PMS

Estudio de Mercado Servicios Audiovisuales en México

MARZO 2017

Documento elaborado por la Oficina Comercial de Chile en Guadalajara-ProChile

DIRECON
Ministerio de Relaciones Exteriores
Gobierno de Chile

ProChile
MINISTERIO DE RELACIONES EXTERIORES

I. Tabla de contenido

I. Tabla de contenido 2

II. Resumen Ejecutivo 4

1. Nombre y descripción del servicio. 4

1.1. Análisis FODA 4

III. Identificación del servicio 5

1. Nombre 5

2. Descripción del servicio 5

Los servicios audiovisuales “comprenden los servicios de producción y distribución de películas cinematográficas y cintas de video, 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”. (OMC, 2017) 5

IV. Descripción general del mercado importador 6

1. Tamaño del mercado 6

2. Estabilidad económica, política, institucional y seguridad jurídica del mercado 8

3. Política nacional y marco legislativo aplicable al sector servicios 14

4. Disponibilidad de instrumentos financieros locales para la adquisición de servicios desde el exterior 16

5. Políticas y normativas respecto de las compras públicas de servicios 21

6. Infraestructura y telecomunicaciones disponibles 22

7. Principales mega-proyectos programados o en ejecución que inciden en la demanda de servicios 28

8. Participación del sector privado en las principales industrias de servicios 28

V. Descripción sectorial del mercado importador 29

1. Comportamiento general del mercado 30

2. Estadísticas de producción y comercio del servicio 34
3. Proporción de servicios importados 37
4. Dinamismo de la demanda 38
VI. Competidores 46
1. Descripción de los servicios otorgados por competidores locales o externos. 47
2. Segmentos y estrategias de penetración de competidores 49
3. Valores aproximados de servicios provistos u ofrecidos por competidores 50
VII. Obstáculos a enfrentar por los exportadores de servicios 52
VIII. Otra información relevante del mercado de destino 52
IX. Opiniones de actores relevantes en el mercado 57
X. Recomendaciones de la Oficina Comercial sobre la estrategia comercial en el mercado 62
XI. Contactos relevantes 63
XII. Material de apoyo relevante 63
XIII. Índice de tablas y gráficas 64
XIV. Fuentes de información. 66

El presente documento, de investigación de mercado e informativo, es propiedad de ProChile, organismo dependiente del Ministerio de Relaciones Exteriores de Chile. El acceso a este documento es de carácter público y gratuito. No obstante lo anterior, su reproducción íntegra parcial sólo podrá ser efectuada citándose expresamente la fuente del mismo, indicándose el título de la publicación, fecha y la oficina o unidad de ProChile que elaboró el documento. Al ser citado en una página Web, deberá estar linkeado al sitio de ProChile para su descarga.

II. Resumen Ejecutivo

1. Nombre y descripción del servicio.

Servicios de la Industria Audiovisual en México

1.1. Análisis FODA

<table>
<tr><td colspan="2" rowspan="2">• Identificar las casas distribuidoras según los proyectos.
• Establecer lazos con los tomadores de decisiones para las compras de proyectos.
• Presencia continua en festivales y circuitos de muestra o exhibición
• Compartir proyectos de producción.</td><td colspan="2">Factores Internos</td></tr>
<tr><td>Fortalezas
• Idioma.
• Afinidad cultural.
• Coyuntura de presentación de proyectos “de nuevo cine latino” en los circuitos internacionales
• Marca Sectorial.</td><td>Debilidades
• Falta de Acuerdo de Coproducción entre Chile y México
• Desconocimiento de los profesionales de la industria.
• Falta de continuidad de presencia comercial.</td></tr>
<tr><td>Factores Externos</td><td>Oportunidades
• Empresas chilenas serían las primeras en establecer oficinas de representación de la Industria en México.
• Concentración de productoras y distribuidoras en Ciudad</td><td>• Visitar las áreas de mercado de los principales festivales.
• Incrementar la presencia de misiones comerciales en FICG y DocsDF.</td><td>• Apoyos para la realización de misiones comerciales empresariales individuales o sectoriales.</td></tr>
</table>

	de México. • Aprovechamiento del prestigio internacional a raíz de los premios internacionales a los proyectos chilenos.		
	Amenazas • Alta presencia de distribuidoras transnacionales en México. • Inexistencia de acuerdos de distribución en el campo audiovisual a nivel Chile México y latinoamericano	• Detectar actores clave que sirvan de influenciadores y promotores de la industria de Chlie en México. • Integrar profesionales mexicanos en los proyectos.	• Revisar los proyectos nacionales mexicanos que sean de interés para una productora chilena para crear coproduccione s.

III. Identificación del servicio

1. Nombre

Servicios audiovisuales

2. Descripción del servicio

Los servicios audiovisuales "comprenden los servicios de producción y distribución de películas cinematográficas y cintas de video, 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". (OMC, 2017)[1]

De acuerdo con el documento La Industria Cinematográfica en México y su participación en la

[1] Organización Mundial del Comercio (2017). Servicios audiovisuales. Véase en: https://www.wto.org/spanish/tratop_s/serv_s/audiovisual_s/audiovisual_s.htm

cadena de valor "en la categoría de otros servicios se encuentran los servicios culturales y recreativos, que a su vez incluyen a las industrias creativas y los servicios audiovisuales" (CEPAL, pág. 12. 2010)[2].

El sector audiovisual ha sido históricamente importante en México y en los últimos años ha cobrado un activo dinamismo (CEPAL, 2010).

IV. Descripción general del mercado importador

1. Tamaño del mercado

De acuerdo con el Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática (INEGI) la economía en México creció un 2,5% durante 2015. Según datos del Banco Mundial, el Producto Interno Bruto (PIB) correspondió a $USD1.144 billones y el PIB per cápita se registró en USD$16.860[3]

Según el anuario estadístico de cine del 2015, realizado por el Instituto Mexicano de Cinematografía (IMCINE), en el 2013 la industria cinematográfica constituyó el 8,4% del total de los medios audiovisuales y representó el 0,03% del (PIB) de la economía nacional. En el mismo año el PIB de la cultura representó 2,8 % del total del país[4].

En datos más recientes de IMCINE, en 2013, el valor bruto de producción (VBP) del cine ascendió a 854 millones de dólares. Por otra parte, la actividad cinematográfica creció 8,8% con respecto al 2012, lo que significó un incremento de 56 millones de dólares. Por otra parte, la industria del cine generó 2.630 puestos de trabajo y pagó USD$20 millones en remuneraciones (IMCINE, 2015) [5].

En el 2015 se produjeron 140 películas mexicanas, superando así la cifra más alta en la historia nacional, la segunda más alta fue en 1958, con 135 producciones (IMCINE, 2015).

---

[2] CEPAL (2010). La Industria Cinematográfica en México y su participación en la cadena de valor. Véase en: http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/4903/S1001039.pdf;jsessionid=95EC24ADA4E513967D8A7083F33DD4AE?sequence=1

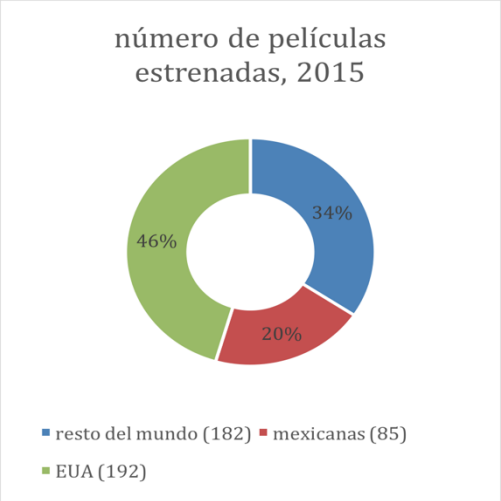
[3] Banco Mundial (2015). México. Véase en: http://datos.bancomundial.org/pais/mexico

[4] IMCINE (2016). Anuario Estadístico de Cine Mexicano 2015. Pág. . Recuperado de: http://www.imcine.gob.mx/sites/536bfc0fa137610966000002/content_entry56e33f9f9d72792dff003a13/56e346b69d7279f97300048b/files/Anuario_Estadi_stico_de_Cine_mexicano_2015.pdf consultado por última vez el

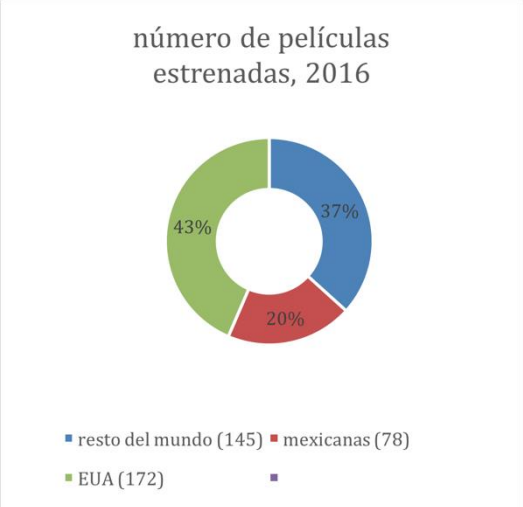
[5] IMCINE (2016). Anuario Estadístico de Cine Mexicano 2015. Pág. . Recuperado de: http://www.imcine.gob.mx/sites/536bfc0fa137610966000002/content_entry56e33f9f9d72792dff003a13/56e346b69d7279f97300048b/files/Anuario_Estadi_stico_de_Cine_mexicano_2015.pdf consultado por última vez el

Por otra parte, según CANACINE, en el mismo año se estrenaron 459 películas en México, de las cuales 85 películas fueron mexicanas y que corresponde al 18,5%[6]. En el 2016 se estrenaron 387 películas en México, 77 fueron mexicanas, lo que registra el 20% de películas que encontraron pantalla.

GRÁFICA 1: COMPARATIVO DEL NÚMERO DE PELÍCULAS ESTRENADAS EN 2015 Y 2016



Fuente: CANACINE, 2015

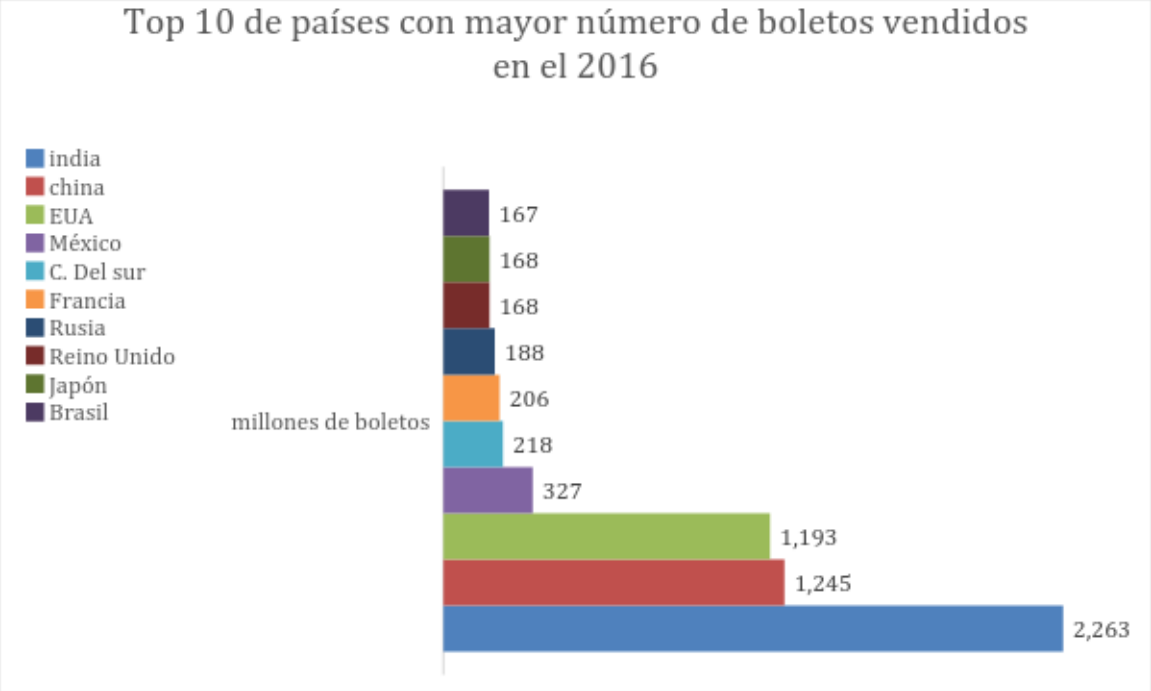


Fuente: CANACINE, 2016

México es el cuarto país con mayor número de boletos vendidos en el 2016. Por otra parte, fue el décimo con mayor taquilla en 2016, teniendo ganancias de $USD911 millones en el año.

[6] CANACINE (2015). Resultado definitivos 2015. Véase en: http://canacine.org.mx/wp-content/uploads/2014/04/Resultados-Definitivos-2015-ATI-1-1.pdf

GRÁFICA 2:TOP PAÍSES CON MAYOR NÚMERO DE BOLETOS VENDIDOS, 2016



Fuente de gráfica 2: CANACINE, 2016 [7]

Según los estudios preliminares del 2016 de la CANACINE, se estimaba que se vendieron 327 millones de boletos de cine en México, un 10% más que en 2015. Por otra parte, se estimó que los ingresos de taquilla ascenderían a USD$802 millones al cierre del año, un 9% más que el año pasado.

Además, reporta que en el mismo año la asistencia a las salas de exhibición promedio anual en México había sido de 2,5 per cápita[8].

2. Estabilidad económica, política, institucional y seguridad jurídica del mercado

La industria del cine en México cuenta con un extenso marco jurídico y herramientas para la producción y coproducción internacional, que regula, protege los derechos de autor y

[7] Cámara Nacional de la Industria Cinematográfica (2016). Resultados Preliminares 2016. Recuperado de: http://canacine.org.mx/wp-content/uploads/2014/04/Resultados-Preliminares-2016-1.pdf consultado por última vez el 25 de enero del 2017.

[8] Cámara Nacional de la Industria Cinematográfica (2016). Resultados Preliminares 2016. Recuperado de: CANACINE (2014) Véase en: http://canacine.org.mx/wp-content/uploads/2014/04/Resultados-Preliminares-2016-1.pdf consultado por última vez el 25 de enero del 2017.

promueven la competencia. El instituto que vela por estos intereses es el Instituto Mexicano de Cinematografía, IMCINE.

El Instituto Mexicano de Cinematografía (IMCINE)

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

Es la agencia encargada de fomentar el desarrollo de proyectos de coproducción. México es parte de Ibermedia y cuenta con acuerdos de coproducción bilateral con: Francia, Argentina, Canadá, España, Senegal y Venezuela. También mantiene un esquema de coproducción multilateral a través del Acuerdo Latinoamericano de Coproducción Cinematográfica, suscrito por: Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Costa Rica, Colombia, Cuba, Ecuador, España, México, Panamá, Puerto Rico, Portugal y Venezuela. El Acuerdo es multilateral pero también puede ser invocado como bilateral (PROMEXICO, 2015).

Comisión Mexicana de Filmaciones (COMEFILM)

http://www.comefilm.gob.mx/

La Comisión Mexicana de Filmaciones pertenece al Instituto Mexicano de Cinematografía, otorga la información y atención para productores nacionales y extranjeras que tengan intención de realizar un rodaje en el país, contactos institucionales, guías especializadas para el productor e incentivos para la industria fílmica y audiovisual. La COMEFILM tiene presencia en cada Estado de la República mexicana.

TABLA 1:DIRECTORIO DE COMISIONES FÍLMICAS ESTATALES

Directorio de comisiones fílmicas estatales		
Comisión Mexicana de Filmaciones (COMEFILM) Karen Witt Herrera Coordinadora General de la Comisión Mexicana de Filmaciones Tels.: 52 (55) 5448 5383/ 5329/ 5332 karen.witt@imcine.gob.mx locaciones.mexico@imcine. gob.mx www.comefilm.gob.mx	**Baja California Sur** Marcela Santisteban Directora de Mercadotecnia y Promoción Secretaría Estatal de Turismo de Baja California Sur Tel.: 52 (612) 124 0100 ext. 107 msantisteban@visitbajasur.travel www.visitbajasur.travel Concepción Talamantes Cota Directora de la Comisión Fílmica de Baja California Sur Secretaría Estatal de Turismo de Baja California Sur Tel.: 52 (612) 124 0100 ext.116 ccotat@visitbajasur.travel www.visitbajasur.travel	**Chiapas** Víctor Lenin Alegría Sánchez Director de Cinematografía / Sistema Chiapaneco de Radio, Televisión y Cinematografía Tel.: 52 (961) 617 0500 ext. 57063 contacto@radiotvycine.chiapas. gob.mx www.radiotvycine.chiapas.gob.mx María del Carmen Pérez Arma Dirección de Cinematografía / Televisión y Cinematografía Tel.: 52 (961) 61 70500 ext. 57063 locacioneschiapas@gmail.com

Aguascalientes Eduardo Gómez Coordinador de la Comisión de Filmaciones Secretaría de Turismo del Estado de Aguascalientes Tel.: 52 (449) 910 2088 ext. 4326 eduardo.gomez@aguascalientes.gob.mx	**Campeche** Luis Pinzón Charles Director de Servicios y Atractivos Turísticos Secretaría de Turismo del Estado de Campeche / Comisión Fílmica de Campeche Tel.: 52 (981) 816 1782 atractivos@campechetravel. com.mx lpinzoncharles@gmail.com www.campeche.travel	**Chihuahua** Fideicomiso ¡A Chihuahua! / Ingeniero Rogelio Gray Avitia Director General de Secretaría de Economía, Gobierno del Estado de Chihuahua Tel.: 52 (614) 429 3300 ext. 16161 rogelio.gray@chihuahua.com.mx
Baja California Gabriel del Valle B. Comisionado de Filmaciones Secretaría de Turismo del Estado de Baja California Tels.: 52 (664) 973 0430, 973 0424 infofilm@baja.gob.mx gabrielfilms@yahoo.com www.bajafilm.com	**Coahuila** Licenciada Martha Elena Moncada Zertuche Directora de Promoción y Fomento Turístico Secretaría de Desarrollo Económico, Competitividad y Turismo Tel.: 52 (844) 698 1068 ext. 5568 martha.moncada@coahuila. gob.mx	**Distrito Federal** Hugo Villa Smythe Director General de Comisión de Filmaciones de la Ciudad de Mexica Tel.: (52-55) 1719 3000 ext. 2071 hvillas@df.gob.mx www.cfilma.cultura.df.gob.mx
Tijuana César Elías González Carranco Coordinador de Gestión Fílmica Secretaria de Desarrollo Económico de Tijuana tel.: 52 (664) 973 7036 ext. 7552 celias@tijuana.gob.mx carrancoelias@gmail.com www.sedeti.tijuana.gob.mx	**Colima** Michel Torres García Coordinadora de Eventos y Relaciones Públicas Secretaría de Turismo del Estado de Colima Tels.: 52 (312) 316 2000, 316 20 21 michel@col.gob.mx	**Durango** Licenciado Sergio Gutiérrez Barraza Director de Cinematografía Programa de apoyo a realizadores / Dirección de Cinematografía del Estado / Secretaría de Turismo del Estado de Durango / Tel.: 52 (618) 137 4350 gutisergio@gmail.com Facebook: cinematografiadurango
continúa		
Estado de México Víctor Escalona Promotor cultural / Área de Promoción de la Cultura / Secretaría de Cultura del Estado de México / Tel: 52 (722) 274 2395 promociondelacultura@yahoo.com.mx	**Guerrero /Acapulco** Covadonga Gómez Huerta Subsecretaria de Fomento Turístico de Acapulco / Secretaría de Fomento Turístico Municipal / Tel. 52 (744) 440 7010 covygomez@me.com Linette Bergeret Muñoz Comisión Municipal de Filmaciones de Acapulco/ Secretaría de Fomento Turístico Municipal / Tel. 52 (744) 136 3329 comufilmaca@yahoo.com.mx	**Michoacán** Luis Fernando Gutiérrez Lara Director de la Comisión de Filmaciones de Michoacán / Secretaría de Turismo del Estado de Michoacán / Tel.: 52 (443) 317 8054 ext. 147 cofilmich@gmail.com

