

Un Análisis del Efecto de Cuotas Mínimas de Exhibición de Películas Mexicanas en Salas de Cine y en Plataformas Digitales en México

Andrés Aradillas-López*

16 de abril de 2021

1. Introducción

El 16 de febrero del 2021, el Senador Ricardo Monreal Ávila presentó ante el Senado de la República de una iniciativa con proyecto de decreto por el cual, de aprobarse, se expediría una nueva Ley Federal de Cinematografía y Audiovisual, que abrogaría la legislación vigente en la materia. Dicha iniciativa se puede encontrar en el sitio web del Senado: https://infosen.senado.gob.mx/sgsp/gaceta/64/3/2021-02-16-1/assets/documentos/Inic_Morena_Sen_Monreal_Cinematografia_Audiovisual.pdf . La iniciativa es amplia y contempla varios mecanismos. En el presente documento nos enfocamos en estudiar los posibles efectos de la imposición de cuotas mínimas de obras cinematográficas nacionales en lo concerniente a su tiempo de exhibición en salas de cine y

* email: aaradill@psu.edu. Pennsylvania State University. Department of Economics, 518 Kern Graduate Building, University Park, PA 16802

en el catálogo de plataformas digitales. Éste es uno de los cambios más importantes que contempla la propuesta.

2. Resumen de la iniciativa de Ley Federal de Cinematografía y el Audiovisual

- Que los exhibidores reserven 15 % del tiempo total de exhibición, para la proyección de obras cinematográficas nacionales en sus salas.
- Que toda obra cinematográfica nacional se estrene en salas por un periodo no inferior a siete días consecutivos en horarios estelares de exhibición.
- Establecer como máximo de pantallas en el estreno y corrida comercial completa de cualquier obra cinematográfica y audiovisual, el 45 %, en relación con el número de pantallas disponibles y en uso al momento en todo el territorio nacional.
- Que las plataformas digitales reserven el 15% de su catálogo para producciones cinematográficas y audiovisuales nacionales, cuya producción no exceda 25 años atrás y que sean producidas por productor nacional que no sea controlado por la plataforma digital correspondiente o esté sujeto a un control común con una empresa que forme parte del grupo de interés económico de la propia plataforma digital.
- Que las plataformas generen los algoritmos necesarios para asegurar la promoción de las producciones cinematográficas y audiovisuales nacionales en todas las ventanas, segmentos y canales de comunicación a través de los cuales ofertan las obras.
- Que el doblaje de largometrajes y cortometrajes extranjeros se realice en México,

con personal y actores mexicanos o extranjeros residentes en el país.

- Define al productor nacional como a la persona física, mexicana por nacimiento naturalización, o con residencia permanente, o moral mexicana, cuya mayoría del capital votante sea controlado de manera directa o indirecta por mexicanos por nacimiento o naturalización y éstos ejerzan el control efectivo en la toma de decisiones sobre la empresa, titular de los derechos patrimoniales de una Obra Cinematográfica o Audiovisual que tiene la iniciativa, coordinación y responsabilidad de su realización y que asume el patrocinio de la misma.
- Que, con el fin de promover, fomentar y desarrollar la producción nacional, el Ejecutivo Federal impulse, en las Leyes de la materia, herramientas de fomento financiero en beneficio de toda la cadena de valor de las industrias cinematográficas.
- Que la Dirección General de Radio, Televisión, Cinematografía y el Audiovisual autorice y clasifique todo el contenido de las plataformas digitales.

3. Objetivo del presente documento

La iniciativa de ley contempla una lista diversa de mecanismos, algunos de los cuales pueden ser benéficos para la industria y los consumidores. En este documento nos enfocamos en los efectos de establecer cuotas mínimas de contenido nacional en tiempos de exhibición de salas de cine o en catálogos de plataformas. Nuestros resultados se basan en indicadores de la industria cinematográfica nacional durante el período 2015-2019.

4. Películas mexicanas en salas de cine en México durante el período 2015-2019

Para poder construir escenarios sobre los efectos de las políticas propuestas, es necesario primero presentar un resumen de la evolución de las películas mexicanas exhibidas en salas de cine en México. Nos enfocamos en el número de estrenos totales y el número de asistentes a éstos durante el período comprendido entre 2015-2019.

4.1. Número de estrenos de películas mexicanas y número de asistentes durante el período 2015-2019

La Tabla 1 presenta el resumen comparativo del número total de estrenos de películas mexicanas y el número de asistentes a películas mexicanas en salas de cine durante el período 2015-2019. Ahí presentamos también la proporción que estas cifras representan del total de estrenos y el total de asistentes a salas de cine. De las estadísticas incluidas en la tabla se desprenden las siguientes conclusiones,

- Aún con ciertas fluctuaciones, el número de estrenos de películas mexicanas mostró una tendencia a la alza durante el período analizado, pasando de un promedio de 90 durante 2015-2017 a más de 100 durante 2018-2019.
- Esta tendencia a la alza es menos clara en el número total de asistentes a estrenos de películas mexicanas durante dicho período.
- La proporción que representaron los estrenos de películas mexicanas del total de estrenos en México se mantuvo prácticamente constante en alrededor de 21 % durante el período analizado.

- La proporción de asistentes a películas tuvo fluctuaciones pero no mostró ninguna tendencia a la alza, manteniéndose en promedio en 8.5% del total.
- Comparando el comportamiento del número de estrenos y asistentes al cine, podemos inferir que el incremento en el número de estrenos de películas mexicanas no obedeció a un incremento en la demanda de películas mexicanas por parte del público.
- Esto sugiere que la mayor oferta de películas mexicanas no necesariamente vino acompañada del incremento en la calidad requerido para atraer más público.

