



IMPACTO ECONÓMICO DEL SECTOR CINEMATográfico COLOMBIANO

Dirección de Cinematografía
del Ministerio de Cultura



Impacto
económico
del sector
cinematográfico
colombiano



PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA
Álvaro Uribe Vélez

MINISTRA DE CULTURA
Paula Marcela Moreno Zapata

VICEMINISTRA DE CULTURA
Maria Claudia López Sorzano

DIRECTOR DE CINEMATOGRAFÍA
David Melo

PROIMÁGENES EN MOVIMIENTO
Claudia Triana de Vargas

INVESTIGACIÓN

Investigadores Asociados de Fedesarrollo:

Mauricio Reina

Sandra Zuluaga

Investigadora de Fedesarrollo:

Camila Salamanca

DISEÑO Y DIAGRAMACIÓN

Precolombi EU-David Reyes

Ministerio de Cultura - Dirección de Cinematografía
Carrera 8 No. 8 - 43. Bogotá, D.C. Teléfono: (571) 3424100
cine@mincultura.gov.co
www.mincultura.gov.co

Proimágenes en Movimiento
Calle 35 No. 4-89. Bogotá, D.C. Teléfono: (571) 2870103
www.proimagenescolombia.com

2009

Contenido

RESUMEN	8
INTRODUCCIÓN	10
Antecedentes: la ley y sus instrumentos	12
El Fondo para el Desarrollo Cinematográfico	13
Estímulos tributarios	14
Titularización	15
Situación actual	19
1. MECANISMOS DE FINANCIACIÓN Y RECUPERACIÓN	24
1.1. La taquilla en Colombia	28
1.2. Certificados de inversión	37
1.3. Convocatorias del Fondo para el Desarrollo Cinematográfico	43
1.4. Fondos internacionales	53
1.5. Coproducciones internacionales	55
1.6. Fondos de capital privado	59
1.7. Canales de televisión	61
1.8. Ventas internacionales	63
1.9. Product placement	64
1.10. Otras ventanas	64
2. COSTOS	66
3. VIABILIDAD FINANCIERA DE LAS PELÍCULAS	72
4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	80
Anexo I	88

Resumen.....

El objetivo de este trabajo es evaluar los instrumentos de la Ley de Cine, cinco años después de su entrada en vigencia, con el fin de dar recomendaciones de política tendientes a optimizar el funcionamiento de sus herramientas para la buena operación del sector. El estudio evaluó si el esquema de financiación al que pueden acceder actualmente los proyectos cinematográficos ofrecía probabilidades de recuperación razonables. En segundo lugar, se analizó si hay aspectos de la aplicación de la Ley que pueden mejorarse. Finalmente, se evaluaron los instrumentos de la Ley y se determinó si eran adecuados dados los nuevos desarrollos del sector (tecnológicos, empresariales, de financiación, etc.). Para tal fin se hizo un análisis de los mecanismos de financiación y recuperación disponibles para los productores; se estudiaron los costos de las películas en Colombia; y se hizo un ejercicio para determinar la viabilidad financiera aproximada de las películas en diferentes escenarios de financiación y recuperación. Se concluyó que la Ley de Cine colombiana ha tenido resultados muy positivos en sus primeros cinco años de vigencia pues se han mejorado sustancialmente indicadores fundamentales del sector como la cantidad de películas producidas y estrenadas cada año; el número de espectadores de cintas colombianas y su participación sobre el total de espectadores del país; y la presencia internacional del cine colombiano, tanto en festivales como en las agendas de fondos internacionales de financiación de cine. Sin embargo, a pesar de estos logros, existen motivos de preocupación acerca de la sostenibilidad del sector, en la medida en que sus fuentes más importantes de financiación y recuperación aún son frágiles e inestables.

Introducción.....

En los cinco años de vigencia de la Ley de Cine (Ley 814 del 2 de julio de 2003), el sector cinematográfico colombiano ha tenido un desarrollo notable en los ámbitos de la producción, la exhibición, el respaldo del público y la presencia internacional. De una muestra de 33 películas de las 47 estrenadas entre 2004 y 2008, para las cuales la Dirección de Cinematografía del Ministerio de Cultura tiene información comprehensiva, seis participaron en festivales internacionales de primera categoría y otras seis consiguieron hacer ventas internacionales. Paralelamente, el cine colombiano se ha convertido en un fenómeno de taquilla, alcanzando alrededor de un 10% de los espectadores en el mercado nacional.

A pesar de estos logros, existen motivos de preocupación sobre la sostenibilidad del sector, en la medida en que sólo alrededor de una quinta parte de las películas estrenadas ha alcanzado a recuperar la inversión, lo que

puede desanimar a los inversionistas privados cuyo concurso es complemento esencial de las políticas públicas para el desarrollo del sector. Adicionalmente, en los últimos años se han dado cambios significativos en el negocio cinematográfico en Colombia que ameritan una revisión para evaluar si es necesario hacer ajustes de política consecuentes con la nueva realidad.

El objetivo de este trabajo es evaluar los instrumentos de la Ley de Cine, cinco años después de su entrada en vigencia, con el fin de dar recomendaciones de política tendientes a optimizar el funcionamiento de sus herramientas para el buen funcionamiento del sector.

El estudio tendrá en cuenta varios elementos. En primer término, se evaluará si el esquema de financiación al que pueden acceder actualmente los proyectos cinematográficos ofrece probabilidades de recuperación razonables. En segundo lugar, se analizará si hay aspectos de la aplicación de la Ley que pueden mejorarse. Finalmente, se evaluará si los instrumentos de la Ley son adecuados para nuevos desarrollos del sector (tecnológicos, empresariales, de financiación, etc.).

En este contexto, en el estudio se hace un análisis de los mecanismos de financiación y recuperación disponibles para los productores; se estudian los costos de las películas en Colombia; y se hace un ejercicio para determinar la viabilidad financiera aproximada de las películas en diferentes escenarios de financiación y recuperación. Finalmente, se ofrecen algunas recomendaciones de política que surgen del análisis.

Antecedentes: la ley y sus instrumentos

La Ley de Cine fue promulgada con el propósito de fomentar la actividad cinematográfica en Colombia. Para tal fin, como principales instrumentos de política se establecieron: i) las convocatorias y estímulos otorgados por

el Fondo para el Desarrollo Cinematográfico (FDC), ii) los beneficios tributarios, y iii) la titularización. A continuación se reseñan brevemente estos instrumentos.

El Fondo para el Desarrollo Cinematográfico

El Fondo para el Desarrollo Cinematográfico (FDC) recauda sus recursos a través de una cuota parafiscal que pagan los exhibidores (8,5% de sus ingresos netos generados por la presentación de películas extranjeras en las salas de cine del país),¹ distribuidores (8,5% de sus ingresos netos generados por la presentación de películas extranjeras en las salas de cine del país) y productores de películas colombianas (5% de sus ingresos netos por la exhibición de sus películas). La destinación específica de los dineros del FDC está determinada por el Consejo Nacional de las Artes y la Cultura en Cinematografía (CNACC) dentro de los lineamientos que establece la Ley.² En términos generales, el 70% del presupuesto debe ser invertido en la creación, producción, coproducción y realización de largometrajes y cortometrajes, y el restante 30% en líneas de acción complementarias para promover el cine como industria. Para alcanzar estos fines, los recursos del FDC financian convocatorias públicas, estímulos automáticos y otros estímulos.

Las convocatorias son realizadas por el Consejo Nacional de las Artes y la Cultura en Cinematografía, a través de Proimágenes en Movimiento. Los proyectos beneficiados son seleccionados por comités de expertos nacionales e internacionales, designados por el Consejo, y participan en las siguientes áreas: i) escritura de guión para largometraje de ficción-investigación para

1 Los aportes de los exhibidores se reducen a 2,25% si proyectan cortos colombianos en las salas de cine (obtienen un descuento de 6,25%).

2 Los miembros del Consejo Nacional de las Artes y la Cultura en Cinematografía son: i) el Ministro de Cultura, ii) un representante de los directores, iii) un representante de los productores de largometrajes, iv) un representante de los exhibidores, v) dos representantes con alta trayectoria en el sector cinematográfico, vi) UN representante de los Consejos Departamentales y Distritales de la Cinematografía, vii) el Director de cinematografía del Ministerio de Cultura, y viii) el Director de Proimágenes en Movimiento (quien actúa en calidad de Secretaría técnica, es decir, tiene voz pero no voto).

largometraje documental; ii) producción de largometrajes, iii) postproducción de largometrajes; iv) realización de documentales; y v) realización de cortometrajes. Es importante mencionar que las categorías y modalidades específicas de las convocatorias, así como los montos a los que acceden los ganadores, varían año a año.

En adición a los estímulos por concurso se otorgan estímulos automáticos que no necesitan de un proceso de selección sino que se asignan de forma directa bajo el cumplimiento de determinados requisitos, como son la promoción de largometrajes colombianos para su estreno en el territorio nacional, la participación internacional en festivales, procesos de formación, etc.

Los demás estímulos, denominados “otros estímulos”, están orientados a promover el cine como una industria, tampoco se asignan por concurso y se financian con recursos del FDC a partir de una partida presupuestal aprobada cada año por el Consejo Nacional para las Artes y la Cultura en Cinematografía. Estos incluyen la formación de públicos, los talleres de formación y la creación de un sistema de información sobre el sector (SIREC), entre otros.

Estímulos tributarios

Los estímulos tributarios buscan fomentar la inversión y las donaciones en cine de personas y empresas privadas. El estímulo consiste en una disminución de la base gravable para los inversionistas o donantes del 125% del valor invertido o donado (en el caso de donación hay un límite del 30% de la renta líquida). El procedimiento para acceder a este beneficio tributario comienza por la solicitud de reconocimiento del proyecto cinematográfico como nacional. Para tal fin, el proyecto debe cumplir con algunos requisitos, entre los cuales cabe destacar, para efectos de este análisis, el que su presupuesto no supere ciertos topes para los siguientes rubros: i) productor ejecutivo y

director: \$40 millones; ii) actor principal: \$30 millones; iii) escritura y cesión de guión: \$50 millones; iv) costo total del largometraje nacional (incluyendo copias de distribución y costos de promoción): \$3.000 millones; y v) parte colombiana en una coproducción nacional (incluyendo copias de distribución y costos de promoción): \$3.000 millones.³ Una vez que el proyecto es reconocido como nacional se procede a la constitución de un encargo fiduciario o patrimonio autónomo con los recursos.

3 Artículo 2 de la Resolución 756 de 2007.

Posteriormente, la fiducia debe emitir una certificación al Ministerio de Cultura en la que se acredite la ejecución de los dineros invertidos o donados en el proyecto. Finalmente, el productor debe presentar al Ministerio la certificación de la fiduciaria y demás requisitos establecidos en la reglamentación vigente. Una vez verificado el cumplimiento de los requisitos, el Ministerio de Cultura entrega al inversionista o donante el Certificado de Donación o Inversión. Es importante mencionar una condición esencial para otorgar el beneficio tributario que es relevante para este análisis: que el inversionista no puede haber participado como productor o coproductor del proyecto cinematográfico.

Titularización

La titularización busca facilitar la financiación de proyectos cinematográficos. A través de este sistema, el productor puede titularizar su proyecto en el mercado de valores para que pueda ser transado como un activo financiero por parte de los particulares. La idea es que las películas puedan generar dinero mucho antes de estar en teatros y así contribuir a financiar su producción. Bajo este esquema, una vez producidas las películas, las ganancias que se obtienen en taquilla y otras ventanas de exhibición son distribuidas proporcionalmente entre los accionistas. Va-

le la pena destacar que hasta ahora no se ha estructurado ningún proyecto de esta naturaleza, en gran medida porque la regulación para el desarrollo de este mecanismo de financiación establece requerimientos difíciles de cumplir dado el desarrollo de la industria del cine en Colombia.

La titularización es el proceso mediante el cual diferentes activos, como cartera, bienes inmuebles, proyectos de construcción, rentas y flujos futuros de fondos, que por lo general son ilíquidos o de escasa o lenta rotación, se transfieren a un patrimonio autónomo con el objeto de maximizar la utilización de recursos. Como resultado de esa movilización los activos ilíquidos se transforman en títulos negociables en el mercado de valores, los cuales tienen como respaldo el activo o los flujos generados por el activo. Los títulos se emiten con cargo al patrimonio autónomo.⁴ La titularización se puede llevar a cabo a través

de contratos de fiducia mercantil irrevocables y de la constitución de fondos comunes.

Bajo esta figura, el patrimonio autónomo administrado por una sociedad fiduciaria es el emisor de los títulos. El plazo de los títulos está determinado por las características del activo. Sin embargo, la normatividad prevé que el plazo de redención final de los títulos

derivados de un proyecto titularizado no puede ser inferior a un año ni superar el plazo del contrato que dio origen a la conformación del patrimonio o del fondo de valores. Los títulos emitidos deben tener características similares a los de renta fija (de contenido crediticio), renta variable (de participación) o con características de estos dos tipos (denominados mixtos). Los procesos de titularización deben ser previamente autorizados por la Superintendencia Financiera.⁵

Como ya se mencionó, la legislación establece diferentes requisitos para las operaciones con distintos activos.

4 Superintendencia de Valores, *La titularización en Colombia: una ventana hacia la modernización financiera*, 1997.

5 La normatividad sobre titularización está consignada en la Resolución 400 de 1995, la Ley 964 de 2005 denominada Ley del Mercado de Valores y el Decreto 3139 de 2006 que modificó la Resolución 400 de 1995.

En el caso de la autorización de titularizar rentas y flujos de caja, que sería la figura que se podría utilizar para un proyecto cinematográfico, dichos flujos deben ser determinables con base en estadísticas de los últimos tres años o en proyecciones de por lo menos tres años continuos. Adicionalmente, para este tipo de proyectos la regulación establece que se deberán incorporar mecanismos de seguridad y coberturas, a través de los cuales se cubra el riesgo de certeza del flujo, matemática o estadísticamente determinable. Tal cubrimiento se efectuaría como mínimo sobre una vez y medio el índice de siniestralidad o desviación del flujo proyectado. No obstante, la legislación contempla la posibilidad de que el Ministerio de Hacienda estudie las particularidades de diferentes proyectos de titularización para cumplir con estos criterios.

Adicionalmente, los documentos emitidos en un proceso de titularización deben cumplir con los requisitos esenciales de los títulos valores, es decir, que deben mencionar el derecho que incorporan y la firma de quien los crea. Además los documentos deben: i) ser inscritos en el Registro Nacional de Valores y Emisores; ii) ser susceptibles de ser colocados mediante oferta pública; y iii) incorporar derechos de participación o de contenido crediticio, o ser de naturaleza mixta, como ya se mencionó.

La legislación también establece un conjunto de criterios para que se pueda realizar la oferta pública de los títulos: i) una descripción de la naturaleza del patrimonio a cuyo cargo se emitirán los nuevos valores, especificando las características de los activos que lo conforman, el valor de los mismos y el método o procedimiento seguido para su valuación; ii) los flujos de fondos proyectados por el agente de titularización en relación con el fondo o patrimonio que administra; iii) la mención de las garantías o seguridades que amparen los activos movilizados, cuando ellas existan; iv) la proporción o margen de reserva existente entre el valor de los activos objeto de movilización y el valor de los títulos emitidos, cuando sea del caso; y

v) la advertencia conforme a la cual el agente de manejo de la titularización adquiere obligaciones de medio y no de resultado.

Dadas las anteriores condiciones, no ha sido posible usar este mecanismo de la Ley como una manera de financiar la producción de películas en Colombia. Ante este escenario, una opción relativamente más flexible para estructurar proyectos de inversión en cine es la de los fondos comunes o carteras colectivas. Si bien la figura de los fondos comunes ha existido tradicionalmente en la normatividad financiera colombiana, en 2007 se hizo un ajuste a la reglamentación a través del Decreto 2175 de 2007, el cual reguló la administración y gestión de las carteras colectivas.

El decreto definió una cartera colectiva como el mecanismo o vehículo de captación o administración de sumas de dinero u otros activos, integrado con el aporte de un número plural de personas determinables una vez la cartera colectiva entre en operación, estos recursos son gestionados de manera colectiva para obtener resultados económicos también colectivos.

