

2.9 CINE Y VIDEO

2.9.1 Marco conceptual

Creación de obras - productos cuyo lenguaje se desarrolla a través de la concatenación de imágenes en movimiento, sonoras o no. Es una mezcla de arte y tecnología y se caracteriza por ser el resultado de un trabajo en equipo que requiere de una infraestructura específica para ser comunicado al espectador. Se conforma de los siguientes eslabones en la cadena industrial: investigación, normativa, formación, producción, divulgación, distribución, exhibición, preservación y conservación. Es una herramienta conductora de memoria y entretenimiento que puede ser vista por varias generaciones a través del tiempo.

Actividades

Principales	Relacionadas
Creación de los contenidos guiones o libretos: Argumental o documental Cortos o largos Dirección: General De artes De fotografía De casting Diseño de: Vestuario Maquillaje Ambiente Diseño de sonido y ambiente Sonidista Microfonista Diseño de efectos especiales Vestuarista Maquillador Diseño de animación dibujada, digital y tridimensional Producción de películas de todos los tipos	Diseño de imagen fija / fotografía Diseño de iluminación Creación de coreografías Composición de música incidental y Bandas Sonoras Traducción Rodaje de películas (grabación) Producción de animación Fabricación de escenarios y Relacionados Manufactura de equipos Posproducción (edición): Revelado Preparación para video Copiado Grabación sobre pedidos (bautizos, matrimonios, fiestas, eventos, conferencias, etc.) Estudios de grabación Sonido Imagen Almacenamiento temporal y envío de cintas y películas
Postproducción (edición) Imagen Sonido Actuación (creación del personaje) Dobles Cine publicitario Educación formal para cine y video Educación no formal para cine y video Servicios de preparación de artistas Manejo de derechos Productor Distribución (derechos de explotación) Publicidad	Servicios de apoyo al cine (alimentos, transporte, alojamiento) Servicio de producción* Publicidad Preservación y restauración de cintas Servicios de fotografía Títulos y subtitulación Crítica de cine

Exhibición
 Teatros: ciclo cultural, ciclo comercial
 Televisión: cerrada y abierta
 Venta y alquiler de videos
 Internet
 Festivales

2.9.2 Información económica

La información que se presenta en las tablas 17, 18 y 19 corresponde a los resultados de la encuesta aplicada por el CEDE para el proyecto Industrias creativas, ya que para este subsector la información suministrada por el DANE y la Cámara de Comercio no proporcionó resultados útiles para los objetivos del proyecto.

Dado que el subsector cine y video se encuentra poco desarrollado en Colombia, es la exhibición y la comercialización lo que representa la mayor parte del mismo, y en estos dos aspectos son pocas y de difícil acceso las empresas que manejan el sector. De todas formas, la información que se presenta tiene valor como referencia en los aspectos no económicos, que fue el tipo de información que se obtuvo.

Sin embargo existen algunos estudios, dentro de los que destaca el del “Impacto del sector cinematográfico sobre la economía colombiana”.

Tabla 17

CINE Y VIDEO

Tipo de Emplazamiento	<i>Local</i>	74.47%
	<i>Puesto Fijo</i>	21.28%
	<i>Vivienda con Act. Econ.</i>	0.00%
	<i>Otro</i>	4.26%
Organización Jurídica	<i>Sociedad Comercial</i>	48.94%
	<i>Cooperativa</i>	0.00%
	<i>Sociedad de Hecho</i>	0.00%
	<i>Persona Natural</i>	51.06%
Afiliación a Gremio	<i>Si</i>	21.28%
	<i>No</i>	78.72%
Tiempo de Funcionamiento	<i>Menos de un año</i>	10.64%
	<i>Entre 1 y menos de 3 años</i>	14.89%
	<i>Entre 3 y menos de 5 años</i>	4.26%
	<i>Entre 5 y menos de 10 años</i>	25.53%
	<i>10 años y más</i>	44.68%
Contabilidad	<i>P o G o Balance General</i>	61.70%
	<i>Otro tipo de Cuentas</i>	8.51%
	<i>No lleva Contabilidad</i>	29.79%
Tipo de Locación	<i>Único</i>	72.34%
	<i>Principal</i>	4.26%
	<i>Sucursal</i>	23.40%
	<i>Unidad Auxiliar</i>	0.00%
Conocimiento de Leyes y Regulación	<i>Completamente</i>	55.32%
	<i>Parcialmente</i>	27.66%
	<i>No las Conoce</i>	17.02%
Computadores	<i>Que se usan en el negocio</i>	1.11
	<i>Conexiones a internet</i>	0.47
	<i>Conexiones a red</i>	0.79
Empleados	<i>Promedio total</i>	6.04
	<i>Promedio empleadas mujeres</i>	2.91
	<i>Promedio empleados hombres</i>	3.13

De acuerdo con la tabla 17, los establecimientos encuestados del subsector cine y video se ubican principalmente en locales comerciales únicos e independientes, sin embargo, más del 21% de los negocios se desarrolla en puestos fijos y el 23% son sucursales. Su organización jurídica principal es personas naturales (51%), pero igualmente se destaca que el 49% restante son sociedades comerciales. Sólo el 21% pertenece a agremiaciones, lo que muestra un bajo nivel de organización pero corresponde al promedio observado en la encuesta con respecto a la totalidad del Sector Creativo.

El tiempo de funcionamiento es superior a cinco años en más del 70% de los casos, el 25% de las empresas ha operado por menos de 3 años y el 4% lleva en el negocio entre 3 y cinco años.

La contabilidad adelantada por las empresas del subsector no es adecuada en más del 38% de los establecimientos. Casi el 45% no posee un adecuado conocimiento de las normas y leyes que regulan su actividad.