Tabla 1: Número de estrenos y asistentes a cines en el período 2015-2019

	2015	2016	2017	2018	2019	2015–2019
Número de estrenos	414	407	424	499	454	2,198
Número de estrenos de películas mexicanas	80	90	88	115	101	474
Estrenos de películas mexicanas como porcentaje del total	19%	22%	21%	23%	22%	21.6%
Número total de asistentes a salas de cine (millones)	286M	321M	338M	320M	341M	1,606M
Número de asistentes a salas de cine, películas mexicanas (millones)	17.5M	30.5M	22.4M	30.3M	35.2M	135.9M
Asistentes a películas mexicanas como porcentaje del total	6%	9.5%	6.6%	9.5%	10.3%	8.5%

• Fuente: elaborado con información de los Anuarios Estadísticos del IMCINE, 2015-2019

4.2. Concentración de la demanda de películas mexicanas

Las cifras agregadas en la Tabla 1 no nos permiten discernir si la asistencia a estrenos de películas mexicanas se distribuyó de manera uniforme o si se concentró en un número reducido de películas. Investigar esto es muy importante para poder estimar el tamaño efectivo de la demanda de estrenos de películas mexicanas en los cines. Usando la información detallada de asistentes e ingresos en taquilla, la Tabla 2 describe el grado de concentración en ambos indicadores y revela una demanda muy concentrada en un número reducido de películas. De la información contenida ahí se desprende lo siguiente.

- Las cinco películas mexicanas más vistas capturaron, en promedio, el 60% de los ingresos en taquilla y asistentes. En otras palabras, en cada año del período 2015-2019, cinco películas capturaron más de la mitad (y cerca de dos tercios) de los ingresos y la asistencia a películas mexicanas.
- Las diez películas mexicanas más vistas capturaron, en promedio, el 76% de los ingresos en taquilla y asistentes. Dicho de otro modo, en cada año del período 2015-2019, diez películas capturaron más de tres cuartas partes de los ingresos y la asistencia a películas mexicanas.
- Las quince películas mexicanas más vistas capturaron, en promedio, el 87% de los ingresos en taquilla y asistentes. Dicho de otro modo, en cada año del período 2015-2019, cerca del 90% de la demanda total de películas mexicanas se concentró en 15 películas.
- Los resultados en la Tabla 2 constituyen una evidencia clara de una gran concentración de la demanda. Mientras que el número promedio de estrenos de películas

mexicanas durante el período 2015-2019 fue de 95, casi el 90 % de la demanda anual se concentró en únicamente 15 películas.

Tabla 2: Concentración del mercado de películas mexicanas. Participación de ingresos y de asistentes de las películas más vistas en salas de cine

	2015	2016	2017	2018	2019
Total de estrenos de películas mexicanas	80	90	88	115	101
Top 5: Participación de las 5 películas más vistas del total de asistentes	71 %	61 %	66 %	46 %	54 %
Top 5: Participación de las 5 películas más vistas del total de ingresos	71 %	61 %	66 %	46 %	54 %
Top 10: Participación de las 10 películas más vistas del total de asistentes	85 %	77 %	85 %	63 %	72 %
Top 10: Participación de las 10 películas más vistas del total de ingresos	85 %	77 %	85 %	63 %	72 %
Top 15: Participación de las 15 películas más vistas del total de asistentes	92 %	89 %	95 %	74 %	84 %
Top 15: Participación de las 15 películas más vistas del total de ingresos	92 %	89 %	95 %	74 %	84 %

• Fuente: elaborado con información de los Anuarios Estadísticos del IMCINE, 2015-2019

4.3. Tamaño efectivo de la demanda de películas mexicanas durante el período 2015-2019

Los resultados anteriores revelan una demanda de películas mexicanas alarmantemente concentrada en un número reducido de películas. Una estimación creíble del impacto de las políticas propuestas requiere una medición más precisa del tamaño efectivo de la demanda de películas mexicanas en cines. Para obtener dicha medida se realizó lo siguiente.

- 1.– Utilizando información detallada de asistencia a cada película, para cada año en el período 2015-2019 se ranquearon, de mayor a menor, los estrenos de películas mexicanas en base al número de asistentes.
- 2.– Una vez ranqueadas, se identificó el número de películas que capturaron al menos 50%, 75%, 90% y 95% del total de asistentes a estrenos mexicanos durante ese año.
- 3.– Los resultados obtenidos constituyen una medida del tamaño efectivo de la demanda de películas mexicanas en cines. Por ejemplo, si calculamos que 18 películas lograron captar el 95% de los asistentes a estrenos mexicanos en el 2015, esto indica que el 95% de la demanda en el 2015 se hubiera podido satisfacer con únicamente 18 estrenos (en contraste con el total de 80 películas que se estrenaron ese año).

Contar con mediciones del tamaño efectivo de la demanda nos permite identificar con mayor certidumbre el número de películas mexicanas que el mercado está dispuesto a aceptar en las condiciones actuales de calidad, difusión, etc. Esto a su vez nos permite construir escenarios más creíbles de los posibles efectos de las políticas propuestas. Nuestros resultados se incluyen en la Tabla 3. De los resultados presentados ahí se puede concluir lo siguiente.

- En promedio, el 50% de la demanda anual de estrenos mexicanos se hubiera podido satisfacer con cuatro películas, el 75% de la demanda, con nueve películas, el 90% de la demanda, con 16 películas y el 95% de la demanda, con 21 películas.
- Los estrenos que capturaron el 50% de la demanda incluyen los títulos más rentables. De nuestros resultados se deriva que los estrenos mexicanos con mayor rentabilidad para las salas de cine se concentraron, en promedio, en no más de cuatro películas cada año. Esto constituye el 4% del número anual promedio de estrenos de películas mexicanas.
- El 95% de la demanda total se hubiera podido satisfacer con únicamente 21 estrenos anuales promedio. Esta es una medida del tamaño efectivo de la demanda de nuevas películas mexicanas y revela que es aproximadamente 22% del número total de estrenos anuales.
- No se puede identificar un escenario bajo el cual establecer cuotas en tiempos de exhibición de películas mexicanas en salas de cine pudiera resultar en un incremento en el número de películas producidas. Para poder asegurar su supervivencia, las salas de cine concentrarían estos títulos en los estrenos más rentables y nuestros resultados revelan que este número es una fracción (aproximadamente 25%) del total de estrenos que actualmente se producen.

