

LA PRODUCCIÓN DESDE MÉXICO HACIA EL MERCADO LATINOAMERICANO E HISPANOHABLANTE DE EUA

México se ha transformado en uno de los lugares con mayor número de filmaciones en el mundo y se consolidó frente a sus contrapartes sudamericanas como Colombia, Argentina y Brasil. Esto se da en el contexto de una competencia global y regional por atraer inversión para la producción audiovisual. Varios países de la región ofrecen incentivos fiscales y una mano de obra más competitiva en términos salariales.

Sin embargo, el volumen de producción que puede recibir México gracias a su infraestructura y cantidad de capital humano capacitado la hacen sobresalir. **A esto se suma la fuerte demanda de contenidos audiovisuales, así como la cercanía geográfica con las matrices de los grandes estudios estadounidenses.**

Eventos como MIP Cancún ya están al nivel de Content Americas (Miami). Hay personas de la industria que se atreven a decir incluso que la Ciudad de México reemplazó a Miami como centro estratégico para la industria audiovisual de América Latina.

México también tiene la suerte de que Brasil, que tiene una industria más protegida y que podría competir con la industria mexicana, produce su contenido en otro idioma. En el caso de España, si bien su industria es más pequeña, tiene un mercado local muy importante, a diferencia de México que está acostumbrado al contenido estadounidense.

DISTRITOS AUDIOVISUALES: LA IMPORTANCIA GEOESTRATÉGICA DE CIUDAD DE MÉXICO Y GUADALAJARA

LA CIUDAD DE MÉXICO ES EL PRINCIPAL FOCO DE TOMA DE DECISIONES Y DE DESARROLLO ECONÓMICO. Además, con el escenario geopolítico mundial, y el consecuente fenómeno de relocalización de empresas en México, conocido como “nearshoring”, la ciudad ha concentrado los mayores porcentajes de Inversión

Extranjera Directa (IED). En 2024, logró captar 12,043 mdd, el 59% del total nacional, principalmente en los sectores financiero, manufacturero y de medios masivos. La CDMX cuenta con 9 millones de habitantes y con cerca de 22 millones de personas si se toma en cuenta la Zona Metropolitana del Valle de México (ZMVM). La vida cultural de la ciudad es vibrante y variada. Tiene los centros educativos más importantes del país. La CDMX fue considerada en 2018 como la nueva Mecca en streaming de música, por tener el más alto

nivel de usuarios a nivel global y concentrar, además, 24% de las salas de cine del país (1,823 de las 7,410).

En este sentido, no es raro que la CDMX haya sido, históricamente, el centro de producción audiovisual más importante del país. Es un distrito industrial creativo, compuesto por compañías productoras, proveedores de servicios auxiliares dentro del sector (estudios, renta de equipo, etc.), mercados laborales especializados, instituciones parasectoriales (sindicatos, sociedades de gestión, escuelas de cine, organismos públicos, cámaras empresariales), matrices de empresas distribuidoras, difusoras, transmisoras y comercializadoras del contenido audiovisual.

RETOS PARA LA INDUSTRIA CINEMATOGRAFICA Y AUDIOVISUAL MEXICANA

Superar el embudo existente en la distribución de cine nacional y aumentar los ingresos por el retorno en salas de cine. Esto implica superar el divorcio que tiene el cine nacional con su público y ocupar más espacios en las salas comerciales.

Avanzar en una política institucional que distinga los distintos sectores de oportunidad para la industria y evitar así la homogeneización de los contenidos, la profusión de óperas primas y la marginación de las coproducciones de calidad y con alcance comercial e internacional.

Formalizar el mercado laboral y estabilizar los costos de producción y rangos salariales para evitar la especulación y la inflación.

La televisión privada debe recuperar el lugar que llegó a tener a nivel internacional con la exportación de telenovelas, ahora superada por el mercado turco y coreano.

La televisión pública necesita salir de su ostracismo burocrático para poder embarcarse de nuevo en la coproducción de contenidos de calidad con alcance nacional e internacional.

OPORTUNIDADES

El mercado cinematográfico y audiovisual mexicano es uno de los más grandes en el Mundo. La concentración de empresas nacionales y transnacionales de producción, distribución y exhibición, así como la importante cantidad de salas de exhibición de cine y de plataformas locales con proyección internacional y potencial industrial (ViX, Claro Video, Nuestro Cine Mx) y su cercanía con Hollywood hacen del país un destino atractivo para la industria.

El circuito de salas de cine independiente es sólido y se sigue extendiendo. En México el cine tiene un valor cultural e identitario que muy pocos países de la región tienen, por lo que su promoción es constante.