

1ER ENCUENTRO DE EMPRESAS MEXICANAS DE PRODUCCIÓN CINEMATOGRAFICA Y AUDIOVISUAL

7 de diciembre de 2022

Reporte informativo

El 7 de diciembre de 2022, se llevó a cabo “el primer encuentro de empresas mexicanas de producción cinematográfica y audiovisual”, el cual tuvo el objetivo de identificar conjuntamente las fortalezas, las debilidades, así como las oportunidades y amenazas de las empresas mexicanas de producción, respecto a los siguientes temas:

- I. Mercado laboral fílmico
- II. Competitividad, rentabilidad y viabilidad del negocio de la producción
- III. Venta, distribución y exhibición de contenidos en cines y/o plataformas
- IV. Panorama político y económico global y nacional
- V. Generación de información económica confiable

En ese sentido, con la finalidad de explorar los comentarios y reflexiones de los participantes para generar conocimiento compartido, se tuvo un diálogo en grupos rotativos sobre los temas objetivo facilitado por la Dra. Mara Hernández, directora de Diálogo, Innovación y Cambio (Dialógica). En este proceso, y bajo la metodología del equipo facilitador, cada uno de los grupos abordó un tema asignado con el apoyo de algunas preguntas de reflexión y con aspectos relevantes a considerar.

Los grupos tenían una persona anfitriona que fue designada previamente y que es conocedora del tema; misma que apoyó moderando la conversación, motivando la participación de los presentes, fomentando la escucha activa, en tomar notas sobre las principales ideas que se van presentando en la mesa y en presentar, durante la plenaria, las ideas que surgieron en las tres rondas de diálogo que se llevaron a cabo durante todo el foro en los nueve grupos organizados.

A continuación se presenta una sistematización de los comentarios expuestos por las personas anfitrionas de cada grupo clasificado por el tema de discusión y con base en las preguntas de reflexión expuestas.

Grupo 1. Tema: Mercado laboral fílmico

Preguntas guía:

- **¿Cuáles son las fortalezas del mercado laboral fílmico? (Identifiquen al menos 3)**
- **¿Qué debilidades o retos es prioritario atender? (Identificar entre 3 y 5)**

Aspectos a considerar:

- Demanda vs. oferta de personal
- Competencias o puestos de trabajo clave
- Régimen de contrataciones
- Tabuladores

Comentarios expuestos sobre el tema:

Persona anfitriona: Gonzalo Elvira

Fortalezas del mercado laboral fílmico

- Gremios (ya tenemos varios, se están formando las áreas faltantes).
- Sueldos competitivos.
- Tenemos una industria sólida.
- Escuelas (consejo de universidades).
- Ventaja geográfica.

Debilidades o retos prioritarios a atender

- Falta de capacitación en todos los departamentos.
- Marco regulador (gremios).
- Faltan más oportunidades para los jóvenes.
- Cantidad de personal.
- Formación de técnicos.
- Que el productor se actualice en temas laborales, fiscales, etc.

Grupo 2 A. Tema: Competitividad, rentabilidad y viabilidad del negocio de la producción

Preguntas guía:

→ ¿Cuáles son las fortalezas de las empresas mexicanas de producción? (identificar al menos 3)

→ ¿Cómo ser más competitivos en la realidad actual de producción global?

Aspectos a considerar:

- Precios de ventas
- Posibilidades de atracción de inversión futura
- Capacidades empresariales de las PyMES
- Estímulos a la producción: analizar el caso Colombia
- Ventana de cine como primera ventana comercial

Comentarios expuestos sobre el tema:

Personas anfitrionas: Mileko Mori y Concepción Taboada

Fortalezas de las empresas mexicanas de producción

- Cuentan con mano de obra capacitada y con talento *"above the line & below the line"*.
- Tienen infraestructura que apoya a la industria, además de locaciones privilegiadas.
- Tienen precios competitivos a nivel internacional, en relación con la calidad de producción.
- La industria está en un momento en el que hay un espíritu de colaboración más que de competencia debido a que está en crecimiento.
- La industria se está descentralizando y esto ha hecho que se desarrolle industria en diferentes estados de México.
- Acceso a la inversión privada, pues los empresarios mexicanos quieren invertir en la industria.
- Existe la disposición de colaborar con otras empresas.

- Diversidad de locaciones y la accesibilidad.
- Pluralidad de empresas de producción para diferentes contenidos.
- Ubicación geográfica en beneficio del mercado internacional. México como el Hollywood de América Latina.
- El tamaño del mercado interno es amplio y justifica el tamaño de la industria (México como el país con mayor número de suscriptores de las plataformas y mayor número de ventas de boletos de cines).
- El idioma español hace que los contenidos tengan potencial de viajar a otros países.
- Participación de audiencia en el mercado *US Hispanic*.
- Existe mucho potencial creativo de generación e ideas y hay mucha actividad creativa.
- Cultura.

