

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA
FACULTAD DE TURISMO Y MERCADOTECNIA**



**LA INDUSTRIA CINEMATOGRAFICA COMO FACTOR DE DESARROLLO
ECONÓMICO PARA TIJUANA**

**ESTUDIO DE CASO PARA OBTENER EL GRADO DE
MAESTRO EN ADMINISTRACIÓN**

PRESENTA

JAVIER ARMANDO ESPINOZA MEDINA

DIRECTOR DE TESIS:

MTRO. RAFAEL ULISES HERNÁNDEZ MAYORAL

Tijuana, Baja California

Junio 2015

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA
FACULTAD DE TURISMO Y MERCADOTECNIA
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN

MTRO. RICARDO VERJÁN QUIÑONES
DIRECTOR
PRESENTE.

Reciba usted saludos cordiales a través de éste conducto, y sirva a su vez para notificarle que hago constar la emisión de mi **VOTO APROBATORIO** en relación al documento: "La Industria Cinematográfica Como Factor de Desarrollo Económico Para Tijuana"; el cual es presentado por el C. **JAVIER ARMANDO ESPINOZA MEDINA**, como trabajo terminal para la obtención del grado de MAESTRO EN ADMINISTRACIÓN.

La presentación del mencionado documento se enmarca dentro del **Programa de Posgrado de Maestría en Administración**, el cual es impartido en la unidad académica que usted dignamente representa, y es entregado con la finalidad de la consecuente titulación del aspirante al grado en cuestión.

Sin otro particular por el momento, me despido de usted quedando a sus apreciables órdenes para cualquier duda o aclaración al respecto.

ATENTAMENTE,
"POR LA REALIZACIÓN PLENA DEL HOMBRE"
Tijuana, Baja California, a 15 de Junio de 10015.


MTRO. RAFAEL ULISES HERNANDEZ MAYORAL
DIRECTOR DE TESIS

c.e.p. Dr. José Gabriel Ruiz Andrade. Coordinador de Posgrado e Investigación.
c.e.p. Dra. Ma. Cruz Lozano Ramirez.- Presidente del Comité de Estudios de Posgrado.
c.e.p. Interesado
c.e.p. Expediente

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA
FACULTAD DE TURISMO Y MERCADOTECNIA
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN


MTRO. RICARDO VERJÁN QUIÑONES
DIRECTOR
PRESENTE.

Reciba usted saludos cordiales a través de éste conducto, y sirva a su vez para notificarle que hago constar la emisión de mi **VOTO APROBATORIO** en relación al documento: "La Industria Cinematográfica Como Factor de Desarrollo Económico Para Tijuana"; el cual es presentado por el C. **JAVIER ARMANDO ESPINOZA MEDINA**, como trabajo terminal para la obtención del grado de MAESTRO EN ADMINISTRACIÓN.

La presentación del mencionado documento se enmarca dentro del **Programa de Posgrado de Maestría en Administración**, el cual es impartido en la unidad académica que usted dignamente representa, y es entregado con la finalidad de la consecuente titulación del aspirante al grado en cuestión.

Sin otro particular por el momento, me despido de usted quedando a sus apreciables órdenes para cualquier duda o aclaración al respecto.

ATENTAMENTE,
"POR LA REALIZACIÓN PLENA DEL HOMBRE"
Tijuana, Baja California, a 15 de Junio de 10015.


DR. JORGE CARLOS MORGAN MEDINA
LECTOR DE TESIS

c.e.p. Dr. José Gabriel Ruiz Andrade. Coordinador de Posgrado e Investigación.
c.e.p. Dra. Ma. Cruz Lozano Ramirez.- Presidente del Comité de Estudios de Posgrado.
c.e.p. Interesado
c.e.p. Expediente

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA
FACULTAD DE TURISMO Y MERCADOTECNIA
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN

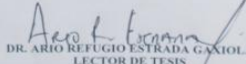
MTRO. RICARDO VERJÁN QUIÑONES
DIRECTOR
PRESENTE.

Reciba usted saludos cordiales a través de éste conducto, y sirva a su vez para notificarle que hago constar la emisión de mi **VOTO APROBATORIO** en relación al documento: "La Industria Cinematográfica Como Factor de Desarrollo Económico Para Tijuana"; el cual es presentado por el C. **JAVIER ARMANDO ESPINOZA MEDINA**, como trabajo terminal para la obtención del grado de MAESTRO EN ADMINISTRACIÓN.

La presentación del mencionado documento se enmarca dentro del **Programa de Posgrado de Maestría en Administración**, el cual es impartido en la unidad académica que usted dignamente representa, y es entregado con la finalidad de la consecuente titulación del aspirante al grado en cuestión.

Sin otro particular por el momento, me despido de usted quedando a sus apreciables órdenes para cualquier duda o aclaración al respecto.

ATENTAMENTE,
"POR LA REALIZACIÓN PLENA DEL HOMBRE"
Tijuana, Baja California, a 15 de Junio de 10015.


DR. ARIO REFUGIO ESTRADA GAXIOLA
LECTOR DE TESIS

c.e.p. Dr. José Gabriel Ruiz Andrade. Coordinador de Posgrado e Investigación.
c.e.p. Dra. Ma. Cruz Lozano Ramirez.- Presidente del Comité de Estudios de Posgrado.
c.e.p. Interesado
c.e.p. Expediente

AGRADECIMIENTOS

A TODOS,

los que me ayudaron a entender los contenidos de esta maestría, a los que me ayudaron con las tareas, a los que estuvieron pendientes de mi progreso.

A HUGO,

que sin esperarlo vivió conmigo paso a paso de este proceso y que lo único que hizo fue apoyarme y levantarme la moral cada vez que las cosas se ponían difíciles, sin tu apoyo no lo hubiera logrado.

AL RESTO,

y la música que me acompañó en el viaje, gracias.

DEDICATORIAS

A DIOS,

porque siempre me reconforta saber que hay algo más ahí afuera,
algo que no puedo ver, pero puedo sentir.

.

A HUGO,

esta maestría, este trabajo y lo que derive de el, es producto de nuestra dedicación
pero sobre todo de tu apoyo. Todo está dedicado a ti.

ÍNDICE DE CONTENIDO

	Pag
AGRADECIMIENTOS.....	iii
DEDICATORIAS.....	iv
ÍNDICE DE CONTENIDO.....	v
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN	
I. INTRODUCCIÓN.....	8
I.1 Planteamiento del problema.....	10
I.2 Objetivo general.....	12
I.3 Objetivos específicos.....	12
I.4 Justificación del estudio.....	13
I.5 Hipótesis.....	15
I.6 MARCO CONCEPTUAL.....	15
I.6.1 La industria cinematográfica.....	16
I.6.2 La industria cinematográfica en México.....	17
I.6.3 La industria cinematográfica en Baja California.....	18
I.6.4 La industria cinematográfica en Tijuana.....	19
CAPÍTULO II: MÉTODO	
II.1 Método.....	21
II.1.1 Encuesta.....	22
Imagen 1. Cuestionario. La industria cinematográfica como factor de desarrollo económico para Tijuana. (P1).....	23
Imagen 2. Cuestionario. La industria cinematográfica como factor de desarrollo económico para Tijuana. (P2).....	24
Imagen 3. Cuestionario. La industria cinematográfica como factor de desarrollo económico para Tijuana. (P3).....	25
Imagen 4. Cuestionario. La industria cinematográfica como factor de desarrollo económico para Tijuana. (P4).....	26
II.2 Entrevista a profundidad.....	26
Imagen 5. Técnica de recolección de datos. Entrevista.....	27
CAPÍTULO III: RESULTADOS	
III. Resultados.....	29
III.1 Geografía empresarial.....	29
III.2 Experiencia en el campo audiovisual.....	33
III.3 Conocimiento de incentivos y apoyos.....	34
III.4 Servicios en Tijuana.....	37
III.5 Experiencias y apreciaciones sobre la industria.....	39
III.6 Propuestas y características de la ciudad de Tijuana.....	41

III.6 Entrevistas a profundidad.....	42
III.6.1 Análisis del contenido de las entrevistas. . .	45
CAPÍTULO IV: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	
IV.1 Conclusiones.....	47
IV.2 Recomendaciones.....	48
IV.3 Discusión.....	51
CAPÍTULO V: REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	
V. Referencias bibliográficas.....	54
ANEXOS: INSTRUMENTOS DE MEDICIÓN	
1. Instrumentos de Medición.....	57

CAPÍTULO I:
INTRODUCCIÓN

I. INTRODUCCIÓN

De acuerdo a lo expuesto por Conrado Acevedo, Presidente del Clúster Cinematográfico de Baja California, Tijuana ha representado un destino para filmaciones desde 1935, cuando el estudio Warner Brothers produce “*A Caliente*”, una película que tuvo como locación el Hotel Casino de Agua Caliente. El descubrimiento de locaciones en el estado de Baja California, las cuales tienen como antecedente la filmación del Informe de Gobierno de Esteban Cantú en 1917, dieron pie a la creación de películas como “*Baja California*” (1925) y “*Raza de Bronce*” (1927), del director Rafael Corella, la primera en Mexicali y la segunda en Tijuana; aunado a la construcción del “Rancho Las Juntas” en Tecate a finales de la década de los setenta, con el fin de recrear pueblos “del oeste norteamericano”, hasta llegar a 1996, cuando los “Estudios Fox” se construyen en Rosarito para el desarrollo de la filmación de la película “*Titanic*”, a cargo de James Cameron (Acevedo, C.; 2011).

Los “Estudios Fox” en Rosarito (ahora “Estudios Baja”) representaron el empleo de más de mil personas durante la filmación de películas, siendo la más reciente “*All Is Lost*”, estrenada en Estados Unidos a finales de 2013 y que tuvo como protagonista al actor Robert Redford. La presencia de este actor le dio difusión a las ciudades de Rosarito y Tijuana, toda vez que la prensa internacional detalló parte de su itinerario por ambas ciudades. De acuerdo a lo expuesto por el Presidente de “Estudios Baja”, Kurt Honold, esta película representó una derrama económica para el estado de cinco millones de dólares moneda americana (Dibble, S.; 2012).

Previo a “*All Is Lost*”, “*Little Boy*” del director Alejandro Monteverde, en 2011 tuvo locaciones en Ensenada, Tecate, Rosarito y Tijuana, con un presupuesto de 27 millones de dólares moneda americana (Camacho, J.; 2012) y de los cuales cuatro fueron invertidos en Tijuana, donde se tuvo como locación la Casa de la Cultura. Para esta grabación, 1,500 extras fueron requeridos y se dio empleo a 500 personas.

El Gobernador del Estado de Baja California, Lic. Francisco Vega de la Madrid, anunció en un boletín de prensa a principios de 2014, con motivo de la filmación en el

estado de *“Desierto”* de Jonás Cuarón, que a través de la Comisión de Filmaciones, radicada en Tijuana y encabezada por el Lic. Gabriel del Valle Bórquez, con la que “se busca impulsar la derrama económica por concepto de producción cinematográfica y contribuir a la difusión de la buena imagen del Estado, así como la generación de empleos”. Vega también aseguró que el apoyo para este proyecto consistirá en el otorgamiento de facilidades y la procuración de las gestiones necesarias para la realización de este proyecto en los “escenarios bajacalifornianos”. Por su naturaleza, este proyecto no contará con locaciones en Tijuana.