Las carteras colectivas pueden ser abiertas, cerradas o escalonadas; las abiertas se definen de esa manera porque la redención de las participaciones se puede realizar en cualquier momento. En contraste, en las carteras colectivas cerradas la redención de la totalidad de las participaciones sólo se puede realizar al final del plazo previsto para la duración de la cartera colectiva. Las escalonadas se caracterizan porque la redención de las participaciones sólo se puede realizar una vez transcurran los plazos que para el efecto se hayan determinado previamente en el reglamento.

Entre las carteras colectivas cerradas, la legislación contempla la figura de fondos de capital privado. Estos destinan al menos las dos terceras partes de los aportes de sus inversionistas a la adquisición de activos o derechos de contenido económico diferentes a valores inscritos en el Registro Nacional de Valores y Emisores. Los fondos

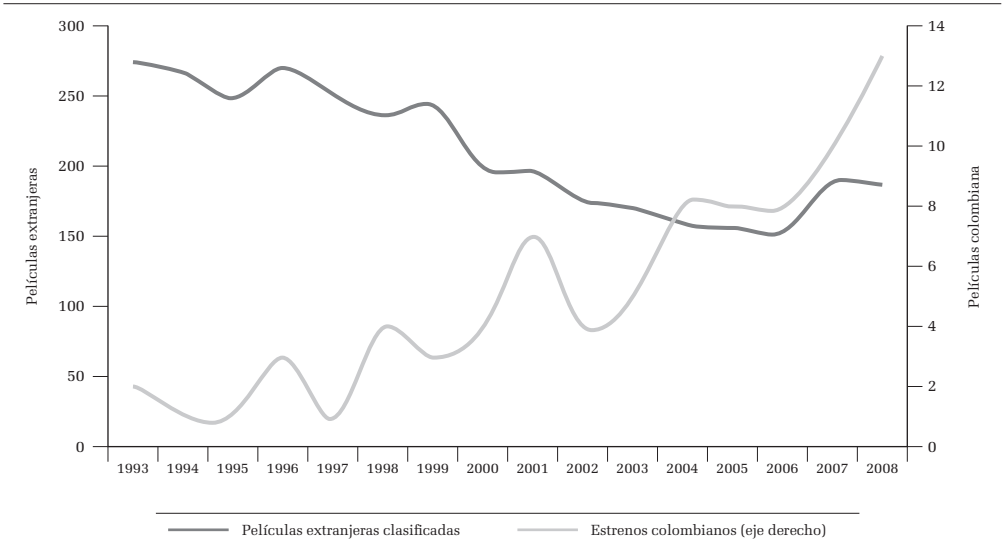
de capital privado sólo pueden ser administrados por sociedades comisionistas de bolsa de valores, sociedades fiduciarias y sociedades administradoras de inversión. Como se verá más adelante, en Colombia existe un fondo de capital para el sector cinematográfico.

Situación actual

Tras cinco años de operación de la Ley, existen elementos para evaluar sus efectos y resultados. Una revisión general de las cifras permite ver algunos de ellos. Por un lado, ha aumentado sustancialmente el número de estrenos colombianos en el país: mientras entre 2000 y 2003 hubo 22 estrenos colombianos, entre 2004 y 2008 se estrenaron 47 películas nacionales, de las cuales 16 fueron premiadas en las convocatorias del FDC (Gráfico 1).

El monto total de los estímulos entregados por el FDC entre 2004 y 2008 fue de \$31.889 millones en las distintas

Gráfico 1
Estrenos películas colombianas y extranjeras



Fuente: Dirección de Cinematografía, Ministerio de Cultura.

modalidades de estímulos a la producción y otros estímulos (Cuadro 1). Durante este período se premiaron 368

Cuadro 1

Asignaciones realizadas a través del FDC entre 2004 y 2008

	Nº de proyectos premiados	Monto
Estímulos a la producción (70%)	367	\$ 21.561.917.988,00
Escritura de guiones**	60	\$ 521.000.000,00
Desarrollo de largometrajes**	19	\$ 549.250.000,00
Participación de proyectos de largometrajes en encuentros*	46	\$ 126.714.611,00
Producción de largometrajes (rodaje y postproducción)**	34	\$ 11.139.362.500,00
Realización de cortometrajes**	52	\$ 1.764.000.000,00
Realización de documentales**	38	\$ 1.585.000.000,00
Postproducción de largometrajes***	19	\$ 2.160.000.000,00
Promoción de largometrajes***	40	\$ 3.452.066.495,00
Participación de proyectos en eventos y festivales internacionales**	50	\$ 250.162.763,00
Participación de largometrajes en mercados cinematográficos*	9	\$ 14.361.619,00
Otros (30%)	98	\$ 10.273.720.395,00
Distribución*	1	\$ 16.082.666,00
Participación en talleres internacionales de formación*	44	\$ 94.422.702,00
Formación de públicos**	53	\$ 1.113.360.846,00
Otros programas de formación		\$ 806.875.418,00
Fundación Patrimonio Fílmico		\$ 3.620.390.000,00
SIREC		\$ 520.322.290,00
Proyecto antipiratería		\$ 1.400.000.000,00
Promoción internacional Investigación del sector		\$ 149.618.468,00
Investigación del sector		\$ 9.860.649,00
Administración del FDC		\$ 2.542.787.356,00
Total	465	\$ 31.835.638.383,00

* Estímulos automáticos.

** Estímulos por concurso.

*** Promoción de largometrajes en las convocatorias 2004-2005 pertenecía a estímulos por concurso. Convocatorias 2006-2008 pertenecía a estímulos automáticos.

Fuente: Proimágenes en movimiento y Dirección de Cinematografía, Ministerio de Cultura.

proyectos por concepto de estímulos a la producción, para los cuales se otorgaron \$21.632 millones, y 97 proyectos en el ámbito de otros estímulos, a los cuales fueron asignados \$10.257 millones.

El aumento en el número de producciones colombianas estrenadas en el país ha ido de la mano de un incremento notable del respaldo del público. El número de espectadores de películas colombianas entre los años 2001 y 2004 fue 2.460.545, mientras que entre 2005 y 2008 el número de espectadores de películas nacionales fue 9.377.409 (Gráfico 2). Por su parte, la participación de los espectadores colombianos en el total de espectadores pasó de 0,47% en 2001 a 10,2% en 2008. Además, del total de películas estrenadas entre 2004 y 2008, cerca de 6,4% tuvo más de 500.000 espectadores, aproximadamente el 10,6% tuvo entre 400.000 y 500.000, otro 10,6% tuvo entre 300.000 y 400.000, cerca de 8,5% entre 200.000 y 300.000 y otro 8,5% entre 100.000 y 200.000, todas ellas cifras importantes para un mercado como el colombiano.

Por otra parte, el número de estrenos de películas colombianas como porcentaje del total de estrenos pasó de 2,9% en 2000 a 6,5% en 2008 (Gráfico 3). Esta cifra es significativa si se considera que las películas de origen europeo representaron el 27% del total de estrenos en Colombia, pero los espectadores de películas europeas sobre el total de espectadores representaron sólo un 8%. En Venezuela los espectadores de películas nacionales sobre el total de espectadores representan únicamente 3,8% y en México 4,7%.⁶

De otra parte, no sobra reiterar que el cine colombiano ha tenido una mayor exposición en los circuitos internacionales: de una muestra de 33 películas estrenadas en Colombia entre 2004 y 2008,⁷ seis participaron en festivales internacionales de primera categoría (A) y seis consiguieron hacer ventas internacionales.

6 Filme B, Database Mundo, 4.ª edición.

7 Esta es una muestra de 33 películas que han sido estrenadas después de la entrada en vigor de la Ley de Cine para las cuales la Dirección de Cinematografía tiene información sobre costos, esquema de financiación, esquema de recuperación, obtención de premios internacionales y participación en festivales.

Gráfico 2

Espectadores películas colombianas y extranjeras

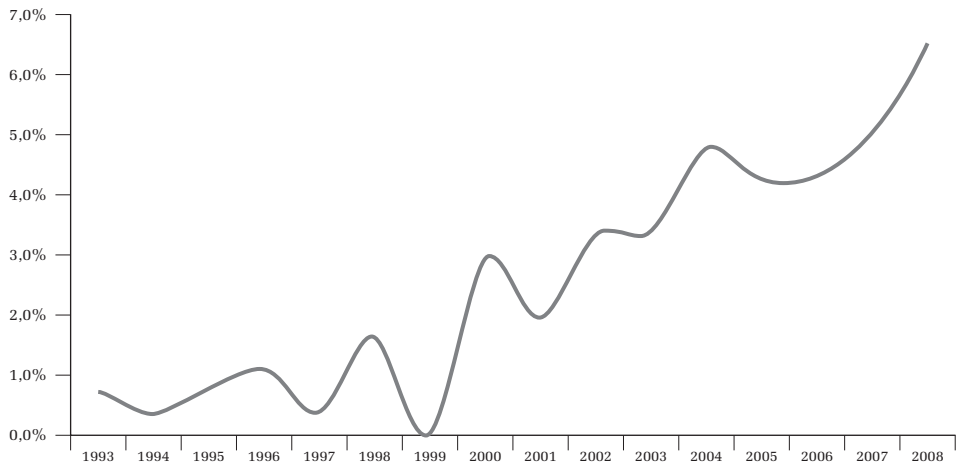


* Datos a diciembre 31 de 2008.

Fuente: Dirección de Cinematografía, Ministerio de Cultura.

Gráfico 3

Estrenos colombianos/Total estrenos



Fuente: Dirección de Cinematografía, Ministerio de Cultura.

Aunque estos hechos son muy significativos y dan cuenta de los logros de la Ley de Cine, existen algunos temas que merecen análisis y/o revisión. En primer lugar, es fundamental analizar la viabilidad financiera de las películas producidas. De acuerdo con los datos disponibles, se estima que de los 33 proyectos de la muestra tan sólo seis han recuperado la inversión, lo que implica que alrededor de 80% de las películas realizadas desde que está vigente la Ley no han recuperado el dinero que costó realizarlas. En segundo lugar, dado que una parte importante de la recuperación de los proyectos cinematográficos proviene de la taquilla, el tamaño del mercado colombiano se convierte en una preocupación. En tercer lugar, es posible que algunos requisitos específicos de la Ley o las convocatorias sean difíciles de aplicar o no aporten sustancialmente en la consecución de los objetivos de política.

Otro aspecto que amerita una revisión tiene que ver con que el sector cinematográfico ha tenido algunos cambios significativos desde que se promulgó la Ley hasta hoy. En efecto, han surgido tres nuevas tendencias en los últimos años: i) la entrada de grandes inversionistas, como los canales de televisión (19 películas, es decir, el 40% de los estrenos del período obtuvieron inversión por parte de canales privados de televisión, siete fueron estrenados y tres de ellos recuperaron su inversión); ii) la aparición de un número creciente de coproducciones internacionales, que elevan los presupuestos e imponen al productor nacional exigencias económicas significativas; y iii) la entrada al negocio de Fondos de Capital Privado.

Todos estos aspectos justifican la revisión de los mecanismos de financiación y recuperación que puede tener una película colombiana en el contexto de la Ley.

1. Mecanismos de financiación y recuperación.....

A continuación se analizan los principales mecanismos de financiación y recuperación con que puede contar un proyecto cinematográfico en Colombia. La financiación consiste en la consecución de recursos para la adquisición de los bienes y servicios necesarios para la producción de un proyecto cinematográfico. Estos recursos pueden ser de carácter reembolsable o de carácter no reembolsable (Cuadro 2). Entre los mecanismos de financiación reembolsables se encuentran los fondos internacionales (como Ibermedia), las coproducciones internacionales, los inversionistas, los créditos, preventas, el *product placement* y la titularización.

Mecanismos de financiación y recuperación de un proyecto cinematográfico

Financiación	Recuperación
Consecución de recursos para la adquisición de los bienes y servicios necesarios para la producción del proyecto cinematográfico.	Fuentes de ingresos y retornos del proyecto cinematográfico que permiten recuperar la inversión.
Recursos reembolsables	
1. Fondos internacionales-Ibermedia	1. Taquilla
2. Inversionistas	2. Ventas internacionales
3. Coproductores internacionales	3. <i>Product placement</i> *
4. <i>Product placement</i> *	4. Otras ventanas
5. Titularización	
6. Créditos	
7. Preventas*	
Recursos no reembolsables	
1. Convocatoria FDC	1. Convocatorias FDC
2. Premios nacionales e internacionales	2. Premios nacionales e internacionales
3. Donantes	3. Certificados/Beneficios
	(Inversionistas y donantes)

* Si bien estos productos no deben ser reembolsables en dinero, sí suponen una contrapartida en posicionamiento de producto o en cesión de derechos para la distribución.

Fuente: Ley de Cine para Inversionistas y Donantes.

Los mecanismos de recuperación son las fuentes de ingresos y retornos del proyecto cinematográfico que idealmente permiten cubrir la inversión y/o percibir retornos sobre ésta. Entre estos mecanismos se encuentran la taquilla, las ventas internacionales y otras ventanas. Adicionalmente, es importante aclarar que cuando los mecanismos de financiación no son reembolsables se convierten directamente en fuentes de recuperación. En ese caso, los recursos no reembolsables son los obtenidos a través de las convocatorias del FDC, premios nacionales e internacionales, las donaciones y el descuento tributario otorgado a los inversionistas y donantes (en la actualidad significa una recuperación del 41,1% de la inversión o donación).

Para llevar a cabo el análisis se utilizan los datos proporcionados por la Dirección de Cinematografía del Ministerio de Cultura e información de 12 películas que son representativas de distintas clases de proyectos producidos bajo la vigencia de la Ley y cuya información se encuentra disponible en la Dirección de Cinematografía (Cuadro 3). De igual modo se usaron los resultados de entrevistas realizadas a 10 productores que han sido responsables de varios de los proyectos cinematográficos más importantes desarrollados desde que está vigente la Ley, y las respuestas de estos mismos productores a un cuestionario tendiente a profundizar en su evaluación de la Ley de Cine.

Cuadro 3

Películas analizadas

Película	Productor
Rosario Tijeras	Matthias Ehrenberg/Gustavo Ángel
Mi abuelo, mi papá y yo	Dago García
El colombian dream	Felipe Aljure
Al final del espectro	Alejandro Arango
Yo soy otro	Alina Hleap
La historia del baúl rosado	Federico Durán
Satanás	Andrés Calderón
Soñar no cuesta nada	Clara María Ochoa
Bluff	Alessandro Angulo
Paraíso travel	Santiago Díaz
Perro come perro	Diego F. Ramírez
La pasión de Gabriel	Alberto Amaya

Los mecanismos que se estudiarán en detalle más adelante son aquellos que han sido, o pueden llegar a ser, más significativos para la financiación y recuperación de las películas, y los que podrían tener la mayor incidencia en

relación con los instrumentos de la Ley. Estos son, la taquilla, los certificados de inversión, las convocatorias, los fondos internacionales, las coproducciones internacionales, los fondos de capital privado, los canales de televisión, las ventas internacionales, el *product placement* y otras ventanas. Una vez analizados estos elementos se retomará la evaluación de los instrumentos de financiación y recuperación en el ejercicio de la viabilidad financiera de las películas bajo diferentes escenarios.

1.1. La taquilla en Colombia

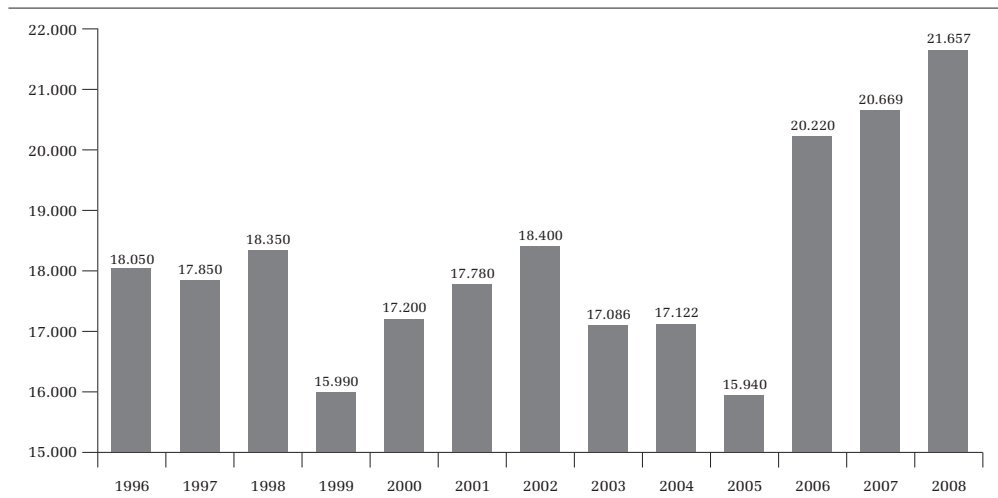
Comportamiento de la taquilla

La asistencia a cine en Colombia ha registrado un comportamiento positivo en la última década. En ese período el número total de espectadores en el país registró un incremento de 35%, al pasar de cerca de 16 millones de personas en 1999 a aproximadamente 22 millones de personas en 2008 (Gráfico 4). En este mismo período, el número de espectadores de películas colombianas pasó de 112.000 a 2.2 millones de personas (Gráfico 5), y la relación entre los espectadores de películas colombianas y el total de espectadores pasó de 0,7% en 1999 a 10,2% en 2008 (Gráfico 6).

