



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**SISTEMA DE POSGRADOS  
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**TEMA:**

**Diseño de modelo de financiamiento para la producción  
cinematográfica independiente en la ciudad de Guayaquil.**

**AUTORA:**

**Becilla García, Leticia Aurora**

**Previa a la obtención del Grado Académico de:  
MAGÍSTER EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**TUTORA:**

**Baño Hifóng, María Mercedes**

**Guayaquil, Ecuador  
2018**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**SISTEMA DE POSGRADOS  
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

## **CERTIFICACIÓN**

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por la **Ing. Leticia Aurora Becilla García**, como requerimiento parcial para la obtención del Grado Académico de **Magíster en Administración de Empresas**.

**DIRECTORA DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

\_\_\_\_\_  
**Econ. María Mercedes Baño Hifóng, Mgs.**

**REVISORA**

\_\_\_\_\_  
**Econ. Jazmín Cornejo Robayo, Mgs.**

**DIRECTORA DEL PROGRAMA**

\_\_\_\_\_  
**Econ. María del Carmen Lapo Maza, Mgs.**

**Guayaquil, 22 mayo del 2018**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**SISTEMA DE POSGRADOS  
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

## **DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

Yo, **Leticia Aurora Becilla García**

### **DECLARO QUE:**

El Proyecto de Investigación **Diseño de modelo de financiamiento para la producción cinematográfica independiente en la ciudad de Guayaquil** previa a la obtención del **Grado Académico de Magíster en Administración de Empresas**, ha sido desarrollada en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las Páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del proyecto de investigación del Grado Académico en mención.

**Guayaquil, 22 de mayo del 2018**

**EL AUTOR**

---

**Leticia Aurora Becilla García**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**SISTEMA DE POSGRADOS  
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

## **AUTORIZACIÓN**

**Yo, Leticia Aurora Becilla García**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del **Proyecto de Investigación Grado Académico de Magíster en Administración de Empresas**, titulada: **Diseño de modelo de financiamiento para la producción cinematográfica independiente en la ciudad de Guayaquil**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

**Guayaquil, 22 de mayo del 2018**

**EL AUTOR:**

---

**Leticia Aurora Becilla García**

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios por la vida, salud, paciencia y la sabiduría en esta etapa universitaria.

A mis padres por el carácter que han formado en mí.

A la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil y el Sistema de Posgrado por brindar la mejor educación a sus estudiantes.

A los profesores del MAE por inspirar y educar.

A mi tutora por ser una guía en este proceso.

A los amigos cineastas de Guayaquil que han sido parte de este proyecto de investigación y a David Samaniego por ceder los derechos de su guion en el cual se desarrolla el caso práctico de este estudio de investigación,

Leticia Becilla G.

## **DEDICATORIA**

A todos los artistas que se beneficiaran con los resultados de este proyecto.

Leticia Becilla G.

## Resumen

Concebir el cine desde una perspectiva económica es uno de los desafíos que enfrentan los productores ecuatorianos. Pensar en las fuentes de financiamiento y sus alternativas permite consolidar nuevos escenarios para la industria cinematográfica y su mercado. Este estudio apunta a diseñar un modelo de financiamiento para la producción cinematográfica independiente en la ciudad de Guayaquil el mismo que se valida a través de un caso práctico donde se ha financiado un 22% de su presupuesto total a la fecha. A través de la entrevista a profundidad como técnica investigativa, se detalla el financiamiento de productores audiovisuales locales en sus últimos proyectos cinematográficos. Los resultados muestran que solamente 2 de 10 productores realizaron un plan de negocios, y que un modelo de financiamiento sería de gran utilidad para futuras producciones. Hay diferentes elementos a los que se pueden recurrir al momento de financiar cine independiente en Guayaquil, desde la empresa pública y privada, el auto financiamiento, en canje publicitario, la venta de derecho de marca, el crowdfunding entre otros, definir cuál será la ruta es lo más difícil y dependerá del guion y su naturaleza. El autor propone un modelo de financiamiento para la producción cinematográfica independiente en la ciudad de Guayaquil en base a la academia, donde se aplican herramientas que serán de utilidad para los productores ejecutivos en la etapa de financiamiento. La autora realiza un caso práctico con el guion El Reportaje escrito por David Samaniego detallando cada paso mencionado en el modelo que se propone, mostrando las diferentes formas en la que se puede financiar y seleccionando un modelo con el cual demuestra un retorno de inversión favorable para la producción del cortometraje.

**Palabras claves:** financiamiento, presupuesto, producción audiovisual, industria cinematográfica

## **Abstract**

Making movies since an economic perspective is one of the challenges that the Ecuadorian producer has to face. Thinking in financial resources and its alternatives allows building new scenes for film industry and its market. This study aims to design a financing model for independent film production in the city of Guayaquil. Through the in-depth interview as a research technique, the financing of local audiovisual producers in their latest film projects is detailed. The results show that only 2 out of 10 producers made a business plan, and that a financing model would be very useful for future productions. There are different elements that can be used to finance independent cinema in Guayaquil, as public and private companies, self-financing, in advertising exchange, the sale of brand rights, crowdfunding among others. Defining what the route will be taken for the financing is the most difficult and it will depend on the script and its nature. The author proposes a financing model for independent film production in the city of Guayaquil based on the academy, the appliance of these tools will be useful for the executive producers in the financing stage, with an example for this. The author makes a practical case with the script *El Reportaje* written by David Samaniego detailing each step mentioned in the proposed model, showing the different ways in which it can be financed and selecting a model with which it demonstrates a favorable return on investment for the production of the short film.

**Keywords:** financing, budget, audiovisual production, film industry



## Índice

|   |             |
|---|-------------|
| <b>Resumen</b> .....                            | <b>vii</b>  |
| <b>Abstract</b> .....                           | <b>viii</b> |
| <b>Introducción</b> .....                       | <b>2</b>    |
| Antecedentes.....                               | 3           |
| Problema de Investigación .....                 | 5           |
| Formulación del Problema.....                   | 6           |
| Justificación .....                             | 6           |
| Objetivos.....                                  | 8           |
| Objetivo General.....                           | 8           |
| Objetivos Específicos .....                     | 8           |
| <b>Capítulo I: Fundamentación Teórica</b> ..... | <b>9</b>    |
| Teoría Financiera.....                          | 9           |
| Gestión Financiera.....                         | 11          |
| Estructura Financiera.....                      | 13          |
| Psicología Financiera .....                     | 14          |
| Estados Financieros .....                       | 17          |
| Flujo de efectivo. ....                         | 18          |
| Estado de resultados.....                       | 19          |
| Balance general.....                            | 20          |
| Fuentes de financiamiento. ....                 | 21          |
| Financiamiento interno. ....                    | 23          |
| Rentabilidad financiera.....                    | 24          |
| Rentabilidad económica (ROA). ....              | 25          |
| Rentabilidad financiera (ROE). ....             | 27          |
| Inversión.....                                  | 28          |
| Presupuesto. ....                               | 30          |
| Sociedad. ....                                  | 30          |
| Asociación. ....                                | 31          |
| Cooperación.....                                | 31          |
| Concepto de <i>crowdfunding</i> .....           | 32          |
| Endeudamiento. ....                             | 33          |

|  |           |
|--|-----------|
| Microempresa.....                                    | 33        |
| Marco Conceptual.....                                | 34        |
| El arte.....   | 34        |
| El cine.....   | 35        |
| Producción audiovisual.....                          | 35        |
| Participantes de los proyectos cinematográficos..... | 37        |
| Resumen del Capítulo .....                           | 39        |
| <b>Capítulo II: Marco Referencial.....</b>           | <b>41</b> |
| Industria Cinematográfica en Latinoamérica .....     | 41        |
| Industria Cinematográfica en Ecuador.....            | 43        |
| Industria Cinematográfica en Guayaquil.....          | 47        |
| Resumen del Capítulo .....                           | 51        |
| <b>Capítulo III: Metodología y Resultados .....</b>  | <b>53</b> |
| Metodología .....                                    | 53        |
| Diseño de Investigación. ....                        | 53        |
| Tipo de Investigación.....                           | 53        |
| Enfoque de Investigación. ....                       | 54        |
| Método de Investigación.....                         | 54        |
| Técnicas de Investigación .....                      | 55        |
| Universo - Población. ....                           | 55        |
| Muestra. ....  | 56        |
| Modelo entrevista. ....                              | 57        |
| Conclusiones de Entrevistas a Especialistas.....     | 57        |
| Entrevista con Luis Avilés.....                      | 57        |
| Entrevista a Jandry García y Jhony Obando. ....      | 60        |
| Entrevista a Alberto Pablo Rivera.....               | 62        |
| Entrevista a Christian Rojas. ....                   | 65        |
| Entrevista a Jhonny Obando. ....                     | 69        |
| Entrevista a José Ordoñez. ....                      | 72        |
| Entrevista a Josué Miranda. ....                     | 74        |
| Entrevista a Juan Pablo Asanza.....                  | 75        |
| Entrevista a Patricio Rodríguez. ....                | 76        |
| Resultados y Hallazgos .....                         | 78        |

|  |            |
|--|------------|
| Formas que se han financiado las películas en Guayaquil.....       | 84         |
| Resumen del Capítulo .....   | 85         |
| <b>Capítulo IV: Propuesta .....</b>                                | <b>87</b>  |
| Modelo de Financiamiento para la Producción Cinematográfica        |            |
| Independiente en Guayaquil.....                                    | 87         |
| Descripción de la Propuesta.....                                   | 88         |
| Analizar la naturaleza del proyecto.....                           | 88         |
| Presupuesto.....   | 89         |
| Definir estrategia de financiamiento.....                          | 90         |
| Desarrollo plan de negocios.....                                   | 91         |
| Desarrollo del <i>Teaser</i> – Material Visual.....                | 95         |
| Desarrollo de dossier.....   | 96         |
| Presentación de proyecto o pitch.....                              | 97         |
| Desarrollo de estrategia según el cliente.....                     | 98         |
| Proceso de cierre de negocio.....                                  | 99         |
| Desarrollo práctico del modelo .....                               | 99         |
| El Reportaje.....  | 99         |
| Análisis de la naturaleza de El Reportaje.....                     | 99         |
| Presupuesto de El Reportaje.....                                   | 100        |
| Definición de estrategia de financiamiento para El Reportaje.....  | 102        |
| Plan de negocios de El Reportaje.....                              | 114        |
| Desarrollo del <i>Teaser</i> – Material Visual del cortometraje El |            |
| Reportaje.....   | 120        |
| Desarrollo de dossier de El Reportaje.....                         | 121        |
| Presentación de proyecto o pitch de El Reportaje.....              | 122        |
| Desarrollo de estrategia según el cliente para el cortometraje El  |            |
| Reportaje.....   | 123        |
| Proceso de cierre de negocio de “El Reportaje” .....               | 123        |
| Resumen del capítulo .....   | 123        |
| <b>Conclusiones .....</b>  | <b>126</b> |
| <b>Recomendaciones .....</b>                                       | <b>128</b> |
| <b>Referencias Bibliográficas.....</b>                             | <b>130</b> |

|   |            |
|---|------------|
| <b>Apéndices.....</b>                           | <b>143</b> |
| Entrevista a Luis Avilés.....                   | 143        |
| Entrevista a Jandry García y Jhony Obando ..... | 150        |
| Entrevista a Alberto Pablo Rivera .....         | 158        |
| Entrevista a Christian Rojas .....              | 168        |
| Entrevista a Jhony Obando .....                 | 180        |
| Entrevista a José Ordoñez .....                 | 196        |
| Entrevista a Josué Miranda .....                | 208        |
| Entrevista a Juan Pablo Asanza .....            | 213        |
| Entrevista a Patricio Rodríguez .....           | 216        |
| Modelo de presupuesto desglosado .....          | 222        |
| Guion .....                                     | 225        |
| Bases Categoría Cortometraje ICCA.....          | 235        |

## Índice de Tablas

|  |     |
|--|-----|
| Tabla 1. Estructura del flujo de efectivo.....                                   | 19  |
| Tabla 2. Esquema de Estado de Resultados.....                                    | 20  |
| Tabla 3. Estructura de Estado de Balance.....                                    | 21  |
| Tabla 4. Puntaje para piezas audiovisuales nacionales.....                       | 36  |
| Tabla 5. Puntaje para obras de animación nacionales. ....                        | 37  |
| Tabla 6. Lista de salas de cine en 2014.....                                     | 48  |
| Tabla 7. Tipo de película según el presupuesto.....                              | 88  |
| Tabla 8. Desglose de presupuesto por etapa. ....                                 | 90  |
| Tabla 9. Presupuesto de El Reportaje. ....                                       | 101 |
| Tabla 10. Presupuesto diseñado en base a crowdfunding. ....                      | 106 |
| Tabla 11. Tabla de amortización para préstamo bancario. ....                     | 107 |
| Tabla 12. Planificación para la inversión privada.....                           | 108 |
| Tabla 13. Planificación de financiado por cooperación y fondos propios.<br>..... | 110 |
| Tabla 14. Análisis de Fuente de Financiamiento. ....                             | 112 |
| Tabla 15. Financiamiento del reportaje.....                                      | 113 |
| Tabla 16. ROI del cortometraje El Reportaje. ....                                | 120 |

## Índice de Figuras

|  |     |
|--|-----|
| Figura 1. Estrenos de obras cinematográficas independientes de producción y coproducción nacional. ....                              | 5   |
| Figura 2. Obras audiovisuales independientes de producción y coproducción nacional (largometrajes, medimetrajes y cortometrajes) ... | 6   |
| Figura 3. Fuentes de Financiación. ....  | 22  |
| Figura 4. ROA Método Du Pont. ....   | 26  |
| Figura 5. ROE Método Du Pont. ....   | 28  |
| Figura 6. Proceso para ejecutar proyectos de Inversión. ....   | 29  |
| Figura 7. Modelo de Financiamiento para la Producción Cinematográfica Independiente en Guayaquil. ....                               | 87  |
| Figura 8. Documento financiero en formato ICCA ejemplarizado con datos de El Reportaje. ....   | 103 |
| Figura 9. Plan financiero total de presupuesto para ICCA, con datos del cortometraje El Reportaje. ....                              | 104 |
| Figura 10. Análisis FODA del cortometraje El Reportaje. ....   | 114 |
| Figura 11. Relación del público con los temas de El Reportaje. ....  | 115 |
| Figura 12. Estructura Organizacional del cortometraje El Reportaje. ....   | 117 |
| Figura 13. Diagrama de Gantt de El Reportaje. ....   | 119 |
| Figura 14. Dossier de El Reportaje. ....   | 122 |

## Introducción

Concebir el cine desde una perspectiva económica es uno de los desafíos que Ecuador debe tomar en busca de una herramienta sustentable para crear proyectos audiovisuales, que permitan generar un valor agregado a nivel nacional. Pensar en las fuentes de financiamiento y sus alternativas permite consolidar nuevos escenarios para la comprensión del cine y su mercado en la localidad de Guayaquil. Estas variaciones, de la mano de diversas producciones independientes, están tomando fuerza en la industria cinematográfica; la cual supone no generar recursos, pero concibe su rentabilidad desde una mirada empresarial, logrando ser motivo de interés para potenciales inversores.

En este sentido, las estrategias empresariales para la inversión y su retorno son elementos cruciales para la evaluación de los proyectos ejecutados durante los últimos años, pues desde una segmentación de mercado se puede apreciar un crecimiento interesante de propuestas con fondos reembolsables y no reembolsables. Es importante resaltar que instituciones financieras públicas y privadas también presentan posibilidades de financiamiento, generando un fomento cultural e ideas de coproducción mediante fuentes económicas y alternativas creativas vinculadas con: la autogestión, el microcrédito, *crowdfunding*, auspicios y fondos concursables.

Desde una perspectiva macroeconómica, los mecanismos fiscales que, como política estatal tuvieron una propuesta observable dentro del sector cinematográfico, siguieron con atención las ideas relacionadas con el fomento de la creatividad y de la inversión con una generalidad integrativa. Entre lo que se busca

como competitividad e innovación dentro del propio sector, tanto para empresas audiovisuales como para productoras independientes.

### **Antecedentes**

Arte, entretenimiento y negocio son términos asociados comúnmente a la industria cinematográfica. Sin embargo, no es un asunto sencillo, ni inmediato de construir en cualquier mercado. De hecho, las maneras de comprender el cine se han ido modificando desde su aparición en 1895. Los contextos económicos, culturas y tecnológicos han determinado su condición a través de los años (Fernández M. , 2011).

El cine nace el 28 de diciembre de 1895, con el invento del cinematógrafo de los hermanos Lumière, quienes sin pensarlo crearon una de las potencias que movería millones de dólares en el mundo en el siglo XXI. La empresa estadounidense Rentrak, encargada de la medición de audiencia, considerado al 2015 como uno de los años con “mayores ingresos de taquilla global en la historia del cine”. Se estima que los espectadores de películas US\$38.000 millones aproximadamente(Revista Dinero, 2016).

Screen Digest, empresa de inteligencia de negocios de Londres, realizó un estudio global del mercado en el 2015 sobre los ingresos de taquilla y dio como resultado que en la India se vendieron 2007 millones de entradas al cine, le siguen China con 1254 millones y Estados Unidos con 1222 millones de tickets vendidos (RPP Noticias, 2016). Entre las industrias cinematográficas más importantes del mundo se hallan Bollywood, cual nace en la India en 1930; y Hollywood,



fortalecidos después de la Primera Guerra Mundial; ambas son los pilares fundamentales en la economía que éstas generan. International Indian Film Academy contrasta a Bollywood con más de 1000 cintas anuales, frente al medio millar que llena el mercado su opositor estadounidense. Seguidas por Nollywood, desde Nigeria considerado la nueva meca del cine, que lanza 2500 títulos anualmente (ABC Madrid, 2016).

Pese a esto, las productoras de cine indio manejan un presupuesto entre 250.000 dólares y 10 millones de dólares en cada una de sus películas; recuperando su inversión en las más de 4 mil millones de entradas vendidas al año. Mientras tanto, Hollywood bate records de taquilla a nivel mundial con Avatar de James Cameron en el 2009, considerada la película más vista en la historia del cine (ABC Madrid, 2016).

Por otro lado, el cine independiente, no goza del mismo alcance de las industrias antes mencionadas. Blázquez (2015) publicó que “el presupuesto medio de películas españolas había caído de 3,2 millones de euros en 2009 a 1,4 millones en 2014”, mientras que en Colombia la industria tan solo movió 38 millones de dólares en el 2016.

Por su parte Ecuador es un país que presenta un índice de incremento económico generando mayor capacidad adquisitiva a su población, pasando por un ingreso per cápita de USD 5425 en el 2012 a USD 5968 en el 2016 (Banco Mundial, s.f.). En su territorio hay un total de 302 salas de cine, lo cual contrasta con grandes países como Estados Unidos que tiene 40.547 pantallas, China con 31.041 o India con 11.179 salas (Agencia Pública de Noticias de Ecuador y Suramérica, 2015).

## Problema de Investigación

La industria cinematográfica en el Ecuador desde el 2012 ha desarrollado 127 largometrajes de ficción y documental según el CNCine, Consejo Nacional de Cinematografía del Ecuador las mismas que se han desarrollado con diferentes modelos de producción y financiamiento, cabe recalcar que estos datos son a nivel nacional y no hay segmentación de regiones o provincias. A continuación, se detalla la cantidad de estrenos de obras cinematográficas independientes de producción y coproducción nacional desde el 2012 al 2016.

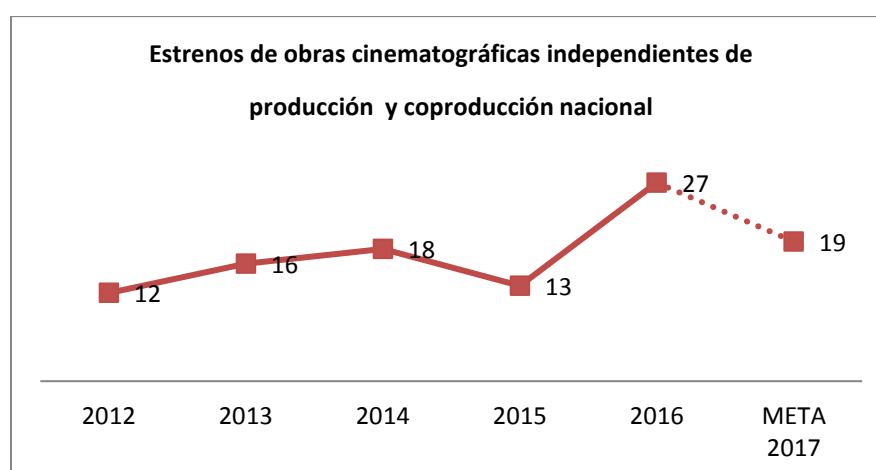


Figura 1. Estrenos de obras cinematográficas independientes de producción y coproducción nacional. Adaptado de "Indicadores CNCine" por CNCine (2016).

En este gráfico se evidencia el crecimiento de estrenos de películas desde el 2012 con 12 estrenos hasta llegar al 2016 con 27 estrenos, lo que representa un incremento del 100% de obras cinematográficas. Pero si analizamos los índices de obras audiovisuales independientes de producción y coproducción nacional donde se consideran largometrajes, medimetrajes y cortometrajes obtenemos los siguientes resultados.

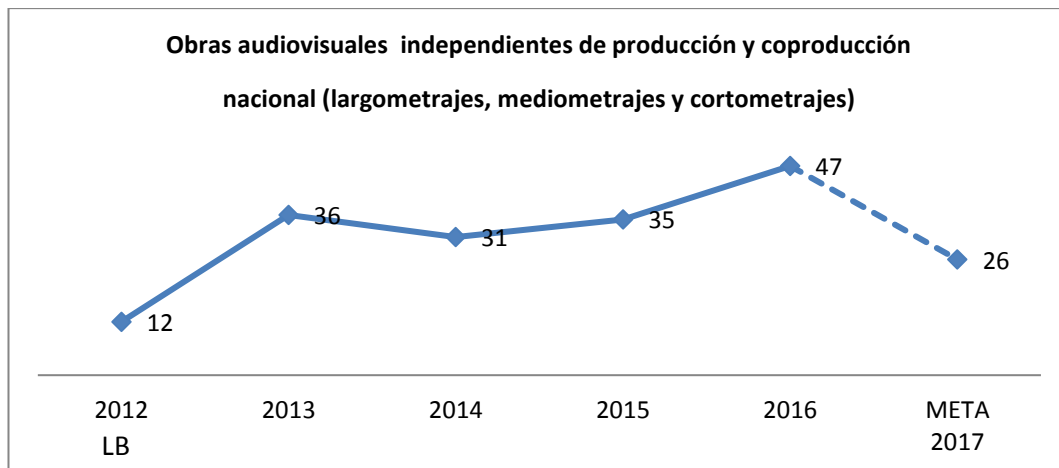


Figura 2. Obras audiovisuales independientes de producción y coproducción nacional (largometrajes, medimetrajes y cortometrajes). Adaptado de "Indicadores CNCine" por CNCine (2016).

La cantidad de obras audiovisuales que se producen en cada año son mayores a las que se estrenan por año, lo que significa que están a la espera de estreno y esto se debe a que aún siguen en etapa de postproducción y no las finalizan por falta de financiamiento.

### **Formulación del Problema**

¿Por qué los productores cinematográficos de Guayaquil no logran financiar el total de su presupuesto antes de la producción de sus obras?

### **Justificación**

Desde el punto de vista académico, los docentes de carreras afines a nivel nacional podrán contar con un material sólido sobre fuentes de financiamiento en el cine y los estudiantes así mismo tendrán acceso a este tipo de información que servirá de guía a lo largo de sus carreras universitarias poniendo en práctica en el transcurso de la misma. Así mismo la autora realiza esta investigación por su

experiencia en las producciones de películas, donde el financiamiento ha atrasado los procesos de producción y busca mejorar esta realidad del cine en el país como parte de su crecimiento profesional.

Desde el punto de vista empresarial, este proyecto aportará con un modelo de financiamiento de proyectos cinematográficos a profesionales del sector, de esta forma se garantizará la planificación financiera de dichos proyectos, aumentando la cantidad de producciones que permitirá al país crecer culturalmente y participar en festivales internacionales.

Desde el punto de vista social, la ciudadanía en general contará con mayor cantidad de películas, tendrá un abanico de opciones para escoger al momento de consumir cine, sobretodo se creará una identidad y cultura cinematográfica que aún no existe en el país. Los artistas en general podrán seguir este modelo de financiamiento que ayudará a conceptualizar y presupuestar sus ideas al momento de presentar a futuros inversionistas.

En concordancia con el Objetivo 10 del Plan Nacional del Buen Vivir, que se refiere al impulso de la transformación de la matriz productiva, y que va de la mano con los lineamientos del Sistema de Posgrado; este estudio de investigación se orienta a servir de guía a productores y futuros productores cinematográficos de la ciudad, proporcionando una guía o modelo que les permita obtener herramientas para poder encontrar el financiamiento de sus películas. Por consecuencia, promoverá el crecimiento de la industria del cine y le dará empleo a cientos de trabajadores del sector audiovisual.

## **Objetivos**

### **Objetivo General**

Diseñar un modelo de financiamiento para la producción cinematográfica independiente en la ciudad de Guayaquil.

### **Objetivos Específicos**

- Fundamentar teórica y referencialmente los elementos que forman parte del cine independiente en Guayaquil.
- Investigar los mecanismos de financiamiento en las producciones de cine independiente de Guayaquil a través de entrevistas.
- Proponer un modelo de financiamiento para la producción cinematográfica en Guayaquil.
- Validar el modelo de financiamiento propuesto con expertos de la industria cinematográfica en Guayaquil.

## **Capítulo I: Fundamentación Teórica**

### **Teoría Financiera**

La teoría financiera ha cursado por un significativo impulso en los últimos años, debido al constante crecimiento global de los mercados, siendo el área financiera consecuente (Saavedra & Saavedra, 2012). Las finanzas dentro de la cátedra de ciencias económicas comienzan a fortalecerse a inicios del siglo XX, tomando varios directrices que la vuelven una disciplina independiente y sólida. González (2014) abordó las conductas de la teoría financiera dentro de su evolución:

En la evolución de la teoría financiera se pueden identificar dos grandes enfoques: visión tradicional de las finanzas y enfoque moderno de las finanzas. El primer enfoque (visión tradicional de las finanzas) se dio en la primera mitad del siglo XX, periodo en el cual el interés de las finanzas se concentró en el registro monetario de las operaciones de la empresa y el estudio descriptivo de instituciones y operaciones de mercados de capitales (González S. , 2014, p. 22).

Como resultado de la crisis económica de los años treinta, las empresas presentaron dificultades para mantenerse en el mercado, por lo que las finanzas tomaron un enfoque diferente concentrándose: “en el mantenimiento de la liquidez, quiebras y reorganizaciones, así como el aumento de regulaciones en los mercados accionarios” (González S. , 2014). Una década más tarde, se centró en la recuperación industrial tras las guerras. Por lo tanto, las finanzas se centraron en realizar un análisis minucioso de las inversiones a ejecutar, y procurando un mejor control y planeación para optimizar los recursos.

La visión moderna de las finanzas es uno de los periodos más fructíferos, teniendo auge en los cincuentas. Las finanzas se preocuparon por aumentar el valor de la empresa y se fundaron las bases conceptuales de la actualidad. Finalmente, la globalización de empresas y el avance tecnológico en el siglo XXI permitieron un desarrollo acelerado de la teoría financiera.

Para estudiar el financiamiento de una empresa es necesario saber sobre la teoría financiera, Bodie y Merton (1999) explicaron que:

Consta de una serie de conceptos que nos ayudan a organizar nuestras ideas sobre cómo asignar recursos a través del tiempo y de un grupo de modelos cuantitativos que nos permiten evaluar alternativas, adoptar decisiones y realizarlas (citado por Méndez, 2014).

Esto se debe a que la inversión inicial debe estar definida desde el inicio si será a corto, mediano o largo plazo; para lo cual habrá que decidir de qué manera será, cómo se recuperará y cómo se la va a devolver la inversión (Méndez, 2014).

Díaz y López (2001) agregaron que “se ocupa de la generación, asignación y circulación del dinero dentro del sistema económico” (citado por Vera, 2010). Por lo tanto, su objetivo consiste en lograr la rentabilidad de una cantidad monetaria dentro de una estructura de producción, asignación de recursos, distribución y consumo en una economía. Además Palenzuela y Hidalgo (1988) agregaron que la “asignación de recursos en el tiempo hace referencia tanto a las decisiones financieras de la empresa como a las decisiones financieras de los inversores individuales” (p. 162). En este sentido, la teoría financiera es el análisis de los

procesos de asignación de recursos a través del tiempo lo cual se relaciona con las disposiciones económicas de una organización y la inversión de capital externo.

### **Gestión Financiera**

Córdoba (2012) explicó que la gestión financiera es un proceso que “involucra los ingresos y egresos atribuibles a la realización del manejo racional del dinero en las organizaciones y, en consecuencia, la rentabilidad financiera generada por el mismo” (p. 2). De este modo, se puede definir como aquella que dispone, procede y administra tanto la inversión, como la asignación de recursos de acuerdo a la necesidad de la empresa.

Es necesario que la gestión financiera responda siempre al propósito de optimizar resultados y añadir valor a la organización (González, 2014). Por consecuencia, Santandreu (2000) indicó que es necesario que sus objetivos básicos respondan las siguientes interrogantes:

(a) ¿Qué criterios, estrategias y metodología debe aplicar una empresa para la toma de decisiones en materias de inversión a largo plazo? (b) ¿Cómo se debe planificar los recursos y flujos financieros, para financiar las inversiones a largo plazo, tanto en cantidad como en calidad? (c) ¿Cuáles deben ser las políticas en materia de financiación e inversión a corto plazo en la gestión de circulante? (citado por González, 2014).

La gestión o administración financiera forma parte de los conceptos de valor, tiempo, riesgo y crecimiento, está presente dentro del análisis de la rentabilidad financiera y la toma de decisiones. Moyolema (2011) indicó que “es una gran variedad de tareas financieras como la planeación, extensión de créditos a



los clientes, la evaluación de grandes gastos de propuestos y la consecución de dinero para financiar las operaciones de la empresa” (p. 11). Por lo tanto, su objetivo es conseguir, controlar y dar uso adecuado de los recursos financieros en base a las necesidades de una empresa, logrando una administración eficiente y protegiendo sus activos.

Además, la administración financiera se orienta en realizar el proceso de financiamiento y la administración de los activos. De tal manera que su propósito está enfocado a la toma de decisiones, como Rodríguez (2008) explicó “se puede dividir en tres áreas: las decisiones de inversión, las decisiones de financiamiento y las de administración de los activos” (citado por Villeda, 2016). Los administradores de las empresas, por lo tanto, pueden tomar decisiones con respecto a la inversión de la empresa, con la capacidad de reducir, suprimir o reemplazar activos que afecten su economía.

Villeda (2016) explicó las decisiones de financiamiento dentro de la administración y sus lineamientos:

Las decisiones de financiamiento representan una función primordial de la administración, ya que permite prever la necesidad que se tiene de contar con recursos externos y a la vez contribuyen a determinar la forma más aconsejable de conseguir dicho financiamiento. Las decisiones de administración de activos persiguen proveer los lineamientos necesarios para administrarlos con eficiencia. Para aplicar las decisiones anteriormente se deben utilizar herramientas financieras para determinar cómo se encuentra la empresa y a partir de ahí ejecutarlas (p. 18).

De esta manera, la administración financiera son las herramientas y decisiones necesarias para lograr los objetivos financieros de la empresa. Dentro de sus gestiones, se debe controlar los activos, su adquisición y financiamiento, y el manejo de éstas. Pues, mediante una estabilidad económica se logra el desarrollo de la entidad.

### **Estructura Financiera**

Toda empresa desde la concepción de su idea y su afán por cubrir una necesidad al consumidor, deberá buscar financiamiento para poder crear un balance entre activos y pasivos que generen un patrimonio a futuro. De tal manera, Contreras y Díaz (2015) argumentaron que “la estructura financiera es la combinación de recursos para financiar las inversiones de la empresa”; entendiendo la inversión de la empresa como activo y al financiamiento como pasivo y patrimonio (p. 36). Los mismos autores también afirmaron que desde su origen de la estructura financiera se la puede considerar como la combinación de recursos estrechamente relacionados (p. 39).

Con respecto a la estructura económica, se entiende por la adquisición de los bienes que forman parte del activo de una empresa. Mientras que, la estructura financiera, involucra disponer de estos bienes como recursos financieros. Rodríguez (2014) explicó más detalladamente la estructura y recursos financieros de una entidad:

Esta estructura financiera refleja las distintas fuentes de procedencia de los recursos financieros que han sido utilizados para hacer posible las inversiones en el activo (estructura económica). El Patrimonio Neto recoge

los recursos propios de la empresa (Capital, Reservas y Resultados del ejercicio). El Pasivo Fijo (o no corriente) está formado por aquellos recursos financieros con exigibilidad a largo plazo, generalmente, mayor a un año. El Pasivo Corriente (o circulante) está integrado por los recursos financieros cuya exigibilidad se plantea a corto plazo, generalmente en menos de un año.

Por lo tanto, la estructura financiera reúne estos recursos financieros, incluyendo deudas y obligaciones de la empresa, y los clasifica según su procedencia y plazo. Éstas serán fuentes de financiamiento para la entidad en su momento determinado, ligando la estructura financiera con el financiamiento (Rodríguez, 2014).

### **Psicología Financiera**

Acerca de la psicología financiera, Taylor (2000) apuntó que es “la psicología que subyace y conduce el comportamiento de la toma de decisiones financieras” (como cita Roig, 2015). La psicología financiera conlleva la interacción entre la personalidad del ser humano y su manera de pensar y decidir sobre el dinero. Las motivaciones que presentan las persona sobre las gestiones financieras que permitan o frenen sus objetivos. Se basa en que el dinero no es sólo un intermediario de transacción, también es representante de éxito, suplente de amor, herramienta de actos y razón de emociones (Montoya, 2005).

