
Estudio de Mercado Servicios Cinematográficos en México

Mayo 2011

Documento elaborado por la Oficina Comercial de ProChile en
Guadalajara

pro|CHILE

Contenido

I. IDENTIFICACIÓN DEL SERVICIO.....	3
1. NOMBRE DEL SERVICIO.....	3
2. DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO	3
II. DESCRIPCIÓN GENERAL DEL MERCADO IMPORTADOR	4
1. TAMAÑO DEL MERCADO.....	4
2. CRECIMIENTO QUE HA TENIDO EN LOS ÚLTIMOS AÑOS	6
3. ESTABILIDAD POLÍTICA Y ECONÓMICA DE DICHO MERCADO.....	8
4. POLÍTICA NACIONAL SOBRE SERVICIOS	12
5. DISPONIBILIDAD DE INSTRUMENTOS FINANCIEROS LOCALES PARA LA ADQUISICIÓN DE SERVICIOS DESDE EL EXTERIOR	14
6. POLÍTICAS RESPECTO DE LAS COMPRAS PÚBLICAS EN SERVICIOS.....	14
7. INFRAESTRUCTURA Y TELECOMUNICACIONES DISPONIBLES.....	17
8. PARTICIPACIÓN DEL SECTOR PRIVADO EN LAS PRINCIPALES INDUSTRIAS DE SERVICIOS	19
III. OBSTÁCULOS A ENFRENTAR POR LOS EXPORTADORES DE SERVICIOS.....	20
IV. DESCRIPCIÓN SECTORIAL DEL MERCADO IMPORTADOR	25
1. COMPORTAMIENTO GENERAL DEL MERCADO	25
2. PROPORCIÓN DE SERVICIOS IMPORTADOS.....	28
3. PRINCIPALES PROVEEDORES EXTERNOS DEL SERVICIO	29
4. DINAMISMO DE LA DEMANDA	29
V. INDICADORES DE DEMANDA PARA EL SERVICIO	32
VI. OTRA INFORMACIÓN RELEVANTE SOBRE EL MERCADO DE DESTINO.	32
VII. CONTACTOS RELEVANTES	34
VIII. FUENTES DE INFORMACIÓN RELEVANTES EN INTERNET.	38

Estudio de Mercado Servicios Cinematográficos en México

IDENTIFICACIÓN DEL SERVICIO

1. NOMBRE DEL SERVICIO

Servicios cinematográficos

2. DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO

Para el caso de México se identifica como Industria fílmica y del video e Industria del Video, de acuerdo al Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte.

La clasificación para los servicios relacionados con la industria cinematográfica es la 5120 dentro del Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte.

5120 Industria fílmica y del video, e industria del sonido

Unidades económicas dedicadas principalmente a la prestación de servicios fílmicos, del video y del sonido.

Industria fílmica y del video

Producción y/o distribución de películas en formato de cine y de video; de programas para la televisión; de videoclips, comerciales y otros materiales audiovisuales, no realizada por las estaciones de televisión.

Excluye Unidades Económicas de Producción (U.E.D.P.) a la reproducción masiva de películas, videoclips y de programas y series de televisión en formato digital (3340, Fabricación de equipo de computación, comunicación, medición y de otros equipos, componentes y accesorios); a la comercialización de cintas y discos de video digital (DVD) al por mayor y al por menor (4330, Comercio al por mayor de productos farmacéuticos, de perfumería, artículos para el esparcimiento, electrodomésticos menores y aparatos de línea blanca; 4651, Comercio al por menor de artículos de papelería, para el esparcimiento y otros artículos de uso personal); a la transmisión de programas de televisión mediante señal abierta (5150, Radio y televisión); al alquiler de videocasetes, cassetes de juegos de video y discos de acetato, compactos (CD) o de video digital (DVD) (5322, Servicios de alquiler y centros de alquiler de bienes muebles, excepto equipo de transporte terrestre). y a los servicios técnicos de apoyo a la industria fílmica y del video, como actuación, producción ejecutiva, diseño de vestuario teatral, por cuenta propia (7114, Artistas, escritores y técnicos independientes).

Exhibición de películas en formato de cine y de video, y otros materiales audiovisuales. Incluye a la organización de festivales cinematográficos, y a la exhibición de películas combinada con el comercio al por menor de dulces bajo la misma razón social.

Excluye U.E.D.P. a la organización y promoción de espectáculos artísticos y culturales con y sin instalaciones (7113, Promotores, agentes y representantes de espectáculos artísticos, deportivos y similares).

Servicios de postproducción, como doblaje, titulado, subtítulo, efectos visuales, animación, edición, conversión de formato, copiado de videos, y a otros servicios para la industria fílmica y del video como la crematografía y los servicios prestados por los laboratorios fílmicos.

Excluye U.E.D.P. a la transcripción simultánea de diálogos para la televisión (5611, Servicios de apoyo a los negocios).

Industria del sonido

Producción de material discográfico, como discos compactos (CD) y de video digital (DVD) o casetes musicales integrada o no, con su reproducción y distribución.

Estas unidades económicas contratan a los artistas y realizan arreglos para financiar la grabación original del master, sus ingresos provienen de las ventas, alquiler y licenciamiento de los masters, mantienen los derechos de autor de la grabación original, y no cuentan con instalaciones propias para reproducir el master ni con la infraestructura para la distribución de los discos compactos (CD) y de video digital (DVD) o casetes musicales.

Excluye U.E.D.P. a la reproducción masiva de discos compactos (CD) y de video digital (DVD) o casetes musicales (3340, Fabricación de equipo de computación, comunicación, medición y de otros equipos, componentes y accesorios).

Servicios de administración de los derechos de autor de obras musicales, promover y autorizar el uso de las composiciones a través de licencias en los medios de comunicación.

Estudios de grabación que proporcionan servicios de producción y postproducción de audio para grabaciones master, películas, programas de televisión y de video.

Servicios de audiograbación de reuniones, conferencias, audiolibros, material educativo, programas y comerciales radiofónicos.



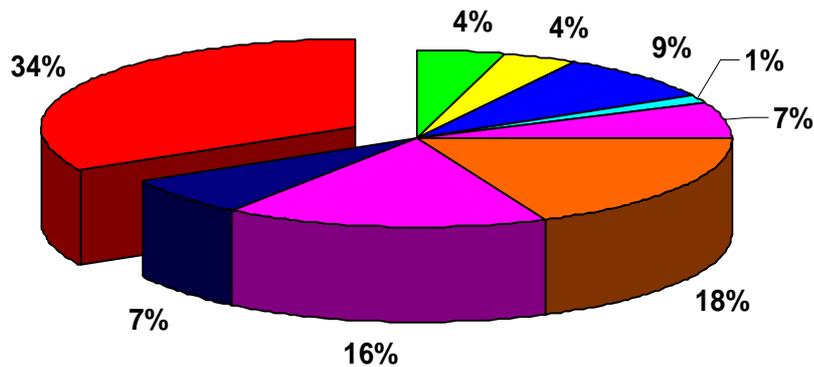
DESCRIPCIÓN GENERAL DEL MERCADO IMPORTADOR

1. TAMAÑO DEL MERCADO

En México el mercado de servicios se ha ubicado desde hace ya más de una década como el sector de mayor crecimiento, tendencia que siguió presentándose en el año 2010 donde en base a estudios del

Instituto Nacional de Estadísticas y Geografía (INEGI) dicho sector registró una participación de 34% con respecto al PIB total como se observa en el siguiente gráfico.

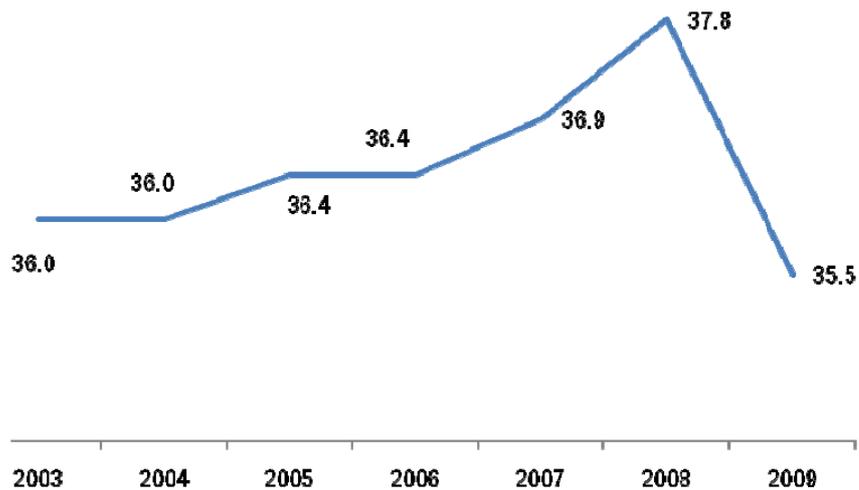
Estructura del PIB de México a precios corrientes del 2010



- Gobierno
- Agrícolas
- Minería
- Electricidad
- Construcción
- Industri
- Comercio
- Transporte
- Servicios

Fuente INEGI

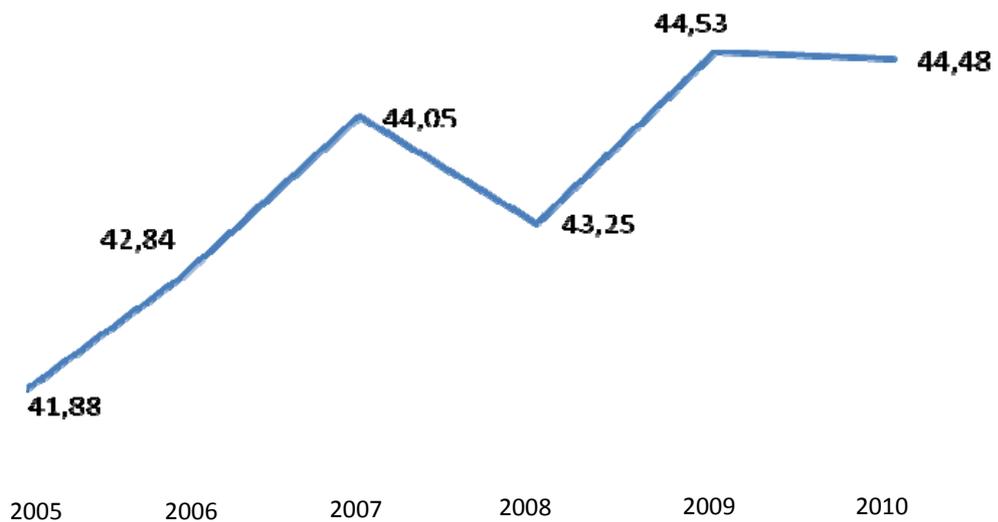
Porcentaje de participación del Sector Servicios en el PIB de México



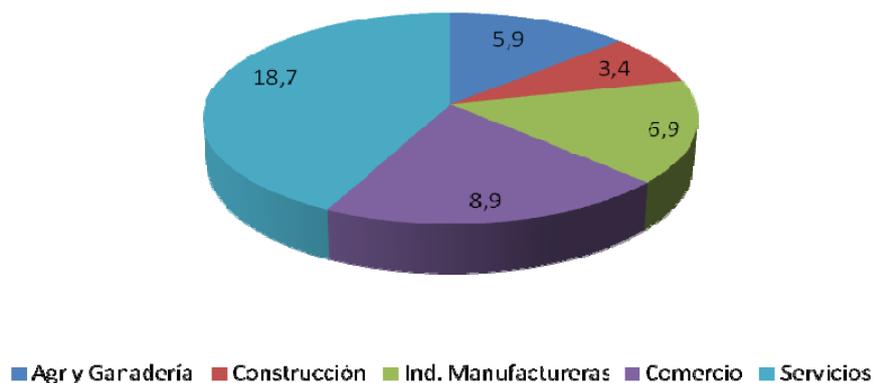
Fuente: INEGI

De la población total económicamente ocupada correspondiente a 44,5 millones de personas en 2010, para el sector servicios registró 18,6 millones de personas, es decir el 42,7% de la población total ocupada. En un lustro el cambio porcentual de crecimiento fue de 11,65%. Lo que lo convierte en el sector más importante en la generación de producción nacional como puede observarse en las siguientes gráficas.