Es importante mencionar que, si bien el número de espectadores de películas colombianas es alto en términos históricos, las cifras recientes de taquilla son relativamente inferiores a las de 2006 y 2007, años en los cuales se dio el mayor número de espectadores de películas colombianas (2,8 millones). En la medida en que es una reducción para dos años, aún no es posible discernir si se trata de un cambio de tendencia o sólo de una oscilación coyuntural. Entre tanto, en el caso del número total de espectadores, las cifras de taquilla han venido aumentando de manera continua desde 2006 al pasar de 20,3 millones de espectadores a 21,6 millones.

Gráfico 4

Evolución del número total de espectadores en Colombia

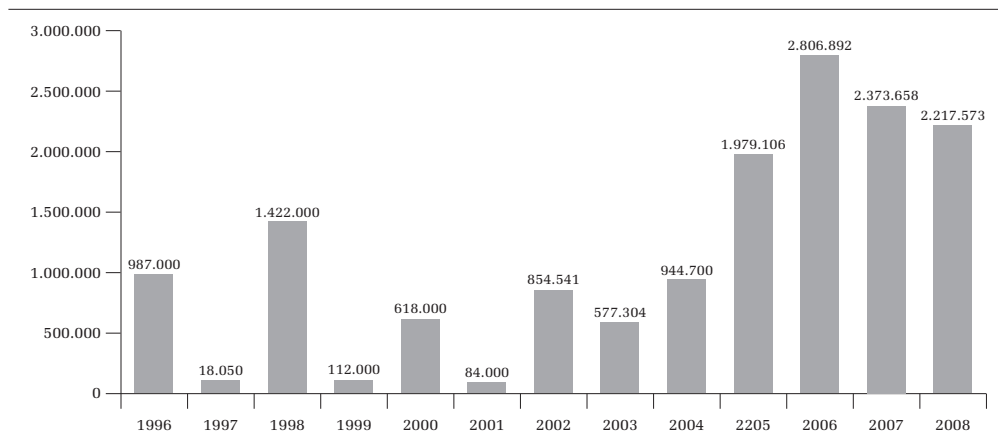


* Datos a diciembre 31 de 2008.

Fuente: estimativos de la Dirección de Cinematografía con base en datos SIREC, salvo 2007 información de Cine Colombia.

Gráfico 5

Evolución del número de espectadores de películas colombiana

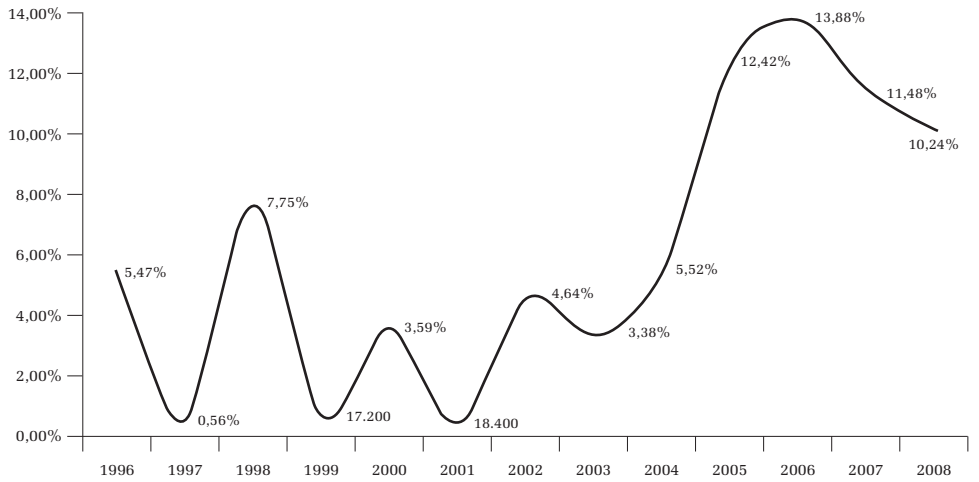


* Datos a diciembre 31 de 2008.

Fuente: estimativos de la Dirección de Cinematografía con base en datos SIREC, salvo 2007 información de Cine Colombia.

Debido al incremento reciente en el número de estrenos de películas colombianas cada año (en 2002 se estrenaron seis películas mientras que en 2008 se estrenaron trece), el

Espectadores películas colombianas/Total espectadores



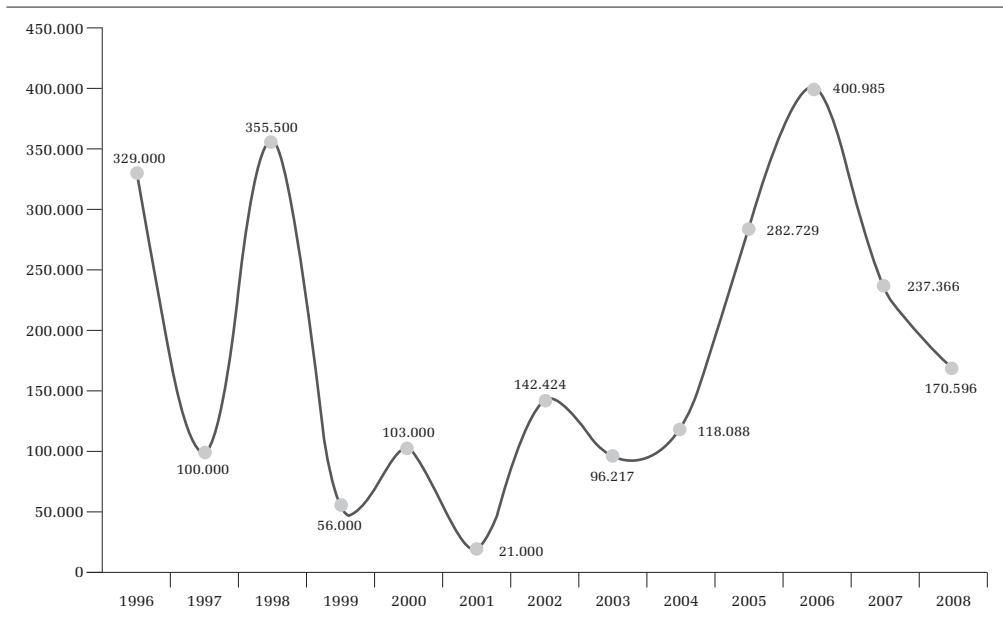
Fuente: Dirección Cinematografía, Ministerio de Cultura.

número de espectadores por estreno colombiano ha venido disminuyendo. Mientras en 2006 asistieron en promedio 401.000 espectadores a un estreno, en 2008 asistieron, en promedio, únicamente 170.500 (Gráfico 7).

Las anteriores cifras indican que, mientras el número total de espectadores ha venido en aumento, el número de espectadores de películas colombianas ha registrado ligeros descensos recientemente. Si bien este último indicador sigue siendo alto respecto al promedio de la última década, alcanzó un nivel máximo en años pasados. Aunque no hay suficiente información para determinar si ese descenso reciente constituye un cambio de tendencia o una oscilación circunstancial, sí se puede pensar que las posibilidades de expansión de la taquilla de películas colombianas son limitadas en las actuales circunstancias de desaceleración económica nacional e internacional. Dado el entorno económico actual, no es razonable pensar que en el corto plazo esta cifra se supere o se vuelva a repetir durante algunos años. A ello se suma el hecho de que cada vez avanzan más las ventanas de exhibición distintas a las

Gráfico 7

Número de espectadores por estreno



Fuente: Dirección Cinematografía, Ministerio de Cultura.

salas de cine (por ejemplo, los sistemas de video para el hogar o la televisión por suscripción), lo que poco a poco se va convirtiendo en una restricción estructural para las posibilidades de expansión de la taquilla. Todo esto sugiere que la probabilidad de un incremento de la taquilla en Colombia como fuente de recuperación para el cine nacional son limitadas, situación que se ve agravada en la medida en que sigan aumentando el número de estrenos nacionales cada año.

Esta saturación aparente del mercado nacional tiene serias implicaciones para las perspectivas de recuperación de las películas colombianas hacia el futuro. Tomando en cuenta la manera como se suele distribuir el valor de la boleta entre exhibidor, distribuidor y productor (quien les responde a los inversionistas), se estima que en la actualidad un inversionista recibe alrededor de \$ 2.000 por cada espectador que ve su película. Si además se tiene en cuenta que el número promedio de espectadores por cada

película colombiana estrenada ha disminuido, la recuperación potencial promedio de cada proyecto colombiano por concepto de taquilla en el país pasó de aproximadamente \$800 millones en 2006 (correspondientes a 401.000 espectadores por estreno) a \$341 millones en 2008 (correspondientes a 170.500 espectadores por estreno).

La percepción de los productores entrevistados parece corroborar las hipótesis planteadas. En general, los productores coinciden en afirmar que este es un mercado en declive no sólo para el cine colombiano sino para las películas en general. Perciben que la taquilla en Colombia se ha estabilizado y el cine nacional se reparte los espectadores existentes pues la novedad de “cine colombiano” ya no vende. Proponen la necesidad de encontrar mecanismos para la formación de públicos y el incremento de taquilla, pues están conscientes de que hoy en día el cine compete con otro tipo de entretenimiento como la televisión por cable, los DVD o el Internet. Finalmente, algunos consideran que el incremento reciente en el costo de las boletas lesionó seriamente el mercado, dado que la demanda por cine es elástica con respecto al precio.

De cualquier manera, está claro que la taquilla en Colombia como fuente de recuperación para las películas nacionales no presenta un potencial significativo de expansión, por el aparente estancamiento del mercado y porque cada vez más estrenos nacionales se pelean una tajada que ya parece haber llegado a su tope. Como se verá más adelante, la recuperación por concepto de taquilla registrada por un estreno colombiano, calculada sobre el

número promedio de espectadores de las cintas colombianas entre 2004 y 2008, resulta claramente insuficiente para películas de tamaño medio o grande.¹ Por supuesto que el cine no es un negocio de promedios, sino de éxitos y fracasos; en ese sentido conviene analizar los factores que pueden incidir en

1 En un marco en que ha aumentado el número de estrenos anuales de películas colombianas, varias de ellas han tenido taquillas muy reducidas. Por eso, para calcular el promedio, se han excluido el 30% de las películas menos taquilleras de cada año. Este cálculo arroja una taquilla promedio de \$600 millones correspondiente a 300.000 espectadores.

que una película pueda alcanzar a superar los promedios mencionados.

Características de las películas con mayor número de espectadores

El análisis de las cifras de taquilla e información relevante recopilada por la Dirección de Cinematografía del Ministerio de Cultura permite delinear algunos patrones que hacen que una película tenga un mayor número de espectadores que otras. Sin embargo, no hay una receta que garantice el éxito, ni en el ámbito doméstico ni en el internacional.

La evaluación de las cifras y los datos recogidos en las entrevistas a los productores indican que las películas con mayor potencial de éxito en Colombia suelen tener las siguientes condiciones: que tengan un elenco reconocido, internacional y popular, que estén basadas en obras de autores colombianos con reconocimiento, que aborden historias universales y que salgan a las salas con un número significativo de copias (Cuadro 4). Sin embargo, hay que destacar que ha habido cintas nacionales que han tenido un éxito importante de acuerdo con el tamaño de su inversión, que no cumplen con alguna de estas condiciones. En ese mismo sentido, existen otras características de las películas que no son concluyentes a la hora de asegurar el éxito de taquilla, como el hecho de que sean más costosas o que se estrenen en un año en que no tengan mucha competencia nacional.

Los productores concuerdan en afirmar que no hay una fórmula infalible para garantizar una taquilla alta para una película, pero identifican algunas características que parecen haber funcionado en algunos casos. Entre ellas se destacan el que aborde una historia universal y reconocida, que el *casting* sea bueno, que la película tenga consideraciones estéticas y que tenga publicidad de canales de televisión (Cuadro 5).

Características de películas de mayor taquilla

Ran-king	Película	Año	Taquilla	Género	Autoría escritor colombiano	Costo	Nacionalidad talento	Reconocimiento elenco	N.º de copias	N.º de estrenos colombianos
1	Soñar no cuesta nada	2006	1.198.172	Comedia	-	Bajo	Local	Juan Sebastián Aragón/Verónica Orozco	70	8
2	Rosario Tijeras	2005	1.053.030	Thriller	Jorge Franco	Alto	Ext. (Unax Ugalde)	Flora Martínez/Manolo Cardona	80	8
3	Paraíso travel	2008	931.245	Drama	Jorge Franco	Alto	Ext. (John Leguizamo)	Margarita Rosa de Francisco	80	13
4	Te busco	2002	850.583	Drama/Comedia	-	ND	Local	Diego Cadavid/Robinson Díaz	ND	4
5	Golpe de estadio	1998	700.000	Comedia	-	ND	Local	César Mora/Humberto Dorado/Nicolás Montero/Juana Acosta		4
6	Muertos del susto	2007	657.769	Comedia	-	ND	Local	"Alerta"/"Don Jediondo"	70	10
7	La vendedora de rosas	1998	630.000	Drama	-	ND	Local		ND	4
8	Ilona llega con la lluvia	1996	517.000	Drama	Álvaro Mutis		Ext. (Imanol Arias/Pastora Vega)	Margarita Rosa de Francisco/Humberto Dorado	ND	3
9	La pena máxima	2002	500.000	Drama	-	ND	Local	Gustavo Angarita/Robinson Díaz	ND	4
10	Bluff	2007	492.606	Thriller/Comedia	-	Bajo	Local	Víctor Mallarino/Catalina Aristizábal	20	10
11	Satanás	2007	464.076	Drama	Mario Mendoza	Alto	Ext. (Damián Alcázar)	Martina García	60	10
12	Mi abuelo, mi papá y yo	2005	457.196	Comedia romántica	-	Bajo	Local	Miguel Varoni/Patricia Hercole	50	8
13	El carro	2003	430.817	Drama/Comedia	-	ND	Local	Lulli Bossa/Diego Cadavid/Elkin Díaz	ND	5
14	Esto huele mal	2007	422.804	Drama/Comedia	Fernando Quiroz	ND	Ext. (Diego Bertie)	Cristina Campuzano/María Eugenia Dávila	ND	10
15	Karmma: el peso de tus actos	2006	412.884	Drama	-	ND	Local	Edgardo Román/Sebastián Mogollón/Lincon Palomeque	ND	8

Ran-king	Película	Año	Taquilla	Género	Autoría escritor colombiano	Costo	Nacionalidad talento	Reconocimiento elenco	N.º de copias	N.º de estrenos colombianos
18	El colombiano dream	2006	337.692	Comedia	-	Alto	Local	Ana María Orozco	60	8
22	Al final del espectro	2006	158.814	Terror	-	Medio	Local	Noelle Shonwald/Kepa Amuchastegui	80	8
23	Perro come perro	2008	195.681	Thriller	-	Medio	Local	Marlon Moreno	85	13

Fuente: Fedesarrollo y análisis de datos de la Dirección de Cinematografía, Ministerio de Cultura.

Cuadro 5

Resumen de características de una película que atrae una taquilla alta según los productores

Característica	Número de respuestas
* Historia	
Historia familiar que abarca todos los públicos	1
Historia de amor	1
Tema semiurbano o drama	1
Historia universal, reconocida	3
* Casting	
Buen casting	2
* Guión	
Aprovechar <i>boom</i> de novelistas colombianos para tener buenos guiones	1
Escritor con reconocimiento en Iberoamérica	1
* Elementos claves	
Películas medianas rentables	1
Consideraciones estéticas	1
Cinematografía interesante	1
Competitiva	1
Efectos	1
Calidad técnica	3
Localidad	1
* Canales de televisión	
Publicidad en canales es clave	5

Fuente: entrevistas a los productores.

