

Impacto de la pandemia en las taquillas de cine en México

Nicole Guissel Alvarado Ramírez, Karla Yoalli Barranco Chávez, Daniela Fernanda Rivera Cortés

Universidad La Salle México, Facultad de Negocios. Ciudad de México, México.
 ng.alvarado@lasallistas.org.mx, karlabarranco@lasallistas.org.mx, df.re@lasallistas.org.mx

Resumen. La taquilla cinematográfica en México no había presentado problemas de venta, pero debido a la pandemia ocurrida en 2020 y sus medidas de confinamiento dieron origen a un descenso masivo entre los consumidores. En este trabajo, con los datos proporcionados por Canacine (Cámara Nacional de la Industria Cinematográfica), IMCINE (Instituto Mexicano de Cinematografía) e Inegi, se llevará a cabo un análisis de mercado para establecer cuánto aporta este sector económicamente al país. En nuestro análisis se consideraron los precios futuros para 2021, donde se muestra que, si se toma el valor mínimo de 34.00 pesos por boleto, el bienestar económico que se genera es de 1,345 millones de pesos aproximadamente, mientras que si se toma el valor máximo que corresponde a 56.00 pesos por boleto, el bienestar que se genera es de 62 millones de pesos. Aunque este análisis sea una herramienta que nos ayuda a señalar la participación de la taquilla cinematográfica en el PIB mexicano, se aconseja que para realizar un estudio con resultados más detallados se incluyan otros factores que modifiquen el excedente, es decir, que sea más que un análisis basado en términos de cantidad.

Palabras Clave: Industria cinematográfica, Bienestar económico, Empleo.

1 Descripción de la problemática prioritaria abordada.

La crisis que se derivó por la pandemia ha obligado a varias empresas a tomar grandes medidas sanitarias y la industria del cine no está exenta ya que la ha llevado a posponer estrenos de películas, retrasar o incluso detener producciones, y poner en riesgo los festivales de cine, como señala Seth (2020). Esto ha traído como consecuencia que muchos cines cierren sus puertas, y los que han sobrevivido están obligados a seguir grandes medidas sanitarias que mantengan a los espectadores seguros, pero, a pesar de esto, Euronews (2020) menciona que la asistencia se ha mantenido baja, ya que cuando los cines cerraron, la taquilla global cayó en miles de millones de dólares y el streaming se hizo más popular.

En particular, se quiere estudiar el comportamiento de las taquillas de cine en México durante el periodo 2018-2020, escogiendo estos años para incluir la crisis sanitaria y económica de la Covid-19. Si bien la industria del entretenimiento ha tenido que adaptarse a todas estas medidas de distanciamiento social y optar por opciones digitales (Huerta, 2021), el gobierno debería ayudar a las empresas mexicanas dedicadas al desarrollo y operación de complejos múltiples de exhibición cinematográfica. Además, en medio de una emergencia sanitaria, lo que probablemente menos piensa la gente es en ir al cine, ya que creen que tiene un alto nivel de contagio, pero, de acuerdo con Varela (2021), existen varios estudios que demuestran que las salas de proyección son seguras en una pandemia.

2 Objetivo

El objetivo del trabajo es mostrar que la participación de la industria de la exhibición cinematográfica, la cual se ha visto muy afectada por la pandemia, es crucial para reactivar la economía en México. A través del bienestar económicos se mostrará la contribución que tuvo la industria entre 2018 y 2020. De esta forma, a partir de la construcción de una base de datos para estimar la demanda, además de considerar el Índice de precios al consumidor (INEGI, 2021), y a través de un análisis de mercado, se mostrará la participación que tiene esta industria de exhibición cinematográfica y su impacto en el bienestar económico en México. De este modo, el Objetivo de Desarrollo Sostenible que mejor se relaciona a nuestro tema es el número 8, ya que es aquel que se enfoca en el trabajo decente y en el crecimiento económico y esto va de la mano con la industria de la exhibición cinematográfica ya que esta genera miles de empleos cada año y aporta a la economía mexicana billones de pesos. A su vez, el Programa Nacional Estratégico más enfocado al tema es el de cultura, ya que el ir al cine es una práctica social más que individual, por lo que las personas se relacionan con películas (géneros, actores y actrices) así como con las dimensiones sentimental, cognitiva y afectiva de la experiencia y en México esta cultura cada vez va creciendo más.

3 Propuesta de solución

Se eligieron los años 2018, 2019 y 2020 para incluir la pandemia por coronavirus y en el análisis también se consideraron los precios futuros para 2021. La metodología que se utilizará es a través de un análisis de mercado, para lo cual se requiere un concepto clave llamado demanda. Tal análisis desde el punto de vista del consumidor sugiere la importancia de comprar a precios diferentes al mercado. Y, a través de los conceptos del excedente del consumidor y productor, este análisis de mercado puede mostrar el impacto de otros bienes, como insumos, por ejemplo, o la intervención del gobierno a través de impuestos o subsidios o acuerdos económicos. De esta forma tenemos nuestra primera definición que corresponde a,

Definición 1. Una ecuación de demanda directa muestra la relación inversa entre la cantidad demandada

(Q) de un bien o servicio, y su precio (P), la cual se puede expresar como,

$$Q = a + bP, \text{ donde } b < 0 \quad (1)$$

esto es, el efecto cualitativo entre P y Q lo muestra el hecho que $b < 0$ y el efecto cuantitativo lo mostrará el valor de b , en particular, $\Delta Q / \Delta P = b < 0$.