A efecto de preparar a estudiantes interesados en dedicarse a la creación de proyectos cinematográficos, la Universidad de Tijuana presentó a finales de 2013 la Licenciatura en Cine y Producción Audiovisual (Periódico Frontera, 2013). Esta es la segunda escuela de preparación superior que ofrece esta carrera, después de la Universidad de la Californias Internacional (UDCI), quienes de acuerdo a René Castillo, director de la Licenciatura en Cinematografía de esta escuela, van por su quinta generación. Egresados de UDCI han participado de producciones cinematográficas provenientes de Estados Unidos e incluso ya tienen sus perfiles personalizados en sitios especializados como Internet Movie Data Base, que recolecta la información técnica y profesional de los involucrados en la creación de películas a nivel mundial desde 1990 (Daily Mail Reporter, 2010).

Aprovechando las locaciones con las que cuenta Baja California y explotando la proximidad que tiene Tijuana con Estados Unidos, existe una oportunidad de negocio y de desarrollo de industria para esta frontera. De acuerdo a datos proporcionados por la Secretaría de Desarrollo Económico del vigésimo Ayuntamiento de Tijuana, de 2011 a 2013 se generaron 2,427 empleos temporales con motivo de producciones audiovisuales en Tijuana, incluyendo largometrajes, cortometrajes, series de televisión, videoclips y anuncios publicitarios, lo que significó una derrama económica reportada superior a los seis millones de dólares moneda americana, esto con mínima promoción por parte de la Comisión de Gestión Fílmica de Tijuana. Esta derrama se ve reflejada

en insumos básicos de esta industria, como alimentación y hospedaje, además de que los visuales proyectados en pantalla promueven la imagen de Tijuana.

Esta investigación analizará los elementos con los que cuenta Tijuana para satisfacer la demanda que representa esta industria en cuestión de insumos, capital humano e infraestructura, además se revisará el apoyo que los tres niveles de Gobierno están dando para este rubro del desarrollo económico del país, ya que esta actividad podría convertirse en un proveedor natural de empleo y de satisfacción de necesidades familiares de la región.

I.1 Planteamiento del problema.

La industria cinematográfica ha tenido un comportamiento irregular en México. De acuerdo a los datos proporcionados por el Instituto Mexicano de Cinematografía 11.5 millones de mexicanos asistieron al cine en 2011, un descenso de casi dos millones comparándolo a la misma muestra en 2007. No obstante la producción cinematográfica va en aumento; en el mismo periodo (2006 a 2011) las producciones con apoyo del Estado han subido de 34 a 58. Lo anterior nos indica que se están ejerciendo los incentivos, en particular los prometidos a partir del periodo gubernamental del Presidente Felipe Calderón Hinojosa para estimular la producción en el país. Un ejemplo de estímulos es el FIDECINE (Fideicomiso de Apoyo a la Producción, Postproducción y Exhibición de Largometrajes), creado desde 2001 para apoyar proyectos con viabilidad comercial. Para 2011 se contó con un presupuesto de 100 millones de pesos, con un límite de 10 millones por proyecto. Y para otro tipo de cintas, como las autorales, experimentales, documentales, óperas primas y nuevas propuestas, existe el FOPROCINE (Fondo para la producción cinematográfica de calidad), el cual opera desde 1997 y en 2011 apoyó 24 proyectos con un monto de 79 millones de pesos en total.

En contraste con lo anterior, la inversión privada ha caído en un 60%, ya que de treinta largometrajes con capital privado en su totalidad en 2006, en 2011 se registraron

sólo nueve. La exhibición sigue siendo protagonizada por los estrenos extranjeros, con un contraste de 55 títulos del país en 2011 contra 260 provenientes de fuera de México. Esto no es un asunto menor, en 2006 sólo se estrenaron 33 títulos mexicanos de los 64 registrados como realizados (COFEMER, 2011).

La Comisión Federal de Mejora Regulatoria (COFEMER) afirma en su estudio “Efectos de la Regulación de la Industria Cinematográfica en México: Un Análisis Retrospectivo”, que México es la quinta nación con mayor número de entradas anuales al cine en el mundo, sólo superada por India, Estados Unidos, China y Francia. El mismo estudio asegura que los mexicanos ocupan el sexto lugar en asistencia al cine. Aunado a lo anterior, según COFEMER, la industria cinematográfica en México presenta un doble problema: el consumidor no conoce previamente si una película mexicana será de calidad; por otro lado, el problema de la oferta, ya que no es posible hacer estimaciones sobre el éxito que tendrá una producción, lo cual trae implicaciones en cuanto al financiamiento. Lo anterior impacta a la producción, distribución y exhibición.

De acuerdo al Anuario Estadístico, publicado por el Instituto Mexicano de Cinematografía (2010), el estado de Baja California tiene al menos 200 salas de exhibición y en ellas se presentan cinco festivales de cine, además de la programación normal de carteleras. En 2010 se crea la Ley para la Promoción, Fomento y Desarrollo de la Industria Cinematográfica Audiovisual del Estado, la cual es publicada el 20 de Septiembre. Esta Ley indica, en la fracción I de su artículo 7, que sus atribuciones serán formular y coordinar las acciones y políticas orientadas a atender y desarrollar el sector, mejorar la infraestructura cinematográfica y audiovisual, y los servicios públicos que oferta el Estado a esta industria. Asimismo, en la fracción II de dicho artículo se establece que se difundirá a nivel nacional e internacional los atractivos turísticos, sitios históricos, bellezas naturales, localidades y ciudades del Estado para que sean aprovechados para la producción de proyectos cinematográficos o audiovisuales. En la fracción tercera probablemente venga la parte más socorrida por posibles inversionistas en convenciones internacionales, ya que sostiene que promoverá y gestionará ante autoridades de los tres órdenes de Gobierno y organismos

internacionales el otorgamiento de apoyos, incentivos, estímulos financieros, materiales operativos, logísticos y técnicos que contribuyan a desarrollar el sector y a mejorar la infraestructura cinematográfica audiovisual de Baja California.

La presente investigación servirá para dar a conocer la relevancia de la industria cinematográfica para el desarrollo económico y turístico de Tijuana. La mayoría de los estados de México tienen una oficina de Gestión Cinematográfica que permite a los productores de películas (y otros proyectos de la misma índole) tener información de primera mano sobre las facilidades que se ofrecen en el territorio para su filmación. Hay estados que promueven apoyos económicos para que los proyectos se queden en sus confines, otros que solamente dan apoyos logísticos y algunos que no tienen la información específica para el apoyo cinematográfico pero lo justifican como una actividad turística.

A través de la recopilación de experiencia de algunos de los participantes de diversas iniciativas para promover Tijuana como un destino óptimo para la realización de proyectos fílmicos, se determinará por qué no se ha constituido en la región a la industria fílmica como una actividad de importancia para el desarrollo económico; asimismo, se analizará el efecto que tiene la imagen de Tijuana en el exterior, específicamente en el área sur de Estados Unidos, lugar donde se congrega un sector importante de productores y posibles inversionistas de este tipo de proyectos.

I.2 Objetivo General:

Evaluar la factibilidad para que la industria cinematográfica se considere como un factor de desarrollo económico para Tijuana.

I.3 Objetivos Específicos:

1. Describir la demanda asociada para la producción de la industria cinematográfica.

2. Explicar cuál es el recurso con el que cuenta Tijuana para ser promovida como un destino para filmaciones.
3. Analizar la postura de los tres niveles de Gobierno en relación a los apoyos institucionales a este rubro de la economía.
4. Valorar la infraestructura, los insumos y el capital humano existente en Tijuana, relacionados a la industria cinematográfica.

I.4 Justificación del Estudio:

La presente investigación servirá para dar a conocer la relevancia de la industria cinematográfica para el desarrollo económico y turístico de Tijuana. La mayoría de los estados de México tienen una oficina de Gestión Cinematográfica que permite a los productores de películas y otros proyectos tener una información de primera mano sobre las facilidades que se ofrecen en el territorio para su filmación. Hay estados que promueven apoyos económicos para que los proyectos se queden en sus confines, otros que solamente dan apoyos logísticos y algunos que no tienen la información específica para el apoyo cinematográfico pero lo justifican como una actividad turística.

Los beneficiados de esta investigación serán aquellos que quieran conocer sobre las ventajas de instalar oficinas de gestión fílmica en la región. De la misma forma puede utilizarse la presente para tomar datos bibliográficos y justificar el incremento de apoyos para dar mejores incentivos a los productores que los exigen para decidir en dónde realizarán su próximo proyecto. En un sector muy competitivo a nivel mundial, debemos ser extremadamente atractivos para que la derrama económica que generan las filmaciones quede en la región y una buena selección de incentivos (económicos, logísticos, turísticos, etc.) pueden ser una buena herramienta de promoción.

Desde el año 2000 se cuenta en la Secretaría de Turismo del Gobierno del Estado con una Comisión de Filmaciones, la cual se encarga de darle seguimiento a las solicitudes de apoyo para filmación en el estado. Al año siguiente se instala por

primera vez la Jefatura de Gestión Fílmica en el Ayuntamiento de Tijuana, la cual no fue tomada en consideración para la siguiente administración municipal como una unidad autónoma, ya que se le dio seguimiento a los proyectos que se presentaban, pero como parte de otras actividades de la Dirección de Relaciones Públicas. En 2008 se presentó la iniciativa para crear la Ley de Cinematografía Estatal en el Congreso del Estado de Baja California por parte de la Diputada Edna Pérez Corona y tres años más tarde se tendría listo el Reglamento para su funcionamiento, (Olivas, B.; 2010). Dos años después se dio a conocer un incentivo a nivel nacional, mismo que fue anunciado en las instalaciones de los Estudios Fox de la vecina ciudad de Rosarito por el Presidente Felipe Calderón Hinojosa, mediante el cual se haría un reembolso de hasta 7.5% de la inversión total realizada en territorio mexicano (El Economista, 2010).

Se tenía considerado presentar una iniciativa ante las autoridades estatales, específicamente ante el Gobernador del Estado, para promover la creación de un estímulo estatal y de esta forma atacar al mercado con una unión de incentivos que elevaría la competitividad de la región. Esta iniciativa sería presentada por el Consejo Consultivo de Cinematografía, mismo que fue instalado en 2011 como parte de lo establecido por la Ley de Cinematografía. Por varias razones, no se presentó dicha propuesta y las sesiones del Consejo fueron suspendidas por falta de convocatoria.

Actualmente se cuenta en el municipio con formatos de medición de proyectos cinematográficos, denominados Solicitud de Gestión Fílmica, a través de la Secretaría de Desarrollo Económico del Ayuntamiento de Tijuana, con lo cual se ha medido la actividad cinematográfica oficial en Tijuana de 2011 a 2013. Se denomina oficial aquella empresa que acude a dar sus datos para cuestión de control, ya que en la ciudad también se da el caso de grabaciones clandestinas que promueven una imagen negativa o hacen apología del delito; en estos últimos casos no se tiene un registro fidedigno.

Esta investigación reunirá la opinión de expertos trabajadores “del séptimo arte” en la región, además de aquellos que se ven beneficiados de la ocupación hotelera y el consumo de servicios de alimentación, sin dejar de mencionar el “crew” que incluye auxiliares, iluminadores, maquillistas, continuistas, obreros, etc. Mismos que han hecho

su carrera en la región. De la misma forma se tocará el efecto que tuvo la filmación de “*Titanic*”, una de las películas más taquilleras de la historia y que en 1996 dio empleo a miles de personas de todo el estado, muchos de los cuales siguen trabajando en este rubro de la industria.

I.5 HIPÓTESIS

Para el objeto de esta investigación se maneja la hipótesis de que Tijuana se puede posicionar como un destino óptimo para el desarrollo de la industria cinematográfica, logrando integrar elementos de infraestructura, apoyos gubernamentales y de capital humano.