Montoya (2005) explicó el papel de la psicología financiera en la toma de decisiones de los clientes:

La psicología financiera procura entender el papel que juegan las emociones, y sus comportamientos correspondientes, en la toma de decisiones financieras. Los financieros se han centrado en objetivos específicos del cliente, como los estudios universitarios, el retiro, etc. Pero los clientes en crisis se centran más en su dolor que en su lista de necesidades. Cuando estos clientes tienen sucesos que cambian su vida y que le dan una vuelta de 180°, las tomas de decisiones en cuestiones financieras pueden no ser importantes para los clientes, y ocasionarles tomar malas decisiones o que no se tomen decisiones (p. 24).

La psicología financiera permite que los consejeros financieros puedan comunicarse eficientemente con el cliente. Las personas encargadas de planificar sus acciones y decisiones financieras deben construir una relación clara con los consumidores, entendiendo su forma de pensar acerca del dinero, sus propósitos de vida y realidad; pudiendo tener expectativas verdaderas y sensatas.

También conocida como finanzas conductuales, Hernández (2009) especificó que “es el análisis de las finanzas desde un matiz de ciencia social más amplio, que ha causado un gran interés y revuelo al intentar explicar por qué y cómo los mercados pueden ser ineficientes”. Por lo tanto, la psicología financiera permite conocer el comportamiento de los ejecutantes financieros y su efecto sobre los mercados subsecuentes. De la misma manera lo resumió Sewell (2008), “el estudio de la influencia de la psicología en el comportamiento de los financieros y sus subsiguientes efectos en los mercados” (citado por Roig, 2015).

Thaler (1993) opinó que “las finanzas conductuales son simplemente unas finanzas de mente abierta” (citado por Roig, 2015). De esta manera Ricciardi (2008) documenta, en base a estudios y revisiones sobre la conducta de asumir riesgos, que: (con respecto al género) “las mujeres son más conservadoras que los hombres, es decir, tienden a tomar menos riesgos”; (con respecto al estado civil) “los individuos solteros son más propensos a tomar decisiones riesgosas que las personas casadas”; (con respecto a la edad) “las personas jóvenes se inclinan más a la búsqueda de riesgos que las personas mayores”; (con respecto al nivel de educación) “las personas con altos niveles de educación demuestran una mayor propensión o tendencia a tomar riesgo” (Hernández, 2009).

En específico con el conocimiento financiero, Hernández (2009) explicó que:

Ya sea por la vía de la experiencia o la maestría en la materia, los individuos que creen que tienen más conocimiento del riesgo y, en general, de las situaciones riesgosas, revelan una predisposición a tomar mayores riesgos financieros. (Asimismo) el fenómeno del exceso de confianza y el espejismo del control: hace referencia a que la mayoría de los individuos creen que conocen más de lo que realmente saben. Las investigaciones empíricas sugieren que este exceso de confianza es un rasgo de los tomadores de decisiones.

De esta manera, se podría concluir que en factores demográficos los hombres jóvenes y solteros son los más propensos a tomar riesgos. En cuanto al conocimiento o experiencia en el área financiera, permite que las personas tomen

mayores riesgos, así como el exceso de confianza. Sin embargo, Martínez (2016) explicó que:

Más que el inversor y sus pautas individuales, también interesa conocer los mecanismos de todos los inversores pues es la sumatoria de todos los intervinientes la que hace moverse a los mercados financieros con sus decisiones diarias (p. 98).

Por lo tanto, si bien la conducta influye en la toma de decisiones individual, a niveles empresariales se debe tener en cuenta los intermediarios para ejecutar estos actos y el mercado. Es la suma de todos estos factores que permitirá establecer las estrategias más acertadas.

### **Estados Financieros**

De acuerdo a las Normas Internacionales de Contabilidad (NIC), “los estados financieros son una representación estructurada de la situación financiera y el beneficio financiero de una entidad”. Las importancias de los estados financieros radican en su condición de documentos serios y con derechos legales que poseen una idea ordenada de las finanzas. Su legalidad dependerá si fueron hechos sobre una autoridad facultada. Además, permiten ver de manera concisa y clara en qué se ahorra y se gasta (Alvarado, 2014).

La Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno (LORTI), en su artículo 21, indica que “los estados financieros servirán de base para la presentación de las declaraciones de impuestos”. De tal manera que el objetivo de los estados financieros es proveer la información necesario sobre “la situación financiera, del rendimiento financiero y de los flujos de efectivo de una entidad” (Ordóñez, 2015).

### **Flujo de efectivo.**

Alvarado (2014) definió al flujo de efectivo como: “aquel que muestra el efecto de los cambios de efectivo en el período determinado, generado y utilizado en las actividades de operación, inversión y financiamiento” (p. 14). De tal manera que es el estado que expone el efectivo producido y utilizado en operaciones, inversiones y financiamiento; es decir, muestra entradas y salidas del efectivo durante las distintas actividades de una empresa en un periodo contable. Durante este periodo, deberán acordar los saldos de efectivo inicial y final.

Es el estado que muestra el efectivo generado y utilizado en las actividades de operación, inversión y financiación. Este estado es de tipo financiero y muestra entradas, salidas y cambio neto en el efectivo de las diferentes actividades de una empresa durante un período contable, en una forma que concilie los saldos de efectivo inicial y final. La estructura del flujo es simple, representado en el siguiente esquema.

Tabla 1.

Estructura del flujo de efectivo.

| <b>ACTIVIDADES DE OPERACIÓN</b>  |
|--|
| (+/-) Actividades de inversión   |
| (=) Efectivo excedente para aplicar o, a obtener en actividades de financiamiento                    |
| (+/-) Actividades de financiamiento  |
| (=) Incremento o disminución neto de efectivo  |
| (+/-) Ajuste al flujo de efectivo por variaciones en el tipo de cambio y en los niveles de inflación |
| (+/-) Efectivo al principio del periodo  |
| (=) Efectivo al final del periodo  |

Nota. Tomada de “Estados Financieros” por Alvarado (2014).

### **Estado de resultados.**

El estado de resultados muestra el resultado de las operaciones de una entidad; por lo tanto, aborda las utilidades, pérdidas y excedentes. Como estado financiero permite conocer los ingresos y gastos durante un periodo definido. De acuerdo a Alvarado, en su documento Estados Financieros, este estado detalla lo siguiente:

Estado que muestra la diferencia entre el total de los ingresos en diferentes modos de vida; venta de bienes, servicios, cuotas y aportaciones y los egresos representados por costos de ventas, costos de servicios, prestaciones y otros gastos y productos de las entidades del sector paraestatal en un periodo determinado.



El estado de resultados también contiene las cuentas de ingresos y gastos, además de sus costos, clasificándolos según su función. A continuación, se puntualiza la estructura de un estado de resultados.

Tabla 2.

Esquema de Estado de Resultados.

| <b>AÑO 1</b>                                       |   |
|--|---|
| Ventas   |   |
| <b>Costo de Ventas</b>                             |   |
| Utilidad Bruta                                     | Ventas - Costo de Venta                 |
| <b>Gastos de operación</b>                         |   |
| Utilidad Operacional                               | Utilidad Bruta - Gasto de Operación     |
| <b>- Intereses</b>                                 |   |
| <b>Utilidad antes de impuestos y participación</b> | Utilidad Operacional - Intereses        |
| <b>Impuestos</b>                                   |   |
| Resultado Neto                                     | Utilidad antes de impuestos - impuestos |

Nota. Tomado de anotaciones de la clase Gestión Financiera, Jácome (2016)

### **Balance general.**

Alvarado (2014) define al balance general como “un documento que presenta la situación económica y financiera de la empresa. Presenta la situación económica por la que se muestra el importe de sus recursos (activo) y de sus obligaciones (pasivo y patrimonio)”. El balance general también representa la situación financiera de la entidad, permitiendo fijar su capacidad de pago, grado de endeudamiento, capital entre otros aspectos financieros. Comprende información importante y privada de la empresa. Se presenta clasificada en 3 grupos: activos, pasivos y patrimonios, tal como se muestra en la siguiente estructura de balance general.

Tabla 3.

Estructura de Estado de Balance

|                                   |   | <u>AÑO 1</u> | <u>AÑO 2</u> | <u>AÑO 3</u> |
|-----------------------------------|---|--------------|--------------|--------------|
| <b>ACTIVO</b>                     |   |              |              |              |
|                                   | Activo Corriente                        |              |              |              |
|                                   | Caja y Bancos                           |              |              |              |
|                                   | Cuentas por Cobrar                      |              |              |              |
|                                   | Inventarios                             |              |              |              |
|                                   | Total Activo Corrientes                 |              |              |              |
|                                   | Activo Fijo                             |              |              |              |
|                                   | Activo Fijo bruto                       |              |              |              |
|                                   | Depreciación Acumulada de Activo fijo   |              |              |              |
|                                   | Activo Fijo Neto                        |              |              |              |
| <i>Total Activos</i>              |   |              |              |              |
| <b>PASIVO</b>                     |   |              |              |              |
|                                   | Pasivo corto plazo                      |              |              |              |
|                                   | Proveedores                             |              |              |              |
|                                   | Otros acreedores (incluyendo impuestos) |              |              |              |
|                                   | Descuento bancario utilizado            |              |              |              |
|                                   | Préstamo bancario corto plazo           |              |              |              |
| <i>Total Pasivo a corto plazo</i> |   |              |              |              |
| <b>PATRIMONIO</b>                 |   |              |              |              |
|                                   | Capital y reservas                      |              |              |              |
|                                   | Resultados del ejercicio                |              |              |              |
|                                   | Total Patrimonio                        |              |              |              |
| <i>Total Pasivo y Patrimonio</i>  |   |              |              |              |

Nota. Tomado de anotaciones de la clase Gestión Financiera, Jácome (2016).

**Fuentes de financiamiento.**

Las fuentes de financiamiento son alternativas para conseguir los fondos monetarios de un proyecto. Si bien la mayoría de empresas cuentan con fuentes tradicionales como los préstamos bancarios, es importante determinar la estructura de financiamiento más adecuada para el tipo de negocio (Ixchop, 2014). De esta

manera, se tendrá que realizar un análisis minucioso de cuál fuente será la más pertinente, teniendo en cuenta que las decisiones de inversión y financiación tienen que promover el rendimiento de la empresa.

De acuerdo a Torres, Guerrero y Paradas (2012) “consiste en las posibilidades de obtener recursos económicos para la apertura, mantenimiento y desarrollo de nuevos proyectos en la empresa”. En este sentido, es la obtención de capital monetario para realizar inversiones, ejecutar la producción e impulsar el crecimiento de la institución. Torres, Guerrero y Paradas (2012) indicaron que se puede conseguir a través de:

Recursos propios, autofinanciación, recursos generados de operaciones propias de la empresa y aportaciones de los socios, emisión de acciones o mediante recursos externos con la generación de una deuda saldable en el corto, mediano o largo plazo.

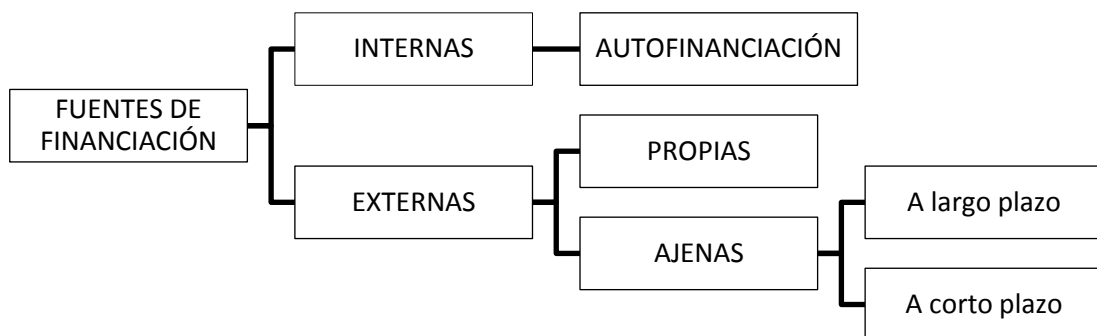


Figura 3. Fuentes de Financiación.

Con respecto a la estructura de financiamiento, Cabezas y Ramírez (2015) la definieron como “el financiamiento que la empresa recibe de deuda a corto, a

largo plazo y de capital propio” (p. 14). Por lo tanto, el financiamiento puede ser interno o externo, diferenciándose en que el financiamiento interno comprende los fondos propios de la empresa, proveniente de la liquidez original.

Blanco Mazagatos et al., (2009) lo explicaron como “el origen de fondos con los que cuenta una empresa, siendo este prioritario frente a un financiamiento externo” (citado por Contreras & Díaz, 2015). En tanto, el financiamiento externo implica que los administrados soliciten fondos a terceros debido a que los recursos internos son insuficientes para llevar a cabo nuevos proyectos. Los recursos adquiridos podrán ser a corto o largo plazo (Contreras & Díaz, 2015).

#### **Financiamiento interno.**

El financiamiento interno resulta de las operaciones de la propia empresa, es decir, los fondos originarios con los que cuenta dicha entidad. De esta manera el o los propietarios quienes asumirán el financiamiento (Contreras & Díaz, 2015). Adicionalmente, Alarcón (2013) indicó que las fuentes de financiamiento interno “son aquellos que provienen de aportaciones de capital realizadas por los accionistas. (...) Este puede surgir de recursos propios autogenerados o negociados” (p. 27). Este tipo de financiamiento interno es suministrado por la empresa y provisto por sus operaciones.

Se pueden considerar como financiamiento interno a:

- Aportaciones de socios
- Utilidades reinvertidas
- Depreciaciones y amortizaciones
- Incremento de pasivos acumulados

- Venta de activos

### **Financiamiento externo.**

Contreras y Días (2015) explicaron que “el financiamiento externo se realiza cuando los administradores tienen que solicitar fondos de terceros, (...) porque los recursos internos son escasos para poder realizar nuevos proyectos” (p. 39). El financiamiento externo se refiere a todos aquellos recursos procedentes de terceros, ya sean prestamistas o inversionistas externos (Alarcón, 2013).

Estos recursos de terceros pueden ser: (a) de proveedores, (b) préstamos a corto o largo plazo y (c) crédito hipotecario

### **Rentabilidad financiera.**

Zamora (2008) trajo a compilación el término de rentabilidad y su cambio conceptual a través del tiempo y de las áreas donde se la puede abordar:

El concepto de rentabilidad ha ido cambiando con el tiempo y ha sido usado de distintas formas, siendo este uno de los indicadores más relevantes para medir el éxito de un sector, subsector o incluso un negocio, ya que una rentabilidad sostenida con una política de dividendos, conlleva al fortalecimiento de las unidades económicas (p. 57).

La rentabilidad es la dependencia que existe entre la utilidad y la inversión indispensable para lograrla. Se puede decir que calcular el nivel de efectividad de la gerencia de una entidad, a través de las utilidades alcanzadas de “las ventas realizadas y utilización de inversiones, su categoría y regularidad es la tendencia de las utilidades” (Zamora, 2008). Aquellas utilidades reinvertidas apropiadamente

permitirán una expansión con la búsqueda de nuevos mercados y mejora de la capacidad de producción.

La rentabilidad está en la relación de los ingresos con los costos derivados del uso de los activos de la empresa en las actividades de producción. Medina y Marucci (2014) explicaron que “la rentabilidad de una empresa puede ser evaluada en referencia a las ventas, a los activos, al capital o al valor accionario” (p. 18). Finalmente, Esto (1998) recordó que “el aspecto ‘contable’ de la rentabilidad, con objeto de excluir cualquier intento de cálculo del resultado o del valor de los activos o pasivos que no se base en los criterios y normas de contabilidad generalmente aceptados” (p. 287).

#### **Rentabilidad económica (ROA).**

La rentabilidad económica (ROA), o también llamada rentabilidad de la inversión, es una medida perteneciente a un periodo de tiempo determinado y al rendimiento de los activos de una entidad, apartado de la financiación de estos. Sánchez (2002) adicionó que:

La rentabilidad económica se rige así en indicador básico para juzgar la eficiencia en la gestión empresarial, pues es precisamente el comportamiento de los activos, con independencia de su financiación, el que determina con carácter general que una empresa sea o no rentable en términos económicos (p. 5).

La rentabilidad económica es el cociente de división del “resultado antes de intereses e impuesto” y el “activo total a su estado medio”, como lo muestra el siguiente cálculo:

$$RE = \frac{\text{Resultado antes de intereses e impuestos}}{\text{Activo total a su estado medio}}$$

El ROA o rentabilidad económica también se puede realiza mediante el método de Du Pont, como se explica en el siguiente figura:

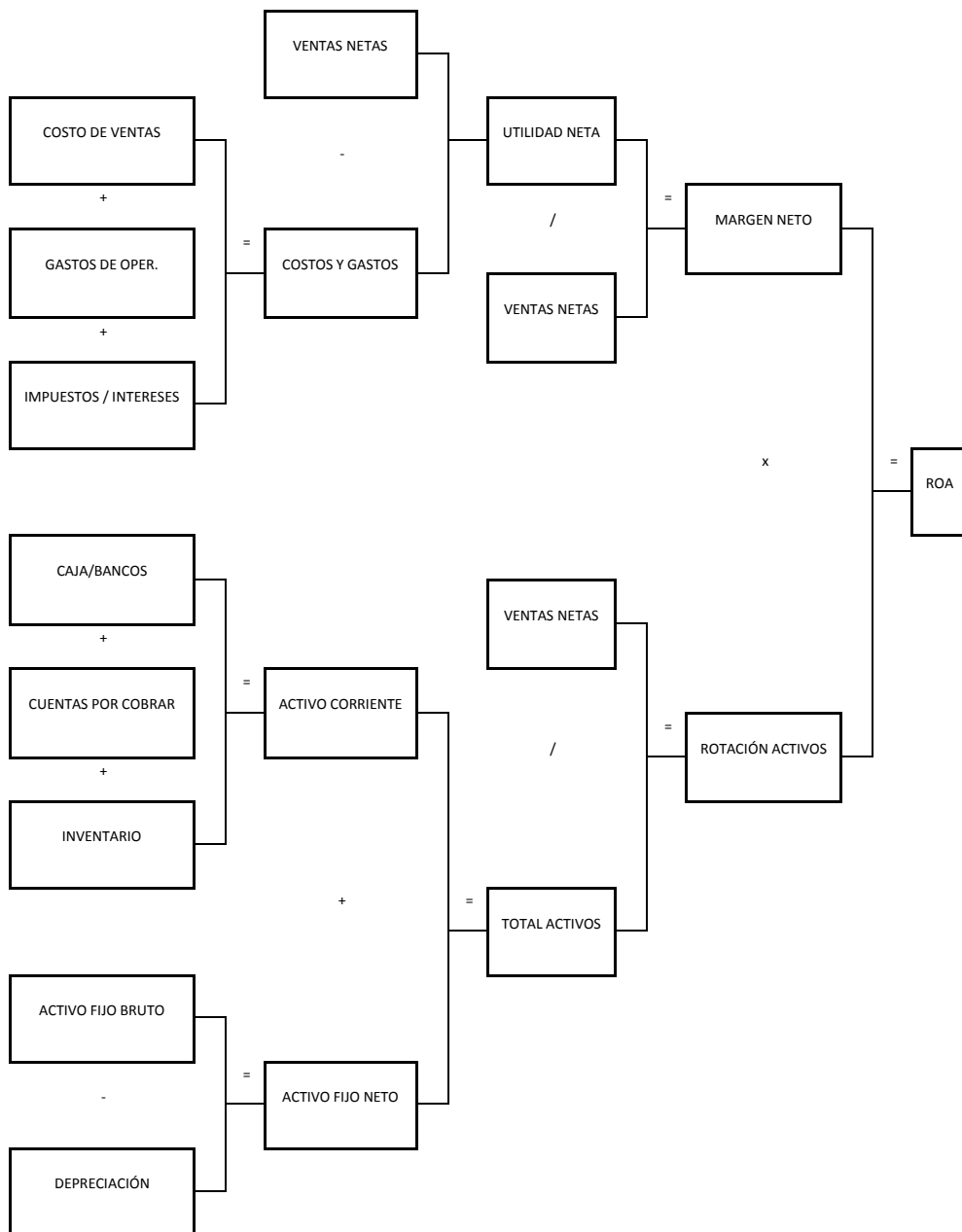


Figura 4. ROA Método Du Pont. Tomado de Dr. Omar Jácome Ortega (2016).

### **Rentabilidad financiera (ROE).**

Contreras y Díaz (2015) explicaron que “la rentabilidad financiera o también llamado ratio de retorno determina la rentabilidad con respecto al patrimonio que se mide dividiendo la utilidad neta sobre patrimonio”. El ROE es el cociente de la utilidad neta sobre el patrimonio; esto resulta ser el rendimiento de los accionistas, la toma de decisiones y acciones cotidianas con respecto a la inversión de una empresa. Con respecto a la evaluación de la rentabilidad, Ordoñez (2015) indicó que:

Se pueden analizar los factores que contribuyen a la misma: margen, rotación y apalancamiento. Para analizar las causas que inciden en la rentabilidad es útil descomponer el ratio como sigue:

$$\text{Rentabilidad} = \frac{\text{Resultado}}{\text{Patrimonio Neto}} = \frac{\text{Resultado}}{\text{Ventas}} \times \frac{\text{Ventas}}{\text{Activo}} \times \frac{\text{Activo}}{\text{Patrimonio Neto}}$$

(...) Para aumentar la rentabilidad la empresa ha de: a. Elevar el margen (reduciendo gastos). b. Elevar la rotación (aumentando los ingresos, reduciendo los activos o mejorando la eficiencia de los mismos). c. Y, aprovechar el apalancamiento financiero, es decir aumentar el peso de los activos en relación con el patrimonio neto, siempre que el uso de la deuda sea rentable (p. 14).

El método Du Pont también es aplicado para el ROE; a continuación, en el siguiente gráfico se detalla cómo realizar los datos.



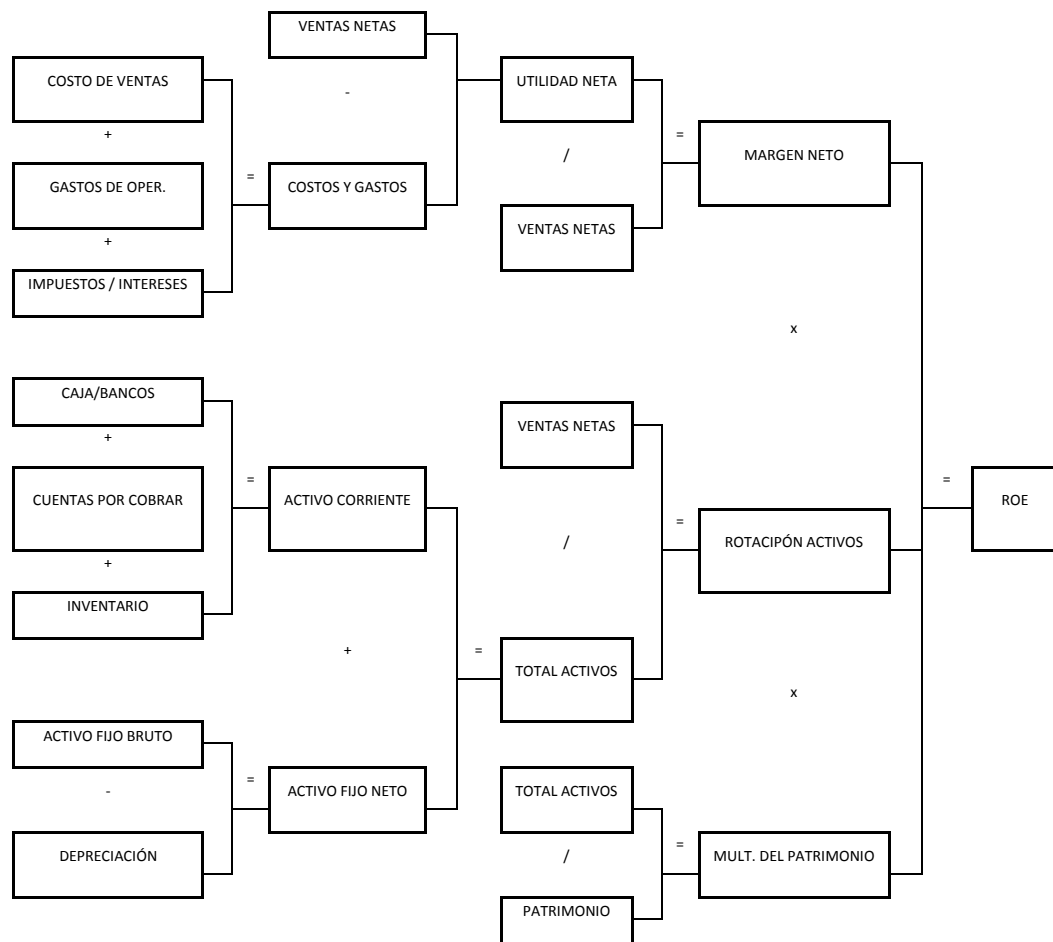


Figura 5. ROE Método Du Pont. Tomado de anotaciones de la clase Gestión Financiera, dictada por profesor Dr. Omar Jácome Ortega (2016).

### **Inversión.**

La inversión se refiere a los gastos necesarios realizados por las entidades para la adquisición de equipos humanos y tecnológicos y de otros bienes para la producción. La decisión de invertir nace de una expectativa lucrativa para la empresa, es decir, se necesitan nuevos recursos para una ganancia mayor a futuro (Leguia, 2015). Como indicó Bofías (2014), “la inversión se justifica porque el gasto actual se destina adquirir un bien de capital, que producirá rendimientos futuros” (p. 6). La inversión se la puede clasificar en neta, bruta y de reposición.

Entendiendo por inversión neta aquel creciente monetario que soporta la creación o producción de un nuevo capital y que comúnmente se vuelve un stock mayor de capital en la economía de la empresa durante un periodo determinado. Todo gasto que permita aumentar el equipo de producción (Sánchez, s.f.).

Por otro lado, la inversión bruta refiere al valor general de todos los bienes de capital generados en un periodo específico. A diferencia de la inversión de reposición, que es el gasto que suscita por mantener el equipo de capital con el objetivo de tener óptimas condiciones en la producción (Sánchez, s.f.). En su clase de la Teoría de la Inversión, Sánchez también aborda otra clasificación de inversión: (a) inversión fija, (b) inversión residencial e (c) inversión en existencia.

En base a la lectura de Barcenas, Ramírez, Reyes, y Zapatero (2008) sobre los elementos para elaborar proyectos de inversión se realiza el siguiente gráfico, para sinterizar este proceso.

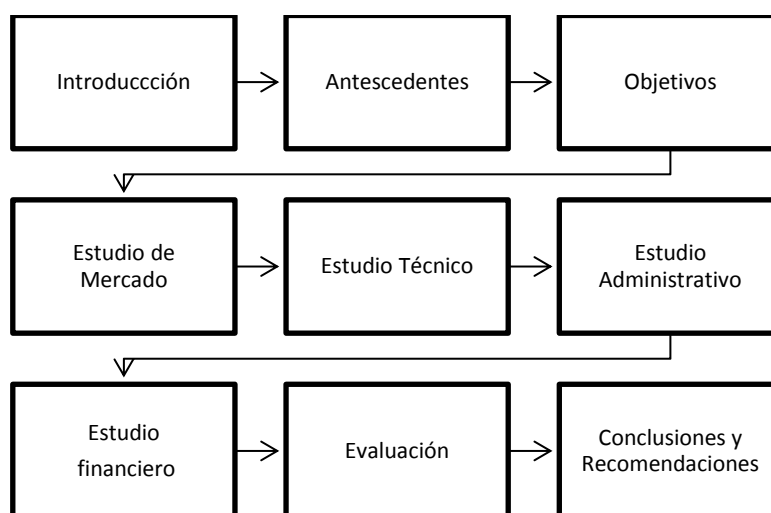


Figura 6. Proceso para ejecutar proyectos de Inversión. Adaptado de "Proyectos de Inversión", por Barcenas, Ramírez, Reyes, & Zapatero (2008).

### **Presupuesto.**

Es así que para poder obtener financiamiento las organizaciones han creado asociaciones empresariales con el fin de promover sus intereses en común ya sean estos sociales o económicos. Es ahí donde se debe tomar en consideración el presupuesto para saber con cuánto se debe financiar la empresa o proyecto es necesario realizar un presupuesto el mismo que es una forma de previsión o estimación anticipada de los gastos e ingresos durante su ejecución (Brito). Dependerá mucho de éste lograr los objetivos de la empresa, así lo aseguró Grayson (1984), "el presupuesto es la función de asegurar que las organizaciones tengan los recursos financieros para llevar a cabo sus programas y planes" (como cita Ortiz). De tal manera el presupuesto resulta una herramienta de planificación y desarrollo controlando los gastos en base a logros y programación (Ortiz, s.f.).

Montoya (2005) explicó que "al elaborar un presupuesto, la lista de ingresos y gastos de un cierto periodo de tiempo, debemos incluir una cantidad que cubra una meta financiera específica. Al trazarnos un plan estamos acortando el camino para llegar a dicha meta" (p. 19). De esta manera el presupuesto permite concebir el dinero que se necesitará y limita el gasto excesivo. Sirve para encontrar maneras eficientes de utilizar aquella inversión y generar utilidad. Es importante que en el presupuesto también se incluya un monto para imprevistos y emergencias.

### **Sociedad.**

Abad (2010) explicó que "por sociedad se entiende cualquier empresa que se organiza para realizar actividades económicas", es por esto que en el ámbito empresarial se refiera a todos los miembros de la colectividad que, bajo una razón social, se comprometen en a los mismos derechos y obligaciones. En forma

personal, todos responder solidariamente a los bienes y gestión (Gracia, Yagüez, & Merigó, 2008). Marcuello y Cachar (2013) aportaron que la sociedad cooperativa es “una estructura de propiedad y control organizacional (...) en lo que respecta a solucionar los problemas de coordinación y motivación a los cuales se enfrenta un grupo de personas con objetivos en común” (p. 193). Buscar este vínculo entre empresas ayuda a que la producción fluya más rápido para obtener el producto deseado.

### **Asociación.**

Se debe considerar la asociación de al menos tres personas para crear una organización, donde su objetivo principal es el retorno de la inversión por igual a cada uno de los participantes. Bueno, Cruz y Durán (2002) explicaron que las asociaciones sin personalidad jurídica son “aquellas en las que pueden ser socios diversas personas físicas o jurídicas para realizar alguna actividad que favorezca el desarrollo de estas, sin necesidad de constituir personalidad jurídica independiente”. En el caso de las asociaciones de creación de valor, la cooperación de tipo vertical genera un valor añadido al producto (Fernández, 1993).

### **Cooperación.**

La cooperación es un acuerdo entre empresas independientes que comparten sus capacidades y/o recursos, sin fusionarse (Fernández, 1993). Su objetivo es incrementar las ventajas competitivas y cambiar a estrategias cooperativas para enfrentarse a las condiciones que exige un mercado específico. Se unen las fuerzas de varias empresas que a pesar de ejercer la misma o diferente actividad económica se dan la mano para sacar un mejor producto entre sí (Sánchez, González, & Jiménez, 2007). También llamada alianza estratégica, la cooperación empresarial

reúne acuerdos voluntarios de medio y largo plazo entre empresas que, de acuerdo a Sánchez, González y Jiménez (2007), implicaron “intercambio o compartimiento de parte de sus recursos o capacidades, o incluso de nuevos recursos” (p. 2).

La coproducción, en área audiovisual, comprende los acuerdos entre organismos cinematográficos, culturales y de relaciones exteriores de distintos países. Se establecen derechos, obligaciones y condiciones de las partes para películas resultantes tengan reconocida la nacionalidad de cada uno, obteniendo los beneficios legales países firmantes (Caballero, Izcue, Getino, & Cortés, 2014).

### **Concepto de *crowdfunding*.**

Hay empresas pequeñas que para poder financiar sus proyectos recurren a la “financiación en masa o colectiva”, mejor conocido como *crowdfunding*. Este fenómeno consiste en la creación de un espacio digital para agrupar a un colectivo para la aportación de recursos y fondos. De tal manera, como describe Rodríguez T. (2014), “la interacción en red se vuelve esencial para apoyar a proyectos, esfuerzos e iniciativas de individuos, organizaciones o empresas” (p. 121).

El uso de la tecnología y el internet, han hecho posible la materialización de estas propuestas, en todos sus ámbitos, es por esto que a través del *crowdfunding* se dan a conocer los proyectos de una manera estratégica (Rodríguez T. , 2014). Se basa en la convocatoria abierta a la financiación de un proyecto vía Internet, comúnmente utilizando redes sociales, para que una multitud de personas puedan aportar pequeñas cantidades a cambio de ser reconocidos como parte de la obra (Villalta, Almazán, & Andrades, 2013).

### **Endeudamiento.**

El endeudamiento puede ser a corto y a largo plazo, distinguiéndose el endeudamiento a corto plazo por establecer la obtención de fondos ajenos relacionados con el pasivo corriente. Rubio (2007) indicó que este pasivo corriente se considera “como las obligaciones que la empresa posee en un breve plazo, este plazo es un año o menor a un año”; el cual se espera liquidar con el rendimiento de la empresa (como cita Contreras & Díaz, 2015). El endeudamiento a largo plazo también guarda relación con los fondos ajenos adquiridos, esta vez medidos por el pasivo no corriente. Este pasivo no corriente se entiende como obligaciones de la empresa en un plazo mayor a un año (Contreras & Díaz, 2015).

Luego del endeudamiento, con el pasar del tiempo, se puede obtener una rentabilidad a través de las ventas. Contreras y Díaz (2015) describieron la rentabilidad como “la diferencia entre los ingresos y gastos como también es el retorno sobre la inversión”, pudiendo considerarla como la evaluación de la gestión empresarial comparando las ventas, el activo y el capital (p. 40).

### **Microempresa.**

La definición de microempresa se relaciona con situaciones específicas de la economía de países en vías de desarrollo, acompañada por expresiones como “pobreza” y “sector informal”. Esto se debe a su origen apuntando a ser el resultado de falta de empleo formal en las naciones económicamente inestables, que buscan opciones sustentables (González, 2005).

En Ecuador, se decidió impulsar el desarrollo del sector micro-empresarial a través del Consejo Nacional de la Microempresa (CONMICRO) - decreto N° 2086

del Registro Oficial N° 430 - el 28 de septiembre de 2004; promotor del fortalecimiento y crecimientos de estas organizaciones y gremios. Contando con fondos y patrimonio propio (Portilla, 2013). Para el 2014, el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) (2014) detalló que el 89.6% de empresas son microempresas.