Mostrando que, si existe un aumento en el precio, esto es ΔP , la cantidad disminuirá $\Delta P = b$.

Finalmente, a la expresión (1) se le denomina ecuación de demanda directa, porque muestra cómo reaccionan los consumidores a los cambios en el precio del bien. No obstante, la literatura habla de ecuaciones de demanda indirectas, que no es más que “el despeje” de la expresión (1), esto es,

$$P = c + dQ \quad (2)$$

Definición 2. Sea $P(Q)$ la ecuación de demanda indirecta mostrada en (2). Y también sean P_{eq} el precio de equilibrio y Q_{eq} la cantidad de equilibrio que se demanda a este precio. Entonces el excedente del consumidor (EC) es la ganancia monetaria que se obtiene por las compras mayores al precio de equilibrio, y se encuentra a través de,

$$EC = (P_{max} - P_{eq})Q_{eq}/2 \quad (3)$$

Este excedente es lo que mantiene empleo indirecto, por las compras a los negocios a precios diferentes al mercado y cambia debido a factores que inciden en las compras los consumidores (demanda).

4 Discusión de resultados e impactos obtenidos

A partir de la información de Canacine (2020) para la venta de boletos de cine en los años 2018, 2019 y 2020, para México y considerando los precios promedios anuales para cada año, se construyó la tabla 1. Se consideró el promedio de los precios para estos años, los cuales se muestran en la Tabla 1.

Tabla 1. Información de precios de boletos de cine de los años 2018, 2019 y 2020. Fuente: Elaboración propia, a partir de información de Canacine (2021).

Año	Precio
2018	\$50.60
2019	\$54.20
2020	\$57.20

A partir de la Tabla 1 y el índice de precios al consumidor (Inegi, 2021) se construyó la base de datos mensual de los precios de los boletos de cine de 2018 a 2020, adicional a la información sobre las ventas (ver anexo). A partir de esta información se obtuvo la siguiente ecuación de demanda,

$$Q = 212,437,535.736 - 3,424,711.137 P \quad (4)$$

P valor (0.000000338)

Podemos observar que debido a que P valor es menor al 5%, el precio es relevante para explicar las ventas de los boletos de cine. A su vez, con la expresión (4) podemos estimar las ventas de 2021 y así, construir un análisis de mercado.

A su vez, Gutiérrez (2021) señala que durante los primeros meses del año solamente se vendieron 164 mil boletos, mientras que en años pasados (antes de pandemia) se vendían alrededor de 54 millones de boletos al año. Así que, con la expresión (4) podemos determinar el precio al que alguna empresa tendría que vender los boletos si quieren lograr ventas cercanas a los 50 millones. En efecto,

$$Q = 212,437,535.736 - 3,424,711.137 P = 50,000,000$$

$$P = 47.43$$

así, para que la demanda de los boletos alcance los 50 millones anuales, el precio debe de 47.43.

Ahora bien, se puede obtener la ecuación de demanda indirecta con la expresión (4) de la siguiente manera:

$$P = 62.03078953 - 0.0000000291 Q \quad (5)$$

De igual forma, con base en la ecuación (5) y considerando precios de 34.00 a 56.00 pesos (Movie Theater, 2021) podemos obtener diferentes excedentes del consumidor, los cuales se muestran en la siguiente gráfica.

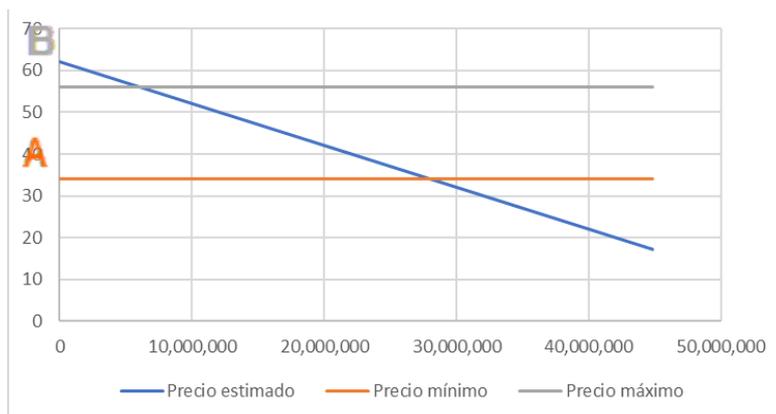


Figura 1. Excedente del consumidor al considerar el precio mínimo y máximo de los boletos de cine en México. Elaboración propia con base en datos de Movie Theater (2021) e Inegi (2021).