Población ocupada en millones de habitantes de 2005 a 2010



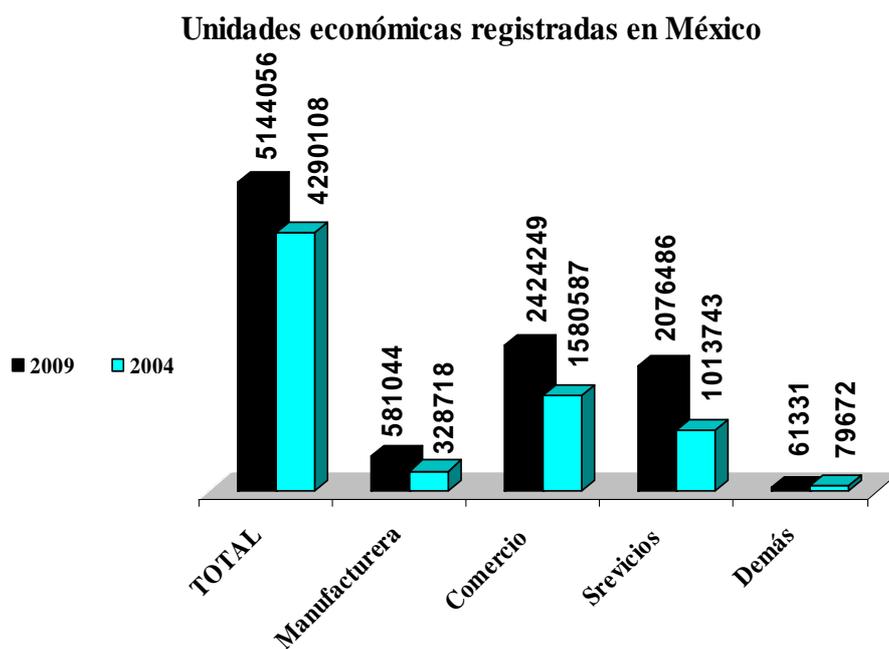
Participación de la Población Ocupada por Sector del Producto Interno Bruto, 2010 en millones de personas



Fuente: INEGI

2. CRECIMIENTO QUE HA TENIDO EN LOS ÚLTIMOS AÑOS

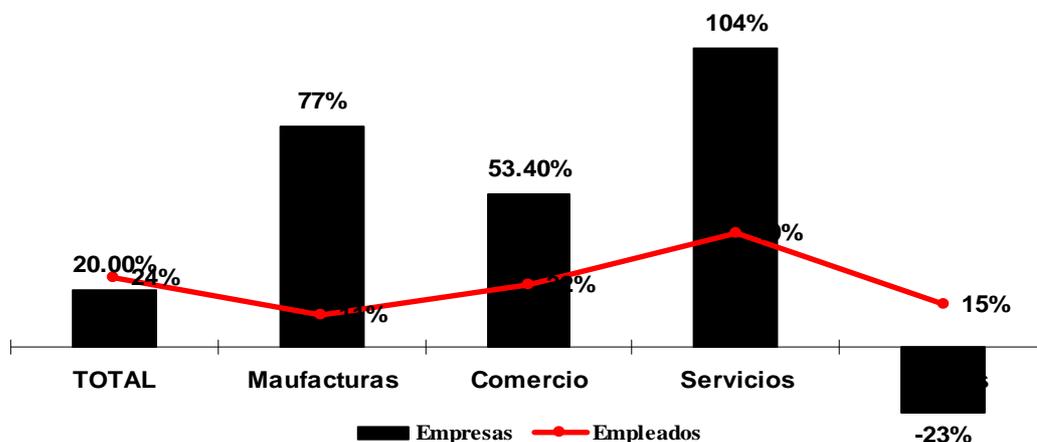
Entre el 2004 y el 2009, las unidades económicas (persona moral o física con actividad empresarial) del sector servicios en México no sólo se incrementaron, sino que además lograron colocar a dicho sector económico como el de mayor crecimiento, pues de las 5.144.056 empresas registradas a nivel nacional, los servicios incluyen 2.076.486 cifra muy por arriba de la registrada en el 2004 con 1.013.743 empresas.



Fuente: INEGI.

En el siguiente gráfico se muestra que el sector servicios tuvo un aumento de 104% en cinco años y representa casi el doble del crecimiento del sector comercio.

% de cambio en número de unidades económicas y personal ocupado por sector en México (2004-2009)



Fuente: INEGI

3. ESTABILIDAD POLÍTICA Y ECONÓMICA DE DICHO MERCADO

Desde que el Gobierno de Felipe Calderón asumió la presidencia, pronunció en el 2006 una estrategia de combate al narcotráfico y donde la zona norte del país es señalada como la región más violenta, en los últimos dos años esta situación se ha ampliado a estados que anteriormente no presentaban este tipo de violencia. El sector turismo, se ha visto severamente afectado por esta situación, razón por la cual el Gobierno autorizó la liberación de \$11 millones de dólares solamente para promover la Riviera Maya.

El Gobierno ha implementado medidas encaminadas a evitar fuga de capitales como reformas en seguridad civil, regulación al manejo de divisas extranjeras, regulaciones en las casas de cambio, lo cual sumado a la lucha contra el crimen organizado ha afectado a turistas y extranjeros residentes en el territorio mexicano.

Otro hecho que recientemente podría llegar a debilitar la economía mexicana según informes del Gobierno, es el aumento de los precios del petróleo como consecuencia de los conflictos registrados en países como Egipto y Libia principalmente, precio que se llegó a posicionar por arriba de los USD\$8,9 por barril. La razón es que México a pesar de ser un país que exporta petróleo también es un importante importador, debido a que no posee los mecanismos necesarios para refinar su propia materia prima y tiene que recurrir a su compra para satisfacer la demanda interna.

De acuerdo a analistas de HSBC la inseguridad no afectará al capital extranjero y no es factor de preocupación para inversionistas. La institución detalló que en 2009 y 2010, los años de mayor violencia en la historia moderna del país, la inversión de cartera alcanzó un promedio de 18 mil millones de dólares en cada uno, monto significativamente mayor a los cinco mil millones promedio de los 15 años anteriores. Algunos puntos que podrían contribuir a una disminución en los niveles de inseguridad interna tiene que ver con el compromiso político y el establecimiento de componentes fundamentales, como el marco jurídico, fuerzas de seguridad confiables, una inteligencia criminal adecuada y un mayor apoyo por parte de Estados Unidos

Por otra parte, a pesar de estas situaciones el Índice de Precios al Consumidor (IPC) presentó en enero una variación de 0,29 por ciento, lo que representa una baja con respecto a igual mes de 2010, cuando se ubicó en 1,01 por ciento, hecho que de acuerdo al Presidente de Consultores Internacionales (CI) es necesario cuidar. La consultoría indica que los rubros con mayores alzas en enero fueron salud, con 1,40%; hogar, 0,49%; alimentos, 0,55%, y transporte y comunicaciones, 0,55%.

La entrada en vigor del decreto para deducir el ISR (Ley de impuesto sobre la renta, mecanismo que obliga a los residentes en México, los residentes en el extranjero con fuentes de riqueza situadas en el territorio nacional y los residentes en el extranjero que tengan un establecimiento permanente en el país a pagar dicho impuesto respecto de sus ingresos procedentes de riqueza) de las colegiaturas desde preescolar hasta la preparatoria es un “acto de justicia” para los contribuyentes, pero debe ser extendido al IETU (Impuesto Empresarial a Tasa Única) están obligadas al pago del impuesto empresarial a tasa única las personas físicas con actividad empresarial o régimen intermedio y las morales residentes en territorio nacional, así como los residentes en el extranjero con establecimiento permanente en el país por los ingresos que obtengan, independientemente del lugar en donde se generen. Carlos Cárdenas, integrante del Comité Técnico Nacional de Estudios Fiscales del IMEF mencionó que el estímulo debe darse completo y hacerse extensivo hacia el IETU, ya que es un impuesto complementario del ISR, deducción que debería quedar establecida en la Ley del ISR.

Actualmente en México se pagan los siguientes impuestos a los bienes y servicios:

Impuesto	Observación
Impuesto al Valor Agregado	16%
Impuesto en Aranceles a la importación de productos	Varían de 5% a 250%, dependiendo del producto y país de procedencia
Impuesto Sobre la Renta	Aplica a personas morales por 30%
Impuesto Empresarial a Tasa Única (IETU)	corresponde a personas físicas y morales residentes en territorio mexicano por los ingresos que obtengan por enajenación de bienes, prestación de servicios independientes o el otorgamiento del uso o goce temporal de bienes, el monto correspondiente a IETU es de 17,5%
Impuesto especial sobre producción y servicios (IEPS)	Se paga por la producción y venta ó importación de gasolinas, alcoholes, cervezas y tabaco
Impuesto sobre tenencia o uso de vehículos	Impuesto aplicado a automóviles eléctricos nuevos, embarcaciones y veleros, esquís acuáticos motorizados, motocicletas acuáticas y tablas de oleaje con motor, todos nuevos contando de cinco a diez años a partir de su uso inicial.
Impuestos a los depósitos en efectivo	Aplicado a personas físicas o morales respecto de todos los depósitos en efectivo, en moneda nacional o extranjera, que realicen en cualquier tipo de cuenta que tengan en las instituciones del

	sistema financiero, cuya suma exceda los MX\$25.000 en un mes.
Impuesto sobre automóviles nuevos	Obliga al pago de impuestos a personas físicas y morales que enajenen automóviles nuevos, importación definitiva de automóvil al país.

Es importante señalar que los anteriores son impuestos que aplica el gobierno federal en su ejercicio tributario, sin embargo, los gobiernos estatales y municipales están facultados para la formulación y aplicación de impuestos o captaciones de recursos por permisos, multas, servicios, etc. Los cuales dependen del nivel de gobierno que los aplica.

Referente a regulaciones en materia de Inversión Extranjera (IE), el 27 de diciembre de 1993, el Congreso de México decreto la *Ley de Inversión Extranjera*, en la que fijaba las reglas para canalizar la IE en el país, quedando estipulada la *Comisión Nacional de Inversiones Extranjeras* (dependencia de la Secretaría de Economía), como la institución que regularía los flujos de las mismas, así como los lineamientos de la participación de dichos flujos en las actividades productivas y de servicios que se realizan en el país. Se hace alusión al inversionista extranjero como la persona física o moral de nacionalidad distinta a la mexicana y las entidades extranjeras sin personalidad jurídica,

Dicha ley refiere a Inversión Extranjera lo siguiente:

- a) La participación de inversionistas extranjeros, en cualquier proporción, en el capital social de sociedades mexicanas
- b) La realización por sociedades mexicanas con mayoría de capital extranjero
- c) La participación de inversionistas extranjeros en las actividades y actos contemplados por esta Ley.

De acuerdo al TLC firmado por Chile y México quedaron establecidos los términos para la Inversión Extranjera de acuerdo a lo siguiente:

Lista de México

Sector: Todos los Sectores

Subsector:

Clasificación Industrial:

Tipo de Reserva: Trato nacional (artículo 9-03)

Nivel de Gobierno: Federal

Medidas: Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, Artículo 27 Ley de Inversión Extranjera, Diario Oficial, diciembre 27, 1993, Título II, Capítulos I y II

Reglamento de la Ley para Promover la Inversión Mexicana y Regular la Inversión Extranjera, Diario Oficial, mayo 16, 1989, Título III, Capítulo III

Descripción: Inversión

Los extranjeros o las empresas extranjeras, no podrán adquirir el dominio directo sobre tierras y aguas en una faja de 100 kilómetros a lo largo de las fronteras y de 50 kilómetros en las playas (la Zona Restringida). Las empresas mexicanas sin cláusula de exclusión de extranjeros podrán adquirir el dominio de bienes inmuebles destinados a la realización de actividades no residenciales ubicados en la Zona Restringida, debiendo dar aviso de dicha adquisición a la Secretaría de Relaciones Exteriores (SRE), dentro de los sesenta días hábiles siguientes a aquél en el que se realice la adquisición.

