

LA INDUSTRIA DEL CINE Y SU IMPACTO EN LA ECONOMÍA

The film industry and its economic impact

Lic. Ernesto Victorero Molina

<https://orcid.org/0000-0002-3769-8233>

Facultad de Economía, Universidad de La Habana

ernesto.victorero@fec.uh.cu

Recibido: Abril 2021

Aceptado: Mayo 2021

.....

Resumen

La industria cinematográfica constituye una de las de mayor dinamismo y peso económico dentro de la Economía Creativa en la actualidad. No son muchos los países que han logrado constituir una industria del cine verdaderamente lucrativa y sustentable, pero en los que han logrado desarrollarla, ésta representa un aporte significativo a la economía. Su impacto se manifiesta en su contribución a la generación de ingresos y empleos, no solo en la propia industria, sino también a través de su efecto multiplicador sobre otros sectores. El artículo ofrece una breve panorámica de la situación actual de la industria del cine y algunos aspectos relacionados con su gestión. Forma parte de un proyecto de investigación dirigido a estudiar las posibilidades de potenciar la economía creativa en Cuba a partir de diferentes industrias culturales.

Palabras clave: economía creativa, industria cultural, industria cinematográfica.

Abstract

The film industry is among the most dynamic and with the greatest economic weight in nowadays' Creative Economy. Not many countries have managed to build a truly lucrative and sustainable film industry, but for those which have achieved so, it has become a significant economic contributor. Its impact is

shown in its contribution to employment and income generation, not only within the industry, but also through its multiplying effect on other sectors. This piece offers a brief overview of the current situation in the film industry and some subjects closely related to its management. It is part of a research project aimed at studying the possibilities to potentiate the creative economy in Cuba through several cultural industries.

Keywords: creative economy, cultural industry, film industry

Introducción

Una de las industrias culturales más dinámicas y de mayor peso económico entre todas las que conforman el sector de la economía creativa, es la audiovisual en general y la cinematográfica en particular, dado el fuerte crecimiento de su demanda y su fuerte influencia directa e indirecta sobre el resto de los sectores.

Esta funciona como una cadena de valor al combinar la creación, la producción y la comercialización de contenidos creativos, que además se vincula a otros sectores de la economía generando un efecto multiplicador, sobre todo en términos de ingresos y empleos.

Como está sucediendo en casi todos los sectores de la economía global, esta cadena se está volviendo cada vez más una cadena de valor global, en la que un pequeño grupo de grandes empresas lideran la producción y distribución de películas. Como es habitual en otros sectores, quienes lideran esas cadenas son las grandes transnacionales que se ocupan fundamentalmente de la comercialización, actividad que provee las mayores ganancias.

No obstante, las barreras de entrada en algunas actividades y nichos no son muy altas, lo que permite la participación de compañías independientes de menor tamaño en cada eslabón de la industria.

Por otra parte, se trata de una industria que ha mostrado gran capacidad de adaptación ante cambios y desafíos, relacionados en buena medida con la innovación tecnológica. Así, ha ido ajustándose a nuevas formas de producción y a las expectativas del mercado, resistiéndose a desaparecer.

Frente a las nuevas tendencias como la masificación de internet, la revolución tecnológica, la multiplicación de pantallas en la vida cotidiana de las audiencias (*SmarTV*, celulares inteligentes, *tablets*), el cine ha ido ampliando sus fronteras al integrarse en un mercado mucho más amplio, el audiovisual, que comprende

además la televisión. Han surgido y se han expandido rápidamente nuevas plataformas de distribución de contenidos audiovisuales como Netflix, HBO Go, Youtube o Amazon, que llegan a un número amplio de consumidores; y se han buscado nuevas fórmulas para captar al público, como las tecnologías 3D y 4D.

Entre las principales dificultades a que se enfrentan las industrias cinematográficas nacionales se pueden mencionar la escasez de financiamiento y la falta de apoyo gubernamental.

Si bien es cierto que la industria del cine se desarrolla actualmente en un contexto de problemas complejos, algunos países han logrado construir una industria realmente sustentable, con una producción de cine de diversos géneros y volumen importante, destinada a abastecer el mercado interno y externo.

Por supuesto, no todos los países están en igualdad de condiciones. Los países desarrollados son los que mayores ingresos reciben por esta actividad, aunque recientemente resalta el crecimiento experimentado por la industria de países como China e India. En los últimos años, América Latina también ha experimentado un crecimiento importante de su industria cinematográfica.

El propósito del presente artículo es ofrecer una breve fundamentación acerca de la contribución del cine a la economía de manera general y, posteriormente, exponer algunas ideas de cómo se gestiona esta industria en el mundo. Este constituye un tercer resultado parcial de un proyecto de investigación dirigido a estudiar las posibilidades de potenciar la economía creativa en Cuba a partir de diferentes industrias culturales. Los dos resultados anteriores han sido publicados en otros números de esta revista¹.

I. Impacto del cine en la economía

La industria audiovisual en general, y la cinematográfica en particular, se ha convertido en una de las locomotoras de la economía del siglo XXI por su gran dinamismo y peso económico. Su extraordinaria flexibilidad, su capacidad de deslocalización y su impacto sobre las audiencias, ha sido percibida claramente por los gobiernos y entes promotores de la propia industria, de la cultura en general y del turismo en todo el mundo.

El impacto económico del cine se evidencia en su contribución al PIB y a la generación de empleo. Este impacto puede generarse de manera directa, a partir de las propias empresas involucradas en algún escalón de la cadena,

¹RCEI No.2 de 2020 y No.1 de 2021.

pero también de manera directa o inducida, por su interacción con otras, por lo que tiene un efecto multiplicador sobre otros sectores.

El impacto indirecto proviene de las actividades económicas que genera el cine como consecuencia de los *inputs* que necesita para realizar su actividad (vestuario, luces, transporte) y son obtenidos de otras empresas de la localidad o región. Los inducidos son provocados por el consumo de los espectadores, los trabajadores del sector o por los generados por el efecto indirecto (hoteles, transporte, servicios de gastronomía). También el cine y el turismo han estado siempre vinculados de alguna manera (turismo de cine), y esa es otra fuente de ingresos importante.

Los festivales de cine, por otra parte, son una fuente importante de ingresos para la industria y la economía. Estos se generan, no solo (ni más importante) por lo que se recauda en taquillas, sino sobre todo por los ingresos indirectos que genera en viajes, hospedajes, gastronomía, etc.

Más allá de su relevancia económica, el cine tiene otras incidencias no menos importantes como las sociales y políticas, pero el artículo se enfoca en las económicas. Por supuesto, el cine, como industria creativa, no tiene la misma relevancia en todos los países, por lo que sus efectos también difieren.

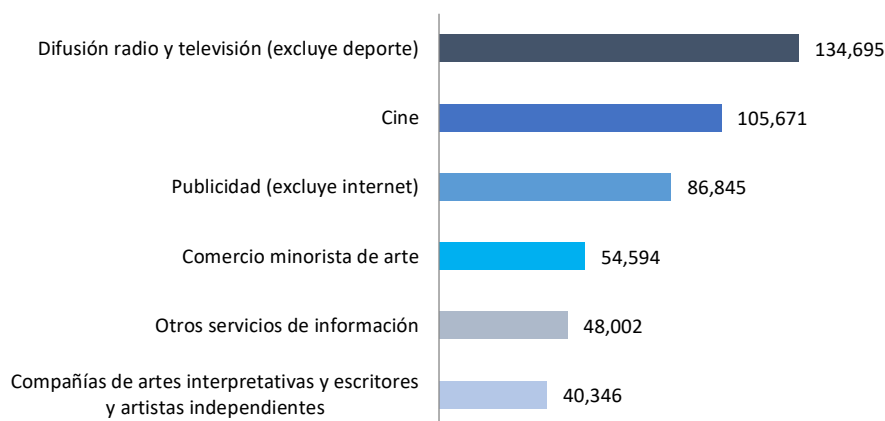
II. Peso económico de la industria del cine en algunos países y regiones

✓ Estados Unidos

La industria del cine se ha concentrado desde sus inicios en Estados Unidos, país que continúa siendo hoy la principal potencia cinematográfica del mundo.