Guanajuato Enrique Arturo Avilés Pérez Director de Relaciones Públicas / Secretaría de Turismo del Estado de Guanajuato / Tel.: 52 (472) 103 9900 ext. 320 eavilesp@guanajuato.gob.mx www.guanajuato.mx Ricardo Vázquez López Director de Promoción y Difusión Tel.: 52 (472) 103 9900 ext. 330, 331 rvazquezl@guanajuato.gob.mx Eduardo Aburto Garduño Especialista en Relaciones Públicas / Secretaria de Turismo del Estado de Guanajuato / Tel.: 52 (473) 102 0300 ext. 312 eaburto@guanajuato.gob.mx	**Hidalgo** Licenciada Alejandra Lugo Aguirre Directora General de Promoción, Mercadotecnia y Comercialización/ Secretaría de Turismo del Estado de Hidalgo / alejandralugoaguirre@hotmail.com Tel.: 52 (771) 717 6000 ext. 1916/ Reynaldo Chavarría Subdirector de Cinematografía / Secretaría de Turismo del Estado de Hidalgo / Tel.: 52 (771) 717 6000 ext. 1956 / r_hgo@hotmail.com turismo@hidalgo.gob.mx	**Morelos** Licenciado Manuel Zepeda Mata Subsecretario de Fomento a las Artes en Morelos / Secretaría de Cultura del Estado de Morelos / Tel.: 01 (777) 318 6200 fomentoalasartes@gmail.com Licenciado Christian Hernández Figueroa Cuernavaca César Salgado Castañeda Secretario de Turismo y Desarrollo Económico de Cuernavaca / Tel.: 01 (777) 312 7081 turismo.cuerna.dg@gmail.com Director de Cine Morelos / Secretaría de Cultura del Estado de Morelos / Tel.: 01 (777) 310 3066 k.der.engel@gmail.com
Guerrero Licenciado Ignacio Terrazas Sánchez Subsecretario de Planeación / Secretaría de Fomento Turístico del Estado de Guerrero / Tel.: 52 (744) 435 1996 i.terrazas.sefotour@gmail.com / Rahel Alfonso Ávila Guzmán Director General de Mercadotecnia / Secretaría de Fomento Turístico del Estado de Guerrero / Tel.: 52 (744) 435 1983 ravila.sefotur@gmail.com	**Jalisco** Maestro Rodolfo Guzmán Salas Director de la Comisión de Filmaciones de Jalisco / Tel.: 52 (33) 1522 4040 rodolfo@filmaenjalisco.com http://visita.jalisco.gob.mx Miguel Ángel Villanueva Director de Locaciones y Permisos / Tel.: 52 (33) 1522 4040 miguel@filmaenjalisco.com Alexa Muñoz Directora de Vinculación / Tel.: (D.F): 52 (55) 1323 0650 ext.55507 Tel.: (Guadalajara) 52 (33) 1522 4040 alexa@filmaenjalisco.com Claudia Gaytán Encargada de Filmaciones / Secretaría de Turismo del Estado de Jalisco /Tel.: 52 (33) 3668 1686 / 03 ext. 31517 claudia.gaytan@jalisco.gob.mx	**Nayarit** Juan Guillermo Guerrero Coordinador de Relaciones Públicas e Industria Fílmica / Public Relations and Film Industry Coordinator Secretaría de Turismo del Estado de Nayarit / Tel.: 52 (322) 297 2516 ext. 116 / gguerrero@rivieranayarit.com http://rivieranayarit.com/film_commission
continúa		

Nuevo León Lesslye Yin Ramos Fundación Mexicana de Cine y Artes (FUMCA) / Coordinación del Área de Cine / Film Area Coordination Tel.: 52 (81) 8356 8771 yinramos@gmail.com www.fumca.mx Monterrey Ingeniero Jesús Hurtado Rodríguez Secretario del Ayuntamiento de Monterrey / Gobierno Municipal de Monterrey / Tel.: 01 (81) 8130 6565 lic.veronicamtzfdz@hotmail.com	**San Luis Potosí** Licenciada Beatriz Eugenia González Fernández Directora del Departamento de Filmaciones / Secretaría de Turismo del Estado de San Luis Potosí / Tel.: 52 (444) 814 9256 ext. 166 bgonzalez@turismoslp.com.mx Claudia Delgado Galicia cdelgado@turismoslp.com.mx clabedega@hotmail.com	**Tlaxcala** Licenciada María Adriana Moreno Durán Secretaría de Turismo y Desarrollo Económico / Tel.: 01 (246) 465 2960 ext. 3002 despacho@sectyde.gob.mx Ingeniero Héctor J. Parker Vázquez /Coordinador General / Coordinación de Radio, Cine y Televisión / Gobierno del Estado de Tlaxcala /Tels.: 01 (246) 462 5328, 462 1784 coracyt_noticias@yahoo.com.mx / Licenciado Romeo Peña Silva /Director de Televisión de Tlaxcala / Coordinación de Radio, Cine y Televisión / Gobierno del Estado de Tlaxcala /Tel.: 01 (246) 462 3851 / romeo_1208@hotmail.com / tlaxcalatv@hotmail.com
Oaxaca Margarita Martínez Figueroa Encargada del Área de Cinematografía / Secretaría de Turismo y Desarrollo Económico del Estado de Oaxaca /Tel.: 52 (951) 502 1200 ext. 1587 oaxfilm@yahoo.com.mx www.oaxaca.travel	**Sinaloa** Ingeniero Sergio Romero Barrera Director de la Unidad de Proyectos Especiales / Secretaría de Turismo del Estado de Sinaloa / Tel.: 01 (669) 915 6600 ext. 103 sergioromerobarrera@hotmail.com www.vivesinaloa.com www.sinaloa.gob.mx	**Veracruz** Profesora Silvia Monge Villalobos Directora de Promoción Turística y Cinematográfica / Secretaría de Turismo y Cultura del Estado de Veracruz / Tel.: 52 (228) 812 7585 ext. 2110 smonge@secturveracruz.gob.mx Licenciada Irasema Santiago Abrego / Subdirectora de Cinematografía/ Dirección General de Promoción Turística / Secretaría de Turismo y Cultura del Estado de Veracruz / Tel.: 52 (228) 812 7585 ext. 3114 / msantiago@secturveracruz.goeracruz Profesora Silvia Monge Villalobos Directora de Promoción Turística y Cinematográfica / Secretaría de Turismo y Cultura del Estado de Veracruz / Tel.: 52 (228) 812 7585 ext. 2110 / smonge@secturveracruz.gob.mx Licenciada Irasema Santiago Abrego/ Subdirectora de Cinematografía / Dirección General de Promoción Turística / Secretaría de Turismo y Cultura del Estado de Veracruz / Tel.: 52 (228) 812 7585 ext. 3114 / msantiago@secturveracruz.gob.mx

Puebla Héctor Ortiz Pérez Analista de Filmaciones / Film Analyst Dirección de Promoción y Publicidad // Secretaría de Turismo del Estado de Puebla / Tel.: (Oficina) 01 (222) 122 1100 ext. 8109 01 800 326 8656 hectorortizperez9@gmail.com www.puebla.travel	**Sonora** Alfredo Cabral Porchas Director de Turismo Regional y Cinematografía / Comisión de Fomento al Turismo del Estado de Sonora / Tel.: 52 (662) 289 5800 acabral@sonoraturismo.gob.mx www.sonoraturismo.gob.mx www.gotosonora.com	**Yucatán** Carlos R. Baqueiro Gamboa Coordinador de Relaciones Públicas / Secretaría de Fomento Turístico del Estado de Yucatán / Yucatan Tel.: 52 (999) 930 3760 ext. 22059 carlos.baqueiro@yucatan.gob.mx www.yucatan.travel Josué Carmona Tapia Coordinador de Relaciones Públicas / Tel.: 52 (999) 930 3760 ext. 22059
Querétaro Licenciada Mónica Plehn Directora de Promoción / Secretaría de Turismo del Estado de Querétaro / Tels.: 52 (442) 238 5071, 238 5069 mplehn@queretaro.gob.mx www.queretaro.travel Graciela Munguía Montiel Líder de Proyectos de Publicidad / Secretaría de Turismo del Estado de Querétaro / Tel.: 52 (442) 238 5071 gmunguia@queretaro.gob.mx	**Tabasco** Licenciada Gabriela Marí Vázquez Directora General del Instituto Estatal de Cultura de Tabasco / Tel.: 52 (993) 312 9166 iec.sria.part@hotmail.com	**Zacatecas** Licenciada Yuri Soto de la Torre Subsecretaría de Promoción Turística / Secretaría de Turismo del Estado de Zacatecas / Tel.: 52 (492) 922 1757 ext. 621 santayuri@hotmail.com Silvia Gabriela Marcial Reyes Directora Cineteca Zacatecas / Tel.: 01 (492) 925 5185 gabymarcialreyes@gmail.com https://www.facebook.com/cineteca.zacatecas.9?ref=ts&fref=ts
Quintana Roo Licenciado Juan Carlos Puga Director de Promoción / Subsecretaría de Promoción Turística / Secretaría de Turismo del Estado de Quintana Roo / Tel.: 52 (998) 881 9000 jcpuga@caribemexicano.travel www.caribemexicano.travel Licenciada Liz Briseño Atención a Proyectos Fílmicos / Subsecretaría de Promoción Turística / Secretaría de Turismo del Estado de Quintana Roo / Tel.: 52 (998) 881 9000 lizcervera@hotmail.com	**Tamaulipas** Ingeniero Pedro Luis Hernández Montemayor Director de Turismo Social / Secretaría de Desarrollo Económico y Turismo del Estado de Tamaulipas / Tel.: 52 (834) 107 8846 ext. 44212 pedro.hernandez@tamaulipas.gob.mx / http://www.turismotamaulipas.com / http://facebook.com/turismo.tamaulipas	

Fuente de tabla 1: CINEMA MÉXICO, 2016[9]

La institución mexicana que elabora información económica para la industria y de la cual se

[9] Instituto Mexicano de Cinematografía (2016) Cinema México 2014- 2016. Véase en: http://www.imcine.gob.mx/sites/536bfc0fa137610966000002/content_entry537f86cf93e05abc5500009f/56cf85069d7279e1be00043b/files/CINEMA_MEXICO_2016.pdf

basan tanto los privados como los entes públicos es Cinema México.

http://www.imcine.gob.mx/cinema-mexico

Es un instrumento de consulta para distribuidores, exhibidores, programadores de festivales y muestras, críticos e investigadores de cine.

Realiza una edición anual que reúne todas las producciones realizadas durante un periodo de tres años. Las ediciones se pueden consultar en línea en su página de internet.

3. Política nacional y marco legislativo aplicable al sector servicios

- **Sobre producción cinematográfica**

Ley Federal de Cinematografía[10]

"El objeto de la presente Ley es promover la producción, distribución, comercialización y exhibición de películas, así como su rescate y preservación, procurando siempre el estudio y atención de los asuntos relativos a la integración, fomento y desarrollo de la industria cinematográfica nacional". La ley Federal de Cinematografía cuenta con un reglamento que puede ser consultado en línea[11].

Ley Federal de Radio y Televisión[12]

"La presente Ley tiene por objeto regular el servicio de radiodifusión. El uso, aprovechamiento o explotación de las bandas de frecuencias del espectro radioeléctrico para prestar el servicio de radiodifusión sólo podrá hacerse previos concesión o permiso que el Ejecutivo Federal otorgue en los términos de la presente ley".

En el 2013, a comienzos del Gobierno de Enrique Peña Nieto y a partir de un acuerdo llamado Pacto por México, se aprobaron distintas reformas constitucionales. Una de ellas fue la Reforma Constitucional en Telecomunicaciones y Competencia Económica que también involucra a radiodifusión y a derechos informativos.

---

[10] Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión (1992) Ley Federal de Cinematografía. Véase en: http://www.imcine.gob.mx/sites/536bfc0fa137610966000002/content_entry537f86d693e05abc55000278/53d19eb09d7279bf03004ffb/files/1.pdf

[11] Reglamento de la Ley Federal de Cinematografía. Véase en: http://www.imcine.gob.mx/sites/536bfc0fa137610966000002/content_entry537f86d693e05abc55000278/53d19eb29d7279108a014a3a/files/2.pdf

[12] Cámara de Diputados del H. Congreso de a Unión. Véase en: http://www.imcine.gob.mx/sites/536bfc0fa137610966000002/content_entry537f86d693e05abc55000278/53d19e9b9d7279af9f0044f6/files/6.pdf

Por otra parte, se creó el Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT), que tiene autonomía constitucional y autoridad para la regulación de telecomunicaciones, radiodifusión, contenidos y competencia económica. También, se le revocaron y otorgaron concesiones que anteriormente eran potestad del Gobierno. Además, "se incluye la apertura para la inversión extranjera en ambos sectores; la existencia de una diversidad de sectores de medios: concesiones de uso comercial, público, privado y social que incluyen a las comunitarias e indígenas; la creación de un Sistema Nacional de Radiodifusión Pública con autonomía de operación y gestión y participación ciudadana; el reconocimiento constitucional de los medios comunitarios e indígenas, dentro de la categoría de "concesiones sociales"; y el reconocimiento al derecho de las audiencias ante los propios medios, de los usuarios para telecomunicaciones y del acceso universal a las tecnologías de la información y comunicación, incluyendo la banda ancha y el internet" (Observacom, 2014)[13].

La reforma aprobada unifica todas las autorizaciones como "concesiones" y éstas son aprobadas por el IFT. Dichas concesiones pueden ser otorgadas a las emisoras comerciales, medios oficiales, culturales, de experimentación, escuelas radiofónicas o las que establezcan las entidades y organismos públicos para el cumplimiento de sus fines o servicios[14].

- **Sobre los derechos de Autor**

Ley Federal del Derecho de autor[15]

"La presente Ley tiene por objeto la salvaguarda y promoción del acervo cultural de la Nación; protección de los derechos de los autores, de los artistas intérpretes o ejecutantes, así como de los editores, de los productores y de los organismos de radiodifusión, en relación con sus obras literarias o artísticas en todas sus manifestaciones, sus interpretaciones o ejecuciones, sus ediciones, sus fonogramas o videogramas, sus emisiones, así como de los otros derechos de propiedad intelectual". La ley Federal de Derechos de Autor tiene un Reglamento que puede ser consultado en línea.[16]

---

[13] Observatorio Latinoamericano de Regulación, Medios y Convergencia (2014). Sobre el marco legal mexicano. Disponible en línea en: http://www.observacom.org/bdlegislativa/base-de-datos-legislativa-mexico-2/sobre-el-marco-legal-mexicano/

[14] Observatorio Latinoamericano de Regulación, Medios y Convergencia (2014). Sobre el marco legal mexicano. Disponible en línea en: http://www.observacom.org/bdlegislativa/base-de-datos-legislativa-mexico-2/sobre-el-marco-legal-mexicano/

[15] Ley Federal del Derecho del Autor. Véase en http://www.imcine.gob.mx/sites/536bfc0fa137610966000002/content_entry537f86d693e05abc55000278/53d19eb29d7279bf0300503a/files/3.pdf

[16] Reglamento de la Ley Federal del Derecho de Autor. Véase en http://www.imcine.gob.mx/sites/536bfc0fa137610966000002/content_entry537f86d693e05abc55000278/53d19eb29d727949660003a6/files/4.pdf

Los dos entes de la república mexicana que cuentan con una ley de filmaciones son Baja California y la Distrito Federal.

Ley de Filmaciones de Baja California[17]

La presente ley establece un orden y regulación para el desarrollo y crecimiento de la industria fílmica, abriendo así nuevas oportunidades de inversión y negocios para la región. Se crea el Consejo Consultivo Estatal de Filmaciones, un órgano colegiado de consulta conformado por miembros de la comunidad fílmica, organismos económicos del Gobierno del Estado y de la iniciativa privada. Por otra parte, a los creadores se les garantiza el derecho de filmar sin necesidad de obtener permisos.

Ley de Filmaciones en el Distrito Federal[18]

En abril de 2009, la Asamblea Legislativa de la Ciudad de México promulgó la Ley de Filmaciones de la Ciudad de México. Dicha ley surgió con la intención de ser un marco normativo claro y transparente que regule de forma adecuada su actividad en la vía pública.

Ley de Fomento al Cine Mexicano en el Distrito Federal[19]

Las disposiciones de esta ley fomentan acciones y programas que los órganos de gobierno del Distrito Federal llevan a cabo con la finalidad de promover, fomentar y desarrollar al cine mexicano.

4. Disponibilidad de instrumentos financieros locales para la adquisición de servicios desde el exterior

"México ofrece atractivos esquemas de incentivos diseñados para la industria, desde los otorgados por el Fondo Pro Audiovisual, creado para estimular a las producciones internacionales de gran escala, hasta los distintos programas de incentivos encaminados a impulsar la producción nacional a los cuales las producciones extranjeras tienen acceso a través de la vinculación por coproducción" (PROMEXICO, 2015).

---

[17] H. XIX Legislatura del Estado de Baja California (2010). Periódico oficial. Véase en: http://www.imcine.gob.mx/sites/536bfc0fa137610966000002/content_entry537f86d693e05abc55000278/53d19e979d7279af9f0044f2/files/10.pdf

[18] Ciudad de México, Secretaría de Cultura. Comunicado de Prensa. Recuperado de: http://www.cultura.cdmx.gob.mx/comunicacion/nota/944-16 el día 20 de enero del 2017.

[19] Ley de Fomento al Cine Mexicano en el Distrito Federal. Véase en: http://www.imcine.gob.mx/sites/536bfc0fa137610966000002/content_entry537f86d693e05abc55000278/53d19e989d7279af9f0044f3/files/9.pdf

De acuerdo a estadísticas de IMCINE, el 70% de las producciones mexicanas en el 2015 fueron apoyadas por el Estado.

El Programa de Apoyo a la Industria Cinematográfica y Audiovisual de Alto Impacto, fue impulsado en el 2010 con el propósito de consolidar al país como un importante destino de filmaciones y construir una plataforma integral de atención a la industria.

A continuación, encontrará la explicación detallada de cada uno de los elementos que conforman la plataforma del programa.