Las empresas mexicanas sin cláusula de exclusión de extranjeros no podrán adquirir el dominio de bienes inmuebles destinados a fines residenciales ubicados en la Zona Restringida. Las empresas mexicanas sin cláusula de exclusión de extranjeros podrán adquirir conforme al procedimiento que se describe, derechos para el uso y aprovechamiento sobre bienes inmuebles sobre la Zona Restringida, que sean destinados a fines residenciales.

Dicho procedimiento también aplicará a los nacionales o empresas extranjeras para el mismo caso de conformidad con lo siguiente:

Se requiere permiso de la Secretaría de Relaciones Exteriores (SER) para que instituciones de crédito adquieran como fiduciarias, derechos sobre bienes inmuebles ubicados en la Zona Restringida, cuando el objeto del fideicomiso sea permitir la utilización y el aprovechamiento de tales bienes sin constituir derechos reales sobre ellos.

Se entenderá por utilización y aprovechamiento de los bienes inmuebles ubicados en la Zona Restringida los derechos al uso o goce de los mismos, incluyendo en su caso la obtención de frutos, productos y, en general, cualquier rendimiento que resulte de la operación y explotación lucrativa a través de terceros o de la institución fiduciaria.

La duración de los fideicomisos a que esta reserva se refiere, será por un período máximo de cincuenta años, mismo que podrá prorrogarse a solicitud del interesado. La SRE podrá verificar en cualquier tiempo el cumplimiento de las condiciones, la presentación y veracidad bajo las cuales se otorguen los permisos.

La SRE resolverá sobre los permisos, considerando el beneficio económico y social que la realización de estas operaciones implique para la Nación. Los nacionales extranjeros (mexicanos) o las empresas extranjeras que pretendan adquirir bienes inmuebles fuera de la Zona Restringida, deberán presentar previamente ante la SRE, un escrito en el que convengan considerarse nacionales mexicanos para estos efectos y renunciar a invocar la protección de sus gobiernos respecto de dichos bienes.

La Comisión Nacional de Inversiones Extranjeras (CNIE) para determinar la conveniencia de autorizar las solicitudes presentadas a su consideración adquisición o establecimiento de inversiones en las actividades restringidas, en las que se requiera dicha autorización, de conformidad con el presente Anexo deberá tomar en cuenta los siguientes criterios:

- a) El impacto sobre el empleo y la capacitación de los trabajadores;
- b) La contribución tecnológica;
- c) El cumplimiento de las disposiciones en materia ambiental contenidas en los ordenamientos ecológicos que rigen la materia
- d) En general, la aportación para incrementar la competitividad de la planta productiva de México.

La CNIE al resolver sobre la procedencia de una solicitud, sólo podrá imponer Requisitos de desempeño que no distorsionen el comercio internacional y que no estén prohibidos por el artículo 9-06 (Requisitos de desempeño).

Se requiere resolución favorable de la Comisión Nacional de Inversiones Extranjeras (CNIE) para que en las sociedades mexicanas donde la inversión extranjera pretenda participar, directa o indirectamente, en una proporción mayor al 49 por ciento de su capital social, únicamente cuando el valor total de los activos de las sociedades de que se trate, al momento de someter la solicitud de adquisición, rebase el umbral aplicable.

Para los inversionistas e inversiones de Chile el umbral aplicable para la revisión de la adquisición de una empresa mexicana será de:

- a) 50 millones de dólares de EE.UU. hasta el 31 de diciembre de 1999;
- b) 75 millones de dólares de EE.UU. a partir del 1 de enero del año 2000, hasta el 31 de diciembre del año 2002
- c) 150 millones de dólares de EE.UU. a partir del 1 de enero del año 2003.

A partir del 1 de enero del año 2004, los umbrales serán ajustados anualmente de acuerdo a la tasa de crecimiento nominal del Producto Interno Bruto de México, de conformidad con lo que publique el Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática.

No más del 10 por ciento de los miembros que integren una sociedad cooperativa de producción mexicana podrán ser extranjeros, los extranjeros no podrán desempeñar puestos de dirección o de administración general en las sociedades cooperativas.

Sólo los nacionales mexicanos podrán solicitar cédula para calificar como empresa microindustrial, una "empresa microindustrial" mexicana no podrá tener como socios a personas de nacionalidad extranjera. La Ley Federal para el Fomento de la Microindustria y la Actividad Artesanal define a la "empresa microindustrial" como, entre otras cosas, aquella que cuenta hasta con 15 trabajadores, que se dedican a la transformación de bienes y cuyas ventas anuales no excedan los montos determinados periódicamente por la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial.

4. POLÍTICA NACIONAL SOBRE SERVICIOS

Un dato importante se remonta al año 2004, fecha en que la administración que estuvo compuesta por el entonces mandatario Vicente Fox intentó quitar el apoyo del Estado a la industria cinematográfica de México, promoviendo la desincorporación, la venta o la total desaparición de las tres instituciones culturales relacionadas con la actividad fílmica nacional: el Instituto Mexicano de Cinematografía (IMCINE), el Centro de Capacitación Cinematográfica (CCC) y los históricos Estudios Churubusco de donde han salido obras que han influido en la cultura iberoamericana. Solamente la respuesta de los productores y cineastas, logró poner fin a la iniciativa.

Sin embargo, cabe destacar que a pesar de esta fase de peligro al cine mexicano, han existido apoyos por parte del Estado para fomentar la producción nacional del cine. Ejemplo de ello lo podemos encontrar en 2003, fecha en la que las entidades de cine obtuvieron la aprobación de un impuesto a la venta de entradas, consistente en diez pesos (USD\$0,86) cuyo destino era engrosar los recursos de un fondo de fomento a la producción nacional, debido a la limitación de los presupuestos gubernamentales acordados para el sector. Empero la medida no logró implementarse efectivamente debido a la oposición de las majors (palabra inglesa que se utiliza para hacer referencia a las principales industrias del cine, música, golf, etc.) y a la labor de la Motion Picture Association of America (MPAA).

Estos apoyos se encuentran plasmados en la Ley Federal de Cinematografía donde en base a su artículo 14 el Estado se compromete a fomentar su desarrollo para cumplir su función de fortalecer la composición pluricultural de la nación mexicana, mediante los apoyos e incentivos que la Ley señale, por ejemplo, de acuerdo a los artículos 31 y 32 respectivamente cualquier empresa que promueva la producción, distribución, exhibición y/o comercialización de películas nacionales o cortometrajes realizados por estudiantes de cinematografía contarán con estímulos e incentivos fiscales que, así como los productores

que participen en festivales cinematográficos internacionales, con una o varias películas, y obtengan premios o reconocimientos, contarán también con estímulos, dentro del marco legal.

Sin lugar a dudas, el mayor apoyo con el que cuenta la industria cinematográfica en México la podemos encontrar en el ya mencionado Fondo de Inversión y Estímulos al Cine (FIDECINE), cuyo objeto es el fomento y promoción permanentes de la industria cinematográfica nacional, que permita brindar un sistema de apoyos financieros, dé garantía e inversiones en beneficio de los productores, distribuidores, comercializadores y exhibidores de películas nacionales.

FIDECINE puede contemplar a todos los sectores de la cadena productiva y comercial (producción, distribución y exhibición), este fondo es público y sus integrantes pertenecen a todos los sectores que integran la cadena productiva cinematográfica (técnicos, cooperativos de cine y medios audiovisuales, productores, distribuidores, exhibidores, Academia de Artes y Ciencias Cinematográficas, IMCINE y Secretaría de Hacienda).

Cabe mencionar que además México ofrece condiciones preferentes en esta industria, como la exclusión de aranceles para importación de equipo temporal, así como de programas financieros como el Estímulo Fiscal a Proyectos de Inversión en la Producción Cinematográfica Nacional (FIDECINE) que tiene como fin aplicar una deducción del 100% en relación con los gastos e inversiones de dichos proyectos sin exceder del 3% el total del Impuesto Sobre la Renta a su cargo, en la declaración del ejercicio correspondiente.

Dicho Fondo se integra con la aportación del Gobierno Federal, así como de recursos que anualmente señale el Presupuesto de Egresos de la Federación, aportaciones que efectúen los sectores público, privado y social, las donaciones de personas físicas o morales, mismas que serán deducibles de impuestos, en términos de Ley, los productos y rendimientos que generen las inversiones que realice el fiduciario del Patrimonio Fideicomitido, el producto de los derechos que se generen por cinematografía. Los recursos se destinarán preferentemente al otorgamiento de capital de riesgo, capital de trabajo, crédito o estímulos económicos a las actividades de realización, producción, distribución, comercialización y exhibición de cine nacional, bajo los criterios que establezca el Reglamento.

Otras instituciones que han apoyado de manera conjunta el fomento del cine son IMCINE que depende del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA) y coordina los trabajos de servicios a la producción que brindan los Estudios Churubusco y el Centro de Capacitación Cinematográfica (CCC).

Por parte del IMCINE, participa en el Programa Ibermedia, el cual asigna recursos económicos provenientes de sus 14 países miembros en sus diferentes categorías, entre las que destacan la coproducción, promoción y distribución de películas.

La mayor producción reciente está siendo impulsada por compañías de reciente formación y que responden sobre todo al esfuerzo de jóvenes realizadores así como del apoyo estatal, apoyando entre 2001 y el 2004 al 54% de las 102 películas de largometrajes.

ALGUNOS LARGOMETRAJES MEXICANOS QUE HAN RECIBIDO APOYO	
TÍTULO	COMPAÑÍA
NICOTINA	Altavista Films
Un día sin mexicanos	Altavista Films
Km 31	Lazo Films
Así..del precipicio	Agárrate del Barandal
El agente 00-P2	Anima Estudios
Brijes	Santo Domingo Animation
Rudo y Corsi	Cha Cha Cha

Fuente: IMCINE.

México es el mayor mercado de cine de América Latina y el líder en cantidad de salas en toda la región, crecimiento que ha estado marcado por las inversiones realizadas en el sector de la exhibición, que se intensificaron sobre todo a partir de 1993, con la inauguración multiplex, perteneciente al grupo estadounidense Cinemark.

5. DISPONIBILIDAD DE INSTRUMENTOS FINANCIEROS LOCALES PARA LA ADQUISICIÓN DE SERVICIOS DESDE EL EXTERIOR

El Gobierno Mexicano a través de sus instituciones de fomento a la cultura (IMCINE, INAH, Museo de Bellas Artes y demás institutos regionales de carácter público, privado o mixto) proveen de recursos para la promoción, difusión y fomento cultural. Sin embargo, no existen instrumentos o programas de apoyo financiero para la compra de servicios editoriales del extranjero.

6. POLÍTICAS RESPECTO DE LAS COMPRAS PÚBLICAS EN SERVICIOS

El 27 de octubre de 2008, fue publicado en el Diario Oficial de la Federación, Órgano del Gobierno Constitucional de México, el Decreto Promulgatorio del Protocolo por el que se adicionó el capítulo de compras del Sector Público al tratado de Libre Comercio entre México y la República de Chile, el cual entró en vigor en 2009, en el que quedó establecido que las entidades públicas adjudicarán sus compras mediante procedimientos de licitación abierta de manera no discriminatoria y como se señala a continuación:

- a) No proporcionan a proveedor alguno, información sobre una compra determinada de forma tal que tenga por efecto impedir la competencia.
- b) Proporcionen a todos los proveedores igual acceso a la información respecto a una compra durante el periodo previo a la expedición de cualquier aviso de compra o documentos de licitación.