Las industrias de la radiodifusión y la televisión, junto al cine, que se ubica en segundo lugar, son las que soportan la dinámica economía creativa del país (Gráfico 1) y emplean, de conjunto, a la mayor parte de los trabajadores de ese sector (unos 2.6 millones de personas, desde los técnicos en efectos especiales, maquillistas, actores, escritores, constructores de escenarios, hasta los que venden los tickets), a los que se les paga más de USD 177 mil millones cada año. (MPAA, 2019)

Gráfico 1
Estados Unidos. Principales contribuyentes del sector del arte y la cultura al PIB cultural. 2016 (millones de dólares)



Fuente: (U.S. Bureau of Economic Analysis, 2019)

Además, estas industrias se vinculan con cerca de 93 mil negocios a lo largo del país. Cuando se está filmando en una locación, se inyecta cada día a las economías locales alrededor de USD 250 mil, y cuando se trata de películas o shows de televisión populares, también inciden en el incremento del turismo. (MPAA, 2019)

El crecimiento de la industria del cine y video supera al de toda la economía, aunque en los últimos años se ha hecho más lento, debido a los retos que enfrenta el cine a escala global. Su aporte al PIB es muy significativo, aunque varía por Estados. (Nichols, 2018)

Se espera que el mercado continúe creciendo, sobre todo porque se están buscando alternativas y aplicando nuevas estrategias para ampliar la audiencia y expandir las ventas. Entre ellas, la expansión hacia la producción de nuevos actores del área de la distribución y el amplio uso de la tecnología y las redes sociales. (PR Newswire, 2018)

También el cine y la TV son los que más contribuyen a las exportaciones del sector del arte y la cultura. (Gráfico 2)

Gráfico 2
Estados Unidos. Principales exportaciones de bienes y servicios culturales. 2016
(millones de dólares)



Fuente: (U.S. Bureau of Economic Analysis, 2019)

En la Balanza Comercial del país, según estadísticas de la Cuenta Satélite del Arte y la Producción Cultural, elaborada por el Buró de Análisis Económico y la Fundación Nacional para las Artes, la Industria del Cine y el Video genera superávits comerciales, mientras la economía norteamericana en su conjunto es recurrentemente deficitaria en su balance de bienes. (Nichols, 2018)

✓ **Europa**

Aunque no es muy exacto referirse al cine europeo como un todo uniforme, pues este engloba a cinematografías muy diversas, y tampoco la industria impacta por igual en todas las economías, se puede decir que, en general, esta representa alrededor de $\frac{1}{4}$ del mercado global del cine en cuanto a ingresos de taquilla, ocupando el tercer lugar mundial. (UNIC, 2018)

Entre los países que reciben ingresos considerables por esta actividad se encuentran el Reino Unido, Alemania, Francia, y en menor medida Italia, España y Polonia.

Francia

La industria del cine de Francia se considera la más exitosa de Europa en términos de número de películas producidas por año. Según un estudio realizado en 2013 por el Consejo de Análisis Estratégico y Prospectiva Económica, las industrias cinematográfica y audiovisual de conjunto tenían más peso en la economía francesa que el sector farmacéutico, de acuerdo a su aporte al PIB y a la generación de empleo. La industria cinematográfica aportaba aproximadamente 6 000 millones de euros y la audiovisual, 5 900 millones, (de conjunto 11 900 millones de euros), mientras el sector

farmacéutico aportaba 11 800 millones de euros. En cuanto al empleo, la industria cinematográfica generaba 340 000 puestos de trabajo y la audiovisual, 234 000. (ICEX, 2013)

En 2018 la industria del cine contribuyó al PIB más que la automotriz y la farmacéutica y empleó a aproximadamente 127 395 personas, la mayoría con empleos permanentes. (Keslassy, 2020)

Según el estudio antes citado, el peso económico del sector cinematográfico en Francia es dos veces mayor que en Reino Unido.

Reino Unido

El Reino Unido ha creado uno de los más influyentes y gustados cine y televisión del mundo, siendo las industrias que más contribuyen a la economía creativa del país. En estos momentos se considera que tendrán un papel esencial en la recuperación cultural y económica del período pos-pandémico.

En particular, su industria cinematográfica ha crecido significativamente en las últimas décadas. El número de películas producidas como promedio anual se ha incrementado de 43 en los años 80's a 83 en los 90's y 136 en los 2000's. (Oxford Economics, 2012) Aún en medio de la pandemia de la Covid-19, en Agosto de 2020 se terminaron 300 películas y 35 animados, correspondientes al período 2019-20. (CIC, 2021)

Su contribución total a la economía, teniendo en cuenta los impactos directos, indirectos e inducidos, en 2011 era de aproximadamente 4.6 mil millones de libras (£) de ingresos al PIB y 117 400 empleos². (Oxford Economics, 2012)

En relación al turismo, se considera que la décima parte del que llega del extranjero se debe al impacto del cine británico en el exterior. (Spain Film Commission, 2013)

También la industria del cine compite en el mercado global y hace una significativa contribución a la posición neta del comercio del país, a través de los ingresos por exportación y promoción en el extranjero. Las exportaciones en 2010 fueron de £2.1 miles de millones y el promedio de contribución neta al superávit comercial de £380 millones desde 2000. (Oxford Economics, 2012)

Los incentivos fiscales han sido vitales en la sostenibilidad de la competitividad de la producción cinematográfica del Reino Unido, al punto que se estima que sin el alivio del impuesto la producción sería alrededor de 71%

² Como impacto directo aportó £1.6 mil millones al PIB (más que los sectores de manufactura de electrónicos, las artes escénicas y el software de publicidad) y 43 900 empleos a tiempo completo; impacto indirecto similar e impacto inducido (teniendo en cuenta su efecto multiplicador sobre el comercio, el turismo y las ventas de promoción) generó £1.4 mil millones y 29 600 empleos. (Oxford Economics, 2012)

menor, reduciendo el PIB en cerca de £1.4 miles de millones por año. La reducción del impuesto le representa al Tesoro un costo de £114 millones al año, pero ello genera £12 al PIB por cada £1 invertida.(Oxford Economics, 2012)

✓ Asia

Más recientemente, resalta el crecimiento experimentado por la industria del cine de países asiáticos como China e India.

India

La industria del cine de India, **conocida como “Bollywood”**, es un ejemplo de cine de éxito en los últimos años. **El valor de esa industria se calculaba a mediados de la pasada década en unos USD2.10 billones, lo que la sitúa como una de las más poderosas en el mundo.**(Dinero.com, 2015)

En 2013 el país encabezaba la lista de países productores de cine, con 1,724 obras cinematográficas producidas en el año, una asistencia de 1.98 miles de millones de butacas y una taquilla de más de USD 93 mil millones. Estados Unidos y China le seguían con 738 y 638 películas producidas. Estos 3 países aportan el 40% de la producción mundial de cine en términos de películas producidas. (Grimaldi y Castillo, 2017) No obstante, en términos de recaudación de dinero, Hollywood mantiene la primacía.

En cuanto a su contribución a la economía, aún el aporte de toda la industria del entretenimiento al PIB es bajo, menos de 1%. (Deloitte, 2018) No obstante, dentro de ella, las industrias del cine, televisión y video de conjunto tienen un peso significativo. Estas generan ingresos por 13.3 miles de millones de dólares, lo que representa un poco menos de la mitad de los ingresos de toda la industria de media y entretenimiento del país. Aportan además una producción bruta de 16.5 miles de millones de dólares y emplean a 850 000 personas, aunque su impacto total es muy superior si se tiene en cuenta su efecto multiplicador. Se estima que su aporte total al PIB (teniendo en cuenta también su impacto indirecto e inducido) es de al menos 49.9 miles de millones de dólares y al empleo de 2.6 millones de puestos de trabajo³. (Deloitte, 2020)

Para el año fiscal 2020 se pronosticaba un crecimiento de la industria cinematográfica de cerca del 20%, pues a pesar del enlentecimiento del crecimiento económico del país y la situación generada por la pandemia, ésta ha sido resiliente y ha mantenido un comportamiento favorable. (Deloitte, 2020)

³ Ambas cifras son 3 veces superiores al aporte directo de la industria.