Cómo ser más competitivos en la realidad actual de producción global

- Tener incentivos reales y atractivos para poder competir con otros países y a nivel local.
- Fortalecer la industria local.
- Trabajar para tener una industria más incluyente y que acepte diversidad de contenidos.
- Analizar y poner más atención a las tendencias de contenidos a nivel internacional, para poder desarrollar contenidos competitivos.
- Exigir formación y entrenamiento profesional para el crew, que haya una capacitación continua; y estandarizar parámetros para la adopción de mejores prácticas profesionales.
- Dar prioridad a la capacitación de personal técnico y manual dentro de la industria a nivel regional.
- Estimular el guionismo.
- Empezar a desvincular a las personas de la industria e institucionalizar el proceso de producción.
- Trabajar sobre temas universales sin perder la identidad cultural.
- Buscar alianzas estratégicas.
- Utilización de los medios públicos para promoción de la industria cinematográfica.
- Fomentar estructuras de apoyo a la industria a nivel internacional.
- Difusión de las nuevas herramientas de postproducción entre los productores para poder ampliar la oferta de contenidos.
- Hacer más reuniones con productores para promover la comunicación.

- Buscar llegar a un consenso entre la industria de lo que es aceptable y lo que no (de los streamers, exhibidores, distribuidores).
- Formalidad en la contratación de los servicios que se prestan en la industria.
- Consolidar Comisiones de Filmación a nivel estatal sustentadas legalmente, para que se desarrolle la industria con más fuerza a nivel regional.
- Impulsar leyes que beneficien a la producción y postproducción, tanto local como internacional, con estímulos, rebates fiscales, etc. (Leyes en Francia, Colombia, entre otras pueden ser una buena fuente).
- Abrir el diálogo con los streamers y exhibidores para que apoyen la producción local por Ley.
- Cabildeo en el siguiente gobierno.
- Fomentar transparencia entre los productores.

Grupo 2 B. Tema: Competitividad, rentabilidad y viabilidad del negocio de la producción

Preguntas guía:

→ **¿Qué debilidades o riesgos comunes enfrentan actualmente los productores? (Identificar entre 3 y 5)**

Aspectos a considerar:

- Precios de ventas vs costos reales
- Posibilidades de atracción de inversión futura
- Consolidación de la venta de la propiedad intelectual dentro de costo de producción
- Capacidades empresariales de las PyMES
- Concentración de las producciones de plataformas en pocas casas productoras

Comentarios expuestos sobre el tema:

Persona anfitriona: Avelino Rodríguez

Debilidades o riesgos comunes que enfrentan actualmente los productores

- No hay una unidad en la industria para definir precios de venta mínimos; esto afecta a la competitividad. Se podría compartir anualmente información de las películas, series producidas, para comenzar a establecer parámetros.
- Oportunidad de hacer una Federación de Productores – Mismo Frente / Más PGA que MPA.
- Ausencia de una base de mercado mínima y un modelo de servicio común.
- Abandono de la conversación de la exhibición en salas; todo está concentrado en plataformas.
- Desconocimiento o baja predictibilidad en cual es el potencial de estrenar como licencia no como original.
- Licenciar para dar al productor latitud de decisión.
- Buscar mayor voluntad de exhibición para retribuir al productor por el mayor riesgo.
- Ausencia de mercado de dinero, como lo es la inversión privada. Esto hace necesaria la búsqueda de nuevos esquemas de inversión.

- Ausencia de políticas y alineación en la cadena de valor para crear un clima de inversión privada. Para que funcione, se necesita una formalización y estandarización.
- Reconocimiento de la propiedad intelectual como activo o garantía.
- Sube el riesgo por la falta de capacitación. Reducción de ancho de banda; las productoras arriesgan dinero por la financiación, comprometiéndose la escalabilidad.
- El talento joven no tiene capacidades para la industria. No se reconoce la capacitación en los presupuestos de las productoras.
- Falta de profesionalización y actualización en la industria desde las escuelas, las instituciones públicas y legales. La figura del productor está comprometida con los estándares académicos actuales.
- Desalineación de los objetivos originales de los Estímulos fiscales para el precio de compra de la plataforma.
- No hay ningún tipo de crédito bancario/económico diseñado para la industria.
- Comprensión de los incentivos como como fomento estratégico, puede articularse hacia el éxito. Lo que persiste es la desalineación, desinformación y falta de segmentación.
- Falta de Segmentación de la categoría; desde los Fondos hasta la Exhibición.
- Desalineación de fondos públicos estatales federales intersecretariales.
- Disminución en la calidad por el costo del dinero y la inminencia de la producción.
- El modelo de negocio no es sostenible; no se está generando valor para el futuro. Cada producción debe volver a empezar desde cero, generando un empaquetamiento de las condiciones.
- Volatilidad de los riesgos, por lo que el productor se lleva todo el riesgo. Además de la presión del gobierno, proveedores y consumidores finales.
- Pocas productoras aceptaron ciertas condiciones que homogeneizan y al maquilar *dumpean* el costo; difícil de revertir.
- Dos Categorías de productores especializados en plataformas y otros que no, escalables y no escalables
- Licencia, Original, Haz Lo que quieras – Fenómenos no comparables.