- **Devolución del Impuesto al Valor Agregado**

"Las producciones fílmicas o audiovisuales producidas en México y que su explotación comercial primaria sea realizada fuera del país se consideran como un "producto de exportación" y quedan exentas del Impuesto al Valor Agregado (IVA)" (PROMEXICO, 2015). [20]

Este beneficio es otorgado por medio de la devolución de dicho impuesto erogado por los gastos realizados en el país y este puede ser de hasta 16%, siempre y cuando se cuente con los requisitos fiscales establecido por la Ley mexicana (PROMEXICO, 2015) [21].

Este beneficio se otorga a través de la devolución de dicho impuesto erogado por los gastos realizados en el país y puede ser de hasta el 16% del total de éstos, cuyos comprobantes cuenten con los requisitos fiscales que establece la Ley mexicana. Las validaciones de los comprobantes de gastos deben realizarse por una compañía autorizada por el Servicio de Administración Tributaria (SAT).

Para que se efectúe la devolución de impuestos se requiere de un contribuyente registrado en México. Para dicho propósito se puede abrir una compañía o recurrir a una compañía de servicios de producción con experiencia.

- **Fondo PROAUDIOVISUAL (Fondo PROAV)**

"El Fondo Pro Audiovisual otorga a las producciones, nacionales o extranjeras, un incentivo de hasta el 7,5% sobre el total de gastos elegibles realizados y facturados en México, cuyo monto mínimo sea igual o mayor a $40 millones de pesos en gastos de producción o 10 millones de pesos de postproducción, lo que equivale en dólares a USD$2.306.831,68 y USD$576.707,92 respectivamente para obras audiovisuales y/o audiovisuales interactivas como lo son los

[20] PROMEXICO (2015). Incentivos y financiamiento Film Friendly. Disponible en línea en: https://www.gob.mx/promexico/acciones-y-programas/incentivos-y-financiamiento-film-friendly?idiom=es

[21] PROMEXICO (2015). Incentivos y financiamiento Film Friendly. Disponible en línea en: https://www.gob.mx/promexico/acciones-y-programas/incentivos-y-financiamiento-film-friendly?idiom=es

efectos visuales, animación y videojuegos" (PROMEXICO, 2105) [22].

Las políticas del Fondo PROAV son muy flexibles en cuanto a lo que contempla como los gastos elegibles siempre y cuando, dichos gastos, cuenten con las facturas fiscales autorizadas. Prácticamente todo gasto hecho en México referido a la producción y post producción de una película o producción audiovisual está contemplado.

Estos gastos pueden ser: pagos de nómina de trabajadores, actores de reparto, cuotas sindicales, renta de equipo especializado, renta de autos, combustibles, habitaciones de hotel, boletos de avión, alimentación, compras de materiales de construcción, renta de oficinas, locaciones, equipo de cómputo y oficina, compra de negativo, material virgen, revelado, "telecines", intermediación digital, gradación de color, elaboración de copia "0", pago de seguridad privada para set, por mencionar algunos, son gastos elegibles.

Cabe mencionar que la suma de los porcentajes obtenidos con la devolución del IVA y el Fondo PROAUDIOVISUAL no puede sobrepasar el 17,5% del total de gastos aprobados.

Incentivos a las Producciones Nacionales

México cuenta con esquemas de incentivos para impulsar la producción nacional y donde está contemplada la asociación con otros países a través de la coproducción. Para ello, cuenta con convenios de coproducción internacional preestablecidos, los cuales regulan los procesos de colaboración entre las partes que se involucran (PROMEXICO, 2015) [23].

En caso de contar con un convenio de asociación o coproducción con una empresa mexicana, se puede acceder a los siguientes fondos:

- **EFICINE 189**

Estimulo otorgado por La Ley del Impuesto sobre la Renta y el artículo 189, un estímulo fiscal para los contribuyentes que apoya la producción o postproducción de largometrajes de ficción, animación y/o documental; así como la distribución de películas.

Los contribuyentes que inviertan en proyectos cinematográficos en México pueden obtener un crédito fiscal que equivale al monto de su inversión, contra el impuesto sobre la renta en el ejercicio en el que se determine el crédito. Bajo un esquema de producción, una compañía extranjera asociada con una productora nacional puede tener acceso a este incentivo

[22] PROMEXICO (2015). Incentivos y financiamiento Film Friendly. Disponible en línea en: https://www.gob.mx/promexico/acciones-y-programas/incentivos-y-financiamiento-film-friendly?idiom=es

[23] PROMEXICO (2015). Incentivos y financiamiento Film Friendly. Disponible en línea en: https://www.gob.mx/promexico/acciones-y-programas/incentivos-y-financiamiento-film-friendly?idiom=es

(PROMEXICO, 2015) [24].

-Fondo para la Producción Cinematográfica de Calidad (FOPROCINE)

Es un fideicomiso con convocatorias de apoyo para producción o postproducción de largometrajes (de 75 minutos o más) de ficción, documental y/o animación.

Los tipos de apoyo que otorga el FOPROCINE, podrán ser vía: capital de riesgo, crédito, garantía, promoción o reconocimiento a la eficiencia (PROMEXICO, 2015)[25].

- **Fondo de Inversión y Estímulos al Cine (FIDECINE)**

FIDECINE es un fideicomiso de apoyo a la producción, postproducción, distribución y exhibición de largometrajes con una duración de 75 minutos o más, de ficción y/o animación que otorga apoyos vía capital de riesgo y créditos.

El fondo ofrece un sistema de apoyos financieros, de garantía, de estímulos y de inversiones en beneficio de los productores, de los comercializadores y de los exhibidores de películas nacionales. El apoyo FIDECINE puede combinarse con el EFICINE pero no con FOPROCINE.

Programa Ibermedia[26]

Es un fondo de apoyo y cooperación a la cinematografía iberoamericana. Entrega apoyo financiero reembolsable a proyectos audiovisuales de los países miembros del Programa: Argentina, Bolivia, Brasil, Colombia, Cuba, Chile, España, México, Perú, Portugal, Puerto Rico, Uruguay y Venezuela.

Acuerdo Iberoamericano de Coproducción Cinematográfica[27]

Participan las autoridades audiovisuales y cinematográficas de veintiún países: Argentina, Bolivia, Brasil, Colombia, Costa Rica, Cuba, Chile, Ecuador, El Salvador, España, Guatemala, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, Portugal, Puerto Rico, República Dominicana, Uruguay y Venezuela. El Acuerdo Iberoamericano de Coproducción Cinematográfico tiene un Reglamento que puede ser consultado en línea.

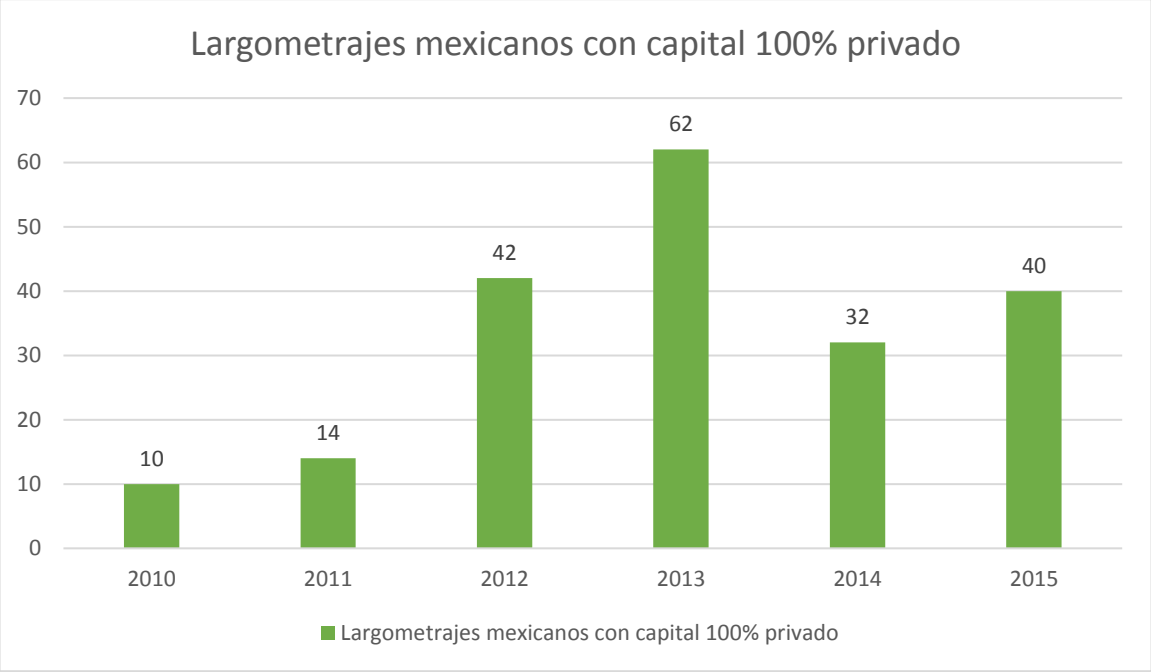
GRÁFICA 3: LARGOMETRAJES MEXICANOS CON CAPITAL 100% PRIVADO

[24] PROMEXICO (2015). Incentivos y financiamiento Film Friendly. Disponible en línea en: https://www.gob.mx/promexico/acciones-y-programas/incentivos-y-financiamiento-film-friendly?idiom=es

[25] PROMEXICO (2015). Incentivos y financiamiento Film Friendly. Disponible en línea en: https://www.gob.mx/promexico/acciones-y-programas/incentivos-y-financiamiento-film-friendly?idiom=es

[26] Programa Ibermedia. Véase en: http://www.programaibermedia.com/

[27] Reglamento a la Ley federal de Derechos de Autor. Véase en: http://caci-iberoamerica.org/wp-content/uploads/2016/09/raicoci-2007-reglamento-acuerdo-coproduccion-2007.pdf

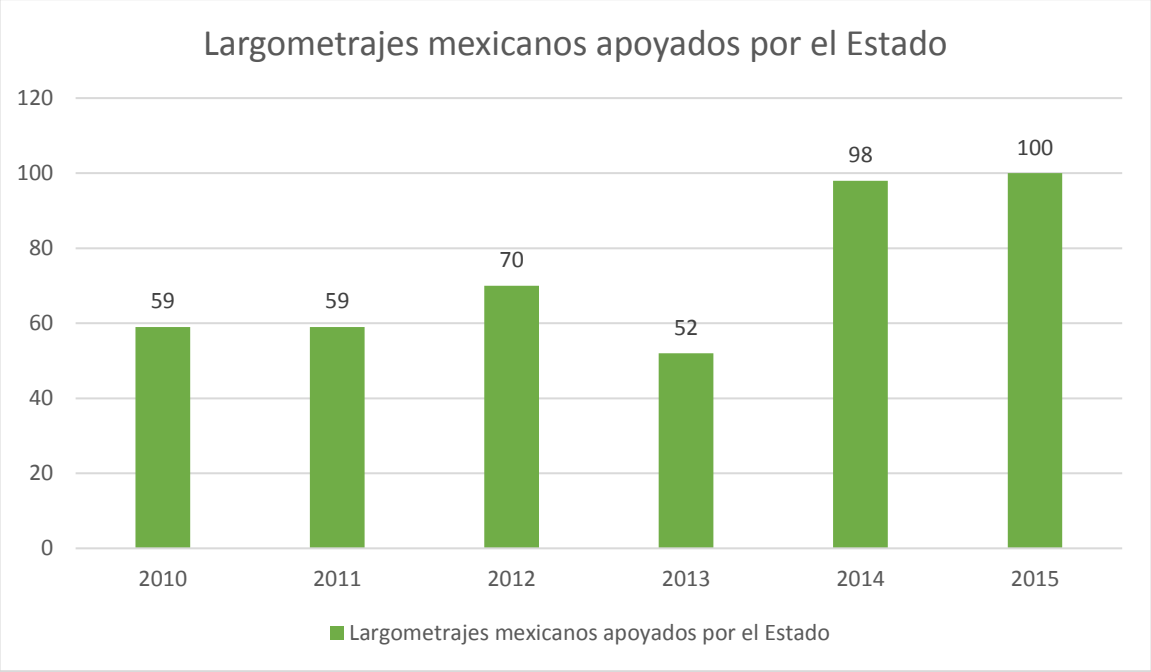


*El indicador se refiere a las películas que iniciaron rodaje.

Fuente de gráfica 3: CINEMA MÉXICO, 2016[28]

GRÁFICA 4: LARGOMETRAJES MEXICANOS APOYADOS POR EL ESTADO

[28] IMCINE (2016) Cinema México 2014- 2016. Véase en: http://www.imcine.gob.mx/sites/536bfc0fa137610966000002/content_entry537f86cf93e05abc5500009f/56cf85069d7279e1be00043b/files/CINEMA_MEXICO_2016.pdf



*El indicador se refiere a las películas que iniciaron rodaje.

Fuente de gráfica 4: Cinema México, 2016[29]

5. Políticas y normativas respecto de las compras públicas de servicios

La Red de Radiodifusoras y Televisoras Educativas y Culturales de México, A.C (La Red), es una asociación que cuenta con 57 afiliados (56 de ellos son sistemas de Radio y Televisión Públicos Gubernamentales, de instituciones educativas y culturales, así como de la sociedad civil. Por su origen, estos medios dependen tanto de gobiernos y organismos estatales como de instituciones federales y universidades públicas y privadas. [30]

El Sistema Público de Radiodifusión (SPR) del estado mexicano es el organismo que se encarga de agrupar y guiar los canales públicos que operan en el país.

Entre las actividades de La Red se encuentra la de facilitar las compras de productos audiovisuales, y de esta manera maximizar el uso del presupuesto de sus asociados (ICEX, 2015)[31].

[29] IMCINE (2016) Cinema México 2014- 2016. Véase en: http://www.imcine.gob.mx/sites/536bfc0fa137610966000002/content_entry537f86cf93e05abc5500009f/56cf85069d7279e1be00043b/files/CINEMA_MEXICO_2016.pdf

30 Red México. Véase en: http://www.redmexico.org.mx/acerca.php

[31] Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en México D.F (2015). El Mercado audiovisual en México noviembre 2015.

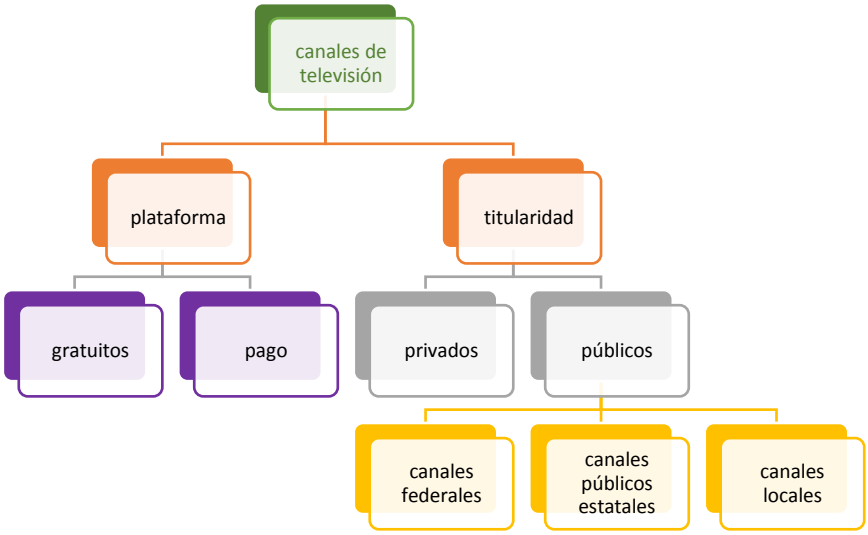
6. Infraestructura y telecomunicaciones disponibles

Industria de la televisión

Según la Encuesta Nacional de Consumo de Contenidos Audiovisuales en Radio, Televisión e Internet del Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) que se levantó entre el 24 de octubre y el 22 de noviembre de 2015 tanto en zonas urbanas como rurales, reveló que en el 2015 el 98% de los hogares posee al menos una televisión y en promedio cada hogar cuenta con dos aparatos. Por otra parte, el 56% de la población cuenta con señal de televisión abierta[32].

- Canales de televisión

GRÁFICA 5: CANALES DE TELEVISIÓN EN MÉXICO



Fuente de gráfica 5: ICEX, 2015[33]

Los canales de televisión en México se dividen según la plataforma y la titularidad.
-Plataforma: Se dividen en canales gratuitos u de pago. A su vez, los de pago se subdividen en

[32] Instituto Federal de Telecomunicaciones (2015). Encuesta Nacional de consumo de contenidos de audiovisuales en radio, televisión e internet. Véase en: http://www.ift.org.mx/comunicacion-y-medios/comunicados-ift/es/el-ift-da-conocer-la-encuesta-nacional-de-consumo-de-contenidos-audiovisuales-en-radio-television consultado por última vez el 15 de febrero del 2017.

[33] Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en México D.F (2015). El Mercado audiovisual en México noviembre 2015.

satélite y cable. Sin embargo, un mismo canal se puede emitir en distintas plataformas.
- Titularidad: Se dividen por públicos o privados.

Privados: Son concesiones a cadenas privadas y se les permite lucran con comerciales publicitarios. Estos son: Televisa, Tv Azteca, MVS Multivisión, Megacable.

Actualmente, el mercado de la televisión de canales privados en México está concentrada por dos grandes corporativos: Grupo Televisa y Tv Azteca, ya que en su conjunto concentran el 95% de las concesiones, 96% de la audiencia y 99% de los ingresos por publicidad. Por otra parte, Televisa opera el 56% del mercado de TV abierta y Tv Azteca opera el 39%.
Sin embargo, se espera que con la transición a la Televisión Digital Terrestre (TDT, que culminó el 31 de diciembre del 2016) y la digitalización del sector incremente la competencia (ICEX, 2015) [34].

Por otra parte, la cadena de TDT abierta Cadena Tres ganó en marzo de 2015 una licitación que proyecta el alcance de una cobertura del 93% de la población mexicana, lo que provocará más competencia y un crecimiento del mercado de contenidos en los próximos años.

Públicos: No tienen permiso a lucrar con publicidad comercial. Estos se componen por canales federales, públicos estatales y locales. El Sistema Público de Radiodifusión (SPR) del estado mexicano es el organismo que agrupa y regula los canales públicos que operan en el país.
- Canales federales: Canal 11, 22, 30, Ingenio TV y TV UNAM.
- Canales público estatales: Son canales que se pueden ver de forma gratuita en ese estado, pero también se encuentran en plataformas de pago para el resto del país. Actualmente existen 28 canales públicos estatales en México.
- Canales locales: Hay canales de titularidad pública y privada. Emiten en abierto en su localidad y también se pueden encontrar en plataformas de satélite. Actualmente existen 100 canales locales alrededor del país.
- Canales de pago: Los contenidos de estas plataformas son de propia producción o de terceros. Las plataformas de canales de pago son: SKY, Dish- MVS, Megacable, Izzi, Cablevisión Red, Total Play.

Plataformas digitales

[34] Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en México D.F (2015). El Mercado audiovisual en México noviembre 2015.