✓ América Latina

El cine latinoamericano prácticamente ha vivido siempre a la sombra de las producciones europeas y, sobre todo, de las de Hollywood, pero en los últimos años ha experimentado un crecimiento junto al cine de otros países en desarrollo de Asia y África.

De todas formas, en América Latina todavía más del 80% de la taquilla es de películas provenientes de Estados Unidos, y se estima que la industria cinematográfica de la región representa sólo el 3% de la producción internacional de películas. (Quartesan, Romis y Lanzafame, 2007)

Como en el caso europeo, incluso en mayor medida, resulta difícil referirse al cine latinoamericano en general, porque comprende una cinematografía muy diversa y asimétrica. De hecho, el resultado positivo experimentado en los últimos tiempos ha sido impulsado sólo por ocho países de la región, entre los que destacan México, Brasil y Argentina⁴. Desde otro punto de vista, pudiera decirse que en el caso latinoamericano las afinidades son mucho mayores, en lo que respecta a culturas, lenguas y tradiciones. (Getino, 2007)

México

En México, la industria de los medios audiovisuales es la que más aporta a la economía del país dentro del sector de la cultura (Gráfico 3), y el cine es el principal subsector. Se puede decir incluso que este es el país latinoamericano donde el cine ha tenido más éxito en los últimos años. Sin embargo, paradójicamente, 9 de cada 10 películas en la cartelera son de otros países, lo que denota que algo no funciona bien. (Ramírez, 2017)

Gráfico 3
México. Distribución del PIB del sector de la cultura por actividades. 2018 (Estructuraporcentual)



Fuente: (Vergara, 2019)

⁴ Los otros países son Colombia, Venezuela, Perú, Chile y Uruguay.

La industria cinematográfica mexicana creció 8.4% como promedio anual en los últimos 10 años, mientras que la economía del país lo hizo tan solo 2.1%, según un estudio presentado por la Cámara Nacional de la Industria Cinematográfica (Canacine). Igualmente, la tasa de crecimiento de puestos de trabajo fue en promedio cuatro veces mayor en esta industria que en el resto de las actividades económicas del país. (Gutiérrez, 2019)

En 2016, según datos del Anuario Estadístico del Cine Mexicano, la industria cinematográfica aportó 18 376 millones de pesos (aproximadamente unos USD 984 millones) a la economía y generó más de 28 000 empleos. Se calcula que entre 2008 y 2016 el comportamiento económico del cine fue cinco veces más dinámico que el conjunto de la economía mexicana. (Gutiérrez, 2018^a) Por otra parte, según datos del Instituto Mexicano de Cinematografía (Imcine), ese mismo año la producción cinematográfica requirió insumos de 97 industrias de la economía y, a su vez, se volvió insumo para 34 que requieren de películas para completar su proceso productivo. (TVP, 2017)

Como en todo el mundo, el golpe económico de la pandemia de la Covid-19 a la industria cinematográfica nacional ha sido fuerte y la parte de la exhibición es quizá la más golpeada. Según la Cámara Nacional de la Industria Cinematográfica, el cierre obligatorio de las salas implicó que ya en abril de 2020 se habían dejado de vender 152 millones de boletos, lo que equivale a una pérdida de más de 330 millones de dólares. Se teme además que la industria pierda el apoyo gubernamental debido a la política de austeridad aplicada por la administración de Andrés Manuel López Obrador. (Carbonell, 2020)

Centroamérica

En Centroamérica se ha producido un despertar del audiovisual en los últimos años. Han crecido las salas de cine y los estrenos nacionales, así como el interés por las películas de la región en importantes festivales internacionales de cine.

En 2015 la taquilla de estrenos nacionales en la región generó USD 12 millones, una ganancia comparable a los ingresos que generaron las exportaciones de carne de Honduras en 2017. (Flores, H., 2018)

Panamá es uno de los países en los que la industria ha crecido de manera importante. Gracias a la normativa existente y al apoyo de la Dirección Nacional de Cine (Dicine), en 2018 se estrenaron 10 películas nacionales, lo que representa un aumento del 65% respecto al año anterior. Este crecimiento ha tenido impacto en otros sectores: cada dólar invertido en los servicios

creativos del cine ha generado USD 1.51 en el resto de la economía. (BID, 2018)

De todos modos, el cine estadounidense domina el mercado, con más del 90% de éste, mientras la producción nacional mantiene un bajo por ciento relativo de espectadores.

Caribe

La región del Caribe también ha experimentado un cierto despegue de la industria del cine y el audiovisual en los últimos años.

Se destaca en particular República Dominicana donde desde 2010, con la promulgación de la Ley de Promoción de la Actividad Cinematográfica, se ha incrementado la producción de filmes nacionales en alrededor de 900% en pocos años. Este sector contribuyó en 2015 al Valor Agregado Bruto en alrededor de USD 70 millones. (Marichal y Guerrero, 2017)

También ha crecido la producción de películas extranjeras en el país. La Ley ha favorecido el acceso de los productores a cuantiosos fondos a través de inversiones privadas que se benefician de incentivos fiscales. (Marichal y Guerrero, 2017)

Aunque en el país sigue predominando el cine norteamericano, el nacional ocupa el segundo lugar. En 2018 el número de estrenos nacionales representó el 10,2% y la cuota de espectadores el 26,4%. (EGEDA, 2019)

Según la Dirección General de Cine (Dgcine), las industrias del cine y el audiovisual juntas, aportaron en 2018 y 2019 alrededor de USD 70 mil cada año. En 2019 se llevaron a cabo 109 proyectos cinematográficos y audiovisuales, los cineastas de esa nación obtuvieron 39 premios internacionales y las películas dominicanas estuvieron presentes en 25 escenarios extranjeros. (Prensa Latina, 2019)

III. Experiencia internacional en la gestión en la industria del cine

Para tratar sobre el modo de funcionamiento y la gestión de la industria cinematográfica en el mundo, es necesario referirse primero al papel de las políticas públicas, pues en gran medida la forma en que se gestiona y promueve el cine en cualquier lugar depende de ellas, no sólo de las relacionadas con esta industria en particular, sino en sentido más amplio, de las políticas culturales, e incluso educacionales y económicas.

Del manejo de las políticas públicas depende en última instancia que florezca o no una industria cultural; que la producción y el consumo sean más o menos sociales o elitistas; que en sus resultados prevalezca una corriente tradicional o se fomente una emergente o alternativa; que predominen los criterios económicos sobre los culturales o educativos, o viceversa, o haya determinado equilibrio entre ellos.

Lo que sí queda claro es que independientemente del país de que se trate, para que la cultura avance, beneficie a todos, y la economía creativa se traduzca en desarrollo, esta debe contar con el apoyo del Estado. Ello no es diferente en el caso de la industria cinematográfica. Se ha hecho evidente que en los países donde ésta no ha contado con apoyo estatal, no se ha desarrollado.

Por otra parte, las políticas públicas no deben limitarse solo al apoyo de la producción sino también deben poner énfasis en la difusión y distribución de los productos culturales, así como en el estudio de la demanda y la creación de nuevos públicos para la cultura.

La gestión se refiere a todo lo que hace posible que la industria funcione. Tiene que ver con la provisión de financiamiento para la producción, el apoyo a la distribución y exhibición, la regulación y el control de la actividad, entre otros. Por supuesto, todo lo anterior es posible debido a la participación de diversas entidades, implicadas en cada fase del proceso con funciones específicas. En lo adelante se profundizará en los aspectos antes mencionados.

➤ **Instituciones**

Son diversas las entidades públicas y privadas inmiscuidas en la gestión del cine con diferentes funciones e intereses. En la mayoría de los países existen entidades rectoras, encargadas de formular disposiciones y leyes para el buen funcionamiento de la industria, así como de velar por su cumplimiento. Estas se subordinan, en su mayor parte, a los Ministerios de Cultura, aunque en algunos casos están al amparo de otros organismos⁵.

En muchos casos se ocupan de gestionar el financiamiento, administrar fondos de fomento cinematográfico, apoyar convenios internacionales e incluso participar como productores o coproductores de las películas, además de velar por el buen funcionamiento de todo lo relacionado con la actividad, incluidas las entidades o empresas con funciones específicas, encargadas de la producción, promoción, distribución y exhibición de los productos obtenidos; la formación y capacitación del capital humano (creadores, artistas, técnicos, personal de apoyo), las cuestiones técnicas, el estado de las instalaciones, entre otras.