En el decreto emitido queda estipulado además que las entidades deberán limitar las condiciones para la participación en una compra a aquellas que sean esenciales para garantizar que el eventual proveedor tenga la capacidad legal, técnica y financiera para cumplir con los requisitos y las especificaciones técnicas de la compra y basar sus decisiones sobre la calificación únicamente en las condiciones para participar que ha especificado con anticipación en los avisos de compra o en la documentación de licitación.

Junto a otros puntos el decreto establece los procedimientos de licitación selectiva en los que señala que las entidades podrán limitar el número de proveedores calificados a los que invitarán a presentar ofertas, de manera coherente con el funcionamiento eficiente de la compra, siempre que seleccionen al número

máximo de proveedores nacionales y de proveedores de la otra Parte y que lleven a cabo la selección de manera justa y no discriminatoria y en función de los criterios indicados en el aviso de compra o en los documentos de licitación.

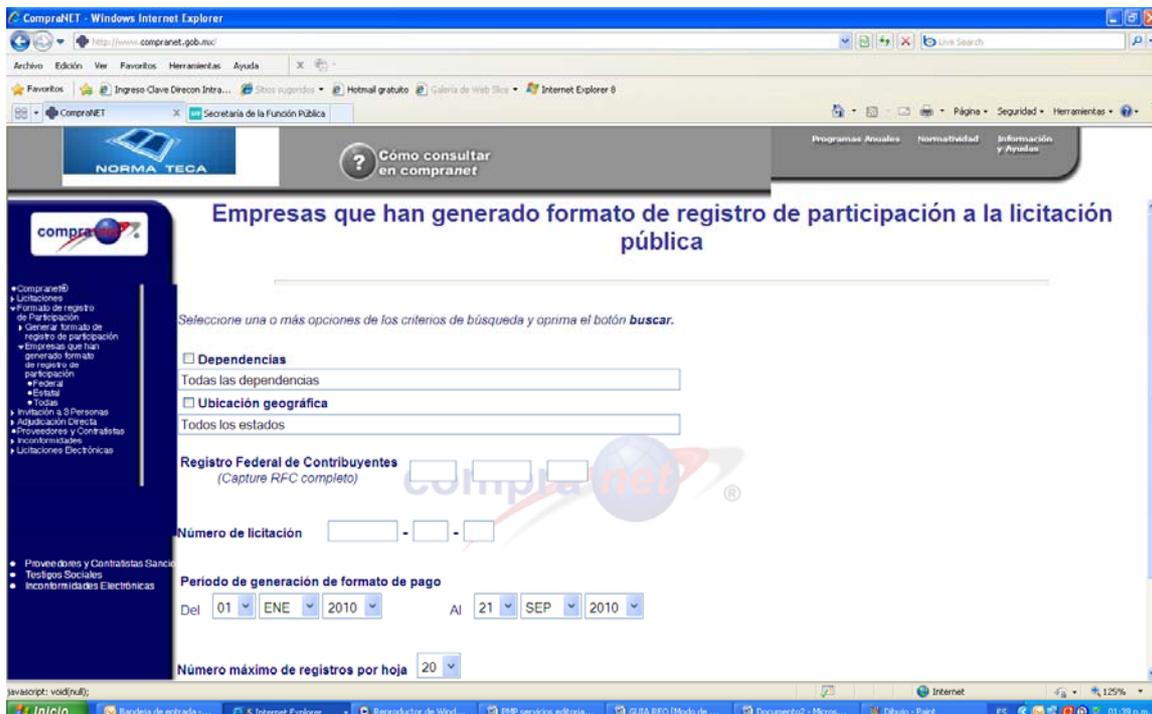
Las entidades que mantengan listas permanentes de proveedores calificados podrán seleccionar a proveedores incluidos en dichas listas, a los que se invitará a presentar ofertas. Cualquier selección deberá ofrecer oportunidades equitativas a los proveedores incluidos en las listas.

Uso de comunicaciones electrónicas en las compras del sector público

1. Las Partes procurarán proveer información sobre oportunidades futuras de compras del sector público a través de Internet o una red informática de telecomunicaciones similar.
2. Con el propósito de facilitar las oportunidades comerciales bajo este capítulo para los proveedores, cada parte mantendrá un portal electrónico único, de acceso a información respecto de las oportunidades de contratación pública en su territorio y en el cual estará disponible información respecto a las medidas relacionadas con las compras del sector público.
3. Las Partes alentarán, en la medida de lo posible, el uso de medios electrónicos para la distribución de los documentos de licitación o la recepción de las ofertas.
4. Las Partes se comprometerán a garantizar que las políticas y procedimientos para el uso de medios electrónicos en las compras del sector público sean adoptadas de tal forma que:
 - a) protejan la documentación de alteraciones no autorizadas
 - b) provean niveles apropiados de seguridad para los datos contenidos en la red de la entidad contratante.
5. Cada Parte alentará a sus entidades a publicar, lo antes posible en el año fiscal, información respecto a los planes de compras de las entidades en el portal electrónico mencionado en el punto dos.

Actualmente las convocatorias para compras públicas son realizadas de forma tradicional y electrónica, en las tradicionales es necesaria la presencia de representante de la empresa en lugar, fecha y hora que se lleva a cabo la convocatoria en el interior de la republica mexicana, pudiendo ser en sus tres niveles de Gobierno que son Federal, Estatal y Municipal.

A diferencia de la manera tradicional, en la participación como proveedor electrónico las empresas necesitan realizar ciertos requisitos para el registro en internet y seguimiento de las convocatorias en la red, sin necesidad de participar de las licitaciones en manera presencial, hasta ciertos pasos finales de la misma, las convocatorias electrónicas se realizan en el portal www.compranet.gob.mx.



Para la participación como proveedores de empresas tanto mexicanas como extranjeras, es requisito que éstas se registren como proveedores y sean reconocidas por el gobierno mexicano, a través de la Secretaría de la Función Pública, dependencia a cargo de regular los trámites y servicios de las compras del Gobierno.

Para el ingreso de empresas en Compranet, es necesario que las empresas cuenten con Registro Federal de Contribuyentes (RFC), para el caso de empresas extranjeras que no cuenten con el mismo, es obligatorio el contacto con el Departamento de Proveedores en Compranet, en la Unidad del Gobierno Digital de la Secretaría de la Función Pública, quien estará a cargo de proporcionar RFC para la participación de convocatorias en Compranet, los datos de contacto del Departamento de proveedores es el siguiente:

Tel (52-55) 2000 4445

Av. Insurgentes Sur No. 1735, 4° piso, ala sur, Col. Guadalupe Inn.

Delegación Álvaro Obregón, México DF. CP 01020

Para la inscripción de empresas extranjeras en el portal web Compranet, es importante que las personas de nacionalidad extranjera, deban exhibir documentación que acredite la legal existencia y personalidad jurídica en su país de origen (equivalente el acta constitutiva y Registro Federal de Contribuyente en México), proporcionar los siguientes documentos o equivalentes debidamente apostillada y certificada por el consulado mexicano en el país según corresponda:

Persona Física	Persona Moral (a través de su representante o apoderado legal)
<ul style="list-style-type: none"> • Acta de Nacimiento • Identificación oficial de la persona (alguna en la que se plasme fotografía ejem; credencial de elector o pasaporte). • Cédula del Registro Federal de Contribuyentes (RFC) • CURP <p>En caso de que el trámite lo realice a través de algún apoderado, adicionalmente:</p> <p>⇒ Documento con el que se acredite el otorgamiento de dicha representación</p> <p>⇒ Identificación oficial del representante (alguna en la que se plasme fotografía ejem. credencial de elector o pasaporte).</p> <p>⇒ Cédula del Registro Federal de Contribuyentes del apoderado.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Testimonios de las escrituras públicas con las que se acredite su existencia legal, incluidas sus reformas, así como las facultades de su apoderado • Identificación oficial del representante o apoderado (alguna en la que se plasme su fotografía, ejem. credencial de elector o pasaporte) • CURP del apoderado • Cédula del Registro Federal de Contribuyentes (RFC) de la persona moral y del representante legal o apoderado si cuenta con dicho documento; en caso de que éste manifieste no contar con dicha cédula, bastará con solicitar la clave de su inscripción.

Para obtener el certificado los interesados deberán:

Ingresar a la página www.compranet.gob.mx en el menú Información y Ayudas, en la opción Licitantes encontrará el archivo “Procedimiento para la certificación de proveedores y contratistas que deseen participar a través de medios remotos de comunicación electrónica”, donde se establece el procedimiento a seguir para obtener el certificado electrónico que le permitirá participar en las licitaciones que convoquen las dependencias y entidades del Gobierno Federal.

Para mayor información, comunicarse con Habacuc Gutiérrez Castro o Yazmín Náder Luna, a los teléfonos (55) 20 00 44 49 ó 47 y en los correos electrónicos certificacion@funcionpublica.gob.mx y ynader@funcionpublica.gob.mx

Para mayor información consulte:

Secretaría de economía, Tratado de Libre Comercio con Chile:

(www.economia.gob.mx/swb/work/models/economia/Resource/410/1/images/DOF_27102008.pdf)

www.compranet.gob.mx

Secretaría de la Función Pública (www.funcionpublica.gob.mx)

7. INFRAESTRUCTURA Y TELECOMUNICACIONES DISPONIBLES

Como en diversos países del mundo, la industria de las telecomunicaciones en México es uno de los sectores productivos más dinámicos de la economía, donde las diversas reformas al sector han conseguido extender la conectividad y aumentar la eficiencia del sector. Sin embargo, esto no ha sido suficiente pues continúan existiendo significativas brechas de mercado y de acceso en el sector. La brecha de mercado se refiere a la diferencia entre el nivel de penetración que puede ser alcanzado en condiciones de mercado no óptimas y el nivel que puede ser alcanzado en condiciones óptimas y la brecha de acceso se refiere al grupo de personas y lugares que se mantienen más allá de los límites del mercado debido a sus niveles de ingreso y aislamiento geográfico, principalmente.

Las soluciones para el primero son promover la competencia, diseñar políticas orientadas al mercado y, en general, regulaciones que nivelen el terreno de juego para los operadores nuevos, y para el segundo se conciben a través de subsidios.

Para septiembre de 2009 México ya contaba con 9,3 millones de suscripciones de banda ancha, con un equivalente a 8,5% de penetración en el territorio mexicano, resultado muy favorable comparando a septiembre de 2008 con 5,5%. Empero, estos resultados todavía se encuentran muy lejos de los alcanzados por los principales socios comerciales de México, por ejemplo Estados Unidos con 27,2%, Canadá con 28,8% y España con 20%.

De acuerdo con los datos oficiales más recientes de la Encuesta Nacional de Ingreso Gasto de los Hogares 2008, los hogares destinan en promedio 4,84% de su gasto total al rubro de las comunicaciones, mientras que en el 2002 erogaban 3,3%. Un ejemplo lo podemos observar en el acceso al Internet donde los 3,7 millones de hogares de acuerdo a INEGI en el 2008 gastaron alrededor de USD\$20 mensuales, donde el 20% más pobre del país gastó en este medio un promedio de USD\$30 lo que representa 10,9% de su ingreso mensual; para las familias de ingreso medio este gasto fue de USD\$19, equivalente a 4,4% de su gasto (Centro de Investigación y Docencia Económicas).

El costo promedio del servicio de banda ancha para negocios y comercio en México es de USD\$7 mensuales por megabyte, las principales compañías que ofrecen el servicio son las telefónicas TELMEX, TELCEL, E.GO,

IUSACELL y MOVISTAR, y las compañías de televisión por cable Megared, Telecable y Cablevision, los servicios ofrecidos en banda ancha son de dos, cinco, diez y veinte megabites.

Para el 2009, la Secretaria de Comunicaciones y Transportes reportó 17 empresas operando en el rubro de la telefonía móvil, las cuales otorgaban el servicio a 83.527.900 usuarios, lo que representó una densidad de 71,3 usuarios de telefonía móvil por cada 100 habitantes.

