

FINANCIAMIENTO, DISTRIBUCIÓN Y MARKETING DEL CINE PERUANO, 1998-2015

Augusto Tamayo San Román, Nathalia
Hendrickx Pompilla

Esta investigación es producto del interés por dilucidar qué factores determinan, condicionan o limitan la producción de cine peruano y su distribución y exhibición comercial en el Perú y en el mundo, para lo cual se realizó una indagación cuantitativa y cualitativa de la naturaleza y estructura de los diversos aspectos que impactan en estos factores. En el texto se incluye una descripción de las diversas estrategias que siguen las empresas productoras peruanas al encarar y resolver dichos componentes, en su propósito de producir un largometraje. La idea es que sirvan de ejemplo para el productor o el interesado en producir hoy un largometraje en el Perú.

Los factores condicionantes y limitantes principales encontrados por los autores de la presente investigación son los costos de producción, el financiamiento de esos costos, el mercado al que el producto –película peruana– tiene acceso, los mecanismos de distribución existentes para acceder a esos mercados y las características de mercadeo del producto cinematográfico peruano.

Se recopiló abundante información sobre dichos factores en relación con la producción cinematográfica peruana formal del periodo comprendido entre los años 1998 y 2015. Los datos estadísticos recopilados resultan representativos de la

situación que vive el cine en el Perú y, por lo tanto, se les considera ilustrativos, no solo de lo acontecido en dicho periodo, sino también de lo que posiblemente sucederá en los próximos cinco a diez años.

Con este trabajo se presenta un cuadro general de la situación del medio cinematográfico en el Perú entre los años mencionados, en el cual los partícipes de este ámbito de trabajo podrán encontrar un conjunto sistematizado de información indispensable para planear y ejecutar una estrategia de producción cinematográfica eficaz, que culmine en la elaboración de un largometraje insertado con eficiencia en un mercado altamente competitivo. El logro de este propósito tendrá como consecuencia la consolidación y el desarrollo del cine peruano.

Del mismo modo, se ha acumulado y analizado una gran cantidad de información sobre la realidad cinematográfica de la región iberoamericana y del resto del mundo que posibilita la comparación de la realidad peruana con realidades vigentes en el contexto internacional. Se considera que diseñar un modelo peruano de mercado cinematográfico implica, necesariamente, el conocimiento de lo que ha sucedido y sucede en el mundo de la producción y del mercado mundial de la cinematografía.

Del mismo modo que en la casi totalidad de estudios semejantes realizados en el mundo, publicados en los llamados observatorios audiovisuales internacionales, este no ha pretendido indagar en la producción cinematográfica ajena a la exhibición formal controlada por el Estado mediante la legislación vigente. La producción paralela, universitaria e informal, merece que se realicen estudios específicos sobre su realidad financiera, de distribución y de *marketing*, objetivo que otro estudio seguramente alcanzará. ❖

Se recopila abundante información sobre los factores que limitan o condicionan la producción cinematográfica peruana formal del periodo comprendido entre los años 1998 y 2015.

Magíster en Escritura Creativa con mención en
Dramaturgia y Guiones Cinematográficos por la
UNMSM

✉ atamayo@ulima.edu.pe

Magíster en Comunicaciones por la Pontificia
Universidad Católica del Perú

✉ nhendric@ulima.edu.pe