

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD
CATÓLICA DEL PERÚ**

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES



**Estudio de casos sobre la industria cinematográfica: El sistema de
ayudas en el Perú**

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OBTENER EL GRADO
ACADÉMICO DE BACHILLER EN CIENCIAS SOCIALES CON
MENCION EN ECONOMÍA PRESENTADO POR:**

Prati Oblitas, Alejandra Pierina

ASESOR

Tavera Colugna, José Abraham

Lima, diciembre 2020

RESUMEN

El objetivo de la siguiente investigación es discutir las opciones de políticas que proteja la industria cinematográfica. En los últimos 10 años, se ha observado un destacable crecimiento en toda Latinoamérica, destacando países como Argentina, Brasil y México. No obstante, a pesar de que Perú también presenta destacable crecimiento en la industria, si comparamos con los países mencionados anteriormente, su desempeño es bastante bajo, no solo en el desarrollo de su cadena de valor sino también en el consumo de cine nacional. En ese sentido, es pertinente analizar cuál es el efecto de la participación del Estado, mediante el sistema de protección y ayudas públicas hacia el sector cinematográfico. Para ello, en el siguiente trabajo se desarrolla un marco teórico utilizando el modelo simple del consumidor y la economía del bienestar en las industrias culturales. Asimismo, se presentan diversos estudios relacionados con la importancia del sistema de incentivos en las industrias culturales y algunos retos que enfrenta dicho sector como la piratería y la cultura ha pedido. Finalmente, se concluye que la intervención estatal desde el sistema de ayudas pública sí afecta positivamente el desempeño de la industria cinematográfica, que se observan tanto en su producción, distribución y exhibición como en su consumo.

Palabras clave: Industrias culturales, Industria cinematográfica, políticas públicas, sistema de protección y ayudas

ÍNDICE DE CONTENIDOS

1. INTRODUCCIÓN	6
2. MARCO TEÓRICO.....	13
2.1 MODELO SIMPLE DEL CONSUMIDOR:.....	13
2.2 ECONOMÍA DEL BIENESTAR EN LAS INDUSTRIAS CULTURALES	16
3. REVISIÓN DE LITERATURA.....	21
4. HECHOS ESTILIZADOS.....	25
5. CONCLUSIONES.....	32
6. BIBLIOGRAFÍA	33
7. ANEXO.....	36



ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1: Bienes relacionados: Exportaciones, por grupo económico, 2002 y 2008 (en millones de \$)	7
TABLA 2: Número de Estrenos Nacionales	25
TABLA 3: Espectadores de Cine Nacional (millones)	27
TABLA 4: Espectadores de cine peruano	28
TABLA 5: Gasto en promedio de bienes y servicios culturales:	29
TABLA 6: Cuotas de pantalla	31



ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA 1: Problema de maximización	14
FIGURA 2: Efecto sustitución	15
FIGURA 3: Efecto renta	16
FIGURA 4: Mercado de películas	19



1. INTRODUCCIÓN:

En los últimos años, se ha podido observar que la automatización de los trabajos está avanzando más rápido de lo que pensábamos. En otras palabras, actualmente, se está dando valorización a otras habilidades que anteriormente no se consideraban relevantes. Según el reporte del 2018 del Foro mundial de economía (ver anexo 1), considera que hay tendencias clave de la demanda de habilidades identificadas por su análisis que incluyen la creatividad será una de las tres habilidades más importantes para el futuro laboral. Por lo que, las habilidades "humanas" como la creatividad, la originalidad y la iniciativa, el pensamiento crítico, la persuasión y la negociación igualmente retendrán o aumentarán su valor, al igual que la atención a detalle, resiliencia, flexibilidad y resolución de problemas complejos.

A partir de ello, el Banco Iberoamericano de Desarrollo toma un papel central ante este escenario. El BID llama economía naranja aquellos bienes y servicios basados en la propiedad intelectual que nacen del talento del patrimonio y creatividad, refiriéndose a todos los sectores económicos que están en el entrecruce de cultura, arte, tecnología y comercio (De Jesús et. al 2017). Dichas industrias no solo son relevantes por su transversalidad en la actividad económica y el valor agregado que estas generan, sino también por el proceso involucrado de innovación. Este mismo sector asociado a los bienes y servicios culturales y creativos viene registrando un incremento sostenido.

Según la Conferencia de Naciones Unidas para el Comercio y el Desarrollo (UNCTAD), las industrias creativas se encuentran en el centro de las economías creativas, y estas se definen como ciclos de producción de bienes y servicios que usan la creatividad y el capital intelectual como principal insumo. Este mismo sector asociado a los bienes y servicios culturales y creativos viene registrando un incremento sostenido, tal es así que, durante la década pasada, entre los años 2002 y 2011, según cifras de la Conferencia de Naciones Unidas para el Comercio y el Desarrollo (UNCTAD), las exportaciones de bienes y servicios creativos crecieron en 134% en todo el mundo (Universidad del Pacífico 2017). En la siguiente tabla se observa el crecimiento del el valor y la

participación de las exportaciones de bienes creativos, medidos en millones de \$.

Tabla 1: Bienes relacionados: Exportaciones, por grupo económico, 2002 y 2008 (en millones de \$)

	Mundo		Economías desarrolladas		Economías en Crecimiento		Economías transitorias	
	2002	2008	2002	2008	2002	2008	2002	2008
Toda las Industrias	375,845	727,116	239,820	324,272	134,982	399,588	1,043	
Audiovisual	140,932	249,428	86,720	100,020	54,126	148,938	86	470
Diseño	65,793	169,521	53,508	103,056	11,394	63,951	891	2,513
Nueva media	133,287	263,302	71,482	86,498	61,767	176,608	37	196
Arte	3,697	6,843	2,597	4,340	1,096	2,488	5	14
Publicidad	10,025	14,903	9,194	13,346	821	1,539	9	18
Artes visuales	22,112	23,120	16,319	17,012	5,779	6,063	15	45

Fuente: UNCTAD (2010)

Asimismo, en el estudio que se realizó BID (2017) hacia la economía naranja se obtuvo que estas contribuyen con 175 mil millones de dólares en valor agregado comparado con el valor del PBI del Perú. De la misma manera, genera 11 millones de empleos, que, al ser una economía inclusiva, incluyen tanto a mujeres y hombres. Dentro de la diversidad de sectores que se encuentran en las industrias creativas, destaca el sector audiovisual. La importancia que ha adquirido en la actualidad el sector audiovisual, viéndose desde una perspectiva económica, se podría deber no solo por el fuerte crecimiento que está experimentando su demanda, sino también a la consideración de la influencia

que tiene sobre el resto de los sectores tanto directa como indirectamente (Martí & Muñoz, 2001).

El día de hoy representan el 1.8% del PBI nacional y se proyecta que para el 2021 represente el 5%, según el Ministerio de Producción. Dentro del sector audiovisual, se subdividen otras categorías, siendo la más antigua y, en gran medida, su máximo exponente el subsector cinematográfico (Martí & Muñoz, 2001). La industria del cine aporta 5.4 mil millones en ingresos anuales para América latina, de los 20 países mayores productores de esta industria 3 se encuentran en la región: siendo estos México, Brasil y Argentina. En términos relativos, a pesar de su mayor dinamismo en el sector en los últimos 10 años, si comparamos la producción cinematográfica y el consumismo del cine nacional de Perú con países como Argentina, Brasil o México, estos se encuentran muy por encima de nuestra industria.