En el resto del documento nos referiremos a los estrenos que capturaron el 50% de la demanda durante 2015-2019 como *los estrenos más rentables de películas mexicanas* y nos referiremos a los estrenos que capturaron el 95% de la demanda durante 2015-2019 como *la demanda efectiva de películas mexicanas*.

Tabla 3: Análisis del tamaño efectivo de la demanda de estrenos de películas mexicanas

	2015	2016	2017	2018	2019	Promedio
Total de estrenos de películas mexicanas	80	90	88	115	101	95
Número de estrenos que capturó el 50% de la demanda (asistentes a cines)	2	3	3	6	4	4
Número de estrenos que capturó el 75% de la demanda (asistentes a cines)	5	9	7	15	10	9
Número de estrenos que capturó el 90% de la demanda (asistentes a cines)	13	15	11	24	18	16
Número de estrenos que capturó el 95% de la demanda (asistentes a cines)	18	19	15	29	23	21

• Fuente: elaborado con información de los Anuarios Estadísticos del IMCINE, 2015-2019

4.4. Concentración de la distribución de películas mexicanas y la preponderancia de Videocine

Un elemento crucial del estudio del impacto de las medidas propuestas es poder identificar a quién va a beneficiar. En la sección previa pudimos comprobar que el consumo de películas mexicanas en el pasado reciente ha estado severamente concentrado. En esta sección vamos a demostrar que la distribución de películas también registra una muy importante concentración, con la empresa Videocine jugando un papel claramente preponderante basado en múltiples indicadores. La Tabla 4 presenta un resumen de la estructura de la industria de distribución de estrenos mexicanos en cines durante el período 2015-2019.

Tabla 4: Empresas distribuidoras de estrenos de películas mexicanas

	Número de estrenos de películas mexicanas	Número de distribuidoras de películas mexicanas	Número de distribuidoras con un sólo estreno	Número de distribuidoras cuya participación de mercado (medida en ingresos) fue menor a 1%
2015	80	31	17	26
2016	90	29	15	24
2017	88	36	23	30
2018	115	30	14	25
2019	101	25	12	19

• Fuente: elaborado con información de los Anuarios Estadísticos del IMCINE, 2015-2019

De los resultados en la Tabla 4 se desprenden las siguientes conclusiones.

- En promedio, cada año en el período 2015-2019, 30 empresas han distribuido la totalidad de estrenos mexicanos en salas de cine.

- Aunque esto sugiere un promedio de 3 estrenos por distribuidora, un análisis más detallado revela que la industria se encuentra altamente concentrada. En promedio, 16 empresas distribuyeron un solo estreno (muchas de éstas fueron creadas ex-profeso para distribuir una película específica, por lo cual abandonan la industria de manera inmediata) y 25 empresas tienen una participación individual de menos de 1% de los ingresos en el mercado. En otras palabras, más del 80% de las distribuidoras de películas mexicanas tienen una participación de mercado menor al 1%.

4.4.1. Construyendo una medida formal de concentración industrial en la distribución de películas mexicanas

Los resultados en la Tabla 4 sugieren que la industria de distribución de películas mexicanas se encuentra altamente concentrada. El nivel de concentración se puede medir de manera formal a través del llamado *índice de Herfindahl*, que se calcula a través de la fórmula

$$H = \sum_{i=1}^n s_i^2,$$

donde s_i mide la participación de mercado de la empresa i en la industria. Por ejemplo $s_i = 15$ significa que la empresa i tiene una participación de mercado de 15%. Mayores valores de H indican un mayor grado de concentración, siendo $H = 10,000$ el mayor valor posible, correspondiente a un monopolio. Las autoridades reguladoras de competencia en el mundo consideran a una industria como *altamente concentrada* si $H > 2,500$. Compilando la información disponible en los anuarios estadísticos del IMCINE durante 2015-2019, calculamos el índice de Herfindahl para la industria de distribución de estrenos mexicanos en salas de cine. Los resultados se incluyen en la Tabla 5, donde calculamos esta

medida de concentración basada en los ingresos totales y basada en los asistentes totales.

Tabla 5: Índice de Herfindahl de concentración industrial en el mercado de distribución de estrenos de películas mexicanas.

Índice de Herfindahl medido en base a los ingresos totales				
2015	2016	2017	2018	2019
5,325	4,077	4,997	4,403	4,900

Índice de Herfindahl medido en base a los asistentes totales				
2015	2016	2017	2018	2019
5,323	4,203	4,760	4,561	4,977

• Fuente: elaborado con información de los Anuarios Estadísticos del IMCINE, 2015-2019

Un resumen de nuestros hallazgos es el siguiente.

- Basado en ingresos o en asistentes a salas de cine, el índice de Herfindahl revela una industria sumamente concentrada, con un índice de Herfindahl promedio mayor a 4,700. Este valor es 1.9 veces mayor al nivel a partir del cual una industria se considera altamente concentrada ($H = 2,500$).

Habiendo encontrado que la industria tiene un nivel extraordinario de concentración, nuestro siguiente paso es identificar al jugador preponderante. En la siguiente sección demostramos que basado en distintos indicadores, Videocine es claramente identificada como la empresa preponderante en la industria de películas mexicanas.

4.4.2. Preponderancia de Videocine en la distribución de películas mexicanas

Utilizando información detallada de los anuarios estadísticos del IMCINE durante 2015-2019, calculamos la participación de Videocine de los ingresos totales y de los asistentes a la totalidad de estrenos de películas mexicanas en salas de cine. Los resultados se incluyen en la Tabla 6 y de ahí se desprende lo siguiente.

- En promedio, los estrenos distribuidos por Videocine capturaron el 66% de los ingresos totales y de los asistentes totales a estrenos mexicanos en salas de cine durante 2015-2019.