TELMEX por su parte es una compañía líder de telecomunicaciones en América con operaciones en Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, Estados Unidos, México, Perú y Uruguay, compuesto de más de 145 mil kilómetros de red de fibra óptica instalada en Latinoamérica, tecnología digital y redes multiservicios, red que fue diseñada para lograr una conexión uniforme de las redes domésticas donde tiene presencia para de esta forma lograr que la red internacional junto con la redes locales operen como una sola, lo que permite unificar los servicios y la calidad de atención.

Es importante saber que la única red de fibra óptica existente de alcance nacional que puede brindar un nuevo empuje al sector de telecomunicaciones en México es la red de la Comisión Federal de Electricidad (CFE), la cual fue construida en la infraestructura de transmisión (torres y derechos de vía) de la red eléctrica nacional, sin embargo a pesar de que cubre aproximadamente 50% de la población y ser una red moderna se encuentra en su mayoría ociosa (CENTRO DE INVESTIGACIÓN Y DOCENCIA ECONÓMICAS).

EXTENSIÓN Y CAPACIDAD DE LA RED DE FIBRA ÓPTICA DE LA CFE	
6	1,263
12	6,051
18	488
24	248
36	13,361
TOTAL	21,411

Fuente: Centro de Investigación y Docencia Económicas (CENTRO DE INVESTIGACIÓN Y DOCENCIA ECONÓMICAS).

En base a datos de la SCT la fibra óptica que posee la CFE es de 21, 411 kilómetros con tramos de 6, 12, 18, 24 y 36, y desde hace años ha venido estableciendo especificaciones más severas para los cables de fibra, los cuales deben tener como mínimo 36 fibras ópticas y una gran resistencia para evitar peligros que pueda resultar de tensiones eléctricas; así como contar con una prueba contra corrosión salina.

Durante los primeros años de la actual administración se dio a conocer a través del Plan Nacional de Desarrollo 2007 – 2012 el reto de incrementar la cobertura de los servicios y promover el uso óptimo de la infraestructura, especialmente en zonas urbanas y rurales de escasos recursos o actualmente no cubiertas, tomando como sustento la infraestructura eléctrica para la prestación de servicios de telecomunicaciones. El cual en octubre de 2009 se sometió a una consulta para la celebración de contratos de uso y aprovechamiento sobre fibra óptica de la CFE. Con esto el objetivo que pretende el Gobierno Federal son los siguientes:

- Aumentar la competencia, y a que en varias rutas geográficas o lógicas, se conseguirá duplicidad de infraestructura. En muchos casos, en especial en rutas de menos tráfico, se eliminará la situación de proveedor único que existe hoy.

- El aumento en competencia deberá verse reflejado, aunque sea marginalmente, en una presión a la baja en los precios hoy practicados en los servicios intermedios que se presentarán a través de la fibra que está siendo licitada. Esto deberá traducirse en mejores ofertas, tanto de voz como de banda ancha, a los usuarios finales.
- Se incrementará la capacidad instalada disponible para su utilización, lo que permitirá disminuir los cuellos de botella existentes en la capacidad en uso el día de hoy. En México las ofertas de banda ancha con velocidad efectiva están muy por debajo de las existentes en otros países, especialmente los de la OCDE, lo que implica la existencia de una alta demanda no satisfecha de capacidad de transmisión.
- Se aumentará la cobertura de la “red de redes nacional”, no sólo por duplicidad sino porque además se está planteando una extensión de la red actual. (CENTRO DE INVESTIGACIÓN Y DOCENCIA ECONÓMICAS).

8. PARTICIPACIÓN DEL SECTOR PRIVADO EN LAS PRINCIPALES INDUSTRIAS DE SERVICIOS

La industria del cine es un servicio que se encuentra abierto a la participación del sector privado en México, donde cabe señalar que las compañías cinematográficas públicas son las de mayor presencia numérica pero son las privadas las que registran mayores ganancias.

Por otra parte la participación del Estado en esta industria juega un papel importante pues constituye una importante fuente de financiamiento al cine mexicano, participación que se ha incrementado sobre todo después de la década de los ochenta cuando el cine mexicano presentó su peor crisis, pues con la inclusión del artículo 226 de la Ley del Impuesto Sobre la Renta; permitieron incorporar a partir del 2006 recursos a la producción cinematográfica, con un límite de 500 millones de pesos anuales (USD\$45 millones). Otro punto importante de la participación del Gobierno mexicano se basa en ser un agente regulador del servicio, creando leyes e instituciones que regulan los derechos de autor, producción, distribución y comercialización (Imcine).



OBSTÁCULOS A ENFRENTAR POR LOS EXPORTADORES DE SERVICIOS

Obstáculos	Si	No	Observaciones
Presencia de monopolios	X		Aunque existen monopolios nacionales; los de mayor presencia en el mercado son los extranjeros, y lo conforman compañías estadounidenses
Acceso a trabajos gubernamentales	X		El gobierno mantiene un fuerte apoyo al cine nacional, a través de diversas instituciones y programas
Fijación de tarifas para los servicios		X	Los precios por la exhibición pública serán fijados libremente
Regulaciones restrictivas sobre protección al consumidor, seguridad y salud.	X		Procuraduría Federal del Consumidor (Profeco)
Restricciones cuantitativas a la provisión de servicios	X		Los exhibidores reservarán el diez por ciento del tiempo total de exhibición, para la proyección de películas nacionales en sus respectivas salas cinematográficas, salvo lo dispuesto en los tratados internacionales en los cuales México no haya hecho reservas de tiempo de pantalla, además las películas nacionales se estrenarán en las salas por un período no inferior a una semana, dentro de los seis meses siguientes a la fecha en que sea inscrita en el Registro Público correspondiente, siempre que este disponible en los términos que establezca la Ley Federal de Cinematografía

Restricciones al movimiento de profesionales, técnicos y administrativos		X	
Prohibición a los extranjeros de publicitarse		X	
Restricciones sobre el tipo de entidad legal	X		Ley de Registro Federal de Contribuyentes
Requisitos de presencia comercial		X	
Limitaciones sobre el tipo de servicios permitidos a extranjeros	X		Ley Federal de Cinematografía, sólo en el caso del doblaje de las cintas cinematográficas que se realizará con personal y actores mexicanos o extranjeros residentes en el país, salvo las disposiciones contenidas en convenios internacionales o tratados internacionales
Restricciones a la participación de capital		X	
Requisitos de autorización por autoridades locales	X		Ley Federal de Cinematografía
Prueba de necesidad económica		X	
Prohibición de establecimiento permanente		X	
Políticas de convalidación de títulos	X		Ley Federal de Derechos de Autor
Requisitos de reconocimiento de títulos profesionales	X		Legalización de Título ante Consulados y Secretaría de Relaciones Exteriores.
Requisitos de licencia	X		Permisos Federales, Municipales y de instituciones gubernamentales mencionados en la Ley Federal de Cinematografía
Requisitos de experiencia previa		X	
Requisitos de supervisión por parte de profesionales locales	X		El gobierno estará al pendiente que dicha actividad cumpla con requisitos legales tales como derechos de autor, de artistas, interpretes, etc., por medio de la Secretaría de gobernación través de la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía
Requisitos de residencia o nacionalidad	X		Secretaría de Gobernación otorga los permisos de residencia y nacionalización.
No cobertura de los seguros públicos de salud	X		
Requisitos de inscripción en asociaciones domésticas		X	
Restricciones cambiarias	X		Política Monetaria de intercambio de dólares., Banco de México

Impedimentos para transferir tecnología e informaciones		X	Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial
Requisitos de transferencia tecnológica		X	Ley Federal de Cinematografía, se facilitará la importación temporal o definitiva de bienes y servicios necesarios para la producción de películas mexicanas o extranjeras en territorio nacional
Política de compra nacional		X	
Compartimentalización del ámbito de actividades		X	
Aprobación por parte de asociación profesional doméstica		X	
Obligación o prohibición de asociarse con profesionales locales		X	No es una obligación, pero si existe la posibilidad de asociación con profesionales locales (co – producción)
Restricciones al uso de nombres o marcas extranjeras	X		Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial y Ley Federal de Derechos de Autor
Requisitos de nacionalidad		X	
Exigencia de residencia previa, incluida residencia permanente	X		Cuando se decida invertir o establecerse en México
Pruebas de aptitud		X	
Períodos de espera y práctica obligatorias para extranjeros		X	
Restricciones al número de extranjeros en el directorio	X		Autorización de la Secretaría de Gobernación para las actividades de extranjeros en las labores en una empresa mexicana.
Requisitos de ingreso	X		Ley Federal de Cinematografía
Requisitos de desempeño: contenido local, exigencias de capacitación		X	
Requisitos de licencias, estándares y calificaciones	X		Cumplir la Ley Federal de Cinematografía pues a través de la Cineteca Nacional se otorgarán las autorizaciones y clasificaciones de películas de acuerdo al público: “AA” películas para todo público y compatibles para niños menores de siete años de edad. “A” para todo público, “B” para adolescentes de doce años en adelante, “C” para adultos de dieciocho años en adelante y “D” para adultos, con sexo explícito,

			lenguaje procaz, o alto grado de violencia. Por tal motivo los productores o distribuidores nacionales y extranjeros de obras cinematográficas deberán aportar para el acervo de la Cineteca Nacional, una copia nueva de las películas que se requieran, en cualquier formato o modalidad conocido o por conocer
Exigencia de obtener un domicilio legal	X		Para la iniciación de actividades comerciales, industriales y de servicios
Requisitos de graduación local			
Requisitos de idioma	X		Ley Federal Cinematográfica, con el fin de conservar la identidad lingüística, el doblaje de películas extranjeras se realizará en la República Mexicana, donde el título en español de películas cinematográficas extranjeras, o en su caso la traducción correspondiente, no deberá duplicar al de otra película que haya sido comercializada con anterioridad
Adopción de estándares éticos		X	
Requisitos de autorización	X		Para producción, exhibición, comercialización y distribución por parte del Gobierno Federal, Cineteca Nacional, Secretaría de Educación Pública, Consejo Nacional para las Culturas y las Artes, Instituto Mexicano de Cinematografía, Instituto Nacional de Derecho de Autor y la Secretaría de Gobernación a través de la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía.
Restricciones al envío de remesas al exterior	X		Tasa de transferencia bancaria. Monto mínimo en capital.
Restricciones a la publicidad sobre servicios ofrecidos por extranjeros	X		Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial y Ley Federal de Cinematografía

Prueba de necesidad económica		X	
Subsidios a firmas locales	X		El Gobierno Federal destina un importante apoyo financiero a la producción nacional. Ejemplo, a través de FIDECINE, además las entidades federativas y municipales podrán coadyuvar en el desarrollo y promoción de la industria, por sí o mediante convenios con la Autoridad Federal competente
Doble tributación		X	
Impuestos discriminatorios		X	
Exigencias de reciprocidad		X	
Acuerdos de reconocimiento mutuo de títulos y certificados	X		Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial
Acuerdos de reciprocidad que permiten ejercer a profesionales extranjeros	X		En el caso de haberse realizado en el marco de los acuerdos internacionales o los convenios de coproducción suscritos por el Gobierno Federal con otros países u organismos internacionales

IV. DESCRIPCIÓN SECTORIAL DEL MERCADO

IMPORTADOR

1. COMPORTAMIENTO GENERAL DEL MERCADO

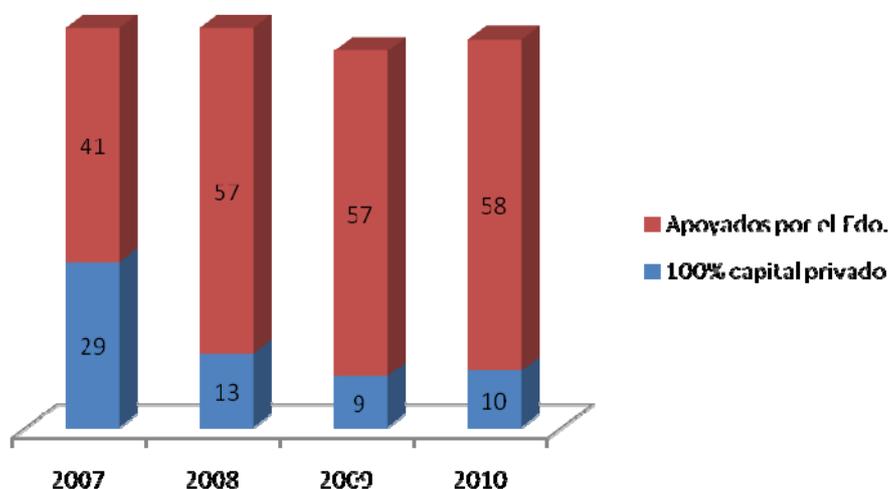
Hace más de una década, el cine mexicano atravesó por uno de los momentos más difíciles de su historia, al grado de estar a punto de desaparecer, siendo 1997 un año crítico, ya que sólo se produjeron 9 películas, la cifra más baja registrada desde 1932, situación de la cual logró recuperarse gracias al apoyo del Estado a través de estímulos y programas.

