20% por recuperar	Mínimo total de producción 100%	Costo estimado mínimo de distribución (15,000 MXN por	No. Copias exhibición	Distribuidor	Taquilla generada	Renta recaudada aproximada 37.5 % de taquilla	Comisión distribuidor a 20%	Utilidad aprox final
Miss Bala	Drama, suspenso	09/09/2011	13,828,260	3,457,065	17,285,325	900,000	60	Fox	18,735,240	7,025,715	1,405,143	1,263,507
El Santos vs La Tetona Mendoz	Animación	30/11/2012	20,000,000	5,000,000	25,000,000	3,825,000	255	Videocine	12,495,914	4,685,968	937,194	-5,076,226
Spring Breakers	Drama, crimen	03/05/2013	20,000,000	5,000,000	25,000,000	1,695,000	113	Corazón Films	7,797,781	2,924,168	584,834	-4,355,666
Cambio de ruta	Comedia	22/05/2014	19,448,602	4,862,150	24,310,752	5,085,000	339	Latam Pictures	12,652,048	4,744,518	948,904	-6,151,536
Visitantes	Suspenso, terror	18/12/2014	14,408,601	3,602,150	18,010,752	8,400,000	560	Videocine	46,581,354	17,468,008	3,493,602	1,972,256
A La Mala	Comedia, romance	27/02/2015	20,000,000	5,000,000	25,000,000	9,930,000	662	Videocine	126,608,242	47,478,091	9,495,618	23,052,473
Elvira te daría mi vida pero la estoy usando	Drama, comedia	14/08/2015	15,350,000	3,837,500	19,187,500	3,600,000	240	Cinépolis Dist	23,065,984	8,649,744	1,729,949	-517,705
Un Gallo con muchos huevos	Animación, comedi	20/08/2015	20,000,000	5,000,000	25,000,000	9,495,000	633	Videocine	167,808,502	62,928,188	12,585,638	35,847,551
Compadres	Comedia	31/03/2016	16,400,000	4,100,000	20,500,000	10,260,000	684	Videocine	80,275,899	30,103,462	6,020,692	9,722,770
Las Elegidas	Drama	22/04/2016	15,200,000	3,800,000	19,000,000	180,000	12	Canana	814,171	305,314	61,063	-3,735,749
Todos queremos a alguien	Comedia romántica	10/02/2017	15,000,000	3,750,000	18,750,000	10,830,000	722	Videocine	100,058,032	37,521,762	7,504,352	15,437,410
3 Idiots	Comedia	31/03/2017	15,000,000	3,750,000	18,750,000	10,650,000	710	Videocine	125,647,346	47,117,755	9,423,551	23,294,204
Casi una gran estafa	Comedia	25/08/2017	17,000,000	4,250,000	21,250,000	5,520,000	368	Imagen	4,680,884	1,755,332	351,066	-8,365,735

Nota: Elaboración propia con información de imcine.gob.mx y beta.iboe.com

Cuadro 15

Ejercicios de recuperación de inversión en el proceso cinematográfico con apoyo de Eficine Producción y Distribución

Título	Género	Fecha exhibición	Recibido Eficine producción 80%	Mínimo de inversión privada 20% a recuperar	Mínimo de producción 100%	No. Copias exhibición	Recibido Eficine Dist 80%	Mínimo de inversión privada en distribución	Mínimo total en distribución	Distribuidor	Taquilla generada	Renta recaudada aproximada 37.5 % de taquilla	Comisión distribuidor a 20%	Utilidad aprox final
Club Sandwich	Drama	20/11/2014	20,000,000	5,000,000	25,000,000	20	1,663,000	415,750	2,078,750	Mantarraya	1,193,708	447,641	89,528	-5,057,638
Gloria	Drama	01/01/2015	20,000,000	5,000,000	25,000,000	667	4,000,000	6,000,000	10,000,000	Universal	34,947,069	13,105,151	2,621,030	-515,879
En el Último Trago	Drama, comedia	10/04/2015	20,000,000	5,000,000	25,000,000	55	2,500,000	625,000	3,125,000	Nueva Era	4,074,914	1,528,093	305,619	-4,402,526
El Americano	Animación, drama	22/01/2016	16,800,000	4,200,000	21,000,000	125	2,000,000	500,000	2,500,000	Neverlanding Dist	2,371,878	889,454	177,891	-3,988,437
Rumbos Paralelos	Drama	19/05/2016	14,000,000	3,500,000	17,500,000	407	2,000,000	4,000,000	6,000,000	Videocine	23,569,773	8,838,665	1,767,733	-429,068
La Delgada Línea Amarilla	Drama	02/09/2016	15,531,204	3,882,801	19,414,005	143	2,000,000	500,000	2,500,000	Corazón Films	7,748,323	2,905,621	581,124	-2,058,304
Los Parecidos	Ciencia Ficción	14/10/2016	7,040,000	1,760,000	8,800,000	39	1,500,000	375,000	1,875,000	Latam Pictures	863,620	323,858	64,772	-1,875,914
Tempestad	Documental	19/05/2017	2,135,724	533,931	2,669,655	16	1,250,000	312,500	1,562,500	Interior 13	366,140	137,303	27,461	-736,589

Nota: Elaboración propia con información de imcine.gob.mx y beta.iboe.com

Para evitar estas situaciones, Eficine, Fidecine y Foprocine podrían limitar los montos otorgados para evitar que el dinero se mueva en forma de cadena dentro de un mismo grupo dueños de varias razones sociales y destinar esto a proyectos en los que no estén inflados los presupuestos, que cumplan con los requisitos para generar mayores ingresos en taquilla, se den nuevas oportunidades y se pueda recuperar la mayor cantidad invertida posible.

