

---

# Estudio de Mercado Servicios Audiovisuales en Estados Unidos

Junio 2011

---

Documento elaborado por la Oficina Comercial de ProChile en Nueva York

pro|CHILE

## Contenido

I. IDENTIFICACIÓN DEL SERVICIO.....	3
1. NOMBRE DEL SERVICIO.....	3
2. DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO .....	3
II. DESCRIPCIÓN GENERAL DEL MERCADO IMPORTADOR .....	3
1. TAMAÑO DEL MERCADO.....	3
2. CRECIMIENTO QUE HA TENIDO EN LOS ÚLTIMOS AÑOS .....	5
3. ESTABILIDAD POLÍTICA Y ECONÓMICA DE DICHO MERCADO.....	6
4. POLÍTICA NACIONAL SOBRE SERVICIOS .....	6
5. DISPONIBILIDAD DE INSTRUMENTOS FINANCIEROS LOCALES PARA LA ADQUISICIÓN DE SERVICIOS DESDE EL EXTERIOR .....	8
6. POLÍTICAS RESPECTO DE LAS COMPRAS PÚBLICAS EN SERVICIOS.....	9
7. INFRAESTRUCTURA Y TELECOMUNICACIONES DISPONIBLES.....	9
8. PARTICIPACIÓN DEL SECTOR PRIVADO EN LAS PRINCIPALES INDUSTRIAS DE SERVICIOS .....	10
III. OBSTÁCULOS A ENFRENTAR POR LOS EXPORTADORES DE SERVICIOS.....	11
IV. DESCRIPCIÓN SECTORIAL DEL MERCADO IMPORTADOR .....	13
1. COMPORTAMIENTO GENERAL DEL MERCADO .....	13
2. PROPORCIÓN DE SERVICIOS IMPORTADOS.....	15
3. PRINCIPALES PROVEEDORES EXTERNOS DEL SERVICIO .....	15
4. DINAMISMO DE LA DEMANDA .....	16
V. INDICADORES DE DEMANDA PARA EL SERVICIO .....	16
VI. OTRA INFORMACIÓN RELEVANTE SOBRE EL MERCADO DE DESTINO. ....	17
VII. CONTACTOS RELEVANTES .....	18
VIII. FUENTES DE INFORMACIÓN RELEVANTES EN INTERNET. ....	21

## IDENTIFICACIÓN DEL SERVICIO

### 1. NOMBRE DEL SERVICIO

Servicios Audiovisuales

### 2. DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO

Los servicios audiovisuales comprenden los servicios de producción y distribución de películas cinematográficas y cintas de vídeo, los servicios de proyección de películas cinematográficas, los servicios de radio y televisión, los servicios de transmisión de sonido e imágenes y la grabación sonora. A continuación se presentan los servicios audiovisuales según descripción de código SACH:

SACH	Descripción
<b>1110</b>	<b>Servicios Audiovisuales</b>
11100010	Servicios de grabación de sonido.
11100020	Servicios de post-producción de sonido.
11100030	Servicios de filmación de películas (largometrajes, documentales, series, dibujos animados, etc.), para su proyección en salas de cine y televisión.
11100040	Servicios de filmación de películas cinematográficas para promoción o publicidad (comerciales).
11100050	Servicios de postproducción de películas cinematográficas y cintas de vídeo.

## DESCRIPCIÓN GENERAL DEL MERCADO IMPORTADOR

### 1. TAMAÑO DEL MERCADO

La industria del cine y video en los Estados Unidos es la mayor de mundos con ingresos anuales de 29,7 miles de millones de dólares en 2010. Si bien el crecimiento de la industria desde 2005 a 2010 fue de un -0,8%, se espera que hacia 2015 los ingresos aumenten en 1,1%. En términos generales, la industria exporta 4,3 miles de millones de dólares. La mayor parte de los establecimientos de producción se ubican en

California (45,3%), Nueva York (7,7%), Florida (4,3%) seguidos en la misma proporción por Illinois y Texas (3,3%).

### Cine y Video

Estados Unidos sigue siendo el segundo mayor productor de películas en el mundo después de India. Para el 2011 se espera que los ingresos del cine y la industria de distribución de video crezca un 1,1%, impulsado por el aumento del gasto e inversión en industrias de producción de películas y televisión. Cabe mencionar que los cines representan el 13% de la demanda de productos de esta industria en los Estados Unidos.

La industria del cine y video ha experimentado un cambio de los consumidores hacia medios de comunicación *online*. Esto ha duplicado las ventas anuales digitales y redujo los ingresos de los segmentos minorista y alquiler. Por la misma razón, la radiodifusión (*broadcasting*) de películas está disminuyendo en popularidad e ingresos. Esto se ve reforzado por el acceso instantáneo a películas a través de nuevas tecnologías, como el iPad. Se prevé que el gasto en películas digitales crecerá hasta el 2015, sin embargo, el menor valor percibido de estas películas anticipa un obstáculo al crecimiento de los ingresos.

La industria de película y producción de vídeos han combatido y superado la recesión mediante dos formas:

- 1) La adaptación a nuevas tecnologías, como el 3-D y películas IMAX. Esto ha hecho que el público siga asistiendo a los cines debido a que son de mayor calidad que las películas hechas para ver en casa. Existe una importante demanda de películas en 3-D, y el formato impulsó los ingresos en cines en 2010.
- 2) Realización de secuelas de películas con éxito. Realizar secuelas disminuye la necesidad de un nuevo *casting* de actores y ahorran dinero al filmarse frecuentemente todas las secuelas al mismo tiempo.

La industria de distribución de películas y vídeos está creciendo en respuesta a la alta demanda de contenidos. Las salas de cine, cadenas de cable, estaciones de radiodifusión y los minoristas dependen de las empresas de distribución. Estas proporcionan el contenido de la programación o venden a los consumidores, que han seguido gastando en cine y televisión a pesar de la recesión. Asimismo, los consumidores están demandando cantidades crecientes de contenidos *online*, especialmente en dispositivos móviles. Estos menores costos de distribución llevan a mayores volúmenes de ventas y a un aumento de la exposición de los contenidos existentes.

### Televisión

Además de la crisis económica del 2008-2009, la industria de la televisión en Estados Unidos se ha enfrentado a otros retos en los últimos años, como son las modificaciones introducidas en el plano regulatorio, los nuevos desafíos tecnológicos y la entrada de nuevos competidores.