⁵ Por ejemplo, en Perú se subordina al Ministerio de Educación.

En otros países, como Estados Unidos, no existe una entidad rectora a nivel nacional, sino que determinadas entidades a nivel de estados y ciudades se ocupan de diferentes partes del proceso. Algunos analistas consideran que la industria cinematográfica estadounidense básicamente se autorregula.

En varios países, las empresas productoras y distribuidoras se agrupan en asociaciones de carácter público o privado, nacionales principalmente, pero también regionales o internacionales, que velan por sus intereses. En Estados Unidos, la Asociación Cinematográfica de América (*Motion Picture Association of America* - MPAA), una asociación de productores y distribuidores cinematográficos sin ánimo de lucro, se creó para velar por los intereses de los [estudios cinematográficos](#). Sus miembros son los seis mayores estudios de [Hollywood](#): [Walt Disney Picture](#), [Sony Pictures](#), [Paramount Pictures](#), [20th Century Fox](#), [Universal Studios](#) y [Warner Bros](#).

También existen las comisiones de cine (*Film Commissions*), que tienen el objetivo de apoyar a los productores audiovisuales nacionales e internacionales, facilitándoles información y ayudándolos con la logística y las coordinaciones con las administraciones públicas para la realización de rodajes en un determinado lugar. Existen más de 300 organizaciones de este tipo en más de 40 países de todo el mundo, sobre todo en los Estados Unidos y Europa. Son oficinas sin ánimo de lucro vinculadas por lo general a los Ayuntamientos locales, con la intención de promocionar la cultura y los sitios del ámbito territorial de cada comisión.

Resulta muy interesante la gestión del cine en Europa por el apoyo que brindan las entidades públicas a nivel regional, no sólo desde el punto de vista financiero, sino también a través de intervenciones, como programas y otras iniciativas, en la distribución y difusión de los productos audiovisuales, lo que demuestra el interés que existe por promover la industria, sobre todo al interior de la región. (Katsarova, 2014)

El Parlamento Europeo también apoya a la industria del cine. Quizás una de sus iniciativas culturales más conocidas es el *Premio LUX*, que ofrece anualmente esa institución desde 2007. El premio apoya la circulación de producciones y coproducciones europeas y está dirigido a romper las barreras del lenguaje y la distribución para las películas europeas dentro de la región⁶. El premio está centrado, además, en defender valores fundamentales como la integración de las comunidades vulnerables, la lucha contra la pobreza y la violencia contra la mujer. (Katsarova, 2014)

⁶ Los ganadores no reciben un premio en dinero. En su lugar, las películas son subtituladas en las 24 lenguas oficiales de la Unión Europea y proyectadas en más de 40 ciudades y 18 festivales, permitiendo a un gran número de europeos verlas y votar por la "Mención de la Audiencia".

En varios países, incluidos subdesarrollados, se trabaja por el fortalecimiento institucional, fomentando el vínculo horizontal entre entidades especializadas, el ministerio de cultura y otros ministerios, así como con organizaciones sociales, en aras de definir una política consensuada, con el objetivo de desarrollar el sector. La estrategia contempla, además, la comunicación, fundamental para dar a conocer el cine nacional en el exterior.

➤ **Financiación**

Uno de los aspectos clave para un buen desempeño de la actividad es contar con los recursos financieros necesarios, el mayor problema que enfrenta el cine en la actualidad en casi en todos los países, pero fundamentalmente en los menos desarrollados. Las vías tradicionales a través de las que se obtiene financiamiento para el cine en el mundo son los créditos de instituciones financieras, las pre-ventas, los fondos propios y la financiación pública, aunque estas resultan insuficientes o inalcanzables para muchos productores, por lo que estos se han visto en la necesidad de buscar fuentes alternativas.

A continuación, se exponen las principales vías de financiamiento usadas en el cine en la actualidad:

- **Créditos bancarios**

Los créditos bancarios suelen ser un recurso bastante habitual para empresas ya establecidas, sobre todo si son reconocidas o cuentan con determinado historial. De hecho, algunos bancos cuentan con divisiones financieras para entretenimiento, de donde proviene una parte significativa de los créditos a esta industria⁷. Sin embargo, para las empresas creativas en fase inicial y/o negocios que comienzan (*startups*) no es una vía de financiación adecuada, pues por lo general, las instituciones financieras las consideran de alto riesgo.

- **Pre-ventas**

Consiste en la venta anticipada de los derechos de distribución de una película. Por lo general, los derechos se venden a un agente de ventas, que usualmente tiene fuertes relaciones con distribuidoras en diferentes territorios, incluso en el extranjero, y también posee experiencia en el tema, por lo que pueden ofrecer un estimado de los ingresos esperados. Es común que se ofrezca por adelantado un por ciento del precio de venta final y el resto cuando se termine la película. Estos acuerdos generalmente se basan en el guión y el elenco de artistas. En ocasiones el distribuidor exige la inclusión de ciertos elementos de contenido y determinados actores, y si no se cumple con esto en el producto final, el financiamiento colapsa.

⁷ En Estados Unidos, algunos bancos con estas divisiones son: *Bank of America, Comerica, East West Bank, Opus Bank, SunTrust, Union Bank, Wells Fargo*.

- Fondos propios

Una de las vías más comunes para la financiación de una producción audiovisual es a partir de la propia industria, mediante:

- financiación directa por parte del productor, con recursos propios;
- financiación indirecta, ya sea mediante la participación en beneficios, capitalización de sueldos o mediante pagos diferidos⁸; y
- financiación comercial a través de diversas estrategias como la utilización de parte de los ingresos producidos por la comercialización de la película, la publicidad por emplazamiento de producto⁹, las recaudaciones de taquilla o el *merchandising*¹⁰.

- Subsidios públicos

Las fuentes públicas constituyen una de las vías más importantes de financiamiento de muchas industrias cinematográficas nacionales, tanto en países desarrollados como subdesarrollados.

En Estados Unidos, aunque la industria cinematográfica es privada, el Estado la ha apoyado de manera sistemática, por objetivos políticos y por razones económicas. (Richeri, 2016)

En Europa, donde también gran parte de la industria del cine se compone de negocios privados (financiados y gestionados por privados), en la mayoría de los casos, sobre todo los más exitosos, son patrocinados por agencias gubernamentales. El apoyo público no se circunscribe solo al financiamiento sino también a facilitar la distribución de las películas. Así, los países europeos, independientemente de su poder económico, tienen la oportunidad de mostrar sus películas en un circuito consolidado por la Unión Europea, que se encarga de hacer la distribución de los largometrajes en todo el continente, además de ofrecer exenciones fiscales y destinar millones de euros en recursos para fomentar el cine en el continente. (Jáuregui, 2019)

El cine latinoamericano ha contado también con protección del gobierno, fundamentalmente a través de subvenciones o subsidios. Estos pueden ser

⁸ Arreglo por el cual, a los técnicos, profesionales y otros trabajadores que intervienen en una filmación se les asigna un salario que va acumulándose y se paga eventualmente a partir de los ingresos que genere la comercialización del producto audiovisual.

⁹ Conocido en inglés como *product placement*, es una técnica publicitaria que consiste en la inserción de un producto, marca o mensaje dentro de una película, serie televisiva, video musical o video juego.