I.6 MARCO CONCEPTUAL

Desde su primera presentación pública, las proyecciones de cine has sido una atracción constante para el mundo, y de forma cronológica ha tenido una evolución natural, ideológica y tecnológica, sin dejar de lado el negocio en que se ha convertido, sobre todo para Estados Unidos, que han hecho del descubrimiento de los hermanos Lumière, una industria redituable para los involucrados incluyendo a inversionistas, equipo de producción, actores y distribuidores, por mencionar algunos.

En México paulatinamente se está demostrando que también puede generar dividendos, sobre todo con la difusión que se logra con cintas realizadas en su territorio; “*Titanic*”, una de las películas más taquilleras de la historia, fue filmada en Baja California y detonó la economía en las ciudades de Rosarito y Tijuana. Se construyeron los “Estudios Fox”, que incluyen en sus instalaciones el tanque para grabación en agua considerado como el más grande del mundo, el cual ha sido utilizado para filmar más películas.

I.6.1 La industria cinematográfica:

A partir de las primeras películas de los hermanos Lumière, y del fenómeno progresivo que generaron se inició y desarrolló la conciencia de que el cine podía llegar a ser una enorme industria, capaz de mover dinero y grandes intereses. (Enciclopedia Larousse del Estudiante, 2000). Los años que precedieron a la Primera Guerra Mundial fueron de afirmación del cine europeo, principalmente del francés, danés, sueco e italiano.

Según esta misma fuente, se abrieron nuevas salas que llevaron el cine al mismo nivel del teatro, transformándolo de una atracción popular, en un espectáculo burgués. En Francia, el productor Charles Pathé le dio un gran impulso al cine. La MPPC (Motion Picture Patents Company), congregaba a todas las grandes casas de producción y distribución mundial, desde la francesa Pathé hasta la estadounidense Vitagraph, controlando el mercado, situación que obligó a un grupo de realizadores y camarógrafos independientes a reunirse en Hollywood, trasladando así el epicentro de la industria cinematográfica de Nueva York a California, abriendo el camino a lo que sería el sueño del gran cine norteamericano.

El *Estudio para el impacto económico de las realizaciones de producciones cinematográficas y audiovisuales en la economía de Baja California* (SECTURE, 2013) informa que en Australia la industria cinematográfica genera derrama económica de seis billones de dólares anuales y produce 49,000 empleos. En la República Popular China supera los 100 millones de Yuans, con 909,000 empleos anuales. En Nueva Zelanda, la derrama supera los tres millones de dólares y da 5,900 empleos. En Reino Unido supera los 5.4 billones de libras esterlinas, con 33,500 empleos. Según la Motion Picture Association of America (2014), en Brasil generó 110,000 empleos y generó 1.7 billones de dólares y 120,000 empleos indirectos en 2012, aumentando a ocho billones el siguiente año, representando un .57% del producto interno bruto del país.

I.6.2 La industria cinematográfica en México:

El inicio del cine mexicano coincide con la etapa estabilidad política posterior a la Revolución, materializada por el General Lázaro Cárdenas, ya que el desarrollo de las artes que tuvo lugar en la década de 1930 también alcanzó al cine (Silva, J.P.; 2011). Ocho años después, la industria cinematográfica era la más grande después de la industria petrolera y la comedia ranchera convirtió al país en el mayor exportador de películas entre los países latinoamericanos, según la misma fuente. El impulso a la producción también fue tomado por el presidente Manuel Ávila Camacho.

La industria cinematográfica en el país ha sido tomada en consideración por periodos esporádicos; para muestra lo que comenta Ángel Miquel en la compilación “Horizontes del Segundo Siglo” (1998) al asegurar que se ha perdido un 90% de los largometrajes de ficción y documentales filmados en México entre 1917 y 1929, por lo que nuestro conocimiento de los proyectos de cine de esa época tienen fundamento únicamente en la información incluida en periódicos y revistas. No obstante lo anterior, Miquel asegura que tenemos una buena historiografía del cine mexicano, ya que contamos con un creciente interés por parte de historiadores que han publicado una variedad de temas, incluyendo el periodo mudo y el sonoro, además del trabajo de varios directores, siendo Luis Buñuel el más referido.

En 2014, de acuerdo a lo informado por el *Anuario Estadístico de Cine Mexicano*, en México se produjeron 130 películas, con un costo promedio de 20 millones de pesos cada una. La coproducción internacional se efectuó con 19 países, lo cual fue un incremento de 5% respecto al año anterior. La misma fuente refiere que únicamente en 1959 se produjeron más películas en el país (135), y con esto México se ubica entre los veinte con mayor producción cinematográfica a nivel internacional, siendo el tercer lugar a nivel Latinoamérica. El 80% de la producción anual fue apoyada a través de diferentes estímulos, como el Fondo para la Producción Cinematográfica de Calidad (Foprocine), el Fondo de Inversión y Estímulos al Cine (Fidecine), el Estímulo Fiscal a la Producción y Distribución Cinematográfica Nacional (Eficine), lo cual significó una inversión de 810 millones de pesos. De 1999 a 2014, el Estado ha apoyado un 70% de las películas que se producen en el país (IMCINE, 2014).

El citado anuario indica que los ingresos en salas de cine comercial alcanzaron los once mil doscientos treinta y siete millones de pesos (aproximadamente ochocientos treinta y dos millones de dólares), lo que significó una disminución del 5% respecto del año anterior, pero superior a la cifra de 2012 y un 25% superior al 2010 (IMCINE, 2014).

I.6.3 La industria cinematográfica en Baja California:

Según el investigador Gustavo Trujillo Muñoz en su publicación “Tan Cerca de Hollywood: Cine, televisión y video en Baja California” (2009), los primeros datos de la presencia del cine en el estado de Baja California se localizan en el puerto de Ensenada, argumentando también que la aparición de aparatos para ver imágenes en movimiento fue un fenómeno que llegó a la par de los canales del riego, el automóvil, el fonógrafo y la electricidad.

De acuerdo a lo expuesto por Conrado Acevedo, Presidente del Clúster Cinematográfico de Baja California, Tijuana ha representado un destino para filmaciones desde 1935, cuando el estudio Warner Brothers produce “*A Caliente*”, una película que tuvo como locación el Hotel Casino de Agua Caliente. El descubrimiento de locaciones en el estado de Baja California, las cuales tienen como antecedente la filmación del Informe de Gobierno de Esteban Cantú en 1917, dieron pie a la creación de películas como “*Baja California*” (1925) y “*Raza de Bronce*” (1927), del director Rafael Corella, la primera en Mexicali y la segunda en Tijuana; aunado a la construcción del “Rancho Las Juntas” en Tecate a finales de la década de los setenta, con el fin de recrear pueblos “del oeste norteamericano”, hasta llegar a 1996, cuando los “Estudios Fox” se construyen en Rosarito para el desarrollo de la filmación de la película “*Titanic*”, a cargo de James Cameron que tuvo una derrama de 30 millones de dólares moneda americana en Baja California (Acevedo, C.; 2011). Esta cinta se hizo merecedora a 11 premios Oscar, y que de acuerdo al sitio Box Office Mojo recaudó más de 2 billones de dólares alrededor del mundo. Para dicha producción se construyó

un tanque que mide 200 metros de largo por 200 metros de ancho y 1 metro de profundidad, aunque tiene un área de 5 metros y otra de 12 metros para escenas donde se requiere mayor fondo (Periódico Infobaja, 2012); este tanto ha sido también utilizado en otras películas como *“Pearl Harbor”* y *“Capitán de Mar y Guerra”*, y es considerado como el más grande en el mundo. Después de un periodo de inactividad, a pesar de tener filmaciones sin agua, los estudios fueron vendidos por Fox y adquiridos por los empresarios José Galicot y Kurt Honold. Otras cintas filmadas en Rosarito incluyen *“Tomorrow Never Dies”*, *“In Dreams”*, *“Deep Blue Sea”*, *“The Weight of Water”*, *“Pearl Harbor”*, *“Jumper”* y *“All is Lost”*.

En 2014 se realizaron 78 producciones en Baja California, provocando una derrama económica de \$3,211,082 dólares, de acuerdo a lo indicado por la Comisión Estatal de Filmaciones del Estado.

I.6.4 La industria cinematográfica en Tijuana:

De acuerdo a datos proporcionados por la SEDETI, de 2011 a 2013 se generaron 2,427 empleos temporales con motivo de producciones audiovisuales en Tijuana, incluyendo largometrajes, cortometrajes, series de televisión, videoclips y anuncios publicitarios, lo que significó una derrama económica reportada superior a los seis millones de dólares moneda americana, con mínima promoción por parte de la Comisión de Gestión Fílmica de Tijuana, salvo la que representó acompañar a la Comisión Estatal de Filmaciones a “Location Expo” en Los Ángeles, California, Estados Unidos. Esta derrama se ve reflejada en insumos básicos de esta industria, como alimentación y hospedaje, además de que los visuales proyectados en pantalla promueven la imagen de Tijuana. En 2014, la derrama económica registrada fue de \$1,332,500.00 dólares.

Adicionalmente, la Universidad de las Californias Internacional, tiene un programa de estudios correspondiente a la licenciatura en cinematografía desde 2009 y para 2014 ha tenido un egreso de cuatro generaciones y contaba con 65 alumnos en su plantel.

CAPÍTULO II:

MÉTODO

II. MÉTODO

De acuerdo a lo expuesto por Berenice Ibañez Brambila en *Manual para la Elaboración de Tesis* (Trillas, 1995), los métodos de investigación más utilizados son científico, histórico, descriptivo, correlacional, casual comparativo y experimental. Para los fines de esta investigación, el método más adecuado será el descriptivo, en atención a lo siguiente:

“Implica la recolección de datos para probar hipótesis sobre el estado actual del tema en estudio. Los estudios descriptivos se dividen en dos grandes ramas: (a) autoinforme, y (b) observación. En el autoinforme se solicita información al utilizar cuestionarios, entrevistas o escalas de actitud; en la observación la información se tiene mediante observación directa. Las investigaciones de autoinforme incluyen: encuestas, estudios de desarrollo, estudios de seguimiento y estudios sociométricos. La observación, por su parte, se divide en participativa y no participativa. La observación no participativa, a su vez, se divide en observación naturalística, observación simulada, estudios de caso y análisis de contenido” (Ibañez, 1995, p. 35).

En atención a que en la investigación sobre “La industria cinematográfica como factor de desarrollo económico para la ciudad de Tijuana” se analizarán los recursos con los que cuenta la ciudad para ser promovida como un destino para filmaciones; esto incluye las posturas de los tres niveles de Gobierno y encontrar las similitudes entre ellas para que sirvan de sustento a la hipótesis de que sí se le puede considerar como un destino óptimo para el desarrollo de industria cinematográfica; asimismo, si la ciudad cuenta con la infraestructura, los insumos y el capital humano para soportar la demanda asociada a la cinematografía; por lo que se van realizar cuestionarios y entrevistas para tener información sobre el estado que guardan dichas posturas y elementos que integran la industria.

Se establecerán dos formas de recolección de datos: la entrevista en profundidad y la encuesta. La entrevista en profundidad es una técnica social que pone en comunicación directa cara a cara a un investigador/entrevistador y a un individuo entrevistado con el cual se establece una relación peculiar de conocimiento que es dialógica, espontánea, concentrada y de intensidad variable (Gainza, 2006). De

acuerdo al Centro de Investigaciones Sociológicas, una encuesta de una técnica de recogida de datos mediante la aplicación de un cuestionario a una muestra de individuos

. La entrevista en profundidad se le realizará a sujetos que estén involucrados en las diferentes etapas de producción cinematográfica y que radiquen en Tijuana y tengan experiencia trabajando en la ciudad; esto, para obtener información de primera mano sobre la forma de trabajo en la ciudad y la relación con los principales inversionistas (productores) y su opinión sobre las medidas que deberían aplicarse para crear industria en la ciudad. Sobre el cuestionario, se realizará censo sobre los insumos con los que cuenta Tijuana, relativos a la producción cinematográfica.