Algo similar al caso de Grupo Televisa sucede con Cinépolis quienes conocen muy bien al mercado y aparte de ser los líderes de exhibición en pantallas teatrales, cuentan con la plataforma digital de exhibición Cinépolis Klic y Cinépolis Distribución. Tanto Videocine como Cinépolis son las empresas líderes en el mercado ya que cumplen con los gustos de la mayor parte de la población que acude al cine y son las que obtienen mayores ganancias.

El cuadro 16, presenta el top 10 de películas nacionales con mayor asistencia en cine en México de 2000 a 2016, 9 de estas son de género comedia y 6 distribuidas por Videocine.

Cuadro 16

Top 10 películas mexicanas con mayor asistencia a salas de cine de 2000-2016

Película	Año de exhibición	Distribuidora	Género	Asistentes (millones)	Ingresos en taquilla (millones)
No se aceptan devoluciones	2013	Videocine	Drama, comedia	15.2	600.3
Nosotros los nobles	2013	Warner Bros	Comedia	7.1	340.3
¿Qué culpa tiene el niño?	2016	Diamond Films	Comedia	5.9	277.7
El crimen del Padre Amaro	2002	Sony Int	Drama	5.2	162.2
No manches Frida	2016	Videocine	Comedia	5.1	222.2
La dictadura perfecta	2014	Videocine	Comedia	4.2	189.2
Un gallo con muchos huevos	2015	Videocine	Animación, comedia	4.1	167.8
Cásese quien pueda	2014	Videocine	Comedia	4	168.3
Una película de huevos	2006	Videocine	Animación, comedia	4	142.3
Y tu mamá también	2001	Fox Int	Drama, comedia	3.5	101.7

Fuente: Anuario Estadístico de Cine Mexicano 2016

El cuadro 17, presenta las mejores 10 películas exhibidas en México con mayor asistencia en 2016, las cuales son grandes producciones, de origen estadounidense.

Cuadro 17

Top 10 de asistencia a salas de cine en 2016

Película	Distribuidora	Género	Asistentes (millones)	Ingresos en taquilla (millones)
Capitán América: Civil War	Walt Disney Int	Acción, aventura, fantasía	14.5	728.2
Batman vs Superman	Warner Bros	Acción, aventura, fantasía	13.3	630.8
La Vida Secreta de tus Mascotas	Universal Int	Animación, comedia	10.9	421.6
Buscando a Dory	Walt Disney Int	Animación, comedia	10.2	460
Escuadrón Suicida	Warner Bros	Acción, aventura, fantasía	9.9	534.7
El Libro de la Selva	Walt Disney Int	Aventura, fantasía	9.5	428.3
La Era de Hielo: Choque de Mundos	Fox Int	Animación, comedia	9.3	417.6
El Conjuro 2	Warner Bros	Suspense, horror	8.2	380.6
Deadpool	Fox Int	Acción, comedia	8	351.5
Zootopia	Walt Disney Int	Acción, animación	7.7	306

Fuente: Anuario Estadístico de Cine Mexicano 2016

Por último, el cuadro 18 muestra el top 10 de películas mexicanas con mayor asistencia al cine en 2016; de igual forma, 9 películas son comedias. Aunque los ingresos son bajos en comparación con las de origen extranjero, la asistencia nacional suma y se fomenta la exhibición de producciones nacionales.

Cuadro 18

Top 10 de asistencia a películas mexicanas en cine en 2016

Película	Distribuidora	Género	Asistentes	Ingresos en taquilla (millones)
¿Qué Culpa Tiene el Niño?	Diamond Films	Comedia	5,893,885	277.8
No Manches Frida	Videocine	Comedia	5,099,744	222.3
Treintona, soltera y fantástica	Videocine	Comedia	2,956,978	135.7
La Leyenda del Chupacabras	Videocine	Animación, comedia	2,593,427	100.1
Compadres	Videocine	Comedia, acción	1,968,129	80.3
Busco Novio para mi Mujer	Videocine	Comedia	1,288,352	52.8
Un Padre no tan Padre	Cinépolis Dist	Comedia	1,119,100	50.1
Km 31-2	Videocine	Suspense, horror	929,723	38.4
Qué Pena tu Vida	Videocine	Comedia	900,458	40.5
Macho	Corazón Films	Comedia	875,200	37.5