¹⁰ Venta de productos relacionados con las películas para su promoción y obtención de ingresos.

directos o indirectos. Los directos pueden tratarse de asignaciones directas del presupuesto público, contribuciones procedentes de los ingresos producidos por la televisión, o impuestos sobre la boleta del cine. Las asignaciones pueden dirigirse a la formación de fondos especiales dedicados a la producción de cine nacional. Sin embargo, en los últimos años el financiamiento directo se ha reducido y ha crecido el apoyo indirecto, mediante la provisión de incentivos, por lo general impositivos, para la producción local, que en muchos casos representan la forma principal de sostén para esta industria. (Quartesan, Romis y Lanzafame, 2007)

- Incentivos fiscales

Las modalidades de incentivos fiscales son diversas. Por lo general, consisten en beneficiar con reducciones de impuestos a personas, empresas, fondos, que dirijan sus recursos a financiar proyectos cinematográficos a través de patrocinio, coproducción o inversión. En algunos países se gravan con impuestos las ventas de boletos y esos ingresos se destinan a la propia industria¹¹. En otros, como Brasil, se permite a las empresas la opción de aportar el 1% de los impuestos sobre sus ganancias para la producción de películas. (Grimaldi y Castillo, 2017)

Un estímulo fiscal muy eficaz en la actualidad es el “*tax rebate*” (descuento o devolución de impuesto), encaminado fundamentalmente a la captación de rodajes extranjeros, pero también a proyectos nacionales. Consiste en devolver al productor, vía impuestos, un por ciento, previamente establecido, de la inversión efectiva realizada en el lugar de rodaje (devolución sobre el gasto local). (Spain Film Commission, 2013)

Otro incentivo similar es el “*cash rebate*” (reembolso de efectivo), mediante el cual el productor de una obra audiovisual que cumpla determinados requisitos, recibe un por ciento de la cantidad invertida en el territorio, en este caso en efectivo.

En los países latinoamericanos más exitosos, aunque se usan diferentes tipos de incentivos fiscales, lo común es que la práctica se enmarque dentro de una estrategia bien definida, de modo que no se trate sólo de un aspecto comercial, sino también de estimular la creatividad. Así, no todos los proyectos reciben los estímulos, sino los que logren una buena evaluación por las autoridades pertinentes¹², a través de diferentes vías (por ejemplo, por oposición). Los resultados han sido positivos. De hecho, muchos fondos extranjeros se han

¹¹ En algunos países latinoamericanos en ocasiones se han usado esos ingresos con otros fines, como pagar deudas.

¹² En México participan el [Instituto Mexicano de Cinematografía](#), el [Centro de Capacitación Cinematográfica](#) y el [Centro Universitario de Estudios Cinematográficos](#); en Brasil, la [Agencia Nacional del Cine \(Ancine\)](#).

visto estimulados a participar como financiadores de proyectos a partir de esta estrategia. (Betim, 2014)

- **Fondos cinematográficos**

Una de las vías principales para captar recursos financieros para el cine son los fondos. Estos pueden ser nacionales o extranjeros, promovidos por gobiernos¹³, agencias cinematográficas nacionales, fundaciones, comisiones de cine o por los propios interesados.

Pueden conformarse con capital de inversionistas públicos, privados, mixtos, empresas, asociaciones o individuos. Su principal ventaja es que los recursos financieros provienen de varios inversionistas, y por tanto, los volúmenes totales pueden llegar a ser significativos, al tiempo de que son menos riesgosos ya que los aportes individuales son menores.

Las motivaciones para invertir pueden ser varias: una, puramente económica, si el fondo es lucrativo (ver capital de riesgo), y en ese caso constituyen un estímulo importante los incentivos fiscales; pero otros contribuyentes pueden ser personas o entidades vinculadas de algún modo a la industria, para los que funciona su interés particular en llevar a cabo un proyecto.

- **Capital de riesgo**

El capital de riesgo es un capital privado que puede provenir de inversionistas que individualmente colocan su dinero en un proyecto o en un fondo de inversión.¹⁴ Se les llama capital de riesgo porque los proyectos en los que se invierte suelen ser lucrativos, pero riesgosos. Por lo general, los inversionistas invierten en negocios que creen les generarán ganancias, pero las decisiones de inversión no se basan tanto en las posibilidades de generación de flujo de caja, como es habitual en el capital de inversión, sino en la fortaleza percibida de la idea del proyecto, de las capacidades, habilidades e historia de las empresas.

Es bastante común en el caso del cine la inversión de fondos propios por parte de inversionistas individuales, a menudo informales, como los fundadores de las entidades, familiares y amigos que, a diferencia de los inversionistas formales, su contribución no está asociada a la rentabilidad, sino por su comprometimiento con el proyecto.

¹³ Una parte importante del fomento de la industria cinematográfica en América Latina, sobre todo en los países donde menos avanzada se encontraba (como Bolivia, Colombia y Perú), se debe precisamente a la creación de fondos apoyados por los gobiernos y las entidades rectoras de la industria en esos países.

¹⁴ Un ejemplo es el fondo mexicano VCS, especializado en realizar inversiones dentro de la industria del entretenimiento, particularmente en la cinematográfica. En 2018 éste contaba con 150 millones de pesos y su rango de inversión estaba entre 5 y 10 millones de pesos por empresa. (Gutiérrez, 2018^b)

- **Locaciones para rodajes**

Los rodajes extranjeros constituyen una fuente de recursos financieros complementarios para la industria del cine, además de que impactan de manera directa sobre la economía de una localidad y país en términos de empleo, turismo e imagen.

Las productoras extranjeras buscan menores costos (entre ellos el de la mano de obra), pero también calidad y competitividad.

Los ingresos más importantes de los rodajes para la industria cinematográfica, provienen de los permisos y tarifas diarias que se pagan por los espacios o locaciones (estudios, platós), y los que se generan por concepto de “producción ejecutiva” o lo que es lo mismo, prestación de servicios en el rodaje y la posproducción.

Aunque estas facilidades están dirigidas fundamentalmente a inversionistas extranjeros, en la práctica también se dirigen a inversores nacionales y locales, con el fin de fomentar la industria audiovisual local.

Asociado a las locaciones, a menudo se desarrolla el turismo de cine, que se presenta como una de las tipologías de turismo cultural con mayor potencial de crecimiento en los últimos años. (Flores, D., 2015)

Existen ejemplos exitosos a través de la especialización en los servicios que se presten. En América Latina, Bogotá (Colombia) en los últimos años se ha posicionado como centro de referencia en el país y en la región para la producción y posproducción de contenido audiovisual. Se destaca por su amplia oferta de locaciones al aire libre y cubiertas, que permiten una diversidad de escenarios para cualquier tipo de producción. El uso del espacio público está regulado por el PUFA (Permiso Unificado para Filmaciones Audiovisuales), que facilita los permisos de todas las entidades del distrito. Además, en la ciudad están presentes todas las instituciones gubernamentales, lo que permite el acceso a financiamiento, apoyo y acompañamiento para estas producciones, lo que la hace competitiva en términos de costos, al encontrarse todos los servicios en el mismo lugar. (Invest in Bogotá, 2019)

- **Coproducciones**

Las coproducciones son una práctica muy común en estos días, tanto en países desarrollados como subdesarrollados, como una de las manifestaciones del fenómeno de la globalización en el ámbito cinematográfico y como una vía de enfrentar el financiamiento para hacer una película. Estas permiten aprovechar los menores costos (mano de obra y otros servicios que ofrecen países menos desarrollados), los incentivos que ofrecen algunos países para atraer a las productoras, y también usar locaciones específicas.

Dada la precariedad de la industria cinematográfica en los países menos desarrollados, las coproducciones se han convertido en una de las pocas alternativas para su supervivencia, aunque a menudo representan desventajas para los países más atrasados referidas a desequilibrios en la participación y pérdida de identidad nacional en las películas que se realizan. (Juan-Navarro, 2014)

- **Festivales**

Al inicio se hizo referencia a festivales de cine como fuente de ingresos para la industria y la economía. Sin embargo, también cumplen otras funciones, entre ellas, fuente de financiamiento.

Los festivales han ido configurando una red o circuito internacional donde se establecen diferentes relaciones entre los integrantes del sector cinematográfico. Por ello, además del objetivo primario de la exhibición, en los últimos años han ido explorando en otras áreas, como cuestiones industriales, talleres para cineastas, formación de directores noveles, organización de encuentros de coproducción y la financiación de películas.

En cuanto a ese último aspecto, en algunos festivales o en fundaciones creadas por estos eventos, han surgido diversas formas de financiación, fundamentalmente a través de fondos, que ofrecen ayuda monetaria para apoyar el desarrollo de las cinematografías de las regiones con infraestructuras débiles de América Latina, África, Medio Oriente, Asia, y Europa del Este, así como a películas independientes de esas regiones. La ayuda se destina a la escritura de guiones, desarrollo de proyectos, postproducción y gastos de distribución en el país de origen.