## **Marco Conceptual**

### **El arte.**

Este proyecto de investigación, además de enfocarse en el área empresarial, toma como referencia el arte cinematográfico; para lo cual se aplicarán conceptos de arte, cultura y producción audiovisual. Determinando que el arte es transformar un objeto cualquiera sin cualidad admirable en algo apreciable, sea a través de la pintura, poesía, música, fotografía o cine (Soria, 2010). La teoría del arte aplica como una forma de expresión o manifestación de los sentimientos que su creador; lo que el artista quiera transmitir a su público, de tal manera que puedan interpretar sus emociones, con su obra (Gombrich).

La cultura es el conjunto de cualidades y productos que pertenecen a una sociedad humana particular (Sala, 1999). En la cultura se considera los siguientes significados que derivan de a la acción o proceso de conservar algún valor, y las que se refieren al estado de lo que ha sido conservado. Estos se transmiten de generación en generación, historias y tradiciones, que se vuelven cultura para dicha sociedad como tal (Giménez, 2005). La producción audiovisual abarca las características de los términos anteriores y las retoma como un conjunto de procesos que se correlacionan de forma ordenada y sistematizada bajo componentes

culturales y artísticos, utilizando equipos electrónicos, teorías y personal. Su finalidad es obtener un producto o pieza audiovisual (Salazar, 2003).

### **El cine.**

El cine es la representación de la objetividad de la fotografía dentro de un tiempo determinado (Bazín, 2013), no se limita a mantenernos en un instante detenido de tal manera el espectador construye significados simbólicos e implícitos de cada escena. El film supone hablar indirectamente transmitiendo un mensaje por ser interpretado por su audiencia (Bordwel, 1995).

El lenguaje cinematográfico supone ser la analogía entre varias disciplinas de la teoría de la información y la comunicación retórica. La relación analógica entre el cine y el lenguaje permite un discurso o narrativa audiovisual vinculados con la lingüística, por lo tanto, el cine es formalmente una forma de comunicación (Pérez, 2013). Para llegar a términos de producción cinematográfica es necesario tener claro los conceptos y teorías de la producción. Determinando que, la producción implica procesos de transformación de un bien en otro distinto; estos procesos adecuan los bienes para favorecer las necesidades humanas (Chávez, 2012). Por lo tanto, la producción es un proceso en el que se combinan diferentes áreas de trabajo para obtener un nuevo producto o servicio.

### **Producción audiovisual.**

Reforma de la Ley De Fomento del Cine Nacional (2015), propuesta por el Consejo Nacional de Cinematografía, define a la actividad cinematográfica y audiovisual como un conjunto de procesos relacionados con la creación, donde se realiza, produce, distribuye y se exhibe al público obras audiovisuales destinadas a



cualquier ventana de difusión y en cualquier formato o soporte (p. 3). De acuerdo al Art. 41 de la Ley de Fomento de Cine Nacional, se considera las piezas audiovisuales y cinematográficas serán ecuatorianas cuando presenten por lo menos el 50% del puntaje de la siguiente tabla (CNCine, 2015).

Tabla 4.

Puntaje para piezas audiovisuales nacionales

| <b>Grupo Creativo / Autores</b>  |           |
|----------------------------------|-----------|
| Realizador / Director            | 3         |
| Guionista                        | 3         |
| Compositor de Música original    | 3         |
| <b>Sub Total</b>                 | <b>9</b>  |
| <b>Grupo Creativo / Actores</b>  |           |
| Primer Papel                     | 3         |
| Segundo Papel                    | 2         |
| Tercer Papel                     | 1         |
| <b>Sub Total</b>                 | <b>6</b>  |
| <b>Grupo Técnico y de Rodaje</b> |           |
| Director de Fotografía           | 3         |
| Director de Sonido               | 3         |
| Editor                           | 3         |
| Director de Arte                 | 2         |
| Estudio o lugar de rodaje        | 1         |
| Lugar de Post producción         | 1         |
| <b>Sub Total</b>                 | <b>6</b>  |
| <b>Total</b>                     | <b>21</b> |

Nota. Tomada de "Ley de Reforma de Fomento del Cine Nacional" por CNCine (2015).

Evaluándose los papeles primeros, segundos y terceros de acuerdo la cantidad de días de rodaje. En el caso de documentales, no se considerará en el cálculo a los actores. Por otro lado, en las obras de animación se utilizará la siguiente tabla de puntuación.

Tabla 5.

Puntaje para obras de animación nacionales.

| <b>Grupo Creativo / Autores</b>  |           |
|----------------------------------|-----------|
| Realizador / Director            | 3         |
| Guionista                        | 3         |
| Compositor de Música original    | 3         |
| Concepto y Diseño de personajes  | 2         |
| Story Board                      | 2         |
| Decoración principal             | 1         |
| Fondos y atmósfera               | 1         |
| Voces                            | 2         |
| <b>Sub Total</b>                 | <b>12</b> |
| <b>Grupo Técnico y de Rodaje</b> |           |
| Esquema (Lay out)                | 2         |
| Compositing                      | 1         |
| Lugar de Post Producción         | 1         |
| Sonido                           | 1         |
| <b>Sub Total</b>                 | <b>5</b>  |
| <b>Total</b>                     | <b>22</b> |

Nota. Tomada de "Ley de Reforma de Fomento del Cine Nacional" por CNCine (2015).

Se consideran obras audiovisuales de productores independientes cuando el productor posee más 51% de los derechos patrimoniales de la obra, y ésta, cumple con los requisitos mencionados para ser considerada pieza nacional (CNCine, 2015).

#### **Participantes de los proyectos cinematográficos.**

En el sector audiovisual, se valida como industria, al participar productores, distribuidores y exhibidores de la pieza o producto; el cual, en su proceso de producción, relacionó las acciones de agentes de la industria cultural. La Reforma de Ley de Fomento del Cine Nacional (2015) especifico certeramente los conceptos de distribuidor y exhibidor de la siguiente manera:

Distribuidor: Persona natural o jurídica cuya principal actividad económica es la comercialización de derechos de comunicación pública o reproducción

de obras cinematográficas y audiovisuales. Exhibidor: Persona natural o jurídica cuya principal actividad económica es la presentación de obras cinematográficas y audiovisuales en salas de cine u otros locales acondicionados para su exhibición (p. 3)

La Reforma de Ley de Fomento del Cine Nacional (2015) lo describe al productor nacional independiente como la persona natural o jurídica que asume la iniciativa, coordinación y riesgo económico de la producción audiovisual cumpliendo con: (a) las personas naturales deben ser ciudadanos ecuatorianos o extranjero residente sin vinculación con el licenciataria de los derechos de difusión de su obra, (b) las personas jurídicas estará domiciliada en Ecuador y su capital no tendrá participación directa o indirecta de más del 49% de una empresa extranjera, capital público u operador de otro medio de difusión audiovisual, así como el 25% de uno de estos operadores, finalmente (c) el 80% de ventas anuales no corresponderán a uno de estos operadores de difusión audiovisual o a una empresa pública.

Para Pardo (2000), el productor general se encarga de “reunir y combinar los elementos financieros, intelectuales, artísticos y técnicos” que permitirán transformar la película virgen, materia inerte de un costo totalmente conocido y determinado, en un espectáculo público”. Distinguiéndose del productor ejecutivo que es la persona o colectividad que asume la responsabilidad de reunir los fondos necesarios para financiar la pieza audiovisual y llevarla a al mercado. Este último se diferencia del productor, al encargarse de los fondos y recursos que luego el productor deberá administrar.

El líder creativo de los proyectos cinematográficos es el director. Crespo (2013) lo calificó como “el auténtico autor de la película” al ser el encargado de darle vida a la obra a través de su visión con el equipo técnico, artístico y actores. Muchas veces, toma el cargo de productor siendo trabajos difíciles de asumir y poniendo en riesgo la rentabilidad de la pieza audiovisual.

### **Resumen del Capítulo**

Este capítulo se fundamentó todas las bases teóricas sobre las cuales se asientan este proyecto, y se determinaron términos que se utilizarán en su desarrollo. Empezando por la transformación de la teoría financiera a través de la historia y su constante crecimiento en los últimos años debido a la globalización de los mercados. Pasando de tener un enfoque monetario de las operaciones de la empresa, la teoría financiera actual en la cual las finanzas se concentran en aumentar el valor de la empresa en el mercado.

Es necesario recordar que, al buscar financiamiento, la empresa deberá crear un balance entre activos y pasivos que generen un patrimonio a futuro. Por lo que es necesario realizar un análisis minucioso de las fuentes de financiamiento hallando la más pertinente. Se debe tener en cuenta que las decisiones de inversión y financiación tienen que promover el rendimiento de la empresa.

Para lo cual, fue necesario abordar la psicología financiera al ser aquella interacción entre la personalidad del ser humano y su comportamiento sobre el dinero. Entender el papel que ejercen las emociones sobre la toma de decisiones financieras permite al empresario centrarse en los objetivos específicos de los clientes. Si bien la conducta influye en las tomas de decisiones individuales, a nivel

empresarial se debe cuestionar a los intermediarios y el mercado para ejecutar estrategias más acertadas.

Además, se establecieron los términos de arte, cine y producción audiovisual, los cuales son muy relevantes para el entendimiento del estudio, en concordancia con industria cinematográfica local. Recordando que la producción cinematográfica no está alejada a los procesos de producción de cualquier otro negocio, pues implica métodos de transformación de un bien en otro distinto, adecuándolos para favorecer las necesidades humanas. Se combinan diferentes áreas de trabajo para obtener, en este caso, una pieza audiovisual.

Por lo tanto, se debe ver la gestión de una película desde un punto empresarial, diferenciando los cargos relacionados al financiamiento, de los creativos. El productor ejecutivo es la persona o grupo encargado de reunir los fondos para financiar la pieza audiovisual y llevarla al mercado. Diferente del productor general quien reúne y combina estos elementos financieros con los artísticos y técnicos de la película. Finalmente, el director es el líder creativo quien utiliza el equipo técnico y artístico para proyectar su visión en el proyecto cinematográfico. Delimitar estas ocupaciones evitará que se ponga en riesgo la rentabilidad del producto audiovisual.

## Capítulo II: Marco Referencial

### Industria Cinematográfica en Latinoamérica

En la cinematografía se ha acostumbrado a diferenciar la producción audiovisual orientada al consumo masivo y la de un mercado limitado, para lo cual se acuñaron distintos términos para cada uno. Como indica Parra (2013):

Términos como cine independiente, cine de autor o cine arte son comúnmente usados para lograr la diferenciación de aquella producción que no está orientada a las masas, pretendiendo así rescatar su carácter de obra artística y única (p. 35).

Sin embargo, al observar las cualidades que caracterizan a este tipo de obras se orientan más a que su origen se ubica externo a las productoras que tienen más dominio en el mercado (Parra, 2013). Por esta razón el cine latinoamericano se ha categorizado, en su mayoría, como “independiente”.

Cada vez es más conocido el concepto de economía naranja el cual refiere al conjunto de actividades que generan bienes y servicios a partir de ideas creativas, caracterizadas por el alto valor agregado a diferencia de los productos convencionales. En Latinoamérica, esta economía genera anualmente más de 177.000 millones, empleando a más de 10 millones de personas, donde sobresalen principalmente personas jóvenes. Buitrago (2014) ejemplariza esta situación en Argentina donde

Uno de cada 10 empleos y nueve de cada 100 pesos son generados por empresas de este sector, y en total (...) estamos hablando de unas 550.000

personas que, con su creatividad y esfuerzo, contribuyen con el 3,8% del PIB nacional (Buitrago, 2014).

En este sentido los conceptos de emprendimiento cultural y economía son vinculaciones que no pueden separarse de las ideas de financiamiento en las industrias cinematográficas independientes, por esto es que no solamente los países desarrollados como Estados Unidos son los únicos que aportan un factor de desarrollo en estas vertientes. De acuerdo a los datos de Canclini (2003), en 1998 Brasil ocupó el sexto puesto del mercado mundial de discos, facturando 800 millones de dólares en ventas de productos musicales, discos y videos. El caso de Colombia es similar, pues las industrias culturales aportan 4,03 por ciento del PIB, sobrepasando otros sectores convencionales como restaurantes y hoteles al valor agregado del principal producto agrícola del país, el café pergamino, que llega a 2,75 por ciento” (como cita Susz, 2005).

Desde una mirada comparativa, el Ecuador es un potencial mercado de consumo para el cine y que busca financiamiento. Esta mirada alentadora para la industria cinematográfica es de un gran interés, sobre todo como estrategia para la ampliación de los mercados y sus segmentaciones.

El espacio de las industrias culturales y cinematográficas en América Latina, fue de construcción híbrida donde influyeron “contribuciones de los países mediterráneos de Europa, lo indígena americano y las migraciones africanas”. En la actualidad existen fusiones con Estados Unidos debido a la alta presencia de migrantes en su territorio, integrando productos culturales latinos y anglicismos en el lenguaje electrónico (Susz, 2005).

La cultura latina también se remodela con la interacción con las culturas europeas y asiáticas tomando como modelo “la reactivación parcial de la industria cinematográfica” con la difusión multimedia, clave para la generación de nuevos recursos y su modo de distribución. Quedan atrás las asociaciones de las empresas televisoras con el cine, caso que es cada vez más frecuente en España y Latinoamérica, por proyectar sin autorización películas del propio país. A lo cual se cuenta, el optimismo de los productores por el aumento de piezas fílmicas, la obtención de premios internacionales de segunda categoría, y el relativo incremento de la audiencia, desalentando la conexión de la industria cinematográfica y televisiva (Susz, 2005).

La influencia del cine argentino en Latinoamérica ha sido predominante, logrando ser un referente de la región a nivel internacional. Para la producción audiovisual ecuatoriana, sirve como un punto de partida para entender que el cine puede generar impacto a pesar de la diferencia cultural, y logra empatizar con la propia (Almeida, 2017).

### **Industria Cinematográfica en Ecuador**

Larrea, Peralta & Tapia (2017) explicaron que “el cine ecuatoriano no fue el primero en surgir dentro de Latinoamérica, sino que su aparición llega con un atraso de varios años respecto a países como Argentina, Colombia, Chile, etc.” (p. 15). En Ecuador el primer largometraje argumental en exhibirse fue El Tesoro de Atahualpa en 1924, del guayaquileño Augusto San Miguel y producida por Ecuador Film Co. (Larrea, Peralta, & Tapia, 2017). Con esta primera pieza se logró despertar el interés de nuevos cineastas, sin embargo, sus estrenos podían tardar décadas, desvaneciendo la posibilidad de concebir el cine como una industria.



Por otro lado, Almeida (2017) apuntó que “desde el punto de vista de los resultados frente al público, frente a la crítica y la opinión pública, el cine ecuatoriano se percibe como quiteño, no se percibe como cine nacional” (p. 13), a pesar que el origen de cine se haya dado por una película guayaquileña con El Tesoro de Atahualpa.

En el Ecuador, el proceso de crecimiento económico de la industria cinematográfica se inició durante el año 2006, periodo de expedición de la Ley de Fomento del Cine Nacional, que facilitó una reglamentación general en el sector. Algunas de las falencias que se encontraron en este proceso legal fueron los siguientes: en función del estudio denominado análisis, situación y potencialidades en empresas cinematográficas desarrollado por LATGLOB latina Global Asesoría y Gestión S.A:

En relación al financiamiento se tomaron como base estos aspectos:

- La Secretaría Nacional de Planificación (SENPLADES) restringe los fondos provenientes a áreas como la cinematografía.
- La descentralización del Gobierno no permite la devolución de la inversión generada por otras industrias de servicios y productos nacionales.
- El sector audiovisual y cinematográfico no cuenta con redistribución de impuestos o tasas de sus recursos.
- El sistema tributario no permite que las personas naturales o jurídicas aporten beneficios a la industria cinematográfica.
- La Corporación Financiera Nacional (CFN) y el Banco Nacional de Fomento otorgan créditos al sector cinematográfico pero el acceso a este sector es limitado.

- El precio del petróleo influye en ciertos modelos de gestión y financiamiento.

Bajo este criterio uno de los elementos que no se consideraron en este estudio general fue el impacto de la economía cultural desde la mirada del cine independiente, pero en este mismo estudio hay otros aspectos interesantes que se desglosan en relación a la vinculación entre inversión, competitividad e innovación en el sector, en estos aspectos el informe concluye con el siguiente análisis:

- El crecimiento de las empresas relacionadas al arte es limitado, lo que provoca que la inversión privada sea escasa.
- El Estado está invirtiendo en el sector de la comunicación lo que se convierte en una oportunidad para la distribución de cine ecuatoriano.

Esto comprende la relación entre inversión y hacia donde se priorizan los fondos que formarán parte de la industria cinematográfica en el Ecuador. Sobre las perspectivas de innovación que se aplican para los criterios de competitividad, aquí se puede encontrar como medida de análisis una situación de no participación del Estado y cuando esto no sucede es cuando los capitales privados o el capital humano comienza el proceso de búsqueda de financiamiento alternativo para la creación de producciones cinematográficas independientes. Lo interesante en este punto es el estudio inicial que se puede tomar como línea de base para comprender el prospecto inicial de este proyecto y a continuación se agregan estos aspectos fundamentales:

- Existe un alto nivel de competitividad en la industria cinematográfica.
- No existen gremios que determinen el alto desarrollo del cine.

Aunque las salas de cine se han visto llenas de producciones internacionales, el cine ecuatoriano ha realizado cambios y ha surgido cambios en los últimos años a pesar de las dificultades. García (2015) indicó, con respecto a la transformación del cine ecuatoriano, que:

Ha pasado de ser un cine donde se estrenaba una producción nacional de forma esporádica (hasta la década de los 90), a contar con numerosos estrenos cada año. En el 2013 hubo 14 estrenos y, luego en el 2014, se contabilizaron 15.

Al no representar el cine nacional un negocio rentable, se vuelve difícil atraer inversión privada para su financiamiento, lo cual lo mantiene en un estado de dependencia del apoyo gubernamental para su desarrollo. Esto es una realidad negativa ya que limita el número de producciones realizadas por año, a las que alcanzan a obtener un financiamiento gubernamental. García (2015) coincidió que es necesaria una acción para mejorar esta situación:

Una iniciativa para contrarrestar esta situación sería formar profesionales del área audiovisual que posean conocimientos respecto a los preparativos y acciones de planificación que se deben realizar al emprender un proyecto audiovisual, en términos financieros.

Por lo tanto, es necesaria una propuesta que incluya la producción audiovisual y la gestión financiera para poder realizar una planificación para conseguir inversionistas utilizando herramientas financieras en producciones nacionales y que estas no solo dependan del Estado. Y es por esto que el Instituto

de Cine y Creación audiovisual en el Registro Oficial ICCA-DE-021-2017 el Reglamento para la Administración de la Línea de Financiamiento de la Creación Cinematográfica y Audiovisual, busca:

(...) Regular el concurso público de proyectos cinematográficos y audiovisuales a través del cual el Instituto de Cine y Creación Audiovisual asignará recursos de carácter no reembolsable a los creadores, productores y emprendedores del sector cinematográfico y audiovisual nacional (Instituto de Cine y creación audiovisual, 2017).

### **Industria Cinematográfica en Guayaquil**

En el Guayaquil de 1980, las salas de cine poseían un gran número de butacas, teniendo como ejemplo al Cine Presidente con 1500. Con el tiempo, y con la introducción del cine a centros comerciales, esta tendencia cambió. El número de butacas en las salas de cine se va reduciendo, pero aumenta el número de salas (Bajaña, 2014).

Tabla 6.

Lista de salas de cine en 2014.

| Nombre                      | Dirección                          | Número de salas |
|-----------------------------|------------------------------------|-----------------|
| Cinemark 9 Mall del Sol     | Centro Comercial Mall del Sol.     | 9               |
| Cinemark 7 Mall del Sur     | C. C. Mall del Sur                 | 7               |
| Cinemark 6 City Mall        | C. C. City Mall                    | 6               |
| Supercines Ceibos           | C. C. Ríocentro Ceibos             | 12              |
| Supercines Entre Ríos       | C. C. Ríocentro Entre Ríos         | 8               |
| Supercines San Marino       | C. C. San Marino                   | 10              |
| Supercines Ríocentro Norte. | C. C. Ríocentro Norte              | 10              |
| Supercines Ríocentro Sur    | C. C. Ríocentro Sur                | 10              |
| Supercines 9 de Octubre     | 9 de Octubre y García Avilés.      | 4               |
| Mall El Fortín              | C. C. Mall El Fortín               | 6               |
| Fundación Malecón 2000      | Malecón y Loja                     | 1               |
| Cine Casa de la Cultura     | 9 de Octubre 1200 y Pedro Moncayo. | 1               |
| Cine Presidente (Cine XXX)  | Luque 1015.                        | 1               |

Nota. Tomado de Bajaña (2014).

Para poder entender la situación de la industria cinematográfica en la ciudad de Guayaquil se ha entrevistado a productores locales, desde su punto de vista, explicaron el ambiente cinematográfico y todo lo que involucra su desarrollo en esta localidad.

Para el productor y actor Alberto Pablo Rivera, el cine guayaquileño está en auge y se refleja en este último año, logrando grabar 3 o 4 películas. Rivera nos indica que:

En lo que tengo entendido se han hecho solamente 4 películas en casi 55 años de historia de cine en Guayaquil, entonces prácticamente se ha

duplicado ese número en un año. Entonces creo que se está empezando una nueva fase o un nuevo tiempo para el cine guayaquileño, para bien (Rivera, 2017).

Esto también se logra constatar en los estrenos en salas de cine desde el 2012. “Veo muchos proyectos que se están llevando a cabo y que son proyectos que tratan de mostrar visiones diferentes, visiones innovadoras de lo que se ha visto antes del cine ecuatoriano”, así destaca Luis Avilés, considera que es un cine también comercial que mezcla géneros que son tomados de otros lados. Lo cual se refleja en las películas como Instantánea (2016), de género infantil, y Averno (2016), de acción; dos películas de géneros diferentes estrenadas en el mismo año.

Esto se debe a que se están dando más iniciativas independientes, algo que ya se hacía en Quito. Guayaquil se está volviendo el centro de las producciones audiovisuales dándole forma de industria (Miranda, 2017). Obando consideró que:

Todavía se necesita trabajar muchísimo por el tema industria pero el camino está bastante bueno y veo un camino bastante abierto, bastante amplio, no un camino lleno de piedras que tengas que estar quitándolas todo el tiempo para poderte abrir paso, creo que si eres extremadamente organizado, presentas o propones buenos guiones, buen equipo de producción, si planteas buenos actores, llamas la atención a la gente que pueda de manera directa o indirecta apoyar el cine (García & Obando, 2017).

El cine en Guayaquil está en crecimiento, tomando en consideración que entre los estrenos anuales al menos una película es guayaquileña. En su efecto,

Rodríguez (2017), como productor en práctica de la industria cinematográfica, indica que:

Se produce en Guayaquil a pesar de que su casa productora sea en Quito, esto se da por el modelo de producción que se desarrolla o por la historia que así lo requiere como fue Sin Muertos no hay Carnaval de Sebastián Cordero.

El boom de la publicidad ha ayudado bastante para que los profesionales del sector cinematográfico en Guayaquil se sientan aptos y capacitados para afrontar riesgos de producción en sus diferentes áreas, es por eso que es normal ver equipos de trabajos ya consolidados que están en proyectos audiovisuales siempre (Mora, 2017).

El productor y realizador audiovisual, Christian Rojas habla sobre las características que diferencian al cine guayaquileño de las otras regiones, el cual simultáneamente invita a hablar de industria.

Me parece muy interesante la forma en la que se está levantando los cineastas guayaquileños tienen una visión diferente a los cineastas de la sierra y no por un tema de regionalismo, sino por un tema de visión (...) Acá se está persiguiendo más las salas, el público, mientras que realmente en Quito podemos hablar del cine de autor. Aunque acá también existen directores que se apegan al tema de cine de autor, (...) el cine en Guayaquil realmente está empezando a emerger (Rojas, 2017).

Rodríguez (2017), en base a su experiencia como productor de proyectos de la BBC, apunta a que “las empresas se están acercando de a poco al cine como medio publicitario porque se comienzan a crear estrategias que benefician a ambas partes, pensando en un *win and win*” lo que beneficia al sector cinematográfico ya que se comienza a ver a nivel empresarial y comercial, por ende, a mediano plazo este será un sector importante de financiamiento en la industria cinematográfica en Guayaquil.

### **Resumen del Capítulo**

En este capítulo se hace una visión integral de la situación de la cinematografía en varias áreas: a nivel latinoamericano hasta la localidad. Situando a la industria cinematográfica en Latino América como cine independiente el cual está limitado a un mercado y no al consumo masivo. Aquel trata de rescatar su carácter de obra artística, tomando de referencia culturas europeas, asiáticas y migraciones africanas. También existen fusiones con Estados Unidos por el alto presencia migratoria en ese territorio. El cine argentino ha logrado ser un referente de la región a nivel internacional que puede servir de punto de partida para la producción audiovisual ecuatoriana.

A nivel nacional, el cine llegó con años de retraso en comparación con otros países de la misma región, siendo el primer largometraje realizado por un guayaquileño en 1924. El crecimiento económico de la industria cinematográfica inició en el 2006 con la Ley de Fomento del Cine Nacional permitiendo un crecimiento económico de la cultura cinematográfica. Sin embargo, la producción de cine no es un negocio rentable y dificulta las vías de acceder a la inversión privada para su financiamiento, lo cual lo cual lo mantiene en un estado de



dependencia del apoyo gubernamental para su desarrollo. Esta realidad limita el número de producciones realizadas por año.

Luego realizar las entrevistas a productores locales y estudiar la situación cinematográfica del Ecuador, se logra entender que no hay industria aun en el país. Está recién está “en pañales” y debe crecer con el mismo cineasta ecuatoriano, que con su visión va a ir logrando sacar más películas con diferentes técnicas y puntos de vistas autorales, queriendo llegar a salas comerciales o festivales y con objetivos planteados desde su guion.

## **Capítulo III: Metodología y Resultados**

### **Metodología**

#### **Diseño de Investigación.**

Se utilizará una metodología no experimental porque durante su realización no se manipulará deliberadamente las variables; basándose en categorías, conceptos, sucesos, comunidades o contextos que acontecieron. Esta metodología será factor determinante para el tipo y enfoque de la investigación.

#### **Tipo de Investigación.**

El presente estudio de investigación será de carácter exploratorio y descriptivo. Será exploratorio porque abarca un tema desconocido o poco estudiado, apuntando a resultados que son una visión aproximada de aquel objeto de investigación. En este caso, se tiene un nivel superficial de conocimientos acerca del cine en Guayaquil, por lo que este tipo de investigación es la más acertada al centrarse en descubrir. Grajales (2000) argumentó que es “más amplia y dispersa, implica mayor riesgo y requieren de paciencia, serenidad y receptividad por parte del investigador”.

Además, es descriptiva porque caracteriza un hecho o fenómeno para establecer su estructura o comportamiento. Su objetivo será desarrollar una correcta imagen o caracterización del objeto estudiado a partir de sus rasgos y particularidades. Siendo así, el cine en Guayaquil un sector que no ha sido estudiado desde el punto de vista empresarial y, en este caso, se diseñará un modelo de financiamiento basado en la teoría y en las técnicas empleadas en producciones anteriores realizadas en la ciudad.

### **Enfoque de Investigación.**

El enfoque a utilizarse en el presente estudio será cualitativo ya que sitúa al investigador como observador del mundo. En su ejecución, deberá llevar a cabo un proceso de prácticas interpretativas de la realidad visible con respecto al objeto de estudio. Además, Moreno (s.f.) indicó que “se caracteriza por desarrollarse en un contexto natural, uso de múltiples métodos (participativos, interactivos y humanísticos), es interpretativa, emergente, considera fenómenos sociales holísticamente, es condicionada por el investigador”; por lo que se torna compleja, usando mucho razonamiento para obtener resultados.

### **Método de Investigación.**

Los métodos a utilizarse serán deductivos y hermenéuticos. Será deductivo porque, como uno de los principales procesos de razonamiento y conclusión, se podrá llegar de afirmaciones generales a afirmaciones específicas aplicando pasos lógicos. De tal manera, las técnicas a emplearse servirán para elaborar y verificar un modelo a seguir.

Y es hermenéutico porque interpreta y descubre el sentido de los mensajes para que puedan ser ampliamente comprendidos. Para Cárcamo (2005) esto “debe ser entendida como el arte del entendimiento, a partir del diálogo”; por lo cual este estudio de investigación “permite captar la importancia a los elementos socioculturales que el autor otorga al proceso de interpretación”, y que se reflejan en el modelo de negocios a plantearse a través de la interpretación de los mejores procesos o pasos a considerar al momento de buscar financiamiento.

## **Técnicas de Investigación**

Entre las técnicas a aplicarse se establece la investigación documental y la entrevista a profundidad. En este caso, se recurre a la investigación documental por ser un proceso de observación y análisis sistemático sobre las realidades teóricas y empíricas. Se examina diferentes tipos de documentos donde se indaga, razona e interpreta la información sobre el tema; para luego usar esos datos en presupuestos ya elaborados y financiados.

Mientras tanto, la entrevista a profundidad se entiende como reinicidos encuentros cara a cara entre el investigador y el colaborador, direccionado hacia la comprensión del tema analizado y sus perspectivas al respecto. Debe darse a través de una serie de conversaciones libres donde el entrevistador irá introduciendo nuevos elementos que permitan al informante ofrecer más detalles y referencias; y de esta manera llegar a nuevas conclusiones en base a todas las entrevistas realizadas.

### **Universo - Población.**

López (2004) definió población como “el conjunto de personas u objetos de los que se desea conocer algo en una investigación”. En sí, representa al conjunto de individuos que se desea estudiar y del cual, por lo general, es difícil tener acceso; este colectivo es homogéneo y contiene características específicas que lo hace objeto de estudio. En este estudio, se sitúa al Ecuador desde el 2012 al 2016 donde, según el CN Cine, se ha estrenado 127 películas de ficción y documental; lo cual comprende a la población de la cinematografía ecuatoriana.

### **Muestra.**

La muestra es un fragmento o subconjunto del universo o población en que se dedicará a llevar a cabo la investigación. De acuerdo con Pita y Pértega (2001), esta parte representativa de la población se debe ser “accesible y limitada sobre la que realizamos las mediciones o el experimento con la idea de obtener conclusiones generalizables a la población”.

De la población de películas estrenadas en el Ecuador desde el 2012 al 2016 se han considerado ocho películas guayaquileñas, a continuación, se detallan.

1. Sin Otoño Sin Primavera (2012)
2. Novios por esta noche (2014)
3. Sexy Montañita (2014)
4. El secreto de Magdalena (2015)
5. Medardo (2015)
6. Entre Sombras (2016)
7. Sin Muertos no hay carnaval (2016)
8. Instantánea (2016)

Se recurrirá a la entrevista a profundidad a 10 productores audiovisuales en Guayaquil, para recibir un nivel de confianza del 100% y se validará el modelo de financiamiento a diseñarse con la ejecución del modelo en un proyecto cinematográfico de la autora.

### **Modelo entrevista.**

Se realizará entrevistas a 10 productores de manera virtual y presencial. En la que se harán las siguientes preguntas como guía.

1. Nombre, edad, ¿a qué se dedica?, trayectoria.
2. ¿Cómo considera el estado actual del cine en Guayaquil?
3. Dentro de su experiencia, ¿cómo considera que es el proceso de financiamiento de una película?
4. ¿Cuánto tiempo aproximadamente se debe tener en consideración para la etapa de financiamiento de una película?
5. ¿Cuáles son las características que se debe considerar en un proyecto audiovisual para presentarle a un empresario o auspiciante para que participe en una película?
6. ¿Cuáles considera Ud. que son las falencias que se han tenido al momento de financiar una película?
7. ¿Cree Ud., que diseñando un modelo de financiamiento le puede servir de guía al momento de financiar una próxima película?

### **Conclusiones de Entrevistas a Especialistas**

#### **Entrevista con Luis Avilés.**

El Lic. Luis Avilés, con título de productor de televisión y con más de 10 años de trayectoria como independiente en Pos visual, relata su experiencia como productor ejecutivo, guionista y director del largometraje “Minuto Final”. Para Avilés, el escenario del cine guayaquileño le resulta positivo, plantea que existe una mezcla de géneros que resulta muy interesante para el espectador y empieza a atraer a más locales:

Veo muchos proyectos que se están llevando a cabo y que son proyectos que tratan de mostrar visiones diferentes, visiones innovadoras de lo que se ha visto antes del cine ecuatoriano. Es un cine también comercial y siento que es una mezcla de géneros que son tomados de otros lados, otros países, pero con cosas locales.

A pesar que el entrevistado observa este tiempo como el “renacimiento” del cine guayaquileño, presenció dificultades al momento de financiar su película. Esto se debe a que no existe una industria desarrollada, que es prácticamente nueva, y que a pesar que “todo el mundo consume, todo el mundo sabe de lo que pasa del cine de Hollywood, o al menos tiene conocimiento; localmente como industria, como negocio, eso no existe”. Otro factor que influye es la falta de casos referenciales de éxito que permitan demostrar la rentabilidad del cine.

Avilés implantó varias estrategias de financiamiento para su película, inició un *crowdfunding* en base a la promoción de su película, pero la recaudación no fue suficiente. Trató de conseguir parte del dinero a través de empresas nacionales, pero por la catástrofe natural del 2016, todos estos acuerdos pasaron a segundo plano para las instituciones. Finalmente, después de un largo periodo, se retoma el proyecto utilizando la modalidad de *crowdinvestment*, donde se halló un aporte mínimo. “Siento que el mayor porcentaje de inversión de Minuto Final es inversión propia, de ahí vendría lo que es equivalente a canje lo que se consiguió y de ahí el *crowdinvestment* lo que invirtió la gente”.