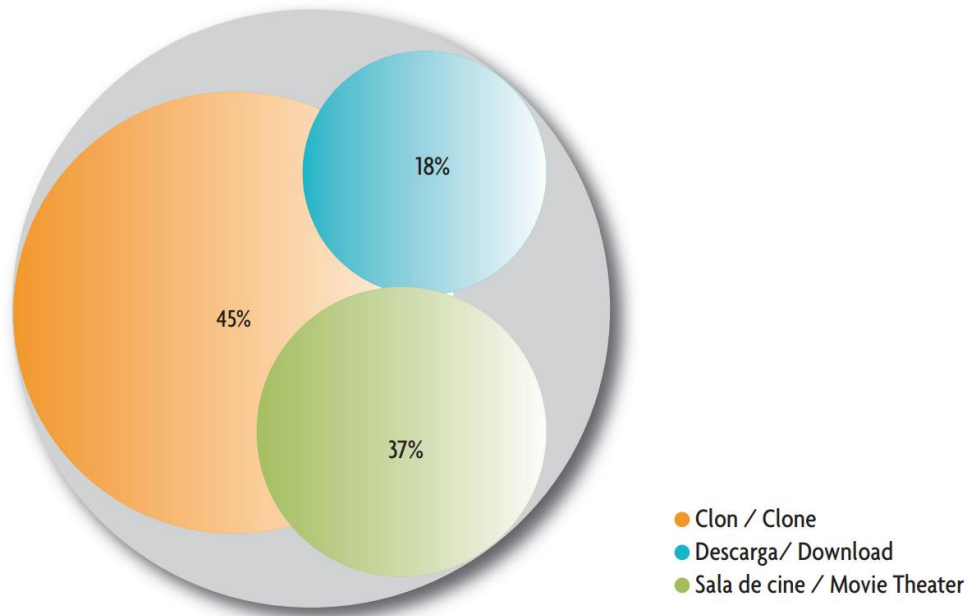
Fuente: Anuario Estadístico de Cine Mexicano 2016

Como se presentó en el cuadro 16, la película más taquillera mexicana de 2000 a 2016 es “No se Aceptan Devoluciones”, generando más de 600 millones de pesos, mientras que la película más taquillera en 2016 fue “Capitán América” obteniendo más de 728 millones de pesos y la segunda “Batman vs Superman” que recaudó 630 millones de pesos. Como se puede observar cierta parte de la población está dispuesta a asistir al cine mexicano y los números lo demuestran, es posible generar grandes ingresos y competir más con el mercado extranjero, siempre y cuando las películas sean del agrado de los consumidores.

Por otra parte, como se mencionó en la introducción, el comercio informal es un fuerte problema para la industria cinematográfica. La principal forma de distribución de contenidos audiovisuales de manera ilegal es en DVD, seguido de ligas en internet. Los DVDs se pueden encontrar como clones que normalmente son las copias que se pueden adquirir antes del estreno en cines; estas las pueden obtener en el mercado negro por medio de una fuente que haya tenido acceso a la película final. O en el caso de películas extranjeras, si la película fue estrenada en otro país antes que en México, es más fácil para el mercado negro mexicano obtener una copia de estas. Como se puede observar en la gráfica 8, en 2016, el 45% de las películas piratas de origen mexicano fueron clones, el 37% grabadas en salas de cine, mientras que el 18% fueron descargas de internet.