- **Concursos**

Los concursos constituyen una fuente de financiación porque muchas veces la recompensa obtenida es una cantidad de dinero, que puede ser un impulso para iniciar la empresa o para catapultarla. Otras veces el premio puede ser participar en un programa de aceleración de negocios, o de mentoría, con el objetivo de sacar adelante un proyecto.

Existen muchos concursos organizados por instituciones públicas o privadas que casi siempre tienen el objetivo de buscar proyectos con gran potencial e ideas innovadoras. Sin embargo, para poder presentarse a estos concursos y tener una mínima posibilidad de ganar, hay que hacer un trabajo previo importante y tener confeccionado un plan de negocios creíble. Aun si no se gana, es beneficioso participar pues se adquiere experiencia y permite validar el proyecto con expertos del sector y otros emprendedores.

- **Crowdfunding – Crowdsourcing**

Si a las entidades más grandes o reconocidas les resulta difícil obtener financiamiento para hacer cine, a las más pequeñas y menos conocidas mucho más. Por ello, los productores individuales, principalmente del llamado cine independiente, están obligados a explorar otras vías. En los últimos años se han desarrollado alternativas novedosas de financiamiento para una amplia gama de negocios, que también han resultado ventajosas para la industria cinematográfica.

El *crowdfunding* (micromecenazgo o financiación colectiva) es una de esas alternativas novedosas, que no lo es tanto para la financiación de otros pequeños y medianos negocios, pero sí para el cine¹⁵. Sus particularidades están dadas fundamentalmente por quiénes lo usan y por la manera en que se gestiona el financiamiento.

Por lo general, es muy usado por creadores individuales (cine independiente) y pequeñas empresas para financiar proyectos de bajo presupuesto, pero lo han usado también productoras audiovisuales de tamaño mediano y cineastas reconocidos. La convocatoria surge a partir de los interesados en financiar el proyecto, usando plataformas de contacto en línea para establecer una relación entre los desarrolladores de contenidos y sus audiencias. Los fondos se forman a partir de micro donaciones de un gran número de interesados.

Las ventajas son simples: existen más probabilidades de que muchas personas estén dispuestas a ofrecer una cantidad mínima de dinero, que una sola (persona o institución) desee invertir un gran volumen. Por otra parte, el acercamiento de la película al público lo estimula a participar¹⁶.

Crowdsourcing

El *crowdsourcing* no se limita solo al *crowdfunding* aunque es una de sus formas más conocidas. Pudiera definirse como la capacidad para “**identificar, enganchar y movilizar las audiencias**”, en pocas palabras, gestionar la comunidad. (Linares, 2019) Consiste en la colaboración de las personas no solo participando en la producción (a través del *crowdfunding*), sino también en la distribución de contenidos, incluso llegando a crear la figura conocida como “locomotoras”, que son una especie de embajadas por distintos países que se encargan de llevar los estrenos de las películas.

- Aceleradoras e Incubadoras de Empresas

¹⁵ Comienza a usarse a partir de 2006.

¹⁶ La película española 'Cosmonauta', de 2013, es uno de los ejemplos más conocidos de película financiada con *crowdfunding*. Recibió el apoyo de unas 5.000 personas, que aportaron 400.000 euros. (Spain Film Commission, 2013)

Otras formas novedosas de financiamiento son las aceleradoras e incubadoras de empresas.

Una incubadora es una empresa encargada de buscar negocios que comienzan o proyectos (en este caso películas) que posean potencial para salir al mercado. Para ello cuentan con expertos y profesionales que trabajan, junto con los líderes de las *startups*, desarrollando sus proyectos hasta que estén listos para salir al mercado. Entre las ventajas que presentan está recibir recursos y apoyo de personas experimentadas.

Las aceleradoras, por su parte, se dedican a acelerar proyectos que ya están en marcha o en desarrollo. El objetivo final es obtener beneficios reales cuando la empresa salga al mercado. Acudir a ellas es beneficioso no solo por el financiamiento que se puede obtener, sino también por la red de contactos y apoyos que tienen y el asesoramiento que se puede recibir por parte de profesionales y mentores. Las desventajas son que sus servicios no son gratis, pueden pedir una participación accionaria en la *startup* una parte de los ingresos que se generen. (*Cluster de Industrias Creativas y Contenidos de Bogotá*, s/f)

En el caso específico del cine es bastante conocido el acelerador “CineCoup”, un programa que actúa como una herramienta para desarrollar, financiar y promover proyectos de cine independiente¹⁷.

Aunque disponer de recursos financieros es vital para desarrollar la industria, también lo es contar con la infraestructura que la respalde. Ésta se refiere tanto a la institucional, ya analizada, como a la legal, la tecnológica y a las instalaciones.

➤ **Legislación**

La existencia de una Ley de Cine ha sido fundamental en los casos exitosos de la industria cinematográfica. En ella se establecen las disposiciones para la creación, producción, distribución, comercialización, exhibición de películas y otras actividades que buscan fortalecer el desarrollo y fomento de la industria. Existen además reglamentos para que ese instrumento jurídico tenga funcionalidad y resultados prácticos.

La ley debe contener las pautas de cómo funciona todo el entramado, las responsabilidades de las diferentes entidades, los deberes y derechos de los participantes en la actividad, no sólo en las distintas fases de la cadena, sino

¹⁷ Para acceder a CineCoup, el interesado debe enviar un videoclip corto (usualmente de 2 minutos como máximo) que muestre las principales ideas del proyecto. Si es aprobado, se muestra en una plataforma social para que el público elija los 10 más llamativos. Si el video es elegido, un jurado conformado por profesionales de la industria del cine y un Super Fan de CineCoup elige el proyecto ganador, que recibirá USD 1 millón de dólares para su producción y la promoción en los teatros CinePlex. (Gananci, 2018)

incluso, en lo relativo a la formación de recursos humanos, a la contribución de la industria a la economía y otros aspectos indispensables.

En cuanto a las instalaciones y la tecnología, en los últimos años se han producido cambios importantes.

➤ **Instalaciones**

El desplazamiento del cine de las salas públicas al hogar, por el atractivo que ofrecen los productos sustitutos, implica cambios en los hábitos de consumo, así como en la estructura y financiamiento de la oferta. De este modo, el negocio moderno del cine no está en la taquilla de las salas de exhibición, sino más bien en algunos de sus productos sustitutos como el vídeo, la TV satelital y la distribución por cable, y, por ende, en los derechos patrimoniales de transmisión asociados.

Para contrarrestar esto, las distribuidoras de la industria del cine, particularmente las norteamericanas, pero también las europeas e incluso las latinoamericanas, están ampliando la cuota de mercado a base de construir o comprar salas de cine en los formatos multisalas, con el fin de programar sus propias producciones y ofrecer varios productos al mismo tiempo para atraer más consumidores. Por otra parte, la centralización de actividades ha permitido racionalizar gastos y aumentar la rentabilidad del negocio para exhibidores y distribuidores, pues ello posibilita menores gastos de personal y un mejor control de las recaudaciones.

Las nuevas salas ofrecen también otros servicios a los consumidores, cuya concepción actual apunta a lo que se ha definido como una “propuesta de entretenimiento integral” (cine + comida + juegos). Se estima que en Estados Unidos el 40% de la facturación de los cines no proviene de la taquilla, sino de la venta de productos alimenticios o del *merchandising*. (Guzmán, Quintero y Caldera, 2004)

➤ **Infraestructura tecnológica**

Las experiencias exitosas de cine en el mundo tuvieron como base importantes inversiones en estudios de filmación y de sonido, y laboratorios cinematográficos, lo que posibilitó la aparición de verdaderas fábricas de películas dedicadas a ejecutar proyectos integrales de producción, desde el diseño inicial del guion hasta la impresión de las copias para su comercialización en los cines.

En la actualidad, la industria tradicional está cambiando hacia la tecnología digital, pero también para atraer al público, las nuevas salas de cine, más confortables, están tecnológicamente muy bien dotadas en términos de sonido e imagen. Constan de pantallas grandes (*walltoall*), aislamientos acústicos y

sistemas de sonido especial ultraestéreo. Están preparadas para proyectar películas en todas las modalidades de sonidos digitales, entre ellos: el *Digital TheatreSystem (DTS)*, el *Dolby Digital* y el *SONY Dymamic Digital Systems(SDDS)*. Además, cuentan con otros efectos como la 3D y 4D.