Desde su experiencia, el Lic. Avilés considera que no se debe pasar un año total para poder conseguir el financiamiento de la película. Si en su caso duró más, le atribuye a la inexperiencia en esta área:

(...) Mi película no era para estar muchos años en financiamiento. Por eso sentía que debía tratar diferentes maneras para financiar, pero al mismo tiempo, la inexperiencia en cada una me hacía retrasarme. Bueno ahora que tengo más experiencia creo que iría más firme en eso, pero al mismo tiempo trataría otras formas de financiamiento más internacionales y que va a tomar tiempo. Sí es complicado realmente (...), máximo uno a dos años para la parte de financiamiento.

Como productor ejecutivo, Avilés cree que una próxima estrategia sería la reinversión en una película menos costosa y hecha para taquilla.

Existe un desafío al presentar un proyecto audiovisual a un auspiciante o empresa debido a que no conocen el negocio cinematográfico; por lo tanto, la imagen del director aporta mucho. También ayuda que la temática resulte interesante y el desarrollo de un *teaser*. Avilés concluye que la inexperiencia dificultó el proceso de financiamiento, de tal manera que una guía que compile la experiencia de otros cineastas podría facilitar este proceso. Agrega que incluso debería haber una empresa que se dedique a realizar esta etapa. Para el productor es importante hablar de este tipo de desafíos dentro de la realidad local y de la práctica de los demás:

Por mi parte trato de transmitir mi experiencia porque sé que eso va ayudar a otros, y espero que por otros lados también transmitan eso. Y son cosas



que no existen localmente porque no se han hecho, y si van a estudiar afuera no sirve localmente porque son cosas que aquí no se han hecho, no van a funcionar aquí.

### **Entrevista a Jandry García y Jhony Obando.**

El docente universitario, Jandry García, fue el productor ejecutivo de la película independiente Nice Guy Julio, dentro de la productora Renacer Films junto a Jhony Obando. García considera que dentro del cine guayaquileño “Se hace lo que se puede. Y lo que se puede en comparación con lo que se podría hacer no es mucho”. Especifica que hay muchas cosas en contra, como la falta de dinero destinado al cine y que hay poca apertura para la región costeña del país.

(...) No hay una cultura cinematográfica aquí en Guayaquil; es decir, se puede hablar mucho más de cine en cualquier lugar de la Sierra que en la Costa. Es muy poco lo que se ve, y eso tampoco ayuda a que se abran estos espacios y lo poco que se logra hacer.

Para García un semestre es lo que debería tardarse en conseguir todo, incluso la distribución; pero dentro del contexto real, la falta de apoyo conlleva un retraso de uno a dos años, dependiendo si se consigue el interés de algún inversor. Explica que la ciudadanía está acostumbrada al cine comercial y busca rentabilidad similar en el cine independiente.

En Nice Guy Julio, fue autofinanciada; los verdaderos inversionistas fueron Jandry García y Jhony Obando. Obando utilizó ciertos fondos obtenidos de otras películas, fue reinversión. Mientras que a García le gustó el guion y apostó por la propuesta. Reconocen que no hubo proceso empresarial.

García explica que todo se resume en las convicciones de las personas para llevar a flote una película. Agrega que, además, hacen falta personas que consuman arte, “no era solamente crear artistas, sino consumidores de arte”. Él considera que un obstáculo es la cultura, más allá del financiamiento, apunta que:

Entonces si hablamos del tema de producción, productores puede haber muchos, pero interesados en culturizar a la gente y que lo hagan por esa convicción de querer que el arte en nuestro país, el cine en nuestro país mejore, es lo que no creo que hay. Sólo se piensa en el dinero por encima de cualquier otra cosa.

Para Obando no hubo limitantes para financiar el proyecto, porque desde la concepción de la idea no se pensaba en una preparación empresarial para presentar, todo lo que se recibió fue bienvenido. El proyecto nació de estudiantes de último semestre de la ESPOL con el objetivo era la alianza y fusión de varios talentos. Más adelante, las problemáticas fueron el presupuesto de actuación, falta de recursos técnicos, dinero para la logística (alimentación, props y transportación); propio de la naturaleza del proyecto. La postproducción fue limitada en cuanto a colorización, mientras que el diseño del sonido fue dado por el sonidista. “Limitantes realmente fuertes no es que pueda nombrar, como nació un proyecto para hacer cine sin un solo dólar más bien con los recursos que se iban encontrando, ya todo eso es algo a favor”.

A pesar que su modelo de financiamiento no contempló algún plan de negocio, ambos entrevistados coinciden que una guía es necesaria. Pues como artistas y creativos, reconocen que esta área es más administrativa y financiera.

Obando concluye: “a mí me parece fascinante, que va a ser un avance. Nos va a ayudar a caminar con pasos más firmes, pasos de gigantes prácticamente, el modelo va a ayudar muchísimo a todos.”

### **Entrevista a Alberto Pablo Rivera.**

Para el actor, productor y director Alberto Pablo Rivera el estado actual del cine en Guayaquil ha tenido un auge en el 2016. Explica que en el 2017 se grabaron 4 películas, la misma cantidad realizada dentro de 55 años de la historia del cine guayaquileño. Rivera considera que “está empezando una nueva fase o un nuevo tiempo para el cine guayaquileño, para bien.”

Rivera considera que el proceso de financiamiento es la etapa más oscura de la película, para la cual no te prepara ninguna universidad. Te enseñan a hacer un proyecto teniendo los recursos, pero no cómo conseguir aquellos. Es una etapa de experimentación, valiéndose de lo que les funcionó a otros; apunta que “todos los proyectos son de diferente naturaleza con diferentes objetivos, entonces creo que va a tomar un poco más de años tomar un camino real y certero por financiar las películas”.

El productor apunta que el periodo ideal para la realización de una película es de 2 años, sin embargo, hay proyecto que toman más de 3 años. Debería corresponder a la parte ejecutiva 4 meses, pero resulta difícil conseguir el dinero en ese tiempo. Por otro lado, Rivera comenta que existen diferentes lineamientos para aplicar a un inversionista. Cuando es para fondos concursables se debe conocer lo siguiente:

(...) Saber qué necesitan, qué películas van a premiar con este fondo, corresponde a cuáles pueden aplicar a estos fondos y por lo que tengo entendido muchos proyectos los construyen alrededor de quién los va a financiar, se tiene en claro que el norte va a ser el Estado entonces construyen sus guiones sus escenas alrededor de cuál es la temática que el Estado sí financiaría.

En cambio, cuando se apunta a la empresa privada se debe plantear de distinta manera:

(...) Un proyecto tiene que ser más como familiar más *clean*, más todo público; en que cualquier marca así sea una marca para niños, para adultos, no importa, no tenga ningún problema en financiarla y ponerle su logo ahí.

Alberto Pablo Rivera recomendando que para vender el producto audiovisual es necesario realizar un video para que el potencial inversionista pueda imaginarse cómo se proyectaría su marca, “darle todo un poco más masticado”. También plantea que llevar el guion a una reunión es una pérdida de tiempo pues es difícil que realmente lo lean. “Hay personas que no tienen tiempo para leer un documento de 2 páginas peor van a leer un guion de 90 páginas, entonces no hacemos la venta en el guion, sino en la parte visual (...)”.

Otro aspecto importante en la actitud con la que se presenta a los empresarios. Rivera considera que la actitud debe ser la siguiente:

Vendernos a nosotros mismos como artistas y que el producto casi quede en lo secundario confían en nosotros por eso quieren darnos, esa preparación y

no pedir caridad, llevar una serie de propuestas que ofrecer a cambio de este proyecto. (...) Viene a ofrecer una oportunidad de negocio y ahí cambia totalmente la dinámica de la reunión eso creo que es algo que se debe tomar en cuenta.

Rivera recomienda que en la presentación se use un video bien desarrollado, con línea gráfica y tipografía específica, e incluso un pre afiche; porque los empresarios están acostumbrados a manejar un departamento de marketing y publicidad. De tal manera asocian estos elementos, así no sepan de cine, ni actores.

El productor indica que un modelo de financiamiento ayudaría durante esta etapa. Para él es importante estar al día con las tendencias e intereses de las empresas antes de visitarlos, como saber cuáles son las falencias de comunicación que enfrenten y a través del proyecto solucionarlo. “Una forma de intercambio moneda son nuestras habilidades, nuestras herramientas, ponerlas al servicio de quien estamos pidiendo financiamiento, para que sea como un intercambio más fluido”.

Antes de empezar el financiamiento, Rivero investigó el campo desde “la última página”, notó que “ninguna película había obtenido más de 100.000 o 200.000 dólares de ganancias sin importar el presupuesto”. Conociendo cuál era el tope de ganancias, limitó el presupuesto. Reconoció que era un proyecto de presupuesto pequeño y distribuyó para todas las áreas; por lo tanto, se cubrió todas las etapas, pudiendo grabar y estrenar el mismo año.

### **Entrevista a Christian Rojas.**

Rojas es un productor y realizador audiovisual por más de 10 años, empezando su vida en el cine profesional en la ciudad de Loja. Tiene experiencia en cortos y talleres, pero el largometraje de José Paul Moreira, “Atrapan al Santo” fue el que le permitió ganar el Primer Fondo Concursables durante el Gobierno de Rafael Correa. Después en la película “Saraguro, historia con sangre inca” donde pasó a ser director de fotografía. Este último proyecto le abrió puertas para participar como productor de planta en el canal 13 Plus y, sucesivamente, realizó 2 cortometrajes suyos “Ojo al Sur” abriéndose camino en Festival de Londres; y el cortometraje “Manabí profundo” que lo llevó a gana un Máster *Class* con Lissandra Rivera.

Produjo la película “Virgen del Cisne” y el documental “La Cruz Roja y el ayuntamiento de Málaga” la cual tuvo distribución española. Con la película “Persistencia” de Fernando Mieles, gana el fondo de distribución del Consejo Nacional de Cinematografía, para la promoción y el estreno del documental. Continuó con la película “Pacha” de Juan Sebastián Oviedo y el cortometraje de ciencia ficción “Kanun”. Actualmente se encuentra en el desarrollo de “La dama tapada” de Josué Miranda y a Michelle Prendes y “Pacha”.

Para Rojas el cine guayaquileño está emergiendo y hay grandes rodajes que provocan que más personas se interesen. Apunta que existe cierta diferencia con el cine de la zona andina:

Me parece muy interesante la forma en la que se está levantando los cineastas guayaquileños tienen una visión diferente a los cineastas de la

sierra y no por un tema de regionalismo, sino por un tema de visión, no, acá se está persiguiendo más las salas, el público, mientras que realmente en Quito podemos hablar del cine de autor.

Sin embargo, aún existen directores que se apegan al cine de autor. De todos modos, el productor cita tres películas que actualmente se encuentran rodando en Guayaquil: *Minuto Final*, *Montevideo*, y *La Dama Tapada*. Puede presentarse el problema de “chocar entre ellas empresas”, pues existen pocas alternativas de empresas dispuestas a invertir.

Christian Rojas se refiere a su forma de financiamiento como “estilo circense, de puros malabares”, por lo cual tiene claro este proceso: “pero creo que al momento de empezar un proyecto es importante encontrar la naturaleza de este, de que es lo que se busca, hacia donde se quiere apuntar, trazar una hoja de ruta para poder llegar”. Si bien una película puede resultar cara, debido a su naturaleza, se debe buscar cómo abaratar costos sin perder la calidad ni visión del director, “más bien es buscar estrategias”.

El productor explica sobre los dos fondos concursales para financiar una película ecuatoriana:

Uno, muy conocido, es el que da el Consejo de Cinematografía del Ecuador, que ahora es ICCA, Instituto de Cine y Creación Audiovisual. Y también sabemos que Ecuador está adherido al programa Ibermedia, el cual es mucho más peleado y el cual también te exige elevar tu película a nivel internacional, en este caso para ingresar es a través de la coproducción. Y a

su vez hay cientos de fondos, reembolsables y no reembolsables alrededor del mundo al cual apuntas.

Rojas refiere que el *crowdfunding* no siempre es la mejor opción, pues tiene sus dos lados; pues se necesita invertir dinero en publicidad. En su caso, pichear a nivel internacional le ha ayudado mucho, pues conoció otros productores y las negociaciones fueron muchos más rápidas. Otra opción que presenta el productor es trabajar con empresas privadas por medios de inversiones reembolsables con un porcentaje mínimo.

Con respecto al tiempo en la etapa de financiamiento, el productor Christian Rojas sugiere que podría ser de seis meses a máximo un año. Sin embargo, reconoce que depende del presupuesto y del productor ejecutivo.

Es importante considerar las siguientes características dentro del proyecto para que un empresario o auspiciante participe: “lo principal es entender la naturaleza y tipo de película que haces, no todas las películas son películas grandes primero uno debe decir (...) qué tipo de película es la que tengo”. Recomienda que el productor ejecutivo debe ser una persona de negocios, que también debe entender sobre cine.

Rojas considera que el cine en el Ecuador “se ha devaluado”, lo cual es un factor que ha intervenido en el momento de financiar una película:

Se ha debilitado la imagen creo que la mayoría de gente lo ve al cine lo ve como una forma de apoyo lo ve, como que necesita, lo ve de una manera muy desgana, como algo que se hace una vez cada cierto tiempo. (...) Me



ha pasado muchas veces en que dicen yo quiero donarte tal cosa, pero yo digo que no es una donación es una inversión y por tu inversión te hago esto (..) Esa fórmula hay que cambiarla y cómo se cambia eso creo yo que, con un plan, un plan de negocios, un plan claro de negocios, plan de inversión, un plan donde tu ofrezcas y ellos también te den.

El productor considera que una de las debilidades es pensar en cine como arte, también se lo debe pensar en la forma de ejercer aquel arte, por lo cual es necesario tener sensibilidad para negociar.

Hay otros aspectos que también se deben tomar en cuenta en un plan de negocios: “somos una sociedad muy visual y creo que todo debe estar reflejado en un *dossier* e inclusive si vas a hacer un *teaser* el cual realmente debe estar hecho con una calidad que sorprenda”. Rojas considera el apoyo del marketing fundamental para poder entablar una negociación “por cuánto vas a otorgar y cuántos réditos vas a tener, lo importante también es mostrarles cifras”.

Para Rojas marcar una “hoja ruta” o modelo de financiamiento puede servir de guía para financiar una película:

Esta hoja de ruta puede tener una base, un esquema y todos pueden seguir este esquema es como el cine, tu sabes que tienes la escritura, el desarrollo, la producción, la post producción, la promoción y la distribución son como cada etapa que tienes que completar acá también puede suceder lo mismo o no.

### **Entrevista a Jhonny Obando.**

Johnny Obando es un cineasta, gestor de cultura y actualmente acaba de ser actor en la película, aún sin estrenarse, La Dama Tapada. Para Obando el cine guayaquileño está en pleno desarrollo, en el cual se necesita trabajar muchísimo, pero va por un camino muy bueno.

(...) Veo un camino bastante abierto, bastante amplio. No un camino lleno de piedras que tengas que estar quitándolas todo el tiempo para poderte abrir paso. Creo que, si eres extremadamente organizado, presentas o propones buenos guiones, buen equipo de producción, si planteas buenos actores, llamas la atención a la gente que pueda de manera directa o indirecta apoyar el cine.

Obando observa que en el mercado hay propuestas innovadoras y muy diferentes en distintos puntos de la nación. Incluso apunta que en Guayaquil existe más apoyo y presupuesto que en otras partes. Su mirada positiva de la industria cinematográfica la resume en “va a llegar un momento en el que esto se convierta en una industria súper importante y no haya que pedirle favor a nadie”.

El cineasta cuenta su experiencia de financiamiento para la película “Ruta del Sol”, en la cual él la autofinanció con lo que ganó en dos proyectos anteriores: como social media manager en “Voices for the habits” de un cineasta venezolano hecha en Miami y como asistente de producción del Capo 2 de dos semanas que fueron a grabar en Miami.

Prácticamente autofinancié mi trabajo. Se les pagó a todos, literalmente muy poco obvio y porque Miami es una ciudad muy cara, entonces los valores

que realmente se deben pagar en cine independiente no tienen nada que ver con lo que yo pagué en La Ruta del sol. Pero contraté amigos, gente conocida, a cineastas importantes pero que ya habíamos trabajado en proyectos y que aún seguimos en contacto, gente que ha estudiado en Cuba, gente bastante importante que nos conocimos en el proceso laboral entonces ya se convirtieron en colegas.

Para Obando el tiempo adecuado para considerar en la etapa de financiamiento es de cinco a siete meses aproximadamente, tomando como ejemplo su experiencia de la Ruta del Sol. Sin embargo, existen muchas vías de financiamiento que pueden tomar distintas duraciones.

(...) La decisión es buscar un trabajo donde por una cantidad determinada de tiempo que tú mismo te coloques puede ser ese aproximado de seis a ocho meses de pronto, (...) si es esa la vía y es eso lo que decides. El tema de buscar auspicios y fondos concursables toma mucho más y podría llegar a ser una cuestión de años de uno a tres años.

En términos de fondos concursables es el que toma más tiempo, mientras que el financiamiento por empresa privada puede ser un año. Por otro lado, el cineasta considera que el *crowdfunding* no funciona mucho en Ecuador, en los Estados Unidos funciona bien con buenos contactos y con un aproximado de cinco meses para recolectar el dinero.

Obando considera que es importante tener experiencia en el área de financiamiento al presentar el proyecto a una empresa privada. Se debe poner en la

perspectiva del inversionista y no rondar con titubeos sino estar bien preparado con una propuesta interesante. Otra característica importante, a parte del género, es:

Entonces la característica del género es importante y una siguiente característica es: depende si eres director, productor, también cómo te vendas. Desde el punto de vista artístico, a nivel de lo que has hecho, a nivel de lo que presentes, a quienes te vayan a apoyar porque de cierta forma muchas personas a las que les puedas presentar tus proyectos no conozcan, pero habrá otras que de cierta forma sí (...) Entonces si esta persona que va a suplir el reto de la producción ejecutiva tiene la experiencia apropiada entonces eso también puede sacar adelante la producción en temas económicos.

Entra las falencias que destaca al momento de financiar una película es que no se sabe de la parte empresarial, de la producción ejecutiva. “Es una gran falencia no adentrarnos en ese campo empresarial, al fin y al cabo, esto es un negocio, fuera de la parte artística es un negocio, porque todos queremos industria todos queremos vivir 100% de ello”. Otra falencia es la desconfianza que se tiene por no apostar por sus propios proyectos. También aborda problemas en la competencia de fondos concursables:

No sabemos participar, a nivel general no sabemos presentar proyectos, no sabemos de números y no buscamos a las personas adecuadas para ello. Entonces eso de cierta forma es falencia grave porque al no saber no vamos a lograr esa área por eso en otros sectores la están ganando porque saben hacerlo.

El cineasta Obando aproxima a que el presupuesto mínimo para una película independiente está alrededor de \$ 10.000. Sin embargo, en películas con postproducciones más elaboradas sean necesarios unos \$ 30.000. Depende del género y la historia. Finalmente, el cineasta apunta a que un modelo de financiamiento es necesario para el sector. Hay pocas personas que le hacen fuerte a la producción ejecutiva y que pueden que se conviertan en emblemáticos para la ciudad. Si estos modelos funcionan, es una vía factible para generar más proyectos en la ciudad y generar una industria.

### **Entrevista a José Ordoñez.**

Ordoñez es un proyectista que, si bien tiene experiencia en el cine guayaquileño con dos películas, actualmente se dedica a la exportación e importación de minerales. La experiencia del proyectista en el cine guayaquileño la considera de la siguiente manera:

Ha sido bastante interesante y bastante difícil, difícil porque tienes un sector que siempre ha dependido de las donaciones, de la empresa privada y/o de los fondos públicos que están disponibles para los proyectos audiovisuales a través de los institutos como CNCine, por ejemplo.

Ordoñez empezó haciendo un análisis de cómo era el comportamiento de los proyectos y cuáles eran sus fallas al tardan tantos años en poder conseguir el financiamiento. Una de las grandes fallas es que cero de estos proyectos audiovisuales han sido rentables. “Ahora, por qué rentabilidad dentro de un sector donde históricamente no buscaban una rentabilidad, porque entonces nunca se va a desarrollar un sector.” Explica:

Si un sector no te genera recursos entonces de otra manera privas al sector mismo de una fuente de profesionales que podrían hacerlo más rentable, aumentar el tamaño del sector y generar mayor empleo y generar mayor dinamismo en la misma.

El proyectista cree que debería haber un cambio con pedir donaciones a la empresa y cambiarlo por *product placement* vender los derechos de imagen hacia marcas comerciales que se ha utilizado por muchos años en otros países, incluso en el cine independiente. Para lo cual es necesario generar un producto que permitiese acercarse a las marcas y alejar del cine de autor que siempre se tiende hacer en América Latina sobre tópicos relacionados a las problemáticas sociales.

Uno tiene que ver el cine, así como uno tiene que ver la vestimenta, la alimentación, turismo, etc., como un gasto sino como una inversión y cuando la comienzas a ver no como un gasto sino como una inversión comienzas a ver el real valor entonces cuando yo ya no veo que gasto en cine e invierto en cine estoy invirtiendo en entretenimiento porque eso es entretenimiento.

Entre las limitantes de financiar proyectos cinematográficos, Ordoñez considera que es la falta de confianza o credibilidad del medio de que este tipo de productos puede funcionar en el Ecuador. Es imposible hablar de taquilla porque es muy poco a nivel nacional la venta de boletos; por eso es necesario buscar otras vías. Finalmente, el proyectista considera que es importante un modelo de financiamiento, pero existen limitantes dentro de éste porque la trama de la película podría interferir con el manual de marca de inversionistas.

### **Entrevista a Josué Miranda.**

Josué Miranda es Ingeniero en Hotelería y Turismo, sin embargo, tiene más de 10 años de experiencia en el cine haciendo fotografía. Para Miranda el cine guayaquileño se encuentra en mayor movimiento con iniciativas independientes, asimilándose a Quito como la mata de toda la producción audiovisual. El ingeniero tiene claro el proceso de financiamiento de una película:

Debe partir de algo tangible para una empresa o para alguien interesado, ya sea un piloto, un *teaser*, demo o lo que sea, entonces bajo esa premisa, la primera inversión si debe ser por parte de las personas interesadas, ya sea director o productor o quien sea que esté a cargo de la película.

Además, aconseja que el contenido debe estar de acuerdo a la marca que busquemos para financiar. Ejemplo, si la empresa tiene productos de consumo familiar, el público objetivo de la película debe ser el mismo. En cuanto a la duración de la etapa de financiamiento, especula que debe demorar un año aproximadamente, dependiendo del presupuesto y la temática de la película. Aquel tiempo es prudencial para una película de mediana escala, ya que los fondos que se piden no se dan el mismo año, las empresas trabajan con presupuesto vencido.

Entonces sí considero que con un año de anticipación se debería establecer el fondo para rodar la película (...) Si es una película un poco más de bajo presupuesto, pienso que es un poco más manejable y si se puede hacer en unos 6 a 8 meses, dependiendo de la temática de la película.

Miranda considera que se debe buscar identificación con la empresa, debe ir alineado a su mercado objetivo:

Los presupuestos se comienzan a moldear en base al guion que uno quiera proponer, pero bajo esa premisa sí debe pensarse desde un inicio a que empresa se va a ofrecer. Entonces básicamente lo que se puede hacer de manera sencilla, es ver los comerciales que ellos tienen, qué demografía utiliza, hacia qué público va dirigido y básicamente tratar de enmarcar una película en ese aspecto.

De esta manea será más fácil establecer una relación con la empresa ya que se enfoca en los mismos clientes.

Entre una de las falencias, el ingeniero destaca que no se busca ayuda o se agrupa entre personas con experticia para levantar una producción y sus fondos. Es importante tener a alguien con conocimientos en conseguir fondos, en vez de intentarlo uno mismo como productor amateur. Por otro lado, para Miranda uno de los limitantes es el marco legal donde no existen leyes que favorezcan a la empresa privada en invertir por la producción de contenido. Finalmente, apunta que un modelo de financiamiento serviría para futuros productos y que, de hecho, se están estableciendo lineamientos para financiar y levantar proyectos.

### **Entrevista a Juan Pablo Asanza.**

Para el productor, actor y profesor de cine y video Juan Pablo Asanza Colmont el cine guayaquileño está dando sus primeros pasos y va por buen camino. En la experiencia del productor bajo la modalidad “cooperativa” logró proyectar la película Entre Sombras Averno, en la cual hubo un aporte intelectual y material por parte de cada uno de los integrantes. En este caso la etapa de financiamiento tomó semanas antes de empezar a rodar, dependiendo del compromiso del grupo.



Entre las características que debe considerar en un proyecto audiovisual para presentarle a un inversionista, Asanza apunta que se debe “tener un plan de contingencia si es que la empresa no contempla apoyar con dinero, llevar un plan de canjes para que puedan salir beneficiados ambas partes”. Por otro lado, entre los limitantes halla que “no tener clara la idea principal del proyecto y su desglose general, eso a veces puede tener variaciones que generan inestabilidad”. Apunta que un modelo de financiamiento puede servir de guía a futuros proyectos, debido a que se tendrá una planificación y ayudará a tener mayores beneficios en el proceso.

### **Entrevista a Patricio Rodríguez.**

El productor Rodríguez con 8 años de experiencia en el medio, ha tenido experiencia siendo productor ejecutivo y asistente de producción, actualmente se dedica a ser productor *freelance* para comerciales de televisión, series de televisión y largometrajes. Entre sus trabajos destacan “Sin otoño sin primavera” y “Mejor no hablar de ciertas cosas” haciendo locaciones y producción de campo. También trabajó en “Europa Report” en el área de distribución y exhibición de la película en Ecuador. Finalmente, estuvo a cargo de la producción ejecutiva de “Sin muertos no hay carnaval”.

Si bien su experiencia lo orienta a conocer más sobre la realidad del cine en Quito, con respecto al cine en Guayaquil comenta lo siguiente:

La mayoría de producciones aquí en Guayaquil se manejan como de manera un poco más independiente en comparación con el cine que se realiza en Quito. Hablando específicamente en cuanto a fondos públicos por una cuestión, asumo yo, geográfica (...) No veo que hay como una dependencia

de fondos públicos por parte de los realizadores locales, lo cual es bueno en el sentido de que la gente acá, tal vez, es como un poco más arriesgada a lanzarse a querer hacer cosas sin tener que depender de un fondo público.

Para el productor, el proceso de financiamiento es como un diseño, como un plano, de cómo llevar a cabo la película. Se debe elaborar un plan de lo que se va a hacer y cómo se va a trabajar donde la producción y la producción ejecutiva deben ir de la mano. Como productor ejecutivo relata su experiencia:

Me encargaba puntualmente de vincular a la empresa privada y marcas a la película, obviamente elaborando un esquema de cuáles serían las marcas que podíamos atacar y cuáles eran las necesidades que teníamos como producción, y vincular a marcas y empresa privada a que formen parte del proyecto.

Antes de presentar la propuesta a una empresa privada, Rodríguez recomienda que es importante conocer el proyecto y estar conscientes a lo que una se va a lanzar a hacer. Si bien es un arte, el cine también es un negocio, donde se necesita mover dinero, generar ganancias y cubrir rubros. Aunque se esté enamorado de la película, no toda película es hecha para la participación de la empresa privada.

Para el productor no hay tiempo específico para la etapa de financiamiento, más bien se debe tomar tiempo en crear un proyecto firme.

Realmente no es que quieras realizar una película por realizarla, sino que realmente estas ofreciendo algo, ósea, realmente tienes una visión de lo que quieres tener y que tienes claro a dónde quieres que llegue tu proyecto.

En su experiencia, la vinculación con la empresa privada puede tomar un año dependiendo de muchos factores, por lo cual se debe elaborar un cronograma y plantearse una fecha mínima y un porcentaje tal del presupuesto para empezar el proyecto.

Entre las falencias que ha hallado en el momento de financiar una película es que muchas personas no tienen claro qué es su proyecto, “no solamente es tener un buen guion, también involucra un montón de cosas más y tienes que ser como muy ambicioso en el sentido de que aplica a laboratorios, aplica a festivales”. Rodríguez considera que el modelo guía de financiamiento serviría para que los productores conozcan las distintas herramientas que hay a disposición para levantar un proyecto, pero en sí cada película es un universo diferente y específico con muchos factores de por medio.

## **Resultados y Hallazgos**

La edad promedio de los productores de cine en Guayaquil es de 31 años y la experiencia que ellos tienen en el campo cinematográfico se da con la primera película en la que trabajan o producen, es decir se hace de una manera empírica. Si bien es cierto que han estudiado para hacer cine, lo han realizado por el lado artístico, más no empresarial. Asimismo 9 de 10 de los entrevistados se dedican a actividades audiovisuales.

Los productores entrevistados coinciden que el cine en Guayaquil está en desarrollo, donde el cineasta guayaquileño se está arriesgando y apostando por un cine comercial al variar en géneros cinematográficos, es por esto que se evidencia una diferencia entre el cine de Guayaquil y Quito. Se espera que con esta variación se pueda alcanzar a ser industria en este sector, de esta manera lo argumenta Josué Miranda:

Creo que Guayaquil ya se está volviendo algo como lo que Quito venía haciendo que era como la mata de toda la producción audiovisual para cine y es interesante porque se está produciendo género, que creo que es donde verdaderamente se debe formar la industria, porque es donde a fin de cuentas se genera rédito, el drama en Ecuador no es muy apetecido así que si considero que el cine como industria se va a sustentar en el género.

El tiempo promedio de financiamiento, según los entrevistados, debe ser de un año, esto va a variar de acuerdo a la naturaleza y estrategia que se tome del proyecto. Si bien es cierto que puede llevar muchos años financiando, el tiempo mínimo que estiman es de seis meses. En algunos casos, el tiempo es un factor delimitante para esta fase donde no se logra conseguir el financiamiento requerido para las diferentes etapas de producción de la película.

Encontrar la naturaleza del proyecto y delimitar hacia dónde se quiere llegar, sea éste de tipo de sala o de público, es el punto más importante dentro de la etapa de Desarrollo, ya que es donde se plantean las estrategias y formas de financiamiento de la película. Esto es fundamental, ya que en base a la naturaleza del proyecto se debe hacer (1) un plan de negocios que reflejará la viabilidad y

factibilidad de la película, (2) un *teaser* como soporte audiovisual que sea lo más cercano a lo que se quiere mostrar en pantalla, (3) un dossier que venda el proyecto de manera impresa y gráfica. El productor y actor Alberto Pablo Rivera en su entrevista comenta que ésta “es una etapa en la que nadie se prepara, es de experimentación y cada proyecto tiene una naturaleza y objetivo diferente que hay que saber plantear”.

Esto se evidencia en las entrevistas donde de los 10 productores de películas, solo 2 habían realizado un plan de negocios; el resto de proyectos audiovisuales no lo habían realizado y muchos coincidieron porque no sabían elaborarlo. Pero en lo que sí coincidieron fue en el *teaser* como soporte audiovisual de sus películas. Frente a esta situación es comprensible que los proyectos no alcanzan financiar el 100% del presupuesto de la película en la etapa de desarrollo por no saber cómo financiar de una manera organizada y estructurada. Jhonny Obando comenta:

No sabemos de la parte empresarial, de la parte de producción ejecutiva de esa área y mucha gente no le interesa conocer tampoco. Entonces esa es una gran falencia no adentrarnos en ese campo empresarial, al fin y al cabo esto es un negocio, fuera de la parte artística es un negocio, porque todos queremos industria, todos queremos vivir 100% de ello (García & Obando, 2017)

Asimismo, Luis Avilés reconoce que no saber realizar un plan de negocios es una falencia dentro de este proceso

Siento que incluso actualmente tengo una falencia de estrategia del negocio.

Tal vez mostrar cuánto impacto tendrá tu producto y “marketearlo” de esa

manera: cuánta gente te va a ver, cuáles son los medios que vas a llegar, o sea, tratar de enfocar tu película como si fuera un producto audiovisual normal(Avilés, 2017) .

Avilés asimila este proceso a la venta de un programa de televisión o radio para venderlo. Es la forma por la cual las empresas podrán conocer cómo se comercializa el cine, viéndolo desde el punto comercial. Debe ser vendible.

Otro punto importante dentro de esta investigación es que no todos participan en Fondos Concursables, porque no saben elaborar los proyectos como lo solicitan las instituciones o no cumplen con los requisitos que se solicitan a través de estas entidades. Lo cual ha influenciado a que el cineasta guayaquileño opte por otras vías al momento de financiar. Patricio Rodríguez explica que “la mayoría de producciones aquí en Guayaquil se manejan como de manera un poco más independiente en comparación con el cine que se realiza en Quito”, agrega que por consecuencia “es bueno en el sentido de que la gente de acá (...) es como un poco más arriesgada a lanzarse a querer hacer cosas sin tener que depender de un fondo público”

A todo esto, Ma. Emilia García indica que “en Ecuador no existen productoras que financien películas, sino que solo se puede buscar inversión privada a cambio de publicidad o fondos concursables” y es aquí donde la figura del productor ejecutivo debe potenciarse. Para lo cual Christian Rojas explica un breve perfil de éste: “el productor ejecutivo debe ser una persona de negocios que entienda también el cine debe saber qué es hacer una película”. Rojas comenta que no todos entienden las situaciones que demandan considerarse en el financiamiento

como las horas de rodaje, la naturaleza de la película y a partir de eso “una hoja de ruta para saber qué nichos se pueden alcanzar”. Con todo esto se realizarían las estrategias para buscar el financiamiento.

Dentro de estas estrategias Ma. Emilia García explica algunas características que se debe presentar en el proyecto como:

- Tipos de auspicio con diferentes montos de acuerdo a los beneficios.
- Resaltar el valor del proyecto y su factor diferenciador. ¿Por qué va a triunfar?
- ¿Cómo la marca se va a beneficiar el auspicio?

Para esto Juan Pablo Asanza sugiere “tener un plan de contingencia si es que la empresa no contempla apoyar con dinero, llevar un plan de canjes para que puedan salir beneficiados ambas partes”. Para lo que Josué Miranda recomienda en este punto que “la identificación con la empresa es básica y esencial, debe ir alineado a lo que ellos buscan para su mercado objetivo”.

En relación al diseño de un modelo de financiamiento para la cinematografía independiente en Guayaquil, concluyen:

Cristian Rojas: “tener una hoja de ruta trazado funcionaría muy bien para saber hacía a dónde llevar el proyecto porque muchas veces los productores se dicen para dónde, qué camino agarro por eso puede funcionar muy bien.”