Según la UNESCO, los datos observados revelan que la producción de largometrajes fue bastante baja en algunos países de Latinoamérica. Se informó que se produjeron menos de 60 largometraje al año en países como Costa Rica, Colombia, Chile, Honduras y Perú en el 2012 (2015). No obstante, la producción de películas nacionales ha ido mejorando en los últimos años. Según el panorama de productos audiovisuales realizado por la EGEDA (2020), se observó un gran crecimiento en las producciones peruanas. En el año 2014 se estrenaron 14 películas, mientras que, en el 2015, se estrenaron 29 películas, duplicando la cantidad de películas estrenadas. En un estudio realizado por la Universidad del Pacífico (2017), se menciona que uno de los motivos por el cual el crecimiento de la industria cinematográfica peruana no es equiparable con los países anteriormente mencionados se debería a que la producción peruana cuenta con un apoyo por parte del Estado aún insuficiente, visto tanto en términos financieros, como en términos normativos e institucionales.

A pesar de las mejoras por las que atraviesa la industria cinematográfica peruana en estos últimos años, nuevos retos surgen y se le encaran, al igual que subsisten problemas relacionados a ella que requieren de pronta solución para que se le contemple un desarrollo pleno. Estas dificultades, incluso, llevan años debilitando a la industria. El Perú actualmente posee niveles muy bajos en la

producción de bienes y servicios culturales, obteniendo cifras muy bajas si se comparan con otros países de la región. Según el resumen analítico de la UNESCO sobre indicadores de cultura (2007), se observa que el gasto de los hogares en cultura es de 1.56%. Ello podría deberse a una baja oferta y demanda de servicios y bienes artísticos y culturales por parte de la población (Universidad del Pacífico 2017). No obstante, el crecimiento de la industria no solo se mide por la cantidad de producciones cinematográficas, sino que también están incluidas la distribución y la exhibición como cadena de valor.

Uno de los mayores retos que presenta el sector consiste en mejorar e incentivar su demanda en la producción nacional. Esto está relacionado con el problema de la distribución y exhibición. Estas etapas son prácticamente descuidadas sin tomar en cuenta el eslabón trascendental dentro de la cadena de valor de la industria cinematográfica. En el Perú, la investigación científica sobre cine nacional aún es limitada, más aún sobre temas de distribución y exhibición, al tratarse de aspectos poco formalizados y sistematizados en un país que carece de una industria cinematográfica establecida. Por lo que, probablemente una de las causas en la cual la industria cinematográfica peruana no esté totalmente consolidada se debería al desarrollo de las estrategias de distribución y exhibición (Zavala 2018). Por lo tanto, ante la poca visibilidad de la industria y la débil valoración hacia ella no hay participación de querer fomentar o incentivar su desarrollo.

Por otra parte, también se observa como reto principal ligado a la distribución es el concerniente al mercado digital. En la era actual de acceso instantáneo, las nuevas tecnologías de medios han generado lo que el autor Tryon (2013) describe en su libro como cultura ha pedido, en la cual se caracteriza por la individualización y la movilidad, en la que las personas pueden acceder al contenido en cualquier momento en varias ubicaciones. Esta reciente tendencia nace como fruto de los avances tecnológicos de la anterior década, cambiando la fuente clásica almacenadora de contenidos, creando un nuevo entorno de circulación de películas con nuevo conjunto de circuitos y posibles flujos de ingresos. Nos situamos en una época en la que las tecnologías asociadas a la industria cinematográfica siguen un camino de transformación

imparable. De manera que, se crea, produce y consume cine de manera totalmente diferente que desde la década pasada. La transformación a la era digital es solamente cuestión de tiempo. De manera que, ante este cambio, las políticas gubernamentales aún se están adaptando a ellas.

Finalmente, se encuentra la piratería. Este constituye el principal problema no solo del sector cinematográfico, sino también de todas las industrias relacionadas a la creación de contenidos, afectando su producción. Se trata de una continua y sistemática transgresión de los derechos de autor o propiedad intelectual que falsifica el producto original, perjudicando a toda la industria detrás de ella, en especial, a su creador. Peor aún, parte de la población asimila este problema sin cuestionarlo y más bien participa en su ciclo perjudicial, ya que estos productos falsos representan la opción más cómoda a escoger frente a los verdaderos.

Ante lo mencionado, se cuestiona principalmente el rol que tiene el Estado frente a estos problemas de la industria. Como se mencionó anteriormente, en países como Brasil o Argentina, el sistema de ayudas o incentivos es más grande. En el Perú, según el Ministerio de Cultura, solo se destina a bienes y servicios culturales un presupuesto total aproximado de S/.623 millones. Este no llega ni al 2% del presupuesto total, considerándose dentro del grupo funcional de "Promoción y Desarrollo Cultural".

Como se acaba de evidenciar, la industria cinematográfica en el Perú, no ha sido constante. Sin embargo, más allá de los inconvenientes presentados anteriormente, también se le suma la demanda por películas nacionales. Según el reporte publicado por la DAFO, se encontró que solo el 5% de los espectadores totales consume cine peruano. En países como Argentina, México, Brasil tienen leyes que protegen la industria cinematográfica mediante las cuotas de cine nacional. La cuota de pantalla es una cantidad obligatoria de películas por sala en un determinado periodo (Bello 2016).

Ante lo mencionado, se podría cuestionar si debe el Estado intervenir en el desempeño de las industrias culturales, siendo más específica, en la industria cinematográfica. De ser así en todo caso, ¿es el sistema de ayudas públicas el elemento clave para fomentar el crecimiento de dicha industria? Para resolver

las preguntas mencionadas anteriormente, se plantea la hipótesis de que una mayor participación del Estado, mediante el sistema de ayudas públicas hacia la industria, logrará impulsar mayores producciones nacionales y consumo de cine nacional. De manera que, no solo conllevará al crecimiento de la industria, sino que también conllevará a la consolidación del mercado, siendo funcional para la oferta y demanda. Por lo tanto, sí habría una relación directa entre la intervención del Estado y el crecimiento de la industria.

La importancia del tema recae en que las industrias culturales no solamente han demostrado su crecimiento económico en los últimos años, sino también en el impacto social que este tiene. Las industrias culturales han funcionado como recurso de bienestar general a las comunidades, se evidencian cambios favorables en la calidad de vida, en el diálogo y la cohesión social (Peñaloza, Gualteros y Hueso 2019). Por tanto, la relevancia de estudiar el tema debería observarse por la potenciación que tiene la cultura, permitiendo el desarrollo de habilidades como la innovación y la creatividad, generando beneficios económicos para cada país.

De manera que, para analizarlo, en primer lugar, se necesita tener en cuenta una serie de conceptos relacionados con lo mencionado anteriormente, como, por ejemplo, el perfil económico que presentan las industrias creativas / culturales, el mercado digital y la piratería. Por tanto, como objetivo general es observar el rol del sistema de ayudas en la industria cinematográfica y, evaluar su efecto sobre la misma y su actual desenvolvimiento. Por otra parte, como objetivos específicos se encuentran, primero presentar la teoría e implicancia económica en las industrias creativas. Segundo, analizar los posibles determinantes que obstaculicen el crecimiento de la industria vista desde la literatura. Tercero, explorar los sistemas de ayudas de países Latinoamericanos que sí hayan influenciado en el crecimiento de la industria cinematográfica. Finalmente, determinar metodológicamente, bajo un estudio de casos, la respuesta que ha tenido la industria en Latinoamérica bajo los diferentes tipos de ayudas que ha recibido por parte del gobierno.

Esta investigación cuenta con la siguiente estructura. En la sección 2, se verá el marco teórico en el que se discutirá el modelo simple del consumidor y el

perfil económico de las industrias creativas bajo la teoría de la economía del bienestar. En la sección 3, se presentará la revisión literaria que abarca los retos que enfrenta la industria actualmente. En la sección 4, se presentará los hechos estilizados. Finalmente, en la sección 5, se presentarán las conclusiones.