Actualmente en México las industrias creativas se conforman por las industrias de televisión, videojuegos, animación multimedia y cinematográfica, rubro donde esta última ubica a nuestro país como el mercado más grande de cine dentro de los países Latinoamericanos logrando en 2008 una entrada de 183 millones de acuerdo a datos de ProMéxico.

El Gobierno Federal destinó más de 700 millones de pesos (USD\$63 millones) a la producción de películas mexicanas durante 2010 a través de sus diversos mecanismos de apoyo. Con lo cual se logró mantener el impulso del estado en la producción cinematográfica en el nivel más alto registrado en los más de 25 años de la historia del IMCINE, apoyando el 85% del total de la producción nacional, cifra superior a la del 2009 donde se logró dar el apoyo al 78% de la películas producidas, eso aún y cuando el 2009 había llegado a registrar la cifra más alta en las últimas décadas en cuanto a películas estrenadas (IMCINE).

La creciente presencia de la industria creativa mexicana se ha visto favorecida sobre todo por su participación en festivales internacionales de cine alrededor del mundo tanto locales como extranjeros, logrando en 2009 una participación de 250 festivales cinematográficos internacionales, tendencia que ha sido vista de buena forma tanto por la opinión pública como por representantes del estado.

Producción de Películas Mexicanas



Fuente: IMCINE.

La producción cinematográfica de películas mexicanas se ha ido fortaleciendo por el creciente apoyo que ha recibido la industria del cine mexicano tanto en su promoción como producción al 2010, se produjeron 68 películas, tendencia no refleja un crecimiento pero que sí se ha sostenido, logrando con ello posicionar a México como un país atractivo para el mercado de cine.

De acuerdo a CANACINE (Cámara Nacional de la Industria Cinematográfica y del Videograma) en el 2008 México ocupó a nivel mundial el quinto lugar con el mayor número de asistencias al cine con 182 millones de boletos, ubicándose solamente por debajo de India, Estados Unidos, China y Francia, dato que lo coloca como un importante mercado para Estados Unidos y una fuerte competencia para cualquier industria cinematográfica perteneciente a otro país e incluso para México, debido a que el mayor número de películas extranjeras proyectadas en el territorio mexicano provienen de Estados Unidos y por ende representa el de mayor ganancia, pues tan solo del 2000 al 2008 tuvo un crecimiento porcentual de ingresos en taquilla de 70% y obteniendo en el 2008 una participación de más del 90% de los ingresos totales en taquilla en el cine en México, misma fecha en el que éste último tuvo una participación del 7% y el mayor de los ingresos en todo el periodo analizado.

El cine es un medio audiovisual de comunicación con una amplia capacidad de penetración en la sociedad, es un vehículo de expresión artística y cultural, es un medio de fortalecimiento, difusión y afirmación de la identidad de una nación y es también, una industria cultural de alto potencial económico y mediático. Por tanto, sigue y seguirá siendo una actividad estratégica para el Estado.

Debido a esta postura del gobierno federal, el cine mexicano logró del 2004 al 2009 un crecimiento de 200% en el número de películas proyectadas, dato que es favorable para la industria mexicana en general, pero a pesar de los avances y aún con una caída de -12% entre 2008 y 2009, las películas estadounidenses son las que dominan en territorio mexicano, pues del total de películas que se estrenaron en México de 2004 a 2009 Estados Unidos llegó a representar más del 70%.

En base a datos de Imcine existen otros países que tienen presencia dentro del mercado cinematográfico en México; pero debido a su bajo nivel de participación en dicha industria los ha catalogado en coproducciones

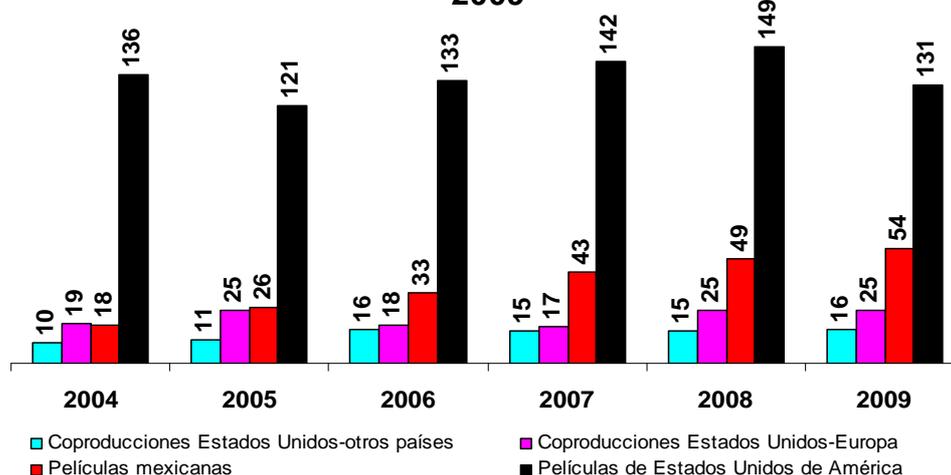
con los Estados Unidos, donde son estas las que después del cine estadounidense y el cine mexicano adquieren una significativa participación en el número de películas que se logran estrenar por año.

Las coproducciones de Estados Unidos-Europa ocupan el tercer puesto en el número de películas que se presentan por año en el territorio mexicano, su importancia es tal que entre 2004 y 2005 lograron estrenar casi el mismo número de películas que México; sin embargo dicha tendencia cambio significativamente en el 2006 cuando la industria mexicana estrenó 15 películas más que las coproducciones Estados Unidos-Europa. Aunque entre los años 2008 – 2009 estas coproducciones no lograron registrar un crecimiento tampoco registraron una tendencia negativa debido a que el número de películas estrenadas fueron las mismas en ambos años; pero si se compara el periodo 2004 – 2009 es posible observar la importancia que dicha industria tiene dentro del mercado mexicano debido a que los estrenos tuvieron un crecimiento de 31.6%.

Cabe mencionar que el crecimiento que se obtuvo del 2004 al 2009 se debió al alza de películas estrenadas en el 2008, pues con un crecimiento de 47% respecto al año 2007 las coproducciones de Europa y Estados Unidos lograron además compensar la fuerte caída de 28% en el número de películas que estrenaron en México entre el 2005 al 2006 donde se pasó de 25 a 18 estrenos respectivamente (Imcine).

Por último, Imcine establece la categoría coproducciones Estados Unidos-otros países que ocupa de acuerdo a su clasificación el último lugar en número de películas estrenadas por país de origen; participación que a la vez ha enfrentado momentos de estancamiento en dos periodos: uno en el año 2007 durante el cual se registró un decremento de 6.25% respecto al 2006 y el otro durante los años 2007 – 2008 fecha en la que el número de estrenos en México no registro un decremento pero tampoco logró registrar un incremento. A pesar de ello las películas que se han estrenado en dicho territorio (México) provenientes de coproducciones Estados Unidos-otros países se han esforzado en mantener presencia en el nicho, logrando mantener un crecimiento a lo largo del periodo analizado de 60% (2004 – 2009) y uno de 6.7% entre 2008 – 2009; años que constituyen los datos más recientes con los que cuenta el Instituto Mexicano de Cinematografía (Imcine).

Estreno de películas por país de origen 2004 - 2009



Fuente:IMCINE

2. PROPORCIÓN DE SERVICIOS IMPORTADOS

La industria recreativa del cine ha tenido un crecimiento constante en los últimos años al grado de convertir a México en el mercado Latinoamericano más importante y uno de los primeros a nivel mundial. De manera similar se ha mostrado una tendencia positiva en el número de salas en el territorio mexicano, llegando en el 2009 a registrar en base a datos de CANACINE 4,480 pantallas cinematográficas un incremento del más del doble al del año 2000 donde sólo se contaba con 2.117.

Este incremento ha beneficiado directamente sobre todo a los principales proveedores tanto nacionales como extranjeros, pero más aún a las compañías de Estados Unidos pues a pesar de que en México las empresas cinematográficas son en su mayoría públicas las cinco mayores compañías extranjeras en el país son las que representan las cintas cinematográficas con mayores rendimientos, es decir; las que recaudan mayores ingresos y audiencia, pues en el Top 10 de las películas más vistas en el 2008 en territorio mexicano estas están representadas por Fox, Universal, Disney, Warner Bros, Paramount y Sony (CANACINE).

De acuerdo con el Sistema Arancelario mexicano, no se tiene una clasificación que regule las importaciones de los servicios, sin embargo, las importaciones de películas cinematográficas pueden ser medidas de acuerdo por su tipo como "Producto Filmográfico o Cinematográfico"

Películas cinematográficas (filmes) Positivas en miles de dólares

País	2009	2010
Películas cinematográficas (filmes) positivas	6.588	7.744
Películas cinematográficas (filmes) negativos	318,7	337,2
Películas cinematográficas educativas	4,04	2,28

Filmes en formato positivo en miles de dólares

País	2009	2010
Estados Unidos	7.477	6.391
Argentina	186,5	199,07
Ecuador	12,7	19,8
Canadá	21,6	19,8

Filmes en formato negativo en miles de dólares

País	2009	2010
Estados Unidos	173,4	166
Argentina	37	32
Brasil	24,2	24,9
España	2,6	22,9

Filmes educativos en miles de dólares

País	2009	2010
Estados Unidos	1,9	2,9
Francia	0	1,0

Fuente: Secretaría de Economía, Sistema Arancelario Mexicano

3. PRINCIPALES PROVEEDORES EXTERNOS DEL SERVICIO

En México el mercado nacional se encuentra controlado en su totalidad por un pequeño grupo de grandes compañías distribuidoras, siendo las norteamericanas las de una mayor importancia y las cuales representan el 65% de los títulos, el 85% de la facturación y el 95% del tiempo de las salas cinematográficas. Sin embargo cabe mencionar que la fuerte presencia de proveedores estadounidenses no quita importancia a proveedores mexicanos como Filma producciones, Videocine, GUSSI, Estudios Churubusco y Ollin Studios, donde ésta última ha llegado a participar en importantes efectos audiovisuales como en la película The Curious Case of Benjamin Button (ProMéxico).

Principales distribuidoras en México:

Twentieth Century Fox Film de México, S. de R.L. de C.V.
 Universal Pictures International México, S. de R.L. de C.V.
 Buena Vista Columbia Tristar Films de México, S. de R.L. de C.V.
 Paramount Pictures México, S. de R.L.
 Warner Brothers Pictures de México, S. de R.L. de C.V.