II.1 Instrumentos de medición

II.1.1 Encuesta

El instrumento de medición es un cuestionario dividido en dos partes, con siete preguntas iniciales para definir la geografía empresarial del encuestado; la segunda parte consiste en 17 preguntas con una escala tipo Likert con diversos puntos de alternativas de respuesta cerrada (1) si y (2) no, con una línea adicional para respuestas afirmativas, que permiten expandir en el comentario del entrevistado. Existen tres preguntas al final del cuestionario que son abiertas. Este instrumento fue utilizado para los trabajadores en medios audiovisuales incluidos en el Directorio de “Crew” de la Comisión Estatal de Filmaciones de Baja California, que incluye 26 rubros o áreas de especialidad, seleccionando de acuerdo a lo establecido en el *Estudio para el impacto económico de las realizaciones de producciones cinematográficas y audiovisuales en la economía de Baja California* (SECTURE, 2013), en donde se indican clasificaciones de involucrados en el proceso de producción, seleccionándose las siguientes: compañías productoras, servicios de locación, proveedores de equipo audiovisual, utilería, maquillaje y vestuario, constructores de sets y escenarios. Se consideró encuestar a dos representantes de cada rubro indicado, pero al encontrarse la mayoría de estos en el desarrollo de una producción de un largometraje en Santa

Rosalía, Baja California Sur, se decidió por otros sujetos del directorio en comento. El instrumento aplicado se presenta en las imágenes 1 a 4:



Cuestionario. La industria cinematográfica como factor de desarrollo económico para Tijuana

Justificación. Estamos realizando una investigación cuyo objetivo es evaluar la factibilidad para considera a la industria cinematográfica como un factor de desarrollo económico para Tijuana. Para ello, deseamos realizar una descripción de la demanda asociada para la producción de la industria, explicar cuál es el recurso con el que cuenta Tijuana para ser promovida como un destino para filmaciones. Asimismo, valorar la infraestructura, los insumos y el capital humano existente relacionado a la citada industria.

Dimensión. Geografía empresarial.	
1. Actividad económica.	
2. Numero de empleados.	
3. Edad.	
4. Denominación del puesto que desempeña.	
5. Antigüedad en el puesto.	
6. Género.	
7. Estado civil.	

Indicaciones
 Marque con un círculo la opción que considere correcta y expanda su respuesta en caso de se indique.

Pregunta	Sí	No
1.- ¿Ha trabajado en alguna producción audiovisual en 2014?	1	2

Pregunta	Experiencia Laboral	Formación Escolar
2.- ¿Qué tipo de preparación profesional tiene para trabajar en el campo audiovisual?	1	2

Pregunta	1 A 5 Años	5 A 10 Años	10 Años o Más
3.- ¿Cuanto tiempo de experiencia tiene de trabajar en el campo audiovisual?	1	2	3

Pregunta	Sí	No
4.- Ha tenido experiencia trabajando en medios audiovisuales fuera de la ciudad de Tijuana	1	2

Pregunta	Sí	No
5.- ¿Conoce si el Gobierno Federal otorga apoyos para incentivar a la industria cinematográfica?	1	2

En caso afirmativo mencione cuales conoce: _____

Imagen 1
Cuestionario. La industria cinematográfica como factor de desarrollo económico para Tijuana. (P1).
Fuente. Elaboración propia.



Pregunta	Si	No
6.- ¿Conoce si el Gobierno Estatal otorga apoyos para incentivar a la industria cinematográfica?	1	2

En caso afirmativo mencione cuales conoce: _____

Pregunta	Si	No
7.- ¿Conoce si el Gobierno Estatal otorga apoyos para incentivar a la industria cinematográfica?	1	2

En caso afirmativo mencione cuales conoce: _____

Pregunta	Si	No
8.- ¿Ha recibido apoyo de alguna entidad gubernamental para llevar a cabo una producción cinematográfica?	1	2

En caso afirmativo mencione cual: _____

Pregunta	Si	No
9.- ¿Conoce alguna oficina destinada para el apoyo a la industria cinematográfica ubicada en Tijuana?	1	2

Pregunta	Si	No
10.- ¿Conoce apoyos gubernamentales que se otorguen a la industria cinematográfica en otras partes del mundo?	1	2

En caso afirmativo mencione cuales: _____

Pregunta	Si	No
11.- ¿Conoce centro de estudios (o capacitación) para la industria cinematográfica en Tijuana?	1	2

En caso afirmativo mencione cual: _____

Imagen 2

Cuestionario. La industria cinematográfica como factor de desarrollo económico para Tijuana. (P2).
 Fuente. Elaboración propia.



Pregunta	Sí	No
12.- ¿Conoce estudios de grabación audiovisual ubicados en Tijuana?	1	2

En caso afirmativo mencione cual: _____

Pregunta	Sí	No
13.- ¿Conoce estudios de post producción ubicados en Tijuana?	1	2

En caso afirmativo mencione cual: _____

Pregunta	Sí	No
14.- Durante su labor en los medios audiovisuales ¿ha rentado equipo de producción en Tijuana?	1	2

Pregunta	Sí	No
15.- ¿Ha tenido experiencias negativas en la ciudad de Tijuana durante su labor en los medios audiovisuales?	1	2

En caso afirmativo mencione cual: _____

Pregunta	Sí	No
16.- ¿Ha participado con propuestas en iniciativas para incentivar la producción cinematográfica en Tijuana?	1	2

En caso afirmativo mencione cual: _____

Pregunta	Sí	No
17.- ¿Considera que existan aspectos de la ciudad que inhiban la inversión foránea para la industria cinematográfica?	1	2

En caso afirmativo mencione cuales: _____

Imagen 3

Cuestionario. La industria cinematográfica como factor de desarrollo económico para Tijuana. (P3).
 Fuente. Elaboración propia.



Pregunta
18.- En su opinión ¿en qué aspectos debería enfocarse una propuesta para que la ciudad de Tijuana se convierta en un destino de filmaciones?

Pregunta
19.- Mencione tres elementos indispensables para la realización de una producción cinematográfica en Tijuana.


Pregunta
20.- Enumere al menos tres características de la ciudad de Tijuana que puedan ser consideradas para promoverla como destino de filmaciones.

Imagen 4
Cuestionario. La industria cinematográfica como factor de desarrollo económico para Tijuana. (P4).
Fuente. Elaboración propia.

II.1.2 Entrevistas en profundidad

Se consideraron cinco entrevistas en profundidad, dos para funcionarios públicos, uno de nivel municipal y otro de nivel estatal, que actualmente se encuentran realizando gestiones relativas a la promoción fílmica y atención a producciones que llegan a Baja California para su desarrollo. Para el nivel municipal, se seleccionó a un representante de la Secretaría de Desarrollo Económico del Ayuntamiento de Tijuana (SEDETI), que es la dependencia enterada de este tema. Para el nivel estatal, se eligió al titular de la Comisión de Filmaciones de Baja California.

Igualmente se enlistó a tres representantes de organismos empresariales que se estima conocen de forma directa los beneficios de apoyar e incentivar al progreso de la industria cinematográfica en la región. Se optó por entrevistar a los titulares de la Cámara Nacional de la Industria de Restaurantes y Alimentos Condimentados (CANIRAC), la Cámara Nacional de Comercio (CANACO) y el Comité de Turismo y Convenciones de Tijuana (COTUCO), logrando concretar la entrevista a profundidad con CANIRAC y CANACO, ya que el titular de COTUCO no estuvo disponible para ser interrogado; por lo cual el total de entrevistas realizadas fue de cuatro.



Universidad Autónoma de Baja California
Facultad de Turismo y Mercadotecnia
La Industria Cinematográfica como Factor de Desarrollo para Tijuana

Técnica de recolección de datos. Entrevista.	
Título de la investigación	La Industria Cinematográfica como Factor de Desarrollo Económico para Tijuana
Sector económico	Promoción y desarrollo económico
Objetivo de la investigación	Evaluar la factibilidad para considerar a la industria cinematográfica como un factor de desarrollo económico para Tijuana
Justificación de la entrevista	La Comisión Estatal de Filmaciones, es la oficina encargada de la promoción de la ciudad para atracción de producciones cinematográficas.
Nombre del entrevistado	Lic. Gabriel Del Valle <u>Bórquez</u>
Posición laboral del entrevistado	Jefe del Departamento de la Comisión de Filmaciones de Baja California
Organismo / Dependencia en la que labora el entrevistado	Secretaría de Turismo de Baja California (SECTURE)
Fecha de la entrevista.	
Hora de la entrevista.	
Lugar de la entrevista	SECTURE
Nombre de quien realiza la Entrevista	Javier Espinoza
Desarrollo de la entrevista.	
Fase inicial.	
Introducción. <i>Evaluar la factibilidad para considerar a la industria cinematográfica como un factor de desarrollo económico para Tijuana.</i>	
Preguntas iniciales	
1.	¿Conoce la derrama económica que genera la producción audiovisual en Tijuana?
2.	¿Cuales apoyos otorga la dependencia a su cargo como incentivo de la industria cinematográfica?
Preguntas intermedias	
3.	¿Conoce los apoyos que otorga el Gobierno Federal para incentivar a la industria cinematográfica?
4.	¿Considera que existen aspectos de la ciudad que inhiban la inversión foránea para la industria cinematográfica?
Preguntas de cierre Fase final [Cierre de la Entrevista.]	
5.	En su opinión ¿en cuales aspectos debiera enfocarse una propuesta para que la ciudad de Tijuana se convierta en un destino de filmaciones?

Imagen 5
Técnica de recolección de datos. Entrevista.
Fuente. Elaboración propia.

CAPÍTULO III:

RESULTADOS

III. RESULTADOS

En este capítulo se presentará de forma gráfica los resultados obtenidos del análisis de las respuestas vertidas en las encuestas y las entrevistas realizadas en la ciudad de Tijuana (imágenes 1 a 5). Los apartados se han denominado como: geografía empresarial, experiencia en campo audiovisual, conocimiento de incentivos y apoyos, servicios en Tijuana, experiencias y apreciaciones sobre la industria, propuestas y características de la ciudad de Tijuana, y entrevistas a profundidad.

III.1 Geografía empresarial

A continuación se presentará la demografía de la geografía empresarial de los sujetos de estudio, lo cual es importante porque son estos, los trabajadores en medios audiovisuales (cine y televisión) en Tijuana, los más beneficiados de que se genere industria cinematográfica en la ciudad.

Los resultados de la encuesta indican que el 75% de los respondientes identifican como su actividad económica la de profesional de producción cinematográfica, el 17% se identifica como empresario y el 8% como técnico, ver figura 1.

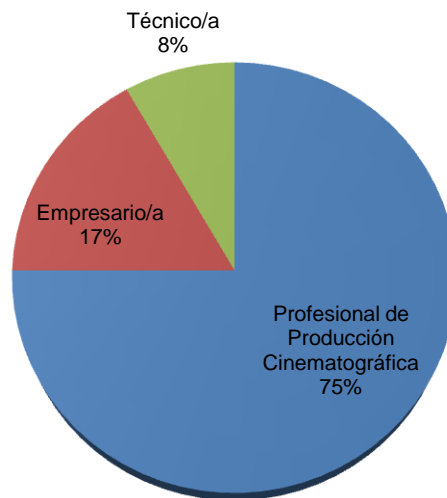


Figura 1
Actividad económica
Fuente. Elaboración propia.

De los encuestados, únicamente el 8% ha tenido a su cargo 100 o más empleados de forma temporal en una producción audiovisual. El 25% ha tenido entre 50 y 100 empleados temporales, el 33%, de entre 10 a 50, y el 34% de 1 a 10, ver figura 2.