De acuerdo con datos de The Competitive Unit, se esperaba que en 2015 la banda fija llegara a 18,6 millones de usuarios en el país, en tanto que la banda ancha móvil para teléfonos inteligentes y tabletas creciera a 32,6 millones de usuarios.

En México operan 14 plataformas digitales en el país, de las cuales tres son de participación pública. Por otra parte, las plataformas Netflix y Claro Video concentran más de 90% de los suscriptores[35].

Plataformas digitales en México (IMCINE, 2015)[36]:

- Filminlatino, con un catálogo de 1,600 películas.
- Cinema México, que ha llegado a 150 bibliotecas públicas del país y a 200 mil espectadores.
- Pantalla CACI, que cuenta con una oferta de cine iberoamericano y es dirigida a universidades e institutos de educación superior.
- Retina latina, que ofrece títulos gratuitos para el público latinoamericano.

TABLA 2: PLATAFORMAS DIGITALES Y MÉTODOS DE COMERCIALIZACIÓN

	sVo (Subscription Video on Demand)	**TVoD (Transactional Video on Deman)**	**FVoD (Free Video on Demand)**
Filminlatino	USD$2,8 Acceso ilimitado a películas y series, excepto la categoría de títulos diamante naranja	USD$1 Disponible 48 hrs. A partir de la primera reproducción	Algunos títulos, tanto cortos como largometrajes, están disponibles permanentemente y otros de manera temporal; por lo general son películas de reciente estreno o a estrenarse en salas próximamente
Netflix	USD$5,7 dls básico/USD$7,5 estándar/USD$9.24 Premium	-----	los primeros 30 días
iTunes	-----	El precio varía según el título elegido; no hay	ocasionalmente

[35] Instituto Mexicano de Cinematografía (2015). Anuario Estadístico del Cine Mexicano. Véase en: http://www.imcine.gob.mx/sites/536bfc0fa137610966000002/content_entry56e33f9f9d72792dff003a13/56e346b69d7279f97300048b/files/Anuario_Estadi_stico_de_Cine_mexicano_2015.pdf

[36] Instituto Mexicano de Cinematografía (2015). Anuario Estadístico del Cine Mexicano. Véase en: http://www.imcine.gob.mx/sites/536bfc0fa137610966000002/content_entry56e33f9f9d72792dff003a13/56e346b69d7279f97300048b/files/Anuario_Estadi_stico_de_Cine_mexicano_2015.pdf

		opción de renta, sino de compra de una copia digital	
Claro video	USD$69 Títulos y disponibilidad ilimitados; no incluye pago por evento	El precio varía según el título elegido; suscripción al sistema SVoD Vigencia de 24 hrs. A partir de la primera visualización	Incluid en el servicio de internet y/o telefonía fija de Telmex, un mes para clientes Telcel
Veo	USD$99 u USD$89 a suscriptores de televisión restringida de Grupo Televisa	De USD$1,4 a USD$2,3 según el título, 30 días a partir de la fecha de pago. Disponible por 24 hrs. Una vez iniciado el programa	Los primeros 30 días
Cinépolis Klic	-----	El precio varía según el título, descuentos por medio de puntos con la tarjeta club cinépolis	-----
Google Play	El precio varía según el título; no todos están disponibles para esta opción	El precio y el tiempo para reproducción varía según el título	Algunos títulos están disponibles
Crackle	-----	-----	Siempre
Sony Entertainment Network	-----	El precio varía según el título, disponible por 8 hrs. Desde la primera reproducción	-----
Dish Móvil	USD$9,5 Necesaria suscripción al sistema de TV restringida de Dish	-----	Un mes gratuito para suscriptores de Dish (plataforma de televisión de paga)
MUBI	USD$4 Catálogo itinerante; 30 títulos	-----	-----

HBO GO/ Dish OTT	disponibles por 30 días		
Cinema uno	USD$4 Títulos y disponibilidad ilimitadas; no incluye pago por evento	USD$2 títulos de reciente estreno; USD$25, títulos no recientes 30 días para - la visualización	Únicamente los primeros 30 días

Fuente de tabla 2: IMCINE, 2015[37]

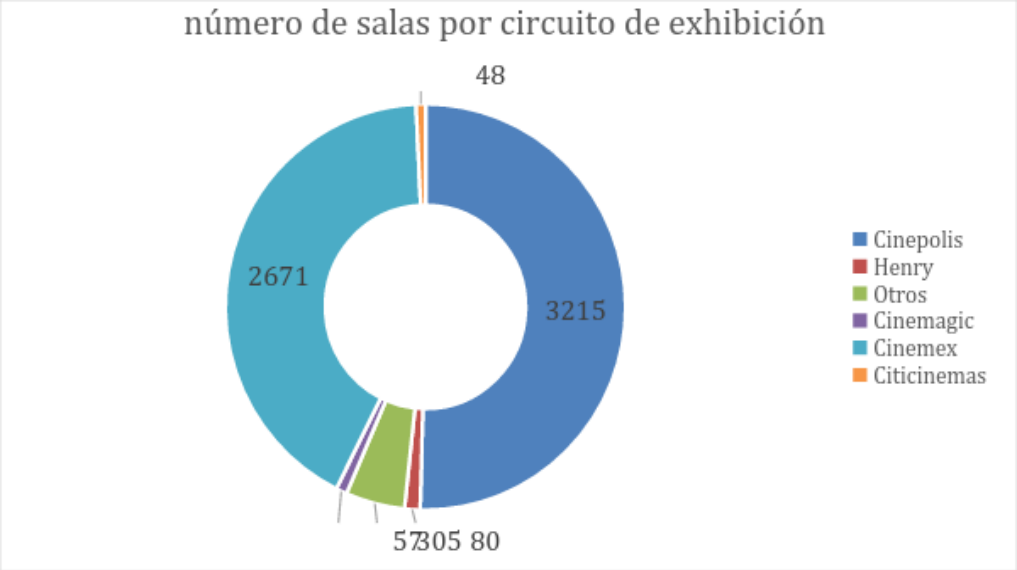
Industria Cinematográfica

En cuanto a infraestructura, México es el cuarto país con más cantidad de salas de cine, que cuenta con 6,308 pantallas al 2016. Durante 2016 la proporción de asistentes por sala ha sido de 47,700. Sin embargo, es el 6to país con el precio promedio de boleto más bajo del mundo, con un costo de $3 dólares (CANACINE, 2016).

En el 2016 se sumaron 297 salas a la oferta de salas de todo el mundo, un 5% más que el año pasado.

GRÁFICA 6:NÚMERO DE SALAS POR CIRCUITO DE EXHIBICIÓN

[37] Instituto Mexicano de Cinematografía (2015). Anuario Estadístico del Cine Mexicano. Véase en: http://www.imcine.gob.mx/sites/536bfc0fa137610966000002/content_entry56e33f9f9d72792dff003a13/56e346b69d7279f97300048b/files/Anuario_Estadi_stico_de_Cine_mexicano_2015.pdf



Fuente de gráfica 6: CANACINE, 2016 [38]

GRÁFICA 7: TOP 10 PAÍSES CON LA MAYOR CANTIDAD DE SALAS DE CINE

Fuente de gráfica 7: CANACINE, 2016[39]

[38] Cámara Nacional de la Industria Cinematográfica (2016). Resultados Preliminares 2016. Recuperado de: http://canacine.org.mx/wp-content/uploads/2014/04/Resultados-Preliminares-2016-1.pdf consultado por última vez el 25 de enero del 2017.

[39] Cámara Nacional de la Industria Cinematográfica (2016). Resultados Preliminares 2016. Recuperado de:

7. Principales mega-proyectos programados o en ejecución que inciden en la demanda de servicios

Festival internacional de Cine de Guadalajara (FICG)

http://www.ficg.mx/

El Festival Internacional de Cine en Guadalajara es un acontecimiento cultural de gran relevancia para la ciudad y para el país, catalogado como uno de los escaparates para la apreciación, difusión, promoción y distribución del cine mexicano e iberoamericano.

Con una oferta para la Industria Cinematográfica que le ha permitido posicionarse en el ámbito nacional e internacional; es un foro para la formación, instrucción e intercambio creativo entre los profesionales, críticos de la cinematografía internacional y estudiantes de Iberoamérica.

Chile fue país invitado de honor en la 18va edición del Festival internacional de Cine de Guadalajara, misma que se celebró en marzo del 2003. En marzo del 2017 el FICG celebra su edición 32. A partir de esa fecha, como un esfuerzo de apoyo y fomento a la industria nacional chilena, el Gobierno de Chile apoya, promueve y gestiona la participación de una delegación empresarial para que participe en el área de mercado del Festival.

MIP Cancún

www.mipcancun.com

MIP Cancún es un mercado de contenido y summit con una duración de 3 días. Dedicado a la programación televisiva en América Latina y el mercado hispano en Estados Unidos. Cuenta con un foro para el encuentro, el desarrollo nuevas vías de distribución, formular planes digitales, hacer negocios y crear nuevas alianzas.

8. Participación del sector privado en las principales industrias de servicios

Cámara Nacional de la Industria Cinematográfica y del Videograma
www.canacine.org.mx

Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión

http://canacine.org.mx/wp-content/uploads/2014/04/Resultados-Preliminares-2016-1.pdf consultado por última vez el 25 de enero del 2017.

www.cirt.com.mx

Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de mercado y opinión pública.
www.amai.org

Red de Radiodifusoras y Televisoras Educativas y Culturales de México (La Red)
www.lared.org.mx

Asociación Mexicana de Filmadoras A.C
www.amfi.mx

V. Descripción sectorial del mercado importador

La tendencia del consumo de proyectos importados tiene estrecha relación con la industria de Hollywood en México. Las películas con mayor consumo en taquilla fueron Capitán América, Batman Vs. Superman: El Origen y Escuadrón Suicida que corresponde a proyectos de entretenimiento. Sin embargo, existe el nicho de consumo que tiende a proyectos que responden a un consumidor con un nivel socioeconómico más alto, que tiene acceso a información más crítica, es más culto y serio en la selección audiovisual. De ahí que se cuenten con áreas como: inclusión social, género, educación o cultura en general.

Documentales

En 2015 se realizaron 50 películas de e este género en el país, la cifra más alta registrada desde el 2010. El documental representa el 35% de la producción en México.
En este género es donde se producen más películas de forma totalmente independiente o en colaboración con organizaciones de la sociedad civil e instituciones. Sin embargo, los realizadores de este género también participan en los distintos apoyos que ofrece el Estado.

Películas dirigidas por mujeres

En el 2015, las producciones dirigidas por mujeres incrementaron en un 25% con respecto al 2014. De los 50 documentales realizados en el mismo año, el 20% de ellos fueron dirigidos por

mujeres, un incremento del 5 % respecto al 2014 (IMCINE,2016) [40]

Cortometrajes

En el 2015 se realizaron 453 cortometrajes, de los cuales el 72% fueron de ficción, el 20% fueron documentales y el 8% animaciones. En promedio, en los últimos seis años se han producido más de 480 cortometrajes. Dichos documentales se realizaron prácticamente en todos los estados de la República; sin embargo, Distrito Federal (35%), Jalisco (8%), Guanajuato (4%), Nuevo León (8%), Michoacán (10%) y Jalisco (8%) fueron los más dinámicos (IMCINE, 2016) [41]

1. Comportamiento general del mercado

En 2015, las 10 películas con mayor éxito en taquilla, todas de Estados Unidos, concentraron cerca de 40% de los espectadores. Estos títulos tuvieron presencia en más de 98% de los complejos cinematográficos del país y, en promedio, se estrenaron en seis pantallas en cada uno de ellos. Cinco filmes superaron los 10 millones de asistentes.

Las 10 películas con más ingresos en el año fueron de clasificación AA, A y B, es decir, para públicos infantil y adolescente. Los meses con mayor asistencia fueron junio y julio, que concentraron 25% del total.

TABLA 3: PELÍCULAS MÁS TAQUILLERAS EN MÉXICO EN 2015

Película	Director /a	Distribuidora	País	Complejos cinematográficos	Asistentes (millones)	Ingreso (millones de dólares)
Minions	Kyle Balda, Pierre Coffin	Universal Int'l	EU/US	694	16.145.698	$41.968.525
Avengers: Age of Ultron Avengers, era de Ultrón	Joss Whedon	Walt Disney Int'l	EU/US	687	15.735.532	$45.401. 453
Furious 7 Rápidos y furiosos 7	James Wan	Universal Int'l	EU/US	687	15.534.041	$45. 124.135

[40] Instituto Mexicano de Cinematografía (2015). Anuario Estadístico del Cine Mexicano. Véase en: http://www.imcine.gob.mx/sites/536bfc0fa137610966000002/content_entry56e33f9f9d72792dff003a13/56e346b69d7279f97300048b/files/Anuario_Estadi_stico_de_Cine_mexicano_2015.pdf

[41] Instituto Mexicano de Cinematografía (2015). Anuario Estadístico del Cine Mexicano. Véase en: http://www.imcine.gob.mx/sites/536bfc0fa137610966000002/content_entry56e33f9f9d72792dff003a13/56e346b69d7279f97300048b/files/Anuario_Estadi_stico_de_Cine_mexicano_2015.pdf

Jurassic World Mundo jurásico	Colin Trevorrow	Universal Int'l	EU/US	693	13.848.736	$39.712.907
Inside Out Intensamente	Pete Docter	Walt Disney Int'l	EU/US	688	10.838.439	$28.133.984
Hotel Transylvania 2	Genndy Tartakovsky	Sony Int'l	EU/US	695	9.815.960	$23.170.926
San Andreas Terremoto, la falla de San Andrés	Brad Peyton	Warner Bros Int'l	EU/US	686	9.561.650	$26.924.085
The Hunger Games: Mockingjay-Part 2 Los juegos del hambre: Sinsajo. Parte 2	Francis Lawrence	Videocine	EU/US	706	7.001.545	$19.250.814
Star Wars: EpisodeVII-The Force Awakens Star Wars: el despertar de la fuerza	J.J. Abrams	Walt Disney Int'l	EU/US	723	6.736.185	$22.278.495
The SpongeBob Movie: Sponge Out of Water Bob Esponja: un héroe fuera del agua	Paul Tibbitt	Paramount Int'l	EU/US	672	5.542.354	$14.047.150

Fuente de tabla 3: IMCINE, 2015[42]

TABLA 4: PELÍCULAS MEXICANAS MÁS TAQUILLERAS EN MÉXICO 2000- 2015

Película	Director	Año	Asistentes (millones)	Ingresos (millones de dólares)
No se aceptan devoluciones	Eugenio Derbez	2013	15,2	$2.01.,721
Nosotros los Nobles	Gary Alazraki	2013	7,1	$1.140.978
El crimen del padre Amaro	Carlos Carrera	2002	5,2	$543.834
La dictadura perfecta	Luis Estrada	2014	4,2	$634.361
Un gallo con muchos huevos	Gabriel Riva Palacio Alatriste, Rodolfo Riva Palacio Alatriste	2015	4,1	$562.610
Cásese quien pueda	Marco Polo Constandse	2014	4	$564.286

[42] Instituto Mexicano de Cinematografía (2015). Anuario Estadístico del Cine Mexicano. Véase en: http://www.imcine.gob.mx/sites/536bfc0fa137610966000002/content_entry56e33f9f9d72792dff003a13/56e346b69d7279f97300048b/files/Anuario_Estadi_stico_de_Cine_mexicano_2015.pdf

Una película de huevos	Gabriel Riva Palacio Alatriste, Rodolfo Riva Palacio Alatriste	2006	4	$477.112
Y tu mamá también	Alfonso Cuarón	2001	3,5	$340.986
El gran pequeño / Little boy	Alejandro Gómez Monteverde	2015	3,3	$497.229
Amores perros	Alejandro González Iñárritu	2000	3,3	$319.192

Fuente de tabla 4: IMCINE, 2015[43]

Taquillómetro contiene cifras acumuladas de tres cineclubes (con un total de cuatro salas): Cine Tonalá, Oaxaca Cine y La 68, aunque ésta última dejó de operar a finales de 2015. Los datos de la tabla a continuación son un buen indicador para percibir la demanda del cine independiente en México, que son de interés de un público más delimitado y con una visión más crítica en la selección de cine (IMCINE, 2015).

TABLA 5: TOP 10 DE ASISTENCIA A PELÍCULAS EN TAQUILLÓMETRO EN 2015

Película	País	Distribuidor	Proyecciones	Asistentes	Promedio de asistencia
The Salt of the Earth La sal de la tierra	Brasil, Francia, Italia	Cinépolis	50	2.506	50
20,000 Days on Earth 20,000 días en la tierra	Reino Unido	Cinépolis	56	1.652	30
Only Lovers Left Alive Sólo los amantes sobreviven	Alemania, Francia, Reino Unido, Estados Unidos	Corazón	29	1.171	40
Mommy	Canadá	Mantarraya	23	995	43
Güeros	México	Caníbal	27	871	32
Citizenfour	Alemania, Estados Unidos	Ambulante	15	776	52
Boyhood, momentos de una vida	Estados Unidos	Universal Int'l	20	744	37

[43] Instituto Mexicano de Cinematografía (2015). Anuario Estadístico del Cine Mexicano. Véase en: http://www.imcine.gob.mx/sites/536bfc0fa137610966000002/content_entry56e33f9f9d72792dff003a13/56e346b69d7279f97300048b/files/Anuario_Estadi_stico_de_Cine_mexicano_2015.pdf

What We Do in the Shadows Entrevista con unos vampiros	Nueva Zelanda, Estados Unidos	Versus	17	731	43
Ida	Dinamarca, Polonia	Cineteca Nacional	23	668	29
Timbuktu	Francia, Mauritania	Mantarraya	23	642	28

Fuente de tabla 5: IMCINE, 2015[44]

TABLA 6: TOP 10 PELÍCULAS MEXICANAS EN TAQUILLÓMETRO EN 2015

Top 10 películas mexicanas en Taquillómetro en 2015				
Película	**Distribuidor**	**Proyecciones**	**Asistentes**	**Promedio de asistencia**
Güeros	Caníbal	27	871	32
Tierra de cárteles / Cartel Land	Mantarraya	25	569	23
Tiempos felices	Cinépolis	7	205	29
Dólares de arena	Piano	14	198	14
La increíble historia del niño de piedra	Mantarraya	32	180	6
Eco de la montaña	Cinépolis	13	147	11
La hora de la siesta	Independiente	11	137	12
Cuatro lunas	Alfhaville	6	115	19
L for Leisure	Independiente	6	104	17
González: falsos profetas	Caníbal	10	103	10

Fuente de tabla 6: IMCINE, 2015[45]

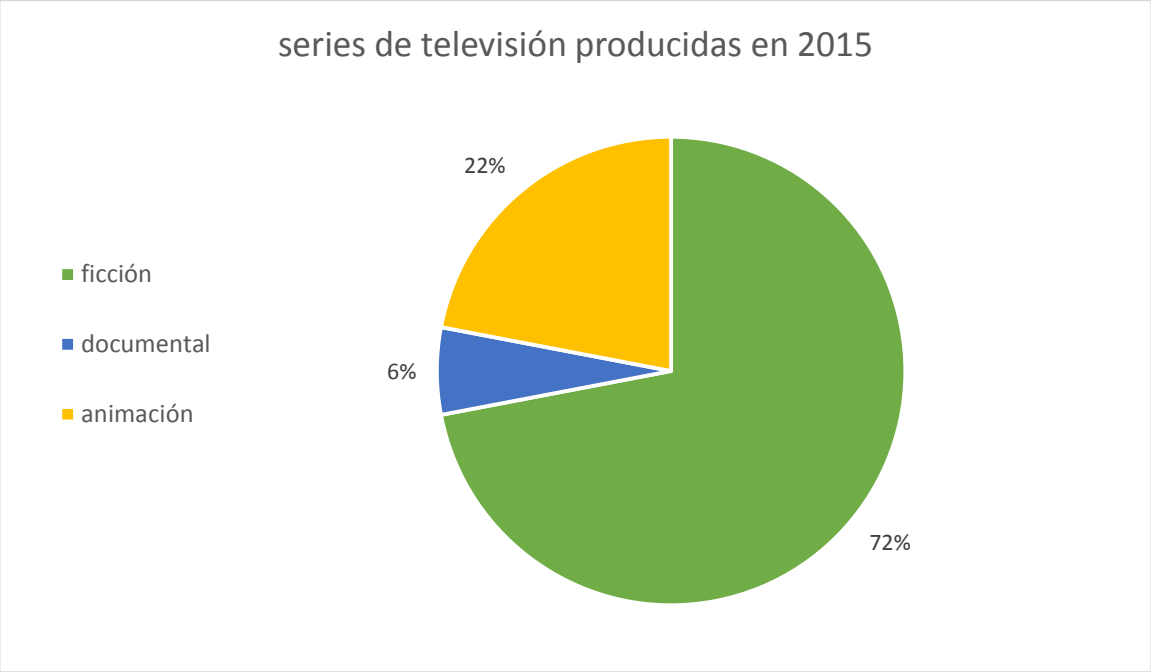
[44] Instituto Mexicano de Cinematografía (2015). Anuario Estadístico del Cine Mexicano. Véase en: http://www.imcine.gob.mx/sites/536bfc0fa137610966000002/content_entry56e33f9f9d72792dff003a13/56e346b69d7279f97300048b/files/Anuario_Estadi_stico_de_Cine_mexicano_2015.pdf

2. Estadísticas de producción y comercio del servicio

Industria de la televisión

En 2015 se registró un incremento en la presencia de series televisión programaciones de televisión comercial de paga y abierta. Por otra parte, los productores de series tienen un importante medio de exhibición en plataformas digitales.