Tabla 6: Participación de Videocine en la distribución de estrenos de películas mexicanas en salas de cine

Participación de los ingresos totales				
2015	2016	2017	2018	2019
71.80%	59.28%	68.95%	63.84%	68.56%

Participación del número total de asistentes				
2015	2016	2017	2018	2019
71.83%	60.88%	67.02%	65.23%	69.20%

• Fuente: elaborado con información de los Anuarios Estadísticos del IMCINE, 2015-2019

Es importante profundizar en el análisis y medir la participación de Videocine del segmento de las películas más rentables así como el segmento de películas que constituyen la demanda efectiva de películas mexicanas, ya que éstas serían las que las salas de cine agregarían si se impone una cuota mínima de películas mexicanas a exhibir. La Tabla 7 desagrega la participación de Videocine para los segmentos de películas más rentables durante el período 2015-2019. Los resultados indican lo siguiente.

- La participación de mercado de Videocine en el segmento de películas más rentables

(aquellas que capturaron el 50% de la demanda) fue de 78% durante el período 2015-2019, y alcanzó un 100% en el 2015 y en el 2019.

- La participación de mercado de Videocine en la demanda efectiva de estrenos de películas mexicanas (aquellas que capturaron el 95% de la demanda) fue de 55% durante el período 2015-2019. Ésta llegó a ser de hasta 63% en el 2016.

De nuestros resultados concluimos que Videocine fue, sin lugar a dudas, la empresa preponderante en la distribución de películas mexicanas en cine durante el 2015-2019 y es el jugador dominante en esta industria.

Tabla 7: Participación de Videocine de la distribución de estrenos mexicanos con mayor demanda (asistentes)

	2015	2016	2017	2018	2019	2015–2019
Participación de Videocine de los estrenos que capturaron el 50% de la demanda	100%	67%	67%	67%	100%	78%
Participación de Videocine de los estrenos que capturaron el 75% de la demanda	60%	78%	71%	67%	60%	67%
Participación de Videocine de los estrenos que capturaron el 90% de la demanda	62%	60%	63%	58%	61%	60%
Participación de Videocine de los estrenos que capturaron el 95% de la demanda	56%	63%	53%	52%	52%	55%

• Fuente: elaborado con información de los Anuarios Estadísticos del IMCINE, 2015-2019

5. Posibles escenarios resultantes de imponer cuotas mínimas de películas mexicanas en salas de cine en México

Combinando los resultados de las secciones previas, los datos existentes sugieren el siguiente escenario resultante de imponer cuotas mínimas de exhibición de películas mexicanas en cines.

- 1.– NO existe escenario justificable bajo el cual se pueda pensar que la imposición de cuotas mínimas de películas mexicanas en salas de cine resultaría en una mayor producción de películas, ya que la demanda efectiva de estrenos mexicanos constituye una fracción del total de estrenos. Los datos indican que el 25% del total de estrenos anuales es suficiente para satisfacer el 95% de la demanda.
- 2.– Dictar los títulos específicos que las salas de cine deben exhibir pondría en serio riesgo su supervivencia, sobre todo tras el efecto catastrófico de la pandemia y la crisis sanitaria.
- 3.– Si se impusiera una cuota mínima de películas mexicanas en cada sala de cine, es económicamente obvio que, para asegurar su supervivencia, las salas de cine responderían incorporando los estrenos más rentables. Analizando el comportamiento del mercado durante 2015-2019 podemos predecir que Videocine capturaría el 78% del aumento resultante en la exhibición de estrenos mexicanos derivados de la imposición de cuotas. Aún cuando las autoridades forzaran a las salas de cine a diversificar la colección de títulos mexicanos a exhibir, no hay un escenario creíble bajo el cual Videocine capturaría menos del 55% del incremento.
- 4.– La restricción adicional de que las películas mexicanas sean producidas por un pro-

ductor nacional, eliminando la posibilidad de coproducciones con empresas extranjeras exacerbaría el beneficio para Videocine.

5.– Derivado de lo anterior, podemos concluir que imponer una cuota mínima de películas mexicanas en salas de cine: (a) no generaría un aumento en la producción de películas mexicanas, ya que el 25% de los estrenos anuales captura el 95% de la demanda efectiva, (b) pondría en mayor riesgo la viabilidad de las salas de cine tras el efecto de la crisis sanitaria, (c) beneficiaría de manera desproporcionada a una sola empresa distribuidora (Videocine), la cual podría capturar hasta un 78% de la nueva demanda y (d) resultaría en una mayor concentración en la industria de distribución de películas.

6. Plataformas digitales

De manera importante, la iniciativa planteada también contempla imponer una cuota mínima de títulos mexicanos en el catálogo de plataformas digitales. En esta sección estudiaremos el posible impacto de dicha medida en las principales plataformas digitales que no satisfacen actualmente la cuota mínima de 15% de títulos mexicanos: Netflix, Amazon, iTunes y Google Play.

6.1. Títulos mexicanos en plataformas digitales

El Anuario Estadístico del IMCINE para el 2019 contiene la información comparable más reciente para las plataformas digitales concerniente al total de títulos mexicanos en sus catálogos. La Tabla 8 presenta un resumen de las cifras incluidas en el Anuario del IMCINE, así como el número total de títulos que se tendrían que agregar para satisfacer

una cuota del 15% de títulos mexicanos en el catálogo.

Tabla 8: Número de películas y series de TV mexicanas en catálogos de plataformas digitales disponibles en México en 2019

Plataforma	Total Largometrajes	Largometrajes mexicanos	Series, TV Movies, Cortometrajes y otros contenidos mexicanos	Títulos mexicanos que se requiere agregar para alcanzar el 15% de largometrajes
Netflix	1,495	56	45	145
Amazon	4,384	224	36	468
Google Play	5,647	183	2	779
iTunes	7,664	354	12	922

- Fuente: Anuario Estadístico IMCINE, 2019.
- Total de estrenos mexicanos en salas de cine en 2015-2019: 474
- Demanda efectiva de estrenos mexicanos en salas de cine en 2015-2019: 104

De la Tabla 8 se desprende lo siguiente.