Gráfica 8

Origen de copias DVD y Blu Ray en comercio informal

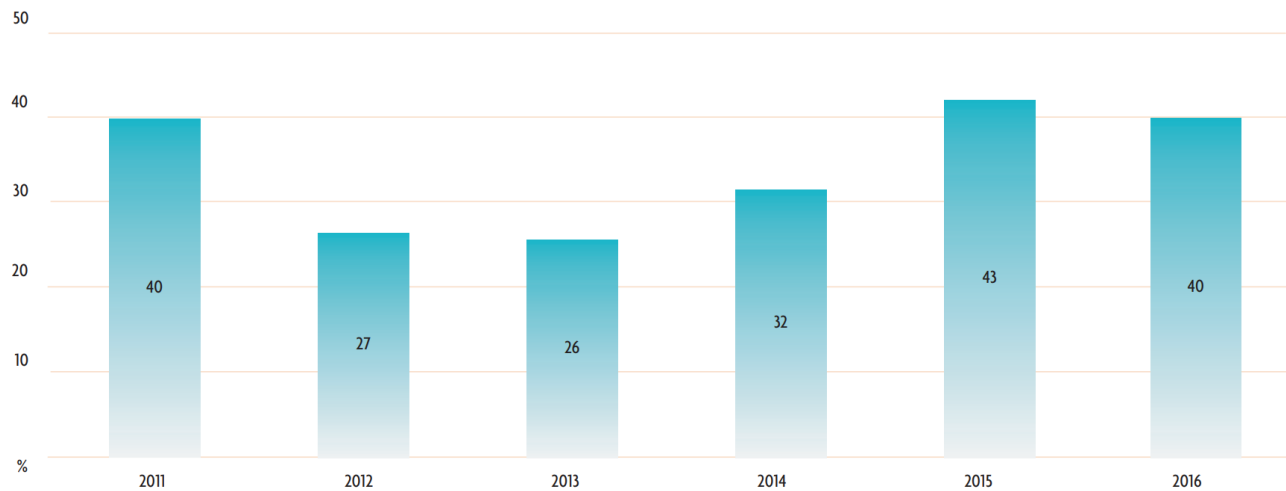


Fuente: Anuario Estadístico de Cine Mexicano 2016

El hecho de que esté a la venta una película en DVD clon en un precio promedio de 15 pesos, antes del estreno en cines afecta directamente en la taquilla recaudada en la semana de estreno, lo cual interfiere en las proyecciones de ventas realizadas anteriormente y es más difícil recuperar el costo invertido en producción y distribución. También se encuentran los DVDs con la película grabada directamente de cine, esto afecta a la taquilla de semana dos en adelante. Como se muestra en la gráfica 9, en 2016, el 40% de las películas mexicanas estrenadas estuvieron en el comercio informal.

Gráfica 9

Porcentaje de estrenos mexicanos disponibles en DVD y Blu Ray en comercio informal



Fuente: Anuario Estadístico Imcine 2016

Por ejemplo, la película “Gloria”, estrenada en Enero de 2015, ya se encontraba en el comercio ilegal desde antes del estreno en cines, lo cual se vio reflejado en taquilla. Como se mostró en el cuadro 11, la distribuyó Universal Pictures en 667 cines en 1973 pantallas. Se recaudaron casi 35 millones de pesos, cuando una película mexicana comercial con un número de copias similar logra obtener en promedio 90 millones de pesos a lo largo de su corrida comercial, lo máximo son aproximadamente 160 millones y mínimo 20.

Otro ejemplo de película que ya se encontraba en el comercio ilegal desde antes de su estreno en Octubre de 2015 es “Mexican Gangster, La Leyenda del Charro Misterioso” película distribuida por Videocine. La cual originalmente iba a ser estrenada a principios de 2015 con el título “El Más Buscado”, lamentablemente esta ya se encontraba en DVDs piratas y en sitios web ilegales. Se tuvo que cambiar el nombre de la película, recrear el poster y la campaña de mercadotecnia para poder estrenarla en cines y que el público no la reconociera en las calles. De entrada, ya hubo una pérdida en la primera inversión en distribución. La película se estrenó en con 361 copias, en 401 pantallas, recaudando 10 millones y medio en taquilla; en promedio una película mexicana de 300 a 400 copias recauda 19

millones en taquilla. La película contó con estímulos fiscales y aun así tuvo una pérdida aproximada de cuatro millones y medio más la primera inversión en distribución.

El último “problema” para el sector de exhibición en pantallas teatrales del que se hablará en este trabajo es la venta directa de películas a plataformas como Netflix, Amazon, Blim, etc. Este no es un problema para la industria en sí, ya que con estas ventas los productores alcanzan a recuperar un mayor porcentaje de la inversión en producción, más bien, puede llegar a ser un problema para los exhibidores de cine tradicional, ya que puede disminuir el público que asiste al cine. En el caso de los distribuidores, ellos cobran aproximadamente un 40% sobre estos ingresos. Los suscriptores a este tipo de plataformas aumentan cada año, el mercado mexicano en este tipo de distribución es el mayor en Latinoamérica. Existen 17 plataformas digitales al alcance del público nacional, sin embargo, Netflix, ClaroVideo y Blim concentran más del 90% de los suscriptores a este tipo de plataformas, Netflix con el 70% de esto.²⁵

En 2016 se estrenaron cuatro películas mexicanas directamente en estas plataformas, sin estar en pantallas teatrales. El problema aquí sería que esto afecta directamente a los ingresos de exhibición en cines (los cuales siguen siendo altos) y el renombre de los productores. Se ahorran gastos de distribución en cines, la campaña para promocionar una película en estas plataformas es mucho más barata comparada con la que se realiza para exhibición en cines.

El director de operaciones de Cinépolis, Miguel Mier, comentó en la Convención de la CANACINE, que con estas “nuevas” plataformas digitales los ingresos en cine pueden disminuir, pero no lo ven como una competencia tan fuerte, ya que sigue y seguirá habiendo público que le guste la experiencia de ir al cine y ver la película en pantalla grande con un mejor sonido y servicio. Por otra parte, Cinépolis no se queda atrás, ya que cuentan con su plataforma Cinépolis Klic para satisfacer al público que prefiere ver una película desde su hogar o no tuvo oportunidad de asistir al cine.