Según el *Bureau of Labor Statistics*, durante el 2010 los estadounidenses consumieron 3,2 horas de televisión por día lo que significa un aumento respecto al 2005 cuando se estimó que consumían 2,6 horas diarias. Este aumento de demanda trae consigo un aumento en el gasto en publicidad, a pesar de la crisis económica.

La población norteamericana ha ido modificando sus hábitos de consumo en los últimos años pasando de la televisión por cable a la satelital, manifestándose en una caída de los usuarios de este medio pasando de 63,7 millones a 62,9 millones a principios de 2010.

El incremento de la televisión por cable, satelital y por Internet ha erosionado la audiencia de las cadenas tradicionales. El resultado es la eliminación de la división existente entre distribuidores (empresas de radiodifusión) y proveedores de contenido (productores externos). Así, las grandes cadenas de televisión (Networks) producen su propia programación, actuando ellos mismos como estudios. En conclusión, se vive un periodo de gran competencia entre los principales grupos televisivos y entre las principales productoras de contenidos para televisión en los Estados Unidos.

## 2. CRECIMIENTO QUE HA TENIDO EN LOS ÚLTIMOS AÑOS

La industria del cine en los EE.UU. es la más antigua e importante del mundo en términos de ganancias, concentrando alrededor del 75% de los ingresos mundiales del sector.

La industria cinematográfica y de video ha logrado mantener, a pesar la recesión. Durante el 2010 los ingresos crecieron alrededor de un 6,8% respecto al 2009 alcanzando 29,7 mil millones dólares. Esto se contrasta con la disminución del 11,8% que experimento la industria el 2009 cuando los consumidores redujeron sus gastos.

Alrededor del 75,1% de los ingresos se proviene de ingresos de taquilla, alquiler y venta, y las compras de programación por cadenas de televisión abierta. Como resultado, la industria es sensible a la asistencia al cine, los ingresos por publicidad y la venta de productos DVD y Blu-ray. El gasto en entretenimiento para el hogar cayó un 4,8% en 2009, pero aumentó alrededor de un 6,8% a \$ 22,7 millones en el 2010.

Según Ibis World la industria generará \$31,47 mil millones dólares en el 2015, lo que representa un crecimiento promedio anual del 1,1% durante los próximos cinco años en gran parte por el lanzamiento de nuevas tecnologías digitales como lo son los Blu-rays en 3-D que probablemente aumentarán el gasto en entretenimiento en el hogar. Los ingresos provenientes de medios *online* desempeñarán un papel creciente en la el éxito de la industria, a medida que los consumidores continúen cambiándose a los medios digitales.

**Cifras Producción de Películas y Videos en Estados Unidos (2010)**

	Utilidades (\$m)	Establecimientos	Empresas	Empleos	Exportaciones (\$m)	Importaciones (\$m)	Sueldos (\$m)	Demanda Doméstica	Gasto en entretenimiento en el hogar (\$b)
2001	31,310.40	5,422	5,233	49,585	4,320.90	515.8	4,095.80	27,505.30	16.9
2002	31,860.30	5,600	5,406	43,836	4,046.30	486.5	3,940.00	28,300.50	19
2003	30,804.10	5,760	5,587	47,605	4,097.00	527.7	4,470.80	27,234.80	20.7
2004	31,576.80	6,014	5,837	62,544	4,705.00	553.9	4,652.10	27,425.70	21.8
2005	30,859.30	6,483	6,300	68,697	4,474.70	605.5	5,156.50	26,990.10	21.7
2006	30,674.30	6,525	6,349	74,250	4,693.20	569.4	5,340.40	26,550.50	21.6
2007	31,445.20	6,780	6,356	74,763	4,307.90	566	5,394.90	27,703.30	21.4
2008	31,546.70	6,991	6,739	79,402	4,138.90	625.4	5,759.10	28,033.20	21
2009	27,827.60	5,855	5,521	67,246	4,082.40	520.7	4,787.40	24,265.90	20
2010	29,726.80	6,507	6,009	73,990	4,250.90	592.1	5,425.60	26,068.00	22.7
2011	30,826.70	6,446	6,378	72,567	4,685.70	598.7	5,640.50	26,739.70	25.7
2012	30,641.70	6,433	6,259	73,141	4,228.50	622.8	5,780.70	27,036.00	22.3
2013	28,671.50	6,621	6,507	73,777	4,157.40	575	5,680.40	25,089.10	19.3
2014	30,641.70	6,949	6,567	77,077	4,259.20	634.2	6,087.80	27,016.70	21.9
2015	31,465.50	6,819	6,769	75,233	4,625.40	583.1	5,754.20	27,423.20	18.9

Fuente: Ibis World

### 3. ESTABILIDAD POLÍTICA Y ECONÓMICA DE DICHO MERCADO

En Estados Unidos existe un clima de estabilidad política, seguridad jurídica y recuperación económica. Durante la recesión, sin embargo, el valor en dólares y número de producciones disminuyó cuando el capital de riesgo y la financiación para la producción de películas se redujo debido a la crisis crediticia mundial.

El éxito de esta industria depende en gran medida de la disponibilidad de inversión y subvenciones del gobierno a las producciones de cine vía incentivos tributarios. En este contexto, la devaluación del dólar estadounidense ha aumentado el costo de producción de películas a nivel internacional, independientemente de los impuestos y otros incentivos proporcionados por gobiernos extranjeros. Este factor trabaja en favor de la industria local.

El gobierno de EE.UU. y sus estados también proporcionan asistencia a la industria. Sin embargo, algunos estados, como por ejemplo California, debieron suspender sus ayudas a la industria al verse obligados a hacer un recorte de presupuesto.

En relación a la estabilidad de la industria podemos decir que es bastante estable, con excepción de la “huelga de los guionistas” a principios del 2008, que retrasó muchas producciones.

### 4. POLÍTICA NACIONAL SOBRE SERVICIOS

#### Industria Cinematográfica

A continuación detallamos los incentivos fiscales de los estados donde se filman la mayor cantidad de películas por año. El listado completo de todos los estados está disponible en la siguiente página web: <http://www.ncsl.org/default.aspx?tabid=20189>

- **Legislación del Estado de California**

Las producciones que califiquen se les permiten un 20 % o 25 % de crédito fiscal sobre la base de los gastos calificados para los años contributivos comenzados a partir del 1 de enero 2011. El incentivo también proporciona excepciones de impuestos a ventas o uso.