De cualquier manera, hay que recordar que un volumen de taquilla que puede ser satisfactorio para una película, puede ser insuficiente para otra, dependiendo del tamaño de la inversión y de las demás fuentes de recuperación. En ese sentido, como se verá con detalle más adelante, si tomamos en cuenta las conclusiones de la sección anterior sobre las limitaciones de expansión de la taquilla nacional, es evidente que proyectos de costo medio o alto (que superen los \$1.900 millones de presupuesto) deben contar con ventas internacionales o con recursos de coproducción, y para ello puede convenir que cuente con un elenco que tenga reconocimiento internacional y con historias de alcance universal.

En ese sentido, conviene señalar que en el ámbito internacional tampoco hay una fórmula para lograr el éxito taquillero. Sin embargo, según un análisis sobre el mer-

cadeo de películas de cine publicado por la revista *The New Yorker*² existen algunos elementos de las películas que atraen cierto público particular por gé-

2 The New Yorker, *The Cobra: inside a movie marketer's playbook*, enero de 2009.

nero y edad. Esta información puede ser de utilidad a la hora de pensar en coproducciones internacionales y en ventas externas, además para profundizar en los estudios del mercado nacional.

De acuerdo con este análisis, los hombres jóvenes prefieren las películas de acción y terror, y aquellas en las cuales haya sexo sin romance (Cuadro 6). Las mujeres jóvenes prefieren las que incluyen romance sin sexo, hombres sensibles y moda, mientras que las mujeres maduras prefieren los triunfos del género humano y los amores condenados. Por su parte, los hombres maduros escogen las películas de géneros clásicos como el medio oeste o la guerra, y las historias de hombres mayores que defienden sus hogares.

Características preferidas por tipo de espectador en Estados Unidos

Característica	Preferencia
Hombre joven	Acción: Explosiones/sangre/carros volando Sexo (sin romance) Terror
Mujer joven	Amistad, Música Pop, Moda, Hombres sensibles, Romance (sin sexo)
Hombre maduro	Géneros clásico: películas del oeste y sobre guerras, Hombres que protegen sus hogares, Hombres que se comportan como idiotas
Mujer madura	Amor condenado, Triunfo de espíritu humano, Mujeres maduras que seleccionan los hombres

Fuente: The New Yorker, *The Cobra: inside a movie marketer's playbook*, enero de 2009.

1.2. Certificados de inversión

Como ya se mencionó, los certificados de inversión o donación son los documentos que sustentan la deducción tributaria de la que se hacen beneficiarios los inversionistas y donantes que aportan recursos al cine colombiano. Los estímulos tributarios para inversiones y donaciones a proyectos cinematográficos buscan fomentar la inversión y la donación en cine de personas y empresas privadas. El beneficio consiste en una disminución en el impuesto de renta para inversionistas o donantes del 125% del valor invertido o donado.

En el caso de una sociedad, dada la actual tasa impositiva en Colombia de 33%, el ahorro efectivo para un inversionista al asignar recursos de inversión a un proyecto cinematográfico colombiano es:

$$33\% * 125\% \text{ de la inversión o donación} = 41,1\% \text{ de la inversión o donación}$$

En el caso de una persona natural la tasa impositiva varía dependiendo de su ingreso anual, lo que hace que el ahorro en el impuesto de renta como porcentaje de la inversión o donación varíe desde 0% a 41,25%. En el Cuadro 7 se presenta el cálculo del ahorro en el impuesto de

Cálculo del ahorro en el impuesto de renta para personas naturales

Ingreso anual de la persona natural		Tarifa impuesto de renta aplicable	Ahorro en el impuesto de renta como porcentaje de la inversión o donación por donar o invertir en proyectos cinematográficos
Rangos en UVT ⁽¹⁾	Hasta		
> 0	1.090	0%	0%
> 1.090	1.700	19%	23,75%
> 1.700	4.100	28%	35,00%
> 4.100	En adelante	33%	41,25%

⁽¹⁾ La unidad de Valor Tributario, UVT, fue de \$20.000 en 2006 y de \$20.974 en 2007.

renta para las personas naturales dependiendo del nivel de ingreso anual.

Estos certificados son obtenidos una vez se han utilizado los recursos del encargo fiduciario o patrimonio autónomo constituido para tal fin, previa certificación de la fiduciaria y la solicitud formal por parte del productor de dicho certificado a la Dirección de Cinematografía. Los certificados expedidos son títulos a la orden negociables en el mercado. Para que el inversionista pueda acceder al beneficio tributario es indispensable que no haya participado como productor o coproductor de la película en cuestión.

Desde 2003 hasta el 31 de diciembre de 2008, se han emitido 318 certificados de inversiones hechas en este período por un monto total de \$37.742 millones de pesos para 53 proyectos. Estos certificados son emitidos por el valor de la inversión. Aunque los montos por proyecto han variado sustancialmente a lo largo del tiempo, a modo de referencia conviene señalar que en promedio se han otorgado certificados por \$712 millones de pesos por película (Cuadro 8).

Desde 2004 el monto promedio por proyecto ha tenido una tendencia generalmente ascendente, lo que refleja, por una parte, que ha habido un aprendizaje paulatino de productores e inversionistas acerca del significado de los certificados y su uso, y por otra parte, que las películas son cada vez más dependientes de los recursos de los inversio-

Cuadro 8

Certificados de inversión otorgados

Año	Monto (Pesos)	Número de proyectos beneficiados	Monto proyecto por promedio
2004	\$ 505.000.000	2	\$ 252.500.000
2005	\$ 1.955.989.520	12	\$ 162.999.127
2006	\$ 8.609.542.124	15	\$ 573.969.475
2007	\$ 6.466.032.979	22	\$ 293.910.590
2008	\$ 20.205.812.750	20	\$ 1.010.290.637
Totales	\$ 37.742.377.373	53**	\$ 712.120.328

*Datos a 31 de diciembre de 2008.

El dato corresponde a inversiones realizadas hasta diciembre de 2008, sin embargo, normalmente el Ministerio continúa emitiendo certificados de 2008 hasta 2009.

** Número de proyectos beneficiados teniendo en cuenta que algunos de ellos han obtenido certificados en años diferentes.

nistas como un mecanismo de financiación. Lo anterior, como se podrá ver en el ejercicio de viabilidad financiera de las películas, es significativo a la hora de analizar las probabilidades de recuperación.

Desde la entrada en vigencia de la Ley hasta el 31 de diciembre de 2008, los 53 proyectos de largometraje y cortometraje producidos han recibido financiación por parte de 136 inversionistas que han participado en uno o más proyectos. La inversión promedio por inversionista alcanza \$277 millones. El inversionista que más proyectos ha financiado ha participado en 10 películas por un monto total de \$12.650 millones de pesos, es decir, en promedio \$1.265 millones por proyecto. Películas de presupuesto alto como *Satanás* o *Paraíso travel* tuvieron 23 y 7 inversionistas respectivamente y películas de presupuesto medio como *Perro come perro* o *Al final del espectro* contaron con la participación de 18 inversionistas (Cuadro 9).

Es importante señalar que las películas más taquilleras estrenadas en el período de análisis recibieron certificados. Por ejemplo, *Soñar no cuesta nada* recibió seis certificados por \$610 millones, *Paraíso travel* recibió siete certificados por \$1.770 millones y *Bluff* recibió cinco certificados por \$550 millones (Cuadro 9). Los proyectos que recuperaron

Inversión y certificados de inversión y donación otorgados por proyecto

Título del proyecto	N.º de inversionistas	N.º de certificados	Monto
Del amor y otros demonios	1	1	\$ 2.700.000.000
Perro come perro	18	19	\$ 2.678.837.367
El Man, el súper héroe nacional	1	1	\$ 2.400.000.000
Satanás	23	24	\$ 2.338.668.447
Paraíso travel	7	7	\$ 1.770.822.300
Nochebuena	2	18	\$ 1.769.311.528
La milagrosa	2	4	\$ 1.685.806.788
El arriero	1	1	\$ 1.600.000.000
La hija de Rubén	2	2	\$ 1.375.000.000
En coma	1	1	\$ 1.350.000.000
Al final del espectro	18	23	\$ 1.243.403.748
Rabia	1	12	\$ 1.174.058.476
Yo soy otro	13	81	\$ 1.116.638.359
Los actores del conflicto	2	2	\$ 1.100.000.000
Los viajes del viento	4	4	\$ 1.000.000.000
Sin tetas no hay paraíso	1	1	\$ 1.000.000.000
La sangre y la lluvia	1	1	\$ 900.000.000
El colombiano dream	5	18	\$ 873.060.000
Soñar no cuesta nada	6	6	\$ 610.000.000
Bluff	5	5	\$ 550.000.000
Rosario tijeras	3	7	\$ 530.000.000
La captura	2	2	\$ 529.740.718
Retratos en un mar de mentiras	1	2	\$ 518.700.783
Esto huele mal	7	7	\$ 517.343.656
Las cartas del gordo	1	2	\$ 510.474.868
Riverside	1	1	\$ 480.000.000
La vida era en serio	4	7	\$ 462.584.810
Contracorriente	1	5	\$ 461.842.210
El ángel del acordeón	2	2	\$ 450.000.000
Saluda al diablo de mi parte	8	8	\$ 391.290.000

Título del proyecto	N.º de inversionistas	N.º de certificados	Monto
Buscando a Miguel	1	2	\$ 361.642.742
La pasión de Gabriel	6	6	\$ 328.500.000
Mi abuelo, mi papá y yo	1	1	\$ 280.000.000
La voz de las alas	1	1	\$ 267.000.000
El sueño del paraíso	2	2	\$ 218.500.000
Adiós Ana Elisa	2	2	\$ 200.000.000
Los últimos malos días de Guillermino	1	1	\$ 150.000.000
Chance	1	1	\$ 149.250.000
El proyecto Gauquín	1	2	\$ 100.000.000
La ministra inmoral	1	1	\$ 100.000.000
Narcopótamós, una historia de hipo-cresía	1	1	\$ 100.000.000
El trato	1	1	\$ 50.000.000
Martinis al atardecer	4	5	\$ 50.000.000
La historia del baúl rosado	1	1	\$ 16.989.520
Designios	1	1	\$ 8.000.000
Total	171	304	\$ 37.267.466.320
		Películas de presupuesto alto	
		Películas de presupuesto intermedio	
		Películas de presupuesto bajo	

Fuente: Dirección de Cinematografía, Ministerio de Cultura. Nota 1: un mismo inversionista puede invertir en más de un proyecto y puede pedir varios certificados y estos son emitidos por montos diferentes de acuerdo con la solicitud del inversionista. Nota 2: el monto total difiere del Cuadro 8, ya que en este caso se excluyen los cortometrajes.

su inversión también recibieron certificados; este es el caso de *Bluff*, *Mi abuelo mi papá y yo* (\$280 millones), *Soñar no cuesta nada* (\$610 millones), *Al final del espectro* (\$1.243 millones), *Las cartas del gordo* (\$510 millones) y *Muertos de susto* (\$800 millones).

Las cifras muestran que los certificados de inversión y donación, y los incentivos tributarios que conllevan, están jugando un papel cada vez más importante en los esquemas de recuperación de las películas colombianas. Sin embargo, los productores consideran que existen ciertos problemas. Por ejemplo, consideran que es inconveniente

que el productor no pueda ser inversionista y que el plazo de validez del certificado sea sólo de un año. Esto lleva a que en algunos casos los certificados pierdan vigencia fiscal, en especial si se considera la complejidad de los trámites exigidos.

Adicionalmente, los productores están en desacuerdo con el concepto de la DIAN³ que afirma que el titular del beneficio tributario es el tenedor del certificado de inversión cinematográfico el último día del período gravable en que se realizó la inversión inicial. Bajo este concepto, dado que el impuesto sobre la renta es un gravamen periódico y que el período gravable en renta se consolida a

31 de diciembre del respectivo año, si el inversionista inicial (titular primigenio del beneficio tributario) enajena el certificado de inversión cinematográfica en el mismo año en que realizó la

inversión, transfiere con esta operación no solamente la titularidad del certificado sino el derecho a gozar del beneficio. La razón que argumenta la DIAN es que “un mismo hecho económico no puede otorgar más de un beneficio tributario⁴ de tal forma que, si se trata de una sola inversión soportada en un certificado que se transfiere por endoso, esta no puede generar tantas deducciones como titulares se constituyan sobre la misma, pues ello implicaría una multiplicación de los beneficios”.

Finalmente, algunos productores sugieren que para que el uso de estos certificados sea más eficiente y atractivo, es necesario registrar los títulos en la Superfinanciera para que sean regulados como los demás títulos en el mercado y su contabilización se reglamente de una manera sistemática y clara que no se preste para diferentes interpretaciones. Por otra parte, sugieren desmaterializarlos con el fin de que se puedan transar electrónicamente (esto permitiría, por ejemplo, que se transen en bolsa como los CERTS).

3 Concepto de la DIAN n.º 035439 de mayo de 2006.

4 Artículo 23 de la Ley 383 de 1997.

1.3. Convocatorias del Fondo para el Desarrollo Cinematográfico

Las convocatorias del FDC hacen parte de los mecanismos de la Ley de Cine para fomentar la actividad cinematográfica en Colombia. Por medio de éstas se otorgan estímulos a diferentes etapas del desarrollo de los proyectos cinematográficos, que van desde la escritura del guión para largometraje de ficción, la investigación para largometraje documental y la producción y desarrollo de largometrajes, hasta la postproducción de largometrajes, realización de documentales y realización de cortometrajes. En el Cuadro 10 se presentan los montos tope para cada una de las etapas de la convocatoria (escritura de guión, producción, postproducción, y promoción) para 2009. Si un proyecto recibe el premio a la escritura de guión gana un máximo de \$17 millones; con el estímulo a la producción podría ganar un máximo de \$280 millones,⁵ el estímulo a la postproducción otorga máximo \$120 millones,⁶ y el de promoción un máximo de \$100 millones. El monto máximo que podría ganar un proyecto si obtuviera todos los estímulos en 2009 sería \$517 millones. En promedio, entre 2004 y 2008, el monto otorgado por película fue de \$440 millones.

El FDC también otorga estímulos automáticos para promoción de lar-

5 En caso de que un proyecto gane los \$280 millones de producción, se le asigna automáticamente el estímulo a postproducción, en cuyo caso obtiene \$400 millones, pero no puede participar en la convocatoria para los \$120 millones de postproducción.

6 Sólo si el proyecto *no* ha recibido el total del estímulo a la producción puede recibir el estímulo a la postproducción.

Cuadro 10

Convocatorias: montos topes por proyecto

Modalidad	Monto por proyecto (2009, millones de pesos)
Escritura de guión	17
Producción	280
Postproducción	120
Promoción	100
Total	517

Fuente: Dirección de Cinematografía, Ministerio de Cultura.

gometrajes colombianos, para su estreno en el territorio nacional, y para participación internacional en festivales, premios, talleres de formación, etc. Finalmente, se dan otros estímulos orientados a promover el cine como industria, tales como formación de públicos, talleres de formación, el sistema de información sobre el sector (SIREC), etc.

Hasta diciembre de 2008 se habían premiado 465 proyectos por un monto total de \$31.900 millones, divididos de la siguiente manera: a 367 proyectos se les otorgaron estímulos a la producción (\$21.615 millones) y a 98 otros estímulos (\$10.273 millones).

El análisis de las cifras por proyecto debe tener en cuenta que, por lo general, una vez que una película recibe estímulos a la producción o postproducción, ésta se estrena en un período que abarca de dos a tres años después de recibido el estímulo. En este caso sobresale el hecho de que, si bien la mayoría de las películas son estrenadas posteriormente, en algunos casos los estímulos no necesariamente se adjudican a películas que salen al público. De las 16 películas que recibieron estímulos en 2004 para postproducción, siete han sido estrenadas (43%). De los 18 largometrajes que obtuvieron estímulos por concurso para producción, desarrollo y postproducción en 2005 han sido estrenados nueve (50%). De los 11 proyectos que recibieron estímulos para producción y postproducción de largometrajes en 2006 se han estrenado siete (63%). Dado el espacio de tiempo que existe entre el otorgamiento de los estímulos y los estrenos, todavía es muy pronto para hacer el análisis de aquellas películas premiadas en 2007 y 2008.