PARTICIPACIÓN DE MERCADO DE INGRESOS DE TAQUILLA POR DISTRIBUIDORA % 2008	
DISTRIBUIDORA	PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO EN INGRESOS DE TAQUILLA
FOX	16,80%
WARNER BROS	15,20%
PARAMOUNT	15,00%
DISNEY	11,50%
UNIVERSAL	11,10%
OTRAS	7,70%
VIDEOCINE	7,70%
GUSSI	7,56%
SONNY	7,40%

Fuente: CANACINE.

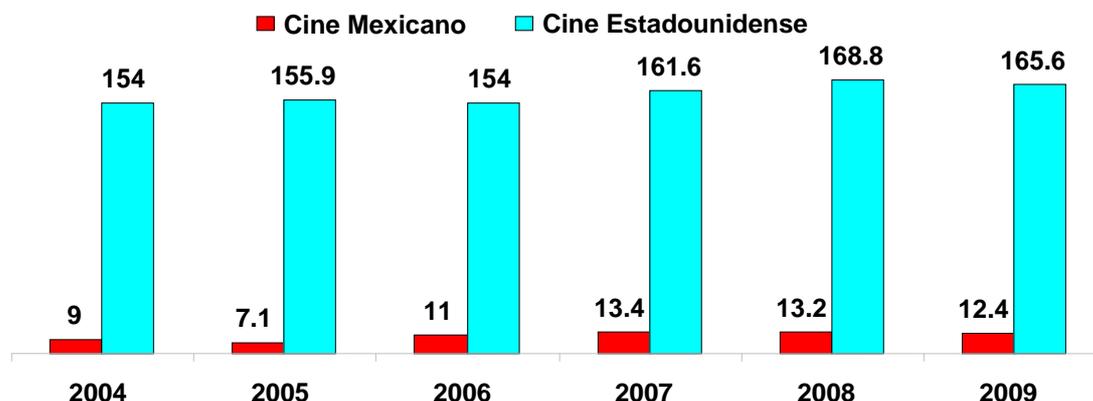
4. DINAMISMO DE LA DEMANDA

Como ya se venía mencionando a pesar de que la industria del cine juega un papel importante en el sector servicios en México, es un hecho lamentable que no exista una diversificación de éste, pues Estados Unidos es el proveedor cinematográfico por excelencia. Esto nos muestra que si bien la presencia del cine norteamericano es abrumadora; el territorio mexicano puede representar un nicho atractivo para otros países que pueden ofrecer películas con ideas, tendencias y perspectivas muy distintas a las que normalmente acostumbra Hollywood.

La importancia del cine en México es tal que ha llevado a la industria mexicana a tener como objetivo consolidarse como una importante alternativa al cine estadounidense, pues en dicho período se logró un crecimiento de 38% en el número de personas que asistieron al cine; cifra muy superior de lo registrado por Estados Unidos en el mismo intervalo de tiempo, el cual registró un cambio porcentual de 7,5 a pesar de

esto se sigue colocando por mucho como la mejor opción para la mayoría de los mexicanos, pues en estos seis años el 94% de la población mexicana que asistió a los cines lo hizo para ver películas estadounidenses.

Asistentes de cine en México 2004-2009 (millones de personas)



Fuente: IMCINE.

En México el cine actualmente muestra cifras que deberían preocuparlo, debido a la poca elección que tienen que enfrentar los demandantes de este servicio, pues en base a CANACINE, en el 2008 las diez películas que presentaron una mayor audiencia fueron cintas cinematográficas como Batman: el caballero de la noche, Madagascar 2, Hancock, etc. Todas ellas pertenecientes a las principales compañías estadounidenses que dominan el mercado tanto en ese país como en La República Mexicana.

Rudo y Cursi en el mismo año se llegó a catalogar en las salas de cine mexicanas como la película nacional más vista, seguida de Bajo la misma luna y Arráncame la vida, sin embargo la primera de ellas a pesar de su éxito taquillero no logró colocarse ni siquiera por arriba de la película de Warner Brothers Soy Leyenda que ocupó el último lugar del Top 10 de las películas con mayor asistencia en el 2008 y habría que sumar las asistencias de las últimas siete películas mas taquilleras mexicanas (dentro del Top 10) para apenas sobrepasar el nivel de audiencia de Madagascar 2.

Top 10 películas en México en 2008		
Título	Asistentes	Distribuidora
Batman: El Caballero de la noche	6.517.842	Warner
Madagascar 2	5.931.927	Paramount
Kung Fu Panda	6.075.910	Paramount
Iron Man, el hombre de hierro	5.447.370	Paramount
Crónicas de Narnia: Príncipe Caspian	5.137.887	Disney
10,000 A.C.	4.719.226	Warner
Wall-E	4.793.333	Disney
La Momia: La Tumba del Emperador	4.030.211	Universal

Hancock	3.787.797	Sony
Soy Leyenda	3.547.820	Warner

Fuente: CANACINE.

Las principales ciudades junto con sus más activas salas de cine en el territorio mexicano durante 2008 lograron concentrar la mayor parte de la asistencia a películas mexicanas y estadounidenses, lo que refleja un exceso de concentración en esas zonas, pues sólo la presencia de los primeros cuatro cines del Ranking es capaz de albergar el número de personas que vieron la película más taquillera de ese año (Batman) y a la vez los dos primeros sobrepasan a la audiencia de la película mexicana más taquillera.

Aún y cuando el mercado mexicano es uno de los más atractivos a nivel mundial podría mejorar aún más sobre todo por el grado de penetración que existe, debido a que la industria se ha llegado a concentrar en su totalidad en las principales ciudades del país y en zonas urbanas, por lo que en un futuro esta tendencia podría llegar a catapultar a México a una posición mejor de la que ya ocupa y por lo tanto esto lo ubica como un país que se encuentra en una etapa en la que es necesario comenzar a penetrar en este servicio, pues el país que lo haga puede llegar a verse beneficiado por una mayor diversificación de las zonas, así como colocarse como un fuerte proveedor e importante competidor para México pues constituye un nicho en el que la industria mexicana apenas ha comenzado a modernizarse después de su crisis.

Mejores 15 cines en el 2008				
Ranking	Cine	Ciudad	Circuito	No. de asistentes
1	Universidad	DF y Área Metropolitana	Cinépolis	2.120.407
2	Perisur	DF y Área Metropolitana	Cinépolis	2.086.485
3	Galerías	Guadalajara	Cinépolis	1.880.248
4	Galería Metepec	Toluca	Cinépolis	1.461.807
5	Plaza Río	Tijuana	Cinépolis	1.450.255
6	Cuernavaca	Cuernavaca	Cinépolis	1.410.026
7	Mundo E	DF y Área Metropolitana	Cinemex	1.396.348
8	Plaza Aragón	DF y Área Metropolitana	Cinépolis	1.337.566
9	Las Américas	Veracruz	Cinépolis	1.312.206
10	Villahermosa	Villahermosa	Cinépolis	1.274.389
11	Plaza Satélite	DF y Área Metropolitana	Cinépolis	1.272.603
12	Parque Delta	DF y Área Metropolitana	Cinemex	1.232.224
13	Nezahualcóyotl	DF y Área Metropolitana	Cinépolis	1.217.915
14	Las Américas	Villahermosa	Cinépolis	1.187.319
15	La Gran Plaza	Guadalajara	Cinépolis	1.184.153

Fuente: CANACINE¹.

La constante importancia que ha venido mostrando México la podemos notar en el incremento de 300 salas del 2004 al 2008 donde son los cines de 8 a 15 salas los de mayor relevancia, llegando a representar en el

¹ AM (Área Metropolitana)

2008 el 56% de los cines existentes en el territorio; así como al hecho de que la asistencia de personas al cine han ubicado al mercado mexicano como ya se mencionó en el cuarto lugar a nivel mundial por arriba de países como Corea del Sur, Reino Unido, Alemania y Rusia.

La Asistencia al Cine en México Llegó a 182 Millones en 2008	
Año	Numero de boletos vendidos (millones)
2004	165,7
2005	165,9
2006	168,4
2007	177,8
2008	182,4

Fuente: CANACINE.

V. INDICADORES DE DEMANDA PARA EL SERVICIO

- Vinculo entre agencias locales y extranjeras.
- Amplio espacio comunicacional en televisión, prensa y radio.
- Establecimiento en México de compañías internacionales.
- Creciente demanda cinematográfica en todo el territorio.
- Apoyo al cine nacional por parte del Gobierno Federal.
- México constituye el mayor espectador de cine en América Latina.

VI. OTRA INFORMACIÓN RELEVANTE SOBRE EL MERCADO DE DESTINO.

México es actualmente el mayor mercado de cine de América Latina y el líder en cantidad de salas en toda la región, su crecimiento estuvo marcado en los últimos años por las inversiones realizadas en el sector de la

exhibición, que se intensificaron con la inauguración del primer multiplex, perteneciente al grupo estadounidense Cinemark.

Las relaciones de intercambio con los otros países centroamericanos y caribeños son prácticamente nulas, o de una sola vía, limitándose a la comercialización de sus películas en la subregión, sin que ésta pueda acceder de manera significativa a las pantallas mexicanas.

Existen unas 60 cadenas de salas, entre las cuales, cuatro de ellas controlan la mayor parte del mercado nacional: Cinépolis (1.196 salas en 2004 con 70,4 millones de espectadores), Cinemex (413 salas con 29,2 millones de espectadores), Multimedios Cinemas (611 salas con 22,5 millones de espectadores y Cinemark (264 salas con 16,5 millones de espectadores).

Últimamente, las principales cadenas de cine han empezado a coproducir películas locales aunque las condiciones que ofrecen suelen resultar onerosas para el productor nacional. Ellas se reservan, una vez deducidos los impuestos, el 60% de los ingresos de taquilla durante la primer semana, incrementando luego ese porcentaje al 65%, con el consiguiente riesgo para la inversión de los demás socios (Cine Iberoamericano).

A pesar del gran mercado que constituye México, los proveedores extranjeros tienen que lidiar contra un factor que cada año genera pérdidas al sector: la piratería. Acción que en el 2007 de acuerdo a datos de la Procuraduría Federal del Consumidor (Profeco) el 74% de los mexicanos compran películas pirata, impulsado por el bajo costo que representa ver un estreno cinematográfico y la facilidad de adquirirlas en casi cualquier parte sin prohibición de las autoridades; lo que significa que 3 de cada 4 mexicanos compra películas pirata (El Universal).

El Acuerdo Nacional contra la Piratería suscrito el pasado 15 de junio de 2006 señala que por piratería debe entenderse toda aquella producción, reproducción, importación, comercialización, venta, almacenamiento, transportación, arrendamiento, distribución y puesta a disposición de bienes o productos en contravención a lo establecido en la Ley Federal del Derecho de Autor y en la Ley de la Propiedad Industrial. Actividad que por la cual se pierden miles de fuentes de trabajo, y además llegan a afectar a la salud (medicamentos piratas) o pueden ocasionar daños que hacen perder nuestro patrimonio (los discos piratas dañan los stereos), la actitud de adquirir productos piratas puede traernos múltiples problemas (Piratería. Procuraduría General de la República).

Ante esta situación recientemente el Gobierno de México ha lanzado diversas campañas de concientización pública, dentro de las cuales podemos encontrar el apoyo de instituciones como la Cámara Nacional de la Industria Cinematográfica y del Videograma (CANACINE), la Postura de la Coalición por el Acceso Legal a la Cultura sobre el Acuerdo Comercial Antifalsificación (Amprofon), entre otras para evitar que se graben películas de manera ilegal dentro de las salas cinematográficas. La estrategia consiste en mostrar un mensaje de advertencia en las salas de cine al momento de iniciar la proyección de una película, función que será monitoreada para evitar este tipo de grabaciones y en donde cualquier intento llevará pondrá a dicha persona a disposición de las autoridades correspondientes (Instituto Mexicano de Propiedad Intelectual).