- **Legislación del Estado de Nueva York**

Empresas de cine pueden solicitar un crédito fiscal del 30 % a 35 % completamente reembolsable en gastos calificados durante el rodaje en el estado. Créditos fiscales reembolsables están disponibles para los comerciales que califiquen. Además, algunas actividades de producción y gastos están exentos de pagar los impuestos de ventas y uso del estado / local.

- **Legislación del Estado de Illinois**

Los solicitantes pueden calificar para un crédito fiscal del 30 % de todos los gastos calificados, incluyendo la post-producción. El crédito se puede mantener vigente durante cinco años desde el momento en que originalmente fue emitido por la oficina de la película. Los solicitantes recibirán un 15% adicional de crédito fiscal sobre los salarios de las personas que viven en una zona económicamente desfavorecida. El crédito no tiene fecha de expiración.

- **Legislación del Estado de Florida**

Las producciones que califiquen son elegibles para un crédito fiscal transferible del 20%. Un crédito adicional del 5% se puede obtener por producciones fuera de temporada certificadas de y otro 5% de crédito por la producción certificada de contenidos familiares.

- **Legislación del Estado de Texas**

El estado también ofrece exenciones adelantada de impuestos la ventas para la mayoría de los artículos alquilados o comprados para uso directo en la producción, reembolsos del 6 % de impuestos de ocupación en el estado de habitaciones de hotel ocupadas por más de 30 días consecutivos, y reembolsos de impuestos pagados por combustibles utilizado fuera de la carretera. El Estado no recauda un impuesto sobre la renta personal.

- **Legislación del Estado de Nueva Jersey**

El incentivo fiscal para la producción cinematográfica fue suspendido para el año fiscal 2011.

Se podría afirmar que los incentivos, reembolsos de impuestos, facilidades para importación temporal de equipos y facilidad para conseguir permisos han suplantado a las locaciones como lo que primero se considera en los proyectos de producción, después de las consideraciones del guión y es ahí donde precisamente se encuentra el potencial de esta atractiva y novedosa industria que Chile debe evaluar y poder explotar adecuadamente. Por ello, el uso de incentivos fiscales como herramienta para atraer empresas en el área de locaciones no sólo es cada vez más frecuente en EE.UU. sino que también a nivel mundial. A ello, se suman otras condiciones tales como trabas burocráticas, condiciones económicas, ambiente de negocios, calificación profesional, idioma y paisajes.

### **Industria de la Televisión**

- **Para Contenidos De Televisión:**

Existen incentivos federales y estatales para el sector de la producción de contenidos televisivos. La “Jobs Act” estipula privilegios fiscales e incentivos para animar la producción televisiva doméstica. Existe también ayuda de parte de las administraciones estatales y locales que incentivan filmar en su territorio.

- Para Canales de Distribución:  
No existe apoyo gubernamental a los canales de distribución digital y por cable.

➔ **Regulaciones de la Televisión Abierta**

La FCC (*Federal Communications Commission*) es la encargada de otorgar licencias a las estaciones locales y es el encargado del cumplimiento de la normativa. Por ejemplo, la programación infantil debe necesariamente contener un carácter educativo y tiene limitaciones en cuanto a la publicidad que puede mostrarse.

También vela que la programación que de los canales sea acorde al horario. Por ejemplo, entre las 6 am y las 10 pm no pueden mostrarse ciertos contenidos.

Seguros de Responsabilidad: Las productoras que deseen comercializar en Estados Unidos deberán contar con un seguro contra errores y omisiones, garantías, representaciones, autorizaciones de derechos de autor, autorizaciones de emisión, difamación y privacidad.

Protección a la propiedad intelectual: La industria televisiva tiene que cumplir con la normativa relativa a los derechos de autor en cuanto al uso de material ya emitido para nuevas producciones. Estados Unidos posee un sistema de royalties pagaderos a los propietarios de determinados materiales.

➔ **Regulaciones de la Televisión por Cable y Digital**

La televisión por cable y satelital están regulados por la FCC bajo la ley “Telecommunications Act of 1996”. Además la *Antitrust Division of the Department of Justice and the Federal Trade Commission* quien vigila que no se violen las leyes de competencia.

La televisión por cable se rige también por la “*Cable Television Consumer Protection and Competition Act of 1992*”, además de las leyes de cada estado.

La televisión por Satélite se rige por la “*Communications Satellite Act of 1962*”, la “*International Traffic in Arms regulations*” y la “*Satellite Home Viewer Improvement Act of 1999*”

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

Los consumidores de servicios audiovisuales no cuentan con apoyo específico dentro de los EE.UU. para la adquisición de servicios en el exterior.

Cabe mencionar que las tasas de interés bancario afectan a esta industria, ya que la mayoría de los productores dependen de la financiación externa y pueden beneficiarse de tarifas bajas y la flexibilidad en el pago de los préstamos, en función del éxito relativo de la producción. En consecuencia, la industria está compuesta por unas pocas empresas grandes que pueden absorber el riesgo asociado a estas inversiones mediante la liberación de muchas películas por año.



Por otro lado, los cambios en el precio del dólar estadounidense afectan el costo relativo de la realización de películas. Si el precio sube, algunos productores de cine se trasladarán a destinos internacionales a tomar ventaja costos menores de producción. Este factor es clave para la exportación de servicios de locaciones.

## 6. POLÍTICAS RESPECTO DE LAS COMPRAS PÚBLICAS EN SERVICIOS

Existe igualdad de condiciones para las compras públicas. El Tratado de Libre Comercio entre Chile y los EE.UU. tiene un capítulo de compras públicas. El capítulo otorga un marco regulatorio dentro del cual se establece trato nacional, medidas de transparencia, condiciones para participar y otros. El texto del Capítulo de Compras Públicas se puede encontrar en el siguiente link: [http://rc.direcon.cl/sites/rc.direcon.cl/files/bibliotecas/EU\\_Contratacion\\_Publica\\_0104.pdf](http://rc.direcon.cl/sites/rc.direcon.cl/files/bibliotecas/EU_Contratacion_Publica_0104.pdf)

Los contratos del gobierno federal al respecto dicen relación, en general, con la producción de videos educativos y de programas específicos. Según *Anything Research* ([www.anythingresearch.com](http://www.anythingresearch.com)), en 2010 el gobierno federal gastó un total de 571.878 dólares en salas de cine y adjudicando 10 contratos a 7 empresas, con un valor promedio de \$ 81.697 por empresa.