2. MARCO TEÓRICO:

2.1 MODELO SIMPLE DEL CONSUMIDOR:

Las preferencias del consumidor intervienen en cada una de las decisiones de compra. Según, la teoría del económica, los consumidores pueden ordenar las distintas posibilidades que tienen de consumo. Si el consumidor prefiere una cesta a otra, significa que eligió la que prefiere, si tiene la posibilidad de hacerlo. Por lo tanto, la idea de la preferencia se basa en la conducta del consumidor (Varian 2010). Se utiliza el concepto de cesta o canasta para describir cualquier colección de bienes, las cuales el consumidor puede decidir cuál prefiere, si es indiferente o si prefiere ambas. En ese sentido, la función de utilidad es un instrumento para asignar un número a todas las canastas de consumo posibles; de tal manera que, la utilidad cumple el rol de describir numéricamente las preferencias del consumidor. Estas preferencias, conjuntas, se representan de la siguiente manera:

$$U = U(X_1, X_2, X_3, \dots, X_n)$$

Un supuesto relevante es que el consumidor no puede adquirir todos los bienes que desea debido a la escasez. En ese sentido, la restricción presupuestaria muestra las opciones disponibles para el consumidor, considerando sus ingresos y el precio de los bienes (Goolsbee, Levitt y Syverson 2016). La siguiente ecuación, nos permite observar la mejor canasta de bienes que los consumidores podrán adquirir:

$$X_1P_{X1} + X_2P_{X2} + X_3P_{X3} + \dots + X_nP_{xn} \leq I$$

Ante las ecuaciones expuestas anteriormente, el consumidor buscará la combinación más óptima que maximizará su utilidad sujeta a su restricción presupuestaria. Por tanto, el problema de optimización que enfrenta el consumidor dada la función de utilidad y una restricción presupuestaria, se define de la siguiente manera:

$$\text{Max } U = U(X_1, X_2, X_3, \dots, X_n)$$

$$\text{s. a: } X_1P_{X1} + X_2P_{X2} + X_3P_{X3} + \dots + X_nP_{xn} = I$$

Ahora bien, para fines del trabajo los dos bienes a tomar en cuenta se encuentran en el mercado de la industria cinematográfica, siendo estos las películas nacionales y extranjeras. La relación entre estas no es de sustitución

perfecta. Las características principales que toma en cuenta el consumidor al elegir una película en el cine no es de donde proviene, sino son el género, la duración, el horario, etc. No obstante, se debe resaltar que tampoco, son completamente distintos. Por lo que, el problema del consumidor sería el siguiente:

$$\begin{aligned} \text{Max } U &= U(n, i) \\ \text{s. a: } W &= nP_n + iP_i \end{aligned}$$

Donde:

n = Cantidad de películas nacionales

i = Cantidad de películas internacionales

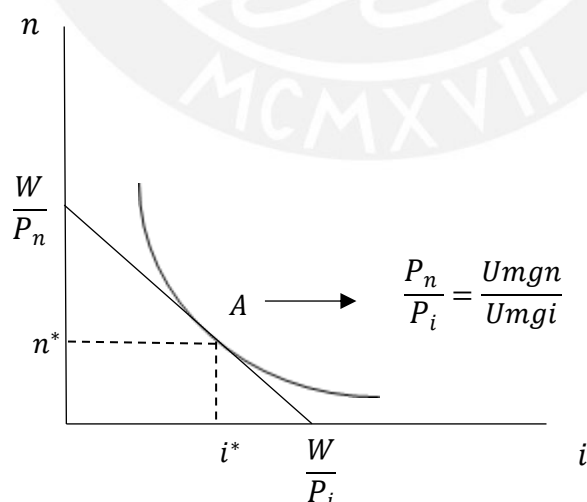
P_n = Precio del bien nacional

P_i = Precio del bien internacional

W = Ingreso

Gráficamente, el punto A representa la solución del problema de maximización del consumidor, cumpliendo las condiciones de primer orden:

Figura 1: Problema de maximización

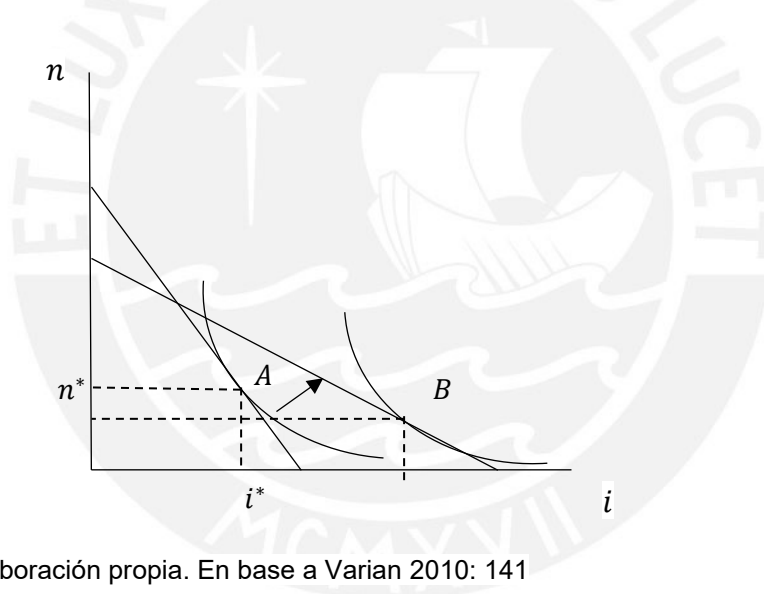


Fuente: Elaboración propia. En base a Quineche 2011: 16

Si nos basamos en la teoría económica, esta nos dice que, cuando varía el precio de un bien, varían tanto la tasa de intercambio del bien como el poder

adquisitivo del total de la renta. En todo caso, si el precio de un bien aumentase, el consumidor puede renunciar a un bien para consumir más del otro. Por lo que, si se abarata el bien 1, se podrá comprar mayor cantidad de dicho bien. Esta variación de la demanda provocada por una variación de la relación de intercambio entre los dos bienes, esto se le denomina efecto sustitución. En este caso, las películas nacionales son relativamente más caras para los consumidores, por lo que optan por consumir películas extranjeras. Ello no hace referencia a su precio, como tal, sino más bien, toma en cuenta aspectos como la calidad, asimetría de información, costos de transacción, etc.

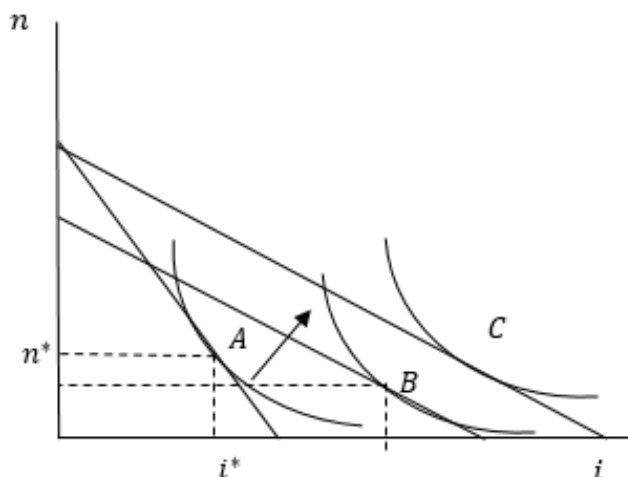
Figura 2: Efecto sustitución



Fuente: Elaboración propia. En base a Varian 2010: 141

Por otra parte, según la teoría económica, se puede observar un efecto en el ingreso del hogar. Si W incrementa, las cantidades a consumir de los bienes debería aumentar, a esto se le denomina como efecto renta. En el contexto en el que nos encontramos, los ingresos de los hogares se han visto reducidos por la pandemia, por lo que, si estos aumentan, consumirán más del bien más barato. Este sería el bien de las películas internacionales.