➤ **Publicidad**

La tecnología se relaciona también con la publicidad. Los ejemplos exitosos han contado con importantes sistemas de promoción a lo largo del tiempo. Los tradicionales: academias de artes cinematográficas; festivales locales o internacionales, que hacen conocido y famoso determinado cine; publicaciones especializadas. En la actualidad, no solo las variantes de promoción han cambiado, sino que las nuevas tienen mucho mayor alcance, ya que la tecnología novedosa permite acceder a un público más amplio y de manera más inmediata.

En este aspecto de la tecnología y la publicidad Estados Unidos está a la vanguardia. En ese país, aunque el marketing y la publicidad han sido siempre estrategias usadas, actualmente muchas empresas se encuentran volcadas a encontrar nuevas vías para incrementar las ventas y obtener mayores ganancias. El trabajo en redes sociales, por ejemplo, constituye una prioridad, pues permiten una mayor conexión con la audiencia (no solo llegar a ella con los nuevos productos y servicios, sino también recibir de ella opiniones, críticas y sugerencias). En ese contexto, muchas compañías dedicadas habitualmente a la distribución, se han expandido hacia la producción de películas. (Financial Buzz, 2018)

➤ **Colaboración, asociaciones y alianzas**

La colaboración, asociación y formación de alianzas entre instituciones y/o cadenas de diferentes países es otra vía que puede ayudar a desarrollar las industrias nacionales. Los objetivos son muy amplios: obtención de financiamiento, difusión de producciones, fomento del comercio, prestación de servicios, intercambio de experiencias y formación de creadores, técnicos y especialistas.

Algunas iniciativas han surgido a partir de los gobiernos o de instituciones públicas, como el programa de colaboración *Ibermedia*, entre España y Latinoamérica, que destina cerca de 8 millones de euros de su presupuesto anual a coproducción, distribución y promoción, desarrollo de proyectos y formación. (Campos, 2012)

Otras iniciativas regionales alternativas o complementarias a *Ibermedia* son: *Cinergia* (Fondo de Fomento para el audiovisual de Centroamérica y el Caribe;

Programa MERCOSUR Audiovisual; Foro EGEDA (Entidad de Gestión de Derechos de los Productores Audiovisuales). (Para ampliar al respecto ver: Juan-Navarro, 2014)

De manera individual, una forma menos común pero también válida, de financiar un proyecto de cine es mediante asociaciones con organizaciones o fundaciones sin fines de lucro que compartan una misión parecida a la del mensaje de la película. Esta es una vía más estrecha pues no todas las películas tienen una misión social, pero hay muchos temas (como la inmigración, el abuso sexual, la pobreza, o la discriminación de algún tipo) que son susceptibles de ser apoyados por diversas organizaciones.

En síntesis, **los cambios ocurridos en el cine durante las últimas décadas, tanto en la oferta como en el consumo (estrechamente relacionados), han obligado a una nueva forma de concebirlo y, por tanto, de gestionarlo. En consecuencia, las estrategias de financiamiento, una de las principales limitantes de la industria del cine en el mundo, también han evolucionado. Para estimular la recepción de recursos financieros, ya sea por las vías tradicionales o alternativas, se hace necesario, además de conocer las vías de financiación existentes y cómo utilizarlas, contar con la infraestructura técnica y legal necesaria, con políticas de fomento del cine adecuadas y con instituciones capaces de encaminarlas en función de ese objetivo.**

Conclusiones

- La Economía Creativa ocupa en la actualidad un lugar destacado en las estrategias de desarrollo regional, nacional y local de todo el mundo. Dentro de ella, el cine es una de las industrias que mayor impacto económico, social y político tiene sobre localidades y países.
- El impacto económico del cine se evidencia en su contribución al PIB y a la generación de empleo, lo que puede ocurrir de manera directa o indirecta o inducida, a través de su efecto multiplicador sobre otros sectores.
- La industria el cine no tiene el mismo desarrollo y relevancia en todos los países. Por lo general, se concentra y tiene mayor incidencia económica en los más avanzados. Sin embargo, algunos países menos desarrollados han alcanzado logros significativos en esta actividad, incluso han encontrado nichos en determinados eslabones de las cadenas de valor globales decine, a pesar de que están dominadas por las grandes transnacionales.
- El impacto positivo o negativo del cine depende de las políticas culturales y las estrategias que tracen las autoridades competentes, y de cómo éstas se gestionen y controlen. En las experiencias exitosas, el estado ha jugado un papel importante en la conformación e implantación de las políticas públicas relacionadas con el sector y con las que ellas se vinculan.

- En la actualidad, el desarrollo tecnológico, el afianzamiento de las transnacionales y el incremento de la globalización, ha implicado transformaciones en la oferta y el consumo del cine. Para avanzar en las nuevas circunstancias, la industria del cine ha tenido que adaptarse realizando cambios radicales en los modos de producir, comercializar y exhibir los productos cinematográficos, así como en sus estrategias de inversiones y financiamiento. Los que han sabido y podido adaptarse han salido exitosos, otros al menos han sobrevivido, pero los que no lo han hecho han caído en una profunda crisis.

Referencias Bibliográficas

- Banco Interamericano de Desarrollo (BID) (2018). *Industrias creativas culturales en Panamá: diagnóstico del sector y relevancia económica*, <https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/Industrias-creativas-culturales-en-Panam%C3%A1-Diagn%C3%B3stico-del-sector-y-relevancia-econ%C3%B3mica.pdf>
- Betim, F. (Junio 23, 2014). El despegue del cine latinoamericano, *El País*, https://elpais.com/cultura/2014/06/23/actualidad/1403553791_877219.html
- Campos, M. (2012). El circuito de financiación de los cines latinoamericanos. Modelos de financiación, *Cinemas d'Amérique Latine*, 20 (*journals open edition*), p. 172-180, <https://journals.openedition.org/cinelatino/667>
- Carbonell, M. (Abril 9, 2020). *La doble crisis de la industria cinematográfica en México*, <https://www.france24.com/es/20200904-m%C3%A9xico-crisis-industria-cine-pandemia>
- Cluster de Industrias Creativas y Contenidos de Bogotá (s/f). *Fuentes de financiación para proyectos y empresas creativas*, <https://www.coursenero.com>
- Deloitte Touche Tohmatsu India LLP (March 2018). *Economic Contribution of the Film and Television Industry in India, 2017*, https://www.mpa-apac.org%2Fwp-content%2Fuploads%2F2018%2F05%2FIndia-ECR-2017_Final-Report.pdf&usg=AOvVaw3rGd2-nRLJNl9uJAFQ3HG
- _____ (May 2020). *Economic impact of the film, television, and online video services industry in India, 2019*, <https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwiysZqR9u7vAhWNHjQIHQs3AVcQFjAOegQIGxAD&url=https%3A%2F%2Fwww2.deloitte.com%2Fcontent%2Fdam%2Fdeloitte%2Fin%2FDocuments%2Fabout-deloitte%2Fin-about-deloitte-economic-impact-of-the-film-television-and-osv-industry-noexp.pdf&usg=AOvVaw1VI5bJjobsEj-ztwkHDnFM>
- Dinero.com (Septiembre 24, 2015). *La industria del cine indio le sigue los pasos al glamuroso Hollywood*, <https://www.dinero.com/economia/articulo/bollywood-industria-del-cine-india-sigue-pasos-hollywood/213877>