- Para alcanzar una cuota de 15% de títulos mexicanos, Netflix tendría que agregar un número de títulos 40% mayor a la demanda efectiva total de estrenos mexicanos en cines durante el período 2015-2019.
- Para alcanzar una cuota de 15% de títulos mexicanos, Amazon tendría que agregar un número de títulos 4.5 veces mayor a la demanda efectiva total de estrenos mexicanos en cines durante el período 2015-2019. Esto equivale al 99% del total de estrenos mexicanos en cines durante el período 2015-2019.
- Google Play tendría que agregar 779 títulos, lo que equivale a 1.64 veces el número total de estrenos de películas mexicanas durante el período 2015-2019. En el caso de iTunes, esta cifra es 922, o más del doble del número total de estrenos mexicanos que existieron durante dicho período. En ambos casos, una cuota del 15% se puede

considerar como imposible sin reducir de manera importante el catálogo de estas plataformas.

- Desde el punto de vista de la demanda, es económicamente inviable para Netflix mantener el tamaño actual de su catálogo si se le obliga a satisfacer un 15% de títulos mexicanos. En el caso de Amazon, es no sólo inviable sino impráctico dado el número que se requiere agregar. Para iTunes y Google Play sería imposible.

6.1.1. Presencia actual en plataformas digitales de los estrenos más rentables y el segmento de demanda efectiva de películas mexicanas durante 2015-2019

Como lo hemos hecho en el resto del estudio, nos enfocamos ahora en la demanda efectiva de películas mexicanas y en los estrenos más rentables durante el período 2015-2019. Utilizando información disponible en internet, medimos la presencia de dichos títulos en las plataformas digitales más importantes en México en Marzo 2021.

- La Tabla 9 revela que, de manera combinada, las películas mexicanas que constituyeron la demanda efectiva durante 2015-2019 tienen una presencia importante en plataformas digitales: 81 del total de 104 títulos que componen dicha demanda efectiva están presentes para streaming en Netflix, Amazon Prime o Blim en Marzo 2021, y 90 están disponibles para compra o renta en Cinépolis Klic, iTunes, Google Play o Amazon. No se puede afirmar que no hay presencia en plataformas digitales del segmento relevante de películas mexicanas en el período 2015-2019.
- La Tabla 10 presenta cifras desagregadas para cada plataforma de la presencia de los estrenos que constituyeron el 50%, 75%, 90% y 95% de la demanda de estrenos mexicanos en cines durante 2015-2019. Asumiendo que las plataformas digitales

tratarían de agregar títulos mexicanos rentables si se les obliga a satisfacer una cuota mínima, la información en esta tabla nos permite medir con precisión, de manera realista, el número de películas que las plataformas buscarían agregar en primera instancia.

- Si asumimos que las plataformas digitales buscarían agregar, en primera instancia, las películas mexicanas que constituyeron la demanda efectiva durante 2015-2019 y que están ausentes de su catálogo en Marzo 2021, Netflix podría agregar 81 películas, Amazon podría agregar 73, mientras que iTunes y Google Play podrían agregar 27 y 37, respectivamente.
- Por lo tanto, queda claro que aún agregando todas las películas que constituyeron el 95% de la demanda de estrenos mexicanos durante 2015-2019, ninguna de estas plataformas podría alcanzar el 15% requerido en la iniciativa. De nuevo, esto indica que las plataformas tendrían que reducir sus catálogos para poder satisfacer esa cuota.

Tabla 9: Un análisis de la disponibilidad del total de estrenos de películas mexicanas que capturaron el 95 % de la demanda durante el período 2015-2019

Total de películas: 104
Total de películas disponibles para “streaming” (subscription video on demand) en Netflix, Amazon Prime o Blim en Marzo 2021: 81
Total de películas disponibles para renta o compra (transaccional video on demand) en Cinopolis Klic, iTunes, Google Play o Amazon en Marzo 2021: 90
Total de películas disponibles en Netflix en Marzo 2021: 23
Total de películas disponibles en Amazon en Marzo 2021: 31
Total de películas disponibles en Google Play en Marzo 2021: 77
Total de películas disponibles en iTunes en Marzo 2021: 67

● **Fuente:** <https://www.justwatch.com/>

Tabla 10: Disponibilidad en Marzo 2021 de los estrenos de películas mexicanas con mayor demanda en el período 2015-2019: Netflix, Amazon, iTunes y Google Play

	Número total de películas	Títulos disponibles en Netflix en Marzo 2021	Títulos disponibles en Amazon en Marzo 2021	Títulos disponibles en Google Play en Marzo 2021	Títulos disponibles en iTunes en Marzo 2021
Estrenos que capturaron el 50% de la demanda en el período 2015-2019	18	2	9	17	16
Estrenos que capturaron el 75% de la demanda en el período 2015-2019	46	9	15	39	36
Estrenos que capturaron el 90% de la demanda en el período 2015-2019	81	17	24	63	56
Estrenos que capturaron el 95% de la demanda en el período 2015-2019	104	23	31	77	67

• Fuente: Elaborado con información disponible en <https://www.justwatch.com/>

7. Posibles escenarios resultantes de imponer cuotas mínimas de títulos mexicanos en plataformas digitales en México

Los datos que logramos recabar nos permiten estudiar escenarios detallados que podrían resultar de la imposición de una cuota mínima de 15% de títulos mexicanos en los catálogos de las plataformas digitales. En particular, analizamos lo siguiente.