## 7. INFRAESTRUCTURA Y TELECOMUNICACIONES DISPONIBLES

La penetración de usuarios de Internet en los Estados Unidos alcanza cerca del 80% de la población. El acceso a banda ancha y a servicios más rápidos ha abierto las puertas para otras tecnologías como VoIP, lo que ha aumentado la demanda por mejores servicios y tecnologías. Como consecuencia del aumento en el uso de Internet las tendencias en el mercado muestran un aumento en la demanda que los usuarios hacen de programas accesibles a través de la web. Este es un factor clave en el aumento de usuarios que ven películas a través de internet en sus computadores.

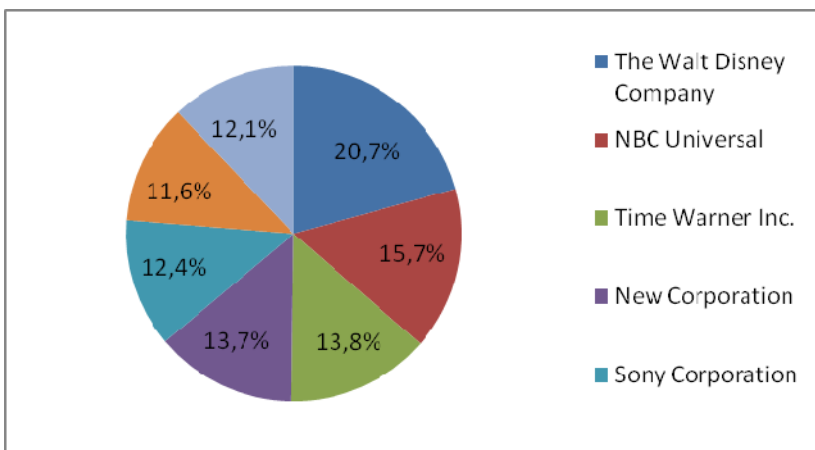
Según Ibis World, la penetración de la televisión por cable fue de un 61.4% durante el 2010, habiendo caído desde un 69,2% desde el 2003. La penetración de la televisión por satélite se cuadruplico en 10 años aumentando desde un 6,5% en el 1997 hasta un 26,2% en 2007. Esta tendencia continúa el 2010, pero en menor medida.

El 99% de los estadounidenses tiene al menos una televisión en casa y la mayoría de los hogares cuentan con más de un aparato eléctrico. En conjunto, la red de telecomunicaciones que distribuyen la televisión en Estados Unidos es la mayor del mundo.

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

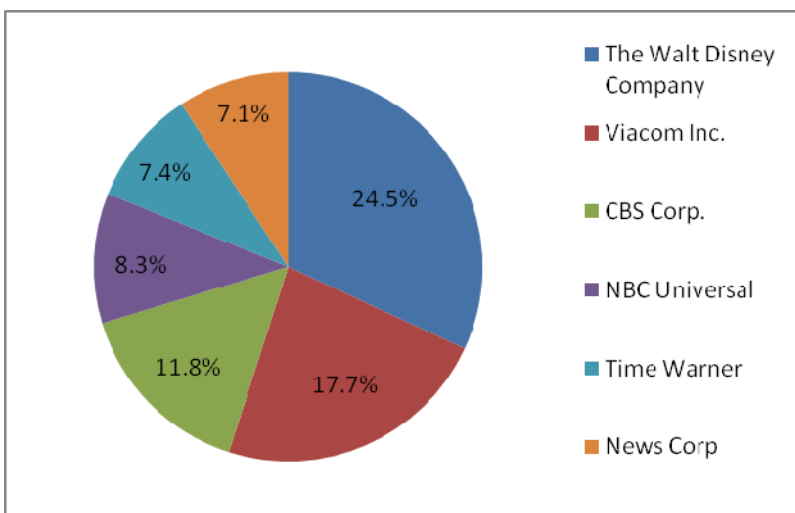
Como en la mayor parte de las industrias de la economía norteamericana, la participación del sector privado es clave sin existir monopolios estatales. A continuación se presentan los principales actores privados en la industria del cine y televisión.

**Principales Compañías de Cinematográficas en Estados Unidos según ingresos (2010)**



Fuente: Ibis World

**Principales Compañías de Televisión Abierta en Estados Unidos según ingresos (2010)**



Fuente: Ibis World (2010)



## OBSTÁCULOS A ENFRENTAR POR LOS EXPORTADORES DE SERVICIOS

Obstáculos	Si	No	Observaciones
Presencia de monopolios		X	
Acceso a trabajos gubernamentales	X		
Fijación de tarifas para los servicios		X	
Regulaciones restrictivas sobre protección al consumidor, seguridad y salud.		X	
Restricciones cuantitativas a la provisión de servicios		X	
Restricciones al movimiento de profesionales, técnicos y administrativos		X	
Prohibición a los extranjeros de publicitarse		X	
Restricciones sobre el tipo de entidad legal		X	
Requisitos de presencia comercial		X	
Limitaciones sobre el tipo de servicios permitidos a extranjeros		X	
Restricciones a la participación de capital		X	
Requisitos de autorización por autoridades locales		X	En el caso de filmaciones que se realicen en EE.UU. en lugares públicos se necesitan permisos de autoridades locales, pero no el caso de servicios audiovisuales prestados desde Chile.
Prueba de necesidad económica		X	
Prohibición de establecimiento permanente		X	
Políticas de convalidación de títulos		X	
Requisitos de reconocimiento de títulos profesionales		X	
Requisitos de licencia		X	
Requisitos de experiencia previa		X	
Requisitos de supervisión por parte de profesionales locales		X	
Requisitos de residencia o nacionalidad		X	
No cobertura de los seguros públicos de salud		X	
Requisitos de inscripción en asociaciones domésticas		X	
Restricciones cambiarias		X	
Impedimentos para transferir tecnología e informaciones		X	
Requisitos de transferencia tecnológica		X	
Política de compra nacional		X	