El Acuerdo Nacional Contra la Piratería es otra estrategia del gobierno para hacer frente a esta práctica ilícita y cuyo fin es el combate a la ilegalidad en materia de derecho de autor, los derechos conexos, a propiedad industrial, la recuperación del mercado interno, fortalecer el desempeño, la participación y el crecimiento de empresas formales en el mercado. Iniciativa que surge de la gravedad de dicha práctica y su constante incremento; pues en base al Acuerdo ocho de cada diez películas que se compran en México

tienen su origen en mercados ilícitos, ocasionando pérdidas de \$340 millones de dólares para el sector. Cabe mencionar que dicha actividad también se encuentra prohibida por la Procuraduría General de la República (órgano del Poder Ejecutivo Federal en México que se encarga de investigar y perseguir los delitos del orden federal – PGR -) en base al Diario Oficial con fecha del martes 6 de marzo de 2007.

Por último, en base al Plan Nacional de Desarrollo 2001 – 2006 nació el Plan Usurpación con el fin de poner en marcha acciones contra la piratería por parte del gobierno federal y destinado a contar con el apoyo de los gobiernos municipales, logrando en dicho periodo 29.188 acciones concretas en contra de esta actividad ilícita, de las cuales 9.251 corresponden a inmuebles cateados y 19.937 a operativos; se han asegurado 400.336.648 piezas y se han detenido 2.603 personas. Dentro de los productos asegurados sobresalen tres: con 176, 202, 554 artículos publicitarios, con 73. 446. 447 de materia prima y con 49. 670. 972 audio cassettes y CDs (Acuerdo Nacional Contra la Piratería).

En base al cuadro la industria de los libros y del cine han sido los que del 1995 al 2000 han registrado una disminución, sin embargo aún así las pérdidas continúan siendo muy grandes ocasionando un grave problema para todos los implicados en dichas industrias. Lo que significa que en México aún falta mucho por lograr en la lucha contra la piratería; pues a pesar de que se cuenta con reglamentos e importantes programas de apoyo a la fecha no se ha logrado erradicar dicha práctica de la sociedad mexicana.

VII. CONTACTOS RELEVANTES

Cámara Nacional de la Industria Cinematográfica y del Videograma (CANACINE)

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

Instituto Mexicano de Cinematografía (IMCINE)

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

Cineteca Nacional de México

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

Consejo Nacional para las Culturas y las Artes (CONACULTA)

<http://www.conaculta.gob.mx/>

Instituto Mexicano de la Propiedad Intelectual

<http://www.impi.gob.mx/>

Acuerdo Nacional Contra la Piratería

<http://pirateria.pgr.gob.mx/Docs/Acuerdo%20Nacional%20VS.%20Piratería.pdf>

FESTIVALES:

FESTIVAL INTERNACIONAL DE CINE EN GUADALAJARA

Contacto: Ana Karina Molina, Encargada de Logística
Nebulosa 2916 Jardines del Bosque, C.P. 44520 Guadalajara, Jalisco, México.
Teléfono: (52)(33) 3121 7461, 3122 7827, 3121 6860 Fax: 3121 7426
E-mail: anakarina.molina@ficg.mx
Web: <http://ficg.org/sitio/>

FESTIVAL INTERNACIONAL DE CINE EN MONTERREY

Contacto:
Luis R. Garza, Director de Programación
Festival Internacional de Cine de Monterrey
Antiguo Palacio Federal PLANTA BAJA
Washington #648 Ote., Centro
Monterrey, Nuevo León
C.P. 64000, México
Teléfono: +52 (81) 83 42 43 92.
Correo electrónico: luis.garza@monterreyfilmfestival.com
Web: <http://6.monterreyfilmfestival.com/es/index.php>

FESTIVAL DE CINE LATINOAMERICANO DE MONTERREY

Dirección del Comité Organizador
Festival de Cine Latinoamericano
Av. Universidad Nte. 992
San Nicolás de los Garza, N.L.
CP 66450
México
Web: <http://festivaldecine.com.mx/2010/>

FESTIVAL INTERNACIONAL DE CINE EN MORELIA

Contacto
Oficinas en Morelia
Melchor Ocampo 35, Colonia Centro
C.P. 58000, Morelia, Michoacán
Tels.: (443) 317 7801/ 317 7802
Oficinas en la Ciudad de México
Edificio Balmori, Orizaba 101, int. 101
Colonia Roma Norte, C.P. 06700, México D.F.
Tels.: 52 (55) 5533 1241 / 5533 1242
Tel./fax: (55) 5511 5150 Ext. 212
FACEBOOK [moreliafilmfest](https://www.facebook.com/moreliafilmfest)
TWITTER [@ficm](https://twitter.com/ficm)
Web: <http://www.moreliafilmfest.com/index.php>

FESTIVAL INTERNACIONAL DE CINE DE GUANAJUATO

Contacto:

Fabrica La Aurora, Local 5-B, Col. Aurora
 San Miguel de Allende, Gto.
 México C.P. 37700
 Tel. +52 (415) 152 72 64
 Tel. & Fax. +52 (415) 152 88 99
 Web: <http://www.guanajuatofilmfestival.com/>

FESTIVAL INTERNACIONAL DE CINE DOCUMENTAL DE LA CIUDAD DE MÉXICO

Contacto

prensa@docsdf.com
 Teléfono 55 10 36 89
 Web: <http://www.docsdf.com/>

FESTIVAL INTERNACIONAL DE CINE UNIVERSITARIO KINOKI

Informes:

Universidad Iberoamericana
 Prol. Paseo de la Reforma 880, Edificio I primer piso
 Col. Lomas de Santa Fe
 C.P. 01219, Cuajimalpa de Morelos, Distrito Federal
 Tels. (55) 5950 4197, 5950 4000 ext. 7594
contacto@festivalkinoki.com; saladeprensa@uia.mx
[Enlace a página http://sic.conaculta.gob.mx/ficha.php?table=festival&table_id=806](http://sic.conaculta.gob.mx/ficha.php?table=festival&table_id=806)

FESTIVAL INTERNACIONAL DE CINE UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO (FICUNAM)

UNAM
 Av. Insurgentes Sur 3000
 Ciudad Universitaria
 CP 04510, Coyoacán, Distrito Federal
 Tels. (55) 5622 7003, 5622 7005
salatraste@unam.mx
[Enlace a página http://sic.conaculta.gob.mx/ficha.php?table=festival&table_id=888](http://sic.conaculta.gob.mx/ficha.php?table=festival&table_id=888)

MERCADO DE CINE IBEROAMERICANO EN GUADALAJARA

Dirección: Nebulosa 2916, Jardines del Bosque C.P. 44520, Guadalajara, Jal., México
 Teléfonos: +52 (33) 3121-7461, 3121-6860, 3122-7827 Fax: 3121 7426
 Correo electrónico: info@ficg.mx
 Web: <http://www.guadalajaracinemafest.com/espanol/categoria.php?id=22>

FESTIVAL INTERNACIONAL DE CINE DE PUEBLA

Contacto:

info@ficp.mx
 Selección Oficial y programación
 programacion@ficp.mx
 Coordinación con universidades y voluntarios
coordinacion.academica@ficp.mx
 Web: <http://www.ficp.mx/>

Oficinas Generales

4 Poniente No. 148 Altos Col. Centro
 Puebla, Pue. México CP 72000
 Tel.: 01 (222) 404.54.00 ext. 180

FESTIVAL INTERNACIONAL DE CINE ACAPULCO

Contacto:

FICA Oficina en la Ciudad de México
 Progreso no. 52,
 Col. Aragón, La villa
 C.P. 07000
 Tel: 57 50 07 89, 57 50 09 53
 Web: <http://www.ficaacapulco.com/portal/>

FESTIVAL INTERNACIONAL DE CINE INDEPENDIENTE Y VIDEO DE OAXACA

Contacto:

Oaxaca Filmfest
 Apartado Postal #156
 Oficina Correos Centro
 Oaxaca Mexico
 CP: 68001
 Tel. +52 1 951 154 3661
 Información general: contact@oaxacafilmfest.com
 En caso de dudas acerca de inscripción de películas: submissions@oaxacafilmfest.com
 Distribuidor cinematografico: distributors@oaxacafilmfest.com
 Si estas interesado en participar como sponsor o festival asociado, etc: partners@oaxacafilmfest.com
 Web: <http://www.oaxacafilmfest.com/contacto.htm>

CINEMA PLANETA. FESTIVAL INTERNACIONAL DE CINE Y MEDIO AMBIENTE

Contacto:

Cinema Planeta, A.C.
 Chamilpa 5
 Colonia Miraval
 CP 62270, Cuernavaca, Morelos
 Tels. (52-777) 3100 722
contacto@cinemaplaneta.org
Eleonora@cinemaplaneta.org
 Web: <http://www.cinemaplaneta.org/>

FESTIVAL DE CINE TODOS SANTOS

Contacto:
 Miro Services
 Rangel e/ Degollado y Zaragoza
 Col. Centro, Todos Santos
 C.P. 23300, La Paz, Baja California Sur
cinefest@latinofilmfestival.org
leonardoperel@yahoo.com
 Web: <http://www.todossantoscinefest.com/>

VIII. FUENTES DE INFORMACIÓN RELEVANTES EN INTERNET.

Instituto Nacional de Estadística e Informática

www.inegi.org.mx

Secretaría de economía, Tratado de Libre Comercio con Chile:

www.economia.gob.mx/swb/work/models/economia/Resource/410/1/images/DOF_27102008.pdf

Portal de compras del Gobierno de México

www.compranet.gob.mx

El ojo que piensa. Revista virtual de cine iberoamericano

<http://www.eloquepiensa.net/>

Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental

<http://www.ifai.org.mx/transparencia/LFTAIPG.pdf>

Sanchez, Enrique E., “Los Medios en México (Prensa, Radio, Televisión y Cine). 1968 – 2000” (acceso 01 de marzo de 2010), en:

<http://www.mexicanadecomunicacion.com.mx/fmb/Los%20medios%20en%20M%E9xico.pdf>

Ulloa, José Luis, “La distribución, problema del cine mexicano y latinoamericano”, 11 de marzo de 2002, en:

<http://www.gaceta.udg.mx/Hemeroteca/paginas/244/244-22.pdf>

Instituto Mexicano de Cinematografía. Informe de actividades 2006, 2007, 2008, 2009 y 2010

<http://www.imcine.gob.mx/informes-imcine.html>

Flores, Ernesto M. y Mariscal, Judith, “Política de generación de telecomunicaciones en México: Una crítica”, (acceso 2 de marzo de 2011), en:

<http://www.cide.edu/publicaciones/status/dts/DTAP%20246.pdf>

ProMexico, “Industrias Creativas”, (acceso 1 de marzo de 2011), en:

http://mim.promexico.gob.mx/work/sites/mim/resources/LocalContent/44/2/Folleto_industrias_creativas.pdf

TELMEX, “Porque el éxito de su empresa no debe tener fronteras”, (acceso 1 de marzo de 2011), en:

<http://www.telmexinternacional.com/assets/docs/FOLLETOMNCFINAL.pdf>

Pérez, Gabriel y Tunal, Gerardo, “Modernización productiva y flexibilidad laboral en Telmex”, (acceso 2 de marzo de 2011), en:

<http://www.ejournal.unam.mx/rca/208/RCA20803.pdf>

Mariscal, Judith y Ramírez Fernando, “Retos para el desarrollo del sector de las telecomunicaciones en México”, (acceso 3 de marzo de 2011), en:

http://www.senado.gob.mx/telecom_radiodifusion/content/aportacion_documental/docs/Telecom-CIDE2008.pdf

Getino, Octavio, “CINE IBEROAMERICANO: LOS DESAFIOS DEL NUEVO SIGLO”, (acceso 2 de marzo de 2011), en:

http://www.alejandragetino.com.ar/octavio_getino/CIN_%20IBEROAMERICANO.pdf

El Milenio, “Exigen apoyo para el cine”, 28 de octubre del 2009, en:

<http://impreso.milenio.com/node/8664180>