Patricio Rodríguez: “sería bueno que los productores conozcan las distintas herramientas que hay a tu disposición porque realmente cada película es un universo diferente y específico”.

Jhony Obando: “por supuesto, sería fascinante y de hecho muy necesario, el sector por esa área está totalmente vacío entonces inclusive innovador, icónico y que puede representar para ti y para los pocos que hay, yo he escuchado no se dos o tres personas de hecho que le hacen fuerte a la producción ejecutiva puede representar que se convierta en emblemáticos para la ciudad y por consiguiente para el país y con estos modelos por consiguiente si funcionan y van bien y es una vía factible obviamente va a generar que se hagan más proyectos en la ciudad y que finalmente se genere industria”.

Luis Avilés: “entonces una guía o algo que compile la experiencia de otros cineastas podría ayudarnos en mi siguiente proyecto”.

Ma. Emilia García: “sí porque ahí se podría ver realmente cuánto se puede invertir para luego recuperar. Y hacer una proyección del número de auspicios necesarios para el levantamiento del proyecto”.

Josué Miranda: “se están creando, bueno se están definiendo ya ciertos lineamientos como base de futuros proyectos, creo que, si es importante tener esa herramienta o registro, ya que se vuelve fundamental cuando se quiere comenzar a financiar futuros proyectos, y tienes un lugar donde acudir, una base de donde partir para levantar el proyecto”.

Jandry García: “nosotros nos preparamos en el área artística, somos unos creativos de primera, pero de allí en la parte administrativa y financiera como dicen por allí “uno se hace artista porque no le gustan los números”. Pero en el fondo no es cierto, es simplemente que nos apasiona más la parte creativa que la parte



financiera y como que consideramos que siempre puede haber personas que se encarguen de eso”.

### **Formas que se han financiado las películas en Guayaquil.**

Sexy Montañita. El productor ejecutivo de Sexy Montañita, Alberto Pablo Rivera, para financiar esta película realizó una inversión propia para grabar el *teaser* de la película. Después socializó el tráiler junto a un plan de negocios que un amigo le realizó. Encontró muchas respuestas negativas en el camino hasta encontrar un inversionista quien financió su película, firmando un contrato donde él devuelve la inversión y las utilidades por la taquilla de la película. (Inversión empresa privada)

El Secreto de Magdalena – La Ruta del Sol – Nice Guy Julio. Son películas que han sido financiadas por sus propios productores. (Inversión propia).

La Descorrupción. María Emilia García desarrolló una campaña en el sitio web Indiegogo de *crowdfunding* donde no se logró hacer el monto. De todos modos, el sistema de donaciones entre amigos y familiares le deja un fondo, el cual sumado a su propio dinero completa para el rodaje. (Inversión propia y *crowdfunding*).

La dama tapada. Josué Miranda en la dama tapada hace una inversión con su propio capital, pero aparte obtiene algunos canjes publicitarios con lo que abarata costos de producción. (Inversión propia y canje publicitario).

Guayaquil Love. Luego de realizar un estudio de mercado y plan de negocios, optaron por la venta de derecho de imagen de marca y *product placement* (Empresa privada).

Entre Sombras. Realizaron un modelo de cooperativa el aporte (intelectual y material) de cada uno de los integrantes del equipo de producción es la inversión de cada uno de ellos. (Inversión colectiva).

Minuto Final. Esta película pasó por todos los procesos: *product placement*, canje, *crowdfunding*, *crowdinvestment*, inversión propia. En cada etapa y momento de la película se ha financiado de diferentes maneras.

Sin Muertos no hay carnaval. A parte de haber ganado fondos concursables, la empresa privada participó en esta película con auspicio. (Fondos y empresa privada).

Pacha. Su financiamiento, hasta ahora, es a través de fondos concursables, pero falta un 60% en efectivo por lo que está en búsqueda de la empresa privada.

## **Resumen del Capítulo**

En este capítulo se aplicaron las técnicas de investigación para conocer a profundidad el estado actual de la industria cinematográfica local. Los productores audiovisuales, como encargados de la administración de recursos dentro de la producción, fueron los protagonistas. Dentro de los cuales se consideraron ocho películas guayaquileñas estrenadas desde 2012 a 2016, donde se entrevistó a sus productores, con el objetivo de validar un modelo de financiamiento a diseñarse sobre la ejecución de un proyecto cinematográfico.

De los diez entrevistados, nueve se dedican a actividades audiovisuales. La edad promedio rodea los 31 años y su experiencia en el campo cinematográfico empieza de manera empírica con su primera película. Si bien han estudiado de cine,

lo han hecho desde el lado artístico y no empresarial. Por otro lado, todos coincidieron que en que el cine guayaquileño se encuentra en desarrollo, arriesgándose y apostando por propuestas comerciales, evidenciando una diferencia con el cine de Quito.

El tiempo promedio de financiamiento sugerido fue de un año, variando por la estrategia y naturaleza del proyecto. Un punto de partida esencial delimitar el proyecto, planteando estrategias y formas de financiamiento. En base a su naturaleza se plantea un plan de negocio, que refleja la viabilidad y factibilidad de la película; un *teaser* como soporte audiovisual y muestra de lo que se verá en pantalla; y un dossier informativo y comercial de manera gráfica e impresa.

Se entrevistó a 10 productores, de los cuales solamente 2 habían realizado un plan de negocios para su financiamiento. Además, se conocieron los procesos que tuvieron que someterse estas películas independientes para lograr fondos. Si bien todas sus metodologías fueron empíricas, coincidieron que un modelo o guía de financiamiento sería de gran utilidad para saber cómo proyectarse en producciones futuras.

## Capítulo IV: Propuesta

### Modelo de Financiamiento para la Producción Cinematográfica

#### Independiente en Guayaquil.

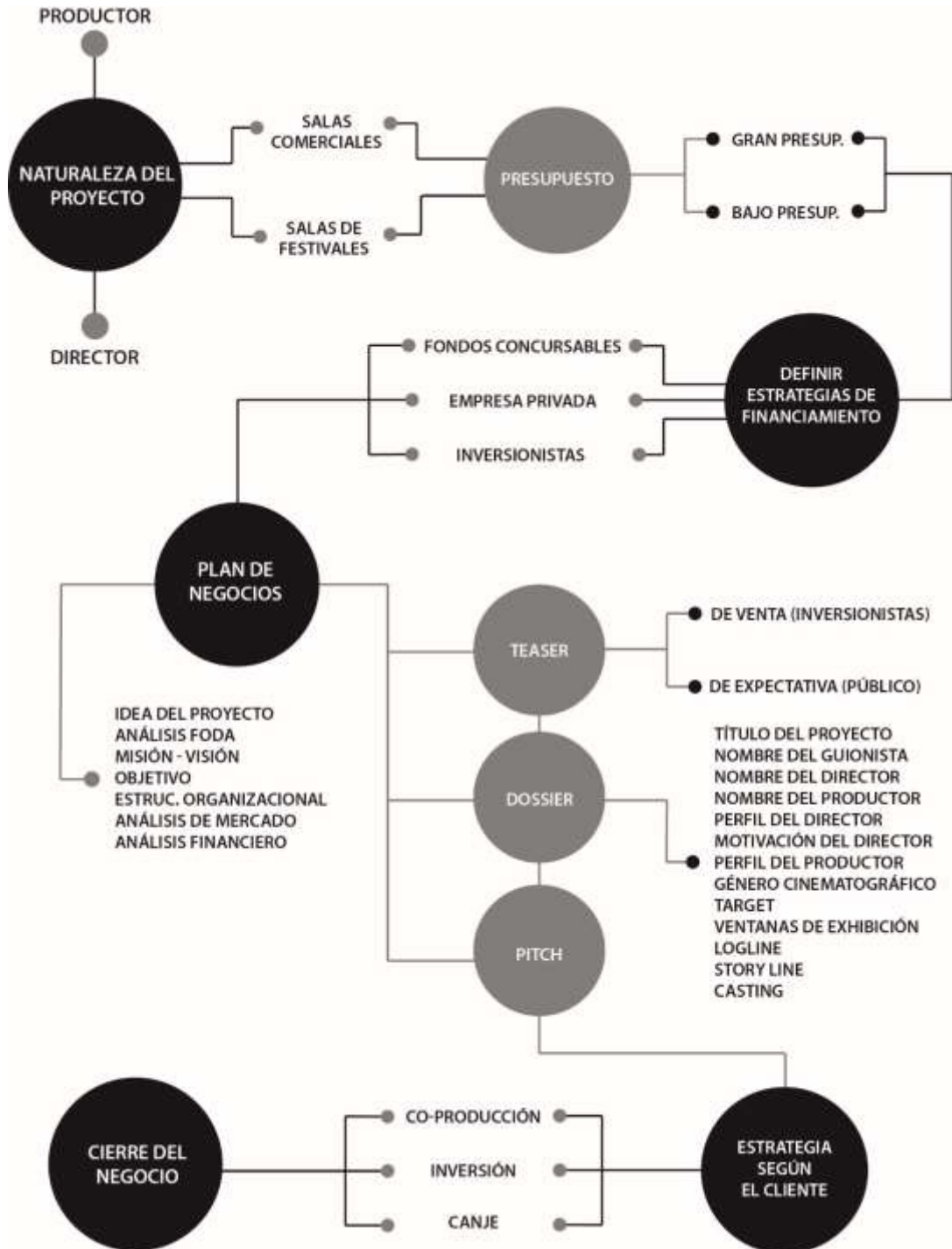


Figura 7. Modelo de Financiamiento para la Producción Cinematográfica Independiente en Guayaquil.

## Descripción de la Propuesta

### Analizar la naturaleza del proyecto.

Cada guion es un universo diferente, por ende, la naturaleza de cada película igual, esto se debe al tipo de historia que se desea contar y al tipo de público que va dirigido, por eso es importante analizar la naturaleza del mismo; esto ayudará a definir si la película será de bajo, mediano o gran presupuesto, si será película comercial o de festivales además ayuda a plantear el circuito de exhibición que desde su concepción se desea alcanzar.

Para saber qué tipo de presupuesto será tu película se puede considera la siguiente tabla:

Tabla 7.

Tipo de película según el presupuesto.

| <b>TIPO DE PRESUPUESTO</b> | <b>MONTO</b>                |
|----------------------------|-----------------------------|
| Micro presupuesto          | Desde \$ 0 a \$ 5000        |
| Bajo Presupuesto           | Desde \$ 5001 a \$ 100000   |
| Mediano Presupuesto        | Desde \$ 100001 a \$ 500000 |
| Gran Presupuesto           | Desde \$ 500001 en adelante |

En Ecuador existen películas con micro presupuesto como El Secreto de Magdalena de Josué Miranda valorada en \$ 3000. Una película de bajo presupuesto como la película “La Descorrupción” de Ma. Emilia García valorada en \$ 10000, una película de mediano presupuesto como Sexy Montañita en \$ 200000 y una película de gran presupuesto como “Sin Muertos no hay Carnaval” de Sebastián Cordero valorada en \$ 2'000000.

El tipo de público se define a través del target al que va dirigido y de esa manera también se decide el tipo de sala, una sala comercial es la de las grandes cadenas del cine del mundo, donde todo el mundo puede acceder a la película, mientras que las salas de festivales son más exclusivas y para un determinado público en relación al tema, estética, preferencia.

### **Presupuesto.**

Luego de analizar la naturaleza del proyecto y definir bajo qué estándares será la misma, hay que realizar el presupuesto como una herramienta de cálculo de costos y gastos que tendrá la película a futuro, ya que éste será el monto a buscar para financiar la obra audiovisual, por lo cual hay que tomar en consideración los valores desde el desarrollo hasta la etapa de distribución, para tener los valores finales y no parar una etapa de producción por falta de presupuesto como suele pasar en muchos proyectos cinematográficos.

A continuación, se detallan las partidas más importantes del presupuesto, las mismas que deben ser el resultado del desglose de cada etapa.

Tabla 8.

Desglose de presupuesto por etapa.

| Logo Productora     |       |
|---------------------|-------|
| Nombre del proyecto |       |
| Director            |       |
| Productor           |       |
| Formato             |       |
| Etapa               | Monto |
| Desarrollo          | \$    |
| Pre producción      | \$    |
| Producción          | \$    |
| Post producción     | \$    |
| Promoción y Estreno | \$    |
| Distribución        | \$    |
| Subtotal            | \$    |
| <b>IVA</b>          | \$    |
| <b>TOTAL</b>        | \$    |

En apéndices se encuentra un presupuesto desglosado para tener de referencia para llegar al modelo de la tabla como una forma simple y rápida para entender los valores que se utilizaran en la película. Considerando también que hay inversionistas que quieren ver el presupuesto detallado para saber dónde va a estar destinado su dinero, otras personas solo prefieren ver un cuadro con los valores generales a gastarse.

#### **Definir estrategia de financiamiento.**

Si ya se conoce la naturaleza del proyecto y el monto aproximado del mismo hay que definir las vías que la financiarán, esta decisión definirá el tipo de proyecto a futuro, el tiempo a conseguir los fondos, la cantidad de personas inmersas en esta etapa, ya que cada vía de financiamiento sea fondos concursables, empresa privada,

inversión, tienen características particulares donde el productor ejecutivo deberá ingeniar la estrategia para cada una de ellas.

### **Desarrollo plan de negocios.**

El plan de negocios es una herramienta que permite direccionar nuestra idea a un norte que permita aterrizar el proyecto y visualizar las posibilidades de éxito de la película. Orienta al productor con los pasos a seguir durante todo el proceso y lograr éxito en el mismo, así mismo ayuda a determinar la factibilidad de la idea, al guion y su impacto en el público. A través del plan de negocios se podrá visualizar anticipadamente a dónde se quiere llegar a través del punto de partida que se plantee. En el plan de negocios se deberán incluir los siguientes aspectos.

- *Idea del proyecto.* Descripción corta y precisa del proyecto cinematográfico.
- *Análisis FODA.* Determinar las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas de la producción de la película, considerando el mercado, el tema, el presupuesto, el equipo técnico y humano, la producción, la tecnología, los contactos, los actores y todo lo relacionado que puedan intervenir a favor o en contra del proyecto.
- *Relación del proyecto con el público.* Identificar las características, gustos, necesidades del público al que se dirige la película. En este caso un sondeo de mercado permitirá identificar y analizar la información sobre estas características y necesidades. Recopilar información sobre estudios, estadísticas, encuestas y hasta técnicas de observación también permiten conocer estos gustos del público.
- *Nombre del proyecto.* Si bien es cierto la película ya tiene su nombre a través de un guion, pero es necesario que el negocio como tal tenga un nombre, es



recomendable utilizar el mismo de la película, para el posicionamiento del nombre a futuro.

- *Misión y Visión.* Representar la imagen futura del proyecto a través de propósitos claros y concretos que identifiquen hasta dónde se quiere llegar con la película. Al momento de redactarlos recuerda que la visión es el objetivo a futuro de hacia dónde se quiere llegar con el proyecto por lo cual debe generar esa expectativa que se quiere cumplir; mientras que la misión responde al propósito y razón de ser del mismo, es el presente del proyecto y justifica su razón de ser.
- *Objetivos.* Plantear metas, situaciones, logros, resultados a corto, mediano y largo plazo que sirvan para identificar el alcance del proyecto. Estos deben ser: claros, simples, realistas, medibles, limitados en tiempo, para lo cual se debe revisar constantemente si se están cumpliendo o no.
- *Valores.* Considerados como las cualidades, principios éticos con los que el equipo de trabajo se debe sentir identificados para lograr la producción de la película.
- *Estructura Organizacional.* Desarrollar esta herramienta gráfica que permita conocer las áreas funcionales del proyecto por etapas de producción y también permite visualizar las relaciones de supervisión y dependencia del equipo de trabajo, así como, los puestos de trabajo que se requieren en la organización como tal.
- *Análisis del Mercado.* Servirá para analizar el entorno empresarial, financiero y la competitividad que existe en el mercado en torno al cine.

1. *Recursos, financiamiento, capital, infraestructura.* Determinar aspectos como quiénes financiarán la película, quiénes participarán en el mismo, dónde se va a desarrollar.
2. *Relación con la empresa pública o privada.* Plantear de qué manera se puede recibir la ayuda de la empresa pública y privada en relación al proyecto en áreas de producción, distribución y exhibición.
3. *La demanda.* Definir quiénes serán los clientes potenciales, aquellos que van a querer ir al cine, comprar los productos en relación a la película, por esto es necesario conocer sus exigencias, sus preferencias y gustos.
4. *Alianzas estratégicas con proveedores.* Detectar todo tipo de gestión que se puede realizar con empresas similares, afines o proveedores, con los que se puedan realizar canjes laborales o publicitarios dentro de la película.
5. *Definir mercado potencial.* Conocer la cantidad de entradas al cine, *souvenirs* que se desea vender, los clientes a quiénes se va a llegar, sexo, edad, poder adquisitivo, educación, lugar, saber cuándo, dónde y en qué momento adquieren el producto.
6. *Ventaja competitiva del proyecto.* Todas las películas son historias diferentes con un valor agregado en el producto final sea esto en la narrativa, efectos, arte entre otros, por lo cual se recomienda tener claro cuál es la ventaja que diferencia la película en relación a la competencia.
7. *La competencia.* Conocer y reconocer sobre las películas nacionales e internacionales que serán futura competencia tanto en género como

en posibles fechas de estrenos para que no se pierda el interés de la película.

8. *Estrategias de Mercado.* Se definirá cómo se lograrán los objetivos que se han planteado en torno al proyecto y cómo se logrará captar más espectadores para la película.

9. *Estrategias de Distribución.* Existen diversas vías para la proyección de la película, pero desde la naturaleza del proyecto se define a qué canales de distribución se desea llegar con la misma, por ende, se deben crear estrategias para lograr esta distribución contemplando la cantidad de salas y de espectadores.

10. *Estrategia de Promoción.* Definir los canales y formas de promoción en los que se van a promocionar la película considerando al público que se desea llegar.

- *Etapas de producción.* Definir un cronograma sobre cada etapa; pre producción, producción, post producción y distribución en el que se detallan tareas específicas a realizarse.
- *Requerimientos de producción.* A nivel artístico y técnico definir cuáles son los requerimientos de mayor importancia a la producción.
- *Análisis Financiero*

Luego de realizar el estudio de mercado y estudio técnico de producción, es necesario realizar el análisis económico para conocer si el proyecto será rentable o no en base a lo que se va a invertir.

1. *Proyección en Ventas.* Permitirá planificar el número de espectadores en salas para estimar un retorno considerando los diferentes escenarios que se presenten con la distribución en las salas

de cine, así mismo establecer los otros tipos de ventas que se planean realizar en torno a la película.

2. *Costo de la película.* En la producción de una película habrá costos que cubrir en todas las áreas y procesos de producción por eso el presupuesto debe ser lo más real y sincero posible, considerando los imprevistos como un factor externo controlable y no presupuestable.
3. *Costo de valor por espectador.* Si ya está definido el costo de la película y hay una proyección en ventas se puede definir a través de una operación matemática este valor:

$$\text{Costo de valor por espectador} = \frac{\text{Costo de la película}}{\text{Proyección en Ventas}}$$

4. *Flujo de efectivo por etapas de producción:* durante cada etapa de producción en base al presupuesto elaborado, asignar la cantidad de efectivo que se manejará en cada etapa, para de esta manera poder llevar un control y desembolsos a tiempos por etapas.
  5. *Punto de equilibrio.* Definir entre el costo de la película y la cantidad de espectadores a los que desea llegar un punto de equilibrio en el que se pueda recuperar la inversión y a raíz de eso obtener ganancias.
- *Creación de la empresa.* Ver la película como una empresa sea esta natural o jurídica, para lo cual se debe seguir las leyes vigentes del país.

### **Desarrollo del Teaser – Material Visual.**

Si bien es cierto se conoce al *teaser* como un avance, una previa, esta herramienta de expectativa de venta muestra de forma rápida y concisa la historia, la técnica, el arte, el sonido y cómo se verá en cines el producto final. Este puede

ser un *teaser* de expectativa, que es el que se muestra al público a través de las redes sociales comúnmente con la finalidad de captar audiencia y seguidores de la película, se recomienda una duración de 1 minuto; por otro lado, existe el *teaser* de venta que sólo se muestran a los inversionistas, empresarios que pueden financiar la película para que tengan una idea global del proyecto, no se debe exhibir a través de redes sociales y máximo puede durar 10 minutos.

Asimismo, se recomienda tener impreso *frames* o fotografías del trabajo previo realizado en el *teaser* para tener como referencia para marcas e inversionistas, así como línea gráfica de la misma.

#### **Desarrollo de dossier.**

Considerar que el *dossier* es una revista con toda la información sobre un proyecto, en este caso al ser una película se recomienda utilizar una línea grafica acorde a la estética de la misma, ser breves y concisos con la redacción y lo más visuales posible. A continuación, se detallan los datos más importantes que deben estar en el *dossier*.

- Título del proyecto
- Nombre del Guionista
- Nombre del Director
- Nombre del Productor
- Perfil del Director
- Motivación del Director
- Perfil del Productor
- Género Cinematográfico

- Target
- Ventanas de exhibición
- Logline
- Story Line
- Casting

### **Presentación de proyecto o pitch.**

El pitch es la presentación verbal del proyecto, esta es la herramienta más importante de todo el proceso porque a través de la palabra se convence a los futuros inversionistas o clientes de su participación en la película, se recomienda seguridad, convicción y conocimiento del proyecto al momento de *pitchear*.

La plataforma de cursos para emprendedores UniMOOC (2014) detalla los siguientes consejos para preparar un pitch:

#### **1. Definir tu proyecto:**

Quién es el público. ¿Quién va a utilizar tu película?

Qué problema tiene. ¿Qué problema o necesidad latente va a satisfacer?

Qué solución ofreces. ¿Cómo se va a satisfacer?

#### **2. Responder a las preguntas más comunes:**

Quién eres y tu experiencia. ¿De dónde vienes? ¿Por qué puedes llevar este proyecto al éxito? ¿Qué necesitas para triunfar?

Qué mercado hay. ¿Cómo de grande es el mercado al que se dirige?

Cuáles son las posibles salidas para ti y para los inversores. ¿Cómo van a recuperar los inversionistas su dinero y cuándo?

**3. Dejar bien claro qué te diferencia de los demás y qué tiene de atractivo tu proyecto.**

¿Por qué van a invertir en ti y no en otro?

**4. Explica tu modelo de negocio.**

¿Cómo vas a ganar dinero?

¿Por qué va a ser un éxito?

**Desarrollo de estrategia según el cliente.**

Así como cada película es un mundo diferente, hay que considerar que las empresas y los clientes también lo son, por ende, lo que le puede interesar al cliente A no le puede interesar al cliente B, motivo por el cual es recomendable estudiar el cliente al que se irá con la propuesta y solicitar algo que vaya acorde a sus leyes, políticas, convicciones, creencias para que pueda identificarse con la película que se le ofrece.

Entre estas estrategias se les puede ofrecer: la coproducción donde su aporte sea en efectivo o en trabajo será recompensando en taquilla y considerado como un accionista de la película. La Inversión será considerada como un préstamo de dinero que se devolverá pasado cierto tiempo con un retorno de interés y taquilla. El canje es ofrecer algo a cambio de un bien o servicio entre la empresa y la producción donde ambos salgan beneficiados.

### **Proceso de cierre de negocio.**

Una vez que un inversionista o cliente haya aceptado su participación en la película se deberá ejecutar un proceso legal donde ambas partes se comprometen en un acuerdo según lo ofrecido, para lo cual hay que tener tiempo y constancia.

### **Desarrollo práctico del modelo**

La autora del presente proyecto de investigación no solo propone un modelo y lo explica, sino también lo pone en práctica en un guion de cortometraje “El Reportaje” escrito por David Samaniego (2015), el mismo que se adjunta y cumple con las características didácticas y profesionales para conseguir financiamiento.

### **El Reportaje**

#### **Análisis de la naturaleza de El Reportaje.**

Este cortometraje escrito por el quiteño David Samaniego, guionista y director audiovisual en el 2015 para el Festival Los Cortos de Urdesa, donde el primer lugar de este festival era la producción del mismo, este guion quedó entre los tres primeros, pero no logró su realización, para lo cual David regresa a Quito y su productora Leticia Becilla se mantiene en proyectos alternos. Si bien es cierto este guion nace para una distribución en festivales, el pasar de los años ha provocado que su director y productora piensen en un futuro comercial para el mismo, visto desde el enfoque a campañas publicitarias, fundaciones, instituciones públicas o privadas que requieran mensajes como “el amor de madre”, “la falta de educación”, “la importancia de la comunicación” sean quienes abanderan la reproducción total o parcial de este cortometraje en los diferentes medios de comunicación del país, logrando ser un producto “multiviral” que en la actualidad es de los más efectivos para la difusión de contenidos. Entonces, El Reportaje será



un cortometraje que buscará una difusión digital en diferentes plataformas sea salas de cine, televisión, internet, BTL, entre otras.

La producción del cortometraje estará a cargo de AB Films, casa productora de la autora del presente proyecto. Adicional a esto se considerará y se trabajará la misma como una pieza cinematográfica de bajo presupuesto, pero con los más altos estándares de calidad para no perder el valor agregado que se le ofrecerá al film desde la imagen artística y técnica.

### **Presupuesto de El Reportaje.**

Este proyecto se ha definido en su naturaleza será de bajo presupuesto por ende hay que considerar y negociar valores con el equipo que será parte de mismo. A continuación, se detallan las partidas principales del presupuesto.

Tabla 9.

Presupuesto de El Reportaje.


|  |                    |
|--|--------------------|
| <b>NOMBRE DEL PROYECTO</b>   | EL REPORTAJE       |
| <b>DIRECTOR</b>  | DAVID SAMANIEGO    |
| <b>PRODUCTOR</b>   | LETICIA BECILLA    |
| <b>FORMATO</b>   | HD                 |
|  |                    |
| ETAPA  | MONTO              |
| Desarrollo   | \$2.900,00         |
| Pre-producción   | \$1.000,00         |
| Producción   | \$10.450,00        |
| Post-producción  | \$ 1.800,00        |
| Promoción y Estreno  | -                  |
| Distribución   | -                  |
| Subtotal   | \$16.150,00        |
| <b>Imprevistos 10%</b>   | \$1.615,00         |
| <b>IVA</b>   | \$1.938,00         |
| <b>TOTAL</b>   | <b>\$19.703,00</b> |

El presupuesto estimado para este cortometraje será de \$ 19.703,00 en los que no se ha considerado la partida promoción y estreno ya que el producto final será vendido a organizaciones con o sin fines de lucro para su distribución dentro de sus campañas publicitarias como se ha mencionado en la naturaleza del proyecto. Cabe recalcar que en este caso se buscará el financiamiento por \$ 20.000 para redondear la cifra, así como el IVA ya ha sido incluido en el mismo, en los adjuntos se detalla el presupuesto según cada partida.

### **Definición de estrategia de financiamiento para El Reportaje.**

Ahora que se conoce que hay que conseguir \$ 20.000 para financiar el cortometraje El Reportaje, se debe analizar qué vía será la más viable para el desarrollo del mismo. Dentro de este proyecto de investigación se han mencionado algunas opciones que se han realizado en el cine guayaquileño, por lo tanto:

*El reportaje financiado por fondos públicos.* El ICCA, Instituto de Cine y Creación Audiovisual, antes conocido como CNCine realiza fondos concursables no reembolsables una vez al año, otorgando un incentivo de \$10.000 a los proyectos ganadores en los anexos se detallan las bases de la Convocatoria 2017. A continuación, se realiza un ejemplo de cómo realizar los documentos financieros, considerada el área donde fallan los proyectos, ya que adicional a esto se realiza en formato de ICCA.

| PLAN DE FINANCIAMIENTO PRODUCCIÓN Y POST-PRODUCCIÓN DE CORTOMETRAJE                 |                 |                  |  |             |                            |   |              |
|---|-----------------|------------------|--|-------------|----------------------------|---|--------------|
| El plan de financiamiento debe ser igual al valor total del presupuesto de la etapa |                 |                  |  |             |                            |   |              |
| NOMBRE DEL PROYECTO: EL REPORTAJE   |                 |                  |  |             |                            |  |              |
|   |                 |                  |  |             |                            | PRESUPUESTO   | \$20.000,00  |
| <b>APORTES CONFIRMADOS</b>  |                 |                  |  |             |                            |   |              |
| <b>APORTES EN EFECTIVO</b>  |                 |                  |  |             |                            |   |              |
| Fuente de financiamiento  | Persona Natural | Persona Jurídica | Nombre del Contacto Fuente de financiamiento | Contacto    |                            | Descripción del Aporte  | TOTAL        |
|   |                 |                  |  | Teléfono    | Correo Electrónico         |   |              |
| Privado   | x               |                  | Leticia Becillo                              | 999412343   | leticia.becillo@gmail.com  | Reproducción  | \$ 1.000,00  |
| Privado   | x               |                  | David Samaniego                              | 998781001   | davm8@gmail.com            | Registro guión lepi y copias  | \$ 20,00     |
| Privado   | x               |                  | Leticia Becillo                              | 999412343   | leticia.becillo@gmail.com  | Gastos administrativos pre producción   | \$ 600,00    |
| Privado   | x               |                  | Leticia Becillo                              | 999412343   | leticia.becillo@gmail.com  | Arte y diseño   | \$ 700,00    |
| Fuente a asignar  |                 |                  |  |             |                            |   | \$ -         |
| Fuente a asignar  |                 |                  |  |             |                            |   | \$ -         |
|   |                 |                  |  |             |                            | TOTAL APORTES EN EFECTIVO   | \$ 2.320,00  |
| <b>APORTES EN ESPECIE</b>   |                 |                  |  |             |                            |   |              |
| Fuente de financiamiento  | Persona Natural | Persona Jurídica | Nombre del Contacto Fuente de financiamiento | Contacto    |                            | Descripción del Aporte  | TOTAL        |
|   |                 |                  |  | Teléfono    | Correo Electrónico         |   |              |
| Privado   | x               |                  | David Samaniego                              | 998781001   | davm8@gmail.com            | Guión   | \$ 800,00    |
| Privado   | x               |                  | David Samaniego                              | 998781001   | davm8@gmail.com            | Guión Teórico   | \$ 100,00    |
| Privado   | x               |                  | David Samaniego                              | 998781001   | davm8@gmail.com            | Storyboard  | \$ 150,00    |
| Privado   | x               |                  | Leticia Becillo                              | 999412343   | leticia.becillo@gmail.com  | Diseño de proyecto e impresión de copias  | \$ 500,00    |
| Privado   | x               |                  | David Samaniego                              | 998781001   | davm8@gmail.com            | Diseño de material gráfico  | \$ 400,00    |
| Privado   | x               |                  | Leticia Becillo                              | 999412343   | leticia.becillo@gmail.com  | Taxer   | \$ 400,00    |
| Fuente a asignar  |                 |                  |  |             |                            |   | \$ -         |
|   |                 |                  |  |             |                            | TOTAL APORTES EN ESPECIE  | \$ 2.300,00  |
|   |                 |                  |  |             |                            | TOTAL APORTES EN EFECTIVO   | \$ 2.320,00  |
|   |                 |                  |  |             |                            | TOTAL APORTES EN ESPECIE  | \$ 2.300,00  |
|   |                 |                  |  |             |                            | *TOTAL APORTES CONFIRMADOS  | \$ 4.620,00  |
|   |                 |                  |  |             |                            | *TOTAL PORCENTAJE (%) DE APORTES CONFIRMADOS  | 23,10%       |
| <b>APORTES POR CONFIRMAR</b>  |                 |                  |  |             |                            |   |              |
| Financiamiento que está siendo Gestionado   |                 |                  |  |             |                            |   |              |
| <b>APORTES EN EFECTIVO</b>  |                 |                  |  |             |                            |   |              |
| Fuente de financiamiento  | Persona Natural | Persona Jurídica | Nombre del Contacto Fuente de financiamiento | Contacto    |                            | Descripción del Aporte  | TOTAL        |
|   |                 |                  |  | Teléfono    | Correo Electrónico         |   |              |
| Públicas  |                 | X                | Instituto de Cine y Creación Audiovisual     | 02-2541-362 | gabinefinanzas@icca.gub.ec | Sueldo equipo   | \$ 3.400,00  |
|   |                 |                  |  |             |                            | Sueldo actores  | \$ 1.800,00  |
|   |                 |                  |  |             |                            | Alquiler de Cámara y equipo   | \$ 2.200,00  |
|   |                 |                  |  |             |                            | Post Producción   | \$ 1.800,00  |
|   |                 |                  |  |             |                            | Gastos de producción  | \$ 300,00    |
|   | Retención       | \$ 100,00        |  |             |                            |   |              |
|   |                 |                  |  |             |                            | TOTAL APORTES EN EFECTIVO   | \$ 10.000,00 |
| <b>APORTES EN ESPECIE</b>   |                 |                  |  |             |                            |   |              |
| Fuente de financiamiento  | Persona Natural | Persona Jurídica | Nombre del Contacto Fuente de financiamiento | Contacto    |                            | Descripción del Aporte  | TOTAL        |
|   |                 |                  |  | Teléfono    | Correo Electrónico         |   |              |
| Por confirmar   |                 |                  |  |             |                            |   |              |
| Privado   | x               |                  | Dora Orcaña                                  | 99029025    |                            | Producciones  | \$ 80,00     |
| Privado   | x               |                  | Jacqueline Abad                              | 986715314   |                            | Rollos de locaciones  | \$ 300,00    |
| Privado   | x               |                  | Dany Cálvez                                  | 983315484   |                            | Montaje   | \$ 400,00    |
| Privado   | x               |                  | Paula Castro                                 | 996723432   |                            | Alimentación  | \$ 400,00    |
| Privado   | x               |                  | Paula Castro                                 | 996723432   |                            | Vestuario y Maquillaje  | \$ 250,00    |
| Fuente a asignar  |                 |                  |  |             |                            |   | \$ -         |
|   |                 |                  |  |             |                            | TOTAL APORTES EN ESPECIE  | \$ 1.430,00  |
|   |                 |                  |  |             |                            | TOTAL APORTES EN EFECTIVO   | \$ 10.000,00 |
|   |                 |                  |  |             |                            | TOTAL APORTES EN ESPECIE  | \$ 1.430,00  |
|   |                 |                  |  |             |                            | *TOTAL APORTES POR CONFIRMAR  | \$ 11.430,00 |
|   |                 |                  |  |             |                            | *TOTAL PORCENTAJE (%) DE APORTES POR CONFIRMAR                                      | 58%          |

| RESUMEN DE FINANCIAMIENTO     | VALOR        | PORCENTAJE % |
|-------------------------------|--------------|--------------|
| PRESUPUESTO TOTAL DE LA ETAPA | \$20.000,00  | 100,00%      |
| PRESUPUESTO CONFIRMADO        | \$ 4.620,00  | 23,10%       |
| PRESUPUESTO POR CONFIRMAR     | \$ 15.380,00 | 74,90%       |

Figura 8. Documento financiero en formato ICCA ejemplarizado con datos de El Reportaje.