Figura 2
Número de empleados
 Fuente. Elaboración propia.

Sobre su edad, la mayoría de los encuestados indicó tiene entre 31 a 40 años, obteniendo en esta opción el 50% de las respuestas; el 25% tiene entre 41 a 50 años, el 17% de 51 a 60 años, y el 8% fueron los más jóvenes de la muestra, manifestando tener entre 21 a 30 años, ver figura 3.

■ 21 a 30 años ■ 31 a 40 años ■ 41 a 50 años ■ 51 a 60 años

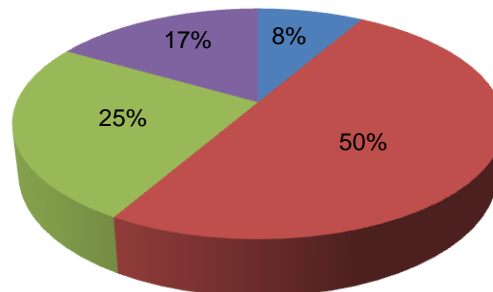


Figura 3
Edad
 Fuente. Elaboración propia.

Respecto de la denominación del puesto que desempeñan, el 42% se presentó como Gerente de Producción, mientras que 25% se identificó como productor. El 33% restante se denominó como “otro”, ya que se presentaron diversas opciones como diseñador sonoro, jefe de departamento e iluminador, ver figura 4.

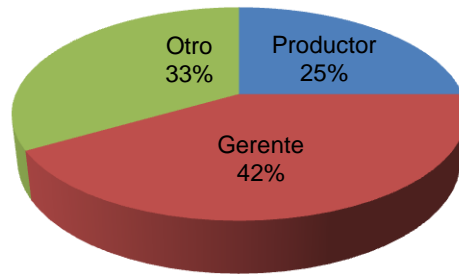


Figura 4
Denominación del puesto que desempeña
Fuente. Elaboración propia.

En relación a su antigüedad en la industria audiovisual, el 75% manifestó tener 10 o más años de experiencia, el 17% dijo tener de 5 a 10 años y el 8% de 1 a 5 años, ver figura 5.

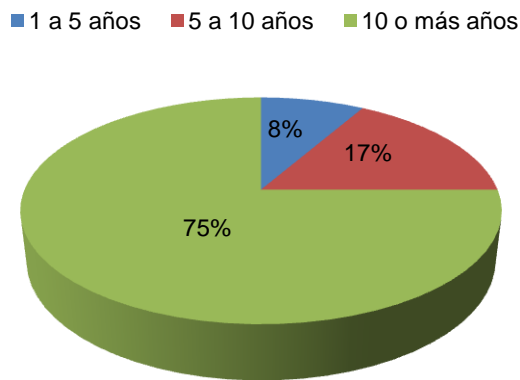


Figura 5
Antigüedad en el puesto
Fuente. Elaboración propia.

Los resultados de la encuesta arrojan que la mayoría de los respondientes son hombres, con el 67%, y el 33% son mujeres, ver figura 6.

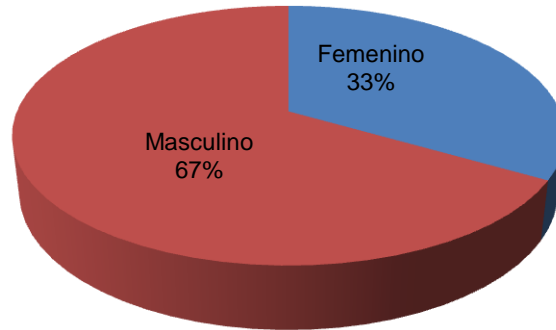


Figura 6
Género
Fuente. Elaboración propia.

Como última pregunta en la geografía empresarial, el 58% manifestó que su estado civil es soltero y el 42% es casado, ver figura 7.

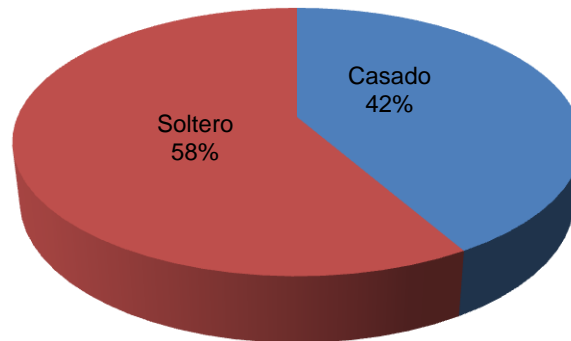


Figura 7
Estado civil
Fuente. Elaboración propia.

III.2 Experiencia en campo audiovisual

Las siguientes preguntas se concentran en la situación laboral reciente y en el tipo de preparación de los respondientes. El 100% de los encuestados manifestó haber trabajado en una producción audiovisual durante 2014 y tener experiencia trabajando en medios audiovisuales fuera de la ciudad de Tijuana. Relacionado a su preparación el 75% indicó tener experiencia laboral y formación escolar para poder trabajar en el campo audiovisual, y el 25% refirió tener únicamente experiencia laboral, ver figura 8.

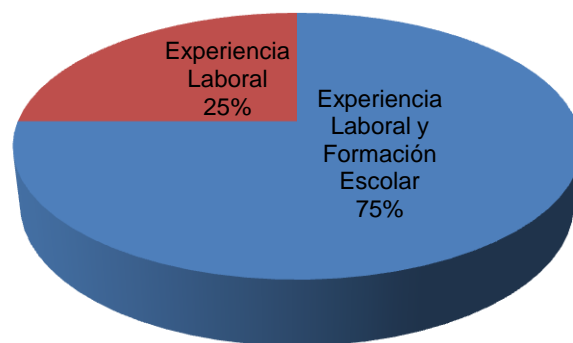


Figura 8
¿Qué tipo de preparación profesional tiene para trabajar en el campo audiovisual?
Fuente. Elaboración propia.

III.3 Conocimiento de incentivos y apoyos

En relación a su conocimiento acerca de si el Gobierno Federal otorga apoyos para incentivar a la industria cinematográfica, el 67% de los respondientes mencionó los apoyos que otorga IMCINE, siendo mencionados el FOPROCINE, FIDECINE y EFICINE; el 8% mencionó incentivos fiscales, y el 25% no sabe si se otorgan apoyos federales, ver figura 9.

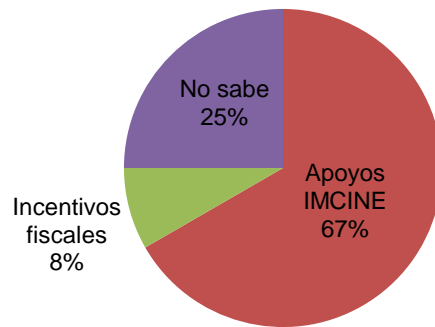


Figura 9
¿Conoce si el Gobierno Federal otorga apoyos para incentivar a la industria cinematográfica?
Fuente. Elaboración propia.

Sobre su conocimiento si el Gobierno Estatal otorga apoyos para incentivar a la industria cinematográfica, el 50% de la muestra no sabe si se dan, el 33% dijo conocer que se dan en especie, el 9% sabe que se da apoyo logístico, y el 8% sabe que se otorgan incentivos fiscales, ver figura 10.

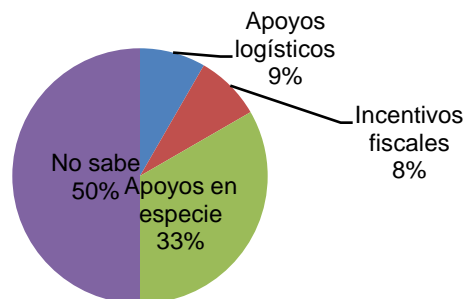


Figura 10
¿Conoce si el Gobierno Estatal otorga apoyos para incentivar a la industria cinematográfica?
Fuente. Elaboración propia.

Tocante a su conocimiento respecto a que si el Gobierno Municipal otorga apoyos para incentivar a la industria cinematográfica, el 75% dijo que no sabe si se otorgan, el 9% refiere que otorgan apoyo logístico, y en ambas opciones con un 8%, saben que los apoyos se dan en especie y que se generan permisos, ver figura 11.

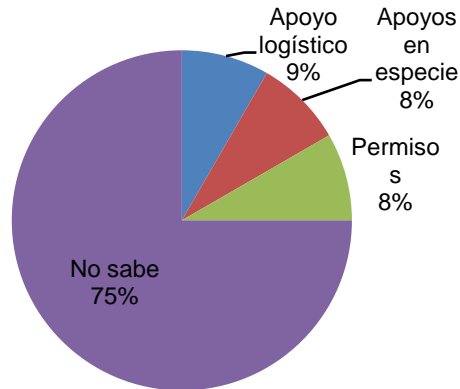


Figura 11
 ¿Conoce si el Gobierno Municipal otorga apoyos para incentivar a la industria cinematográfica?
 Fuente. Elaboración propia.

Al responder si han recibido apoyo de alguna entidad gubernamental para llevar a cabo una producción cinematográfica, el 42% manifestó haber sido apoyado por entidad estatal, el 17% por una municipal, y el 8% por una federal. El 33% no especificó apoyo alguno, ver figura 12.

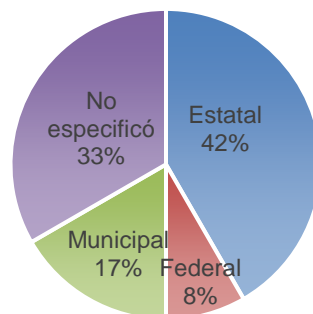


Figura 12
 ¿Ha recibido apoyo de alguna entidad gubernamental para llevar a cabo una producción cinematográfica?
 Fuente. Elaboración propia.

Sobre la existencia de alguna oficina destinada para el apoyo a la industria cinematográfica ubicada en Tijuana, el 75% de los respondientes dijo que sí la conoce y el 25% refirió que no la conoce, ver figura 13.

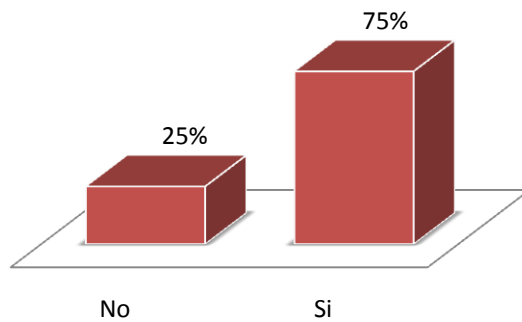


Figura 13
¿Conoce alguna oficina destinada para el apoyo a la industria cinematográfica ubicada en Tijuana?
Fuente. Elaboración propia.

A la pregunta de si conoce apoyos gubernamentales que se otorguen a la industria cinematográfica en otras partes del mundo, el 50% mencionó incentivos fiscales por país, el 17% especificó apoyos otorgados por Ibermedia, y el 8% dijo que festivales de cine. El 25% no conoce de apoyos, ver figura 14.

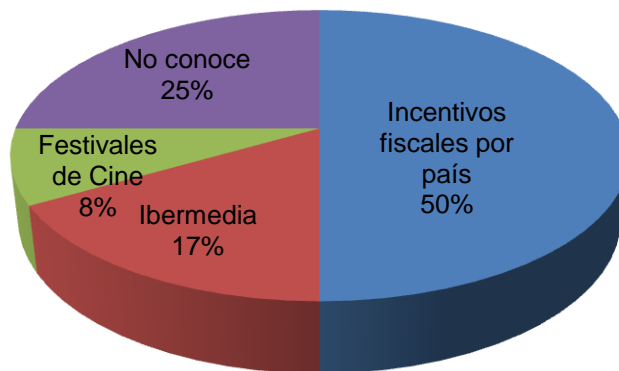


Figura 14
¿Conoce apoyos gubernamentales que se otorguen a la industria cinematográfica en otras partes del mundo?
Fuente. Elaboración propia.