²⁵ Anuario Estadístico de Cine Mexicano 2016, IMCINE, P. 212

A algunos directores, productores y actores les interesa mucho exhibir su película en cines ya que su nombre será más reconocido y en caso de ser película de arte, al exhibirse en cine, pueden ser nominadas para premios en ciertos festivales. También, como se mencionó anteriormente, para obtener un estímulo o fideicomiso fiscal, es requerimiento que la película sea exhibida en cine. Esto lo hace IMCINE para incentivar el cine tradicional nacional. Sin embargo, ya que las plataformas digitales están en crecimiento, el IMCINE creó sus propias como Filmin Latino y Cinema México Digital, en las cuales posiciona al cine mexicano dentro de esta oferta. El cuadro 19 presenta el número de películas mexicanas que se encuentran en los catálogos de las diferentes plataformas digitales, siendo Filmin Latino el número uno en esto.

Cuadro 19

Cantidad de películas mexicanas en catálogos de plataformas digitales disponibles en México

Plataforma	Total de películas	Largometrajes mexicanos	% películas mexicanas
Filmin Latino	1,118	449	40.16%
Netflix	2,924	195	6.67%
iTunes	4,467	239	5.35%
Clarovideo	3,048	506	16.60%
Blim	843	151	17.91%
Cinépolis Klic	1,622	205	12.64%
Google Play	4,133	148	3.58%
Crackle	202	1	0.50%
Dish Móvil	1,651	30	1.82%
Dish OTT: HBO, FOX Play	1,158	22	1.90%
Sony Ent Network	1,527	15	0.98%
Cinema Uno	307	94	30.62%
Prime Video	227	-	0.00%
Retina Latina	45	12	26.67%

Fuente: Anuario estadístico de cine mexicano 2016

Sin embargo, como se mencionó, Netflix, Blim y Clarovideo tienen un mayor número de suscriptores, ya que cuentan con un catálogo de películas extranjeras amplio, ofertan mejor la compra de las películas y en ocasiones existen contratos de

exclusividad por determinado tiempo, dejando en segundo plano a otras plataformas.

Son varios los problemas que presenta la industria cinematográfica en México, ¿cómo se puede ayudar a incentivar el cine nacional y que este sea más rentable para toda la cadena de valor, principalmente para los productores? Esto se expondrá en el siguiente capítulo.

CAPÍTULO 4

Conclusiones y propuestas

A continuación, se enlistarán los problemas de la industria cinematográfica en pantallas teatrales en México, expuestos en este trabajo; para después proponer estrategias que ayuden a mejorar esta parte del sector.

- Falta de apoyo constante por parte del gobierno a lo largo de la historia de la cinematografía en México.

En sus buenas épocas, la industria cinematográfica en México llegó a ser muy importante en nuestro país y reconocida a nivel mundial, hasta que se vio afectada por la competencia extranjera. Las mejores etapas del cine nacional se han dado en momentos de guerra entre otros países (incluido Estados Unidos), si no se puede evitar la exportación de este contenido a nuestro país, el cual genera la mayoría de los ingresos a la industria, lo que se puede hacer es crear más producciones nacionales del gusto del público mexicano, por lo cual aumentaría la oferta y demanda.

Para esto, los diferentes gobiernos han tratado de impulsar esta industria a lo largo de la historia a través de medidas como la creación del Banco Cinematográfico Nacional el cual otorgaba créditos a las producciones, ajustes en la Ley Cinematográfica Nacional, la creación de la empresa “Películas Nacionales” la cual operaba la distribución de producciones mexicanas, regida por el gobierno, así como la exhibición con la Compañía Operadora de Teatros. Sin embargo, estas políticas se modificaban conforme los cambios en los siguientes sexenios, no se tenía la supervisión adecuada, dando como resultado un apoyo deficiente del gobierno. Lo cual se vio reflejado en los altos sueldos que obtenían los productores gracias a los créditos otorgados para la producción, la baja calidad de películas y la escasa o nula utilidad sobre las ventas de exhibición en cine; por lo que, algunas compañías operaban en números rojos. Esto sigue ocurriendo actualmente después

de casi 70 años de la creación de los créditos gubernamentales para incentivar la producción nacional.

- Los estímulos y fideicomisos fiscales a producciones y distribuciones en cine mexicano presentan irregularidades.

Es importante que la Secretaría de Gobernación junto con el IMCINE y la Secretaría de Hacienda supervisen mejor los apoyos otorgados en producción y distribución. No permitir que se presenten presupuestos inflados para después usar el 100% del préstamo para cubrir todos los gastos y de esta forma los productores evitan poner el 20% que se supone es obligatorio invertir. Seleccionar minuciosamente las películas a las cuales se les otorgarán apoyos gubernamentales, evaluando el plan de negocios presentado junto con la proyección de ventas, analizar si realmente es viable y es posible generar los ingresos esperados, que con estos se pueda cubrir parte del costo de producción y sobre todo como ya se mencionó, que los presupuestos y proyecciones no estén alterados. De esta forma habría más rigor en la creación de películas, podría aumentar la exhibición, se generarían mayores ingresos y asistentes.