Figura 3: Efecto renta



Fuente: Elaboración propia. En base a Varian 2010: 141

2.2 ECONOMÍA DEL BIENESTAR EN LAS INDUSTRIAS CULTURALES

La industria cinematográfica, al ser una industria con alto riesgo, debido a que cada producto se encuentra en incertidumbre si tendrá éxito o no, dificulta la forma de financiación en estas actividades (Martí & Muñoz, 2001). A raíz del enunciado mencionado anteriormente, resulta pertinente resaltar la organización y el funcionamiento de la economía de mercado en las industrias culturales. Para ello, se presenta la teoría sobre el perfil económico del sector cultural de Ruth Towse a través de su libro *A Textbook of Cultural Economics* (2010). De manera que, se inspeccionará el análisis que expone sobre la forma en que la economía cultural analiza política que utiliza la economía del bienestar.

Uno de los trabajos pioneros presentados acerca de las ayudas financieras hacia las artes fue realizado por Baumol y Bowen (1966) en su libro *Performing Arts - the Economic Dilemma: A Study of Problems Common to Theater, Opera, Music and Dance*. Mediante este, examina diversas maneras de ayudas financieras que brinda el gobierno, como, por ejemplo, ayuda municipal, apoyo por parte de los estados, exenciones de impuestos federales, apoyo directo del gobierno federal. A pesar de ser diferentes fuentes de apoyo gubernamental, estas coinciden en que las artes escénicas deberían ser

subvencionadas. Sin embargo, se menciona que el apoyo de la mayoría de gobiernos estatales todavía es muy pequeño, inclusive más que en los municipios. Aunque, sin duda, la cantidad destinada hacia este sector eventualmente crecerá (Baumol y Bowen 1966). En este punto, cabe resaltar que, los economistas no llegaron a coincidir que las artes eran susceptibles al análisis económico, por lo que se debe resaltar el trabajo expuesto de Baumol hacia las economías culturales.

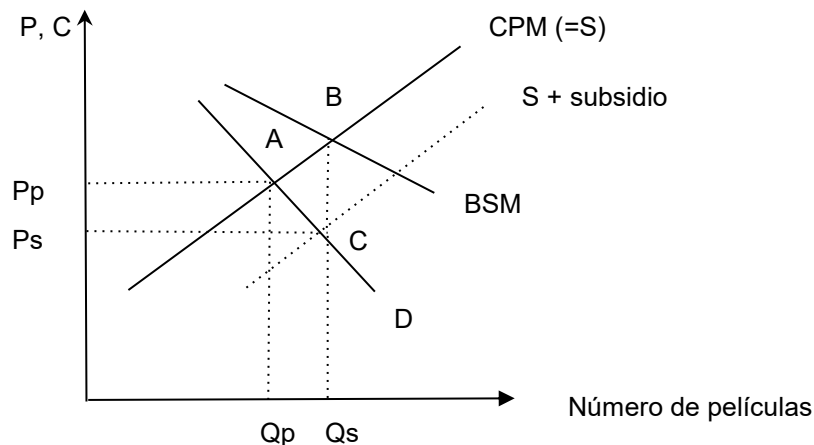
Refiriéndonos a la economía cultural, según Towse (2010) uno de los conceptos más utilizados en este ámbito es la economía del bienestar. La economía del bienestar consiste en la cuantificación y medición de los beneficios y/o costos de las diferentes alternativas en la asignación de recursos escasos y de investigación de las bases estructurales de la política económica y social (Elías 2007). El aspecto relevante que se destaca en el anterior enunciado es el análisis de las acciones de política debido a que se determinará si mejora el bienestar de la comunidad. Es decir, mediante la economía del bienestar se considera condiciones para políticas de mejora y, por lo tanto, constituye la base de la intervención del gobierno en la economía de mercado. Ello, lo logra analizando la falla del mercado, por lo que mediante la regulación y/o subsidio financiero por parte de la intervención del gobierno se logra el máximo bienestar.

Si lo observamos desde la optimalidad de Pareto, ante una política que pretende mejorar la situación de alguien, puede que, en realidad, empeora la situación y por lo tanto sea inadmisibles como mejora inequívoca de Pareto (Towse 2010). Ello se podría deber a que las políticas por lo general implican gastos para poder realizarse. Estos gastos parten de los impuestos de los ciudadanos y, por tanto, ellos empeoran. Uno de los principios que utiliza la autora, respecto a esta premisa, es el principio de compensación de Hicks-Kaldor, el cual intenta resolver el problema en el que algunas personas pueden empeorar una situación. Entonces, se propone que una forma de obtener ganancias potenciales en el bienestar es obtener que los posibles perdedores acuerden aceptar una compensación. En todo caso, si existe una política que permitiría el beneficio neto, el cual la ganancia de bienestar para algunas personas es mayor que la pérdida de bienestar para otras. Esto también

implicaría que los ganadores potencialmente podrían compensar a los perdedores debido a que hay suficiente beneficio neto para la sociedad en hacerlo. Una aplicación empírica de ello se observa en el análisis de coste-beneficio para el cálculo del beneficio neto. El ACB mayor utilizado en las artes es el estudio de impacto económico, y menciona como ejemplo la construcción de un nuevo teatro: para beneficiarse de la construcción de un nuevo museo o teatro, se debe considerar además de los beneficios culturales no cuantificables, se encuentra un sentido de orgullo cívico.

Otro de los teoremas relevantes a destacar sobre la economía del bienestar, que menciona la autora, es la economía del bienestar pigouviana. Según Pigovia, el nivel socialmente eficiente de la producción de un bien particular ocurre en el punto donde el beneficio social marginal (BSM) es igual al costo social marginal (CSM) de producirlo. En todo caso, la producción que maximiza el bienestar en el mercado de un bien es donde $BSM = CSM$. En cuanto a la economía cultural, se ha tenido mayor énfasis en los beneficios sociales que en los costos sociales. En cuanto a la economía cultural, se ha tenido mayor énfasis en los beneficios sociales que en los costos sociales. No obstante, si no existen costos externos, el costo privado marginal (CPM) toma relevancia y se equipara con el BSM. Para explicarlo, Towse realiza una figura que representa el mercado de películas. En esta se observa, en la producción Q_s , el punto B es el nivel de producción socialmente eficiente, donde el beneficio social marginal es igual al costo privado marginal. Ello implica que la producción Q_s es mayor que la producción Q_p en el punto A, donde $S=D$, lo cual implica que el mercado privado es el que produciría. Asimismo, en el punto A se dice que se presenta una falla de mercado, debido a que hay una subproducción del mercado por la cantidad $Q_s - Q_p$.

Figura 4: Mercado de películas



Fuente: Ruth Towse 2010:54

Existe una demanda de películas D , el cual muestra el nivel de utilidad privada que los consumidores obtienen debido a que hay beneficios externos. No obstante, el beneficio social es mayor que la demanda y, a su vez, aumenta a medida que aumenta la cantidad demandada. Por otra parte, en cuanto a la oferta de mercado, S , se explica que está determinada por el Costo Privado Marginal de producción de películas. Ello implica que el número socialmente óptimo de películas producidas en el mercado es Q_s y el Beneficio Social Marginal, en ese nivel de producción, excede la demanda. Por otra parte, explica que los productores producirán solo Q_p al precio P_p . Por lo tanto, deduce que el mercado no produce la producción de películas que maximiza el bienestar, por lo que se abre una ventana de subvención a los productores de películas para aumentar la producción Q_s . No obstante, a consecuencia de ello el Costo Privado Marginal aumenta, lo cual indica que es mayor el costo de suministrar más películas, por lo que, el precio de oferta en B es más alto que el precio de equilibrio si el mercado no está subsidiado.