En el caso de los guiones existen ciertas especificidades. En la medida en que esta es una labor que tiene serias deficiencias en Colombia, las convocatorias están orientadas a promover el mejoramiento de la actividad al margen que los guiones premiados lleguen a las pantallas. En este caso hasta el momento sólo se ha estrenado una película que obtuvo estímulos por este concepto en 2005 (*Los viajes del viento*).

Cuadro 11

Estímulos otorgados por proyecto

CONVOCATORIA 2004	
Proyecto	Monto
ESTÍMULOS POR CONCURSO	
Desarrollo de largometrajes	\$ 225.000.000
La hora de los leones	\$ 25.000.000
2600 metros	\$ 25.000.000
Historias de algunos días	\$ 25.000.000
Perro que ladra no muerde	\$ 25.000.000
El undécimo mandamiento	\$ 25.000.000
Yos soy otro	\$ 25.000.000
La sangre y la lluvia	\$ 25.000.000
Perro come perro	\$ 25.000.000
Una tierra sin deseos	\$ 25.000.000
Terminación de largometrajes	\$ 720.000.000
Sumas y restas	\$ 120.000.000
Amor atado	\$ 100.000.000
La historia del baúl rosado	\$ 100.000.000
Violeta no está muerta	\$ 100.000.000
Juana tenía el pelo de oro	\$ 100.000.000
Perder es cuestión de método	\$ 100.000.000
El colombian dream	\$ 100.000.000
Formación de públicos	\$ 312.500.000
Cine en cámara: análisis del cine contemporáneo	\$ 10.000.000
Cinestudio-Incubadora para la formación de públicos	\$ 7.000.000
Formación de públicos de cine en el departamento del Cauca	\$ 30.000.000
Territorio compartido local	\$ 20.000.000
Departamento de cine Museo de Arte Moderno de Bogotá	\$ 22.500.000
Fortalecer en Mompos y municipios de la depresión momposina bolivarenses	\$ 15.000.000
VIII salón internacional del autor audiovisual creando cine en la era digital	\$ 30.000.000
Cine Club al aire libre estación San Antonio	\$ 30.000.000
Movimientos de Renovación en el Cine	\$ 30.000.000
Proyecto de exhibición audiovisual alternativa en Medellín	\$ 30.000.000
El MAMM un material educativo y cultural - Área audiovisual: cine y video	\$ 30.000.000
Los anormales	\$ 30.000.000

Espacio para encontrarte	\$ 10.000.000
Cine al patio	\$ 18.000.000

CONVOCATORIA 2005

Proyecto	Monto
ESTÍMULOS POR CONCURSO	
Escritura de guiones	\$ 130.000.000
Puerto Colombia	\$ 10.000.000
Matías el titiritero	\$ 10.000.000
La última pieza	\$ 10.000.000
Don nadie	\$ 10.000.000
El naufragio de América	\$ 10.000.000
El caballero del trópico	\$ 10.000.000
La playa	\$ 10.000.000
El último fusilado	\$ 10.000.000
Los viajes del viento	\$ 10.000.000
El sueño de Ana	\$ 10.000.000
A la vuelta de la esquina	\$ 10.000.000
La estrellita de Oriente	\$ 10.000.000
La línea final	\$ 10.000.000
Desarrollo de largometrajes	\$ 294.250.000
Amar para vivir, amar para morir	\$ 40.000.000
Paraje de maderas preciosas	\$ 40.000.000
El padre Manuel- La pasión de Gabriel	\$ 34.250.000
Sargento Matacho	\$ 40.000.000
El diario de Ana	\$ 40.000.000
Nochebuena	\$ 40.000.000
Melodrama	\$ 20.000.000
Del amor y otros demonios	\$ 40.000.000
Producción de largometrajes	\$ 2.447.362.500
Al final del espectro	\$ 370.000.000
Adiós Ana Elisa	\$ 370.000.000
Satanás	\$ 370.000.000
Bluff	\$ 370.000.000
Al ángel del acordeón	\$ 370.000.000
Soñar no cuesta nada	\$ 370.000.000

Nacidos bajo fuego	\$ 227.362.500
Postproducción de largometrajes	\$ 360.000.000
Helena	\$ 120.000.000
Los actores del conflicto	\$ 120.000.000
El cielo	\$ 120.000.000
Formación de públicos	\$ 264.422.641
20 años formando públicos para el cine	\$ 40.000.000
Cine bajo las estrellas en Barranquilla, Atlántico y el Caribe colombiano	\$ 40.000.000
Cine en la escuela	\$ 30.000.000
Encuentro y construcción de identidades en las miradas del cine	\$ 17.108.000
Formación de públicos en Moravia	\$ 27.973.641
El cine vs. las películas	\$ 40.000.000
El cine como recurso formativo en la escuela	\$ 24.492.000
Contingentes	\$ 18.900.000
Cine escuela	\$ 25.949.000

CONVOCATORIA 2006

Proyecto	Monto
ESTÍMULOS POR CONCURSO	
Escritura de guiones	\$ 75.000.000
Un negocio redondo	\$ 5.000.000
Lotería de Medellín	\$ 5.000.000
Un asunto equis	\$ 5.000.000
U 119	\$ 5.000.000
Muerte suspendida	\$ 5.000.000
Mamá tómate la sopa	\$ 5.000.000
La sociedad del semáforo	\$ 5.000.000
Karen llora en un bus	\$ 5.000.000
Esperanza rural	\$ 5.000.000
El rojo va con todo	\$ 5.000.000
El patrón	\$ 5.000.000
El nombre de Dios	\$ 5.000.000
El desesperado	\$ 5.000.000
Edificio Royal	\$ 5.000.000
Bailando sobre la tierra	\$ 5.000.000
Producción de largometrajes	\$ 2.590.000.000

Esto huele mal	\$ 370.000.000
La sangre y la lluvia	\$ 370.000.000
Los viajes del viento	\$ 370.000.000
Los colores de la montaña	\$ 370.000.000
La pasión de Gabriel	\$ 370.000.000
El arriero	\$ 370.000.000
Paraíso travel	\$ 370.000.000
Postproducción de largometrajes	\$ 480.000.000
Otros	\$ 120.000.000
Buscando a Miguel	\$ 120.000.000
Cuando rompen las olas	\$ 120.000.000
Riverside	\$ 120.000.000
Formación de públicos	\$ 308.929.089
Formación de públicos en cine independiente	\$ 13.300.000
Encuentro nacional de guionistas	\$ 15.000.000
Presagios	\$ 7.850.000
Estudio de públicos y salas en el eje cafetero	\$ 13.500.000
Muestra de cine independiente de Medellín	\$ 12.029.570
Festival de Video de Cali 2006	\$ 9.500.000
II Festival de cine y video San Juan de Pasto	\$ 10.680.000
Muestra universitaria de audiovisuales	\$ 15.000.000
Venga y muestre	\$ 15.000.000
Homenaje visual al Quindío	\$ 15.000.000
Creadores de la imagen en Latinoamérica Contemporánea	\$ 8.740.000
Fassbinder 25 años después	\$ 10.000.000
Cine Escuela - segunda etapa	\$ 30.000.000
Valle de película	\$ 28.940.000
El poder de la risa	\$ 30.000.000
Sin tiza, del tablero a la pantalla	\$ 29.369.519
Cine español	\$ 19.020.000
Cine bajo las estrellas en Barranquilla, el Atlántico y el Caribe	\$ 26.000.000

CONVOCATORIA 2007

Proyecto	Monto
ESTÍMULOS POR CONCURSO	
Escritura de guiones	\$ 36.000.000

El negro y el bárbaro	\$ 8.000.000
De regreso	\$ 8.000.000
De amores y desamores	\$ 8.000.000
Había una vez	\$ 8.000.000
Virgen exótica. Leyendas amazónicas	\$ 8.000.000
Una obra de teatro	\$ 8.000.000
El mesías negro	\$ 8.000.000
Juvenal	\$ 8.000.000
Orisa oko	\$ 8.000.000
Espérame en el cielo, capitán	\$ 8.000.000
Sofía y el mar	\$ 8.000.000
Un tal Alonso Quijano	\$ 8.000.000
Linda iris	\$ 8.000.000
Siringa	\$ 8.000.000
Saudó	\$ 8.000.000
La tribuna	\$ 8.000.000
La antena repetidora	\$ 8.000.000
Producción de largometrajes	\$ 3.120.000.000
¿Qué hay para la cabeza?	\$ 140.000.000
El páramo	\$ 390.000.000
La hora de los traidores	\$ 390.000.000
El Gran Sadini	\$ 390.000.000
Karen llora en un bus	\$ 340.000.000
Nochebuena	\$ 340.000.000
Jardín de Amapolas	\$ 240.000.000
En coma	\$ 240.000.000
La sociedad del semáforo	\$ 300.000.000
Vuela la paloma	\$ 350.000.000
Postproducción de largometrajes	\$ 360.000.000
Perro como perro	\$ 120.000.000
Cuarenta	\$ 120.000.000
PVC – 1	\$ 120.000.000
Formación de públicos	\$ 227.509.116
Cine y ½	\$ 14.730.000
Fortalecimiento de público y espacios en santa cruz de Mompox	\$ 15.000.000

Cine alemán contemporáneo	\$ 15.000.000
Hágase la luz	\$ 15.000.000
Revista Kinetoscopio	\$ 15.000.000
Muestra Universitaria de Audiovisuales - Muda 2007	\$ 15.000.000
Proyecto del centro cultural Bolívar para la exhibición permanente con fines culturales y educativos	\$ 21.630.000
Cine en cámara cine con alma	\$ 30.000.000
Maestría en diseño y creación interactiva	\$ 16.697.450
Diplomado en teoría y práctica del documental	\$ 25.200.000
Diplomado en guiones y libretos	\$ 18.666.666
Diplomado en crítica cinematográfica	\$ 25.585.000

CONVOCATORIA 2008

Proyecto	Monto
ESTÍMULOS POR CONCURSO	
Escritura de guiones	\$ 180.000.000
Estrella del sur	\$ 12.000.000
Con amor teresa	\$ 12.000.000
Más allá de la noche	\$ 12.000.000
La eterna noche de las doce lunas	\$ 12.000.000
La otra forma	\$ 12.000.000
Trece	\$ 12.000.000
Chapinero 3	\$ 12.000.000
El aleph	\$ 12.000.000
Los Balanta: cinco siglos en la epopeya de una familia afrocolombiana	\$ 12.000.000
Victoria y Globuleo	\$ 12.000.000
Somos desierto	\$ 12.000.000
Proyecto langosta	\$ 12.000.000
Ruido rosa	\$ 12.000.000
La sirga	\$ 12.000.000
El crimen del siglo	\$ 12.000.000
Desarrollo de largometrajes	\$ 30.000.000
Genaro, Ofelia Angel y Dolores	\$ 15.000.000
1 grado norte - 72 grados oeste	\$ 15.000.000
Producción de largometrajes	\$ 3.036.000.000
Mamá tómate la sopa	\$ 216.000.000

Edificio Royal	\$ 390.000.000
Apatía, una película de carretera	\$ 390.000.000
7 días 7 noches	\$ 180.000.000
El diario de Ana	\$ 390.000.000
La playa	\$ 390.000.000
El gancho	\$ 300.000.000
Sargento Matacho	\$ 390.000.000
Narcopórtamos. Una historia de hipo-cresía	\$ 390.000.000
Postproducción de largometrajes	\$ 240.000.000
Bibloburro	\$ 120.000.000
Sonido Bestial	\$ 120.000.000

Fuente: Proimágenes en Movimiento y Dirección de Cinematografía, Ministerio de Cultura.

Estas cifras indican que toda la línea de estímulos de las Convocatorias no es suficiente para financiar una película de un presupuesto mediano, lo que hace que necesariamente se requieran otras fuentes de financiación. Además, es importante que el Estado busque fuentes complementarias de financiación para el FDC, pues sus recursos son muy vulnerables a la caída del ciclo económico.

En las entrevistas y encuestas, los productores afirmaron que los estímulos de las Convocatorias son fundamentales para garantizar una parte de la recuperación y para respaldar los proyectos a la hora de concursar por otros premios. Sin embargo, argumentan que, a pesar de que el FDC busca otorgar estos recursos con la mayor objetividad posible, en la práctica los criterios de selección son subjetivos y los estímulos no se adjudican a partir de unos lineamientos estándar. Según los productores, los resultados de las convocatorias dependen de la conformación del Consejo en ese momento y del tipo de jurados que seleccionan las películas. En algunos casos estos tienen una preferencia por películas más artísticas y menos comerciales, y su criterio puede cambiar radicalmente año a año. Finalmente, dada la inclinación reciente por películas de carácter más artístico, a juicio de los produc-

tores se otorgan estímulos a algunos proyectos que no se finalizan o se estrenan.

Para resolver estos problemas, los entrevistados sugieren atar la selección de los proyectos ganadores al desarrollo posterior de un esquema de acompañamiento y seguimiento que garantice que finalmente se ejecuten. Además, algunos consideran que las convocatorias y la selección deberían diferenciar entre estímulos para documental y largometraje, y que se destinen más recursos para estímulos automáticos destinados a la promoción.

En cuanto al funcionamiento del Fondo para el Desarrollo Cinematográfico, los productores proponen establecer mecanismos para que sea sostenible en el futuro, tales como un cambio en la regulación sobre los aportes de los cortometrajes y un cambio en la destinación de los recursos recaudados para garantizar que efectivamente se usen en la promoción de proyectos cinematográficos que fomenten la industria. Por ejemplo, sugieren que los recursos que en la actualidad se destinan a educación y formación en cine provengan de presupuestos de entidades como los Ministerios de Cultura o Educación, y no de los recaudos que hace el Fondo. Adicionalmente, proponen establecer un impuesto a las ventas de los canales de televisión que ayude a financiar el Fondo y las convocatorias, en la medida en que el cine ha demostrado ser un negocio cada vez más atractivo para ellos.

En suma, las convocatorias constituyen un mecanismo fundamental para el desarrollo del cine colombiano. Sin embargo, las convocatorias son un mecanismo insuficiente a la hora de cuantificar la recuperación potencial de los proyectos cinematográficos, que además adolece de inestabilidad en cuanto a sus criterios y sus objetivos, lo que se traduce en inestabilidad y falta de claridad en los propósitos de mediano plazo de las políticas. En esa medida, es recomendable buscar más claridad y estabilidad en los lineamientos de operación del Consejo y los evaluadores de las convocatorias, y buscar mecanismos que permitan

fortalecer financieramente el Fondo hacia el futuro como, por ejemplo, un impuesto a las ventas de la televisión.

1.4. Fondos internacionales

Los fondos internacionales canalizan ayudas otorgadas por algunos países o conjuntos de países para la financiación de proyectos cinematográficos. Por lo general, estos fondos abren convocatorias por medio de las cuales se asignan recursos para algunas etapas de los proyectos cinematográficos. Los recursos otorgados por estos fondos pueden ser de carácter reembolsable o no reembolsable, dependiendo de las condiciones de cada uno de los fondos. En el Cuadro 12 se presentan algunos de los más importantes en el ámbito mundial.

Si bien el acceso a estos fondos significa la obtención de recursos adicionales a los de las convocatorias del FDC para la financiación de los proyectos, no todos los productores buscan esta fuente de recursos. De las 12 películas cuyos presupuestos fueron analizados, dos recurrieron a *Vision Sud Est* y al *World Cinema Fund*, y cuatro a *Ibermedia*.

Según algunos productores, los estímulos son fundamentales para conseguir inversionistas y algunos de ellos han contribuido a que Colombia haga coproducciones con España, México, Argentina y Brasil. En sentido opuesto, algunos de ellos prefieren no usar los fondos, por ejemplo el francés y alemán, dado que estos requieren que la inversión de una parte de los recursos se realice en estos países. Finalmente, unos pocos afirman que para sacar adelante una película no se necesitan Fondos Internacionales o incluso el FDC, sino que basta con financiación de inversionistas privados y un buen agente de ventas internacionales que garantice un mínimo por este concepto.