Para calcular el excedente del consumidor tomando el precio mínimo de 34.00 pesos, se tiene,

$$Q = 95,997,357.078$$

adicional, se observa que, $P_{max} = 62.02$, $P_{min} = 34$ y $Q_{eq} = 95997357.078$, sustituyendo en (3), el resultado es $EC = 1,345,402,959.448$.

De tal forma que se genera una ganancia para las taquillas de boletos cercano a los 1,345 millones de pesos. En la suma de las áreas de la figura 1 se pueden observar estas ganancias.

Ahora bien, al tomar como precio de referencia el precio máximo de 56.00 pesos, las ganancias de las taquillas de cine que generan las compras por encima de este valor son de aproximadamente 62 millones de pesos, esta ganancia corresponde al valor B de la gráfica.

5 Conclusiones y perspectivas futuras

Con este análisis y por medio de la teoría de mercado, se pudo estudiar el impacto que tienen los diferentes precios de los boletos de cine. Dicho análisis nos ayudó a identificar el valor que tienen los precios de referencia sobre el bienestar económico, teniendo como resultado que entre 2018 y 2020 la industria de la exhibición cinematográfica tuvo una contribución cercana a los 1,345 millones de pesos. Al respecto, Ruiz (2011) menciona que el mercado de la exhibición es un dependiente directo del de la distribución, por lo que se tiene que considerar diferentes factores para modificar los precios de los boletos en las empresas de exhibición.

Además, es importante recordar que las compañías no sólo se han visto influenciadas por la globalización, sino también a la desigual distribución de bienes, y así, se ven afectados los espectadores de cine también. Aunque este estudio sirve para exponer la importancia que tienen las taquillas de cine en la economía, los resultados generados podrían servir para futuras investigaciones donde se tomen en cuenta diferentes factores como otras áreas del cine o el tiempo estudiado para poder determinar si la cantidad de 1,345 millones es bastante o es limitada y en relación con qué o a quién. Además, de este modo se podrá decidir si al gobierno le conviene o no invertir y apoyar en este sector.

6 Agradecimientos

Las autoras agradecen a la Universidad La Salle México por la iniciativa y organización de esta investigación, así como al Dr. Luis Antonio Andrade Rosas por el apoyo y seguimiento de este proyecto, además de leerlo y corregirlo. Asimismo, agradecerle a él por cada momento dedicado para aclarar cualquier tipo de duda que surgiera, agradecerle por la exactitud y entusiasmo con la que enseñó cada clase y por haber sido quien nos impartió la materia de Gestión e Información de Mercadotecnia en el cuarto semestre de la licenciatura. Le agradecemos también el habernos facilitado siempre los medios suficientes para llevar a cabo el desarrollo de este artículo.

7 Referencias

1. Canacine (2021) Resultados definitivos 1ro enero al 31 de diciembre 2020. Recuperado de <http://cana-cine.org.mx/wp-content/uploads/2021/02/Resultados-definitivos-2020.pdf> (2 de marzo 2021).
2. Euronews (2020). La COVID-19 golpea a la industria del cine. Euronews. Recuperado de <https://es.euronews.com/2020/10/09/la-covid-19-golpea-a-la-industria-del-cine> (2 de marzo 2021).
3. Gutiérrez, V. (2021) Cinemex y Cinépolis, ¿el fin de las salas de cine? Forbes. Recuperado de <https://www.forbes.com.mx/negocios-cinemex-y-cinepolis-el-fin-de-las-salas-de-cine/> (13 abril 2020).
4. Huerta, R. (2021). Cine y COVID-19: experto te explica las implicaciones de esta pandemia. Tec. Recuperado de <https://tec.mx/es/noticias/ciudad-de-mexico/educacion/cine-y-covid-19-experto-te-explica-las-implicaciones-de-esta-pandemia> (3 de marzo 2021).
5. IMCINE (2020) Anuario estadístico de cine mexicano. Secretaría de cultura. Recuperado de <http://www.imcine.gob.mx/wp-content/uploads/2020/05/Anuario-2019.pdf> (2 de marzo 2021).
6. Inegi (2021). Índice Nacional de Precios al Consumidor (INPC): Inflación mensual anualizada. Recuperado de <https://www.inegi.org.mx/temas/inpc/> (24 de marzo 2020).
7. Movie Theater, (2021) Cinépolis Precios. Recuperado de <https://movietheaterprecios.mx/cinepolis-precios/> (13 de abril 2021).
8. Ruiz, N. (2011) La globalización y exhibición del cine mexicano. *Imaginario visual*, 1.1, 5-10.
9. Seth, R. (2020). ¿Cambiará la crisis del coronavirus la industria del cine para siempre? Vogue. Recuperado de <https://www.vogue.es/living/articulos/cine-impacto-coronavirus-estrenos-festivales-aplazados> (2 de marzo 2021).
10. Varela, M. (2021) Las salas de cines de México agonizan ante la falta de claridad sobre la reapertura en la pandemia. El País. Recuperado de <https://elpais.com/mexico/2021-02-18/las-salas-de-cines-de-mexico-agonizan-ante-la-falta-de-claridad-sobre-la-reapertura-en-la-pandemia.html> (3 de marzo 2021).