Por tanto, con la finalidad de incentivar a los productores a producir Q_s , es necesario un subsidio por parte del Estado, para aumentar las ventas e ingresos a un precio más bajo. Asimismo, a manera de incentivo para los

consumidores, el precio se reduce y, por tanto, el subsidio fomentaría Q_s , lo cual desplazaría la oferta agregada hacia la derecha siendo la nueva oferta $S +$ subsidio. Entonces, independientemente de la forma en la que se adopte la subvención, el principio será aumentar la producción al nivel de maximización del bienestar de producción en el mercado, tendiendo, finalmente $BSM = CSM$.

Por otra parte, dentro del sector cultural, se presentan fallas de mercado, como por ejemplo los problemas de información. Uno de ellos es la falta de información; es decir, no existe información suficiente por parte del consumidor, de manera que, el consumidor no juzga los bienes por su experiencia y, por tanto, no se permite reflejar verdaderamente la utilidad del consumidor. En realidad, se sabe que la participación en el arte no es tan convencional, por lo que es necesario incentivar al público a seguir cultivando las artes y aumentar la demanda. Por otra parte, se encuentra la asimetría de información por parte del proveedor. Por lo general, los problemas de información están relacionados con la incertidumbre sobre la calidad de productos culturales que afectan en la demanda. En todo caso, ante los problemas de riesgo moral y "principal-agente" que acompañan las negociaciones, es necesario considerar cómo el gobierno ofrecerá incentivos dirigidos a las industrias culturales.

3. REVISIÓN LITERARIA:

Existen diversa literatura acerca de la economía en las películas. Uno de los trabajos más relevantes que trata este tema es el de McKenzie (2012). Este ofrece una mirada de problemas interesantes, explicados con aspectos económicos. En dicho trabajo, se dividió en los aspectos microeconómicos y macroeconómicos. En cuanto a los aspectos microeconómicos, se explica mediante la demanda individual de las películas. En esta sección, explica cómo influye en la demanda variables como presupuesto de producción, publicidad, pantallas, estrellas, reseñas, premios, géneros, clasificaciones, etc. En cuanto a los aspectos macroeconómicos del cine, se consideran patrones agregados de cine como demanda y oferta, impacto de cambio de política y las leyes de derechos de autor. Estas variables macroeconómicas del cine permiten cambios estructurales generales que afectan tanto fuera como dentro de la industria.

Como se menciona anteriormente, las políticas públicas tienen impacto en el desempeño de la industria. Ante ello, los autores Azpillaga y Idoyaga (2000) mencionan que la industria audiovisual se debería desempeñar bajo un sistema de protección y ayudas por parte del Estado. El objetivo de dicho sistema es la protección y defensa del mercado español cinematográfico. En el marco general de ayudas, mencionan que España está regido por el Decreto 1282/1989 en el cual apuestan por el desarrollo de la distribución, exhibición y guiones de su industria. Mediante estas en gobierno exige cuotas estatales de exhibición cinematográfica, cuyas mínimas son del 25% de las proyecciones con películas comunitarias. Entonces, este modelo de ayudas, según mencionan las autoras, tiene un resultado positivo visto desde el ángulo de la promoción y desarrollo de la industria.

Una explicación más interesante sobre las cuotas de pantalla lo realiza el autor Bello (2016). Este explica que la cuota de pantalla es, por definición, el establecimiento, por parte de un Estado, de un cupo obligatorio de películas nacionales por sala, en un año (Bello 2016). Esta es tomada, muchas veces, como medida regulatoria de algunos estados con el objetivo de proteger la industria cinematográfica del mercado nacional. Ante esta medida proteccionista, surgen diversos debates respecto a si es necesario que el Estado intervenga. En

realidad, la industria cinematográfica, al ser una industria cultural, requiere de un conjunto de políticas públicas con la finalidad de incentivar y estimular el sector (Bello 2016). En gran medida, los países con economía desarrolladas manejan diversos tipos de fomento; de manera que, no tienen esa protección que sí presenta en el cine latinoamericano.

Uno notable ejemplo de lo mencionado, se observa para el caso argentino. El autor González (2013), en la Revista de la Asociación Argentina de Estudios de Cine y Audiovisual. En dicho artículo, se menciona que el Estado argentino ha estado presente desde las primeras épocas del cine para lograr su fomento y protección. En 1932, Argentina se encontraba frente un escenario de convulsión política debido a que la Gran Depresión causó déficit comercial, caída de empleo, etc. Ante ello, se prioriza la intervención estatal y la industrialización. Se presentó el primer proyecto de ordenanza para estimular e impulsar la producción argentina. Este proyecto consistía en el apoyo hacia el incipiente sector cinematográfico. Inicialmente, las producciones más favorecidas eran interpretadas por niños y se otorgaban premios para estímulo del mismo (Bavasso 2005).

Para el caso peruano, Un estudio realizado por la Universidad de Pacífico (2017) buscó analizar los beneficios económicos del sector cinematográfico en el Perú. Mediante dicho trabajo, se describe la evolución del sector cinematográfico y audiovisual en el Perú, comparándolo con el desarrollo en América Latina. En este punto se observa que, si bien el sector cinematográfico está creciendo en el Perú, comparado con países como Argentina, México y Chile, sigue siendo muy bajo. Para lograr ello, el estudio analiza los costos y beneficios del Ante proyecto de Ley presentado en el 2012. El estudio concluye que la coproducción es una estrategia de fomento con mayor impacto en las políticas de cuota de pantalla. De manera que, dicha industria estará sujeta a mayores incentivos fiscales y fuertes ventajas en la distribución, producción y exhibición de películas.

Por otro lado, otro aspecto relevante a analizar es la piratería en la industria cinematográfica. En un breve artículo sobre economías de copyright, Towse (2006) menciona que, por lo general, son los autores quienes controlan

el uso de su trabajo. Por tanto, tener el control, bajo los derechos de autor, les permite a los autores cobrar regalías por el consumo o uso de su obra, siendo este un derecho económico. Además, la autora resalta que esta protección legal otorga al creador un monopolio temporal en las obras que dura 70 años después de su muerte. En dicho trabajo se menciona que, el hábito más usual relacionado a la violación de copyright es la piratería, refiriéndose a las copias sin el consentimiento del titular de los derechos del autor. Esta es una de las principales fuentes de preocupación en los sectores en los que predomina la innovación y tecnología. Esto se debería a que la continua violación de las leyes que protegen la propiedad intelectual en los países en desarrollo ahuyenta la inversión extranjera procedente de multinacionales y gobiernos de países desarrollados (Gil 2006). El estudio concluye en que se deberían establecer fondos para prestar a los creadores. Asimismo, la autora menciona que se debería reducir los años de protección a 20 y volverse renovable; de manera que sea el mercado el que establezca el valor de los derechos de autor.

Como bien es sabido, la piratería no es un problema reciente, ha estado presente en la industria creativas desde hace mucho tiempo; por ejemplo, encontrándose en copias de libros y CD 's, descargas de películas, etc. Por lo que, la importancia de la piratería en estas industrias ha aumentado con la aparición de nuevas tecnologías como la digitalización y, de esta manera, cobra mayor relevancia en el futuro de dichas industrias. No obstante, un punto interesante a resaltar es que la piratería no solo transgrede al titular de los derechos de autor sino también al Estado, perjudicándolo jurídica y económicamente.