Es importante mencionar que aparentemente son pocos los productores que conocen bien el funcionamiento de

Principales fondos internacionales

Fondo	País	Definición	Monto	Condiciones
Ibermedia	España	Préstamo asignado a cada coproductor en función de su participación financiera en la coproducción.	<= US\$ 200.000 No se puede superar el 50% del presupuesto total	Fondos reembolsados si las películas alcanzan el punto de equilibrio (genera utilidades).
World Cinema Fund	Alemania	Socio alemán obligatorio.	Producción <= € 100.000 por proyecto Distribución: 15.00 por proyecto	No necesariamente una coproducción. Los fondos deben ser gastados en la distribución de las películas en Alemania.
Vision Sud Est	Suiza	Estímulos no reembolsables.	Producción: 50.000 francos suizos Conclusión: 10.000 francos suizos	Máx. 10% de los recursos actuales del fondo. Mayor parte rodada en el país de origen. Derechos de distribución sobre el territorio suizo. Logotipo en el material de promoción y créditos. Apoyo a proyectos una sola vez (si un proyecto ha recibido apoyo a la producción, se excluye un posterior apoyo a la postproducción).
Fond Sud Cinema	Francia	Destinado a proyectos de películas de ficción, de animación o de documentales de creación destinados a ser exhibidos en salas en Francia y en el extranjero.	Re-escritura del guión: <= € 7.600 Producción: <= € 152.000 Postproducción: <= € 46.00	Debe destinarse mayoritariamente a la postproducción en Francia con una derogación posible del 15 al 25% del importe de la ayuda. Su monto se debe gastar en Francia.
Hubert Bals Fund	Rotterdam	Participan películas emergentes y documentales de realizadores innovadores y talentosos de países en desarrollo.	Guión y desarrollo de proyectos: € 10.000 Producción digital: € 20.000 Postproducción: € 30.000 Distribución en países de origen: € 15.000	Los proyectos tienen que ceder los derechos de la película en Bélgica, Holanda y Luxemburgo.

Fuente: Dirección de Cinematografía, Ministerio de Cultura, Ibermedia, World Cinema Fund.

los fondos. La gran mayoría saben de la existencia de Ibermedia, pero desconocen los requisitos detallados de los demás fondos o incluso su existencia. Dada la importancia que pueden revestir estos esquemas para la recuperación

de las películas es importante que se creen los espacios para dar a conocerlos, que los productores conozcan las oportunidades que se abren con cada uno de estos fondos y la utilidad para sus proyectos específicos.

1.5. Coproducciones internacionales

Las coproducciones internacionales son las producciones cinematográficas hechas conjuntamente con una o varias productoras extranjeras. Dado que en estos casos existen productores de más de una nacionalidad, este tipo de esquemas pueden permitir tener acceso a mayores fuentes de financiación. Por otra parte, el socio con productores extranjeros ofrece acceso a nuevos y más amplios mercados internacionales, y en algunos casos un posible beneficio tributario adicional en el país del cual proviene la coproducción. En este contexto, las coproducciones resultan atractivas para que el proyecto se beneficie de dichas leyes y se puedan hacer películas más grandes, con elencos más cotizados internacionalmente y con mejores probabilidades de recuperación.

En varios países existen diferentes mecanismos públicos para otorgar beneficios tributarios que promueven la inversión en la producción de películas. Algunos se otorgan a través de la figura de deducción tributaria, y otros son créditos o reembolsos tributarios. El crédito tributario es más beneficioso porque reduce de manera directa la carga tributaria, mientras la deducción tributaria reduce sólo el ingreso gravable con lo cual la reducción de la carga tributaria es sólo una fracción de la deducción. Es importante aclarar que la figura del crédito tributario puede darse como el pago anticipado de impuestos o como un reembolso en efectivo del dinero al contribuyente. Independientemente del nombre que tomen, lo importante es el monto de impuestos que el Estado está dispuesto a condonar al inversionista.

En Francia, por ejemplo, se utilizan deducciones y créditos tributarios para otorgar beneficios a la industria cinematográfica. Las deducciones se otorgan a través de los fondos de inversión que se crearon para el sector. Estos fondos son manejados por las Compañías de Financiamiento de la Industria Audiovisual y fílmica (SOFICAs por sus iniciales en francés). Las personas naturales que invierten en esos fondos pueden deducir de su renta neta el total de lo que inviertan y tienen dos limitaciones, que la deducción no supere el 25% de la renta neta total del contribuyente ni la suma de 18.000 EUR por contribuyente según datos de 2006. Las empresas que sean sujeto del impuesto de renta pueden descontar 50% del capital invertido en el primer año, con lo cual se reduce su ingreso gravable. El crédito tributario se otorga a compañías productoras de películas producidas en Francia. Este beneficio asciende cada año a 20% de los gastos de producción totales elegibles que fueron realizados en Francia. Los gastos elegibles tienen un límite que no puede superar 80% del presupuesto total de producción y el crédito no puede exceder un millón de EUR, según datos de 2006. El crédito se aplica al impuesto que la compañía productora debe pagar en el año financiero en el cual se incurrió en los gastos elegibles.⁷

En Bélgica se utiliza una exención de hasta 150% de las sumas invertidas por compañías residentes en películas belgas. El beneficio se limita en la medida en que las utilidades que asciendan hasta 150% de las sumas invertidas están exentas en las siguientes condiciones: i) que el total de la cantidad exenta no exceda 50% del presupuesto total de producción; ii) que la exención para cada compañía inversionista no exceda 50% de las utilidades del período gravable o 750.000 EUR; y iii) que las utilidades exentas se saquen aparte de las obligaciones de la compañía y no se usen en el cálculo de pagos de cualquier clase.⁸

7 T. Georgieva, *Fiscal support measures for the film and audiovisual industry in France, Luxembourg and Belgium*, European Audiovisual Observatory, 2006.

8 *Ibíd.*

La ley de promoción de cine de Puerto Rico contempla un crédito tributario a los inversionistas, equivalente a 40% de los ítems del presupuesto pagados a residentes en Puerto Rico, certificados por contador. El total del crédito tributario no puede exceder 50% de la inversión. Adicionalmente, se establece que la compra de activos no genere crédito tributario, excepto si los activos permanecen en Puerto Rico por lo menos cinco años. Adicionalmente, la norma establece que el 50% del crédito tributario se otorga con 40% o más de los pagos hechos a residentes en Puerto Rico ejecutados. El 50% restante estará disponible para el inversionista de acuerdo con el cumplimiento de unos criterios que se diferencian si el proyecto vale menos de cuatro millones de dólares o si supera esta suma. El límite del crédito tributario que puede otorgarse cada año fiscal es de 15 millones de dólares, aunque la ley le da la facultad a las autoridades que promueven el cine y al Secretario del Tesoro para evaluar la inclusión de montos adicionales de crédito tributario si los proyectos contribuyen de manera sustancial al desarrollo económico del país. La ley contempla otro tipo de incentivos tributarios como la exención en dividendos por un período de diez años, exención de IVA y otros impuestos locales.⁹

La legislación mexicana contempla un crédito tributario a través del denominado EFICINE, que es un crédito tributario equivalente al monto que se aporte a proyectos de inversión en la producción cinematográfica nacional. Este crédito se aplica contra el impuesto sobre la renta o sobre el patrimonio. Para cada ejercicio fiscal el gobierno destina 500 millones de pesos mexicanos (37,9 millones de dólares) para este programa y establece un límite de 20 millones de pesos mexicanos (1,5 millones de dólares) por contribuyente. Para cada año gravable la inversión por contribuyente se debe limitar a 20 millones de pesos.¹⁰

9 Commonwealth of Puerto Rico, Law for the Development of the Film Industry, Act n. 362, December 24, 1999.

10 Ley Federal de Cinematografía; Reglamento de la Ley Federal de Cinematografía y artículo 226 de la Ley del Impuesto sobre la Renta.

Los esquemas de beneficio tributario mencionados se diferencian del que se usa en Colombia porque se otorgan por contribuyente que invierte en un proyecto, sin tener en cuenta el tamaño del proyecto. En unos casos, como México y Puerto Rico, el gobierno establece una suma en el presupuesto nacional que podrá ser utilizada para otorgar incentivos cada año fiscal; la suma que podría ser limitada si hay un importante número de proyectos o si hay pocos proyectos muy grandes. En otros casos, como el de Francia y Bélgica, se ponen límites al porcentaje de presupuesto de producción que puede estar cubierto por el beneficio.

Si bien los proyectos realizados bajo el esquema de coproducciones pueden tener acceso parcial a las ventajas anteriormente mencionadas, también sufren de manera colateral la elevación de los costos de la película. Por una parte, una producción conjunta podría implicar que se paguen algunas tarifas de acuerdo a los estándares internacionales. Por otra parte, se imponen exigencias económicas al productor dado que, para garantizar recursos de coproducción o ventas internacionales las películas deben contar, entre otros, con un elenco que tenga reconocimiento internacional o historias de alcance universal, lo que hace más onerosa la producción de la película.

Sobre la posibilidad de adelantar proyectos bajo coproducciones, algunos productores encuestados consideran que tener un socio internacional es una ventaja dado que estos tienen una visión comercial de otros mercados. Sin embargo, otros productores consideran que las coproducciones internacionales no son una fórmula aplicable a cualquier caso, pues la opción de tenerlas o no depende de si el proyecto en cuestión puede tener viabilidad en el mercado internacional o al menos en el del país coproductor potencial. En caso de que hubiera que adaptar o “forzar” el guión para obtener una coproducción, se desvirtuaría la esencia del proyecto, se encarecería y no valdría la pena hacerlo.

1.6. Fondos de capital privado

Los fondos de capital privado de cine tienen como objeto la consecución y gestión de recursos para inversión en proyectos cinematográficos. En Colombia existe únicamente un fondo de estas características, el Fondo de Capital Privado de Cine Hispanoamericano I (FCPCH I), cuya sociedad gestora es Dynamo Capital S.A. El objetivo de este fondo es invertir sus recursos en proyectos cinematográficos en el ámbito iberoamericano. La Fiduciaria Bancolombia S. A. es la responsable de la administración de los recursos de los inversionistas del FCPCH I de acuerdo con las decisiones de inversión tomadas por Dynamo Capital. Este fondo se constituyó con el fin de suplir la escasez de recursos para financiación y es el único fondo cerrado en Latinoamérica orientado al sector cinematográfico (primero consiguen los fondos y después buscan las películas). La duración del fondo es de cinco años, de los cuales dos años son de inversión en cerca de 10 a 14 proyectos y tres años de recuperación.

Desde su creación en 2006, el fondo ha canalizado cerca de 10 millones de dólares hacia el sector cinematográfico, ha ejecutado la producción y/o la etapa de lanzamiento y marketing de cinco proyectos,¹¹ ha invertido en tres proyectos,¹² y ha permitido la creación de fondos similares en Brasil y Argentina. Dado que han transcurrido cerca de tres años desde su creación, el fondo ya entró en su etapa de recuperación y los resultados aún son inciertos. En caso de que no se dé la recuperación esperada se haría más difícil constituir un nuevo fondo de inversión de esta naturaleza. La subsistencia fondo de esta clase de fondos reviste gran importancia, no sólo por el número de proyectos que se han beneficiado de su existencia, sino porque es un mecanismo útil para canalizar recursos hacia el sector cinematográfico.

¹¹ *Satanás, Perro come perro, La milagrosa, De paso.*

¹² *Contracorriente, Nochebuena, Rabia.*

Existen algunos mecanismos en los cuales se ha apalancado Dynamo para garantizar el funcionamiento del fondo (Cuadro 13). Sin estos elementos básicos la existencia de este tipo de fondo se dificultaría. Para diversificar el riesgo invierten en varias películas, de modo que cada dólar invertido en el fondo es distribuido en proyectos, territorios, géneros y presupuestos diferentes. Además se apalancan en los beneficios tributarios otorgados por la Ley de Cine, para lo cual mantienen unos topes de inversión por película (USD 1.1 MM) para asegurar el acceso al beneficio tributario. De igual modo, en los casos en los cuales esto es posible, buscan que sus proyectos tengan beneficios adicionales en Argentina o España y demás mercados nacionales e internacionales, mediante esquemas de coproducción. Esto permite tener películas más grandes, con mayores posibilidades de exposición internacional, pero con el mismo capital a riesgo. Por otra parte, Dynamo Capital promueve el cine colombiano en el exterior, para no depender de las fuentes de recursos e ingresos de un sólo país, y así aminorar el riesgo de la inversión. Esta

Cuadro 13

Esquema para garantizar funcionamiento del FCPCHI

Financiación:
* 60% capital a riesgo
* 15% aportes y canjes
* 25% premios de gobiernos y <i>product placement</i>
Rangos de inversión viables (alrededor de US\$750 millones)
Diversificación de riesgo: inversión en más de un proyecto
Apalancamiento en beneficio tributario:
*Colombia: topes de inversión por película que no excedan límites establecidos por la ley
*Exterior: estructuración de proyectos con beneficios tributarios de los demás países
Promoción de las películas en el exterior (conseguir ventas internacionales)

Fuente: Dynamo Capital.

exposición incluye hacer películas con un contenido internacional, la consecución de recursos provenientes del exterior, el contacto con agentes de la industria en otros países y las ventas internacionales, entre otros.

1.7. Canales de televisión

La inversión de los canales de televisión en proyectos cinematográficos es otro de los elementos novedosos que ha surgido en los últimos años en la producción cinematográfica en Colombia. En algunos casos los canales invierten en la promoción de la película dentro de los espacios televisivos, y en otros casos también invierten directamente en la producción de la misma. Entre 2004 y 2008, 19 películas obtuvieron inversión por parte de canales privados de televisión; de estas últimas, siete fueron estrenadas.

Según el análisis ya mencionado de mercadeo de películas de cine publicado por la revista *The New Yorker*, una película con un presupuesto significativo no es financieramente viable si no tiene una publicidad y promoción adecuadas, y esto se logra a través de los canales de televisión.¹³ En Estados Unidos el 37% del presupuesto de una película se destina a la promoción a través de los canales de televisión. En Colombia, para las doce películas para las cuales se analizó el presupuesto se destinó en promedio 20% del presupuesto a la promoción, y la mayoría de los productores consideran que esta es una parte crucial de éxito de la misma. Cuando se trata de una película de bajo presupuesto, orientada a un nicho de mercado específico que valora más los criterios artísticos que comerciales, no se hace necesario tener tanta publicidad y mercadeo.

Sin embargo, la inversión de los canales de televisión en el cine colombiano es un tema que no está exento de controversia. Aunque una parte importante de los produc-

¹³ *The New Yorker*, *The Cobra: inside a movie marketer's playbook*, enero de 2009.

tores (cerca de la mitad de los entrevistados) afirma que la inversión de los canales en la promoción de las películas es necesaria para poder promover la película (Cuadro 14) y garantizar un mínimo de espectadores, preocupa el hecho de que parte de su inversión se destine a la compra de servicios que ellos mismos prestan (promoción) y que por esa vía accedan a beneficios tributarios. Además, varios productores consideran que los canales no valoran justamente los derechos de antena de la transmisión de las películas en el momento de negociar con los productores.

Es importante mencionar que de las siete películas estrenadas en las que invirtieron los canales de televisión, tres proyectos recuperaron la inversión (el 42%), es decir, la mitad de las películas que recuperaron la inversión entre 2004 y 2008 (en la muestra de 33 películas que se mencionó anteriormente). Estas películas son: *Mi abuelo, mi papá y yo*, *Las cartas del gordo* y *Muertos del susto*. Hay que destacar que estas tres películas fueron producidas por uno de los equipos con mayor experiencia en el sector –el de Dago

Cuadro 14

Comentarios de los productores sobre la inversión de los canales de televisión

A favor	En contra
La taquilla de una película depende en buena medida de la promoción por parte de los canales.	Es posible sacar una película sin pauta en televisión.
Sin la existencia de canales de televisión las posibilidades financieras de promocionar una película son bajas.	Los canales de televisión utilizan formas de negociación arbitrarias.
Los canales de televisión constituyen la manera más económica de conseguir pauta.	La publicidad funciona bien para películas populares pero no para las menos populares.
La inversión de los canales en la promoción de las películas es un buen negocio para los productores y para los canales.	Los canales de televisión son un apoyo para la promoción pero no son garantía del éxito.
Si no existiera la inversión de los canales en la promoción de las películas sería más difícil de conseguir inversionistas para financiar las películas	Existe la posibilidad de que los canales se conviertan en productores de cine y desplacen a los productores actuales.
Los canales difunden la publicidad de las películas tanto en espacios de <i>rating</i> alto como en espacios de <i>rating</i> bajo.	Los canales no valoran justamente los derechos de antena de la transmisión de las películas en el momento de negociar con los productores.