III.4 Servicios en Tijuana

A los encuestados se les preguntó sobre su conocimiento de centros de estudios o capacitación para la industria cinematográfica en Tijuana y el 83% mencionó de 2 a 4, siendo UDCI (Universidad de las Californias Internacional), CUT (Universidad de Tijuana), Universidad Iberoamericana y el CECBC (Centro de Estudios Cinematográficos de Baja California); el 17% sólo dijo conocer de 0 a 1 centro de estudio, ver figura 15.

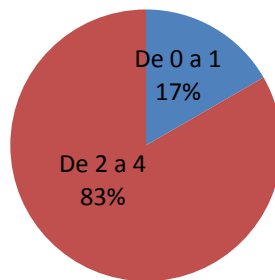


Figura 15
¿Conoce centro de estudios (o capacitación para la industria cinematográfica en Tijuana?
Fuente. Elaboración propia.

Referente a si conoce estudios de grabación audiovisual ubicados en Tijuana, con 8% de las respuestas colocaron a Focus y Mambo, respectivamente, mientras que el 42% conoce Studio 3351. El 42% restante no conoce. Ver figura 16.

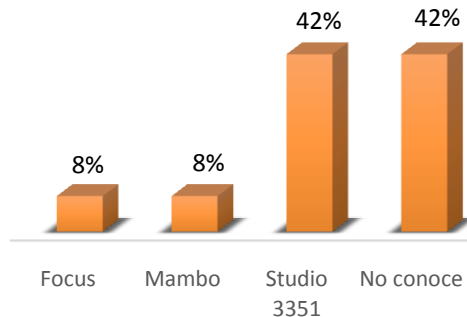


Figura 16
¿Conoce estudios de grabación audiovisual ubicados en Tijuana?
Fuente. Elaboración propia.

Al contestar sobre su conocimiento de estudios de post-producción en Tijuana, el 58% no conoce. Con 17%, respectivamente, se colocaron Boxel y Kinepost, mientras que el 8% dijo AIA. Ver figura 17.

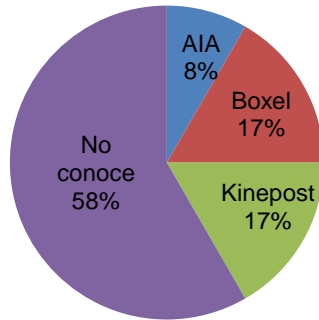


Figura 17
¿Conoce estudios de post-producción ubicados en Tijuana?
 Fuente. Elaboración propia.

Sobre la pregunta si durante su labor en los medios audiovisuales han rentado equipo de producción en Tijuana, el 25% mencionó a Mambo, y con 8% las opciones Studio 3351, Vanguardia y René Bueno. 25% no conocen o no han rentado equipo y un 25% se englobaron otras opciones como Yonke, Specula, Producciones Andalón y Baja Films. Ver figura 18.

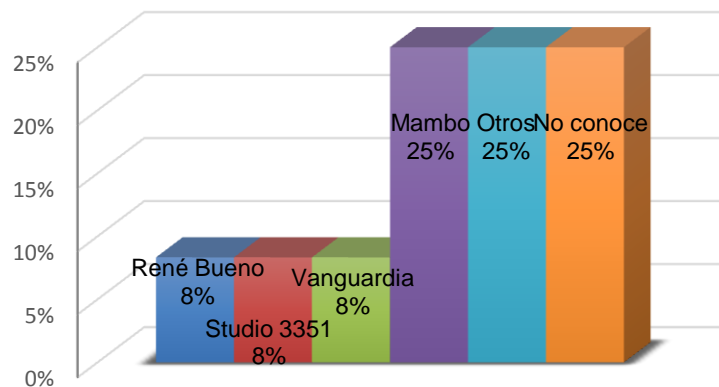


Figura 18
Durante su labor en los medios audiovisuales ¿ha rentado equipo de producción en Tijuana?
 Fuente. Elaboración propia.

III.5 Experiencias y apreciaciones sobre la industria.

Al ser cuestionados si han tenido alguna experiencia negativa en la ciudad de Tijuana durante su labor en los medios audiovisuales, el 50% dijo no haber tenido ninguna, el 25% expresó que la burocracia la consideraban como algo negativo y otro 25% refiere que hay falta de apoyos y organización, ver figura 19.

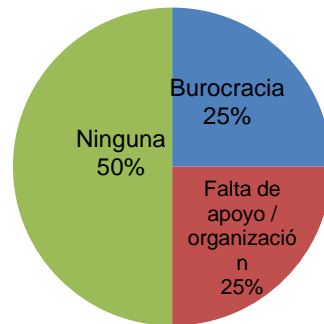


Figura 19
¿Ha tenido experiencias negativas en la ciudad de Tijuana durante su labor en los medios audiovisuales?
Fuente. Elaboración propia.

La interrogante sobre su participación con propuestas en iniciativas para incentivar la producción cinematográfica en Tijuana, el 25% no ha participado, una cantidad igual participó de Foros de Consulta y/o de los trabajos de la Ley de Cinematografía de Baja California. El 17% hizo propuestas particulares y el 8% formó parte de la elaboración de cortometrajes para promoción. Ver figura 20.

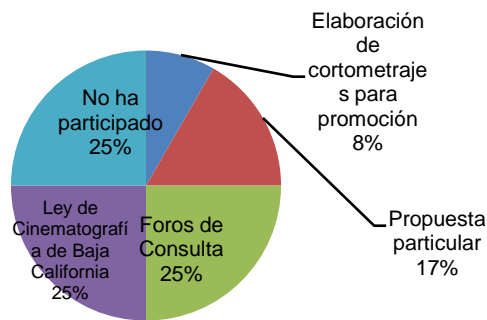


Figura 20
 ¿Ha participado con propuestas en iniciativas para incentivar la producción cinematográfica en Tijuana?
 Fuente. Elaboración propia.

En la pregunta ¿considera que existan aspectos de la ciudad que inhiban la inversión foránea para la industria cinematográfica?, el 42% dijo que la imagen de la ciudad en general es un aspecto que inhibe, el 33% manifestó que la inseguridad, el 17% respondió que ningún aspecto inhibe y el 8% indicó que la burocracia, ver figura 21.

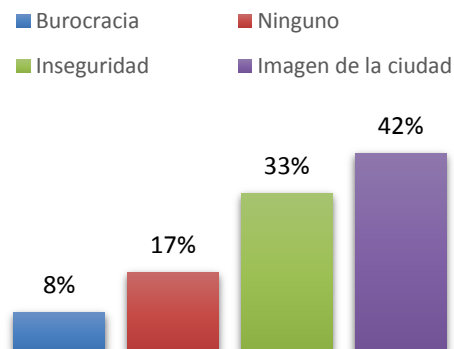


Figura 21
 ¿Considera que existan aspectos de la ciudad que inhiban la inversión foránea para la industria cinematográfica?
 Fuente. Elaboración propia.

III.6 Propuestas y características de la ciudad de Tijuana

A los encuestados se les preguntó sobre en qué aspectos deberá enfocarse una propuesta para que la ciudad de Tijuana se convierta en un destino de filmaciones, las respuestas fueron en relación a la necesidad de una estrategia de comunicación con empresas extranjeras para atraerlas a la ciudad, y para apoyar en esta tarea, crear un comité de profesionistas en el campo para hacer labor de convencimiento, no sin antes crear un incentivo que sea competitivo en relación a otros que se otorguen a nivel federal e internacional. También se propuso la creación de un catálogo de la ciudad que exponga su diversidad de locaciones. De la misma forma, que exista una Comisión de Filmaciones que vincule entre empresas. Hay una percepción de que la ciudad de Tijuana apoya, que otorga facilidades para hacer trabajos, pero cobra impuestos, sin contar con la imagen de inseguridad que aún posee. Otras respuestas hicieron énfasis en que la cercanía con Estados Unidos no tiene un beneficio claro, por lo cual hay que incentivar a compañías locales con equipo de producción para poder atraer producción foránea, además de que continuar con el apoyo a las escuelas de cine ya que se está formando mano de obra de calidad.

Se le indicó a los encuestados que mencionaran tres elementos indispensables para la realización de una producción cinematográfica en Tijuana. El primer elemento en mencionar es seguridad, seguido del otorgamiento de permisos de filmación y apoyo logístico para la gestión de uso de espacios públicos y de importación fácil de equipo de Estados Unidos a Tijuana. También se hace referencia a que no se abuse del extranjero, y que exista un vínculo muy estrecho entre producción y autoridades. De igual forma, indicaron que las personas correctas deben estar a cargo de la promoción y producción en la ciudad de Tijuana, además de que se realice un catálogo de películas que se graben, se efectúe un diagnóstico costo-beneficio para poder dar incentivos, que se saque provecho de la ciudad y que no se niegue su realidad, ni su infraestructura; que esto signifique a su vez otorgar apoyos significativos, pudiendo ser estos en especie, colocando como ejemplo noches de hotel y días de servicios de alimentación.

Al pedirle a los encuestados que enlistaran al menos tres características de la ciudad de Tijuana que puedan ser consideradas para promoverla como destino de filmaciones, a lo que respondieron que su cualidad estética y su paisaje urbano, además de su diversidad de climas y ambientes, deben ser promovidas. Además se indicó que Tijuana todavía tiene facilidades para moverse en la ciudad, lo cual ya no se encuentran en el Distrito Federal, Guadalajara, Monterrey y Puebla. La ubicación geográfica se mencionó como ventaja respecto de Estados Unidos y el Distrito Federal. Se respondió también que la ciudad de Tijuana cuenta con equipo técnico capacitado, al cual se le puede pagar en pesos mexicanos o en dólares y que es más económica con relación al Distrito Federal. Igualmente se mencionó la plataforma tecnológica con la que se cuenta y la propuesta gastronómica.

III.7 Entrevistas a profundidad

Las entrevistas fueron realizadas al Lic. Gabriel Del Valle Borquez, Jefe del Departamento de la Comisión de Filmaciones de Baja California; Lic. Cesar Elías Carranco, Coordinador de la Secretaría de Desarrollo Económico del Ayuntamiento de Tijuana (SEDETI); Chef Martín Muñoz Avilés, Presidente de Cámara Nacional de la Industria de Restaurantes y Alimentos Condimentados (CANIRAC); C. Gilberto Leyva Camacho, Presidente de la Cámara Nacional de Comercio (CANACO).

Pregunta 1: ¿Conoce la derrama económica que genera la producción audiovisual en Tijuana?

Carranco manifestó que en 2014 se registró una derrama equivalente a \$1,332,500.00 dólares, y en el periodo de enero a mayo de 2015 se han registrado \$646,000.00 dólares. Del Valle dijo que en la Comisión de Filmaciones a su cargo no se maneja una cantidad separada por municipios, pero que en Baja California se realizaron 78 producciones en 2014, con una derrama de \$3,211,082.00 dólares. Muñoz y Leyva no conocían cantidad.

Pregunta 2: ¿Cuáles apoyos otorga la dependencia a su cargo como incentivo de la industria cinematográfica?