Por otra parte, otro de los problemas relevantes que presenta la industria cinematográfica está relacionado con el mercado digital. El autor Tyron (2013) menciona que su implicancia en la industria está relacionada con la distribución. Es decir, la distribución digital plantea nuevas preguntas sobre el acceso a las películas. Si bien es cierto que los costos de almacenamiento digital se hacen cada vez más mínimos en comparación con los otros métodos de distribución, lo que hace costoso este método de distribución son los costos de producción. Al permanecer en una plataforma digital, los productores no reciben ingreso por las

copias individuales de las películas, siendo esta una de las principales fuentes de ingreso para los cineastas. No obstante, el autor resalta que su consumo es mayor, debido a que los consumidores tienen fácil acceso a estas plataformas. Entonces, el autor reflexiona sobre la distribución digital, que, por un lado, brinda mayor demanda al ser de fácil acceso; mientras que, por el otro, ocasiona pérdidas a los productores al no recibir ingresos de otras fuentes. Pese a ello, se debe tomar consciencia de que las formas de distribución de los pedidos pueden tener implicaciones importantes para la vida social y política.



4. HECHOS ESTILIZADOS:

En el último reporte sobre las producciones audiovisuales, realizados por EGEDA (2020), se observa que el equipamiento cinematográfico Iberoamericano ha venido creciendo paulatinamente año tras año. Esto se puede evidenciar en los datos sobre las producciones cinematográficas que se tiene desde el 2010 hasta el 2019.

Tabla 2: Número de Estrenos Nacionales

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2013	2018	2019
Argentina	138	129	145	166	167	182	199	220	223	217
Bolivia	-	-	-	11	8	16	16	10	20	18
Brasil	75	99	83	129	114	133	142	160	185	171
Chile	15	23	26	26	40	26	17	26	22	20
Colombia	10	18	23	17	28	36	41	44	37	48
Costa Rica	-	-	-	3	5	7	3	14	11	13
Ecuador	19	9	5	13	17	13	10	14	18	10
El Salvador	-	-	-	1	5	3	2	0	1	1
España	138	147	131	95	93	177	168	188	214	191
Guatemala				6	5	5	3	3	2	5
Honduras	-	-	-	1	4	5	7	13	7	3
México	56	62	67	101	68	80	90	88	116	108
Nicaragua	-	-	-	1	3	0	3	2	1	0
Panamá	-	-	-	0	4	2	3	8	9	7
Paraguay	-	4	4	3	4	5	7	6	4	6
Perú	7	8	8	9	14	29	26	25	27	36
Portugal	24	23	29	20	35	29	26	25	27	36
República Dominicana	-	-	-	14	20	-	-	-	-	-
Uruguay	-	-	15	11	19	11	12	14	20	17
Venezuela	11	12	15	15	22	25	-	-	-	-

Fuente: EGEDA (2020) Elaboración propia

Como se puede observar, Argentina es uno de los países que más ha crecido en la última década. En el 2010, tuvo 138 estrenos nacionales mientras que, en el 2019, estos aumentaron hasta 217 producciones cinematográficas nacionales, creciendo un 57%. En línea con ello, otro de los países que ha tenido un crecimiento destacable en los últimos 10 años en cuanto a la industria cinematográfica ha sido Brasil. En el gráfico anterior, se observa que inicialmente en el 2010 obtuvo 75 estrenos nacionales, creciendo 128 % con 171 producciones cinematográficas nacionales. El tercero en la lista de mayores producciones cinematográficas Latinoamericanas es México. Se observa que su crecimiento ha sido del 90%, teniendo inicialmente en el 2010 56 estrenos nacionales y en el 2019 108 producciones. Por otra parte, se debe resaltar el desempeño que ha tenido Perú en los últimos 10 años. En el 2010, Perú tuvo solamente 7 producciones mientras que en el 2019 se produjeron 36 estrenos nacionales. Por lo que, se podría decir que Perú obtuvo uno de los mayores crecimientos en la región Latinoamericana. Sin embargo, a pesar de su destacable crecimiento, sigue teniendo una de las producciones más bajas de Latinoamérica, siendo la tercera parte de las producciones mexicanas.

Por otra parte, otro de los aspectos relevantes a analizar es la asistencia de espectadores al cine nacional de las producciones cinematográficas. Para ello, se tomó en cuenta los datos obtenidos del EGEDA, utilizando los espectadores nacionales respecto a los espectadores de cine en general, medidos en millones de espectadores. Esto se puede encontrar con mayor detalle en el siguiente gráfico:

Tabla 3: Espectadores de Cine Nacional (millones)

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Argentina	0	-	4.61	7.45	7.7	7.55	732	6.37	6.82	3.93
Bolivia	-	-	-	0.04	0.03	0.04	0.08	0.05	0.09	0.06
Brasil			15.64	27.78	19.05	22.48	30.41	17.41	24.23	23.86
Chile	-	-	2.55	1.7	0.58	0.93	1.73	0.24	0.78	0.29
Colombia	-	-	3.4	2.14	2.2	5.81	4.78	3.72	2.18	2.51
Ecuador	-	-	0.2	0.23	0.08	0.07	0.13	0.1	0.12	0.37
El salvador	SD	SD	SD	SD	0.03	0.01	0.0004	0	0.005	0.004
España	-	-	18.28	11.01	22.41	18.57	18.5	17.2	17.9	15
Guatemala	-	-		0.02	SD	0.03	0.005	0.008	0.002	0.01
Honduras	-	-	-	4.2	6	0.1	0.16	0.21	0.03	0.05
México	-	-	10.91	30.1	24.03	17.53	30.51	22.41	29.5	34.6
Nicaragua	-	-	-	0.002	0.014	0	0.002	0.001	0.003	0
Panamá	-	-	-	4.6	5	0.008	0.02	0.17	0.98	0.06
Paraguay	-	-	0.29	0.01	0.03	0.02	0.06	0.16	0.11	0.07
Perú	-	-	0.47	4.04	3.83	5.6	5.7	5.22	7.31	2.64
Portugal	-	-	0.73	0.43	0.57	0.94	0.34	0.4	0.28	0.63
República Dominicana	-	-	-	1.47	1.4	-	-	-	-	-
Uruguay	-	-	0.07	0.07	0.07	0.03	0.04	0.09	0.08	0.02
Venezuela	-	-	1.76	1.92	4.57	-	-	-	-	-

Fuente: EGEDA (2020) Elaboración: propia

Mediante el gráfico antepuesto, podemos observar que Argentina y Brasil son los países Latinoamericanos que destacan en mayor cantidad de espectadores que consumen cine nacional respecto al consumo total de cine. En Argentina, por su parte, tuvo un promedio de 0.134 millones de espectadores nacionales respecto a los espectadores totales. Asimismo, el que le sigue en cuanto a mayor promedio de espectadores de cine nacional es Brasil con 0.136 millones respecto a los espectadores totales. Por otra parte, uno de los países

que ha tenido un crecimiento sorprendente en cuanto a los espectadores de cine nacional desde el 2012 hasta el 2019 ha sido Perú. Se puede observar que, en el 2013 obtuvo un crecimiento de 68% respecto al año anterior y con un promedio de 0.09 millones de espectadores de cine nacional respecto al total. Siguiendo a Perú, se encuentran México y Colombia con 0.08 millones y 0.06 millones de espectadores de cine nacional respectivamente.