El número de empleados promedio es la mitad (6) del observado en la encuesta del Proyecto Industrias Creativas (10,2) y existe una proporción mayor de hombres que de mujeres de solo el 7%. La dotación de computadores es mala (un computador por cada cinco y medio empleados). Es igualmente mala la existencia de conexiones a Internet y redes.

Como se puede observar en la tabla 18, la gran mayoría de los empleados del subsector cine y video tiene un nivel de educación de algún grado de secundaria (55%), sin embargo, algún grado de primaria, tecnólogos y profesionales tienen una participación relevante de 11,5%, 8% y 21,5% respectivamente.

Sólo el 32% de las empresas provee de algún tipo de educación a sus empleados.

Casi el 83% de las empresas desconoce o desaprovecha los incentivos, subsidios y facilidades gubernamentales existentes para el desarrollo del subsector. Sólo el 17% aprovecha las oportunidades existentes.

El 53% de los negocios se inició con recursos propios o familiares, sin embargo, se destaca un 13% que accedió a financiación de bancos privados con el fin de iniciar operaciones.

Tabla 18

CINE Y VIDEO

Distribución de los empleados según el nivel de educación	<i>Sin educación</i>	2.16%
	<i>Algún nivel de primaria</i>	11.51%
	<i>Algún nivel de secundaria</i>	54.68%
	<i>Tecnólogos</i>	8.27%
	<i>Profesionales</i>	21.58%
	<i>Con postgrados</i>	1.80%
Capacitación	<i>capacitación actualmente</i>	31.91%
Proporción de empresas con Empleados no tradicionales	<i>Con personal mayor de 65 años ¹</i>	4.26%
	<i>Con personal menor de 14 años ¹</i>	4.26%
	<i>Con mujeres cabeza de familia ¹</i>	23.40%
	<i>Con personal discapacitado ¹</i>	2.13%
	<i>Con personal de minorías étnicas ¹</i>	4.26%
	<i>Con personal de desplazados ¹</i>	2.13%
Incentivos en el Subsector	<i>No sabe de incentivos para actividad</i>	80.85%
	<i>Sabe de incentivos y los aprovecha</i>	17.02%
	<i>Sabe de incentivos y no los aprovecha</i>	2.13%
De donde recibió apoyo al iniciarse el negocio	<i>Bancos Privados</i>	12.77%
	<i>Bancos Estatales</i>	0.00%
	<i>Cooperativas</i>	4.26%
	<i>Fundaciones y ONGs</i>	2.13%
	<i>Programas de Fomento del Gobierno</i>	6.38%
	<i>Programas de Fomento Privadas</i>	2.13%
	<i>Otros ²</i>	53.19%

Fuente: Encuesta Proyecto Industrias Creativas

Cálculos: Proyecto Industrias Creativas - CEDE

¹ El personal con la característica relacionada trabaja en la actualidad, o trabajó regularmente en la empresa durante el último año

² La totalidad de los encuestados declaró en esta opción que el apoyo provino de recursos propios o familiares

Los resultados de la tabla 19 corresponden a información económica del año 2001.

Con respecto a los mercados, se evidencia un alto porcentaje de ventas en Bogotá, mientras que prácticamente no se exporta

Los clientes mejor valorados por el sector son los individuos, seguidos de lejos por las empresas.

Tabla 19

CINE Y VIDEO

Cifras *	<i>Total Gastos Operacionales Anuales</i>	\$ 15,740,685
	<i>Activos en Terrenos</i>	\$ -
	<i>Activos en Edificaciones</i>	\$ 638,298
	<i>Activos en Maquinaria y Equipo</i>	\$ 11,904,894
	<i>Activos en Dotación de Oficina</i>	\$ 1,365,638
	<i>Activos en Transportes</i>	\$ 326,596
	<i>Total Activos</i>	\$ 14,235,426
Mercados	<i>Proporción de Ventas en Bogotá y la Sabana</i>	98.00%
	<i>Proporción de Ventas en Resto de Cundinamarca</i>	0.00%
	<i>Proporción de Ventas en Resto del País</i>	1.74%
	<i>Proporción de Ventas en el Exterior</i>	0.26%
Calificación promedio de los clientes según las empresas (5 máximo)	<i>Importancia de los Individuos</i>	4.83
	<i>Importancia de las Empresas</i>	2.47
	<i>Importancia del Sector Privado Nal</i>	1.94
	<i>Importancia del Sector Privado Ext.</i>	1.49
	<i>Importancia del SPNF</i>	1.64
	<i>Importancia del SPF</i>	1.53
	<i>Importancia de Gobiernos Extranjeros</i>	1.36
	<i>Importancia de Otros</i>	0.94

* Estos promedios incluyen los resultados de todos los encuestados, tanto los que suministraron información económica completa, como parcial o nula

Fuente: Encuesta Proyecto Industrias Creativas

Cálculos: Proyecto Industrias Creativas - CEDE

Según el estudio Economía y Cultura en 1998 las ventas del sector ascendieron a 56 millones de dólares y empleó a unas 2.872 personas.

En el año 2001, en Bogotá, se exhibieron 206 películas (17 películas diferentes al mes en promedio), en 118 salas de cine (56 de Cinecolombia, 23 de Procinal, 12 de Cinemark y 27 particulares) con mas de 39.500 sillas. Asimismo, 8 salas x con 3.800 sillas se encuentran en funcionamiento en la ciudad.

Con respecto a la producción, Colombia hace parte de Ibermedia (Fondo Iberoamericano de Ayuda) que desde 1997 a representado a Colombia beneficios asombrosos, que prácticamente duplican sus aportes, con participación en 47 proyectos entre 1998 y 2001, por un valor de U\$ 884.991.