El ICCA solicita un plan de financiamiento total del presupuesto donde se detalla los valores confirmados y por confirmar que en el caso para este proyecto se necesitaría conseguir el 76,90% ya que el 23,10% serán recursos propios del director y productora. Adjunto a este plan se deben incluir los contratos o cartas de compromiso de los auspicios, aportes, pos pagos confirmados que fueron detallados, además hay que realizar el plan de uso de incentivo de los fondos estatales asi como se expresa en el siguiente cuadro.


| PLAN DE USO DEL INCENTIVO PRODUCCIÓN Y POST-PRODUCCIÓN DE CORTOMETRAJE   |  |  |   |
|--|--|--|---|
| <b>NOMBRE DEL PROYECTO:</b> EL REPORTAJE   |  |  |  |
| Favor especifique los siguientes datos sobre su proyecto   |  |  |   |
| COSTO TOTAL DEL PROYECTO EN DÓLARES  |  | USD 20.000                                       |   |
| COSTO DE LA ETAPA DE PRODUCCIÓN Y POST-PRODUCCIÓN DE CORTOMETRAJE  |  | USD 12.250                                       |   |
| MONTO SOLICITADO AL ICCA   |  | USD 10.000                                       |   |
| PORCENTAJE DEL MONTO SOLICITADO AL ICCA EN RELACIÓN AL COSTO DE LA ETAPA DE PRODUCCIÓN Y POST-PRODUCCIÓN DE CORTOMETRAJE |  | 80%  |   |
| No.  | *DISTRIBUCIÓN DEL INCENTIVO DEL ICCA POR RUBRO | MONTO A FINANCIAR CON EL ICCA (valor en dólares) | % DESTINADO APORTE DEL ICCA   |
| 1.   | Retribución (1% del monto asignado)            | 100  | 1,00%   |
| 2.   | Sueldo equipo                                  | 3600   | 36,00%  |
| 3.   | Sueldo actores                                 | 1800   | 18,00%  |
| 4.   | Alquiler de cámaras y equipos                  | 2200   | 22,00%  |
| 5.   | Post producción                                | 1800   | 18,00%  |
| 6.   | Gastos de producción                           | 500  | 5,00%   |
|  | <b>TOTAL *</b>                                 | <b>10000</b>                                     | <b>100%</b>   |

Figura 9. Plan financiero total de presupuesto para ICCA, con datos del cortometraje El Reportaje.

Cabe resaltar que estos fondos concursables solo ganan 4 proyectos al año de cientos de participantes lo que acorta las posibilidades de ser uno de los ganadores y lo que no permitiría la premura de la ejecución del mismo, a pesar de ser fondos no concursables.

**El Reportaje financiado por *crowdfunding*** Para crear una campaña de *crowdfunding* hay que seleccionar la plataforma y armar una campaña en la que se desea financiar el proyecto. En Ecuador existe Catapultados (enlace al sitio web <https://catapultados.com/>) enfocados a realizar campañas para Arte, Cine y Video, Editorial, Emprendimiento, Festivales, Innovación social, Música. Gracias a la categoría cine y video podemos presentar nuestra campaña. Para esto debemos postular y crear un sistema de cantidad de colaboraciones y recompensas según lo que se solicite. En este caso presentaremos la campaña, “Sé parte del Reportaje” donde incentivará a realizar las donaciones y sentirse involucrados en la historia que la reportera quiere contar.

Para poder recaudar los \$ 20,000.00 que se necesita de presupuesto se diseña la siguiente estrategia que durará 3 meses en la plataforma antes mencionada:

Tabla 10.

Presupuesto diseñado en base a *crowdfunding*.

| NIVEL          | VALOR      | RECOMPENSA  | NÚMERO DE COLABORADORES | TOTAL              |
|----------------|------------|---|-------------------------|--------------------|
| Sospechosos    | \$10,00    | Agradecimiento en el corto y redes sociales   | 100                     | \$1.000,00         |
| Policías       | \$25,00    | Agradecimiento en el corto y redes sociales y el afiche del corto autografiado  | 60                      | \$1.500,00         |
| Investigadores | \$50,00    | Agradecimiento en el corto y redes sociales y el afiche del corto autografiado más el DVD del corto   | 30                      | \$1.500,00         |
| Técnicos       | \$100,00   | Agradecimiento en el corto y redes sociales y el afiche del corto autografiado más el DVD y camiseta del proyecto   | 20                      | \$2.000,00         |
| Camarógrafos   | \$250,00   | Agradecimiento en el corto y redes sociales y el afiche del corto autografiado más el DVD del corto y camiseta del proyecto con un video de agradecimiento por parte del equipo   | 16                      | \$4.000,00         |
| Reporteros     | \$500,00   | Agradecimiento en el corto y redes sociales y el afiche del corto autografiado más el DVD y camiseta del proyecto con un video de agradecimiento por parte del equipo y visita al set el día del rodaje   | 10                      | \$5.000,00         |
| Productores    | \$1.000,00 | Crédito como productor ejecutivo del cortometraje y agradecimientos en redes sociales y el afiche del corto autografiado más el DVD y camiseta del proyecto con un video de agradecimiento por parte del equipo y visita al set el día del rodaje | 5                       | \$5.000,00         |
| <b>TOTAL</b>   |            |   | <b>241</b>              | <b>\$20.000,00</b> |

Para alcanzar la meta se necesitan las colaboraciones de 241 personas y para llegar a ellas y que deseen participar de recursos propios se invertirá dinero en una pequeña campaña de marketing en redes sociales, pero aun así no se asegura el financiamiento del valor final que se requiere.

*El Reportaje financiado por crédito bancario.* En este caso, para financiar los \$20.000,00 se acude al Banco Pacífico, banco de preferencia para obtener un

préstamo por dicha cantidad a 5 años equivalente a 60 cuotas mensuales y con una tasa de interés nominal del 9,9% con una amortización francesa nos presenta la siguiente tabla:

Tabla 11.

Tabla de amortización para préstamo bancario.

| CUOTA | FECHA      | CAPITAL INICIAL | AMORTIZACIÓN MENSUAL DE CAPITAL | INTERÉS MENSUAL | TOTAL CUOTA FINANCIERA | SALDO CAPITAL | TOTAL A PAGAR |
|-------|------------|-----------------|---------------------------------|-----------------|------------------------|---------------|---------------|
| 1     | 2/6/2018   | \$ 20,000.00    | \$ 261.64                       | \$ 158.40       | \$ 420.04              | \$ 19,738.36  | \$ 420.04     |
| 2     | 2/7/2018   | \$ 19,738.36    | \$ 263.74                       | \$ 156.30       | \$ 420.04              | \$ 19,474.62  | \$ 420.04     |
| 3     | 1/8/2018   | \$ 19,474.62    | \$ 265.84                       | \$ 154.20       | \$ 420.04              | \$ 19,208.78  | \$ 420.04     |
| 4     | 31/8/2018  | \$ 19,208.78    | \$ 267.94                       | \$ 152.10       | \$ 420.04              | \$ 18,940.84  | \$ 420.04     |
| 5     | 30/9/2018  | \$ 18,940.84    | \$ 270.04                       | \$ 150.00       | \$ 420.04              | \$ 18,670.80  | \$ 420.04     |
| 6     | 30/10/2018 | \$ 18,670.80    | \$ 272.14                       | \$ 147.90       | \$ 420.04              | \$ 18,398.66  | \$ 420.04     |
| 7     | 29/11/2018 | \$ 18,398.66    | \$ 274.24                       | \$ 145.80       | \$ 420.04              | \$ 18,124.42  | \$ 420.04     |
| 8     | 29/12/2018 | \$ 18,124.42    | \$ 276.64                       | \$ 143.40       | \$ 420.04              | \$ 17,847.78  | \$ 420.04     |
| 9     | 28/1/2019  | \$ 17,847.78    | \$ 278.74                       | \$ 141.30       | \$ 420.04              | \$ 17,569.04  | \$ 420.04     |
| 10    | 27/2/2019  | \$ 17,569.04    | \$ 280.84                       | \$ 139.20       | \$ 420.04              | \$ 17,288.20  | \$ 420.04     |
| 11    | 29/3/2019  | \$ 17,288.20    | \$ 283.24                       | \$ 136.80       | \$ 420.04              | \$ 17,004.96  | \$ 420.04     |
| 12    | 28/4/2019  | \$ 17,004.96    | \$ 285.34                       | \$ 134.70       | \$ 420.04              | \$ 16,719.62  | \$ 420.04     |
| 13    | 28/5/2019  | \$ 16,719.62    | \$ 287.74                       | \$ 132.30       | \$ 420.04              | \$ 16,431.88  | \$ 420.04     |
| 14    | 27/6/2019  | \$ 16,431.88    | \$ 289.84                       | \$ 130.20       | \$ 420.04              | \$ 16,142.04  | \$ 420.04     |
| 15    | 27/7/2019  | \$ 16,142.04    | \$ 292.24                       | \$ 127.80       | \$ 420.04              | \$ 15,849.80  | \$ 420.04     |
| 16    | 26/8/2019  | \$ 15,849.80    | \$ 294.64                       | \$ 125.40       | \$ 420.04              | \$ 15,555.16  | \$ 420.04     |
| 17    | 25/9/2019  | \$ 15,555.16    | \$ 297.04                       | \$ 123.00       | \$ 420.04              | \$ 15,258.12  | \$ 420.04     |
| 18    | 25/10/2019 | \$ 15,258.12    | \$ 299.14                       | \$ 120.90       | \$ 420.04              | \$ 14,958.98  | \$ 420.04     |
| 19    | 24/11/2019 | \$ 14,958.98    | \$ 301.54                       | \$ 118.50       | \$ 420.04              | \$ 14,657.44  | \$ 420.04     |
| 20    | 24/12/2019 | \$ 14,657.44    | \$ 303.94                       | \$ 116.10       | \$ 420.04              | \$ 14,353.50  | \$ 420.04     |
| 21    | 23/1/2020  | \$ 14,353.50    | \$ 306.34                       | \$ 113.70       | \$ 420.04              | \$ 14,047.16  | \$ 420.04     |
| 22    | 22/2/2020  | \$ 14,047.16    | \$ 308.74                       | \$ 111.30       | \$ 420.04              | \$ 13,738.42  | \$ 420.04     |
| 23    | 23/3/2020  | \$ 13,738.42    | \$ 311.14                       | \$ 108.90       | \$ 420.04              | \$ 13,427.28  | \$ 420.04     |
| 24    | 22/4/2020  | \$ 13,427.28    | \$ 313.84                       | \$ 106.20       | \$ 420.04              | \$ 13,113.44  | \$ 420.04     |
| 25    | 22/5/2020  | \$ 13,113.44    | \$ 316.24                       | \$ 103.80       | \$ 420.04              | \$ 12,797.20  | \$ 420.04     |
| 26    | 21/6/2020  | \$ 12,797.20    | \$ 318.64                       | \$ 101.40       | \$ 420.04              | \$ 12,478.56  | \$ 420.04     |
| 27    | 21/7/2020  | \$ 12,478.56    | \$ 321.34                       | \$ 98.70        | \$ 420.04              | \$ 12,157.22  | \$ 420.04     |
| 28    | 20/8/2020  | \$ 12,157.22    | \$ 323.74                       | \$ 96.30        | \$ 420.04              | \$ 11,833.48  | \$ 420.04     |
| 29    | 19/9/2020  | \$ 11,833.48    | \$ 326.44                       | \$ 93.60        | \$ 420.04              | \$ 11,507.04  | \$ 420.04     |
| 30    | 19/10/2020 | \$ 11,507.04    | \$ 328.84                       | \$ 91.20        | \$ 420.04              | \$ 11,178.20  | \$ 420.04     |
| 31    | 18/11/2020 | \$ 11,178.20    | \$ 331.54                       | \$ 88.50        | \$ 420.04              | \$ 10,846.66  | \$ 420.04     |
| 32    | 18/12/2020 | \$ 10,846.66    | \$ 334.24                       | \$ 85.80        | \$ 420.04              | \$ 10,512.42  | \$ 420.04     |
| 33    | 17/1/2021  | \$ 10,512.42    | \$ 336.94                       | \$ 83.10        | \$ 420.04              | \$ 10,175.48  | \$ 420.04     |
| 34    | 16/2/2021  | \$ 10,175.48    | \$ 339.34                       | \$ 80.70        | \$ 420.04              | \$ 9,836.14   | \$ 420.04     |
| 35    | 18/3/2021  | \$ 9,836.14     | \$ 342.04                       | \$ 78.00        | \$ 420.04              | \$ 9,494.10   | \$ 420.04     |
| 36    | 17/4/2021  | \$ 9,494.10     | \$ 344.74                       | \$ 75.30        | \$ 420.04              | \$ 9,149.36   | \$ 420.04     |
| 37    | 17/5/2021  | \$ 9,149.36     | \$ 347.74                       | \$ 72.30        | \$ 420.04              | \$ 8,801.62   | \$ 420.04     |
| 38    | 16/6/2021  | \$ 8,801.62     | \$ 350.44                       | \$ 69.60        | \$ 420.04              | \$ 8,451.18   | \$ 420.04     |
| 39    | 16/7/2021  | \$ 8,451.18     | \$ 353.14                       | \$ 66.90        | \$ 420.04              | \$ 8,098.04   | \$ 420.04     |
| 40    | 15/8/2021  | \$ 8,098.04     | \$ 355.84                       | \$ 64.20        | \$ 420.04              | \$ 7,742.20   | \$ 420.04     |
| 41    | 14/9/2021  | \$ 7,742.20     | \$ 358.84                       | \$ 61.20        | \$ 420.04              | \$ 7,383.36   | \$ 420.04     |



|    |            |             |           |          |           |             |           |
|----|------------|-------------|-----------|----------|-----------|-------------|-----------|
| 42 | 14/10/2021 | \$ 7,383.36 | \$ 361.54 | \$ 58.50 | \$ 420.04 | \$ 7,021.82 | \$ 420.04 |
| 43 | 13/11/2021 | \$ 7,021.82 | \$ 364.54 | \$ 55.50 | \$ 420.04 | \$ 6,657.28 | \$ 420.04 |
| 44 | 13/12/2021 | \$ 6,657.28 | \$ 367.24 | \$ 52.80 | \$ 420.04 | \$ 6,290.04 | \$ 420.04 |
| 45 | 12/1/2022  | \$ 6,290.04 | \$ 370.24 | \$ 49.80 | \$ 420.04 | \$ 5,919.80 | \$ 420.04 |
| 46 | 11/2/2022  | \$ 5,919.80 | \$ 373.24 | \$ 46.80 | \$ 420.04 | \$ 5,546.56 | \$ 420.04 |
| 47 | 13/3/2022  | \$ 5,546.56 | \$ 376.24 | \$ 43.80 | \$ 420.04 | \$ 5,170.32 | \$ 420.04 |
| 48 | 12/4/2022  | \$ 5,170.32 | \$ 379.24 | \$ 40.80 | \$ 420.04 | \$ 4,791.08 | \$ 420.04 |
| 49 | 12/5/2022  | \$ 4,791.08 | \$ 382.24 | \$ 37.80 | \$ 420.04 | \$ 4,408.84 | \$ 420.04 |
| 50 | 11/6/2022  | \$ 4,408.84 | \$ 385.24 | \$ 34.80 | \$ 420.04 | \$ 4,023.60 | \$ 420.04 |
| 51 | 11/7/2022  | \$ 4,023.60 | \$ 388.24 | \$ 31.80 | \$ 420.04 | \$ 3,635.36 | \$ 420.04 |
| 52 | 10/8/2022  | \$ 3,635.36 | \$ 391.24 | \$ 28.80 | \$ 420.04 | \$ 3,244.12 | \$ 420.04 |
| 53 | 9/9/2022   | \$ 3,244.12 | \$ 394.24 | \$ 25.80 | \$ 420.04 | \$ 2,849.88 | \$ 420.04 |
| 54 | 9/10/2022  | \$ 2,849.88 | \$ 397.54 | \$ 22.50 | \$ 420.04 | \$ 2,452.34 | \$ 420.04 |
| 55 | 8/11/2022  | \$ 2,452.34 | \$ 400.54 | \$ 19.50 | \$ 420.04 | \$ 2,051.80 | \$ 420.04 |
| 56 | 8/12/2022  | \$ 2,051.80 | \$ 403.84 | \$ 16.20 | \$ 420.04 | \$ 1,647.96 | \$ 420.04 |
| 57 | 7/1/2023   | \$ 1,647.96 | \$ 407.14 | \$ 12.90 | \$ 420.04 | \$ 1,240.82 | \$ 420.04 |
| 58 | 6/2/2023   | \$ 1,240.82 | \$ 410.14 | \$ 9.90  | \$ 420.04 | \$ 830.68   | \$ 420.04 |
| 59 | 8/3/2023   | \$ 830.68   | \$ 413.44 | \$ 6.60  | \$ 420.04 | \$ 417.24   | \$ 420.04 |
| 60 | 7/4/2023   | \$ 417.24   | \$ 417.24 | \$ 3.30  | \$ 420.54 | \$ 0.00     | \$ 420.54 |

Nota. Basado en los porcentajes actuales del Banco del Pacífico.

Para esto, se debe tener en cuenta que el valor a pagar del préstamo incluido los intereses será de \$25, 202,49.

*El Reportaje financiado por la empresa privada.* Para lograr financiar los \$ 20,000.00 que se necesitan para grabar el cortometraje existe la opción de encontrar empresas que financien el mismo a través de publicidad o retorno de inversión de mismo, para el cual se ha realizado la siguiente planificación.

Tabla 12.

Planificación para la inversión privada.


| <b>PARTICIPACIÓN</b> | <b>INVERSIÓN</b>    | <b>% PARTICIPACIÓN</b> |
|----------------------|---------------------|------------------------|
| Empresa 1            | \$ 5.000,00         | 20%                    |
| Empresa 2            | \$ 5.000,00         | 20%                    |
| Empresa 3            | \$ 5.000,00         | 20%                    |
| Empresa 4            | \$ 5.000,00         | 20%                    |
| <b>TOTAL</b>         | <b>\$ 20.000,00</b> | <b>80%</b>             |

El 20% de participación restante corresponde a AB Films, lo que significa que las ganancias recibidas por la venta serán repartidas en un 20% en partes iguales.

*El Reportaje financiado por cooperación y fondos propios.* Para financiar de esta manera se necesitará una amplia base de datos donde puedan participar personas disponibles a invertir su tiempo y dinero en el proyecto y de esta manera colaborar, además habrá gastos de la partida que se tendrán que cubrir de fondos propios para poder llegar a los \$ 20.000,00 del presupuesto total. A continuación, una tabla desglosada de partidas que se pueden negociar como parte de colaboración y así mismo los considerados fondos propios.

Tabla 13.

Planificación de financiado por cooperación y fondos propios.

| NOMBRE DEL PROYECTO           |                    |  |
|-------------------------------|--------------------|---|
| EL REPORTAJE                  |                    |   |
| DIRECTOR                      | DAVID SAMANIEGO    |   |
| PRODUCTOR                     | LETICIA BECILLA    |   |
| FORMATO                       | HD                 |   |
| ETAPA                         | MONTO              | FORMA DE COLABORACIÓN   |
| <b>DESARROLLO</b>             |                    |   |
| Guion                         | \$ 800,00          | Director  |
| Guion Técnico                 | \$ 100,00          | Director  |
| Story Board                   | \$ 100,00          | Director  |
| Derechos sobre el guion       | -                  |   |
| Registro del guion en el IEPI | \$ 15,00           | Director  |
| Fotocopias                    | \$ 5,00            | Director  |
| Traducciones                  | \$ 80,00           | Institución de inglés   |
| Diseño de proyecto            | \$ 400,00          | Productora  |
| Diseño de material gráfico    | \$ 400,00          | Director  |
| Impresión carpetas ventas     | \$ 100,00          | Productora  |
| <i>Teaser</i>                 | \$ 400,00          | Productora  |
| Gastos administrativos        | \$ 500,00          | Productora  |
| <b>TOTAL</b>                  | <b>\$2.900,00</b>  |   |
| <b>PRE PRODUCCIÓN</b>         |                    |   |
| Gastos administrativos        | \$ 200,00          | Productora  |
| Scouting                      | \$ 200,00          | Productora  |
| Contratos                     | \$ 300,00          | Productora  |
| Movilización                  | \$ 200,00          | Productora  |
| Comunicación                  | \$ 100,00          | Productora  |
| <b>TOTAL</b>                  | <b>\$1.000,00</b>  |   |
| <b>PRODUCCIÓN</b>             |                    |   |
| Sueldo equipo                 | \$3.600,00         | Colaboración equipo   |
| Sueldo actores                | \$1.800,00         | Colaboración actores  |
| Alquiler de cámara y equipos  | \$2.200,00         | Coproducción Casa alquiler  |
| Alquiler de locaciones        | \$300,00           | Colaboración casa   |
| Alquiler de vehículos         | -                  |   |
| Movilización                  | \$400,00           | Colaboración Rent a car   |
| Alimentación                  | \$600,00           | Colaboración Restaurante  |
| Hospedaje                     | -                  |   |
| Arte y Utilería               | \$700,00           | Productora  |
| Vestuario                     | \$150,00           | Colaboración tienda de ropa   |
| Maquillaje                    | \$100,00           | Colaboración tienda de maquillaje   |
| Seguro médico                 | -                  |   |
| Gastos de producción          | \$500,00           | Productora  |
| Gastos administrativos        | \$100,00           | Productora  |
| <b>TOTAL</b>                  | <b>\$10.450,00</b> |   |
| <b>POST PRODUCCIÓN</b>        |                    |   |
| Edición de imagen             | \$ 500,00          | Colaboración editor   |

|                            |                    |                        |
|----------------------------|--------------------|------------------------|
| Edición y Mezcla de sonido | \$ 500,00          | Colaboración sonidista |
| Colorización               | \$ 500,00          | Colaboración colorista |
| Animaciones                | \$ 150,00          | Colaboración animador  |
| Diseño de créditos         | \$ 150,00          | Colaborador diseñador  |
| Derechos musicales         | -                  |                        |
| DCP                        | -                  |                        |
| <b>TOTAL</b>               | <b>\$1.800,00</b>  |                        |
| <b>PROMOCIÓN Y ESTRENO</b> |                    |                        |
| Campaña de Marketing       | \$ -               |                        |
| Viáticos                   | \$ -               |                        |
| Gastos administrativos     | \$ -               |                        |
| Pre-estreno                | \$ -               |                        |
| <b>TOTAL</b>               | <b>\$ -</b>        |                        |
| <b>Distribución</b>        | <b>\$ -</b>        |                        |
| <b>Copias DCP</b>          | <b>\$ -</b>        |                        |
| <b>TOTAL</b>               | <b>\$ -</b>        |                        |
| <b>GASTOS FINALES</b>      |                    |                        |
| <b>Subtotal</b>            | <b>\$16.150,00</b> |                        |
| <b>Imprevistos 10%</b>     | <b>\$1.615,00</b>  | Productora             |
| <b>IVA</b>                 | <b>\$1.938,00</b>  |                        |
| <b>TOTAL</b>               | <b>\$19.703,00</b> |                        |

Se propone que \$ 6,375.00 sean fondos propios que en el total del presupuesto corresponde al 34% de la producción mientras que el resto de rubros están repartidos entre todos los colaborados.

Luego de realizar los puntos de vista de financiamiento de las diferentes alternativas presentadas se hace el análisis de financiamiento respectivo de El Reportaje.

Tabla 14.

Análisis de Fuente de Financiamiento.

| <b>ANÁLISIS DE FUENTE DE FINANCIAMIENTO</b> |  |  |
|---|--|--|
| <b><i>FINANCIAMIENTO</i></b>                | <b><i>VENTAJAS</i></b>   | <b><i>DESVENTAJAS</i></b>  |
| FONDOS PÚBLICOS                             | Los fondos no son reembolsables.   | Al año solo hay 4 ganadores.   |
|   | El reconocimiento y aval del ICCA  | La burocracia de las entidades estatales                                     |
| CROWDFUNDING                                | Las colaboraciones que llegan a través de la plataforma así no recaudes el valor total del dinero te lo dan al proyecto a diferencia de plataformas internacionales. | Se necesita la colaboración de 241 personas.                                 |
|   | Se realiza una campaña de marketing para obtener colaboradores y por ende el público conoce el proyecto.   | El dinero y tiempo adicional que debes invertir para obtener colaboradores.  |
| PRÉSTAMO BANCARIO                           | La rapidez con la que te dan los préstamos si se cumple con los requisitos   | El porcentaje del interés es muy alto.                                       |
|   | La producción no dependerá de nadie, solo del productor ejecutivo.   | El endeudamiento   |
| INVERSIÓN PRIVADA                           | Dinero seguro en la producción   | El tiempo en conseguir los inversionistas y que crean en tu proyecto         |
|   | Seriedad al proyecto por las marcas o empresas en el proyecto  | El porcentaje de participación a largo plazo genera conflictos de intereses. |
| FONDOS PROPIOS Y COLABORACIÓN               | Los costos bajan y el IVA disminuye.   | Los acuerdos se pueden disolver.   |
|   | El proyecto se masifica y diversifica.   | El tiempo en conseguir a todos los colaboradores                             |

Por lo cual AB Films concluye en financiar el cortometraje a través de inversión propia y colaboraciones por el estilo y naturaleza del proyecto enfocado en el toque social y humano que conlleva su guion y donde los colaboradores compartirán la misma visión.

Además, cabe recalcar que en esta fase de desarrollo ya se ha logrado financiar el proyecto como lo refleja la siguiente tabla. Esto equivale a un 22% del financiamiento total del cortometraje.

Tabla 15.

Financiamiento del reportaje.

| <b>FINANCIAMIENTO DEL REPORTAJE</b> |                              |                              |
|-------------------------------------|------------------------------|------------------------------|
| <i><b>PARTIDA</b></i>               | <i><b>FONDOS PROPIOS</b></i> | <i><b>COLABORACIONES</b></i> |
| Guion                               | \$ 800,00                    |                              |
| Guion Técnico                       | \$ 100,00                    |                              |
| Story Board                         | \$ 100,00                    |                              |
| Registro del guion en el IEPI       | \$ 15,00                     |                              |
| Fotocopias                          | \$ 5,00                      |                              |
| Diseño de proyecto                  | \$ 400,00                    |                              |
| Diseño de material gráfico          | \$ 400,00                    |                              |
| <i>Teaser</i>                       | \$ 400,00                    |                              |
| <i>Scouting</i>                     | \$ 200,00                    |                              |
| Contratos                           | \$ 300,00                    |                              |
| Movilización                        | \$ 200,00                    |                              |
| Comunicación                        | \$ 100,00                    |                              |
| Edición de imagen                   |                              | \$ 500,00                    |
| Animaciones                         |                              | \$ 150,00                    |
| Diseño de créditos                  |                              | \$ 150,00                    |
| Vestuario                           |                              | \$ 150,00                    |
| Maquillaje                          |                              | \$ 100,00                    |
| Alquiler de locaciones              |                              | \$ 300,00                    |
| <b>Subtotal</b>                     | \$ 3.020,00                  | \$ 1.350,00                  |
| <b>TOTAL FINANCIADO</b>             |                              | <b>\$ 4.370,00</b>           |

### **Plan de negocios de El Reportaje.**

*Idea del proyecto.* El Reportaje es un cortometraje de ficción que muestra la sensibilidad de las mujeres ante sus hijos.

#### **Análisis FODA.**

| <b>FORTALEZAS</b>   | <b>OPORTUNIDADES</b>  | <b>DEBILIDADES</b>  | <b>AMENAZAS</b>   |
|---|---|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"><li>•Género de preferencia del público</li><li>•Identificación con el público</li><li>•Equipo de trabajo comprometido</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>•El formato de grabación es amigable</li><li>•Campañas de concientización a raíz del tema</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>•Tema de pobreza y delincuencia común en el cine latinoamericano</li><li>•Falta de financiamiento</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>•Las empresas no se interesen en comprar los derechos de exhibición del cortometraje</li><li>•Las leyes que no oficalizan el arte cinematográfico</li></ul> |

Figura 10. Análisis FODA del cortometraje El Reportaje.

### ***Relación del proyecto con el público.***

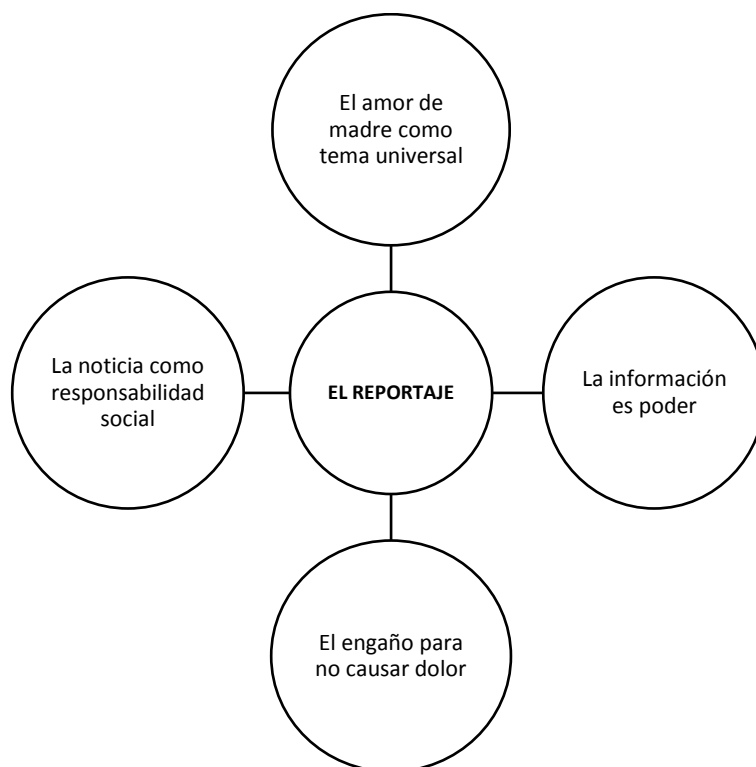


Figura 11. Relación del público con los temas de El Reportaje.

***Nombre del proyecto.*** El Reportaje

***Misión.*** Contar una historia de tema universal como lo es el amor de madre, que concientice a familias enteras sobre los valores que se deben inculcar desde el hogar.

***Visión.*** Mostrar la historia en campañas de concientización familiar a través de las diferentes plataformas digitales a nivel nacional e internacional.

***Objetivos.***

- Crear un cortometraje que se pueda introducir a la sociedad como parte de una campaña social por su tema.



- Realizar un cortometraje con altos estándares de calidad a nivel artístico y técnico.

- Proyectar el cortometraje en diferentes plataformas digitales creando conciencia en los diferentes temas que trata.

***Valores.***

- Responsabilidad Social

- Creatividad

- Diligencia

- Altruismo

- Respeto

- Honestidad

### *Estructura Organizacional.*

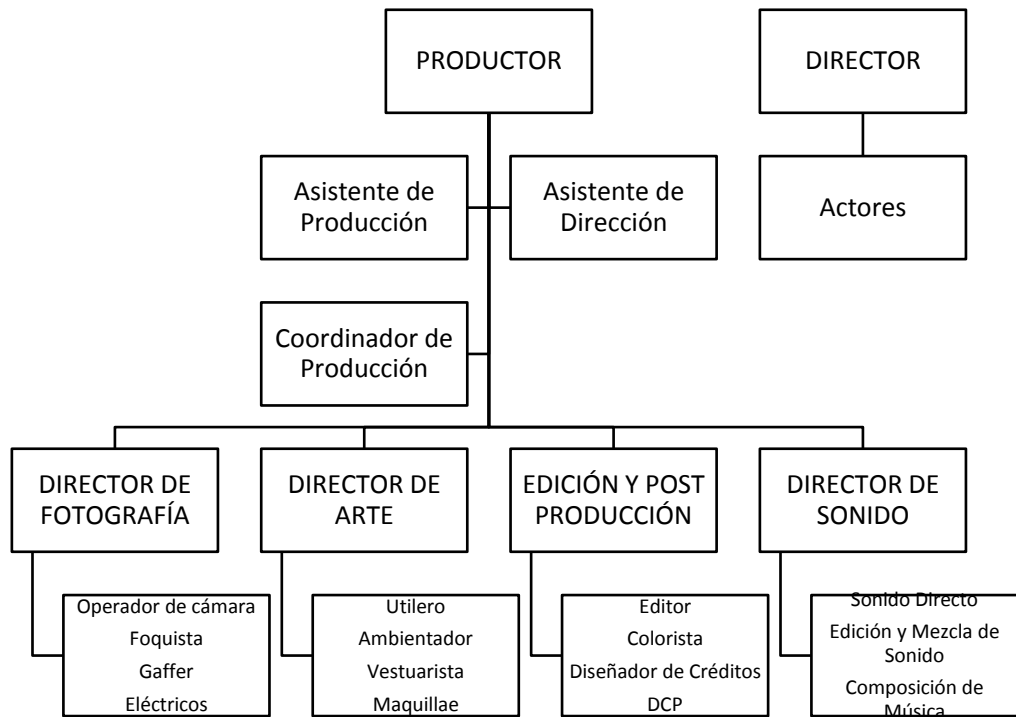


Figura 12. Estructura Organizacional del cortometraje El Reportaje.