Fuente: entrevistas a productores.

García— de modo que lo que puede estar detrás de su éxito tal vez sea el quehacer de esta empresa y no exclusivamente la vinculación de un canal. Lo anterior indica que, aunque en principio la inversión de los canales constituye un mecanismo de financiación importante, también se puede recuperar la inversión sin el aporte de los mismos.

1.8. Ventas internacionales

El acceso del cine colombiano a los mercados internacionales es un tema todavía reciente y queda mucho camino por recorrer y explorar. Sin embargo, los productores ya tienen conciencia de que las ventas internacionales son un mecanismo de recuperación indispensable, especialmente teniendo en cuenta la aparente saturación del mercado local, lo que se refleja en que algunos proyectos han realizado ventas internacionales importantes. Entre los 10 productores entrevistados se reportó un valor total de ventas internacionales (realizadas o programadas) de cerca de \$2.000 millones, lo que equivale a un promedio de \$200 millones de pesos por productor.

Algunos de los productores afirman que es necesario encontrar los mecanismos para que esta sea una ventana constante, para la cual se realicen reportes de ventas y se tengan estadísticas claras, y que a su vez sirva para sustentar el proyecto ante inversionistas. Además, la mayoría de los productores coinciden en que es necesario encontrar mecanismos para crear un producto con el cual se pueda entrar al mercado internacional. Para tal fin, consideran que deben hacerse proyectos más sólidos (buen guión, buena calidad en la producción, una historia universal) que permitan no sólo tener participación en festivales internacionales, sino que puedan ser comercializados en el exterior. Por otra parte, afirman que es clave tener un buen agente de ventas internacionales que les permita hacer un mínimo garantizado con un distribuidor internacional.

Sin embargo, a este respecto algunos consideran que no existe todavía una marca de cine colombiano que pueda venderse como tal en el resto del mundo, lo que dificulta el posicionamiento a nivel internacional.

1.9. Product placement

El *product placement* es una forma de publicidad en la que el inversionista/donante y el productor pueden incluir la ubicación de productos, servicios y nombres de las empresas en escenas de la película. Como mecanismo de financiación y recuperación, los productores reciben unos recursos que, a pesar de no ser reembolsables en dinero, sí suponen una contrapartida en posicionamiento de producto o en cesión de derechos para la distribución.

Algunas películas en Colombia han usado este mecanismo, y en promedio para las películas analizadas este asciende a \$100 millones por película. Sin embargo, algunos productores afirman que es difícil conseguir patrocinios acordes con la historia de la película.

1.10. Otras ventanas

Además de la participación de las ganancias por taquilla, el productor puede negociar la explotación de la película en otras ventanas, tales como la venta y el alquiler del video en casa (DVD), la televisión por suscripción, la televisión abierta o internet. Estas ventanas no tradicionales todavía no constituyen mecanismos de recuperación importantes para los productores en Colombia.

DVD

Por medio de esta ventana se comercializa la película a través del alquiler y la venta de copias. Hasta el momento

en Colombia este mercado es incipiente, debido a que los DVD legales son comercializados a precios muy elevados en comparación con los ilegales, lo que hace que la mayoría de las copias vendidas sean piratas.

En este sentido es interesante mencionar la experiencia de Dynamo Capital, que está creando un modelo de negocio para la distribución de películas en video que busca fomentar la expansión de un mercado legal de DVD en Colombia en el futuro. El objetivo de este modelo es obtener ganancias por medio del volumen de ventas. Para tal fin se están vendiendo las copias a precios muy bajos y por medio de voceadores, o sistemas de venta masivos.

Televisión abierta

La televisión abierta está conformada por aquellos canales cuya señal puede ser recibida libre y gratuitamente por cualquier persona ubicada en su área de servicio. En Colombia estos canales pueden ser privados, como Caracol, RCN y City TV, o de carácter público, como Señal Colombia, Canal Capital, Teleantioquia, etc.

La televisión abierta ofrece posibilidades de comercialización debido al interés que puede generar la presentación de una película colombiana en franjas en donde tradicionalmente se programan producciones extranjeras. Sin embargo, algunos productores coinciden en afirmar que esta ventana no es una fuente interesante de recuperación de recursos dada la baja remuneración que ofrecen los canales y la diversidad y heterogeneidad entre los ingresos que recibe una película nacional y una extranjera.

2. Costos

C on el fin de determinar los posibles factores que hacen que una película tenga un costo elevado, se estudiaron algunas características de rodaje, producción y postproducción para las doce películas para las cuales se analizaron los presupuestos presentados por los productores a la Dirección de Cine. La síntesis de la información se encuentra en el Anexo 1.

En general, se observa que las películas más costosas fueron rodadas en 35MM y en el exterior. De igual modo, tener una coproducción con el exterior y hacer un mayor número de copias encarece el proyecto. En algunos casos, tener un elenco internacional y reconocido nacionalmente también aumenta los costos. Estas no son consideraciones menores, en la medida en que, como ya se mencionó, las ventas internacionales y las coproducciones surgen como

alternativas cada vez más atractivas ante el aparente estancamiento de la taquilla nacional. En este sentido, la estrategia de fortalecer la búsqueda de coproducciones y ventas externas conllevaría una potencial elevación de los costos de los proyectos. Otros factores analizados no fueron concluyentes, como el hecho de que la película sea rodada en Bogotá o afuera de Bogotá, o que sea rodada en locaciones exteriores o en interiores.

Por otra parte, según los productores entrevistados, el costo del equipo técnico ha aumentado considerablemente y esto es lo que hace que las películas sean más costosas. Las tarifas más elevadas se pagan a los fotógrafos, foquistas (operarios del foco), sonidistas y directores de arte. Los entrevistados argumentan que este aumento obedece a que la demanda por estos recursos humanos es superior a la oferta, ya que existe una escasez de técnicos y una baja profesionalización de los mismos (según uno de los productores entrevistados en Colombia hay tan sólo cinco fotógrafos, seis foquistas, cuatro sonidistas y no hay directores de arte [## ¿con relación a qué?]). Además, el cine compite con las altas remuneraciones que reciben los técnicos en televisión y en publicidad, lo cual distorsiona los precios en el mercado. De igual modo, los productores citan algunas circunstancias que inciden en los costos como la falta de educación para técnicos, una oferta insuficiente de cámaras, luces y plantas (a pesar de que los productores han invertido en la compra de este tipo de equipos) y una infraestructura insuficiente que hace que rodar fuera de Bogotá sea muy costoso. Esto hace que Bogotá resulte ser la ciudad más económica para rodar, afectando la diversificación de las locaciones.

Al observar los presupuestos de las doce películas analizadas para este estudio, se hace evidente el hecho de que los costos técnicos están detrás del incremento en los presupuestos de las películas.

Algunos productores están en proceso de implementación de un esquema de tarifas que rija para técnicos y que

Cuadro 15

Rubros más costosos
(Millones de pesos)

	Desarrollo y preproducción	Producción	Postproducción	Distribución y promoción
Mayor presupuesto \$6.400 - \$2.850 millones de pesos	1. Guión (206)/Gastos administrativos (\$281)	1. Personal rodaje (\$1.600)/ Depto. producción (\$497)	1. Laboratorios (\$489)	1. Copias en cine (\$305)
	2. Guión (\$300)	2. Gastos administrativos (\$323)	2. Laboratorios (\$250)	2. Publicidad y mercadeo (\$340)
	3. Guión (\$31)	3. Personal rodaje (\$927)	3. Laboratorios (\$272)	3. Publicidad y mercadeo (\$329)
	4. Gastos Administrativos (\$79)/Guión (\$49)	4. Depto. Dirección (\$188)	4. Sonido (\$375)	4. N/A (\$6)
Presupuesto intermedio \$2.850-\$1.900 millones de pesos	1. Guión (\$50)	1. Personal de rodaje (\$447)	1. Edición (\$188)	1. Publicidad y mercadeo (\$1007)
	2. Logística (\$120)	2. Logística (\$427)/ Equipo de rodajes (\$272)	2. Laboratorios (\$120)	2. Publicidad y mercadeo (\$633)
	3. Guión (\$55)	3. Equipo de rodaje (\$151)	3. Edición (\$345)	3. Publicidad y copias (\$225)
	4. N/A	4. Departamento de arte (\$153)	4. Laboratorios (\$215)	4. Publicidad y mercadeo (\$685)
Menor presupuesto \$1.900-\$1.300 millones de pesos	1. Guión (\$25)	1. Personal de rodaje (\$443)	1. Laboratorios (\$102)	1. Publicidad y mercadeo (\$460)
	2. Guión (\$23)	2. Personal de rodaje (\$234)	2. Logística (\$220) Laboratorios (\$219)	2. Publicidad y mercadeo (\$184)
	3. Material y equipo (\$84)	3. Personal de rodaje (\$274)	3. Edición (\$90)	3. Copias en cine (\$122)
	4. Guión (\$70)	4. Personal de rodaje (\$374)	4. Laboratorios (\$102)	4. Copias en cine (\$45)

Fuente: Dirección de Cinematografía, Ministerio de Cultura.

garantice que este rubro represente máximo el 25% del presupuesto actual. Esta iniciativa tiene como propósito no sólo moderar el presupuesto, sino poder darle los valores de producción a los canales e inversionistas y unas garantías de mejor calidad y factura.

En cuanto a los toques a los costos establecidos en la Ley de Cine, la mayoría de los productores entrevistados coincide en afirmar que estos son una camisa de fuerza que dificulta la ejecución de una película que sea acorde con las condiciones actuales del mercado (Cuadro 16). En especial, los productores argumentan que el tope de \$3.000 millones en el valor total de un largometraje de producción nacional dificulta la consecución de coproducciones en el exterior, pues, como se mencionó anteriormente, las coproducciones internacionales tienen como efecto colateral la elevación de los costos de la película.

Cuadro 16

Opiniones de los productores sobre los topes a los costos

A favor	En contra
Los productores no deberían aumentar sus presupuestos si no han recuperado la plata de la inversión anterior.	Camisa de fuerza: no es real que el presupuesto se ejecute como se presenta.
	La película colombiana promedio ya no existe: ya no hay estándares ni tarifas de costos de producción.
	No son viables (\$3.000 millones), no permiten que haya coproducción en grandes películas. Tener presupuestos mayores permitiría conseguir coproductores, cofinanciadores y actores con reputación más fácilmente y se diversifican los ingresos y se podría ser mayoritario en la producción.
	Película de un tamaño-costo que sólo cubra la taquilla empobrece la calidad (\$600 a \$800 millones de pesos no son realistas ni viables).
	Aunque en principio en Colombia es económico filmar no es tan barato como lo que las películas harían de taquilla.

Fuente: entrevistas a los productores.

3. Viabilidad financiera de las películas.....

Una vez analizados los principales mecanismos de recuperación de las películas y sus magnitudes promedio y máximas,¹ y tras establecer los costos aproximados de una película de presupuesto alto, medio o bajo, se hizo un ejercicio en el cual se busca establecer la viabilidad financiera de hacer una película en Colombia para cada uno de esos rangos presupuestales.

1 De acuerdo con las cifras de la Dirección de Cinematografía y los cuestionarios a los productores.

Para tal fin, en el primer escenario (Cuadro 17) se calculó la diferencia entre el costo de una película para cada rango de presupuesto y los *ingresos máximos* que cada una de estas puede obtener; tal es el caso de la película *La sociedad del semáforo*. Los ingresos máximos se darían bajo las siguientes condiciones:

- Garantizar una taquilla de 1.100.000 espectadores (correspondientes al promedio del número de espectadores que tuvieron las películas más taquilleras entre 2004 y 2008, *Sóñar* no cuesta nada y *Rosario Tijeras*) que, según se discutió anteriormente representarían una recuperación de cerca de \$2.200 millones de pesos para los inversionistas.
- Ganar todas las convocatorias del FDC que, como se mostró en el Cuadro 10 de la sección I.3, de acuerdo con los montos de los estímulos otorgados en 2007 equivaldrían a una recuperación de \$517 millones.
- Obtener el beneficio tributario correspondiente a la inversión más alta que ha obtenido una película en cada rango de presupuesto desde la creación de la Ley.²
- Obtener todos los recursos posibles de fondos internacionales importantes como Ibermedia y otros fondos (World Cinema Fund y Fonds Sud).
- Obtener recursos de product placement por \$100 millones de pesos.

2 Las cifras corresponden a las 12 películas cuyos presupuestos fueron analizados.

Lograr ventas internacionales récord, que, según los comentarios de los productores, podrían ascender a \$600 millones de pesos. Como se mencionó anteriormente, las ventas internacionales dependen también de las coproducciones, que permiten el acceso de las películas a mercados más amplios.

Lo anterior implica que, por ejemplo, una película que tenga un costo de 6.400 millones de pesos y tenga acceso a todos los anteriores mecanismos de recuperación, tendría

ingresos por 4.978 millones de pesos, lo que significa que el saldo entre los costos y los ingresos sería negativo (cerca de \$1422 millones). Así, la recuperación de los costos de una película de esta magnitud de presupuesto no parece viable. Por el contrario, una película de presupuesto intermedio, por ejemplo 2.849 millones de pesos, que obtenga todos estos ingresos estaría en capacidad de recuperar los costos y tener un excedente de cerca de 1.678 millones de pesos. Una película de presupuesto bajo (\$1.899 millones), recuperaría la inversión y tendría un excedente de 2.369 millones de pesos.

Cuadro 17

Recuperación con ingresos máximos*

	Presupuesto bajo		Presupuesto intermedio		Presupuesto alto	
	1.300	1.899	1.900	2.849	2.850	6.400
Taquilla						
Máximo (1.100.000 espectadores)	<u>2.200</u>	<u>2.200</u>	<u>2.200</u>	<u>2.200</u>	<u>2.200</u>	<u>2.200</u>
Promedio (300.000 espectadores)	600	600	600	600	600	600
Convocatorias FDC						
Guión	17	17	17	17	17	17
Producción	280	280	280	280	280	280
Postproducción	120	120	120	120	120	120
Promoción	100	100	100	100	100	100
Total	517	517	517	517	517	517
Incentivos tributarios						
Inversión mínima	280	280	16	16	530	530
Inversión máxima	610	610	1240	1240	2338	2338
Inversión promedio	440	440	750	750	1378	1378
Beneficio tributario						
(41,1% de la inversión)	<u>115</u>	<u>251</u>	<u>7</u>	<u>510</u>	<u>218</u>	<u>961</u>

	Presupuesto bajo		Presupuesto intermedio		Presupuesto alto	
	1.300	1.899	1.900	2.849	2.850	6.400
Ventas internacionales						
Máximo	600	600	600	600	600	600
Promedio	200	200	200	200	200	200
Fondos internacionales						
Ibermedia						
Promedio	200	200	200	200	200	200
Máximo	300	300	300	300	300	300
Otros fondos**						
Promedio	150	150	150	150	150	150
Máximo	300	300	300	300	300	300
Product Placement						
Promedio	100	100	100	100	100	100
Total Ingresos	4.132	4.268	4.024	4.527	4.235	4.978
Ingresos - Costos	2.832	2.369	2.124	1.678	1.385	-1.422

* Cifras en millones de pesos excepto cuando se indiquen otras monedas.

** Corresponde al promedio otorgado por los siguientes fondos para largometrajes de ficción: World Cinema Fund, Fond Sud, etc.

Dado que no siempre las películas ganan todas las convocatorias del FDC, ni tienen acceso a todos los fondos internacionales y, más importante aún, dado que no hay una fórmula infalible para garantizar una taquilla de 1.100.000 espectadores, se planteó un segundo escenario, más realista, en el cual se calcula la diferencia entre los costos de cada rango de película y los ingresos promedio o mínimo.

En este caso los ingresos están dados por:

- Tener una taquilla promedio de \$600.000 millones de pesos correspondientes a 300.000 espectadores.³
- Ganar la convocatoria del FDC para la categoría de producción y postproducción (en el 2009 esto equivale a \$400 millones de pesos).

3 Corresponde al número promedio de espectadores entre 2004 y 2008 excluyendo alrededor del 30% de las películas menos taquilleras de cada año. El promedio incluyendo el 30% de las películas menos taquilleras cada año es 200.000 espectadores.