Grupo 3. Tema: Venta, distribución y exhibición de contenidos en cines y/o plataformas

Preguntas guía:

- **¿Cuáles son las oportunidades que ofrece el contexto actual de alta demanda de contenido audiovisual?**
- **¿Qué amenazas comunes enfrentan los productores en este contexto?**

Aspectos a considerar

- Fondos derivados de cuotas de producción y exhibición de contenido audiovisual en México. (el caso Europeo)
- Ventajas y desventajas del estreno en cines o plataformas.
- Marco regulatorio.
- Diversificación de la producción cinematográfica que llega a las pantallas de cine y a las plataformas.
- Pago de derechos patrimoniales

Comentarios expuestos sobre el tema:

Personas anfitrionas: Edgar San Juan y Carlos Manuel Gómez

Oportunidades que ofrece el contexto actual de alta demana de contenido audiovisual

- Interés de las plataformas por los títulos.
- Canales nuevos de comercialización (Stream).
- Nuevas fuentes de financiamiento. Desarrollar herramientas de financiación y apoyo a la distribución públicos y/o privado.
- Crecimiento del mercado y de la industria.
- Oportunidad de impulsar diversidad en géneros y explorar nuevas narrativas.
- “Omnicanalidad” de publicidad.
- Más oportunidades para que el talento crezca.
- Mayor oferta de talento y servicios.

- Oportunidad de formalización y con ello, ampliar los apoyos estatales a la producción y distribución en cines.
- Oportunidad de diseñar e implementar una Ley audiovisual que proteja a los creadores y titulares del IP, y a las empresas productoras.
- Reinstalar el debate sobre cuotas de pantalla, tanto en salas como en plataformas.
- Creación de la Federación que agrupe a todas las asociaciones del audiovisual. Así como, organizar de mejor manera al gremio de producción para obtener mejores condiciones en la negociación con la plataforma y también la regulación que ayude a evitar malas practicas competitivas.
- Regulación tendiente a la creación de fondos según el modelo europeo (taquilla, abonados, suscriptores, etc.) con un objetivo claro de promoción al audiovisual nacional
- Diseñar estrategias para fortalecer los circuitos de exhibición independiente y alternativos
- Separar los aspectos creativos y de diseño del producto audiovisual (IP) de la producción operativa.
- Crear tabuladores a nivel gremial que regulen los presupuestos en base a los costes de producción, para aplicar en la negociación con las plataformas.
- Desarrollo de figuras como el *crowd funding* y otras opciones (Fintech) para financiar producción / distribución.

Amenazas comunes que enfrentan los productores en este contexto

- Agresividad en la adquisición por compradores.
- Falta de especialización.
- Inflación en honorarios y servicios.
- Dependencia de subvenciones.
- Resistencia de la audiencia mexicana para acudir a ver su cine.
- Malos estrenos mexicanos en cartelera disminuyen la fidelidad a nuestro cine.
- Definición del valor del título vs. costo del título.
- No contar con una Ley que proteja a los creadores y la IP.
- No contar con estímulos fiscales para el sector (VAT, etc.)
- Los bajos márgenes para el productor cuando se produce como servicio, llevan a malas prácticas y menor calidad del contenido. Los procesos de devolución de IVA son muy complicados y esto puede destruir los márgenes del productor cuando no se incluye el IVA en la negociación.
- En las negociaciones hace falta un reconocimiento de la IP, se está consolidado el aporte de la IP en el costo de producción.

- La falta de premios / acciones de promoción para poner en valor al contenido creado localmente.
- La falta de visión por parte del estado de considerar al audiovisual como industria estratégica.
- Falta de opciones de financiamiento para la distribución nacional e internacional.
- Falta de regulación del accionar de plataformas y del sector en general.
- Falta de información concreta de los números de las plataformas.
- Falta de comunicación directa entre productores/distribuidores y exhibidores.