Carranco indicó que por parte de SEDETI se provee de asesoría logística y un vínculo con dependencias municipales y estatales para la realización de proyectos, además de haber creado un ecosistema binacional de cineastas que organizan talleres para formalizar y expandir las propuestas de producción regional; Muñoz indicó que algunos de los restaurantes afiliados de CANIRAC, incluyendo los que se encuentran sobre la Avenida Revolución, manejan entre 5% y 10% de descuento a personal de producciones audiovisuales, estos apoyos no se manejan con CANIRAC, sino directamente con los restauranteros. Leyva dijo que no conocía si algún miembro de CANACO apoye a la industria. Del Valle desarrolló sobre las tres actividades principales que realiza la Comisión Estatal de Filmaciones, siendo estas la promoción del estado para atraer producción fílmica, la atención de necesidades para las producciones que se encuentren en el estado y la búsqueda de facilidades, incentivos y política pública para el desarrollo de la industria cinematográfica. Aseguró que los incentivos que ofrece son intangibles, por ejemplo, una mejor cuota en hospedaje para los participantes de producción.

Pregunta 3: ¿Conoce los apoyos que otorga el Gobierno Federal para incentivar a la industria cinematográfica?

Carranco señaló conocer los proporcionados por IMCINE, siendo estos FOPROCINE, FIDECINE, EFICINE, a través de convocatorias mensuales, además de señalar Ibermedia y FEPCINE. Muñoz no conoce los apoyos con exactitud pero sabe que existen, mientras que Leyva dijo no saber de ellos, ya que la industria cinematográfica no está en CANACO, pero refiere que la Secretaría de Turismo del Estado proporciona incentivos a la industria cinematográfica; sobre estos incentivos, Del Valle refiere que el Gobierno Federal maneja un incentivo o Fondo ProAudiovisual (ProAv), que otorga Proméxico en conjunto con IMCINE, que puede proporcionar un retorno de inversión de hasta un 7.5% a las producciones cinematográficas que comprueben gastos realizados en México.

Pregunta 4: ¿Considera que existen aspectos de la ciudad que inhiban la inversión foránea para la industria cinematográfica?

En su mayoría fue respondida con un no. Muñoz considera que en los últimos 10 años se ha visto un crecimiento en tema cinematográfico, ya que cosas que se pueden considerar negativas por nosotros, para los que vienen de afuera se convierten en positivas. Leyva sabe que en el sexenio anterior se le dio apoyo a la industria cinematográfica, pero en este no sabe como anden dichos apoyos. Carranco enfatizó en que hay una falta de comunicación entre dependencias y organismos, ya que no están conscientes de la derrama socioeconómica, promoción y beneficio que una filmación puede dar a la ciudad, para lo cual fue creada el área encabezada por el en SEDETI. Del Valle afirmó que la falta de incentivos en la región inhibe a productores foráneos, ya que en muchas ciudades del mundo existen incentivos para atraer la producción cinematográfica. Asimismo, Del Valle enfatiza en que no hemos podido limpiar la imagen de Tijuana ante el mundo como lugar violento, y esto todavía puede ser un factor a la hora de tomar la decisión de venir a filmar en la ciudad.

Pregunta 5: En su opinión, ¿en cuales aspectos debería enfocarse una propuesta para que la ciudad de Tijuana se convierta en un destino de filmaciones?

Al exponer su opinión sobre cuales aspectos debería enfocarse una propuesta para que la ciudad de Tijuana se convierta en un destino de filmaciones, Muñoz declaró que incentivos en el tema de impuestos, la facilitación de espacios, medidas de seguridad, y limpieza son los elementos importantes para que vean a Tijuana como ese destino, ya que muchas veces son entre 15 y 20 días los que permanecen en la ciudad, lo cual permea en otros sectores de la economía. Leyva refiere que deben unirse los tres niveles de Gobierno, para que en conjunto se trabaje. Del Valle coincidió con los anteriores planteamientos, y los llamó creación de política pública de la ciudad, para que se dé un clima favorable para que la producción fílmica cuente con facilidades competitivas para el foráneo. Carranco cree que es tiempo de adaptarse, evolucionar y emprender, enfocarnos en nuevos esquemas para recabar fondos, ya que se está

demostrando que las películas de bajo presupuesto están representando a México en el extranjero.

Del Valle concluye que definitivamente si se puede hacer industria en Tijuana, ya que el 85% del personal que se dedica a esto, el denominado “*crew*”, se encuentran en la ciudad, y que su proximidad con San Diego y Los Angeles le da un potencial muy grande.

III.6.1 Análisis del contenido de las entrevistas

Resumen de párrafos del análisis explicativos del contenido de la entrevistas	No.
Número de párrafos de opinión	5
Número de párrafos afirmativos	6
Número de párrafos explicativos	6
Número de párrafos argumentativos	5
Número de párrafos informativos	9
Número de párrafos que emiten respuesta a la pregunta.	25
Total de categorías de párrafos	56
<p>Conclusión: Un entrevistado conoce a detalle los pormenores de la industria cinematográfica en Tijuana y Baja California, otro de los entrevistados relata lo que concierne a la ciudad (Tijuana); el tercer entrevistado tiene conocimiento de primera mano sobre la derrama económica que genera esta industria y el cuarto no la conoce. Todas las preguntas fueron respondidas, en su mayoría a detalle.</p>	

Tabla 1. Análisis de contenido de las entrevistas.

Fuente: Elaboración propia basado en formato proporcionado por Dra. Ma. Cruz Lozano Ramírez

CAPÍTULO IV:

CONCLUSIONES, RECOMENDACIONES Y DISCUSIÓN

IV.1 CONCLUSIONES

Basado en los resultados se concluye que Tijuana si cuenta con posibilidades para posicionarse como destino para el desarrollo de la industria cinematográfica, ya que tiene elementos de infraestructura, apoyos gubernamentales y de capital humano, se procede a hacer recomendaciones basadas en los testimonios vertidos vía entrevista y encuesta, para que el potencial de la ciudad pueda ser explotado.

Lo anterior a pesar de que la demanda asociada a la producción cinematográfica incluye la petición de incentivos económicos por parte de los inversionistas extranjeros a cambio de traer sus producciones a la ciudad y no existe un incentivo lo suficientemente atractivo y fácil de otorgar.

Los representantes de la Comisión de Filmaciones de Baja California, la Secretaría de Desarrollo Económico, Cámara Nacional de Comercio y la Cámara Nacional de la Industria de Restaurantes y Alimentos Condimentados, consideran que deben unirse los criterios en los tres niveles de Gobierno (Federal, Estatal y Municipal) para crear incentivos económicos y en especie para hacer un paquete competitivo que pueda ser utilizado para la atracción de producción foránea. Igualmente se deduce de las entrevistas la necesidad de una eficiente comunicación entre todos los órganos de Gobierno, para proveer facilidades a la industria, desde el otorgamiento de permisos y los cierres de calle para grabaciones. Los encuestados afirman esta idea, ya que existe la necesidad de una estrategia de comunicación con empresas extranjeras para atraerlas a la ciudad, y proponen la creación de un comité de profesionistas en el campo para hacer labor de convencimiento, no sin antes crear un incentivo que sea competitivo en relación a otros que se otorguen a nivel federal e internacional.

Sobre la infraestructura, un 75% de los encuestados manifiestan haber rentado equipo de producción en Tijuana, enlistando varias opciones para hacerlo. Además, un 83% de la muestra tiene conocimiento sobre centros de estudios o capacitación para la industria cinematográfica en la ciudad. 58% conoce estudios de grabación audiovisual y 42% indicó saber de estudios de post-producción.

La percepción de la imagen de Tijuana es un tema considerado como inhibitorio, ya que la ciudad conserva esta proyección de inseguridad; y en una dimensión similar, la investigación arroja que las características físicas de la ciudad son su mejor atractivo, además de tener fácil movilidad, lo cual ya no se encuentran en el Distrito Federal, Guadalajara, Monterrey y Puebla. La ubicación geográfica se mencionó como ventaja respecto de Estados Unidos y el Distrito Federal.

Existe capital humano para trabajar en producciones cinematográficas. Un 85% del “crew” se encuentra radicando en Tijuana, tienen la posibilidad de cobrar en dólares o pesos, según el tipo de producción que llegue a la ciudad, el 75% de la encuesta tiene 10 o más años de experiencia y formación profesional que los avala.

IV.2 RECOMENDACIONES

- Integrar un incentivo que no radique en la devolución del IVA, sino en un paquete integral de apoyos en especie como descuentos en hospedaje (sugiriendo el abogar por hasta un 40% de descuento en hoteles), alimentación (a través de CANIRAC), apoyo logístico eficiente con enlaces a la Secretaría de Seguridad Pública e incluso provocar la participación de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, a través de su aduana entre Estados Unidos y México para facilitar la importación temporal. Actualmente se sigue otorgando el incentivo federal de 7.5% en devolución de IVA, pero no es lo suficientemente competitivo con otros mercados.
- Crear un catálogo extenso de todos los elementos con los que cuenta la ciudad, que incluya escuelas de cine, estudios de producción, post-producción, personal y equipo, a través de una plataforma digital en la que los interesados puedan subir sus datos de contacto y su experiencia en la industria. Esto sin que signifique una recomendación tácita por parte de la entidad que tome esta tarea, que idealmente debe ser la Comisión Estatal de Filmaciones, que este catálogo sea informativo únicamente, con la obligación de actualizar semestralmente los datos incluidos en el mismo. Debe incluirse fotos relativas a las locaciones más

solicitudes de Tijuana (Avenida Revolución, muro fronterizo, Garitas de San Ysidro y Otay, Aeropuerto de Tijuana, entre otras) mismo que debe incluirse en un mapa geográfico con enlaces a Google Maps para mejor comprensión del visitante. Se detectó que el equipo que se dedica a la producción no está informado a cabalidad de los avances que se tienen en cuestión educativa y de recursos materiales. Tijuana sí cuenta con recurso humano y material para ser promovida para que vengan producciones, pero tienen que unirse los esfuerzos para lograrlo, por ejemplo, se puede crear un distintivo para el sector hotelero y restaurantes que deseen ser promovidos como amigables en tarifas para producciones de cine. Esta información también podría ser incluida en una página de internet dedicada a esto. A continuación se presenta el ejemplo de Palm Beach County, que puede ser aplicado a la propuesta:



Imagen 6
Pantalla sobre “Production Resources” (“Recursos de Producción”) de Palm Beach County.
Fuente. www.pbfilm.com

- Igualmente promover una plataforma con el Instituto Nacional del Emprendedor (INADEM) y su programa de Desarrollo Empresarial, que en el rubro de

creación, seguimiento y fortalecimiento de empresas tradicionales e incubadoras y empresas de alto impacto, que otorga apoyos de \$5,000.00 hasta \$250,000.00 pesos, y que puede ser compatible con propuestas que presenten pequeños estudios en formación para equipamiento, y estén en posibilidad de competir contra la renta de equipo extranjero. También puede crearse un fondo con recurso estatal que se otorgue vía becas, concurso o festivales de cine e impulsar a nuevos creadores a desarrollar proyectos productivos.

- Implementar una oficina municipal debidamente enlazada con los representantes de la producción y con las dependencias que estén involucradas en grabaciones, siendo estas las que permiten el cierre de calles, seguridad pública, bomberos y protección civil, eso con el fin de facilitar el trabajo de producción cinematográfica. De la misma forma, esta oficina municipal debe realizar una campaña de concientización que indique los beneficios y la derrama económica que genera esta actividad económica. El gobierno municipal tiene un catálogo de trámites que se pueden realizar de forma electrónica, pero no incluyen formatos de gestión fílmica, por lo que promover que se tomen desde esta plataforma, es el primer paso. Igualmente establecer un reglamento para producciones en el que se indique duración de trámites a realizar, costos de elementos de seguridad, y procedimientos para notificación de utilización de lugares públicos. Esto último, también desde la plataforma digital.
- Hecho esto puede proceder una campaña de publicidad de la ciudad, y a comentario de los encuestados, empoderar a un comité de profesionistas locales dedicados a la producción de cine para que sean los representantes de Tijuana en la atracción de proyectos extranjeros, coadyuvando con las autoridades estatales, que actualmente son las que se dedican al tema de atracción de producciones, toda vez que es una cuestión de mutua conveniencia y se considera que las decisiones deben ser incluyentes para todas las partes. Este comité se sugiere incluya miembros de la sociedad civil, de la academia (con énfasis en las universidades que tienen entre sus opciones la licenciatura en cinematografía), gobierno municipal y estatal. Este comité de profesionistas debería ser avalado por el Consejo Consultivo de Cinematografía, instalado en

2011 como parte de lo establecido por la Ley de Cinematografía, el cual debería reactivarse para estos fines.