**Análisis del Mercado.** El cortometraje El Reportaje debido a su naturaleza se grabará en la ciudad de Guayaquil, al sur de la ciudad en un barrio de bajos recursos económicos, será un equipo de trabajo reducido al igual que su costo ya que el financiamiento que se busca será participativo junto a los fondos propios de su director y productora.

Cabe recalcar que por esta razón se buscará a la empresa privada o amigos para que se involucren en lo que esté en su alcance ayudar sea a nivel técnico, artístico y financiero, con el fin de tener un cortometraje con el que se pueda crear campañas sobre los diversos temas que involucra el film a futuro, es por esto que AB Films casa productora a cargo del proyecto se centrará en instituciones públicas o privadas que compren los derechos de reproducción del mismo para campañas

publicitarias y así llegar a las masas a través de plataformas digitales ya que es un contenido para diversos medios.

Debido a la inclusión social, alfabetización, comunicación veraz y responsable diferentes empresas se pueden adueñar de este film para su contenido llegando a un país entero, la ventaja de este proyecto es que sensibiliza a su espectador dándole ese toque de confianza y cariño a sus personas donde a pesar de cometer errores el espectador los entenderá y no cuestionará.

La mayor competencia de este proyecto debido a su naturaleza son los comerciales de televisión, pero éste por tener mayor duración y por cómo será contada la historia enganchará al espectador desde cualquier plataforma digital, sea internet, televisión, salas de cines entre otros.

## *Cronograma.*

| ETAPA                                | CRONOGRAMA EL REPORTAJE |      |     |     |      |      |      |     |     |     |  |
|--------------------------------------|-------------------------|------|-----|-----|------|------|------|-----|-----|-----|--|
|                                      | 2015                    | 2018 |     |     |      |      | 2019 |     |     |     |  |
|                                      | ABR                     | MAY  | JUN | JUL | AGOS | SEPT | OCT  | NOV | DIC | ENE |  |
| <b>Desarrollo</b>                    |                         |      |     |     |      |      |      |     |     |     |  |
| Elaboración de guión                 |                         |      |     |     |      |      |      |     |     |     |  |
| Derechos del guión                   |                         |      |     |     |      |      |      |     |     |     |  |
| Storyboard                           |                         |      |     |     |      |      |      |     |     |     |  |
| Diseño de proyecto                   |                         |      |     |     |      |      |      |     |     |     |  |
| Elaboración de dossier               |                         |      |     |     |      |      |      |     |     |     |  |
| Elaboración de teaser                |                         |      |     |     |      |      |      |     |     |     |  |
| Financiamiento                       |                         |      |     |     |      |      |      |     |     |     |  |
| <b>Pre producción</b>                |                         |      |     |     |      |      |      |     |     |     |  |
| Casting                              |                         |      |     |     |      |      |      |     |     |     |  |
| Scouting                             |                         |      |     |     |      |      |      |     |     |     |  |
| Conformación de equipo de producción |                         |      |     |     |      |      |      |     |     |     |  |
| Scouting Técnico                     |                         |      |     |     |      |      |      |     |     |     |  |
| Elaboración de contratos             |                         |      |     |     |      |      |      |     |     |     |  |
| Ensayos                              |                         |      |     |     |      |      |      |     |     |     |  |
| <b>Producción</b>                    |                         |      |     |     |      |      |      |     |     |     |  |
| Rodaje                               |                         |      |     |     |      |      |      |     |     |     |  |
| Edición y post producción            |                         |      |     |     |      |      |      |     |     |     |  |
| Edición                              |                         |      |     |     |      |      |      |     |     |     |  |
| <b>Post producción</b>               |                         |      |     |     |      |      |      |     |     |     |  |
| Colorización                         |                         |      |     |     |      |      |      |     |     |     |  |
| Edición y Mezcla de Sonido           |                         |      |     |     |      |      |      |     |     |     |  |
| Música                               |                         |      |     |     |      |      |      |     |     |     |  |
| Consolidación y Exportación          |                         |      |     |     |      |      |      |     |     |     |  |

Figura 13. Diagrama de Gantt de El Reportaje.

## *Análisis Financiero.*

*Proyección en Ventas.* Se venderán los derechos de reproducción del cortometraje “El Reportaje” a una sola empresa sea ésta pública o privada en \$ 35.000,00 más IVA considerado como una pieza cinematográfica de 5 min.

*Presupuesto.* El valor estimado a costar la producción del cortometraje será de \$ 20.000,00 incluido el IVA

### *Retorno de la inversión – ROI*

Tabla 16.

ROI del cortometraje El Reportaje.

|     |                         |
|-----|-------------------------|
| ROI | \$ 35,000.00 -20,000.00 |
|     | \$ 20,000.00            |
|     |                         |
| ROI | \$ 15,000.00            |
|     | \$ 20,000.00            |
|     |                         |
| ROI | 0,75                    |

Para obtener el retorno de la inversión se ha realizado el cálculo donde la venta del film es de \$ 35,000.00 y su inversión \$ 20,000.00 lo que significa que se obtendrá una ganancia de \$ 15,000.00 lo que expresa el ROI es que por cada dólar invertido se ganará \$ 0.75 siendo positivo para la producción.

La producción del cortometraje El Reportaje es de producción exclusiva de AB Films.

### **Desarrollo del Teaser – Material Visual del cortometraje El Reportaje.**

Para facilitar la distribución y exposición del teaser, se ha decidido almacenarlo en el sitio web YouTube dentro del espacio o cuenta personal de la productora Leticia Becilla. Su accesibilidad es limitada, se encuentra oculto, evitando comentarios o disposiciones del público en general, pues su finalidad. Para visualizarlo se debe recurrir al siguiente enlace: <https://www.youtube.com/watch?v=JQhvVJ5i07E>.

El teaser tiene una duración de 75 segundos, ideal para mantener la atención de sus espectadores. Trata de mostrar el estilo con el cual se manejará el cortometraje. Posee una breve descripción: “Una reportera de TV entrevista a la mamá del ladrón más buscado de la ciudad, pero ella desconoce la profesión de su hijo”; la misma que se halla en el dossier, en la sección de logline. Además, detalla brevemente a los principales desarrolladores de esta pieza audiovisual y sus roles.

### Desarrollo de dossier de El Reportaje.

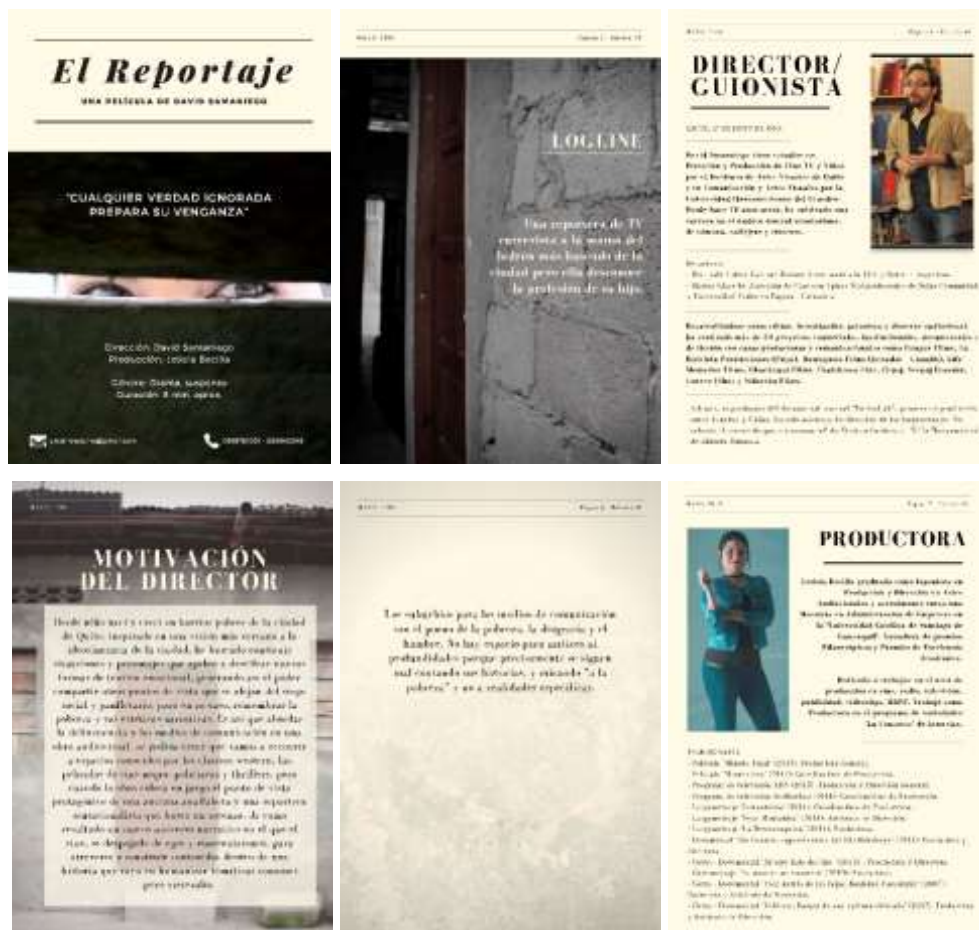




Figura 14. Dossier de El Reportaje.

### **Presentación de proyecto o pitch de El Reportaje.**

A continuación, se detalla en breves rasgos cómo sería el pitch de este cortometraje: Hola soy Leticia Becilla, soy productora audiovisual, graduado en la UCSG como Ingeniera en Producción y Dirección en Artes Audiovisuales y finalizando mi posgrado en Administración de Empresas, tengo 29 años y he trabajado en películas como Sexy Montañita, La Descorrupción, Instantánea, Minuto Final, Montevideo y Absalón en áreas de producción y dirección, también trabajé en Ecuavisa como productora, pero mis ganas de hacer cine hacen que esté aquí como productora independiente creyendo en el arte y cine en el país.

En el 2015 mi amigo David Samaniego escribió el guion “El Reportaje” donde una reportera apunto de hacer la nota más importante de su carrera toma una decisión que le da un giro a su carrera, pero esto lo hace a raíz del amor de madre que conoce a través de Juana, este es un guion muy intimista que trata temas como ese, el amor de madre, pero contiene otros subtemas como la información es poder, la responsabilidad social del comunicador, el alfabetismo, y es por esto donde este cortometraje se vuelve social conectando con mujeres sobre todo a quien va dirigido

este proyecto, podemos participar en equipo, haciendo el cortometraje y una vez realizado lo venderemos para campañas públicas o privadas en torno a los temas mencionados, esta es una oportunidad para hacer portafolio y crear reconocimiento en el área audiovisual en la ciudad. ¿Te apuntas?

### **Desarrollo de estrategia según el cliente para el cortometraje El**

#### **Reportaje.**

Este es un proyecto de financiamiento de colaboración e inversión propia por ende se mostrará inicialmente a los amigos que les interesará participar en este tipo de proyecto con afinidad social.

#### **Proceso de cierre de negocio de “El Reportaje”**

Este proceso se cerrará con la firma de convenios o contratos de participación en la producción del cortometraje.

#### **Resumen del capítulo**

En este capítulo la autora plantea un modelo de financiamiento para la producción cinematográfica independiente en Guayaquil, en base a los resultados de las entrevistas, la revisión bibliográfica y la academia. Para lo cual propone empezar por el análisis de la naturaleza del proyecto para definir si la película es de bajo, mediana o gran presupuesto. Cada guion es un mundo diferente por contar, al conocerlo, se puede definir su circuito de exhibición, comercial o de festivales. Luego, se realiza un presupuesto como herramienta de cálculo de costos y gastos que tendrá la película. Se recalca que debe considerarse los valores desde su desarrollo hasta la etapa de distribución, de tal manera que se evita la falta de presupuesto en las últimas fases. Lo siguiente es definir las estrategias de



financiamiento ya sea fondos concursables, empresa privada o inversión, cada una posee características distintas con las cuales deberá manejarse el productor ejecutivo.

Para poder direccionar y visualizar la idea del proyecto es necesario realizar un plan de negocio, que contará desde la idea y objetivos hasta los requerimientos de la producción y las estrategias de mercado, distribución y promoción. También es importante crear un *teaser* o avance de la historia, donde se considere la técnica, el arte y el sonido. Su duración debe ser corta y sirve para mostrarlo a los inversionistas.

El desarrollo de dossier también es importante, pues es una revista del proyecto que sirve para mostrar la estética e información básica del proyecto. El pitch o presentación del proyecto es una herramienta importante en este proceso pues es lo que llega a convencer a futuros inversionistas o cliente. La persona que lo desarrolle debe tener seguridad, convicción y conocimiento del proyecto.

Finalmente, el desarrollo de las estrategias dependerá del cliente, por lo cual es necesario que la propuesta esté acorde a sus políticas y convicciones. Entre las estrategias que se puede ofrecer es la coproducción, la inversión como préstamo y el canje. Una vez que el inversionista haya confirmado su participación deberá empezarse un proceso legal donde ambas partes se comprometen al acuerdo.

Para lo cual la autora realiza un caso práctico con el guion El Reportaje escrito por David Samaniego detallando cada paso mencionado en el modelo que se propone, mostrando las diferentes formas en la que se puede financiar y

seleccionando un modelo con el cual demuestra un retorno de inversión favorable para la producción del cortometraje.

## Conclusiones

Se realiza un modelo de financiamiento para la producción cinematográfica independiente en la ciudad de Guayaquil en base a la academia, donde se proponen herramientas que van a facilitar a los productores ejecutivos en la etapa de financiamiento que es en la que más debilidades tienen. Este modelo servirá de guía a productores, docentes, estudiantes de carreras audiovisuales, ya que la etapa de financiamiento se desarrolla empíricamente hasta la actualidad, de esta manera la academia ayuda y soporta al arte y cultura en la sociedad.

Hay diferentes elementos a los que se pueden recurrir al momento de financiar cine independiente en Guayaquil, desde la empresa pública y privada, el auto financiamiento, en canje publicitario, la venta de derecho de marca, el *crowdfunding* entre otros, definir cuál será la ruta es lo más difícil y dependerá del guion y su naturaleza.

Los mecanismos mencionados anteriormente han sido utilizados por producciones independientes en Guayaquil, los mismos que han tenido éxito en algunos casos, los productores ejecutivos de estas películas han sido empíricos en la etapa de financiamiento, pero todos coinciden en realizar un *teaser* y dossier para esta ya que les ha funcionado, cabe recalcar que solo dos proyectos realizaron un plan de negocios.

El autofinanciamiento como mecanismo es el más complicado según el presupuesto de la película, pero la opción de canje es la que más se presenta ya que el “*win and win*” que este propone resulta más fácil negociar con las empresas,

ya que se va con una propuesta más sólida con lo que se desea obtener y dar a cambio.

Para saber proponer se necesita crear estrategias, las mismas que se definen en un plan de negocios, pero a su vez se propone seguir un modelo que se ha diseñado para en base a la naturaleza del proyecto. La autora valida el modelo a través de un caso práctico que realiza, analizando diferentes escenarios de financiamiento para el guion que propone y eligiendo una vía la cual argumenta después de haber conseguido un 22% del financiamiento para el mismo en el desarrollo de este estudio de investigación.

## Recomendaciones

Al momento de analizar la naturaleza del proyecto, no se debe realizar con la primera versión del guion, se recomienda que sea con la tercera versión porque ya será una historia que comienza a madurar y crecer, donde los cambios serán mínimos, así no se hace un doble trabajo.

Al reconocer la naturaleza del proyecto y decidir por cuál vía financiar, no tener miedo al rechazo de las persona o entidades a las que se acercan, es probable que, de 10 empresas, fondos, personas naturales o jurídicas, al menos una se interese.

Si desea financiar su proyecto a través de los fondos concursables y del Estado es recomendable leer y entender las leyes vigentes ya que estas cambian cada año según su convocatoria y considerar si aplican o no según los requisitos.

Al momento de realizar el presupuesto es indispensable crear la partida de imprevistos con un valor del 10% del total de cada partida, si bien es cierto aumentará el valor total de proyecto, este ítem podrá beneficiar cualquier gasto no contemplado o imprevisto en este tipo de trabajos donde siempre existen, sean por factores humanos, naturales, sociales o culturales que fácilmente no se pueden detener.

El desarrollo del plan de negocios, *teaser* y dossier genera un costo inmediato a cubrir, estos rubros se recomiendan que sea autofinanciamiento donde el sentido de pertenencia del proyecto se refleje en el producto visual que se mostrará como cara abierta del proyecto.

Al momento de realizar un pitch, no titubear, estar seguro del tema y de lo que se desea pedir para no marear a los futuros clientes o inversionistas. De esta manera al momento de realizar la negociación de venta de espacio publicitario se confiará en el cliente y de la buena inversión del dinero.

Este modelo requiere de paciencia y tolerancia para encontrar el financiamiento ya que habrá que tocar muchas puertas en el camino y no se puede predecir la predisposición del empresario, así como aprender a llegar puntuales ya que temas como el tráfico, inconvenientes familiares, etc. pueden perjudicar alguna cita con un cliente y no temas de puntualidad pueden negar la ayuda.

## Referencias Bibliográficas

Abad, D. (1 de Noviembre de 2010). *Formas de Asociación Empresaria*. Obtenido de Wordpress: <https://danielabad.wordpress.com/2010/11/01/formas-de-asociacion-empresaria/>

ABC Madrid. (4 de Marzo de 2016). *¿Por qué Bollywood es más potente que Hollywood?* Obtenido de ABC Madrid: [http://www.abc.es/espana/madrid/abci-bollywood-mas-potente-hollywood-201603041722\\_noticia.html](http://www.abc.es/espana/madrid/abci-bollywood-mas-potente-hollywood-201603041722_noticia.html)

Agencia Pública de Noticias de Ecuador y Suramérica. (6 de Agosto de 2015). *Proyecto gubernamental busca llevar el cine nacional a todo el territorio ecuatoriano*. Obtenido de Agencia Pública de Noticias de Ecuador y Suramérica: <http://www.andes.info.ec/en/node/47831>

Alarcón, M. (2013). *Análisis de las fuentes de financiamiento que han impulsado el crecimiento de Corporación Favorita C.A. en el periodo 2002-2011*. Obtenido de Repositorio Pontífica Universidad Católica del Ecuador: <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/6301/T-PUCE-6486.pdf?sequence=1>

Almeida, M. (2017). *Cinematografía ecuatoriana*. Obtenido de Repositoria Digital Universidad Politécnica Salesiana: <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/14183/1/UPS-GT001860.pdf>

- Alvarado, R. (2014). *Estados Financieros*. Obtenido de Academia.edu:  
[https://www.academia.edu/6927750/ESTADOS\\_FINANCIEROS\\_DEFINICION\\_Según\\_la\\_NIC](https://www.academia.edu/6927750/ESTADOS_FINANCIEROS_DEFINICION_Según_la_NIC)
- Avilés, L. (2017). Situación de la industria cinematográfica en Guayaquil. (L. Becilla, Entrevistador)
- Bajaña, G. (2014). *Influencia del desarrollo del cine en los procesos de interacción entre los espectadores. Estudio histórico comparativo de las salas de cine de Guayaquil en los años 1980 y 2014*. Obtenido de Repositorio Digital UCSG: <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/2308/1/T-UCSG-PRE-FIL-CCS-46.pdf>
- Banco Mundial. (s.f.). *PIB per cápita (UMN a precios constantes)*. Obtenido de Banco Mundial:  
<https://datos.bancomundial.org/indicador/NY.GDP.PCAP.KN?locations=EC>
- Barcenas, J., Ramírez, M., Reyes, C., & Zapatero, J. (Noviembre de 2008). *Proyectos de Inversión*. Obtenido de Repositorio Dspace :  
<http://tesis.ipn.mx/bitstream/handle/123456789/2776/CP2008B363j.pdf?sequence=1>
- Bazín, A. (Agosto de 2013). *¿Qué es el cine?* Obtenido de Lenguaje Cinematográfico:  
<https://lenguajecinematografico.files.wordpress.com/2013/08/bazin-andre-que-es-el-cine.pdf>



Bofías, P. (3 de Noviembre de 2014). *Síntesis de Teorías de Keynes*. Obtenido de Agronomos: [http://www.agronoms.cat/media/upload/editora\\_92/Sintesis-Teorias-Keynes-copia2\\_editora\\_921\\_16.pdf](http://www.agronoms.cat/media/upload/editora_92/Sintesis-Teorias-Keynes-copia2_editora_921_16.pdf)

Bordwel, D. (1995). *El significado del filme*. Paidós Iberica.

Borja, A., & Borja, I. (2014). *Estudio para el Análisis del Estado de Situación y Potencialidades de las Empresas Proveedoras de Servicios a la Producción Cinematográfica Ecuatoriana*. Latglob Latina Global Asesoría y Gestión S.A.

Brito, J. (s.f.). *Presupuestos Públicos*. Obtenido de Universidad de Las Palmas de Gran Canaria: <http://www.personales.ulpgc.es/jbrito.daea/7.%20PresupuestosPublicos.PDF>

Buitrago, F. (20 de Agosto de 2014). La 'economía naranja' emerge con fuerza en América Latina. *El País*.

Caballero, R., Izcue, N., Getino, O., & Cortés, M. (Agosto de 2014). *Producción, Coproducción e Intercambio de Cine entre España, América Latina y el Caribe*. Obtenido de Fundación Carolina: [https://www.fundacioncarolina.es/wp-content/uploads/2014/07/Avance\\_Investigacion\\_5.pdf](https://www.fundacioncarolina.es/wp-content/uploads/2014/07/Avance_Investigacion_5.pdf)

Cabezas, J., & Ramírez, J. (Octubre de 2015). *Propuesta de estructura financiera óptima para la empresa Lumina S.A.* Obtenido de Repositoria de ESPOL:

<http://www.dspace.espol.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/123456789/34295/D-CSH147.pdf?sequence=-1&isAllowed=y>

Chávez, V. (13 de Noviembre de 2012). *Teoría de la producción*. Obtenido de Scribd: <https://es.scribd.com/document/113029883/Aef>

CNCine (Consejo Nacional de Cinematografía). (2015). *Proyecto de Reforma de la Ley de Fomento del Cine Nacional*. Quito: CNCine.

Contreras, N., & Díaz, E. (2015). Estructura financiera y rentabilidad: origen, teorías y definiciones. *Valor Contable*, 2(1), 35-44.

Córdoba, M. (2012). *Gestión Financiera*. Bogotá: Ecoe Ediciones.

Crespo, M. (19 de Marzo de 2013). *El director del Cine*. Obtenido de Blogspot: <http://amrproducciones.blogspot.com/2013/03/el-director-de-cine.html>

El Telégrafo. (21 de Febrero de 2014). *El 89,6% de los negocios ecuatorianos son microempresas*. Obtenido de El Telégrafo: <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/8/el-896-de-los-negocios-ecuatorianos-son-microempresas>

Esteo, F. (1998). *Medición contable de los factores determinantes de la rentabilidad empresarial: un modelo integrado para análisis externo*. Obtenido de Universidad Complutense de Madrid: <http://biblioteca.ucm.es/tesis/19972000/S/2/S2023001.pdf>

Fernández, E. (1993). La Cooperación Empresarial: Concepto y Tipología. *Documentos de trabajo ( Universidad de Oviedo. Facultad de Ciencias Económicas )*(29), 1-39.

Fernández, M. (Febrero de 2011). *Pensar el cine. Un repaso histórico a las teorías cinematográficas.* Obtenido de Jornalismo Contemporáneo: <https://jornalismocontemporaneo.files.wordpress.com/2011/02/2008-teorias-do-cinema.pdf>

García, J., & Obando, J. (2017). Situación de la industria cinematográfica en Guayaquil. (L. Becilla, Entrevistador)

García, M. (2015). Estudio del comportamiento del mercado cinematográfico ecuatoriano en el año 2012 y de la injeencia de los planes de negocios para la generación de ganancias. *FOTOCINEMA. Revista científica de cine y fotografía*(11). Obtenido de FOTOCINEMA. Revista científica de cine y fotografía.

Giménez, G. (2005). *Teoría y Análisis de la Cultura.*

Gombrich, E. (s.f.). *Teoría de la Expresión Artística.* Obtenido de Alojamiento de la Universidad de Valladolid: <http://www3.uva.es/ega/wp-content/uploads/teorias-de-la-expresion-ega.pdf>

González, R. (2014). Producción, mercados y políticas públicas cinematográficas en América Latina. *Revista Brasileira de Estudos de Cinema e Audiovisual*, 4(1), 209-238.

González, S. (Diciembre de 2014). *La Gestión Financiera y el acceso a Financiamiento de las Pymes del Sector Comercio en la ciudad de Bogotá.*

Obtenido de Repositorio Institucional de la Universidad Nacional de Colombia:

<http://www.bdigital.unal.edu.co/49025/1/Tesis%20La%20Gesti%C3%B3n%20Financiera%20y%20el%20acceso%20a%20Financiamiento%20de%20las%20Pymes%20del%20Sector%20Comercio%20en%20la%20ciudad%20de%20Bogot%C3%A1.pdf>

González, T. (2005). Problemas en la definición de microempresa. *Revista Venezolana de Gerencia*(31), 408-423.

Gracia, C., Yagüez, M., & Merigó, J. (2008). *Guía Práctica de la Economía de la Empresa I: Empresa y Entorno (Teoría y ejercicios)*. Barcelona: Publicacions I Edicions De La Universitat De Barcelona.

Hernández, M. (2009). Finanzas Conductuales: Un enfoque para Latinoamérica. *Tec Empresarial*, III(3), 8-17.

Instituto de Cine y Creación Audiovisual. (Octubre de 2017). *Bases Generales del Concurso ICCA 2017*. Obtenido de Ministerio de Cultura y Patrimonio: <https://www.culturaypatrimonio.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/Bases-Generales-del-Concurso-ICCA-2017.pdf>

Instituto de Cine y creación audiovisual. (2017). *Reglamento para Concursos Públicos de proyectos Cinematográficos y Audiovisuales*. Obtenido de

Instituto de Cine y creación audiovisual:  
<http://www.cineyaudiovisual.gob.ec/convocatoria/archivos/pdf/reglamento.pdf>

Ixchop, D. (Septiembre de 2014). *Fuentes de financiamiento de pequeñas empresas del sector confección de la ciudad Mazatenango*. Obtenido de Universidad Rafael Landívar: <http://biblio3.url.edu.gt/Tesario/2014/01/01/Ixchop-David.pdf>

Larrea, C., Peralta, A., & Tapia, A. (Abril de 2017). *Luces, Cámara, Mujeres: un primer plano a las cineastas guayaquileñas*. Obtenido de Repositorio Digital UEES: <http://repositorio.uees.edu.ec/bitstream/123456789/1825/1/DOCUMENTAL.pdf>

Leguia, S. (2015). *Características de la inversión pública y privada y su efecto en el crecimiento de la economía boliviana periodo 1990-2013*. Obtenido de Repositorio Institucional de la Universidad Mayor de San Andrés : <http://repositorio.umsa.bo/bitstream/handle/123456789/5748/T-2040.pdf?sequence=1>

Marcuello, C., & Nachar, P. (2013). La Sociedad Cooperativa: Motivación y Coordinación. Un Análisis desde las Teorías Económicas de la Empresa y la Economía social. *Revista de Estudios Cooperativos*(110), 192-222.

Martínez, P. (2016). *Tendencias conductuales de los partícipes de FIM: el caso español 1990-2011*. Obtenido de Biblioteca Digital Universidad de Alcalá:

<https://ebuah.uah.es/dspace/bitstream/handle/10017/26617/Tesis%20Pedro%20César%20Martínez.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Medina, C., & Mauricci, G. (Julio de 2014). *Factores que influyen en la rentabilidad por línea de negocio en la clínica Sánchez Ferrer en el periodo 2009-2013*. Obtenido de Repositorio Universidad Privada Antenor Orrego: [http://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/upaorep/325/1/MEDINA\\_CARLOS\\_FACTORES\\_RENTABILIDAD\\_NEGOCIO.pdf](http://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/upaorep/325/1/MEDINA_CARLOS_FACTORES_RENTABILIDAD_NEGOCIO.pdf)

Méndez, W. (8 de Octubre de 2014). *Decisiones en Finanzas Conceptos Apalancamiento - Riesgo, Ganancia neta por Acción, Costo de capital, Problemario*. Obtenido de Issuu: [https://issuu.com/williammendez8/docs/revista\\_financiera\\_b2014](https://issuu.com/williammendez8/docs/revista_financiera_b2014)

Miranda, J. (2017). Situación de la industria cinematográfica guayaquileña. (L. Becilla, Entrevistador)

Montoya, P. (13 de Junio de 2005). *"Educación Financiera" Estudio aplicado a: Comisión Federal de Electricidad Zona Metropolitana Poniente*. Obtenido de Repositorio Académico Digital de la Univerisdad Autónoma de Nuevo León: "Educación Financiera" Estudio aplicado a: Comisión Federal de Electricidad Zona Metropolitana Poniente

Mora, A. (Septiembre de 2017). Cine en Guayaquil. (L. Becilla, Entrevistador)

Moyolema, M. (2011). *La gestión financiera y su impacto en la rentabilidad de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Kuriñan de la ciudad de Ambato año*

2010. Obtenido de Repositoria digital de la Universidad Técnica de Ambato:

<http://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/1944/1/TG0002.pdf>

Ordóñez, J. (Julio de 2015). *la importancia de la modelización financiera de las empresas en épocas de crisis: caso compañía industrial pesquera s.a. en los años 2011-201*. Obtenido de Repositorio Institucional de la Universidad de Guayaquil:

<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/8345/1/TESIS%20DE%20GRADO%20-%20MODELO%20FINANCIERO.pdf>

Ortiz, D. (s.f.). *El Presupuesto Público y las Operaciones a considerar en la Gestión Presupuestaria*. Obtenido de Universidad de Granada:

<http://www.ugr.es/~dortiz/sicap/webs/documentos/Tema%203.pdf>

Palenzuela, V., & Hidalgo, A. (1988). Perfiles de la moderna teoría financiera de la empresa.

Pardo, A. (2000). La creatividad en la producción cinematográfica. *Comunicación y Sociedad*, 227-249.

Parra, S. (Marzo de 2013). *Estructura del campo cinematográfico latinoamericano: reflexiones en el Industry Club del Festival de Cine de San Sebastián*.

Obtenido de Repositorio Digital FLACSO Ecuador:  
<http://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/5873/2/TFLACSO-2013SIPP.pdf>

Pérez, J. A. (2013). *Leer el Cine: La Teoría Literaria en la Teoría Cinematográfica*. Ediciones Universidad de Salamanca.

Portilla, D. (9 de Julio de 2013). *Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de servicio de radiotaxi en la ciudad de Tulcán*. Obtenido de Repositorio Digital Universidad Técnica del Norte: <http://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/1555>

Revista Dinero. (2016). La industria cinematografica está más vigente que nunca. *Dinero*. Obtenido de Dinero.

Rivera, A. P. (Noviembre de 2017). Producción cinematográfica en Guayaquil. (L. Becilla, Entrevistador)

Rodríguez, M. (2014). *Estructura económica y financiera*. Obtenido de Yirepa: <http://yirepa.es/estructura%20económica%20y%20financiera.html>

Rodríguez, T. (2013). El crowdfunding: una forma de financiación colectiva, colaborativa y participativa de proyectos. *Pensar en Derecho*(3), 101-123.

Rodríguez, T. (2014). El Crowfounding como mecanismo alternativo de financiación de proyectos. *Revista de Derecho Empresarial*(1), 121-140.

Roig, J. (2 de Marzo de 2015). *Análisis e inversión en el mercado inmobiliario desde una perspectiva conductual* . Obtenido de Tesis Doctorals en Xarxa: <http://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/288316/TJRH1de1.pdf?sequence=1>



Rojas, C. (2017). Situación de la industria cinematográfica de Guayaquil. (L. Becilla, Entrevistador)

RPP Noticias. (23 de Febrero de 2016). *Entradas de cine en Perú entre las más baratas del mundo*. Obtenido de RPP Noticias: <http://rpp.pe/cine/internacional/asi-se-movieron-las-cifras-del-cine-en-el-mundo-durante-el-2015-noticia-940468>

Saavedra, M., & Saavedra, M. (2012). Evolución y aportes de la teoría financiera y un panoram de su investigación en México: 2003-2007. *Ciencia Administrativa IIESCA*, 45-61.

Sala, J. (1999). *Teoría de la Cultura*. Madrid: Editorial Síntesis S.A.

Salazar, J. (2003). *Estructuras de Producción Audiovisual: La Organización Jerárquica como Sujeto Productor y Enunciador del Discurso Audiovisual*. Obtenido de Repositorio Universidad Nacional Mayor de San Marcos: <http://cybertesis.unmsm.edu.pe/handle/cybertesis/3223>

Sánchez, J. (2002). *Análisis de la rentabilidad de la empresa*. Obtenido de Ciberconta: <http://ciberconta.unizar.es/leccion/anarenta/analisisr.pdf>

Sánchez, J. (s.f.). *Teoría de la inversión*. Obtenido de Repositorio Institucional de la Universidad de Los Andes: <http://www.saber.ula.ve/bitstream/123456789/16798/1/clase-inversion.pdf>

Sánchez, J., González, P., & Jiménez, P. (2007). La Cooperación Empresarial como estrategia de Crecimiento: Motivos de su formación, ventajas e

inconvenientes. *XX Congreso anual de AEDEM*. 2, págs. 30-44. Mallorca: Asociación Europea de Dirección y Economía de Empresa.

Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2012). *Plan Nacional del Buen Vivir 2013 - 2017*. Obtenido de Buen Vivir: <http://www.buenvivir.gob.ec/versiones-plan-nacional>

Soria, M. (10 de Febrero de 2010). *Teoría del Arte*. Obtenido de Martín Soria: <http://ftpmirror.your.org/pub/wikimedia/images/wikipedia/commons/5/58/Teoria-Del-Arte.pdf>

Susz, P. (2005). *La diversidad asediada escritos sobre culturas y mundialización*. La Paz: Plural Editores.

Torres, A., Francisco, G., & Paradas, M. (2017). Financiamiento utilizado por las pequeñas y mediana empresas ferreteras. *Revista Electrónica CICAG*, XIV(2).