GRÁFICA 8: SERIES DE TELEVISIÓN PRODUCIDAS EN MÉXICO POR GÉNERO, 2015



Fuente: de gráfica 8: IMCINE, 2015[46]

Plataformas digitales

Las plataformas digitales son un importante medio de exhibición para la industria, la Encuesta Nacional de Consumo de Contenidos Audiovisuales en Radio, Televisión e Internet del IFT reveló que en el año 2015 el 26% de las personas entrevistadas consumía contenidos

[45] Instituto Mexicano de Cinematografía (2015). Anuario Estadístico del Cine Mexicano. Véase en: http://www.imcine.gob.mx/sites/536bfc0fa137610966000002/content_entry56e33f9f9d72792dff003a13/56e346b69d7279f97300048b/files/Anuario_Estadi_stico_de_Cine_mexicano_2015.pdf

[46] Instituto Mexicano de Cinematografía (2015). Anuario Estadístico del Cine Mexicano. Véase en: http://www.imcine.gob.mx/sites/536bfc0fa137610966000002/content_entry56e33f9f9d72792dff003a13/56e346b69d7279f97300048b/files/Anuario_Estadi_stico_de_Cine_mexicano_2015.pdf

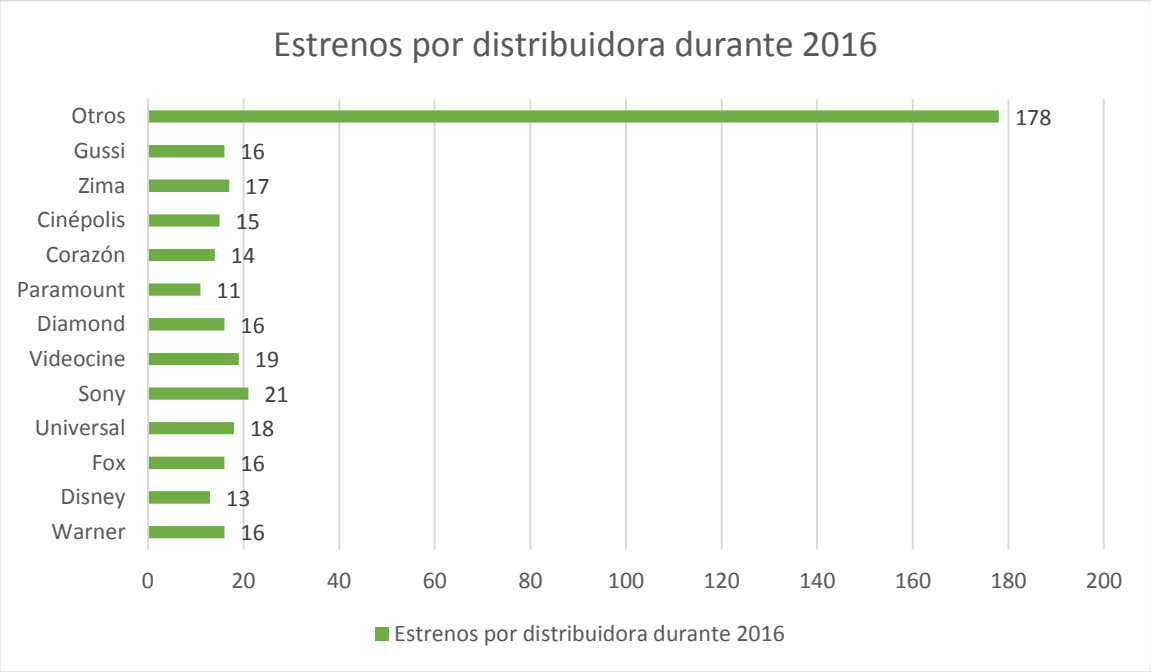
audiovisuales por estos medios.

Según el Anuario Estadístico de IMCINE (2015), México se posiciona con el mercado de distribución de contenidos bajo demanda más grande de América Latina[47].

Industria del cine

Como recordamos en México en el año 2015 se produjeron 140 películas mexicanas, y se estrenaron 459 películas en México, de las cuales 18,5% fueron mexicanas. En el 2016 se estrenaron 387 películas en México, de las cuales el 20% fueron mexicanas (CANACINE, 2016).

GRÁFICA 9: ESTRENOS POR DISTRIBUIDORA EN LA INDUSTRIA DEL CINE, 2016



Fuente Gráfica 9: CANACINE, 2016[48]

De los 32 estados que conforman la República Mexicana, más del 50% de las producciones se realizaron en el Distrito Federal (53%). Otras entidades con una importante actividad

[47] Instituto Mexicano de Cinematografía (2015). Anuario Estadístico del Cine Mexicano. Véase en: http://www.imcine.gob.mx/sites/536bfc0fa137610966000002/content_entry56e33f9f9d72792dff003a13/56e346b69d7279f97300048b/files/Anuario_Estadi_stico_de_Cine_mexicano_2015.pdf

[48] Cámara Nacional de la Industria Cinematográfica (2016). Resultados Preliminares 2016. Recuperado de: http://canacine.org.mx/wp-content/uploads/2014/04/Resultados-Preliminares-2016-1.pdf consultado por última vez el 25 de enero del 2017.

cinematográfica fueron: Jalisco (3.2%), Nuevo León (3.2%), Chiapas (3.2%) y Quintana Roo (3.2%). Otros que también destacaron fueron Baja California (2.2%) y Guanajuato (2.2%). Por otra parte, Guerrero (5.2%) destacó como un Estado en donde se produjeron varios documentales (IMCINE, 2017).

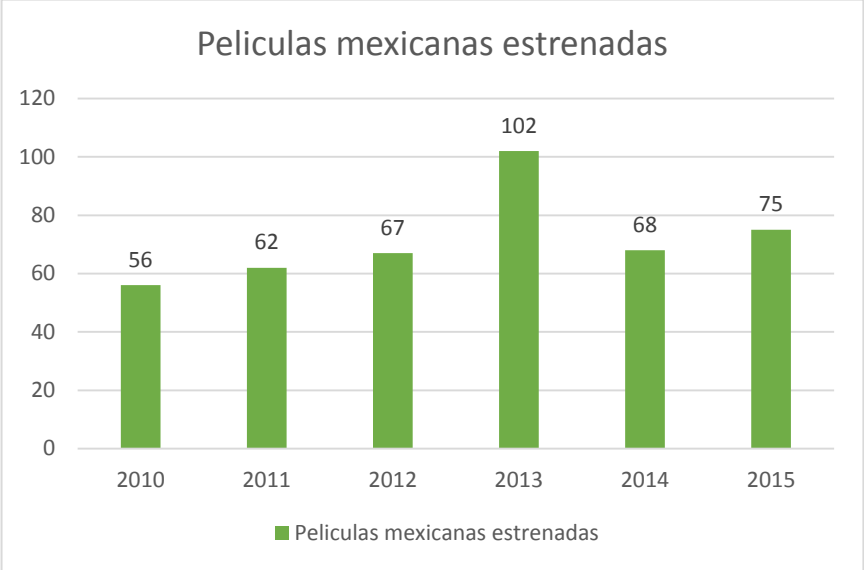
IMAGEN 1: MAPA DE LA REPÚBLICA MEXICANA

Fuente de imagen 1: Mapa de México[49]

[49]Mapa de México. Véase en: http://www.mapademexico.com.mx/mapa-de-la-republica-mexicana

3. Proporción de servicios importados

GRÁFICA 10: PELÍCULAS MEXICANAS ESTRENADAS



Fuente de gráfica 10: CANACINE, 2016[50]

GRÁFICA 11: PELÍCULAS EXTRANJERAS ESTRENADAS

Fuente de gráfica 11: CANACINE, 2016[51]

[50] Cámara Nacional de la Industria Cinematográfica (2016). Resultados Preliminares 2016. Recuperado de: http://canacine.org.mx/wp-content/uploads/2014/04/Resultados-Preliminares-2016-1.pdf consultado por última vez el 25 de enero del 2017.

4. Dinamismo de la demanda

Industria de la televisión

México tiene uno de los niveles más altos del mundo en consumo de entretenimiento. En promedio, la población dedica al día de cuatro horas a 10 minutos a ver TV abierta y tres horas 47 minutos a ver TV de paga. Dichas estadísticas representan casi 30 horas por semana, durante estas horas el espectador está expuesto a distintas programaciones y contenidos publicitarios (ICEX, 2014) [52].

En relación con la televisión de paga, es líder en el rango de público de 18 a 49 años que se ubica en la clase media y alta, con un 43,7% de la audiencia. Según datos del IFT, en el segundo trimestre del 2015, la televisión restringida alcanzó los 16,9 millones de suscriptores, lo que representa casi un 10% de aumento respecto al año anterior[53].

La Encuesta Nacional de Consumo de Contenidos Audiovisuales en Radio, Televisión e Internet del Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) reveló que el 81% de la población consume canales de televisión abierta y los géneros que más observan son: noticiarios, telenovelas y películas. En cuanto a la población que tiene contratado un servicio de televisión de paga, el 52% menciona que es debido al interés por tener más opciones de contenidos y canales. Por otra parte, los géneros predilectos de este sector son las películas, series y deportes (IFT,2015).

Por otra parte, según el Anuario Estadístico 2015, realizado por IMCINE, las 10 películas mexicanas con mayor audiencia en televisión abierta superaron los 25 millones de televidentes, 8 de ellas siendo de producción reciente y con apoyo de los diferentes instrumentos que ofrece el Estado (IMCINE, 2016) [54]

Industria de la radio

La Encuesta Nacional de Consumo de Contenidos Audiovisuales en Radio, Televisión e Internet del Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) también reveló que respecto al consumo de contenidos en la radio el 40% de los encuestados escucha la radio.

---

[51] Cámara Nacional de la Industria Cinematográfica (2016). Resultados Preliminares 2016. Recuperado de: http://canacine.org.mx/wp-content/uploads/2014/04/Resultados-Preliminares-2016-1.pdf consultado por última vez el 25 de enero del 2017.

[52] Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en México D.F (2015). El Mercado audiovisual en México noviembre 2015.

[53] Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en México D.F (2015). El Mercado audiovisual en México noviembre 2015.

[54] IMCINE (2016). Anuario Estadístico de Cine Mexicano 2015. Pág. . Véase en: http://www.imcine.gob.mx/sites/536bfc0fa137610966000002/content_entry56e33f9f9d72792dff003a13/56e346b69d7279f97300048b/files/Anuario_Estadi_stico_de_Cine_mexicano_2015.pdf consultado por última vez el 8 de febrero del 2017.

Ocho de cada 10 personas escuchan radio en el hogar y el 74% mencionó que lo consumió por medio de una grabadora o estéreo, un 17% por medio de un teléfono móvil y el 14% lo escuchaba en automóvil o transporte público. También, el 6% escucha radio por internet debido a que pueden encontrar programas en repetición o podcast[55].

Consumo por internet

La Encuesta Nacional de Consumo de Contenidos Audiovisuales en Radio, Televisión e Internet del IFT reveló que en el año 2015 el 26% de las personas entrevistadas consumía contenidos audiovisuales por medio de este medio. El 92% declaró consumir contenidos en Youtube y el 20% en Netflix. Los videoclips son los contenidos más vistos y le siguen las series y películas.

El dispositivo más utilizado para consumir contenidos audiovisuales por internet es el teléfono celular. También, el 19% de la población consultada declaró jugar videojuegos y el 44% de ellos lo hacían por medio del teléfono celular, el 41% por una consola y el 20 % por medio de una computadora[56] .

5. Principales "players" del subsector y empresas competidoras

[55] Instituto Federal de Telecomunicaciones (2015). Encuesta Nacional de Consumo de Contenidos Audiovisuales en Radio, Televisión e Internet . Véase en: ://www.ift.org.mx/comunicacion-y-medios/comunicados-ift/es/el-ift-da-conocer-la-encuesta-nacional-de-consumo-de-contenidos-audiovisuales-en-radio-television-e consultado por última vez el 08 de febrero del 2017.

[56] Instituto Federal de Telecomunicaciones (2015). Encuesta Nacional de Consumo de Contenidos Audiovisuales en Radio, Televisión e Internet . Véase en: ://www.ift.org.mx/comunicacion-y-medios/comunicados-ift/es/el-ift-da-conocer-la-encuesta-nacional-de-consumo-de-contenidos-audiovisuales-en-radio-television-e consultado por última vez el 08 de febrero del 2017.

TABLA 7: PRINCIPALES PRODUCTORAS EN MÉXICO, 2015

A continuación, se presenta un directorio con las productoras en México que registró Cinema México en su edición 2014-2016.

Principales productoras en México, 2015		
Adicta Films www.adictafilms.com	Elite Studios www.elitestudios.com.mx	Realizaciones Sol www.realizacionessol.com
Agárrate del Barandal Films http://agarratedelbarandal.com	Figment, S.A. de C.V. www.figment.com.mx/oficial	Reeliz Film Producciones www.gabrielretes.com
Agentelibre Film & Tape, S.C. www.agentelibre.com.mx	Fly Producciones S.A. de C.V. www.thefly.com.mx	Renderfarm Studios www.renderfarm.com.mx
Alameda Films www.alamedafilms.com	Fragua Cinematografía www.fraguacine.com	Sala de Audio www.saladeaudio.com.mx
Alfhaville Cinema, S.A. de C.V. https://www.facebook.com/alfhaville	Galante Producciones https://es-la.facebook.com/GalanteProducciones	Servicios Cinematográficos Sotomayor www.facebook.com/pages/Servicios-cinematograficos-sotomayor/687798124580860?fref=ts
Altavisión Producciones www.avproducciones.com	Goodboy Motion & Design www.cochinitothemovie.com	Simplemente www.simplemente.net
Ánima Estudios, S.A.P.I. de C.V. www.animaestudios.com	Grupo Imagyx, S.A. de C.V. http://imagyx.com	Sisimtel www.sisimtel.com.mx
Animación y Multimedia, S.A. de C.V. (Animex) www.animex2d.com.mx	Gyroscopik Studios, S.A. de C.V. www.gyroscopik.com	Sistemas Digitales en Audio y Video www.sistemasdigitalesav.com.mx
Araneda Films, S.A. de C.V. www.35cine.com.mx	Intelia Films www.grupointelia.com/2013	Sony Music Entertainment México www.sonymusic.com

Argenmex Films www.argenmex-filmfestival.com	Integradora Cinematográfica y Audiovisual SAPI de C.V. www.integradoracinematografica. com.mx	StudioMart www.studiomart.mx
Armagedón, S.A. de C.V. www.armagedon.com.mx	Invierno Films www.beancafilms.com	Studio Seven Sub www.studio7sub.com
Arte Mecánica Producciones, S.A. de C.V. www.artemecanica.com	K4OS Films Inc. www.k4os.com	Sueños y Quimeras, S.C. www.quimerassc.com
Astillero Films https://es-la.facebook.com/astillerofilms	Kuter Casa Productora www.kuter.com.mx	Surreal Factory, S.C. www.surrealfactory3d.com
Avanti Pictures www.avantipictures.com	La Banda Films www.labandafilms.com	Talent on the Road www.talentontheroad.com
Bambú Audiovisual www.bambu.tv	La Casa de Cine www.lacasadecine.com	Talento Post www.talentopost.com
Bazooka Films www.bazooka.com.mx	La Fábrica Films www.lafabrica.tv	Taller de Escritores Cinematográficos El Garfio, A.C. www.elgarfio.org.mx
BCS Studios www.bcsstudios-agency.com	La Marca del Jaguar www.lamarcadeljaguar.mx	Teknomérica www.teknomerica.com
Beanca Films www.beancafilms.com	La Maroma Producciones www.lamaroma.com	Teleprompter, S.A. de C.V. www.teleprompter.com.mx
Blanke & Cerro Productions www.burst.com.mx	Lemon Films www.lemonfilms.com	Teletec de México www.teletec.com.mx
Bonanza Films www.bonanza.nl	Letra Cinema www.letracinema.com	Televital www.televital.com.mx
Burst video equipment www.burst.com.mx	Lo Coloco Films www.locolocofilms.com	Textura Creature Shop http://texturacreatureshop.blogspot.mx

C Producciones, S.A. de C.V. http://mexicoantiguo.com.mx	Los hijos de su madre http://loshijos.com.mx	Trickster Studio www.tricksterstudio.com
Camaleón Films www.camaleonfilms.com	Lupita Productions www.lupitaproductions.com	Turavision www.turavision.com.mx
CANANA http://cananapresenta.tumblr.com	Macuarro Producciones http://macuarroproducciones. yolasite.com	Umpeq-TV www.umpeqtv.com.mx
Cárico Estudio de Animación http://carico.blogspot.mx	Machete Producciones www.macheteproducciones.com	Vari Internacional www.varinter.mx
Celuloide Films www.celuloidefilms.com	Malakita Producciones www.malakita.net	Videogrylm www.proyeccionintegral.com
Cineconcepto www.cineconcepto.com	Mantarraya Producciones www.mantarraya.com	Videoservicios www.videoservicios.com.mx
Cinema Prada http://ijalti.org.mx/parque/	Maraca Films, S.A. de C.V. www.facebook.com/ maracafilmsperu	Viewhaus www.viewhaus.com.mx
Cinematográfica Filmex, S.A. de C.V. www.filmex.com.mx	Matatena Films www.matatenafilms.com	Visión Remota. Aerial Imagery & Making Of www.visionremotaonline.com
Contenido Neto www.contenidoneto.net	Matraca Films, S. de R.L. de C.V. www.matracafilms.com	Vista Digital Rent, S.A. de C.V. www.vistadigitalrent.com
Corazón Films www.corazonfilmsmexico.mx	Metacube Tecnología y Entretenimiento, S.A. de C.V. www.metacube.com.mx	Xaman Ha Pictures www.xamanhapictures.com
Chamán Animation Studio www.chamananimation.com	Metro Producciones www.metropro.com.mx	Zombie Studios www.zombiestudios.com.mx/ menu.htm
Chapala Media Park http://ijalti.org.mx/parque/ mediapark/	N 5 Producciones www.n5.com.mx	

De Cuernos al Abismo Films www.decuernosalabismo.com	Neural Films www.neuralfilms.com	
Desde México Films DMF Grupo de Producción, S.A. de C.V. www.desdemexicofilms.com	Phoenix Films www.phoenixfilms.tv	
Digital Real Fidelity www.proavdrf.com.mx	Pimienta Films www.pimientafilms.com	
Digital Sprockets http://contacto@digitalsprockets. net	Polen Audiovisual www.polenaudiovisual.com	
DMM Films México, S.A. de C.V. www.dmmfilms.com	Producciones El Chango, S.A. de C.V. www.chango.mx	
Eduardo Díaz del Castillo Lomelí www.locationsmexico.mex.t	Producciones SBI (Sound by Image) www.soundbyimage.com/SoundByImage/Inicio.html	
El Séptimo Sello www.elseptimosello.com.mx	Qia Films www.qiafilms.com	

Fuente de tabla 7: CANACINE, 2015[57]

Agentes Internacionales

Los agentes de ventas internacionales se encargan de lo concerniente al recorrido internacional de la película. Las licencias de la película se venden a los distribuidores locales en varios países.