En términos relativos, se puede observar un crecimiento en la industria cinematográfica peruana. No obstante, a pesar del este, la demanda por películas nacionales sigue siendo muy baja a comparación con las películas extranjeras. En el informe panorámico de las artes y las industrias culturales en el Perú (2017), se reveló que la mayor participación de la producción cinematográfica en cada país en su propia cartera comercial es Argentina, teniendo 38.3% de estrenos nacionales. A este le sigue Brasil y México, obteniendo una participación de 29.5% y 20.6% respectivamente. Por su parte Perú, se encontraba muy abajo con tan solo 5.5% de estrenos nacionales. En la siguiente tabla, se puede observarlo mencionado.

Tabla 4: Espectadores de cine peruano

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Espectadores de cine	31.2	34.5	37.1	45.6	51.1	51.4	49.7	53.4
Espectadores de cine nacional	0.47	4.04	3.83	5.6	5.7	5.22	7.31	2.64

Fuente: EGEDA Elaboración propia

En el periodo inicial 2012, se observa que solo el 1.5 % de los espectadores han consumido películas nacionales, siendo este el porcentaje más bajo. Mientras que, en el periodo 2018, el consumo de películas peruanas fue de 14.7% del total de espectadores, siendo este el punto más alto. Entonces,

si bien con el paso del tiempo ha ido aumentando los espectadores de cine nacional, este sigue representando un porcentaje bastante bajo.

Tabla 5: Gasto en promedio de bienes y servicios culturales:

	2012	2013
N° de personas (Millones)	3.65	3.74
Gasto efectuado en compras periódicos, revistas y libros (Millones de nuevos soles)	4.31	4.41
N° de personas (Millones)	2.35	2.31
Gasto efectuado en compras periódicos, revistas y libros (Millones de nuevos soles)	6.81	8.09

Fuente: Universidad Pacífico (2017)

Si comparamos los precios de entrada de cine en Perú, estos están más cercanos a niveles promedio de otros países (Universidad Pacífico 2017). Ello podría ser una condicionante para la demanda de películas, sobre todo en la demanda de películas nacionales. Esto se debe a que, existe una preferencia a priori por las películas extranjeras, por lo que, si el precio del mercado aumenta, la demanda por películas disminuye en general y pasa más desapercibido las películas nacionales.

Como se había mencionado, un aspecto esencial para la protección del sector audiovisual ha sido las cuotas de pantalla. En Argentina, se introdujeron cambios a través de la resolución 1050/2018 respecto a la cuota de cine nacional. En este se busca, el apoyo al cine nacional y la diversidad cultural. Anteriormente, según la Ley 17.741, se establece que para cumplir con la cuota se debe proyectar una película nacional por sala, en todas sus funciones, por cada trimestre del año. Si la película logra superar la cantidad de espectadores

fijada, se mantendrá una semana más. No obstante, con la nueva medida, se permite proyectar una película nacional en la mitad de las funciones de una sala, en una semana, cumpliendo solo con la mitad de la cuota de pantalla y no su totalidad (Resolución INCAA N°1076/2012).

En el caso brasileño, la medida implementada es la que está dispuesto en la Medida Provisional N° 2228-1/2001. Esta busca garantizar la reserva del producto nacional frente a los productos extranjeros en las salas de cine. Esto permite el acceso público y promueve la diversidad de películas nacionales. En Brasil, los requisitos son la exhibición de películas brasileñas durante al menos 28 días al año. En el año 2015, se establece la posibilidad de pantalla dividida entre salas del mismo complejo, siendo al menos la mitad de las funciones en cada sala. En el 2016, la situación cambia. Se precisó la posibilidad de dividir las sesiones de las salas para llegar a la cuota establecida para la visualización de la misma película (Rossi 2016).

Por último, el caso mexicano está establecido por la Ley Federal Cinematográfica, en el cual se establece que se reserven el 10% del tiempo total de exhibición para las proyecciones de películas nacionales. Mientras los exhibidores tengan más pantallas más películas por año se estrenará (Universidad Pacífico 2017).

Tabla 6: Cuotas de pantalla

	Cuotas de pantalla	
	Nacional	
	2017	2018
Argentina	37.20%	43.90%
Bolivia	35.80%	43.80%
Brasil	39.00%	46.40%
Chile	39.00%	46.60%
Colombia	35.30%	38.20%
Costa Rica	41.30%	43.90%
Ecuador	34.80%	43.90%
El salvador	39.5%	38.40%
España	26.40%	46.60%
Guatemala	39.70%	46.60%
Honduras	36.80%	44.40%
México	35.20%	35.70%
Nicaragua	37.70%	41.10%
Panamá		
	33.30%	37.60%
Paraguay	45.30%	45.30%
Perú	27.60%	34.60%
Portugal	28.10%	28.30%
República		
Dominicana	38.80%	48.20%
Uruguay	37.50%	40.40%
Venezuela	41.80%	68.30%

Fuente: EGEDA (2019)

5. CONCLUSIONES

Esta investigación ha buscado demostrar el efecto de la participación del Estado hacia la industria cinematográfica. Para ello, inicialmente se planteó la pregunta de investigación, siendo esta si la intervención del Estado era necesaria para la promoción de industrias culturales. De manera que el sistema de protección y ayudas públicas al sector audiovisual es el elemento clave para promover el crecimiento de la industria cinematográfica.

Por lo tanto, se concluye que actualmente hay una creciente importancia que se le ha dado a las industrias culturales, identificando la contribución y la participación del sector al PBI. En segundo lugar, se ha observado que, pese del crecimiento a nivel de Latinoamérica ha crecido enormemente, en el Perú, dicho crecimiento es relativamente bajo comparado con otros países. Asimismo, se observó, también, que presupuesto dirigido al sector cultural es bastante bajo, siendo un porcentaje bastante reducido del PBI; mientras que, en otros países, se destina mayor cantidad. Otro aspecto relevante a destacar es la demanda por películas nacionales. En el Perú, la demanda por cine nacional llega a 5%, siendo uno de los más bajos de la región. En todo caso, el efecto sustitución entre las películas nacionales y extranjeras es relevante, debido que, teóricamente, el consumidor asume mayor precio relativo en el bien de películas nacionales. No obstante, la situación no se puede invertir mediante un cambio en los precios relativos, debido a que en la realidad estos son los mismos. En realidad, la estrategia para aumentar la demanda de películas nacionales se presenta en los incentivos que presente el Estado a los consumidores. Como representante de ello, se encuentran las políticas de cuotas de pantalla. En muchos países como Argentina, Brasil, Colombia, España, México, etc. sí están dando, logrando beneficios en la producción de películas nacionales.

Finalmente, es necesario resaltar que, para poder observar resultados más precisos, se deberá examinar las políticas públicas desarrolladas en los países latinoamericanos que más destacan en la industria. Por lo tanto, será pertinente realizar un estudio de casos para dichos países, de manera que, se observará la reacción que ha tenido paulatinamente la industria, tanto la producción como la demanda, ante el sistema de ayudas públicas de cada país.

6. BIBLIOGRAFÍA:

Baumol y Bowen (1966) *Performing Arts - the Economic Dilemma: A Study of Problems Common to Theater, Opera, Music and Dance*. M.I.T. Press

Bavasso, Cristian. (2005). El Cine Argentino durante el período 1925-1935 y sus relaciones con la política nacional e internacional. X Jornadas Interescuelas/Departamentos de Historia. Escuela de Historia de la Facultad de Humanidades y Artes, Universidad Nacional del Rosario. Departamento de Historia de la Facultad de Ciencias de la Educación, Universidad Nacional del Litoral, Rosario.