Obstáculos	Si	No	Observaciones
Compartimentalización del ámbito de actividades		X	
Aprobación por parte de asociación profesional doméstica		X	En casos de filmación que se realicen en EE.UU. es posible que haya que negociar con sindicatos de la industria, pero no el caso de servicios que se presten desde Chile.
Obligación o prohibición de asociarse con profesionales locales		X	
Restricciones al uso de nombres o marcas extranjeras		X	
Requisitos de nacionalidad		X	
Exigencia de residencia previa, incluida residencia permanente		X	
Pruebas de aptitud		X	
Períodos de espera y práctica obligatorias para extranjeros		X	
Restricciones al número de extranjeros en el directorio		X	
Requisitos de ingreso		X	Los requisitos de ingreso a EE.UU. son aquellos establecidos según regulaciones generales de visa.
Requisitos de desempeño: contenido local, exigencias de capacitación		X	
Requisitos de licencias, estándares y calificaciones		X	
Exigencia de obtener un domicilio legal		X	
Requisitos de graduación local		X	
Requisitos de idioma		X	
Adopción de estándares éticos		X	
Requisitos de autorización		X	
Restricciones al envío de remesas al exterior		X	
Restricciones a la publicidad sobre servicios ofrecidos por extranjeros		X	
Subsidios a firmas locales		X	
Doble tributación		X	El acuerdo de doble tributación entre Chile y EE.UU. entró en vigencia en enero 2011.
Impuestos discriminatorios		X	
Exigencias de reciprocidad		X	
Acuerdos de reconocimiento mutuo de títulos y certificados		X	
Acuerdos de reciprocidad que permiten ejercer a profesionales extranjeros		X	El TLC Chile -EE.UU. contiene disposiciones que facilitan el acceso de cierto tipo de profesionales para trabajar en

Obstáculos	Si	No	Observaciones
			EE.UU., pero no hay acuerdos de reciprocidad.

## IV. DESCRIPCIÓN SECTORIAL DEL MERCADO

### IMPORTADOR

#### 1. COMPORTAMIENTO GENERAL DEL MERCADO

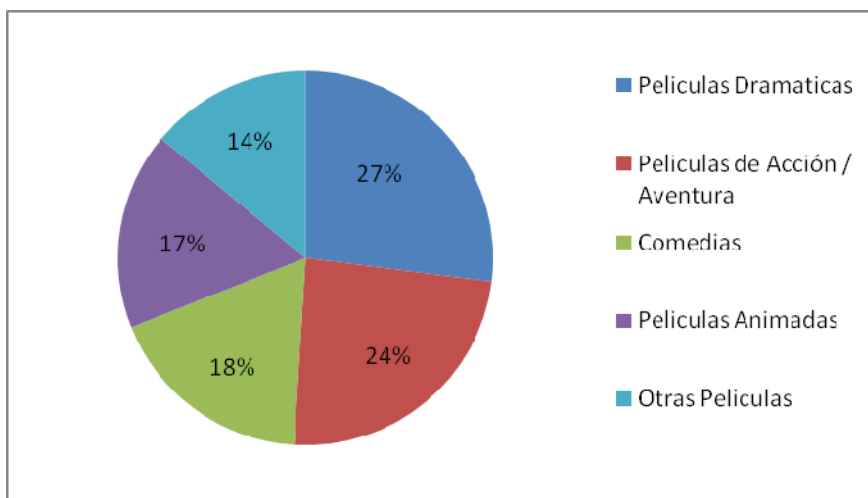
Según el *U.S Census Bureau*, el censo realizado en el país durante el 2010 arrojó que la población de los Estados Unidos asciende a 308.745.538 habitantes. Todos ellos son potenciales consumidores.

En el caso de las películas, la audiencia se distribuye, en su mayor parte, uniformemente entre los grupos de edad en la población. La única desviación significativa de esto son los niños (edades de 2 a 17 años) que ven más películas. Por otro lado, las personas mayores de 50 años ven una proporción más pequeña de películas. El mayor segmento de mercado para la industria de películas y producción de video son los niños menores de 17 años de edad. Como resultado, la industria produce muchas películas específicamente para un público joven.

Sin embargo, las personas que tienen entre 25 y 39 años de edad constituyen un segmento de la población que es casi tan grande como el de los niños menores de 17 años. Además, las películas dirigidas a un rango de edad más avanzado pueden atraer tanto a los espectadores jóvenes y como a los mayores.

La MPAA (*Motion Picture Association of America*) estima que el estadounidense promedio va al cine más de cuatro veces al año, y que cerca de dos tercios de la población va al cine. Las personas que van al cine una vez por mes o más, generan cerca del 50% de los ingresos de taquilla.

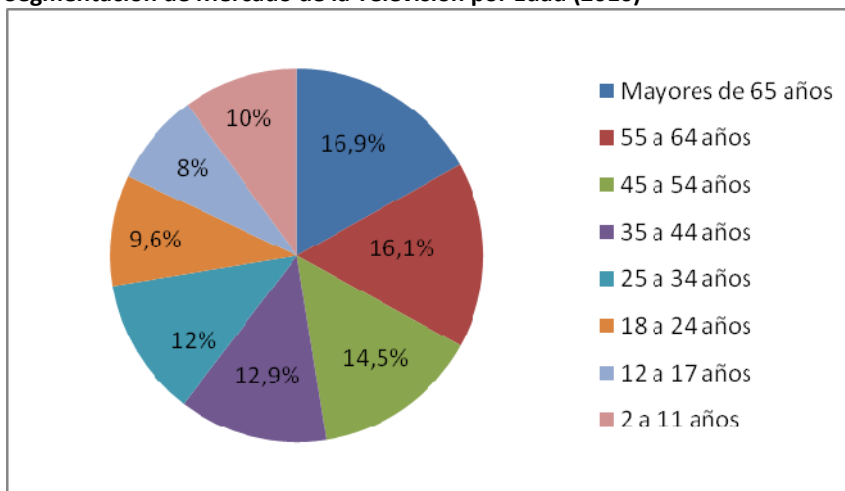
**Segmentación de Productos y Servicios Cinematográficos (2010)**



Fuente: Ibis World

Para la televisión, el grupo de edad situado entre los 25 y los 54 años son los que más consumen este servicio. Según el *Bureau of Labor Statistics*, el 80,9% de personas mayores de 15 años ven diariamente televisión. Por tanto, programas destinados a este grupo tienen a tener mayores niveles de ratings. Además, este grupo de edad está más predispuesta a contratar canales pagados. Estas tendencias se han venido repitiendo durante los últimos 5 años y se espera que se mantenga estable durante los próximos 5 años.