En el mercado mexicano los majors estadounidenses destacan entre los agentes de venta internacionales. Después le siguen los agentes franceses.

Los principales majors de Estados Unidos son: Columbia Pictures (Sony), 20th Century Fox,

[57] IMCINE (2016). Cinema México 2014-2016. Véase en: http://www.imcine.gob.mx/sites/536bfc0fa137610966000002/content_entry537f86cf93e05abc5500009f/56cf85069d7279e1be00043b/files/CINEMA_MEXICO_2016.pdf

Walt Disney, Warner Bros, Paramount y Universal Pictures.

Por otra parte, entre los majors de otros países destacan: Pyramide distribution (Francia), Urban distribution international (Francia), Filmes Boutique (Alemania), Latido Films (España) y Filmax (España) [58].

Distribuidoras

Las distribuidoras se encargan de que la película sea mostrada en salas de cine donde se hayan adquirido los derechos, decide y paga el número de copias de la película y el gasto en publicidad.

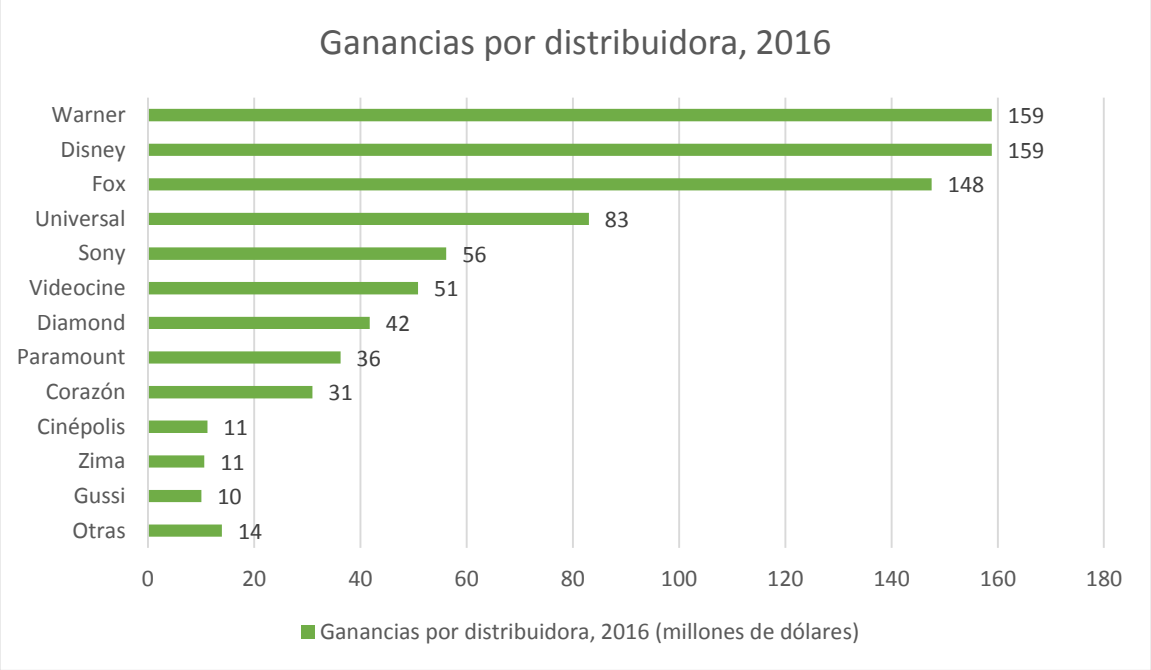
TABLA 8: PRINCIPALES DISTRIBUIDORAS EN MÉXICO, 2015

Principales distribuidoras en México, 2015	
20th Century Fox www.fox.es	Cinematográfica Macondo, S.A. de C.V. www.macondocine.com
Alfhaville Cinema, S.A. de C.V. www.facebook.com/alfhaville	Dragón Multimedia, S.A. de C.V. www.dragonfilms.com.mx
AM Tecnología S.A. de C.V. www.amtec.com.mx	En Pantalla Producciones Internacionales, S.A. de C.V. www.peliculasenpantalla.com
Arthouse Corporation http://arthousecorp.com	Gussi Artecinema www.artecinema.com.mx
Blockbuster de México, S.A. de C.V. www.blockbuster.com.mx	Latinofusion www.latinofusion.com.mx
Candy Box Ent www.candyboxdistribution.com	Quality Films www.qualityfilms.com
Cien Films www.cienfilms.com	Tarántula Films, S.A. de C.V. www.comerciomexico.com/ tarantula-films-162554.php
Cine, Video y T.V., S.A. de C.V. / Zima Entertainment www.zimaent.com.mx	Universal Pictures México www.universalpictures.com.mx
Cinemas Nueva Era, S.A. de C.V. www.nuevaerafilms.com	Zima Entertaiment www.zimaent.com.mx

[58] Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en México D.F (2015). El Mercado audiovisual en México noviembre 2015.

Fuente de tabla 8: CINEMA México, 2015[59]

GRÁFICA 12: GANANCIAS POR DISTRIBUIDORA, 2016



Fuente de gráfica 12: CANACINE, 2016[60]

En 2015, de las 47 empresas que distribuye cine mexicano, 30 son distribuidoras que han lanzado más de una película en los últimos años y 17 fueron creadas para el lanzamiento de un solo filme, en este sentido, se agrupan como independientes.

Videocine registró más de 70% de los asistentes a cine mexicano en el año, con 15% de los estrenos nacionales. Subsecuentemente, la exhibidora Cinépolis, que incursionó como distribuidora, lanzó cinco películas mexicanas y alcanzó el 9% total de asistencia. En el tercer y cuarto lugar se posicionan películas (IMCINE, 2015) [61].

[59] IMCINE (2016). Cinema México 2014-2016. Véase en: http://www.imcine.gob.mx/sites/536bfc0fa137610966000002/content_entry537f86cf93e05abc5500009f/56cf85069d7279e1be00043b/files/CINEMA_MEXICO_2016.pdf

[60] Cámara Nacional de la Industria Cinematográfica (2016). Resultados Preliminares 2016. Recuperado de: http://canacine.org.mx/wp-content/uploads/2014/04/Resultados-Preliminares-2016-1.pdf consultado por última vez el 25 de enero del 2017.

[61] IMCINE (2016). Anuario Estadístico de Cine Mexicano 2015. Véase en: http://www.imcine.gob.mx/sites/536bfc0fa137610966000002/content_entry56e33f9f9d72792dff003a13/56e346b69d7279f97300048b/files/Anuario_Estadi_stico_de_Cine_mexicano_2015.pdf

Exhibidoras

TABLA 9: PRINCIPALES EXHIBIDORAS EN MÉXICO, 2015

Principales exhibidoras en México, 2015
Cinemark www.cinemark.com.mx
Cinemas Lumiere www.cinemaslumiere.com
Cinemex www.cinemex.com
Cinépolis www.cinepolis.com.mx
Cineteca Nacional www.cinetecanacional.net
Filmoteca de la UNAM www.filmoteca.unam.mx/amiba
La casa del cine www.lacasadelcine.mx
Oaxaca Cine www.oaxacacine.com
The movie company www.themoviecompany.mx

Fuente de tabla 9: CINEMA México, 2015[62]

[62] IMCINE (2016). Cinema México 2014-2016. Véase en: http://www.imcine.gob.mx/sites/536bfc0fa137610966000002/content_entry537f86cf93e05abc5500009f/56cf85069d7279e1be00043b/files/CINEMA_MEXICO_2016.pdf

VI. Competidores

1. Descripción de los servicios otorgados por competidores locales o externos.

Coproducciones con México

En 2015 se realizaron 44 películas en coproducción internacional, lo que equivale al 30% del total de la producción en México, respecto a un año anterior, esta cifra aumentó en un 10%. En las 44 coproducciones, participaron 23 países y en ocho de ellas participaron más de dos países.

Los países con quienes más se realizaron coproducciones fueron España y Estados unidos, seguidos de Colombia, Francia y Canadá. En la región de Latinoamérica, se continuaron las coproducciones con Chile, Bolivia, Cuba y Ecuador, Perú y Uruguay; por otra parte, se realizó una primera coproducción con El Salvador.

También, en cuanto a la región de Europa, se continuó la actividad con Holanda y después de muchos años, con Polonia.

Al contabilizar las coproducciones en los últimos nueve años, el país con el que más se realizan coproducciones es Estados Unidos, seguido de España, Argentina y Colombia. [63]

[63] Instituto Mexicano de Cinematografía (2015). Anuario Estadístico del Cine Mexicano. Véase en: http://www.imcine.gob.mx/sites/536bfc0fa137610966000002/content_entry56e33f9f9d72792dff003a13/56e346b69d7279f97300048b/files/Anuario_Estadi_stico_de_Cine_mexicano_2015.pdf

TABLA 10: COPRODUCCIONES POR PAÍS, 2015

País	No. Producciones 2015
España	10
Estados unidos	8
Colombia	6
Canadá	4
Francia	4
Cuba	3
Alemania	3
Holanda	3
Inglaterra	3
Argentina	2
Bolivia	2
Chile	2
Ecuador	2
Polonia	2
Brasil	1
Costa Rica	1
El Salvador	1
Irlanda	1
Noruega	1
Perú	1
Suiza	1
Uruguay	1
Venezuela	1

Fuente de Tabla 10: IMCINE, 2015 [64]

[64] Instituto Mexicano de Cinematografía (2015). Anuario Estadístico del Cine Mexicano. Véase en: http://www.imcine.gob.mx/sites/536bfc0fa137610966000002/content_entry56e33f9f9d72792dff003a13/56e346b69d7279f97300048b/files/Anuario_Estadi_stico_de_Cine_mexicano_2015.pdf

Coproducciones mexicanas estrenadas

En 2015 se estrenaron 17 películas mexicanas que fueron coproducidas con otros países, dos más que el año anterior y equivalente a más de 20% del total del cine nacional estrenado en el año. En conjunto tuvieron casi 3,6 millones de asistentes, lo que significó también 20% del total. Por otro lado, se lanzaron siete coproducciones mexico-europeas y los estrenos de coproducciones con Estados Unidos fueron cuatro, una menos que en 2014[65].

TABLA 11: RESUMEN DE COPRODUCCIONES MEXICANAS ESTRENADAS EN 2015

Total coproducciones estrenadas	Asistentes	Ingresos USD$	Salas de cine	Coproducciones con países de Iberoamérica	Coproducciones con países de Europa	Coproducciones con países de Estados Unidos
17	3 576 209	9.223.992	1.059	6	7	4

Fuente tabla 11: IMCINE, 2015[66]

2. Segmentos y estrategias de penetración de competidores

Estrategias de medios de películas mexicanas

En 2015, se estrenaron 80 películas mexicanas, de las cuales 32 registraron estrategias de difusión en medios. Se registraron cerca de 12.000 inserciones publicitarias en medios, el 75% de las inserciones fueron en televisión y el 23% en radio.

Con respecto al 2014, hubo un 45% menos de actividad publicitaria en películas mexicanas estrenadas con más de 400 copias.

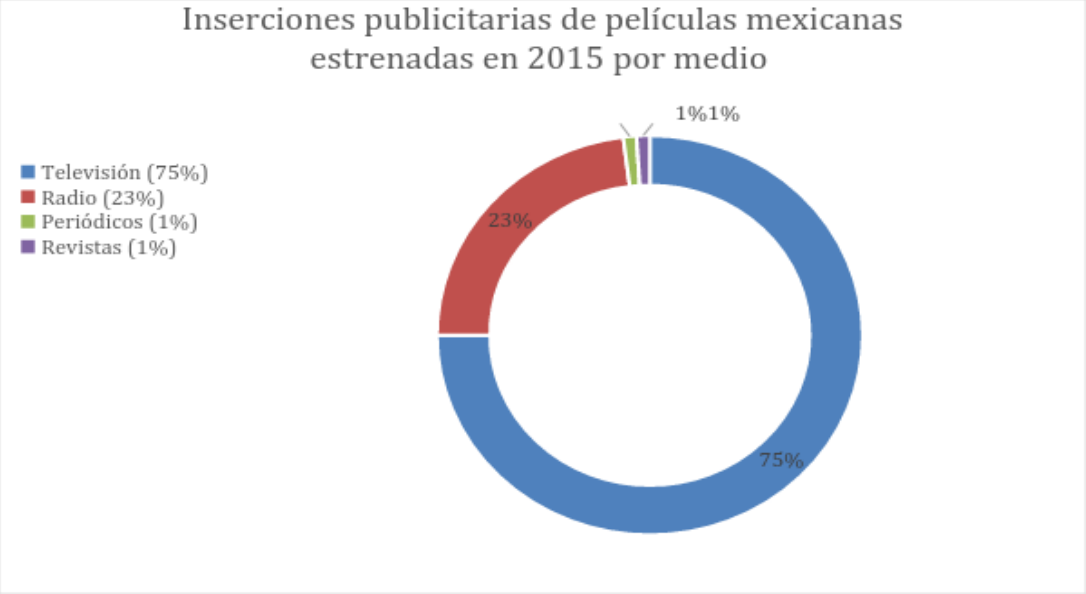
En 2015, el 20% de las películas utilizaron las tres herramientas (facebook, twitter y página web). El 77% de las películas mexicanas tuvieron presencia en facebook, 42% en twitter y 32% contaron con página web.

Sólo 9 películas mexicanas estrenadas en el año tuvieron publicidad por medio del periódico (IMCINE, 2015).

GRÁFICA 13: INSERCIONES PUBLICITARIAS DE PELÍCULAS MEXICANAS ESTRENADAS EN 2015 POR MEDIO

[65] Instituto Mexicano de Cinematografía (2015). Anuario Estadístico del Cine Mexicano. Véase en: http://www.imcine.gob.mx/sites/536bfc0fa137610966000002/content_entry56e33f9f9d72792dff003a13/56e346b69d7279f97300048b/files/Anuario_Estadi_stico_de_Cine_mexicano_2015.pdf

[66] Instituto Mexicano de Cinematografía (2015). Anuario Estadístico del Cine Mexicano. Véase en: http://www.imcine.gob.mx/sites/536bfc0fa137610966000002/content_entry56e33f9f9d72792dff003a13/56e346b69d7279f97300048b/files/Anuario_Estadi_stico_de_Cine_mexicano_2015.pdf

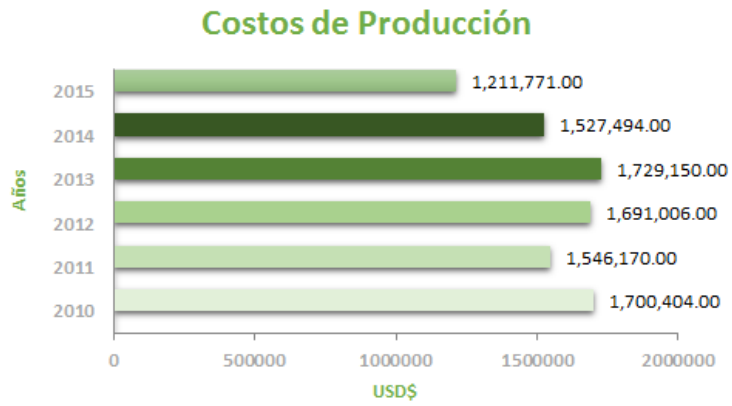


Fuente de gráfica 13: IMCINE, 2015

3. Valores aproximados de servicios provistos u ofrecidos por competidores

De acuerdo con el Anuario Estadístico de IMCINE 2015, en México, el costo de producción por película se redujo por segundo año consecutivo. En 2015 se situó en los niveles que se habían registrado en 2010. Este fenómeno se debe a que muchas películas no rebasaron los USD$461.366,33. También, hubo gran cantidad de producción de documentales y tienen un costo menor que los filmes de producción.

GRÁFICA 14: HISTÓRICO DE COSTO PROMEDIO POR PELÍCULA



Fuente gráfica 14: IMCINE, 2015[67]

[67] Instituto Mexicano de Cinematografía (2015). Anuario Estadístico del Cine Mexicano. Véase en:

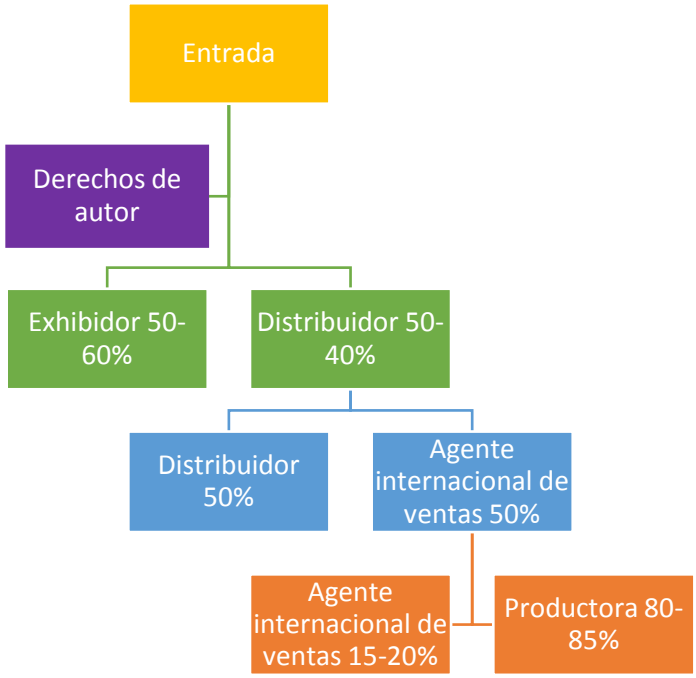
Distribución de los ingresos

Del precio de la entrada a las salas de exhibición, se descuenta el porcentaje de derechos de autor, después, la exhibidora se queda con el 60% de la taquilla.