- Enlatamiento de películas nacionales, es decir, se producen más películas que las que son exhibidas en cines u otros medios.

Otro problema mencionado anteriormente es que no todas las producciones realizadas son exhibidas en cine. Esto puede ser por diferentes factores como, falta de interés de las distribuidoras, bajo presupuesto y falta de apoyo por parte de los exhibidores, lo cual va ligado con los gustos de la mayoría de los consumidores. Esto depende del tipo de producto, entre mayor sea la demanda de un género en específico, mayor será la exhibición de la película y hay algunas que al no ser del gusto de público, no obtendrán buenos ingresos en taquilla. En cuanto al porcentaje de exhibición de películas nacionales, este disminuyó fuertemente después de la firma del TLCAN ya que México abrió sus puertas y las películas de Estados Unidos

acapararon esta industria. Es difícil competir contra el mercado estadounidense ya que cuentan con mejores producciones y exportan títulos del interés del público mexicano.

- El costo de producción de películas independientes son elevados en proporción con lo que generan en taquilla e ingresos de ventas en otros medios de exhibición.

Por otra parte, hay público al que le gusta ir al cine a ver películas de nicho²⁶, lo cual también genera ingresos y todo suma para el sector. Una estrategia para este tipo de películas sería que, desde la realización del guion, se haga un análisis en donde se proyecten las ventas que obtendría la película al ser exhibida en cines, descontado gastos de distribución, esto para conocer la utilidad real que obtendrían. Tal y como lo piden los estímulos y fondos fiscales a la hora de solicitar apoyo gubernamental en producción, pero en verdad cuidar que estas proyecciones y los presupuestos no estén inflados; y que la estimación realizada se complete con proyecciones de venta en otros medios de exhibición. Con base en este análisis se determinaría el costo de producción real y acotado para evitar gastar de más y no alcanzar a recuperar la inversión total realizada.

- Falta de películas del género del gusto actual de la población.

Como se explicó en el segundo capítulo, la cadena de valor de la industria tradicionalmente está conformada por la producción, distribución y exhibición. Cada una depende de la otra para lograr la proyección y venta de la película en cines.

Se puede concluir que el primer eslabón de la cadena de valor que es la producción, en ocasiones presenta fallas y al ya detectarlas se puede mejorar. Ya que desde la producción viene la idea de la película, la cual puede ser del gusto de un público muy específico de nicho o al público en general creando una película comercial.

²⁶ Películas independientes, las cuales no tienen muchas oportunidades en el mercado, ya que se encuentran en constante lucha contra películas del gusto de la mayor parte de la población, las cuales generan la mayor parte de taquilla.

Esto último sería lo mejor hablando en términos económicos ya que acudirían más asistentes al cine, lo cual genera mayor venta de boletos en taquilla, lo que da pie al crecimiento de la industria en general.

Es importante que los productores y guionistas se actualicen para conocer los gustos del público ya que estos cambian conforme pasa el tiempo. En 2016, los ingresos generados en taquilla por exhibición de títulos mexicanos fueron de 1,380,000,000 aproximadamente, de los cuales mil millones fueron recaudados por la comercialización de películas de género comedia. De las 86 películas mexicanas exhibidas en 2016, 21 fueron de este género, las cuales recaudaron un 72% aproximadamente de los ingresos totales de exhibición nacional.

Es necesario estar monitoreando los ingresos y asistentes a diferentes géneros de películas nacionales, para conocer los gustos posiblemente cambiantes de los consumidores. Por ejemplo, de 2000 a 2009 las películas mexicanas más taquilleras fueron “Y Tu Mamá También” y “El Crimen del Padre Amaro”, ambas de género dramático o comedia, mientras que de 2010 a 2016, las más exitosas fueron “Nosotros los Nobles”, “No se Aceptan Devoluciones” y “¿Qué Culpa Tiene el Niño?” todas comedias.²⁷ Los gustos del público, las generaciones que van al cine, las cuales consumen de la industria del entretenimiento van cambiando con el tiempo, de igual forma lo pueden hacer las producciones para generar atracción del público y mayores ingresos en taquilla.

Con esta información se demuestra que actualmente el género que más gusta al público es la comedia, por lo que si aumenta esta oferta; aumentan los ingresos de la industria en general y la ventaja es que se pueden utilizar eficientemente los estímulos fiscales.

Debido a la falta de películas del gusto de la mayoría del público, es decir, comerciales, actualmente algunas distribuidoras están realizando sus propias producciones e invirtiendo ya que como se mencionó son ellos junto con los exhibidores quienes tienen acceso al número de asistentes que ven las películas y

²⁷ Anuario Estadístico de Cine Mexicano 2016, IMCINE, P. 92.

a los ingresos que estas generan; ellos son los mediante estos datos conocen los gustos del público, como es el caso de Videocine, Corazón Films y Latam Pictures; esta última se encuentra por primera vez produciendo una película mexicana de comedia con la ayuda de un estímulo fiscal. Con esta medida se pueden incrementar los ingresos nacionales en la industria, se puede evitar la pérdida en la distribución en cines y generar una posible utilidad para que los productores puedan cubrir la inversión privada en la producción.