**Segmentación de Mercado de la Televisión por Edad (2010)**



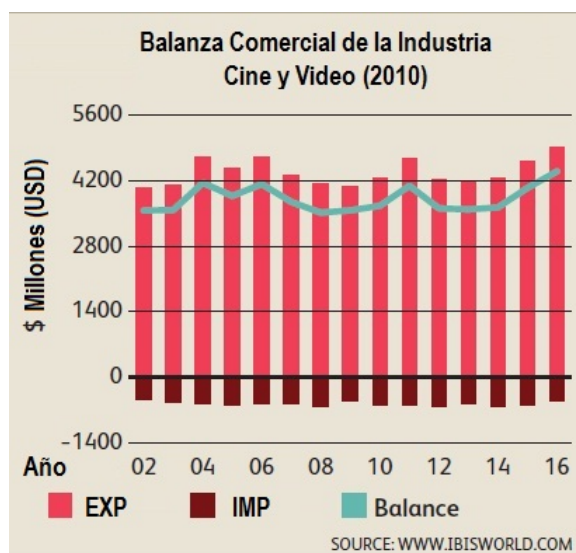
Fuente: Ibis World

## 2. PROPORCIÓN DE SERVICIOS IMPORTADOS

Las producciones extranjeras que se importan a los Estados Unidos, no producen más del 10 % de los ingresos de la industria. Las empresas extranjeras no tienen acceso a las redes de distribución en EE.UU. lo que hace que deban trabajar con empresas de producción y distribución de este país. Sin embargo, las nuevas plataformas tecnológicas en la televisión, permiten al público norteamericano tener acceso a contenidos producidos en el extranjero.

Existe también la tendencia de adaptar contenidos extranjeros para cine o televisión como es el caso de la película “El Aro” de origen japonés y las series de televisión “Life on Mars” de origen británico o “Betty la Fea” de origen Colombiano.

Un tercer tipo de servicios importados es el que se presta desde el país de origen cuando las filmaciones se hacen en locaciones internacionales. Este es el caso de la película de James Bond Quantum of Solace filmado en el Norte de Chile. Las locaciones internacionales son una forma de exportación de servicios que, si bien no se cuentan en aduanas, son una importante fuente de importaciones de servicios.



## 3. PRINCIPALES PROVEEDORES EXTERNOS DEL SERVICIO

(Empresas extranjeras del subsector objeto del estudio instaladas en el país)

Los principales proveedores externos del mercado son las productoras de cine en Bollywood y Hong Kong. Ahora, en cuanto a locaciones, los principales proveedores son Canadá, Nueva Zelandia, Australia y otros países de Europa del Este.

#### 4. DINAMISMO DE LA DEMANDA

La demanda de películas se ha mantenido constante durante los últimos años, pero ha cambiado la forma en que son vistas. Formatos de alta definición han ido reemplazando los de baja definición y las ventas online y ver películas de forma *streaming* en el computador están desplazando las ventas físicas. Las ventas de DVD han disminuido a un promedio de 2,4% anual llegando a 14,3 dólares millones de dólares en el 2010.

Las ventas de Blu-ray se duplicaron en los últimos años llegando a USD 2,7 mil millones y las ventas digitales crecieron más del doble en el mismo año llegando a USD 4.8 mil millones.

Los costos de replicar discos Blu-ray son más altos que los de DVD, y los consumidores no han cambiado a esta tecnología tan rápido como lo hicieron del VHS al DVD. Esto ha hecho que el crecimiento de los ingresos no haya sido similar al de los DVD.

Sin embargo, el cambio a digital ha generado más ingresos para los productores, ya que la gente compra más películas dado que los precios son más bajos gracias a métodos de distribución de bajo costo.

Las nuevas tecnologías incentivan el cambio hacia ventas digitales. Por ejemplo, hoy en día la mayoría de las cajas de cable traen conexión a Internet y el iPad trae aplicaciones para ver películas de manera *streaming*.

La Motion Picture Association of America (MPAA) afirma que la publicidad online ha aumentado la cantidad de espectadores que va al cine, como sinopsis de películas que son filtrados a través de una variedad de sitios web.

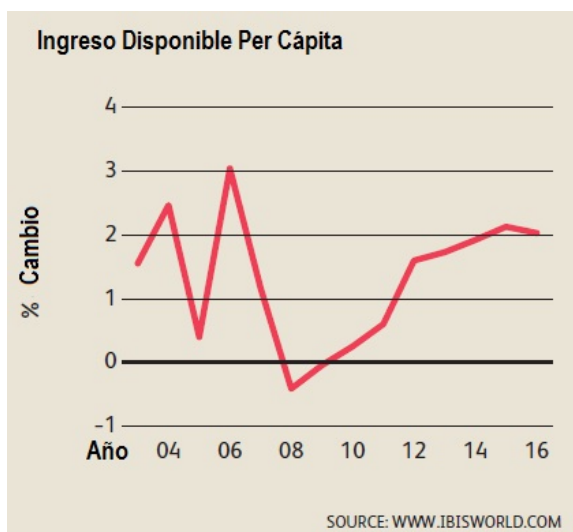
## V ■ INDICADORES DE DEMANDA PARA EL SERVICIO

La demanda por la industria del entretenimiento, donde figura la industria audiovisual, se determina por el nivel de ingresos de las personas. El gasto del consumidor en el entretenimiento de hogar se redujo ligeramente el 2009, a raíz de la crisis económica en Estados Unidos, afectando directamente a la industria y repuntó con la recuperación económica.

En este sentido, cambios en el ingreso disponible per cápita afectan los ingresos de taquilla del cine, que influyen en los retornos financieros obtenido por la película y los productores de video. Este factor también puede afectar el número de futuras producciones.

Se espera que el ingreso disponible per cápita aumente levemente durante los próximos 6 años, lo que afectará positivamente a la industria.





## VI. OTRA INFORMACIÓN RELEVANTE SOBRE EL MERCADO DE DESTINO.

Estados Unidos es el mercado más grande del mundo para la industria audiovisual, pero no todas las filmaciones se realizan en dicho país y muchos servicios relacionados (producción, post-producción, edición, etc.) se realizan en países que ofrecen mejores precios. En ese sentido, Chile puede ofrecer servicios altamente competitivos ofreciendo todo tipo de servicios a través de filmaciones que se realicen en locaciones chilenas.