La primera semana de exhibición, la exhibidora se queda con 55% y la distribuidora con el 45%, más tarde, la distribuidora obtiene el 40% de los ingresos de taquilla.

En relación al porcentaje que se queda la distribuidora, el 50% va dirigido al agente internacional de ventas. De ese 100%, el agente internacional se queda con el 15-20% y el resto va para la productora[68].

GRÁFICA 15: DISTRIBUCIÓN DE LOS INGRESOS



Fuente de gráfica 15: ICEX, 2015[69]

http://www.imcine.gob.mx/sites/536bfc0fa137610966000002/content_entry56e33f9f9d72792dff003a13/56e346b69d7279f97300048b/files/Anuario_Estadi_stico_de_Cine_mexicano_2015.pdf

[68] Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en México D.F (2015). El Mercado audiovisual en México noviembre 2015.

[69] Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en México D.F (2015). El Mercado audiovisual en México noviembre 2015.

VII. Obstáculos a enfrentar por los exportadores de servicios

La fuerte influencia estadunidense en la industria del entretenimiento cinematográfico es la principal dificultad con la que se puede enfrentar cualquier cineasta latino. La magnitud publicitaria opaca la escasa presencia de películas tanto mexicanas como de otros países, tan fuertes en su industria como pueden ser Francia, Italia, España.

La industria del entretenimiento es pues quien acapara los reflectores tanto en el índice de consumo de ingresos en taquilla, como en productos emanados del proyecto mismo. Lo que provoca un efecto multiplicador para generar mayor tiempo en pantalla y en salas de cine.

Esta misma industria cuenta con oficinas en México quienes tienen ya infraestructura publicitaria, logística y de influencia nacional.

VIII. Otra información relevante del mercado de destino

Festivales cinematográficos en México

En el 2015 se contabilizaron 119 festivales realizados en México, 10 más que el año pasado. El 70% de los festivales fueron realizados en las siguientes entidades: Distrito Federal, Guanajuato, Jalisco, Puebla, Baja California, Baja California Sur, Michoacán, Nuevo León, Oaxaca y San Luis Potosí.

Respecto a las temáticas de los festivales, se realizaron 9 festivales en las categorías documental y cortometraje. También destacan los que se especializan en el género terror y animación y con temáticas de diversidad sexual y medio ambiente (IMCINE, 2016).

Si desea ver la lista completa de los Festivales de Cine en México, puede consultarla en el

Anuario Estadístico de IMCINE 2015, disponible en línea[70].

TABLA 12: PRINCIPALES FESTIVALES EN MÉXICO

Principales festivales en México		
Nombre	**Estado**	**Mes o periodo en que se realiza**
Baja International Film Festival (BIFF), Los Cabos	Baja California Sur	Junio
FLICC- Foro Latinoamericano de Coproducción Audiovisual	Distrito Federal	Octubre
DocsDF, Festival Internacional de Cine Documental de la Ciudad de México	Distrito Federal	Octubre
Festival Internacional de Cine de Guanajuato (GIFF)	Guanajuato	Julio
Festival Internacional de Cine en Guadalajara	Jalisco	Marzo
Festival Internacional de Cine de Morelia	Michoacán	Octubre
Oaxaca Film Fest	Oaxaca	Octubre

Fuente de tabla 12: IMCINE, 2015[71]

Comparativo de la industria del cine entre Argentina, Colombia, Chile y México

Con el propósito de visualizar la industria chilena con respecto a la de México, se ha realizado un comparativo con Argentina y Colombia, quienes a través de Festivales y Circuitos de Proyección en México han marcado presencia.

Para ello se ha determinado tres variables: infraestructura, proyectos audiovisuales y recaudación, todos los datos han sido considerados con cifras del año 2015 y desde los

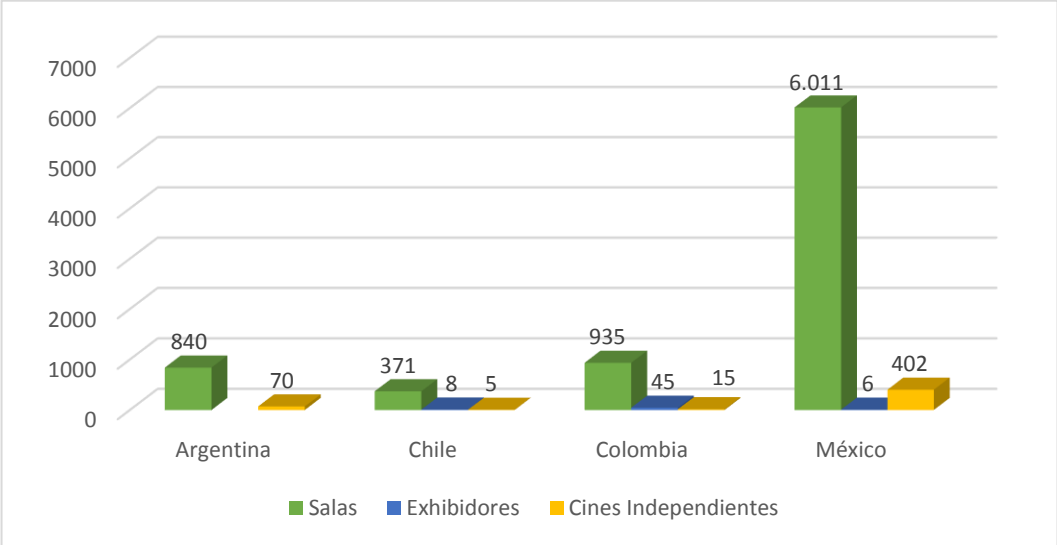
[70] Instituto Mexicano de Cinematografía (2015). Anuario Estadístico del Cine Mexicano. Véase en: http://www.imcine.gob.mx/sites/536bfc0fa137610966000002/content_entry56e33f9f9d72792dff003a13/56e346b69d7279f97300048b/files/Anuario_Estadi_stico_de_Cine_mexicano_2015.pdf

[71] Instituto Mexicano de Cinematografía (2015). Anuario Estadístico del Cine Mexicano. Véase en: http://www.imcine.gob.mx/sites/536bfc0fa137610966000002/content_entry56e33f9f9d72792dff003a13/56e346b69d7279f97300048b/files/Anuario_Estadi_stico_de_Cine_mexicano_2015.pdf

distintos Consejos o Ministerios de Cultura de cada país[72].

Infraestructura

GRÁFICA 16: INFRAESTRUCTURA DE ARGENTINA, CHILE, COLOMBIA Y MÉXICO

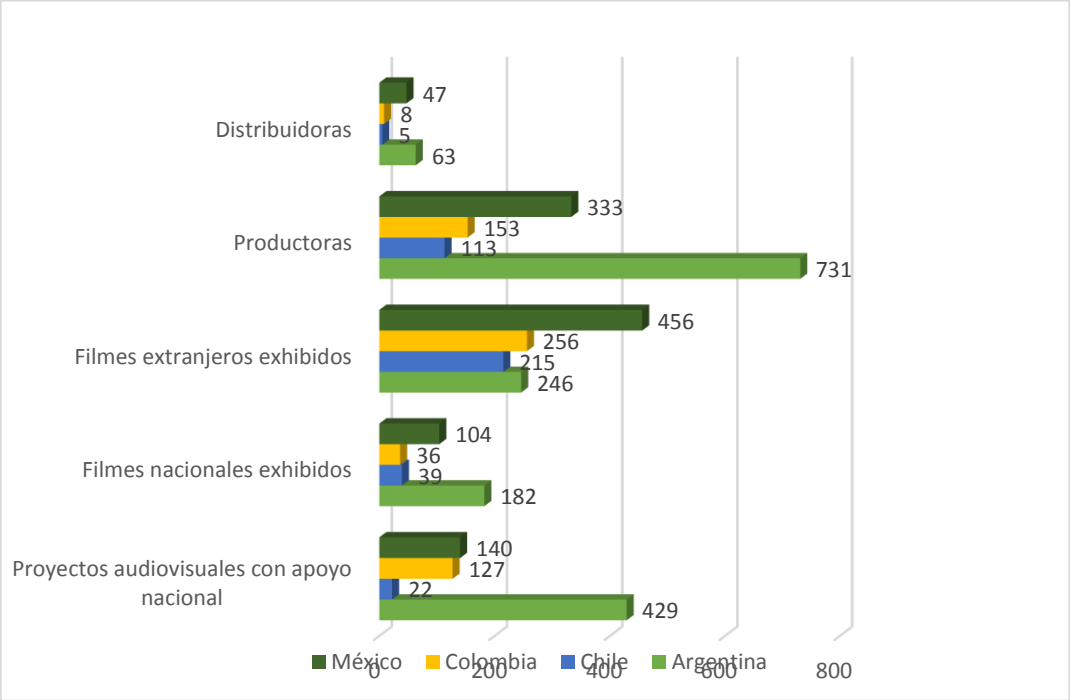


La capacidad de exhibición de México para proyectar cualquier tipo de producto audiovisual es de las más importantes de América Latina, hablar del número de salas es también considerar el equipamiento con el que cuentan las empresas como Cinépolis y Cinemex para brindar una "experiencia" audiovisual donde el eje principal es acondicionar un espacio de entretenimiento y que funcione a la vez como área de venta de subproductos relacionados o directamente vinculados con las películas. Por esta razón, el número de salas de cine en México tiene tanta relevancia, versus el número de exhibidores, puesto que unos pocos han creado en sus espacios de exhibición una fórmula de venta de servicios audiovisuales y tiendas de comercialización de subproductos.

Por otro lado, es representativo también el comparativo del número de Cines Independientes en México, el cual responde a dos factores: Universidades Públicas con infraestructura audiovisual y empresas-organismos privados de fomento cultural.

[72] Fuente Argentina: Anuario de la Industria Cinematográfica y Audiovisual Argentina 2015, Fuente Colombia: Anuario Estadístico de Cine Colombiano 2015, Fuente Chile: Resultados del Espectáculo Cinematográfico en Chile 2015, Fuente México: Anuario Estadístico de Cine Mexicano 2015

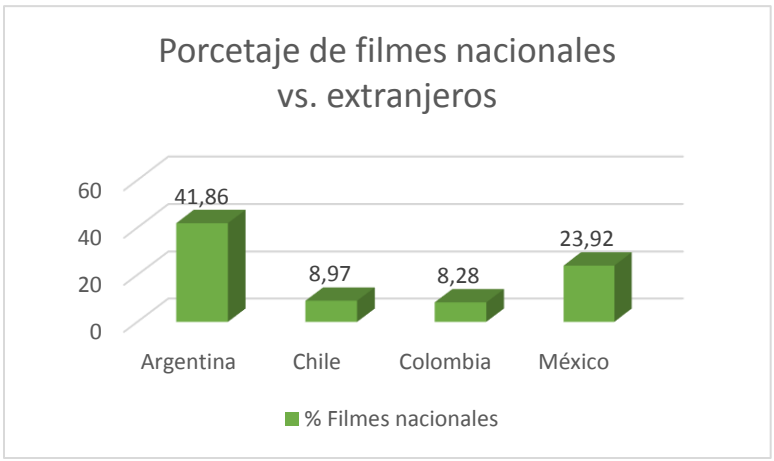
GRÁFICA 17: PROYECTOS AUDIOVISUALES ENTRE MÉXICO, COLOMBIA, CHILE Y ARGENTINA



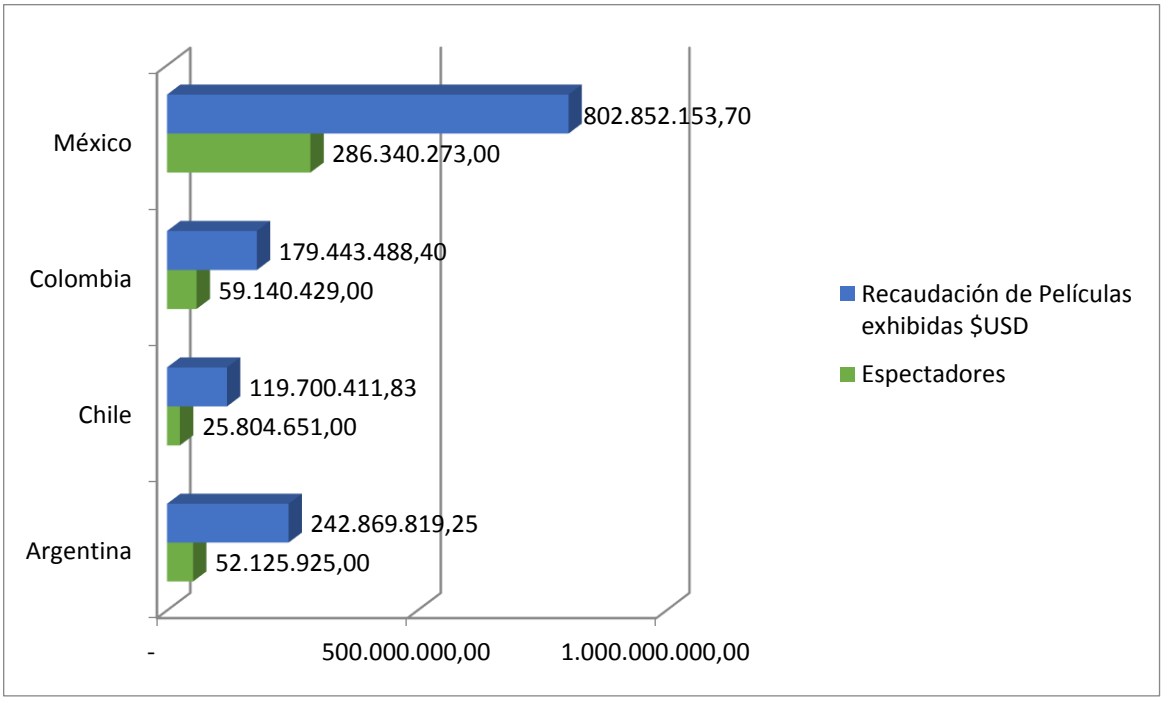
En este gráfico podemos observar que el país que más apuesta por la industria audiovisual nacional es Argentina, pues configura un círculo virtuoso desde el fomento y creación, tanto como de consumo de contenidos; ya que, desde su proceso inicial en la apuesta por la producción y número de productoras, supera a todos los países en la exhibición y consumo de sus propios proyectos.

La importancia del consumo audiovisual dependerá en gran parte del presupuesto de marketing; sin embargo, es crucial la diversificación de productoras y distribuidoras que propicien el consumo de productos locales, lo que resultará en la apertura de espacios de proyección y por lo tanto demanda de proyectos diferenciados, como podemos observar en la en la siguiente gráfica:

GRÁFICA 18: PORCENTAJE DE FILMES NACIONALES VS. EXTRANJEROS



GRÁFICA 19: RECAUDACIÓN DE PELÍCULAS EXHIBIDAS Y ESPECTADORES DE MÉXICO, COLOMBIA, CHILE Y ARGENTINA



Se podrá determinar que, si bien México presenta las cifras más altas en espectadores y recaudación, están directamente relacionadas con la influencia de las películas masivas y de entretenimiento. Sin embargo, el 74% de los proyectos audiovisuales con apoyo gubernamental, encuentra espacio de proyección en circuitos independientes o privados, así como en las exhibidoras comerciales.

Estas variables nos dan muestra que desde cada una de las realidades de los países y con su diversidad de factores de apoyo, promoción y comercialización, se podrían crear redes intrarregionales para comercializar productos "latinoamericanos" como parte de una identidad cultural afín y transversal.

IX. Opiniones de actores relevantes en el mercado

Gerardo Salcedo Romero, Director de Programación del Festival Internacional de Cine de Guadalajara.

1. Hace 32 años que se ha realizado el FICG, de esa fecha a hoy ¿cuáles son los hitos en la industria en México y en Latinoamérica? ¿Consideras que esos cambios han sido apoyados por las actividades de negocios del FICG como plataforma de intercambio comercial?

Considero que para que una película tenga éxito en un festival tiene que gustar, tiene que interesar y comunicar con el público local, para que también tenga la oportunidad de cruzar fronteras.

¿Qué es lo que ha hecho el festival? Primero como Muestra y luego como Festival Internacional. En los primeros años era la fiesta obligada de muchos, de los primeros programadores tanto de América Latina como de Europa; y en este momento seguimos manteniendo esa filosofía. Una buena parte de nuestros invitados son programadores de festivales de cine. De alguna manera queremos que las películas que escogemos puedan viajar.
Los hitos del Festival son de alguna manera haber contribuido, entre 1989 y 1995, a sacar al cine mexicano del gueto en el que se encontraba y de provocar la posibilidad de que el cine mexicano comenzara a ser protagonista en muchos de los festivales de cine, inclusive en los Premios Oscar.
Y luego el siguiente hito es lo que ocurre en la 20 edición del festival, en la que el festival escoge el tener como sección invitada o como sección competitiva al cine iberoamericano, siendo el primer festival que hace esa decisión.
En España había festivales dedicados al cine latinoamericano, de Huelva, y también recuerdo el Festival de Cine Latinoamericano en Francia, si mal no recuerdo el de Amiens.

En nuestro caso, lo que buscábamos era encontrar las películas latinoamericanas, pero también unirlas a la tradición española, finalmente muchas películas de nuestros países llegan a tener cierta posibilidad de exhibición en España y en ese sentido a ser más completa la experiencia, por un lado, cultural, industrial y de producción. Yo diría que esos serían los grandes momentos del festival. El impulso para la internacionalización de nuestro cine y por otro lado encontrar un nicho de mercado, el iberoamericano, que al día de hoy somos unos de los festivales que más interés despierta en toda América Latina.

2. ¿Cómo consideras que ha evolucionado la industria del cine latino en el mercado mexicano en los últimos 10 años?

En los años 80 era prácticamente imposible ver una película argentina en México y podemos decir que también era prácticamente imposible ver una mexicana en Argentina. Ubico los años 80 porque era una época en donde prácticamente no existían los festivales de cine.
De alguna manera, a lo largo de un proceso, hemos ido construyendo un público, pero es un público que no está fijo, es un público que se construye en cada película, pero sí hay un gusto y una afición por el cine iberoamericano.