IV.3 DISCUSIÓN

Atento a las propuestas vertidas para que la industria cinematográfica se considere como un factor de desarrollo económico para Tijuana, se considera que hay potencial, pero todavía no estamos preparados para lograrlo, existe el equipo, la gente de producción y la intención del gobierno para apoyar, pero aun no se ponen de acuerdo para hacerlo.

A decir de los involucrados directamente en el proceso, los miembros del “*crew*”, la ciudad todavía tiene una mala imagen ante el extranjero, la sensación de inseguridad sigue estando presente. Por lo cual es que se propone un enlace directo con la Secretaría de Seguridad Pública Municipal y Estatal de ser necesario, para generar un clima de confianza y en caso de requerirse poder reportar de forma inmediata algún percance en producción, ya sea reportarlo de forma directa o a través de un intermediario reconocido para esto, es importante que el extranjero tenga la confianza en su enlace.

Este enlace debe estar bien relacionado con las autoridades correspondientes, previo cabildeo sobre la importancia de apoyar a la industria, ya que genera importantes ganancias y que tiene potencial para proveer más.

Tijuana todavía tiene una transitabilidad que no se puede encontrar en otras ciudades importantes del país, como Distrito Federal, Monterrey o Guadalajara, y su cercanía con Los Angeles, California, Estados Unidos le dan una ventaja de acceso superior a otras ciudades fronterizas.

La falta de un incentivo económico competitivo con los que se otorgan en otros países es una limitante que analizada y contrastada correctamente puede promoverse ante el Gobierno Federal para que este considere ampliar el existente. Por lo que hace a la producción nacional, los apoyos que otorga el IMCINE a través de sus múltiples

convocatorias han sido definitivos para que se realicen proyectos audiovisuales en el país, pero debería promoverse mas el autoempleo, la generación de pequeña industria, para que se genere una verdadera derrama, no únicamente una comprobación de gastos.

Las propuestas vertidas en este estudio podrían ser utilizadas para justificar la importancia de la industria cinematográfica, para valorar los insumos con los que cuenta Tijuana, para que se pueda hacer saber a los encargados de la toma de decisión en diversos niveles gubernamentales y de la iniciativa privada que hay una gran oportunidad de negocio y de promoción para la región. Existen casos de éxito, a nivel festivales de cine, pero la calidad no debe estar peleada con el éxito económico.

CAPÍTULO V:

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

V. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Box Office Mojo. (1996). *Titanic*. Disponible en www.boxofficemojo.com
- Gobierno de España. ¿Qué es una encuesta?. Centro de Investigaciones Sociológicas. Disponible en www.cis.es.
- COMEFER. (2011). *Efectos de la Regulación de la Industria Cinematográfica en México: Un Análisis Retrospectivo*. Secretaría de Economía.
- Camacho, J. (2012). *BC, en la mira*. Periódico El Mexicano. Disponible en www.el-mexicano.com.mx
- Daily Mail Reporter. (2010). Revealed: How de world's biggest movie website is run by a 'self-confessed geek' from a house in Bristol. Daily Mail. Disponible en www.dailymail.co.uk
- Dibble, S. (2012). *Actor Robert Redford visits Tijuana*. U-T San Diego. Disponible en www.utsandiego.com
- Dodd, C. (2014). New study highlights the importance of film and television to Brazil's economy. Motion Picture Asociation of America. Disponible en: www.mpa.org
- El Economista. (2010). *Calderón anuncia apoyos para industria fílmica*. Periódico El Economista. Disponible en eleconomista.com.mx
- Gainza, A. (2006). La entrevista en profundidad individual. En Canales M. (Comp.), *Metodologías de Investigación Social*. (pp. 219-220). Santiago de Chile: LOM Ediciones.
- Gobierno del Estado de Baja California. (2014). *Filmarán Jonás Cuarón y Gael García película Desierto en locaciones de Baja California*. Disponible en www.bajacalifornia.gob.mx
- Instituto Mexicano de Cinematografía. (2010). *Anuario Estadístico*. Secretaría de Educación Pública.
- Larousse. (2000). Enciclopedia Larousse del Estudiante, Fascículo "El Cine".
- Márquez, M. (2012). *Una aventura llamada Baja Studios*. Periódico Infobaja. (42). 17-20.
- Miquel, A. (1998). Reseña bibliográfica de la historia reciente del cine en México. En Burton-Carvajal, J, Torres, P, Miquel, A. (Ed.) *Horizontes del Segundo Siglo* (pp. 28-38). Guadalajara, Jalisco, México: Universidad de Guadalajara.

Olivas, B. (2010). Presentan una ley de cinematografía. Periódico El Mexicano.
Disponible en www.el-mexicano.com.mx

Periódico Frontera. (2013). Presenta CUT su nueva Licenciatura en Cine. Disponible en
www.frontera.info

Quesada, R. (2000). Elementos del Turismo. San José, Costa Rica: Editorial
Universidad Estatal a Distancia.

SEDETI. (2011). Acerca de SEDETI. Disponible en www.sedeti.tijuana.gob.mx

Silva, J. P.. (2011). La Época de Oro del cine mexicano: la colonización de un
imaginario social. Culturales, Enero-Junio, 7-30.

Trujillo, G. (2009). *Tan Cerca de Hollywood: Cine, televisión y video en Baja California*.
Mexicali, Baja California, México: Universidad Autónoma de Baja California.

ANEXOS:

INSTRUMENTOS DE MEDICIÓN

Cuestionario. La industria cinematográfica como factor de desarrollo económico para Tijuana

Justificación. Estamos realizando una investigación cuyo objetivo es evaluar la factibilidad para considera a la industria cinematográfica como un factor de desarrollo económico para Tijuana. Para ello, deseamos realizar una descripción de la demanda asociada para la producción de la industria, explicar cuál es el recurso con el que cuenta Tijuana para ser promovida como un destino para filmaciones. Asimismo, valorar la infraestructura, los insumos y el capital humano existente relacionado a la citada industria.

Dimensión. Geografía empresarial.	
1. Actividad económica.	
2. Número de empleados.	
3. Edad.	
4. Denominación del puesto que desempeña.	
5. Antigüedad en el puesto.	
6. Género.	
7. Estado civil.	

Indicaciones
Marque con un círculo la opción que considere correcta y expanda su respuesta en caso de se indique.

Pregunta	Sí	No
1.- ¿Ha trabajado en alguna producción audiovisual en 2014?	1	2

Pregunta	Experiencia Laboral	Formación Escolar
2.- ¿Qué tipo de preparación profesional tiene para trabajar en el campo audiovisual?	1	2

Pregunta	1 A 5 Años	5 A 10 Años	10 Años o Más
3.- ¿Cuánto tiempo de experiencia tiene de trabajar en el campo audiovisual?	1	2	3

Pregunta	Sí	No
4.- Ha tenido experiencia trabajando en medios audiovisuales fuera de la ciudad de Tijuana	1	2

Pregunta	Sí	No
5.- ¿Conoce si el Gobierno Federal otorga apoyos para incentivar a la industria cinematográfica?	1	2

En caso afirmativo mencione cuales conoce: _____

Pregunta	Sí	No
6.- ¿Conoce si el Gobierno Estatal otorga apoyos para incentivar a la industria	1	2

cinematográfica?		
------------------	--	--

En caso afirmativo mencione cuales conoce: _____

Pregunta	Sí	No
7.- ¿Conoce si el Gobierno Municipal otorga apoyos para incentivar a la industria cinematográfica?	1	2

En caso afirmativo mencione cuales conoce: _____

Pregunta	Sí	No
8.- ¿Ha recibido apoyo de alguna entidad gubernamental para llevar a cabo una producción cinematográfica?	1	2

En caso afirmativo mencione cual: _____

Pregunta	Sí	No
9.- ¿Conoce alguna oficina destinada para el apoyo a la industria cinematográfica ubicada en Tijuana?	1	2

Pregunta	Sí	No
10.- ¿Conoce apoyos gubernamentales que se otorgan a la industria cinematográfica en otras partes del mundo?	1	2

En caso afirmativo mencione cuales: _____

Pregunta	Sí	No
11.- ¿Conoce centro de estudios (o capacitación) para la industria cinematográfica en Tijuana?	1	2

En caso afirmativo mencione cual: _____

Pregunta	Sí	No
12.- ¿Conoce estudios de grabación audiovisual ubicados en Tijuana?	1	2

En caso afirmativo mencione cual: _____

Pregunta	Sí	No
13.- ¿Conoce estudios de post producción ubicados en Tijuana?	1	2

En caso afirmativo mencione cual: _____

Pregunta	Sí	No
14.- Durante su labor en los medios audiovisuales ¿ha rentado equipo de producción en Tijuana?	1	2

Pregunta	Sí	No
15.- ¿Ha tenido experiencias negativas en la ciudad de Tijuana durante su labor en los medios audiovisuales?	1	2

En caso afirmativo mencione cual: _____

Pregunta	Sí	No
16.- ¿Ha participado con propuestas en iniciativas para incentivar la producción cinematográfica en Tijuana?	1	2

En caso afirmativo mencione cual: _____

Pregunta	Sí	No
17.- ¿Considera que existan aspectos de la ciudad que inhiban la inversión foránea para la industria cinematográfica?	1	2

En caso afirmativo mencione cuales: _____

Pregunta
18.- En su opinión ¿en qué aspectos debería enfocarse una propuesta para que la ciudad de Tijuana se convierta en un destino de filmaciones?

Pregunta

19.- Mencione tres elementos indispensables para la realización de una producción cinematográfica en Tijuana.

Pregunta

20.- Enliste al menos tres características de la ciudad de Tijuana que puedan ser consideradas para promoverla como destino de filmaciones:

Técnica de recolección de datos. Entrevista.	
Título de la investigación	La Industria Cinematográfica como Factor de Desarrollo para Tijuana
Sector económico	Promoción y desarrollo económico
Actividad económica	
Objetivo de la investigación	Evaluar la factibilidad para considerar a la industria cinematográfica como un factor de desarrollo económico para Tijuana
Justificación de la entrevista	
Nombre del entrevistado	
Posición laboral del entrevistado	
Organismo / Dependencia en la que labora el entrevistado	
Fecha de la entrevista.	
Hora de la entrevista.	
Lugar de la entrevista	
Nombre de quien realiza la Entrevista	

Desarrollo de la entrevista.	
Fase inicial.	
Introducción. Evaluar la factibilidad para considerar a la industria cinematográfica como un factor de desarrollo económico para Tijuana.	
Preguntas iniciales	
1.	¿Conoce la derrama económica que genera la producción audiovisual en Tijuana?
2.	¿Cuáles apoyos otorga la dependencia a su cargo como incentivo de la industria cinematográfica?
Preguntas intermedias	
3.	¿Conoce los apoyos que otorga el Gobierno Federal para incentivar a la industria cinematográfica?
4.	¿Considera que existen aspectos de la ciudad que inhiban la inversión foránea para la industria cinematográfica?
Preguntas de cierre Fase final [Cierre de la Entrevista.]	
5.	En su opinión ¿en cuales aspectos debería enfocarse una propuesta para que la ciudad de Tijuana se convierta en un destino de filmaciones?