En términos prácticos, las ventajas de usar locaciones extranjeras es que puede ser más barato que construir sets, se logra una mejor sensación de estar en un lugar real, en el caso de algunas producciones permite el trato directo sin pasar por los altos precios o condiciones de los sindicatos, en otros casos permite aprovechar un tipo de cambio más favorable, acogerse a incentivos tributarios y otros.

La atracción de filmaciones a locaciones nacionales se ha convertido en un importante foco de atención para un importante número de países que han visto los beneficios de tener grandes, medianas o pequeñas producciones filmadas en sus países. En términos económicos, hay un flujo de inversión que se deja en los servicios anexos a la producción tales como servicios de catering, transporte, producción, arriendos varios, etc. Adicionalmente, se genera un efecto multiplicador al promocionar la imagen del país y su geografía a través de lo filmado.

En general, una producción tendrá un departamento o una persona designada específicamente para buscar la locación de la filmación. Esta persona o grupo de personas (*Location Scouts* con su *Locations Manager*) serán quienes harán el trabajo de encontrar el lugar apropiado para realizar la producción. Ellos serán

quienes presenten las alternativas a los Asistentes de Directores, Production Manager, Director o Productores Ejecutivos, quienes serán en definitiva quienes harán la elección del donde filmar.

Una vez que los encargados hayan llegado a una lista corta de posibles lugares hacen un tour en persona, generalmente liderado por quien encabece el Departamento de Producciones. A este tour se le llama comúnmente *tech scout*, *rekky* o *go-see*. Durante este tiempo el *Locations Manager* ya ha comenzado a hacer las indagaciones necesarias para averiguar el sistema de permisos, pagos, procedimientos y demás.

En cuanto a los requisitos prácticos que debe cumplir el lugar donde se va a llevar a cabo la filmación -aparte de una estética apropiada y una buena relación costo y beneficio- se requiere:

- Facilidad logística para poder transportarse de la base de operaciones al lugar de filmación.
- Facilidades para estacionar e instalar al equipo de producción, actores, catering y otros en condiciones seguras y secas.
- Disponibilidad de energía eléctrica y/o facilidad para llevar generadores.
- Buenas condiciones luz.
- Permisos apropiados de los organismos gubernamentales involucrados, asociaciones de vecinos, policía u otros.
- Facilidad de disponer de traductores simultáneos, en el caso que sea necesario.

## VII. CONTACTOS RELEVANTES

### **Directorios Online:**

- The Internet Movie Database (IMDB)  
<http://www.imdb.com/>
- Production Hub Online Directory  
[www.productionhub.com](http://www.productionhub.com)
- 

### **Directorio de Film Commissions:**

- Hollywood Funding (directorio de todo el mundo)  
[www.hollywoodfunding.com/film\\_commissions.htm](http://www.hollywoodfunding.com/film_commissions.htm)
- Red Bird Studio, (directorio de todo el mundo)  
[www.redbirdstudio.com/AWOL/frames/filmcommsint.html](http://www.redbirdstudio.com/AWOL/frames/filmcommsint.html)
- Association of Film Commissioners International (AFCI)  
Organización mundial que agrupa y asiste a los *Film Commissioners*, en como atraer, apoyar en las filmaciones, y como promoverse mundial y localmente.  
California, Montana y Wyoming  
[www.afci.org](http://www.afci.org)

- Film Commission Hq (EE.UU. y Canadá). Información sobre locaciones y empresas locales orientada a los profesionales de la industria del cine.  
[www.filmcommissionhq.com](http://www.filmcommissionhq.com)

#### **Gremios en la Industria Cinematográfica en EE.UU.**

- Director's Guild of America  
California, Nueva York, Illinois  
[www.dga.org](http://www.dga.org)
- Screen Actor's Guild  
Hollywood y Nueva York  
[www.sag.org](http://www.sag.org)

#### **Otros Sitios de Interés en la industria del Cine**

- Gremio de managers de locaciones de América  
[www.locationmanagers.org](http://www.locationmanagers.org)
- Film LA, empresa que coordina los permisos de filmación en Los Ángeles.  
[www.filmla.com](http://www.filmla.com)
- Association of Location Scouts & Managers (ALSAM)  
Nueva York  
[www.alsam.net](http://www.alsam.net)
- Association of Independent Commercial Producers (AICP) - East  
Nueva York, NY  
[www.aicp.com](http://www.aicp.com)
- Mayor's Office of Film, Theater and Broadcasting  
Nueva York, NY  
[www.nyc.gov/html/film/](http://www.nyc.gov/html/film/)
- Información sobre locaciones  
[www.locationscout.com](http://www.locationscout.com)
- Información de prensa sobre la industria audiovisual  
[www.chatgrispress.com](http://www.chatgrispress.com)
- Descripción de incentivos para filmar en distintas partes del mundo  
[www.afci.org/incentives.htm](http://www.afci.org/incentives.htm)
- Directorio de estudios de cine y TV  
[www.marketresearch.com/map/research/tv\\_film\\_production/795.html](http://www.marketresearch.com/map/research/tv_film_production/795.html)
- Guía mundial de locaciones y producción  
[www.thelocationguide.com](http://www.thelocationguide.com)

- Red de Guionistas de Cine  
[www.scriptwritersnetwork.org](http://www.scriptwritersnetwork.org)
- Gremio de Guionistas de Cine en la costa Oeste  
[www.wga.org](http://www.wga.org)
- Listado mundial de profesionales de la industria  
[www.shoots.com/](http://www.shoots.com/)
- Alianza de Cine y Televisión Independiente  
<http://www.ifta-online.org/>
- Librería de locaciones para filmar  
[www.planitlocations.com/](http://www.planitlocations.com/)
- MPAA (Motion Picture Association of America Asociación)  
Regula la clasificación, rating, etcétera de la industria.  
[www.mpa.org](http://www.mpa.org)