- De toda la cadena de valor de la industria cinematográfica en pantallas teatrales, los exhibidores son quienes obtienen los mayores ingresos.

Por otra parte, en la cadena de valor de la industria cinematográfica, los que obtienen mayores ganancias son los exhibidores, ya que se quedan con aproximadamente el 60.85% de la taquilla recaudada, dejando el 20% para los distribuidores y el resto para los productores quienes todavía tienen que pagar el costo de producción y los gastos de distribución. El IMCINE junto con la Secretaría de Cultura podrían modificar la ley para que, como apoyo al cine mexicano, los exhibidores cobren menos porcentaje sobre la taquilla de películas nacionales, esto para que los costos de producción sean recuperables y fomentar la creación de más películas mexicanas del gusto del público.

Mientras que el pago del VPF no tendría que ser responsabilidad de los distribuidores y productores. Algunos de ellos han solicitado al IMCINE a través de la CANACINE actuar como intermediario con los exhibidores para reducir o anular la negociación del pago de los VPFs, ya que no es justo que esto se le cobre a los distribuidores y productores, esto es una modernización mundial que tendría que correr a cargo de los exhibidores ya que con esto ofrecen un mejor servicio al público y es su responsabilidad. Sería interesante conocer el costo de digitalización de cada sala de cine y los pagos de VPF que han recibido los exhibidores (Cinépolis y Cinemex) en los últimos 5 años para conocer la situación actual de esto y que no estén cobrando algo que a lo mejor ya cubrieron, en esto tendría que intervenir el gobierno mediante la Secretaría de Cultura y el IMCINE para posiblemente realizar

una auditoría con la ayuda de la Secretaría de Hacienda. En cambio, el VPF es muy negociable con cines independientes, la mayoría de las veces sólo lo cobran al exhibir películas blockbuster. Esto es benéfico para el cine nacional pero los ingresos de estos exhibidores son mínimos en comparación con las dos cadenas de exhibición principales.

Por otra parte, IMCINE podría crear más apoyos específicamente para la exhibición de películas de arte o culturales como la creación de más cines independientes y apoyo a cineclubes, ya que sí hay público, pero no es la mayoría, de esta forma no se olvida esta parte cultural del cine.

Miguel Rivera y Francisco Eguren, directores de programación de Cinépolis y Cinemex respectivamente, mencionaron en la convención de la CANACINE 2017, que han trabajado en conjunto con Tábata Vilar, directora general de esta cámara, creando una estrategia con 6 líneas de acción para fomentar el cine nacional involucrando a los 3 procesos de la industria. Se están creando incentivos a la productividad, al mérito artístico, apoyo en publicidad, becas y talleres de guionismo y lograr una mejor vinculación con Eficine. Esto para ayudar a la creación de más contenido de diferentes nichos. Así tanto los productores, distribuidores, gobierno, exhibidores, la cultura y la posición de la industria generarían mayores ganancias y el porcentaje de exhibición podría aumentar sin necesidad de que la Ley vuelva a ser modificada.

- Explotación de películas mediante otros medios de exhibición legales o ilegales.

Por otra parte, otra forma de recuperar los costos de producción y la mejor en la actualidad, es mediante la venta en otras plataformas. En ocasiones a través de ingresos generados en otros medios, se recuperan las pérdidas generadas en la distribución en cines, pero no es rentable cubrir estos costos mediante otras ventas. Anteriormente eran videocasetes y DVDs, ahora las ventas más fuertes y en las que se recaudan mayores ingresos son plataformas como iTunes, ClaroVideo, Netflix, Blim, entre otros. Como se pudo observar en el capítulo 3, el PIB del sector cultura

ha disminuido, así como la industria cinematográfica, sin embargo, los medios audiovisuales han aumentado. Estos medios han estado creciendo, ya que hay una amplia variedad de producto, se puede visualizar en diferentes dispositivos, desde la comunidad del hogar, con variedad de producto; estos medios están creando producto propio sin ser exhibido en cine, se paga una cuota mensual menor a dos entradas del cine y poco a poco se están generando estrenos directos en estos medios. Estas plataformas como Netflix, Blim y Amazon suelen pagar más por este producto que lo que se planea recaudar en cines, evitando gastos grandes de distribución. Esto es benéfico para los productores y para incentivar el cine sobre todo en géneros de nicho, lo cual puede afectar directamente en términos monetarios a los exhibidores.

En entrevista con Miguel Mier, director de operaciones de Cinépolis, mencionó que la demanda por las películas de nicho puede llegar a ser grande como los títulos más taquilleros en cine. Ya que, en ocasiones, los consumidores prefieren productos más específicos que no encuentran en los mercados habituales. Las ventajas de este modelo basado en la teoría de la cola larga son que democratizan las herramientas de producción, mediante empresas innovadoras que generan nuevo contenido como Youtube, Netflix, Amazon, Cinépolis Klic; y conecta toda la demanda con la oferta. En cuanto al modelo de negocio, las películas generan buena utilidad comparada con los ingresos que se obtienen en cine y no se descuida la producción de diferentes géneros o culturales.