Creo que el cine chileno, por la parte de Larraín, ha traspasado fronteras y es, a estas alturas del partido, un cineasta que ya está en otra liga. Creo que también en ese sentido, los festivales de América Latina han permitido que se conozca el cine chileno y que a la hora de hacer una producción haya un reparto de distintas partes de la región. Creo que la zona de encuentro es ya una realidad.

3. ¿En cuanto a la competencia de las productoras transnacionales, ¿Qué herramientas comerciales recomiendas para afianzar y abarcar más en el mercado las producciones independientes en la industria del cine en México?

Yo creo que es un trabajo que tiene que venir de alguna manera natural. Ya hay unas pocas coproducciones México – Chile.
El hecho de que desde hace algunos años Pablo Larraín haya logrado sistematizar su presencia con Neruda en México es una buena señal, es uno de esos momentos importantes.
Por otro lado, aunque el documental tenga otras leyes y otras reglas, el documental chileno es un protagonista en el FICG, Maite Alberdi ha ganado varias veces, también los documentales de Ignacio Agüero, entonces hay la presencia de cine chileno en México y ocasionalmente se llega a reflejar en la taquilla.
Creo que lo que sigue es una mesa de negocios que se lleve a cabo de una manera sistemática, que las carpetas de producción entre Chile y México comiencen a fluir de una manera constante

y en la cual en un momento determinado puedan encontrar las vías de la coproducción. Yo creo que en estos momentos uno de los cines más interesantes que están ocurriendo en la región es el chileno y además es un cine muy vivo, es un cine que está permanentemente buscando su presente, reflexionando sobre lo que ocurrió en la década de los 80 y que de alguna manera buscan tener un eco internacional.
Sí deberíamos de encontrar un mecanismo en donde el productor chileno tenga sesiones de trabajo en Guadalajara y un mecanismo a través de cual pueda haber una consulta a lo largo del año.

Romelia Alvarez, académica de la carrera de Comunicación y Artes Audiovisuales del Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Occidente

1. ¿Cómo consideras que ha evolucionado la industria del cine latino en el mercado mexicano en los últimos 10 años?

En cuanto a públicos, sí llegan más películas de América Latina a la cartelera y principalmente a los Festivales de Cine en México, que actualmente son 138, es importante mencionar que éste número ha crecido en los últimos 5 años, antes de eso eran únicamente unos 15 festivales.

Por otro lado, el cine mexicano está pasando por su mejor momento, el año pasado se realizaron 160 películas en México, un número mayor que en el mejor año de la época de oro del cine mexicano, este fenómeno tiene 10 años de desarrollo y ha sido apoyado por el estímulo fiscal que permite que las empresas puedan canalizar directamente a proyectos cinematográficos el 10% de su impuesto sobre la renta anual. De esta manera se financian el 80% de las producciones, el otro 20% es con capital de riesgo de empresas y distribuidores nacionales e internacionales.

2. ¿Cómo involucran a los estudiantes de Audiovisual en la industria en Jalisco?

Casi todas las producciones que se realizan en Jalisco ya sean locales, o que vienen a Jalisco como locación, solicitan a las universidades alumnos destacados que participen como voluntarios en diferentes áreas.
Por otro lado, existe una convocatoria de la Comisión de Filmaciones de Jalisco que por tercer año consecutivo tiene un recurso para apoyar producciones locales con un monto de 22 millones de pesos que se reparten en diferentes proyectos, los cuales pueden ser de estudiantes.
También hay una amplia producción de cortometrajes dentro de las Universidades y algunos

casos de largometrajes realizados por estudiantes, como es el caso de "El lugar de las flores" en el ITESO.

3. ¿Qué influencias tienen los estudiantes para crear proyectos desde una perspectiva latinoamericana, es decir, no una mirada de cine latino desde Hollywood?

En las universidades hay una influencia de otras cinematografías distintas a la hollywoodense y a los estudiantes se les ofrece este panorama. Para tener acceso a un cine con perspectiva latinoamericana hay plataformas como Film latino, algunas producciones en Netflix y fundamentalmente en los Festivales de Cine.

Samuel Kishi Leopo, director de la productora Cebolla Films y realizador del largometraje "Somos Mari pepa" (2013), ganador de un Ariel de Plata al mejor cortometraje de ficción (2012), con Mari Pepa.

1. ¿Cómo consideras que ha evolucionado la industria del cine latino en el mercado mexicano en los últimos 10 años?

Sí ha mejorado bastante y las ventanas de exhibición, como el Festival de Cine de Guadalajara, han ayudado para lograr este objetivo. Sin embargo, es difícil que una película latinoamericana llegue a los circuitos de cine comercial a menos que sea una película muy grande, como lo que hace Pablo Larraín o Patricio Guzmán.

Por otra parte, los contenidos para televisión latinoamericanos no se consumen mucho en México. Sin embargo, hay otras ventanas, como el video on demand en plataformas como FilminLatino, Netflix, entre otras. Esta tendencia de consumo ha crecido muchísimo y es muy interesante que puedas encontrarte con cine de otra perspectiva y otro panorama.

Yo creo que se debería consumir más cine latinoamericano en México porque es un cine más cercano a nuestra idiosincrasia, a nuestros amores, a nuestros temores, son nuestras historias. En la ciudad de México hay cines como el Cine Tonalá que sí tiene un panorama latinoamericano y también un gran campo. Aquí en Guadalajara me gustaría que hubiera más pero no lo hay, salvo lo que puedes ver en el Cine foro de la Universidad de Guadalajara, pero lo que hay ahí es lo que también se presenta en la Cineteca Nacional.

2. ¿Qué opinas de la posibilidad de hacer coproducciones con países de América Latina?

Como productor sé que hay cosas muy interesantes sucediendo en Chile, en Argentina, o por ejemplo que hay muchas colaboraciones de México con Brasil y que se están volviendo países

aliados para desarrollar proyectos audiovisuales. También hay películas que se filman en Ecuador y de Ecuador se manda la postproducción para acá.

Lo que actualmente estamos haciendo los productores es que buscamos bajar recursos de ambos países para un mismo proyecto de coproducción y hay más posibilidades. Es más fácil entrar a convocatorias como Ibermedia o simplemente todo lo que hay en la Berlinale, hay varias becas y apoyos europeos en las que varios de los países latinoamericanos estamos en la lista.

En nuestra productora también hacemos material para televisión, comerciales, animación, etc. Y por ejemplo, nos tocó trabajar en una cuenta para google porque una productora brasileña nos contactó para hacer la producción en Guadalajara y las postproducción se realizó allá (en Brasil), así la productora brasileña redujo costos porque no tuvieron que trasladar a todo el crew.

Si yo tengo que filmar algo en Perú prefiero hablar con compañeros de allá y solamente viajo con el fotógrafo. En este sentido creo que nos sirve mucho ubicarnos y conocer el trabajo de la comunidad latinoamericana. Cuando nos encontramos con productores de otros países se abren posibilidades

3. ¿Cuál fue tu experiencia en la recepción de tu película (Somos Mari Pepa) en otros países de Latinoamérica?

Mi experiencia fue muy grata, estuve en Colombia, en el Festival de Cartagena, en Colombia; estuvo en el Bafici, en Argentina; en el Festival de Cine de Rio, en Brasil.

Hubo mucha comunión con la hechura de la película porque ya somos muchos los realizadores que sabemos que no necesitamos los millones para hacer una película. Es agradable encontrarte con personas en otras latitudes que tiene el mismo sentir que tú y ha sido una película muy querida. Por otra parte, creo que el cine latinoamericano toca yagas comunes.

4. ¿Qué herramientas consideras importantes para que una productora independiente chilena se afiance en la industria del cine en México?

Es importante que se acerquen con las Comisiones de Filmación en México, sin embargo, lo primordial son las relaciones, es decir, que se acerquen con la gente que hace cine acá, que compartamos.

Otra es que se acerquen a las comunidades y barrios en donde se pretende filmar. Especialmente en el cine independiente, como no tienes tanto dinero tienes que hacer más amistades.

El cine es disruptivo porque llegamos y rompemos todo el ecosistema. Sin embargo, en las comunidades a donde llegamos, trabajamos dando cursos de fotografía a las personas de la comunidad e intentamos hacerlos parte de la película.

Otra herramienta para hacer cine independiente es que se acerquen a las asociaciones civiles, que hacen labor en las comunidades.

A mí antes me costaban las cuestiones de networking porque me desesperaba cuando no salía con nada. Sin embargo, después me di cuenta que todo es un proceso y un primer acercamiento es el comienzo porque después salen cosas interesantes.

Le aconsejo a los creadores de cine independiente que no teman a hacer relaciones y que no sean herméticos. Uno de los pasos fundamentales del cine independiente es ser muy abierto.

X. Recomendaciones de la Oficina Comercial sobre la estrategia comercial en el mercado

La detección, conocimiento y análisis del mercado, es esencial para poder ingresar a México con un proyecto. Es elemental crear lazos de afinidad personal, antes de intentar vender un proyecto, pues el negocio debe considerar una utilidad para quien lo compra.

A pesar que no existe un Acuerdo de Coproducción formal entre Chile y México, se pueden crear proyectos privados a través de la colaboración de los distintos servicios que ofrece la industria, de esta manera con el trabajo se conoce el funcionamiento desde la producción mexicana, hasta la misma comercialización del proyecto terminado.

Para ingresar al mercado con un proyecto terminado, es elemental considerar los Festivales locales y visitarlos para crear lazos con los programadores para que se pueda integrar un proyecto chileno como parte de la muestra de exhibición.

XI. Contactos relevantes

Festival Internacional de Cine en Guadalajara, FICG

Tel: +52 (33) 3121-7461

Info.industria@ficg

http://www.ficg.mx

DocsDF, Festival Internacional de Cine Documental de la Ciudad de México
Tel: +52 (55) 55 10 36 89
programacion@**docsdf**.org
http://docsmx.org/

Baja International Film Festival (BIFF), Los Cabos
industry@cabosfilmfestival.com
http://cabosfilmfestival.com

Cámara Nacional de la Industria Cinematográfica, CANACINE
Director General: Agustín Torres
Mail: atorres@canacine.com
Tel: +52 (55) 5688-0442 / +52 (55) 5688-3258
http://canacine.org.mx/

XII. Material de apoyo relevante

Films Management Iberoamérica
FilmsMi México es una empresa de servicios para productores y distribuidores audiovisuales con alcance en toda Latinoamérica.
El principal servicio que FilmsMI presta a los productores es la gestión de ciertos derechos de propiedad intelectual en todo el mundo, particularmente en México.
http://www.filmsmi.com

Motion Picture Licensing Corporation

"Motion Picture Licensing Corporation es una empresa ubicada en México que otorga licencias para el uso legal de DVD y otras producciones audiovisuales en lugares públicos. La licencia de MPLC, permite a quien la contrata, realizar varias exhibiciones sin cargo por entrada de los títulos pertenecientes a las productoras y distribuidoras afiliadas a MPLC por un año".

- "La licencia MPLC umbrella permite que cualquier persona, organización, empresa o asociación cultural pueda programar exhibiciones de obras cinematográficas o audiovisuales en formato DVD en espacios comunes, áreas libres o en auditorios"

http://www.mplc-mexico.com.mx/

Cinema México, en su publicación del 2015 sobre producciones 2014- 2016, realizó un directorio de contactos sobre la industria fílmica que puede ser consultado en línea y se encuentra en las págs. 279-287[73].

XIII. Índice de tablas y gráficas

Gráficas

GRÁFICA 1: COMPARATIVO DEL NÚMERO DE PELÍCULAS ESTRENADAS EN 2015 Y 2016 7
GRÁFICA 2:TOP PAÍSES CON MAYOR NÚMERO DE BOLETOS VENDIDOS, 2016 8
GRÁFICA 3: LARGOMETRAJES MEXICANOS CON CAPITAL 100% PRIVADO 19
GRÁFICA 4: LARGOMETRAJES MEXICANOS APOYADOS POR EL ESTADO 20
GRÁFICA 5:NÚMERO DE SALAS POR CIRCUITO DE EXHIBICIÓN 26
GRÁFICA 6: TOP 10 PAÍSES CON LA MAYOR CANTIDAD DE SALAS DE CINE 27
GRÁFICA 7: SERIES DE TELEVISIÓN PRODUCIDAS EN MÉXICO, 2015 34

[73] Cinema México (2016) Publicaciones 2014- 2016. Véase en: http://www.imcine.gob.mx/sites/536bfc0fa137610966000002/content_entry537f86cf93e05abc5500009f/56cf85069d7279e1be00043b/files/CINEMA_MEXICO_2016.pdf

Gráfica 8: Estrenos por distribuidora en la industria del cine, 2016 35
Gráfica 9: Películas mexicanas estrenadas 37
Gráfica 10: Películas extranjeras estrenadas 37
Gráfica 11: Ganancias por distribuidora, 2016 45
Gráfica 12: Inserciones publicitarias de películas mexicanas estrenadas en 2015 por medio 49
Gráfica 13: Histórico de costo promedio por película 50
Gráfica 14: Distribución de los ingresos 51
Gráfica 15: Infraestructura de Argentina, Chile, Colombia y México 54
Gráfica 16: Proyectos audiovisuales entre México, Colombia, Chile y Argentina 55
Gráfica 17: Porcentaje de filmes nacionales vs. extranjeros 55
Gráfica 18: Recaudación de películas exhibidas y espectadores de México, Colombia, Chile y Argentina 56

Tablas

Tabla 1:Directorio de comisiones fílmicas estatales 9
Tabla 2: Películas más taquilleras en México en 2015 30
Tabla 3: Películas más taquilleras en México 2000- 2015 31
Tabla 4: Top 10 de asistencia a películas en taquillómetro en 2015 32
Tabla 5: Top 10 películas mexicanas en taquillómetro en 2015 33
Tabla 7: Principales productoras en México, 2015 40
Tabla 8: Principales distribuidoras en México, 2015 44
Tabla 9: Principales exhibidoras en México, 2015 46
Tabla 10: Coproducciones por país, 2015 48
Tabla 11: Resumen de coproducciones mexicanas estrenadas en 2015 49
Tabla 12: Principales festivales en México 53

XIV. Fuentes de información.

-Convenio de Integración Cinematográfica Iberoamericana. Véase en:
http://www.imcine.gob.mx/sites/536bfc0fa137610966000002/content_entry537f86d693e05abc55000287/53d283219d7279a132003d09/files/convenio_de_Integraci_n_Cinematogr_fica_Iberoamericana.pdf

-Organización Mundial del Comercio (2017). Servicios audiovisuales. Véase en:
https://www.wto.org/spanish/tratop_s/serv_s/audiovisual_s/audiovisual_s.htm

-CEPAL (2010). La Industria Cinematográfica en México y su participación en la cadena de valor. Véase en:
http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/4903/S1001039.pdf;jsessionid=95EC24ADA4E513967D8A7083F33DD4AE?sequence=1

-Banco Mundial (2015). México. Véase en: http://datos.bancomundial.org/pais/mexico

-IMCINE (2016). Anuario Estadístico de Cine Mexicano 2015. Véase en:
http://www.imcine.gob.mx/sites/536bfc0fa137610966000002/content_entry56e33f9f9d72792dff003a13/56e346b69d7279f97300048b/files/Anuario_Estadi_stico_de_Cine_mexicano_2015.pdf

-Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión (1992) Ley Federal de Cinematografía. Véase en:
http://www.imcine.gob.mx/sites/536bfc0fa137610966000002/content_entry537f86d693e05abc55000278/53d19eb09d7279bf03004ffb/files/1.pdf

-Reglamento de la Ley Federal de Cinematografía. Véase en:
http://www.imcine.gob.mx/sites/536bfc0fa137610966000002/content_entry537f86d693e05abc55000278/53d19eb29d7279108a014a3a/files/2.pdf

-Cámara de Diputados del H. Congreso de a Unión. Véase en:
http://www.imcine.gob.mx/sites/536bfc0fa137610966000002/content_entry537f86d693e05abc55000278/53d19e9b9d7279af9f0044f6/files/6.pdf

-Observatorio Latinoamericano de Regulación, Medios y Convergencia (2014). Sobre el marco legal mexicano. Disponible en línea en: http://www.observacom.org/bdlegislativa/base-de-datos-legislativa-mexico-2/sobre-el-marco-legal-mexicano/

-Ley Federal del Derecho del Autor. Véase en
http://www.imcine.gob.mx/sites/536bfc0fa137610966000002/content_entry537f86d693e05abc55000278/53d19eb29d7279bf0300503a/files/3.pdf

-Reglamento de la Ley Federal del Derecho de Autor. Véase en
http://www.imcine.gob.mx/sites/536bfc0fa137610966000002/content_entry537f86d693e05abc55000278/53d19eb29d727949660003a6/files/4.pdf

-H. XIX Legislatura del Estado de Baja California (2010). Periódico oficial. Véase en:
http://www.imcine.gob.mx/sites/536bfc0fa137610966000002/content_entry537f86d693e05abc55000278/53d19e979d7279af9f0044f2/files/10.pdf

-Ciudad de México, Secretaría de Cultura. Comunicado de Prensa. Recuperado de:

http://www.cultura.cdmx.gob.mx/comunicacion/nota/944-16 el día 20 de enero del 2017.

-Ley de Fomento al Cine Mexicano en el Distrito Federal. Véase en: http://www.imcine.gob.mx/sites/536bfc0fa137610966000002/content_entry537f86d693e05abc55000278/53d19e989d7279af9f0044f3/files/9.pdf

-PROMEXICO (2015). Incentivos y financiamiento Film Friendly. Disponible en línea en: https://www.gob.mx/promexico/acciones-y-programas/incentivos-y-financiamiento-film-friendly?idiom=es

-Programa Ibermedia. Véase en: http://www.programaibermedia.com/

-Reglamento a la Ley federal de Derechos de Autor. Véase en: http://caci-iberoamerica.org/wp-content/uploads/2016/09/raicoci-2007-reglamento-acuerdo-coproduccion-2007.pdf

-IMCINE (2016) Cinema México 2014- 2016. Véase en: http://www.imcine.gob.mx/sites/536bfc0fa137610966000002/content_entry537f86cf93e05abc5500009f/56cf85069d7279e1be00043b/files/CINEMA_MEXICO_2016.pdf

-Red México. Véase en: http://www.redmexico.org.mx/acerca.php

-Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en México D.F (2015). El Mercado audiovisual en México noviembre 2015.

-Instituto Federal de Telecomunicaciones (2015). Encuesta Nacional de consumo de contenidos de audiovisuales en radio, televisión e internet. Véase en: http://www.ift.org.mx/comunicacion-y-medios/comunicados-ift/es/el-ift-da-conocer-la-encuesta-nacional-de-consumo-de-contenidos-audiovisuales-en-radio-television consultado por última vez el 15 de febrero del 2017.

-Anuario de la Industria Cinematográfica y Audiovisual Argentina 2015

-Anuario Estadístico de Cine Colombiano 2015

-Resultados del Espectáculo Cinematográfico en Chile 2015, Fuente México: Anuario Estadístico de Cine Mexicano 2015

(*) Documento elaborado por la Representación Comercial en Guadalajara con el apoyo de Paloma Patlán, Gestora de Proyectos Culturales y Comunitarios. Mail: patlan.rey@gmail.com