- Entidad de Gestión de Derechos de los Productores Audiovisuales (EGEDA) (2019). Producción cinematográfica en Iberoamérica, *Panorama audiovisual Iberoamericano*, Madrid, <https://www.egeda.com/documentos/PanoramaAudiovisualIberoamericano2019/Panorama%20Audiovisual%20Iberoamericano%202019.pdf>
- Financial Buzz (December 10, 2018). *Research Shows the U.S. Film Industry Growth Outpaces the Overall Economy*, <http://www.FinancialBuzz.com>
- Flores, D. (2015). Turismo cinematográfico y desarrollo económico local. El festival de cine de Huelva, *Cuadernos de Turismo*, No.36, p.175-196, ISSN: 1139-7861, eISSN: 1989-4635, <http://dx.doi.org/10.6018/turismo.36.230931>
- Flores, H. (Abril 6, 2018). *No es cuento, el cine empuja la economía*, <https://photos.state.gov/libraries/amgov/30145/publications-spanish/EJ-movies-0607ej.pdf>
- Getino, O. (2007). Los desafíos de la industria del cine en América Latina y el Caribe, *Zer*, No. 22, p.167-182, <http://alcazaba.unex.es/asg/117242/Cine.pdf>
- Grimaldi, D. y Castillo, C. (2017). Impacto Económico del Sector Cinematográfico y Audiovisual y Análisis Costo-Beneficio de la Implementación del Anteproyecto de la Ley de la Cinematografía y el Audiovisual, Escuela de Gestión Pública de la Universidad del Pacífico, Lima, <http://dafo.cultura.pe/wp-content/uploads/2017/09/Estudio-UP-Ley-de-Cine-VF.pdf>
- Gutiérrez, V. (Marzo, 15, 2018^a). Industria cinematográfica crece más que el PIB nacional, *El Economista*, <https://www.eleconomista.com.mx/arteseideas/Industria-cinematografica-crece-mas-que-el-PIB-nacional-20180315-0133.html>
- _____ (Febrero 4, 2018^b). Se buscan inversionistas y buenas películas, *El Economista*, <https://www.eleconomista.com.mx/arteseideas/Se-buscan-inversionistas-y-buenas-peliculas-20180204-0133.html>
- _____ (Marzo 21, 2019). Industria cinematográfica crece más que la economía del país, *El Economista*, <https://www.eleconomista.com.mx/arteseideas/Industria-del-cine-crece-mas-que-la-economia-del-pais--20190321-0131.html>
- Guzmán, C.E., Quintero, Y., Caldera, A., (2004). La industria cinematográfica y su consumo cultural. Informe de Investigación. Innovarium C.A. Working Paper Series Innovarium WPCONSUCULT05-001, Caracas, 10 Mayo.
- Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX) (2013). *La industria del cine tiene más peso económico que el sector farmacéutico en Francia*, noviembre, España, <https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/noticias/4716613.html?idPais=FR>
- Invest in Bogotá (Junio 27, 2019). *Industrias creativas y culturales*, <https://es.investinbogota.org/sectores-de-inversion/industrias-creativas-en-bogota>
- Jáuregui, D. (Mayo17, 2019). ¿Solo los países ricos pueden hacer buen cine?, *Señal Colombia RTVC* <https://www.senalcolombia.tv/cine/solo-los-paises-ricos-pueden-hacer-buen-cine>
- Juan-Navarro, S. (2014). Cine y globalización en Iberoamérica: el papel de las coproducciones, *Pasavento Revista de Estudios Hispánicos*, Vol. II, No. 2

(verano), pp. 297-318, ISSN: 2255-4505

https://ebuah.uah.es/dspace/bitstream/handle/10017/23848/cine_navarro_PASAVENTO_2014_V2_N2.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Katsarova, I. (2014). *An overview of Europe's film industry*, European Parliament Research Service, December, [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2014/545705/EPRS_BRI\(2014\)545705_REV1_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2014/545705/EPRS_BRI(2014)545705_REV1_EN.pdf)
- Keslassy, E. (Marzo 16, 2020). *French Film Industry Face 'Economic Cataclysm' Due to Coronavirus*, https://variety.com/cdn.ampproject.org/v/s/variety.com/2020/biz/news/french-film-industry-coronavirus-economic-cataclysm-1203534432/amp/?amp_js_v=a6&_gsa=18usqp=mq331AQHKAFQArABIA%3D%3D#aoh=16184416840638&referrer=https%3A%2Fwww.google.com
- Linares, R. (2019). El crowdsourcing en el cine no es solo crowdfunding, *Innovación AudioVisual* Mayo 23, <https://innovacionaudiovisual.com/2018/05/23/el-crowdsourcing-en-el-cine-no-es-solo-crowdfunding/>
- Marichal, Y. y Guerrero, B. (2017). República Dominicana: 6 años de la Ley de Fomento a la Actividad Cinematográfica, *Panorama audiovisual Iberoamericano*, EGEDA, Madrid, <https://www.egeda.com/documentos/PanoramaAudiovisualIberoamericano2017/Panorama%20Audiovisual%20Iberoamericano%202017.pdf>
- Motion Picture Association of America (MPAA) (2019). *Driving Economic Growth*, <https://www.motionpictures.org/what-we-do/driving-economic-growth/>
- Nichols, B. (March 1, 2018). Taking Note: The Film Industry's Contributions to National and State Economies, *Art Works Blog*, NEA Office of Research & Analysis, Washington, D.C. <https://www.arts.gov/art-works/2018/taking-note-film-industry%E2%80%99s-contributions-national-and-state-economies>
- Oxford Economics (September 2012). *The Economic Impact of the UK Film Industry*. Disponible en <https://www.hertsmere.gov.uk%2FDocuments%2F02-Business%2FEconomic-Development%2FBFI-Impact-on-the-Economy.pdf>
- Prensa Latina (Diciembre 18, 2019). *Cine dominicano aporta más de 70 mil dólares a la economía del país*, <https://www.prensa-latina.cu/index.php?o=rn&id=329219&SEO=cine-dominicano-aporta-mas-de-70-mil-dolares-a-la-economia-del-pais>
- PRNewswire (December 10, 2018). Research Shows the U.S. Film Industry Growth Outpaces the Overall Economy, *FinancialBuzz.com*, New York, <https://www.prnewswire.com/news-releases/research-shows-the-u-s-film-industry-growth-outpaces-the-overall-economy-875830920.html>
- Quartesan, A., Romis, M. y Lanzafame, F. (2007). *Las industrias culturales en América Latina y el Caribe: desafíos y oportunidades*, BID, Septiembre, <https://publications.iadb.org/?>las-industrias-culturales-en-america-latina-y-el-caribe-desafios-y-oportunidades>.
- Ramírez Tamayo, Z. (Mayo 5, 2017). ¿Por qué en México despreciamos el poder de las industrias creativas?, *Forbes México*, <https://www.forbes.com.mx/la-cultura-riqueza-mal-vista/>

- Richeri, G. (2016). Global film market, regional problems, *Global Media and China*, Vol. 1(4) 312 –330, <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/2059436416681576>
- Spain Film Commission (2013). *El impacto económico de los rodajes en España y los incentivos fiscales en Europa*, marzo, [http://bases.cortesaragon.es/bases/NDocumenVIII.nsf/e86600a24e054a61c12576d2002e551c/e6f0e5eb169db668c1257c43003a6367/\\$FILE/impacto-economico-film-commission.pdf](http://bases.cortesaragon.es/bases/NDocumenVIII.nsf/e86600a24e054a61c12576d2002e551c/e6f0e5eb169db668c1257c43003a6367/$FILE/impacto-economico-film-commission.pdf); <https://www.asociacionappa.es/estudio-impacto-economico-rodajes-espana-incentivos-fiscales-europa>
- The Creative Industries Council (CIC) (2021). *TV & Film: Why the UK?*, Published on January 9, 2020, January 5, 2021 and updated on February 26, 2021, <https://www.thecreativeindustries.co.uk/site-content/industries-tv-film-tv-film-why-the-uk>
- TVPacífico (TVP) (Enero 2, 2017). *El cine mexicano representa el 0.03% del PIB*, <https://tvpacifico.mx/noticias/173037-el-cine-mexicano-representa-el-003-del-pib>
- Union Internationale des Cinémas (UNIC) (2018). *Annual Report*, https://www.unic-cinemas.org/fileadmin/user_upload/wordpress-uploads/2017/06/UNIC_AR2018_online.pdf
- U.S. Bureau of Economic Analysis (2019). The U.S. Arts and Cultural Production Satellite Account (1998-2016): A national Summary. *Creative Economy State Profiles*, <https://www.arts.gov/news/2019/latest-data-shows-increase-us-economy-arts-and-cultural-sector>
- Vergara, C. (Noviembre 20, 2019). El PIB cultural aportó 3.2% del PIB total, el menor en 10 años, *AFMedios*, México, <https://www.afmedios.com/2019/11/el-pib-cultural-aporto-3-2-del-pib-total-el-menor-en-10-anos/>

Declaración de intereses

Los autores declaran que no existe conflicto de intereses.