1. Asumimos escenarios donde las plataformas incorporan los títulos faltantes en sus catálogos en Marzo 2021 de las películas mexicanas más rentables durante 2015-2019.
2. En cada caso, identificamos la proporción de estos títulos distribuidos por Videocine, con el propósito de medir el beneficio para la empresa dominante en la industria de distribución de películas mexicanas.
3. Finalmente, calculamos la reducción en el catálogo que sería necesaria para poder alcanzar una cuota del 15% de títulos mexicanos aún después de incorporar las películas mexicanas más populares en cines durante 2015-2019.
4. Nuestros resultados se basan en la información contenida en las Tablas 11-14.

7.1. Resultados

Derivado de la información contenida en las Tablas 11-14, encontramos lo siguiente.

- Si Netflix incorpora las películas mexicanas más rentables durante 2015-2019 que están ausentes de su catálogo en Marzo 2021, esto aumentaría su oferta de títulos

mexicanos en 16 películas, 81 % de las cuales son distribuidas por Videocine.

- Si Netflix incorpora las películas mexicanas que constituyeron la demanda efectiva total durante 2015-2019 que están ausentes de su catálogo en Marzo 2021, esto aumentaría su oferta de títulos mexicanos en 81 películas, 64% de las cuales son distribuidas por Videocine.
- Aún después de incorporar las 81 películas más vistas en México durante 2015-2019 que se encuentran ausentes de su catálogo en Marzo 2021, Netflix tendría que reducir su catálogo total en 20% para poder satisfacer una cuota de 15% de títulos mexicanos.
- Si Amazon incorpora las películas mexicanas más rentables durante 2015-2019 que están ausentes de su catálogo en Marzo 2021, esto aumentaría su oferta de títulos mexicanos en 9 películas, 78% de las cuales son distribuidas por Videocine.
- Si Amazon incorpora las películas mexicanas que constituyeron la demanda efectiva total durante 2015-2019 que están ausentes de su catálogo en Marzo 2021, esto aumentaría su oferta de títulos mexicanos en 73 películas, 57% de las cuales son distribuidas por Videocine.
- Aún después de incorporar las 73 películas más vistas en México durante 2015-2019 que se encuentran ausentes de su catálogo en Marzo 2021, Amazon tendría que reducir su catálogo total en 50% para poder satisfacer una cuota de 15% de títulos mexicanos.
- En los escenarios considerados, Videocine es la empresa distribuidora de al menos el 60% de los títulos que Netflix y Amazon agregarían a sus catálogos y esta cifra

podría ascender hasta a 80% si estas plataformas se limitan, en primera instancia, a agregar las películas mexicanas más rentables durante 2015-2019.

- Aún si Google Play agregara a su catálogo un número de títulos mexicanos equivalentes al total de películas mexicanas que se estrenaron en cines durante 2015-2019 (474 títulos), tendría que reducir su catálogo en 22% para poder satisfacer una cuota de 15% de títulos mexicanos. En el caso de iTunes, esta reducción tendría que ser de 27%.
- La restricción adicional de que las películas mexicanas sean producidas por un productor nacional que no sea controlado por la plataforma digital correspondiente o esté sujeto a un control común con una empresa que forme parte del grupo de interés económico de la propia plataforma digital exacerbaría el beneficio para Videocine. En su estado actual, y dada la realidad de la industria, la iniciativa beneficia principalmente a la empresa distribuidora dominante en el mercado de películas mexicanas.

Tabla 11: Escenarios donde Netflix incorpora los títulos faltantes de los estrenos de películas mexicanas que capturaron la mayor demanda en cines en el período 2015-2019

Escenario	Número estimado de títulos a agregar	Proporción de estos títulos distribuidos por Videocine
Netflix incorpora los títulos faltantes de los estrenos que capturaron el 50% de la demanda en el período 2015-2019	16	81 %
Netflix incorpora los títulos faltantes de los estrenos que capturaron el 75% de la demanda en el período 2015-2019	37	73 %
Netflix incorpora los títulos faltantes de los estrenos que capturaron el 90% de la demanda en el período 2015-2019	64	69 %
Netflix incorpora los títulos faltantes de los estrenos que capturaron el 95% de la demanda en el período 2015-2019	81	64 %

Tabla 12: Escenarios donde Amazon incorpora los títulos faltantes de los estrenos de películas mexicanas que capturaron la mayor demanda en cines en el período 2015-2019

Escenario	Número estimado de títulos a agregar	Proporción de estos títulos distribuidos por Videocine
Amazon incorpora los títulos faltantes de los estrenos que capturaron el 50% de la demanda en el período 2015-2019	9	78%
Amazon incorpora los títulos faltantes de los estrenos que capturaron el 75% de la demanda en el período 2015-2019	31	71%
Amazon incorpora los títulos faltantes de los estrenos que capturaron el 90% de la demanda en el período 2015-2019	57	61%
Amazon incorpora los títulos faltantes de los estrenos que capturaron el 95% de la demanda en el período 2015-2019	73	57%

Tabla 13: Escenarios donde las plataformas incorporan a su catálogo todos los títulos faltantes de los estrenos mexicanos que capturaron el 95% de la demanda en 2015-2019

	Netflix	Amazon	Google Play	iTunes
Total de largometrajes disponibles en 2019	1,495	4,384	5,647	7,664
Total de títulos mexicanos disponibles en 2019	101	260	185	366
Total de títulos mexicanos disponibles asumiendo que la plataforma agrega todos los estrenos faltantes que capturaron el 95% de la demanda en 2015-2019	182	333	212	403
Reducción porcentual requerida en el número total de largometrajes para que el nuevo número total de títulos mexicanos represente el 15%	-19%	-49%	-75%	-65%

Tabla 14: Escenarios donde iTunes y Google Play incorporan a su catálogo un número de títulos mexicanos igual al total de estrenos de películas mexicanas en cine durante el período 2015-2019 (474 títulos)

	Google Play	iTunes
Total de largometrajes disponibles en 2019	5,647	7,664
Total de títulos mexicanos disponibles en 2019	185	366
Total de títulos mexicanos disponibles asumiendo que la plataforma agrega un número de títulos mexicanos igual al total de estrenos de películas mexicanas en cine durante el período 2015-2019 (474 títulos)	659	840
Reducción porcentual requerida en el número total de largometrajes para que el nuevo número total de títulos mexicanos represente el 15%	-22%	-27%

8. Resumen de los posibles efectos de establecer cuotas en tiempos de exhibición de salas de cine o en catálogos de plataformas digitales de contenidos mexicanos

La evolución y las características de la industria durante el 2015-2019 nos permiten predecir los siguientes resultados si se impone una cuota mínima de películas mexicanas en cines y en plataformas digitales.