- Obtener el beneficio tributario correspondiente al promedio de inversión que ha obtenido una película en cada rango de presupuesto desde la creación de la Ley.⁴
- Obtener los recursos promedio de Ibermedia (cerca de \$200 millones).
- Lograr unas ventas internacionales promedio, que, según los comentarios de los productores, podrían ascender a \$200 millones de pesos.
- No obtener ingresos por *product placement*.

4 Las cifras corresponden a las 12 películas cuyos presupuestos fueron analizados.

Bajo este escenario, el déficit de una película de costo máximo de 6.400 millones de pesos ascendería a 4.434 millones de pesos. Una película de presupuesto intermedio (2.849 millones de pesos), tendría una diferencia entre costos e ingresos negativa por cerca de 1.141 millones de pesos. Y una película de presupuesto bajo (1.899 millones de pesos) tendría un déficit de 318 millones de pesos.

El único caso en el cual una película podría recuperar la inversión bajo estas circunstancias, es si esta tuvo un costo bajo (cerca de \$1.300 millones) y un beneficio tributario cercano a \$180 millones (que corresponde al promedio de inversión para una película de presupuesto bajo, \$440 millones). En una situación como esta la recuperación asciende a \$281 millones de pesos.

Así, bajo condiciones realistas, y teniendo en cuenta las tendencias del mercado y las fuentes de ingreso más utilizadas por los productores colombianos, es claro que, tal como se están financiando las películas actualmente y como están planteados los mecanismos de recuperación, la viabilidad financiera de las películas colombianas es baja y en algunos casos nula (para las películas de presupuestos más altos).

Recuperación con ingresos promedio o bajos*

	Presupuesto bajo		Presupuesto intermedio		Presupuesto alto	
	1.300	1.899	1.900	2.849	2.850	6.400
Taquilla						
Máximo (1.100.000 espectadores)	2.200	2.200	2.200	2.200	2.200	2.200
Promedio (300.000 espectadores)	600	600	<u>600</u>	<u>600</u>	<u>600</u>	<u>600</u>
Convocatorias FDC						
Guión	17	17	17	17	17	17
Producción	280	<u>280</u>	<u>280</u>	<u>280</u>	<u>280</u>	<u>280</u>
Postproducción	<u>120</u>	<u>120</u>	<u>120</u>	<u>120</u>	<u>120</u>	<u>120</u>
Promoción	100	100	100	100	100	100
Total	517	517	517	517	517	517
Incentivos tributarios						
Inversión mínima	280	280	16	16	530	530
Inversión máxima	610	610	1240	1240	2.338	2.338
Inversión promedio	440	440	750	750	1.378	1.378
Beneficio tributario						
(41,1% de la inversión)	<u>181</u>	<u>181</u>	<u>308</u>	<u>308</u>	<u>566</u>	<u>566</u>
Ventas internacionales						
Máximo	600	600	600	600	600	600
Promedio	<u>200</u>	<u>200</u>	<u>200</u>	<u>200</u>	<u>200</u>	<u>200</u>
Fondos internacionales						
Ibermedia						
Promedio	<u>200</u>	<u>200</u>	<u>200</u>	<u>200</u>	<u>200</u>	<u>200</u>
Máximo	300	300	300	300	300	300
Otros fondos**						
Promedio	150	150	150	150	150	150
Máximo	300	300	300	300	300	300

	Presupuesto bajo		Presupuesto intermedio		Presupuesto alto	
	1.300	1.899	1.900	2.849	2.850	6.400
Product Placement						
Promedio	100	100	100	100	100	100
Total Ingresos	1.581	1.581	1.708	1.708	1.966	1.966
Ingresos - Costos	281	-318	-192	-1141	-884	-4.434

* Cifras en millones de pesos excepto que se indique lo contrario

** Corresponde al promedio otorgado por los siguientes fondos para largometrajes de ficción: World Cinema Fund, Fond Sud, etc.

4. Conclusiones y recomendaciones.....

La Ley del Cine colombiana ha tenido resultados muy positivos en sus primeros cinco años de vigencia. En ese lapso han mejorado sustancialmente indicadores fundamentales del sector como la cantidad de películas producidas y estrenadas cada año; el número de espectadores de cintas colombianas y su participación sobre el total de espectadores del país; y la presencia internacional del cine colombiano, tanto en festivales como en las agendas de fondos internacionales de financiación de cine. A pesar de estos logros, existen motivos de preocupación acerca de la sostenibilidad del sector, en la medida en que sus fuentes más importantes de financiación y recuperación aún son frágiles e inestables.

Las cifras analizadas en este estudio para el período de vigencia de la Ley muestran que no es posible financiar una película de presupuesto medio o alto sin una participación importante de inversionistas. Fuentes como las convocatorias del FDC, los premios internacionales o las preventas apenas alcanzan para cubrir la financiación de películas de bajo presupuesto. Esta situación se agrava si se tiene en cuenta que los recursos del FDC son cada vez más insuficientes para atender las necesidades del sector y son vulnerables al efecto de la desaceleración económica sobre la taquilla nacional, y considerando además que muchos productores colombianos aún no han explorado el camino que hay que recorrer para optar por premios y recursos de fondos internacionales. La limitación financiera del FDC no es una consideración menor, teniendo en cuenta que esa es la fuente primordial de recursos para una gran cantidad de actividades cinematográficas que no pueden (ni deben) depender de la posibilidad de encontrar respaldo en el mercado, como son, por ejemplo, la producción de documentales y cortometrajes, y ciertos aspectos de la formación.

La dependencia de los recursos de inversionistas para poder financiar películas de presupuestos medios o altos ofrece un balance mixto. Por un lado, es razonable que el sector cinematográfico de un país como Colombia dependa en parte de los aportes de inversionistas privados que están esperando obtener el retorno a su inversión. Las restricciones fiscales de un país como el nuestro imposibilitan que el Estado respalde el valor total de los proyectos cinematográficos que se producen en el país. En ese sentido es muy llamativo el incremento que se ha registrado en los últimos años de los montos invertidos por agentes privados en el cine colombiano.

Por otro lado, la concurrencia de esos inversionistas al negocio del cine colombiano es endeble e incierta. Si bien cada persona que invierte en cine colombiano tiene garantizada la recuperación de un poco más de 40% de

sus recursos por la vía de incentivos tributarios (al poder descontar de su renta gravable 125% del monto invertido), el resto de su recuperación depende de los resultados que la película obtenga en taquilla, tanto en el mercado nacional (principalmente) como en el internacional (que aún está en un estado de desarrollo incipiente, por decir lo menos). Las cifras analizadas en este estudio no ofrecen un panorama muy alentador acerca de los resultados para los inversionistas, en la medida en que alrededor de las dos terceras partes de los proyectos producidos bajo la vigencia de la Ley no han recuperado su inversión. Las perspectivas futuras pueden ser aún más complejas si se tiene en cuenta que el cine colombiano parece haber encontrado un techo en su participación en el mercado nacional (alrededor de 10% de la taquilla total), que esa tajada del mercado cada vez es disputada por más películas colombianas, y que además la taquilla de películas colombianas se encuentra amenazada por el avance de nuevas tecnologías para ver cine y por la desaceleración económica.

Las inquietudes que existen sobre el futuro de la concurrencia de los inversionistas y la recuperación por taquilla en el mercado nacional implican que, si bien un proyecto de presupuesto bajo se puede adelantar con un nivel de certeza razonable, las producciones de presupuestos medios o altos enfrentan un panorama cada vez más incierto. Aunque esta circunstancia podría llevar a concluir que el cine colombiano debería adecuarse a las restricciones de bajos presupuestos, existen al menos dos razones de peso para concluir que esa no puede ser una salida. En primer lugar, los costos de hacer cine en Colombia son relativamente altos, por factores de mercado como la escasa oferta de cierta clase de técnicos especializados cuyas fuentes alternativas de trabajo e ingreso son la televisión y la publicidad, dos industrias desarrolladas que pagan remuneraciones comparativamente altas. En segundo término, la reducción indiscriminada de costos en muchos casos puede atentar contra el potencial de recuperación de

una película. Aunque no existe una fórmula infalible para garantizar el éxito económico de una cinta, las percepciones de los productores consultados para este estudio y la experiencia internacional muestran que hay rubros onerosos del presupuesto de una película que no se pueden reducir sustancialmente sin poner en riesgo su potencial de recuperación, como es el caso de un buen elenco y de los gastos de promoción.

La conciencia sobre la importancia de la promoción de una película ha coincidido con el creciente interés de los canales de televisión privados de participar como inversionistas en el negocio del cine. Aunque varias de las películas producidas bajo la vigencia de la Ley del Cine no han tenido ningún vínculo con la televisión, muchas otras sí han tenido lazos con los canales, ya sea como prestadores del servicio de promoción en sus espacios, como inversionistas, o en ambas condiciones. En este contexto, la relación entre el cine y la televisión en Colombia está adquiriendo diversas facetas. Si bien no existe acuerdo entre los productores entrevistados para este estudio acerca de la necesidad de contar con los canales para poder sacar adelante una película, existe una fuerte tendencia a que haya un acercamiento económico y empresarial entre la televisión y el cine en Colombia. Ese camino ya ha sido recorrido con éxito por cinematografías maduras como las de los países europeos, donde los canales de televisión se cuentan entre los principales inversionistas de cine. Sin embargo, en el caso colombiano existen inquietudes razonables entre los productores sobre temas como la potencial “telenovelización” del cine colombiano, la elevación de los costos del sector con el aumento de escala de las producciones, y las desiguales condiciones de negociación entre los productores y los canales en cosas tan simples como el valor de los derechos de emisión de las películas. De cualquier manera, está claro que la relación entre el cine y la televisión en Colombia está entrando en una nueva etapa en la que ambos sectores pueden tener grandes

beneficios potenciales, pero que no está exenta de riesgos cuya magnitud aún es difícil dimensionar.

El balance presentado permite sugerir algunos ajustes puntuales a los mecanismos de la Ley, tendientes a encarar de mejor manera los riesgos que enfrenta la sostenibilidad del cine colombiano.

En primer término, es fundamental propiciar el estrechamiento de los lazos del cine colombiano con el entorno internacional. Si bien el estancamiento aparente del mercado colombiano no es una amenaza para producciones de bajo presupuesto, sí ofrece un panorama insuficiente para proyectos de presupuesto medio o alto. En ese sentido, conviene tomar medidas para facilitar el desarrollo de coproducciones, que permiten el acceso potencial a nuevos mercados y a otras fuentes de financiación para los proyectos. En la medida en que los proyectos internacionales suelen ser más costosos que los nacionales, para facilitar las coproducciones es necesario revisar los toques presupuestales que hoy existen para la calificación de un proyecto como película colombiana que pueda acceder a los beneficios de la Ley. Esa revisión debe ser gradual y no drástica, en la medida en que debe tener en cuenta que las coproducciones requieren un aprendizaje gradual y que además existen restricciones fiscales en el Estado colombiano que son insalvables. Adicionalmente, al definir los parámetros de los incentivos, las autoridades deberían distinguir entre las coproducciones que tiene un impacto significativo sobre la producción de cine en Colombia y aquellas que tienen un efecto apenas marginal, como son los proyectos que se desarrollan fuera del territorio colombiano y con la participación de pocos recursos humanos nacionales. Adicionalmente, para que el cine colombiano pueda aprovechar los recursos que ofrece el entorno internacional, se debe hacer una mayor difusión entre los productores colombianos de las oportunidades (y las restricciones) de los fondos internacionales, a partir de la

experiencia incipiente de algunas productoras colombianas en los últimos años.

En segundo término, es importante hacer algunos ajustes para maximizar el impacto de los certificados de inversión y, por ende, los estímulos a los inversionistas. Para que el uso de estos certificados sea más eficiente y atractivo, conviene ampliar el plazo de vigencia de los certificados más allá de un año, registrar los títulos en la Superfinanciera para que sean regulados como los demás títulos en el mercado, y buscar que su contabilización se reglamente de una manera sistemática y clara, para que no sea objeto de diferentes interpretaciones. Por otra parte, conviene desmaterializarlos con el fin de que se puedan transar electrónicamente. Adicionalmente, otro aspecto relacionado con la normatividad para los inversionistas que debería revisarse es la restricción que impide que el productor de una película sea a la vez inversionista de la misma; tras cinco años de aplicación de la Ley, no son claros los riesgos que esa restricción estaría evitando, pero sí los perjuicios que conlleva para los productores, que son motores de este sector pero no pueden recibir estos estímulos

Finalmente, conviene tomar dos medidas tendientes a fortalecer el impacto de las convocatorias del FDC en el desarrollo del sector. Por una parte, es prioritario superar la inestabilidad que conlleva el que los lineamientos de las convocatorias cambien cada vez que cambia la conformación del CNACC e incluso cada vez que llegan nuevos evaluadores de proyectos a cada proceso de evaluación. Los postulantes a las diferentes modalidades deberían tener una mayor certeza de cuáles son los parámetros de los proyectos que el Estado quiere promover con su política, para lo cual es necesario que ellos tengan un mínimo de estabilidad a lo largo del tiempo. Por último, es importante que el Estado busque fuentes complementarias de financiación para el FDC, pues sus recursos son muy vulnerables a la caída del ciclo económico. En este sentido, conviene

evaluar si las grandes sinergias que se visualizan entre el cine y la televisión constituyen una oportunidad para que esta segunda industria haga alguna clase de aporte al FDC, que sea proporcional a los beneficios que derive del cine colombiano

* * *

Anexo I

	Películas	Género	Época	Coproducciones	Grabaciones Interior / Exterior	Rodaje Bogotá / Otras ciudades	Formato	No. Copias	Nacionalidad Talento	Reconocimiento elenco
Mayor presupuesto a \$6.400 millones de pesos	1. Rosario Tijeras	1. Thriller	1. 1980's	1. España/México	1. Exterior	1. Medellín	1. 35mm	1. 80	1. EXT. (Unax Ugalde)	1. Flora Martínez/Manolo Cardona
	2. Paraíso travel	2. Drama	2. 2000's	2. Estados Unidos	2. Exterior	2. Bogotá	2. 35mm	2. 80	2. Ext. John Leguizamo	2. Margarita R. de Francisco
	3. El colombiano dream	3. Comedia	3. 2000's	3. No	3. Exterior	3. Girardot	3. 16mm	3. 60	3. Nacional	3. Ana María Orozco
	4. Satanás	4. Drama	4. 1990'0	4. México	4. Exterior	4. Bogotá	4. 35mm	4. 60	4. Nacional	4. Martina García
Presupuesto intermedio \$2.850-\$1.900 millones de pesos	1. Perro come perro	1. Thriller	1. 2000's	1. No	1. Exterior	1. Cali	1. HD	1. 80	1. Nacional	1. Marlon Moreno
	2. Yo soy otro	2. Ciencia ficción	2. 2002	2. No	2. Exterior	2. Cali	2. HD	2. 25	2. Nacional	2. Patricia Castañeda
	3. La historia del baúl rosado	3. Drama	3. 1945	3. México y España	3. Exterior	3. Bogotá	3. 16mm	3. 30	3. Nacional	3. Edgardo Román
	4. Al final de espectro	4. Terror	4. 2000's	4. No	4. Interior	4. Bogotá	4. HD	4. 80	4. Nacional	4. Noelle Shonwald/Kepe Amuchastegui

	Películas	Género	Época	Coproducciones	Grabaciones Interior / Exterior	Rodaje Bogotá / Otras ciudades	Formato	No. Copias	Nacionalidad Talento	Reconocimiento elenco
Menor presupuesto \$1.900-\$1.300 millones de pesos	1. Soñar no cuesta nada	1. Comedia	1. 2003	1. No	1. Exterior	1. Bogotá / Selva	1. 35mm	1. 70	1. Nacional	1. Juan S. Aragón/Verónica Orozco
	2. Bluff	2. Thriller/comedia	2. 2000's	2. No	2. Exterior	2. Afueras Bogotá	2. HD	2.20	2. Nacional	2. Víctor Mallarino/Catalina Aristizábal
	3. Mi abuelo, mi papá y yo	3. Comedia romántica	3. 2000's	3. No	3. Exterior	3. Bogotá	3. 35mm	3. 50	3. Nacional	3. Miguel Varoni/Patricia Hercole
	4. La pasión de Gabriel	4. Drama	4. 2000's	4. No	4. Exterior	4. Pereira y municipios aledaños	4. 16mm	4. ND	4. Nacional	4. No

Fuente: Fedesarrollo y Dirección de Cinematografía, Ministerio de Cultura.