Grupo 4. Tema: Panorama político y económico global y nacional

Preguntas guía:

→ **¿Cuáles son las oportunidades que se presentan frente al panorama político y económico mexicano?**

→ **¿Qué modificaciones al actual Reglamento de la Ley Federal de Cinematografía podrían impulsarse en este contexto para actualizar el lenguaje y clarificar conceptos?**

Comentarios expuestos sobre el tema:

Persona anfitriona: Carlos Hernández

- Marco jurídico anacrónico.
- Partir del hecho que tenemos diferentes tipos de contenido cinematográfico y audiovisual y que cada uno requiere de políticas públicas y privadas.
- Fomento a la industria.
- Antes del marco jurídico es necesario establecer políticas privadas entre las casa productoras.
- Condición favorable para la producción cinematográfica, falta reforzar otros elementos como lo son la distribución.

Grupo 5. Tema: Generación de información económica confiable

Preguntas guía:

- **¿Qué información útil existen ya sobre la producción cinematográfica audiovisual mexicana?**
- **¿Qué información adicional se requiere para saber de qué tamaño es el volumen actual de producción en México y cabildear un posible incentivo a la producción comercial?**
- **¿Cómo lograr que la información sea confiable?**

Aspectos a considerar

- Levantamientos de encuestas como la que realiza el AP/CP español (muestra el ejemplo Español).

Comentarios expuestos sobre el tema:

Persona anfitriona: Tábata Vilar

Información útil existente sobre la producción cinematográfica audiovisual mexicana

- Anuario estadístico del IMCINE, aunque es incompleto.
- Anuario CFILMA de CDMX
- FILMA en Jalisco
- Sistema de cuentas nacionales del INEGI – Estudio de Impacto Económico de la UNAM
- COMEFILM del IMCINE, falta actualizar
- Comisiones de filmaciones de los estados o su equivalente
- CANACINE – ventana de exhibición
- COMSCORE

Información adicional que se requiere para saber de qué tamaño es el volumen actual de producción en México y cabildar un posible incentivo a la producción comercial

- Número de empresas de producción y antigüedad, por tipo de contenido.
- Facturación neta y bruta.
- Facturación neta y bruta, por tipo de audiovisual.
- Inversión-gasto (costo de producción), por tipo de audiovisual.
- Rubros de gasto por tipo de audiovisual (%).
- Márgenes – (production fees).
- Número de empleos directos permanentes, eventuales e indirectos por tipo de producción.
- Gasto en empleos directos permanentes, eventuales e indirectos por tipo de producción.
- Días de rodaje por tipo de producción.
- Origen de la facturación: cuánto nacional y extranjera.
- Porcentaje de devolución de IVA promedio logrado por tipo de contenido, por empresa y por modelo de negocio (servicio de producción o licenciamiento).
- Promedio de porcentaje de no deducibles por proyecto.
- Contenido que se vende con licencia y como servicio de producción.
- Número de co-producciones y con qué países.
- Apoyos de gobierno nacional y por estado de la república.
- Costos salariales (tabuladores) – cine, comerciales, cine independiente, series, animación, televisión.
- Costos de proveedores * Difícil porque resulta de negociaciones – se resuelve con mínimos y máximos.
- Costos de locaciones por tipo de producción y por entidad federativa.
- Costos de permisos por entidad.
- Políticas de sustentabilidad en operación.
- Políticas de inclusión y prevención de la violencia en operación.
- Empresas proveedoras de la industria con REPSE.
- Promedio del Film Rental – Cines.
- Mínimos y máximos de adquisición de contenido con PI y sin PI, por parte de las plataformas.
- Egresados de Universidades y centros educativos por especialidad y perfil.
- Comparativos internacionales de producción por tipo de contenido.

¿Cómo lograr que la información sea confiable?

- Contratación de una empresa externa de auditoría con firma de acuerdos de confidencialidad con proveedores de la información.
- Asociaciones gremiales y empresariales encuestan con acuerdo de confidencialidad, y una institución concentra la información.
- Preguntar por rangos (de X a X y promedio) – Mínimos y máximos, sobre todo de salarios y proveedores.
- Calendarizar – Mes de la encuesta.
- Anonimato y confidencialidad.
- Analizar las carpetas del EFICINE.
- Encuestar a clientes (estudios y plataformas) – involucrarlos en el levantamiento de información.



Dialógica / Diálogo, Innovación y Cambio S.C.
Corregidora 19 casa 6, Colonia Campestre, CP 01040, Álvaro Obregón, CDMX.
Tel. 55 29 55 7179 correo: direccion@correodialogica.org
www.dialogica.com.mx