1. No generaría un aumento en la producción de películas mexicanas, ya que el 25% de los estrenos anuales captura el 95% de la demanda total durante el período analizado.
2. Pondría en mayor riesgo la viabilidad de las salas de cine tras el efecto de la crisis sanitaria.
3. Beneficiaría de manera desproporcionada a una sola empresa distribuidora (Videocine), la cual podría capturar hasta un 80% de la nueva demanda en salas de cine y plataformas digitales. En todos los escenarios analizados, la participación de Videocine de la expansión de la venta de títulos mexicanos no sería menor al 60%.
4. Resultaría en una mayor concentración en la industria de distribución de películas mexicanas, incrementando la preponderancia de Videocine, cuya participación de mercado ya es de aproximadamente 70%.
5. Resultaría en una reducción importante del catálogo de títulos de plataformas digitales. Estimamos que aún si agregaran todos los títulos faltantes de los estrenos que

capturaron el 95% de la demanda de películas mexicanas en cines durante 2015-2019, Netflix tendría que reducir su catálogo en 20% y Amazon, en 50% para poder satisfacer una cuota de 15% de títulos mexicanos. iTunes y Google Play tendrían que reducir sus catálogos en 22% y 27% aún si incorporaran un número equivalente al total de estrenos mexicanos durante 2015-2019 (474 títulos).

6. La restricción adicional de que las películas mexicanas sean producidas por un productor nacional que no sea controlado por la plataforma digital correspondiente o esté sujeto a un control común con una empresa que forme parte del grupo de interés económico de la propia plataforma digital exacerbaría el beneficio para Videocine. En su estado actual, y dada la realidad de la industria y su comportamiento en el pasado reciente, el diseño de la iniciativa beneficia principalmente a la empresa distribuidora dominante en el mercado de películas mexicanas.

Otros efectos de la iniciativa propuesta que no son capturados por los datos incluyen los siguientes.

- El establecimiento de cuotas para las plataformas digitales violaría los compromisos que México adquirió a través del T-MEC en materia de inversión y de trato no discriminatorio de productos digitales.
- El tiempo de entrada en vigor de la ley (120 días siguientes a su publicación) es muy breve. Se insiste que afectará de manera dramática a las opciones que tendrán los usuarios, pues las plataformas deberán reducir su catálogo sólo para cumplir artificialmente la nueva obligación.

9. Algunas recomendaciones de política

La crisis sanitaria derivada de la pandemia ha tenido efectos particularmente devastadores en la industria del cine en México. En esta coyuntura es positivo que la iniciativa de Ley establezca como obligación del ejecutivo federal la creación de mecanismos para promover, fomentar y desarrollar la producción nacional cinematográfica y audiovisual, a través, entre otros, de estímulos e incentivos fiscales. Establecer fondos, reglas y políticas para alentar la creación de contenido nacional es una buena práctica que muchos países en el mundo llevan a cabo para impulsar su industria. En estos casos, el reto es que las reglas específicas aseguren que las producciones que se apoyen sean de altos estándares de calidad.

Como el presente documento argumenta basado en los distintos indicadores que describen las características y la realidad de la industria, no existe un escenario justificable con datos donde la imposición de cuotas de contenido nacional incentive a la industria en su totalidad. En realidad, dicho mecanismo beneficiaría principalmente a una empresa, exacerbando la concentración en el mercado de distribución de películas mexicanas y resultando también en una reducción en el catálogo de las plataformas digitales, pudiendo resultar en su salida del país (particularmente las plataformas cuya presencia es incipiente).

En esta sección, quisiéramos concluir presentando algunas recomendaciones de medidas que pudieran servir como una alternativa a la imposición de cuotas.

- **Evitar implementar cualquier medida que ponga en riesgo la viabilidad económica de las salas de cine o la presencia de plataformas digitales en México:** Exacerbar los efectos de la crisis sanitaria imponiendo cuotas de exhibición a las salas de cine podría constituir el tiro de gracia al sector, con la resultante pérdida de

empleos y valor agregado. De manera similar, la imposición de cuotas reduciría la oferta de plataformas digitales en México, pudiendo forzar a algunas de ellas a salir del país, cancelando la posibilidad de que realizadores mexicanos puedan colocar su trabajo en las mismas.

- **Enfocarse en mecanismos que incentiven la demanda:** La iniciativa en su estado actual se enfoca por completo en regular la oferta de contenido mexicano, con los potenciales resultados negativos que hemos presentado. Consideramos que la única manera de incentivar a la industria de manera sostenible es buscar mecanismos que impulsen la demanda. Aunque la baja demanda pudiera ser causada por la calidad del contenido producido, consideramos que de ninguna manera puede ser ésta la única explicación, y que uno de los obstáculos que han impedido el crecimiento de la demanda es la falta de promoción de películas mexicanas (y que ésta es la ventaja comparativa de Videocine). En consulta con los realizadores y los distribuidores de cine mexicano, las autoridades deben buscar la implementación de políticas que expandan la difusión y promoción de estrenos mexicanos.
- **Diseñar incentivos que acerquen a los productores independientes con las plataformas digitales:** La presencia de plataformas digitales en México constituye una oportunidad sin precedentes para los creadores de contenido mexicano. Una alternativa a la imposición de cuotas de contenido mexicano en plataformas digitales es el diseño de incentivos que eliminen las barreras entre dichas plataformas y los creadores pequeños o independientes. Diseñar, de manera conjunta con realizadores y con las plataformas digitales, mecanismos (concursos, convocatorias, etc.) donde realizadores de todos los tamaños puedan exponer su trabajo directamente a las plataformas. De manera similar, en lugar de buscar forzar a las plataformas digita-

les a alterar sus algoritmos para beneficiar contenido mexicano, crear puentes entre las plataformas y los creadores independientes precisamente para que estos últimos puedan aprender lo que los algoritmos indican acerca de las preferencias del consumidor de contenido mexicano.