**Asociaciones de Televisión:**

- NAB (National Association of Broadcasters)  
Asociación nacional de las emisoras de radio y televisión abierta.  
Organiza varios premios para la industria y servicios, la televisión, radio y avances tecnológicos.  
[www.nab.org](http://www.nab.org)
- NATPE (National Association of Television Program Executives)  
Asociación internacional de programadores y sindicación de TV. Agrupa tanto a productoras y distribuidoras nacionales como internacionales.  
Su evento “[Conference & Exhibition](#)” es clave para los medios de comunicación.  
[www.natpe.org](http://www.natpe.org)
- NCTA (National Cable Television Association)  
Feria internacional organizada por la asociación nacional de televisión por cable.  
[www.ncta.com](http://www.ncta.com)
- NCTA (National Cable Television Association)  
Asociación nacional de la TV por cable. Representa al 90% de los operadores, y de las emisoras de TV por cable.  
[www.ncta.com](http://www.ncta.com)
- SIA (Satellite Industry Association)  
Dedicada a la protección de los derechos de la emisión por satélite.  
[www.sia.org/](http://www.sia.org/)
- FCC (Federal, Communication Commision)  
Organismo gubernamental que vigila que se cumpla la prohibición de material obsceno y la limitación horaria de aquel lenguaje considerado indecente, tanto para radio como para televisión. También

vigila denuncias de publicidad engañosa, ofensiva o prohibida. Subtitulados, protección de la infancia, etc.

[www.fcc.gov/](http://www.fcc.gov/)

## VIII. FUENTES DE INFORMACIÓN RELEVANTES EN INTERNET.

### Sitios web de interés en Chile:

- Cinema Chile  
[www.cinemachile.cl](http://www.cinemachile.cl)
- Portal de Chile Exporta Servicios  
[www.chilexportaservicios.cl](http://www.chilexportaservicios.cl)
- Chile Audiovisual  
[www.chileaudiovisual.cl](http://www.chileaudiovisual.cl)

### Revistas de Cine

- Production Weekly  
[www.productionweekly.com](http://www.productionweekly.com)
- P3u Update  
[www.p3update.com](http://www.p3update.com)
- The American Society of Cinematographers  
[www.ascmag.com](http://www.ascmag.com)
- Hollywood Reporter  
[www.hollywoodreporter.com/](http://www.hollywoodreporter.com/)

### Revistas de Televisión

- TBI (Television Business International)  
Dedicada a noticias de carácter internacional divididas por categorías.
- Broadcasting and Cable  
Revista más focalizada en el mercado estadounidense con novedades administrativas y legales sobre el negocio de la televisión.

- **Mediaweek**  
Revista focalizada en el mercado estadounidense que ofrece herramientas de trabajo para analizar la industria de la televisión.
- **Variety**  
Revista con listados y tablas de ratings de audiencias y análisis económico del sector de la televisión y del cine.
- **World Screen News**  
Revista de carácter internacional con noticias y artículos de opinión.
- **Kidscreen**  
Dedicada al público infantil.

#### **Eventos Relacionados al Cine**

- **Conferencia de Profesionales del Cine**  
<http://cinegearexpo.com/>
- **Garden State Film Festival**  
Asbury Park, New Jersey  
[www.gsff.org/](http://www.gsff.org/)
- **Philadelphia Film Festival**  
Philadelphia, Pennsylvania  
[www.filmadelphia.org/content/philadelphia-film-festival](http://www.filmadelphia.org/content/philadelphia-film-festival)
- **DC International Film Festival**  
Washington, DC  
[www.filmfestdc.org/](http://www.filmfestdc.org/)
- **Independent Film Festival of Boston**  
Boston, Massachusetts  
[www.iffboston.org/](http://www.iffboston.org/)
- **Tribeca Film festival**  
New York, New York  
[www.tribecafilmfestival.org](http://www.tribecafilmfestival.org)
- **New York International Latino Film Festival**  
New York, New York  
[www.nylatinofilm.com](http://www.nylatinofilm.com)
- **Rhode Island International Film Festival**  
Newport, Rhode Island  
[www.film-festival.org/](http://www.film-festival.org/)
- **ACE Film Festival**  
New York City, New York

[www.acefest.com/](http://www.acefest.com/)

- Illinois International Film Festival  
Westmont, Illinois  
[www.illinoisinternationalfilmfestival.com/](http://www.illinoisinternationalfilmfestival.com/)
- Chicago International REEL Shorts Festival  
Ciudad: Chicago, Illinois  
[www.projectchicago.com/](http://www.projectchicago.com/)
- New York Film Festival (Film Society Lincoln Center)  
New York, New York  
[www.filmlinc.com/nyff/nyff.html](http://www.filmlinc.com/nyff/nyff.html)
- Chicago International Film Festival  
Chicago, Illinois  
[www.chicagofilmfestival.org/](http://www.chicagofilmfestival.org/)
- Erie Horror Film Festival  
Erie, Pennsylvania  
[www.eeriehorrorfest.com/](http://www.eeriehorrorfest.com/)
- New Hampshire Film Festival  
Portsmouth, New Hampshire  
[www.nhfilmfestival.com/](http://www.nhfilmfestival.com/)
- Woodstock Film Festival  
Woodstock, New York  
[www.woodstockfilmfestival.com/](http://www.woodstockfilmfestival.com/)
- Terror Film Festival  
Philadelphia, Pennsylvania  
[www.terrorfilmfestival.net/](http://www.terrorfilmfestival.net/)
- United Nations Documentary Film Festival  
New York, New York  
[www.storiesfromthefield.org/](http://www.storiesfromthefield.org/)
- Kent Film Festival  
Kent, Connecticut  
[www.kentfilmfestival.org/](http://www.kentfilmfestival.org/)
- Buffalo Niagara Film Festival  
Buffalo/Niagara, New York  
[www.buffaloniagarafilmfestival.com/](http://www.buffaloniagarafilmfestival.com/)
- United States Super 8mm Film & Digital Video Festival  
New Brunswick, New Jersey  
<http://www.njfilmfest.com/>

**Eventos Relacionados a la Televisión**

- Emmy Awards  
Premios de carácter internacional de la televisión.  
[www.iemmys.tv/](http://www.iemmys.tv/)
- L.A. Screenings  
Presentaciones de novedades en el cine y televisión para distribuidores y compradores.  
[www.lascreenings.org](http://www.lascreenings.org)
- Hugo Awards  
Premios a programas de TV tanto nacionales como internacionales.  
[www.thehugoawards.org](http://www.thehugoawards.org)