Así como IMCINE creó plataformas como Filmin Latino y Cinema México Digital para promover el cine mexicano, una propuesta es que IMCINE otorgue un pequeño porcentaje de lo destinado anualmente para el apoyo de producciones a la elaboración de películas para exhibirse exclusivamente en plataformas digitales. La primera opción de exhibición exclusiva por cierto tiempo puede ser Filmin Latino, ya que es de origen gubernamental y después de un tiempo la película puede ser explotada en otras plataformas, cobrando IMCINE un porcentaje sobre esto para que obtenga mayores ganancias y reinvertir en otras producciones; de esta forma

se puede fomentar el cine mexicano en general y el de nicho y se evita la acumulación de ingresos en los exhibidores tradicionales (pantallas teatrales).

En cuanto al comercio informal, es necesaria la implementación de políticas más fuertes en contra de la piratería, ya que provoca la disminución de los ingresos generados en taquilla. La abogada Ana María Magaña, directora general de Motion Picture Association (MPA) platicó en la convención de CANACINE de 2017, que ha trabajado en propuestas contra la piratería, las cuales han sido presentadas a senadores, sin tener gran éxito, ya que mencionan que tienen problemas más importantes que atender. A lo que ella responde “si yo compro un coche y mi vecino o cualquier persona lo utiliza sin mi consentimiento, eso es robo ya que es de mi propiedad; lo mismo sucede con las películas, las cuales son de los productores y realizaron una inversión, la piratería es un robo de propiedad”. La licenciada Magaña menciona que es del conocimiento de toda la población los lugares en donde se venden películas piratas, como en la calle, afuera del metro, tianguis, mercados. El gobierno es el que da los permisos para vender en estos dos últimos lugares mencionados, por lo que posiblemente estén coludidos. Si no es así se deberían de organizar más operativos para recolectar esa mercancía, ya que la piratería no sólo es un problema que afecta a la industria del cine. También es necesaria la cultura de los consumidores ya que, si existe la oferta de comercio informal, continuará la demanda de este. Los consumidores saben que es algo ilegal en donde se ven perjudicadas las ventas legales de la película, pero es probable que no sepan todo lo que conlleva una producción, su comercialización y todos los gastos que se incurrieron para lograrlo.

Como se pudo observar a lo largo del trabajo, existen varios problemas en la distribución y exhibición en la industria cinematográfica nacional, pero uno de los más importantes es la falta de producciones mexicanas que satisfagan los gustos del público que asiste al cine. Se ha demostrado que al público mexicano sí le gusta o está dispuesto a ir al cine a ver películas nacionales, esto se puede observar en los altos ingresos que han generado ciertas películas mexicanas.

Actualmente contamos con talento mexicano de artistas como: Guillermo del Toro-“El Laberinto del Fauno”, Alejandro González Iñárritu-“Amores Perros”, Alfonso Cuarón-“Gravity”, Emmanuel Lubezki-“El Renacido”, Gael García-“El Crimen del Padre Amaro”, Diego Luna-“Rogue One: Una historia de Star Wars”, Eugenio Derbez-“No se Aceptan Devoluciones”. Actualmente la mayoría de estos personajes radican en Estados Unidos, hay fuga de talento ya que van en busca de mejores oportunidades, crean tanto producciones extranjeras como nacionales.

Al crear más producciones del gusto del público y contar con el apoyo constante del gobierno, se puede comenzar a competir con el mercado estadounidense ya que en el pasado logramos ser de los mejores cines en el mundo y el mejor en Latinoamérica. Es importante retomar este camino por el bien de la industria en el modo tradicional que es pantallas teatrales y que los productores y distribuidores puedan explotar su producto a través de este medio obteniendo ganancias.

Bibliografía:

- Augrus, Jol, 2000, *El dinero de Hollywood. Financiación, producción, distribución y nuevos mercados*, Barcelona, Paidós Ibérica.
- De los Reyes, Aurelio, 2002, *Medio siglo de cine en México (1896-1947)*, México, Trillas.
- García, Emilio (1986), *Historia del cine mexicano*, México, SEP.
- IMCINE, 2017, *Anuario Estadístico de Cine Mexicano 2016*, México, IMCINE.
- Mankiw, G, 2002, *Principios de Economía, España, Ed. McGraw-Hill*

Cibergrafía:

- Cámara Nacional de la Industria Cinematográfica, www.canacine.org.mx
- Comscore, <http://beta.iboe.com>
- Dirección General de Radio Televisión y Cinematografía, <http://www.rtc.gob.mx/NuevoSitio/cinematografia.php>
- Instituto Mexicano de Cinematografía, <http://www.imcine.gob.mx/estimulos-y-apoyos/>
- Ley Federal de Cinematografía, http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/103_171215.pdf