- **Crear mecanismos que ayuden a eliminar la concentración y las barreras a la entrada en el mercado de distribución de películas mexicanas:**

La industria cinematográfica nacional se beneficiará de políticas que busquen impulsarla en la medida en la que se logre reducir la extraordinaria concentración que existe. De otra manera, la mayor parte de los beneficios irán al jugador preponderante (Videocine) y no se logrará una reactivación generalizada. Consideramos que la ventaja de Videocine no puede ser explicada exclusivamente por consideraciones de calidad de contenido, sino que radica en su habilidad de promocionar y distribuir sus películas. Esta enorme ventaja sobre distribuidores pequeños constituye para efectos prácticos una barrera a la entrada y deprime a la demanda, ya que ésta responde precisamente a la promoción de películas. Como mencionamos anteriormente, en consulta con los realizadores y los distribuidores de cine mexicano, las autoridades deben buscar la implementación de políticas que expandan la difusión y promoción de estrenos mexicanos.

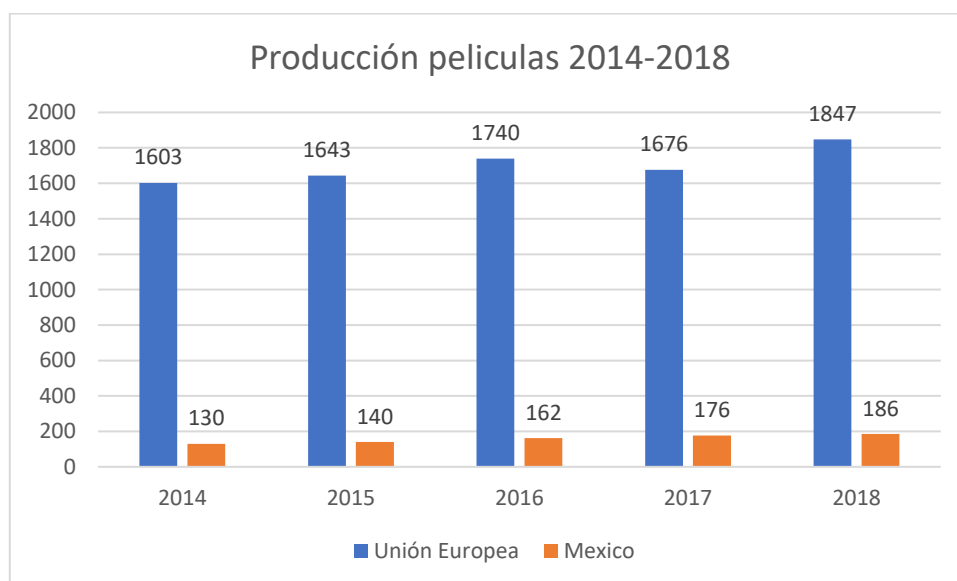
- **Incentivar las coproducciones internacionales y enfocarse en la generación de empleo en la industria:** La definición de “productor nacional” resulta muy restrictiva, pues deja fuera a todo el contenido que produzcan las plataformas digitales extranjeras en el país, aún cuando todo el talento artístico y trabajo de producción fuera nacional. Las plataformas digitales no tendrían incentivos de producir con-

tenido mexicano como hoy lo hacen. Incluso otros países de Latinoamérica, como Colombia, están apostando a dar incentivos para que las plataformas digitales extranjeras produzcan contenido en sus países. La iniciativa ignora por completo el hecho de que los contenidos mexicanos también se exportan, y que las coproducciones con plataformas digitales constituyen uno de los principales mecanismos de exportación, especialmente de series de televisión.

- **Evitar la creación de cuellos de botella burocráticos:** La obligación referente a que la Dirección General de Radio, Televisión, Cinematografía y el Audiovisual autorice y clasifique todo el contenido de las plataformas digitales generará un enorme cuello de botella burocrático y retrasará la inversión en una coyuntura de emergencia económica. Sería mejor que se dictaran reglas generales de clasificación y que las plataformas realicen esa labor.
- **Estudiar experiencias en otros países que sean aplicables al caso mexicano dadas las características de la industria en México:** Deben revisarse experiencias relevantes al caso mexicano como la colombiana que, en lugar de optar por cuotas, además de estímulos similares a los que hemos referido arriba, obligó a las plataformas digitales que den servicio en su territorio a que cuenten con una sección exclusiva donde se destaque el contenido colombiano. Esta sección debe ser fácilmente accesible e identificable por los usuarios. Por otro lado, se debe tener cuidado en las comparaciones internacionales. Por ejemplo, uno de los principales argumentos para la cuota de películas mexicanas en aplicaciones OTT, es que ya se está regularizando en otros lugares como la Unión Europea donde se establece asegurar que el 30% del contenido sea producido en la Unión, por lo cual se argumenta que la cuota del 15% en México sería más accesible. Esta comparación es errónea ya que ignora di-

ferencias fundamentales en el volumen de producción de México vis-a-vis la Unión Europea. Como se muestra en la Figura 1, desde el 2014, México no produce más de un 11 % de lo que produce la Unión Europea según datos de la UNESCO, el IMCINE y el Observatorio Audiovisual Europeo.

Figura 1: Comparación del volumen de películas producidas en México y en la Unión Europea en 2014-2018



<http://data.uis.unesco.org/index.aspx?queryid=51>

<http://canacine.org.mx/informacion-de-la-industria/estadisticas/>

<https://www.obs.coe.int/en/web/observatoire/industry/focus>