Bello, José (2016) Cine español vs Cine norteamericano. Sus cuotas de pantalla. Aularia: Revista Digital de Comunicación, ISSN-e 2253-7937, Vol. 5, N° 2, 2016, págs. 21-28

De Jesús, Dyanis; Luzardo, Alejandra; Pérez, Michelle (2017) *Economía Naranja: Innovaciones que no sabías que eran de América Latina y el Caribe*. Banco Interamericano de Desarrollo. Recuperado de: <https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/Econom%C3%ADa-naranja-Innovaciones-que-no-sab%C3%ADas-que-eran-de-Am%C3%A9rica-Latina-y-el-Caribe.pdf>

EGEDA (2019) *Panorama Audiovisual Iberoamericano 2019*. Recuperado de: <https://www.egeda.com/documentos/PanoramaAudiovisualIberoamericano2019/Panorama%20Audiovisual%20Iberoamericano%202019.pdf>

Gil, Ricard (2006) *La Piratería en España: El caso de la Industria musical y del cine*. IESE Business School, Universidad de Navarra. Occasional Paper OP n° 07/1.

Gonzales, Roque (2013) *Políticas públicas: neofomentismo en tiempos de convergencia digital*. Revista de la Asociación Argentina de Estudios de Cine y Audiovisual. N°7- ISSN 1852-9550

Goolsbee, Austan, Levitt, Steven y Syverson, Chad (2016) *Microeconomía*. Estados Unidos. Worth Publishers.

Kruger, Clara (2010) *Gestión estatal en el ámbito de la cinematografía argentina (1933-1943)*. Anuario del Centro de Estudios Históricos Córdoba (Argentina), año 10, n° 10, 2010, pp. 261-281.

Martí, F., & Muñoz, C. (2001). *Economía del cine y del sector audiovisual en España*. Economía de la Cultura.

Matos Reyes, Nancy (2006) *La piratería: ¿problema o solución?* Lima: Universidad ESAN, 2006. – 76 p. – (Serie Documentos de Trabajo n.º 18).

McKenzie, Jordi (2012) The economics of movies: A literatura survey. *Journal of Economic Surveys* Vol. 26, No. 1, pp. 42–70

Peñaloza, Samuel; Gualteros, Lizeth y Hueso, Ángela (2019). Análisis del Aporte de las Industrias Culturales en las Economías de los Países Latinoamericanos. Universidad Cooperativa de Colombia. Facultad de Contaduría Pública. Bogotá, D.C.

Quineche, Ricardo (2011). Análisis Económico de la piratería musical: El efecto de las políticas públicas en el Perú. Pontificia Universidad Católica del Perú. Lima, Perú.

Rossi (2016) Países de Unasur: exhibición y nuevas pantallas de cine para una producción creciente. Universidad de Buenos Aires. Buenos Aires, Argentina

Sorrentino, Pedro (2012). Análisis del contexto en que fue sancionada la Ley N° 24.377/94 (Ley de cine de argentina). AsAECA.

TRYON, Chuck (2013) On-Demand Culture: Digital Delivery and the Future of movies. Rutgers University Press

Towse, Ruth (2006) Copyright and creativity: an application of cultural economics. *Review of Economic Research on Copyright Issues*, 2006, vol. 3(2), pp. 83-91

Towse, Ruth (2010) A Textbook of Cultural Economics. Cambridge University Press. libgen.lc

UNESCO. (2015). UNESCO institute for statistics-Feature film statistics survey 2014. Retrieved 16 de 01 de 2017 Recuperado de: <http://data.uis.unesco.org/index.aspx?queryid=122#>

Universidad del Pacífico (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. Recuperado de: <http://dafo.cultura.pe/wp-content/uploads/2017/09/Estudio-UP-Ley-de-Cine-VF.pdf>

Varian, Haul (2010) Microeconomía Intermedia: Un enfoque actual. Universidad de California, Bekerley. Tercera edición.

WEF (2018) The Future of Jobs Report. Cologny/Geneva Switzerland. Recuperado de: http://www3.weforum.org/docs/WEF_Future_of_Jobs_2018.pdf

Zavala, L. (2018) Una aproximación a la distribución y la exhibición como etapas claves para la consolidación de una industria cinematográfica peruana.

Universidad de Piura. Facultad de Comunicación. Piura, Perú. Recuperado de:
https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/3711/INF_218.pdf?sequence=1&isAllowed=y



7. ANEXO:

Anexo1: Ejemplos Comparación de la demanda de habilidades, 2018 frente a 2022, diez principales

Hoy, 2018	Tendencias, 2022	En declive, 2022
Pensamiento analítico e innovación	Pensamiento analítico e innovación	Destreza manual, resistencia y precisión
Resolución de problemas complejos	Aprendizaje activo y estrategias de aprendizaje	Habilidades de memoria, verbales, auditivas y espaciales
Pensamiento crítico y análisis	Creatividad, originalidad e iniciativa	Gestión de recursos financieros y materiales
Aprendizaje activo y estrategias de aprendizaje	Diseño y programación de tecnología	Instalación y mantenimiento de tecnología
Creatividad, originalidad e iniciativa	Pensamiento crítico y análisis	Lectura, escritura, matemáticas y escucha activa
Atención al detalle, confiabilidad	Resolución de problemas complejos	Manejo de personal
Inteligencia emocional	Inteligencia emocional	Control de calidad y conciencia de seguridad
Razonamiento, resolución de problemas e ideación	Liderazgo e influencia social	Coordinación y gestión del tiempo
Liderazgo e influencia social	Razonamiento, resolución de problemas e ideación	Habilidades visuales, auditivas y del habla
Coordinación y gestión del tiempo	Análisis y evaluación de sistemas	Coordinación y gestión del tiempo

Fuente: World Economic Forum (2018)

Anexo 2: Datos Cinematográficos Desglosados del 2018

Datos cinematográficos desglosados. Año 2018 Iberoamérica								
País	Pantallas	Número de estrenos		Espectadores		Recaudación	PEA	Recaudación en términos per cápita
		totales	Nacionales	Totales	Cine Nacional			
Argentina	982	533	223	46458742	6821139	214119425	13285430	16.11686073
Bolivia	123	291	20	6932228	90910	38358399	3730000	10.28375308
Brasil	3356	478	187	161101594	2439884	672043505	105542232	6.367531672
Chile	455	276	42	27994494	789477	141291385	9391133	15.0451905
Colombia	1140	356	37	63999181	2180692	187385979	26229069	7.144210075
Costa Rica	150	253	11	7308851	377217	370120603	2445858	151.3254666
Cuba	*	*	*	*	*	*	*	*
Ecuador	374	250	18	18822138	126279	84766264	8365114	10.13330649
El salvador	68	212	1	376559	4909	14479727	2757089	5.251817043
España	3518	847	633	98348021	17622470	695907092	23065037	30.17151423
Guatemala	160	211	2	6292593	2398	29232758	6680520	4.375820744
Honduras	106	198	7	4258440	37785	14508577	4499704	3.224340312
México	7106	523	116	330984175	29500000	871693948	56253063	15.49593749
Nicaragua	55	160	1	1484529	3527	5729214	2992406	1.91458445
Panamá	155	231	9	6769168	986825	34113953	2029802	16.8065422
Paraguay	72	196	4	2080260	11915	10048292	3534912	2.84258618
Perú	657	327	27	49788078	7311113	166668318	18346713	9.08436939
Portugal	580	397	40	15871598	281775	100473261	5267545	19.07402044
Puerto Rico	*	*	*	*	*	*	*	*
R.Dominicana	201	224	23	4934820	1303901	18358504	4917459	3.73333138
Uruguay	125	232	20	3051393	82337	18770726	1749881	10.72685857
Venezuela	399	76	11	9952921	621548	0	0	0
Totales	19782	6271	1432	870195783	92503336	3354961730	301082967	339.1180416

Fuente: Entidad de Gestión para los Productos Audiovisuales (EGEDA) 2019