UniMOOC. (20 de Febrero de 2014). *Qué es un elevator pitch y cómo prepararlo en 4 pasos*. Obtenido de UniMOOC: <https://unimooc.com/que-es-un-elevator-pitch/>

Vaca, C. P. (Mayo de 2015). *Análisis de fuentes de financiamiento y su manejo en industrias culturales, con énfasis en producción cinematográfica en Ecuador, desde 2009 a 2014*. Obtenido de Repositorio Digital de la Universidad San Francisco de Quito: <http://repositorio.usfq.edu.ec/jspui/bitstream/23000/4860/1/120399.pdf>

Vera, M. (Agosto de 2010). *Finanzas*. Obtenido de Academia.edu:  
[https://www.academia.edu/6504675/UNIVERSIDAD\\_NACIONAL\\_DE\\_COLOMBIA\\_FACULTAD\\_DE\\_CIENCIAS\\_ECONOMICAS\\_MAESTRADA\\_EN\\_ADMINISTRACION\\_Guadalupe](https://www.academia.edu/6504675/UNIVERSIDAD_NACIONAL_DE_COLOMBIA_FACULTAD_DE_CIENCIAS_ECONOMICAS_MAESTRADA_EN_ADMINISTRACION_Guadalupe)  
ra\_el\_estudio\_del\_curso

Villalta, F., Almazán, J., & Andrades, V. (2013). Nuevas formas de financiación: Crowdfunding. En J. Pérez, *Industrias Audiovisuales: Producción y Consumo en el Siglo XXI* (págs. 68-88). Málaga.

Villeda, F. (Abril de 2016). *Análisis de la aplicación de herramientas de administración financiera en empresas Pyme*. Obtenido de Repositorio Institucional de la Universidad de El Salvador :  
<http://ri.ues.edu.sv/10262/1/Tesis%20Final%20FMVA%20110616%20COMPLETA.pdf>

Zamora, A. (Mayo de 2008). *Rentabilidad y ventaja comparativa: un análisis de los sistemas de producción de guayaba en el estado de Michoacán*. Obtenido de Eumed.net: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2011c/981/concepto%20de%20rentabilidad.html>

## **Apéndices**

### **Entrevista a Luis Avilés**

#### **Nombre, edad, ¿a qué se dedica?, trayectoria.**

Soy Luis Avilés, tengo 32 años, tengo el título de productor de televisión. Pero realmente solo trabajé en televisión un año, en RTS apenas me gradué. Y de ahí, he sido independiente. Es decir que tengo aproximadamente 10 años como independiente, porque Posvisual, como se llama mi productora, cumple 10 años a finales de este mes. Bueno, he elaborado dentro de la productora proyectos independientes de producción, de contenido, que han sido 3 cortometrajes: el primero que se llamó “Trans”, que fue una producción realmente del ITV, el segundo que fue “Móvil” que sí fue producción de Posvisual y el tercero que también “El fútbol del Cerro” fue producción de Posvisual. Y ahora que realizamos la película que se llama “Minuto Final”, que es mi primer largometraje; donde yo soy el productor ejecutivo, el guionista y director.

#### **¿Cómo considera el estado actual del cine en Guayaquil?**

Bueno, siento que el estado del cine guayaquileño es muy positivo. Veo muchos proyectos que se están llevando a cabo y que son proyectos que tratan de mostrar visiones diferentes, visiones innovadoras de lo que se ha visto antes del cine ecuatoriano. Es un cine también comercial y siento que es una mezcla de géneros que son tomados de otros lados, otros países, pero con cosas locales. Eso lo hace una mezcla muy interesante que siento que a la gente le va a gustar, le va a gustar mucho. Y bueno, también siento que todo este tiempo hemos estado esperando renacimientos y este surgimiento del cine guayaquileño, sobre todo.

Puede ser que por fin ya se dé, puede ser que después de haber propuestas que en este año se grabaron tres películas en Guayaquil. Entonces son muy buenas, muy positivos y esperanzadores de por fin ver que ya se hacen esas cosas. Y muy bueno que entre uno de esos proyectos esté mi película.

**Dentro de su experiencia, ¿cómo considera que es el proceso de financiamiento de una película?**

Bueno, el proceso de financiamiento ha tenido muchas dificultades. Y hablando en forma general, siento que la mayor dificultad es tratar de conseguir financiamiento para una industria que no está desarrollada, que es nueva prácticamente. A pesar que todo el mundo va al cine, todo el mundo consume, todo el mundo sabe de lo que pasa del cine, de Hollywood, o al menos tiene conocimiento; localmente como industria, como negocio, eso no existe. A pesar que como cineasta es mi pan de cada día, y desde que me empecé a formar investigo y lo tengo claro como negocio, es muy difícil mostrar eso a personas que no tienen experiencia y que tampoco hay casos referenciales de éxito con los cuales se pueda trabajar a nivel de financiamiento y que se vea rentable. Entonces siento que, por ese lado, es lo más difícil que he tenido en este proceso de financiamiento.

Puedo explicar un poco como ha sido el proceso. Empezamos con un *crowdfunding* que tuvo como objetivo llamar la atención internacionalmente. Llamar la atención al público inversionista de afuera. Por eso lo quisimos poner en una plataforma la más difundida a nivel mundial: Kickstarter e hicimos bastante prensa también internacional, tratamos de hacer comunicados de prensa en inglés y contactar a Pinas de afuera principalmente, más sumado al nacional. Yo sentía que

cuando hicimos ese proceso de crowdfunding de que era difícil alcanzar la meta. Sí tenía buenas esperanzas de alcanzar la meta, pero sabía que mi mejor ganancia iba a ser que las personas fueran conociendo el proyecto. Pero sí nos preparamos, ya en el camino ya con fecha de lanzamiento de la campaña, nos dimos cuenta que normalmente estas campañas se desarrollan con mucha más planificación y mucho más trabajo previo. Entonces, siento que tal vez algo por lo cual no funcionó al final el financiamiento por crowdfunding, fue mucho que ver con esto; y puede ser también que haya sido un proyecto que no estaba en la base, no estaba dentro de los países que por normalmente financian proyectos que son como: Estados Unidos, como los de Europa también. Entonces los resultados se vieron efectivamente con la prensa, recibimos mucha atención mediática internacional y nacional lo cual fue bueno. Sin embargo, no se cumplió con la meta que habíamos planteado. La meta era 30.000 y recaudamos 2.000, y Kickstarter no te la da si no llegas a la meta. También pudo haber sido estrategia poner una meta mucho más realista, menor; pero nos lazamos y ese fue el resultado.

Luego de eso, con todo el ruido que habíamos causado, pensábamos tener éxito con la empresa privada y con los fondos nacionales. Porque ahí esa fue nuestra primera participación en el CNCINE, sin embargo, no hubo respuesta positiva y empezamos a trabajar con la empresa privada a finales de ese año y a inicios del siguiente. Estamos hablando de 6 meses que empezaron desde noviembre hasta abril de ese año. Desde esos meses lo que nos decían las empresas privadas, adicional de la incertidumbre o desconocimiento de las personas que te reciben sobre la industria cinematográfica, también nos decían como la situación se está poniendo difícil, hay una crisis, se están haciendo recortes por todos lados; que luego sí se hizo efectiva. Al principio del 2016, sí ya se empezó a sentir esa crisis y

después vino el terremoto. De hecho, yo estaba empezando a conseguir canjes, que es la parte más fuerte de mi proyecto, y se cayeron; no había forma de sacar absolutamente nada después del terremoto. Incluso consideré abandonar el proyecto porque ya tenía muerto meses antes del terremoto, y sabía que por el terremoto tenía meses muertos después de eso. Entonces ya era muchos meses de inactividad para un proyecto y a veces sí sentí como que ya no se podía hacer. Para esto, ya en enero decidí destinar inversión familiar y propia pero aun así no alcanzaba para rodar. Entonces ese fue el panorama del 2016, para finales de ese año participamos nuevamente en el CNCINE y no obtuvimos nada.

A finales del 2016, decidí hacer ciertos cambios a mi proyecto y proponerme objetivos, entre esos era: conseguir grabar en la ciudad, porque al inicio era grabar fuera de la ciudad y eso lo convertía en más costoso, y adicionalmente pedirles a las personas, que iban a grabar menos días y que iban a estar en la ciudad, un recorte en sus honorarios. Más eso, más conseguir el canje comida. Me planteé como objetivo grabar en el 2017. Entonces la gente aceptó recorte de su presupuesto y también logré, los primeros meses de enero y febrero, el canje de comida en el 100%, que eso está \$3.000 y \$4.000 aproximadamente. Más la co-producción de los drones, que también conseguí a una persona que tiene su productora que maneja drones que proporcionara el servicio de *drone* más su operador que proporcionara el servicio durante los 16 días de rodaje.

A principio de este año se implantó algo que unos lo llaman *crowdinvestment*, que realmente es llamar y convocar a la gente, no tanto que pongan dinero como aporte – como lo hace *crowdfunding* a cambio de pequeñas recompensas -, sino más bien que participen como una inversión a plazo fijo. Hice

esa convocatoria que si tuvo respuesta es muy mínima comparado a todo lo que costó la película pero que igualmente ayudó y aportó. Eso principalmente, siento que el mayor porcentaje de inversión es inversión propia, de ahí vendría lo que es equivalente a canje lo que se consiguió y de ahí el *crowdinvestment* lo que invirtió la gente.

**¿Cuánto tiempo aproximadamente se debe tener en consideración para la etapa de financiamiento de una película?**

Yo creo que debe ser un año total para conseguir el total para poder conseguir el financiamiento. Más que eso, siento que en lo que fallamos fue en la inexperiencia, – haciendo tu recuento – probé todas las formas de financiamiento. ¿Qué tenía de base, de experiencia? Si los otros proyectos que hemos visto en salas de cine han sido financiados por el CNCINE y con aporte internacionales, pero parten por el CNCINE y son películas que se llevan muchos años de procesos. Yo sentía que mi película no era para estar muchos años en financiamiento. Po eso sentía que debía tratar diferentes maneras para financiar, pero al mismo tiempo, la inexperiencia en cada una me hacía retrasarme. Bueno ahora que tengo más experiencia creo que iría más firme en eso, pero al mismo tiempo trataría otras formas de financiamiento más internacional y que va a tomar tiempo. Sí es complicado realmente, habría que pensar en eso, máximo uno a dos años para la parte de financiamiento. Ahora, para mí siento que lo ideal sería hacer una película que no sea muy costosa y que ganes en taquilla, y esa taquilla la reinviertas. Yo hablo como productor y productor ejecutivo, pero no sabría si ese es el caso de todos los cineastas y de todos los directores. Yo sí tengo esa visión de reinvertir porque soy el mismo productor ejecutivo, en otra situación no sé qué tan



recomendado sería. Yo lo veo así, que con las mismas ganancias de la primera podría hacerse la segunda y así sucesivamente; me convierto en una productora.

**¿Cuáles son las características que se debe considerar en un proyecto audiovisual para presentarle a un empresario o auspiciante para que participe en una película?**

Siento que tal vez si la gente de las empresas no domina mucho el negocio cinematográfico, que sí vean caras conocidas. El director también aporta mucho al ser una cara conocida. En mi caso no era así, pero tal vez si ya es una película que lleva un director que ya ha hecho muchas películas y se ha hecho conocido, eso aporta. Lo mismo con los actores, que eso sí traté que mi película tenga. Siento que la temática también ayuda y un video *teaser* para mostrarles de qué se trata al momento de presentarse a una empresa.

**¿Cuáles considera Ud. que son las falencias que se han tenido al momento de financiar una película?**

Siento que incluso actualmente tengo una falencia de estrategia del negocio. Tal vez mostrar cuánto impacto tendrá tu producto y marketearlo de esa manera: cuánta gente te va a ver, cuáles son los medios que vas a llegar, o sea, tratar de enfocar tu película como si fuera un producto audiovisual normal – un programa de televisión, como si fuera un programa de radio – de esa manera venderlo. Es la manera en la cual las empresas conocen cómo se comercializa. Entonces, siento que tal vez la industria cinematográfica tiene que verse de esa manera comercial. Una manera comercial, vendible, igual que los otros productos televisivos y de radio.

**¿Cuáles han sido las limitantes al momento de financiar sus proyectos?**

No sé si la crisis, a la final, era verdadera, sustancial y significativa al momento de pedir los recursos, justo en el momento en el cual yo estaba pidiendo; pero eso era lo que me decían. Siento que es algo medible, que las empresas estén pasando por un mal momento hacían que se detuvieran a pensar cualquier tipo de aporte. Justo en el momento que yo estaba pidiendo el financiamiento había esos inconvenientes, más el terremoto. Fue una gran limitante en ese momento.

**¿Cree Ud., que diseñando un modelo de financiamiento le puede servir de guía al momento de financiar una próxima película? ¿Por qué?**

Como dije anteriormente, siento que la inexperiencia se mejora con el estudio, entonces una guía o algo que compile la experiencia de otros cineastas podría ayudarnos en mi siguiente proyecto. No sólo eso, debería haber una empresa o un ente que se dedique sólo a eso. Por mi parte trato de transmitir mi experiencia porque sé que eso va ayudar a otros, y espero que por otros lados también transmitan eso. Y son cosas que no existen localmente porque no se han hecho, y si van a estudiar afuera no sirve localmente porque son cosas que aquí no se han hecho, no van a funcionar aquí. Sólo la idea es diferente de un país a otro, de una ciudad a otra también es diferente. Siento que sí es bueno hablar de esto localmente. Y en buena hora que se estén haciendo cosas porque ni si quiera podríamos hablar de esto, si no se hubiera podido hacer.

## **Entrevista a Jandry García y Jhony Obando**

### **Nombre, edad, ¿a qué se dedica?, trayectoria.**

Jandry: Soy Jandry García, 30 años, soy docente universitario. Trabajo en dos universidades: Universidad de Guayaquil en la Facultad de Comunicación Social como docente de cine, y trabajo también en la Espol - Escuela Politécnica del Litoral - como profesor de comunicación. Y en el área audiovisual estoy trabajando en Rencer Films junto a Jhony Obando y nuestro trabajo más reciente es Nice Guy Julio en el cual colaboré, no solamente como actor, sino también como productor ejecutivo. Actualmente sigo una maestría en creación de guiones audiovisuales en la UNIR – Universidad Internacional de la Rioja.

Jhony: Si vamos a hablar del tema de producción ejecutiva, en esa área podría decir que lo hemos hecho en forma empírica porque realmente eso tocó, porque en el cine independiente a veces se tiene que valer de esas herramientas. Yo estudié arte y cine, más nada empresarial.

### **¿Cómo considera el estado actual del cine en Guayaquil?**

Jandry: Se hace lo que se puede. Y lo que se puede en comparación con lo que se podría hacer no es mucho. Y hablando específicamente de Guayaquil, tenemos muchas cosas en contra como, por ejemplo: ahora que justo conversábamos con Jhony y de hecho estábamos trabajando en el asunto de participar en el ICCA para fondos. Es complicado porque el dinero que se destina para el cine es muy poco, y tras colmo que es muy poco, es para todo el país. No es un secreto que siempre ha existido el regionalismo y siempre se queda en la región Sierra. Y es muy complicado para la región Costa se den muchas facilidades o

aperturas, porque siempre se ha considerado como gente culta a la Sierra y no a la Costa. Entonces tenemos ese contra y mucho. Aparte, no hay una cultura cinematográfica aquí en Guayaquil; es decir, se puede hablar mucho más de cine en cualquier lugar de la Sierra que en la Costa. Es muy poco lo que se ve, y eso tampoco ayuda a que se abran estos espacios y lo poco que se logra hacer. A mucha gente se le habla y no entienden de lo que se está hablando: “¡ah, hiciste una película! ¡Qué lindo!”, pero no saben todo lo que conllevan. Entonces “¿y dónde compro el CD? ¿Y cuándo sale? ¿Ya salió en el cine?” y todo lo demás, pero no tienen idea de todo lo que cuesta sacar una película al mercado, como quien dice.

**Dentro de su experiencia, ¿cómo considera que es el proceso de financiamiento de una película?**

Jandry: Depende cómo lo veamos. Porque si lo vemos por el lado del productor no debería demorarnos eso más de un semestre en armar todo y conseguir, e incluso hasta la distribución. Pero si vemos la situación real del poco apoyo que hay, nos podemos tardar uno o dos años, infinito; porque eso va a depender que consigamos a alguien que realmente se interese en este tipo de proyectos, que crea en este tipo de proyectos y que lo aplique. Porque nuestra ciudadanía está tan acostumbrada a ver cine comercial, y en caso de nosotros que es cine independiente, busca la rentabilidad. No es que “vamos a dar la oportunidad a este que es un buen trabajo, un proyecto y creo en ustedes”, sino que “qué hay a cambio de”.

**¿Cuánto tiempo aproximadamente se debe tener en consideración para la etapa de financiamiento de una película?**

Jhony: (En referencia a Nice Guy Julio) En realidad son fondos nuestros, nosotros somos los inversionistas realmente de la película, los tres, entonces es una cuestión independiente laboral. En mi caso, el mismo de La Ruta del Sol. Otros trabajos por los cuales se logró ciertos fondos, cada quien vio cómo guardó, cómo ahorró, cómo separó e invirtió en la película en esa forma. No hicimos ningún plan específico para mostrárselo a ningún inversionista, y que este inversionista ponga plata en la película. El único proceso que Nice Guy Julio va a experimentar en temas de petición de apoyo económico es la participación que ya Jandry decía con el ICCA en promoción y estreno. Entonces es el único que sufriría hasta el momento, y si se da la oportunidad, esa plata es para que la película llegue a la mayor cantidad de salas posibles; y si se puede a algún festival que sea aceptado a nivel internacional, puede representar la película afuera. Pero el resto, la película se produjo con nuestra propia plata, desde sus inicios y sus procesos de pre-producción, producción y post-producción hasta la premiere privada que se realizó fue con dinero nuestro totalmente. Sin presentar nada a nadie, sin hacer nada empresarial.

Jandry: Podría comentar como anécdota a lo que comentaba Johny, es que de hecho yo ni si quiera estaba en la lista de productores; o sea, todo fue que hablando con Jhony del proyecto me presentó el guion, leí el guion, me gustó mucho la historia y entonces le dije “esto está buenísimo, esto debe salir”. Entonces ahí hablamos sobre la cuestión de recursos, que no había los suficientes recursos y por eso no se había podido plantear una fecha específica para cuándo se puede grabar. Entonces yo le dije “sabes qué yo me quiero involucrar en esto, no solamente como

actor, sino que me gustaría poder aportar en la película”, yo le indiqué que tenía un dinero ahorrado y que realmente no le tenía ningún fin, me parece demasiado bueno y que creo perennemente que esto va a dar dinero, “vamos yo confío en el proyecto, vamos ganamos o perdemos, pero más ganar que perder”. Así fue. Creo que con parte de ese dinero fue que se hizo el rodaje, porque ya se había invertido en otros aspectos. Y, además, aún falta mucho por invertir, sobre todo ahora en la distribución porque se ha hecho tanto esfuerzo para grabar esta película y dejarlo solamente allí sin poder encontrar la mayor cantidad de salas posibles para poder proyectarla; no es esa la idea, sino que se conozca.

**En esta experiencia de ya invertir ¿cómo te sientes? ¿Qué tan difícil crees que es esa parte de financiamiento para otros productores que, en este caso, a ti te convenció de una el guion, pero hay otros productores que no logran el financiamiento con solo el guion? ¿Qué crees que es lo más difícil para poder financiar?**

Jhony: Convicciones, cuáles son las convicciones de las personas. Porque, por ejemplo, yo vengo teniendo un proceso anterior, no solamente en cine, sino en otras áreas del arte: yo llegué a tener una academia de arte que se llamaba Valorarte como hace 8 años atrás que enseñaba música, danza, teatro y pintura; y lo triste del caso es que mucha gente se emociona y quiere hacer arte, pero no se emociona de igual modo cuando saben que esto cuesta y toca pagar. Entonces llegó un momento en mi academia en la que, al profesor, por ejemplo, de pintura tenía que pagarle de mi sueldo, de mi trabajo aparte poderlo sostener, y llegó un momento en que tuve que tomar la triste decisión de decir “hasta aquí, no va más”, porque incluso yo becaba a chicos que eran muy buenos en cualquier de estas áreas del arte. Sin

embargo, también tuve la visión desde allí que puede ser que existamos artistas, gente que tiene un nivel de cultura muy alta y que conoce, pero si no hay suficientes personas que la consuman – porque, por ejemplo, la idea de mi academia no era solamente crear artistas, sino consumidores de arte – yo creo que es eso lo que nos hace falta también. Porque artistas hay muchos, pero consumidores de arte son los que no hay. Entonces si hablamos del tema de producción, productores puede haber muchos, pero interesados en culturizar a la gente y que lo hagan por esa convicción de querer que el arte en nuestro país, el cine en nuestro país mejore, es lo que no creo que hay. Sólo se piensa en el dinero por encima de cualquier otra cosa. Para mí es un tema de cultura, más allá de financiamiento, porque hay gente que puede financiar.

**¿Cuáles han sido las limitantes al momento de financiar sus proyectos?**

Jhony: Yo diría que la naturaleza del proyecto, desde su concepción original, nunca fue la idea hacer como toda una preparación empresarial ejecutiva para presentar. Entonces como nunca fue la idea esa, todo lo que se pudo lograr fue totalmente bienvenido. Dentro de ese marco, limitantes como tal no podría decirte que nosotros hicimos todo un plan, una estrategia y al momento de presentarla la llevamos a ciertos lugares y nos encontramos con ciertas problemáticas, con ciertas limitantes o estos obstáculos porque realmente no hubo.

Todo fue a favor, de hecho, el proyecto nació con los chicos que crearon la parte técnica, porque desde el punto de vista de ellos - como técnicos estudiantes de la Espol de último semestre de audiovisuales - y desde mi punto de vista - haciendo una película por primera vez en Ecuador - lo que queríamos era la alianza

y fusionar, ellos que por el tema de graduarse necesitaban el material para su reel y yo quería tener una película en cines. Entonces yo les dije “chicos tengo un guion y es súper sencillo de realizar realmente una sola locación, por ahí estoy considerando hacer un par de locaciones fuera para que el espectador salga un poquito de ese círculo y disfrute de otros paisajes, otros panoramas. Entonces si quieren hacemos esto y la hacemos por medio de alianzas y lo que yo propongo es que, a los actores, como no hay cómo pagarles, les ofrezcamos un porcentaje en el tema de ventas porque yo como actor también he trabajado en proyectos así “, se me ocurrió y tomamos esa decisión. Empecé a contactar un par de actores y como vi que la respuesta era positiva, nos fuimos por esa línea. Pero no todos, ahí encontramos la primera limitante, que no todos los actores aceptaron esa propuesta; querían plata allí. De hecho, mucha gente, como era algo independiente y la plata no iba a ser grande – como unos \$100 o \$200 por día – decían “yo lo hago y me pagas tanto al terminar de rodaje, no dos semanas después ni nada por el estilo”. Entonces por ahí un par de actores no pudieron por ese tema.

De pronto, otro limitante es que como la naturaleza del proyecto es esta que te comenté, tal vez nos hicieron falta un par de recursos técnicos porque la plata que se pudo conseguir fue para la logística: alimentación, props que se necesitó bastante, transportación y todo ese movimiento logístico que hay que darlo allí y presentarse allí. Entonces sí compramos un par de cosas, detalles, baterías, un lente específico que pidió el director de fotografía, esas cositas. De pronto a mí como director me hubiese gustado más juguetes, más luces, bueno ahí ya tenemos una siguiente limitante.



Ya en tema de post-producción también otro limitante fue que no se pudo conseguir, ni tampoco se buscó trabajar con mega estrellas de la post-producción por el tema del color. De hecho, el sonidista, Pablo Encalada, que nos hizo el sonido directo, vio la película en su primer premiere privada entonces él mismo propuso apoyar el proyecto haciendo el diseño de sonido como aporte o apoyo. Siente que, en el tema de diseño del sonido, la mezcla de sonido, siente que los personajes cuando hablan demasiado alto hay un desequilibrio. Pero bueno quiere apoyar el proyecto desde ese punto de vista. Entonces yo limitantes realmente fuertes no es que pueda nombrar, como nació un proyecto para hacer cine sin un solo dólar más bien con los recursos que se iban encontrando, ya todo eso es algo a favor.

Jandry: A eso me refería con convicción. Porque, por ejemplo, la actitud de Pablo Encalada con lo del sonido es lo que queremos, la gente convencida que más allá del tema del dinero es que quede algo bien hecho por bien del mismo proyecto. Obviamente, es su marca como sonidista y que también es una muestra de cine ecuatoriano por encima de todo y tiene que quedar bien hecho.

Jhony: Eso es muy bueno que él haya decidido aportar de esa forma porque al inicio sí habíamos decidido que él haga el diseño de sonido y sí habíamos hablado de precio; pero cuando ya llegó la post-producción yo le dije “Pablo no hay plata y yo en realidad la voy a terminar haciendo porque no hay de dónde sacar” y no hablamos más del tema. Hasta que él vio la película, y cuando vio la película es que él se convenció en lograr este apoyo.

**¿Se podría decir que ese fue su especie de pitch para que Pablo sea un inversionista más del proyecto?**

Jhony: Por supuesto podría ser, porque él quiere aportar desde esa forma y tendríamos simplemente que concretarlo. Tenemos que concretarlo y definirlo, porque en el tema de sonido directo en los días de producción sí hubo un pago que lo él solicitó y debemos concretar porque él me escribió un email y me pidió que termine no más el tema de la Dama Tapada.

**¿Cree Ud., que diseñando un modelo de financiamiento le puede servir de guía al momento de financiar una próxima película? ¿Por qué?**

Jandry: Eso es un rotundo, por supuesto que sí. Porque como hablábamos anteriormente nosotros nos preparamos en el área artística, somos unos creativos de primera, pero de allí en la parte administrativa y financiera como dicen por allí “uno se hace artista porque no le gustan los números”. Pero en el fondo no es cierto, es simplemente que nos apasiona más la parte creativa que la parte financiera y como que consideramos que siempre puede haber personas que se encarguen de eso. Pero lo cierto es que uno debe ser íntegro, debe ser un profesional integral que debería conocer realmente de todo y debería haber ya un plan administrativo para conseguir recursos un poco más sencillos, sería una luz a seguir, un modelo a seguir – “esto es lo que debemos hacer, así es como se deber hacer” – y ya no nos preocupamos tanto o al menos no nos quedamos los brazos cruzados esperando que llegue alguien que se apiade de nosotros y que lo haga. Entonces sí, estoy totalmente de acuerdo que eso ayudaría muchísimo para nuestros proyectos.

Jhony: A mí me parece fascinante, que va a ser un avance. Nos va a ayudar a caminar con pasos más firmes, pasos de gigantes prácticamente, el modelo va a ayudar muchísimo a todos. Mi respuesta la reafirmo ahora totalmente.

### **Entrevista a Alberto Pablo Rivera**

#### **Nombre, edad, ¿a qué se dedica?, trayectoria.**

Bueno tengo 32 años y soy actor y productor me dedico a todo lo que tenga que ver con esas 3 actividades como actor director o productor en cine y en teatro que es en lo que me estoy moviendo ahora ultimo también tengo *background* en televisión, no como director en televisión, mas como productor, pero son las 3 áreas en las que me muevo normalmente,

#### **¿Cómo considera el estado actual del cine en Guayaquil?**

El cine en Guayaquil ahorita tiene un auge, ha crecido bastantísimo sobretodo en este último año, este año se han grabado 3 o 4 películas han filmado este año claro Montevideo es una película de Quito que igual se filmó acá, por último en lo que tengo entendido se han hecho solamente 4 películas en casi 55 años de historia de cine en Guayaquil entonces prácticamente se ha duplicado ese número en un año, entonces creo que está empezando una nueva fase o un nuevo tiempo para el cine guayaquileño, para bien.

**Dentro de su experiencia, ¿cómo considera que es el proceso de financiamiento de una película?**

Pienso que es la etapa más oscura, mas como de misterio, esa es la etapa que ninguna universidad te prepara, la universidad te prepara para hacer un proyecto ya teniendo los recursos pero no te dice mira como consigues los recursos, entonces es como una etapa mucho de experimentación de le funcionó a fulanito, le funcionó a este de aquí, el compañero de acá me recomendó que haga lo de acá, estamos todavía en todas las películas en la etapa de seguir experimentando cual es el camino cierto, lo que le funcionó al de por aquí no le funcionó al de acá, todos los proyectos son de diferente naturaleza con diferentes objetivos, entonces creo que va a tomar un poco más de años tomar un camino real y certero por financiar las películas, que no sean financiadas 100% por el Estado, igual las que son financiadas por el Estado no todas han hecho exactamente lo mismo para conseguir ese objetivo, lo han conseguido entonces no hay ciencia cierta para eso aun.

**¿Cuánto tiempo aproximadamente se debe tener en consideración para la etapa de financiamiento de una película?**

Hay dos tiempos el tiempo estándar actual del cine ecuatoriano es como de un año entre 9 meses y 12 meses, desde que este productor ejecutivo decide brincar en ese proyecto a darle el guion y decir esto está valido, esto vamos a hacer, yo lo levanto, yo me encargo, firmamos un contrato o firmemos un contrato verbal yo me comprometo y lo hago es casi un año el actual de los proyectos que conozco pero lo ideal sería en etapas utópicas más adelante poder hacerlo en 4 meses porque si lo hacemos en 4 meses ahorras muchísimo el tiempo de producción, estamos hablando

que una película puede nacer y estrenar en un periodo de dos años, porque desde que nace y digamos que el director ejecutivo quiere una primera versión del guion empieza a levantar los fondos con esa primera versión del guion más un *teaser* a mano en esos 4 meses, ese guion puede madurar entonces hasta que el termina con su financiamiento en esos 4 meses ya puede inmediatamente empezar la preproducción de largo y en dos años estaría lista la película que eso era lo utópico, pero los proyectos que conocemos han tomado más años 3, 4, algunos 5 años son los tiempos estándar pero lo ideal para costo beneficio y poder hacer más proyectos todavía en la zona general del país debería ser desde que nace hasta que se estrena dos años, para eso ya corresponde a 4 meses la etapa ejecutiva pero todavía estamos en eso, es que es muy difícil igual conseguir plata en 4 meses pero debería ser lo utópico lo cual deberíamos apuntar.

**¿Cuáles son las características que se debe considerar en un proyecto audiovisual para presentarle a un empresario o auspiciante para que participe en una película?**

Depende, porque son diferentes lineamientos para los fondos concursables en el Estado, se debe hacer un poco de *background* en este caso estamos con el ICCA ya no con el CNCine entonces uno es que sea más transparente el proceso de selección del ICCA y saber qué necesitan, qué películas van a premiar con este fondo, corresponde a cuales pueden aplicar a estos fondos y por lo que tengo entendido muchos proyectos los construyen alrededor de quien los va a financiar, se tiene en claro que el norte va a ser el Estado entonces construyen sus guiones sus escenas alrededor de cuál es la temática que el Estado sí financiaría, entonces esto se construye alrededor del súper lado de la empresa privada igual yo más me he

movido por el lado de la empresa privada, algo que aprendí fue que un proyecto tiene que ser más como familiar más *clean* mas todo público en que cualquier marca así sea una marca para niños para adultos no importa no tenga ningún problema en financiarla y ponerle su logo ahí, eso es lo que nosotros estamos invirtiendo, qué gastaríamos en un comercial de televisión... en que siempre vamos a tener más rentabilidad con este proyecto que lo que gastamos en poco tiempo de duración de pantalla en un comercial entonces es según el lineamiento, tampoco hay ciencia cierta para eso pero recién estamos en la etapa de experimentación pero lo que está claro es decidir es algo para financiación de Estado prácticamente el camino que se decide para financiarlo es lo que un poco determina las características del proyecto.

En sexy montaña lo que hice fue una especie de *copy paste* de una serie de televisión que hicimos un piloto con unos amigos, lo financiamos nosotros, lo producimos nosotros lo presentamos a un canal, lo compró y entendimos un poco más de la parte del financiamiento y en la compra venta, qué se muestra en un piloto, qué no se muestra etc., cuando decidí independizarme y hacerlo y copiarlo, para película hice exactamente lo mismo, hacer un piloto, mostrarlo socializarlo, obviamente lo que más había era resistencia lo más fácil era encontrar un NO, lo que menos encuentras es un SI, y de esos pocos si llegar a recibir un cheque ya es otro tipo de proceso entonces lo que hice fue primero un juego numérico es de cada 20 reuniones una te dirá si y de esas si tratar de llegar lo más lejos si es posible hasta que te digan finalmente NO pero entenderás porque te dijeron no cuando te dijeron si inicialmente, entonces son etapas que corregir, entonces hasta que ya consigues el sí final que ya el sí final es un poco intimidante porque tengo una reunión con un bufete de abogados te explica un poco los términos el por qué te damos la plata, cuándo te damos, cuánto es el desembolso etc. pero ese es más o menos el camino

mientras más reuniones tienes más personas les muestras puedes ir incluso editando ese piloto, ese *teaser* para mejorar un proceso un poco más comercial porque finalmente siempre las empresas privadas tienen que ir por un camino comercial.

Hay varias por ejemplo uno es como es un aspecto audiovisual como un proyecto audiovisual tiene que ser muy visual lo que estas mostrando la pieza visual, puede que tu solamente lleves una foto y con esa foto hagas toda la venta obviamente ayuda más que sea un video que este bien producido porque el productor ejecutivo potencial o el inversionista potencial, la marca, no van a poder imaginarse nada de hecho su trabajo no es imaginarse nada darle todo un poco más masticado, entonces el piloto tiene que estar o sea no obviamente a la par de lo que va a ser el final porque vas con otro financiamiento, va con un proceso más largo tiene que ser algo similar para que puedan imaginarse cómo va a quedar el producto final, entonces llevar un pieza audiovisual es súper importante; algo que muchos consideran que es muy importante es el guion para la reunión y realmente es una pérdida de tiempo porque el guion tal vez no está en la fase final esto es un corto no esperemos que el guion esté en la fase final para ir a vender la historia de la idea porque eso es algo que se puede ir avanzando paralelamente al levantamiento de fondos, ningún empresario en la historia va a leer un guion y decir okey excelente me encanta a menos que te topes con un escritor frustrado que se va a poner a imaginar toda la historia y nadie tiene tiempo, hay personas que no tienen tiempo para leer un documento de 2 Páginas peor van a leer un guion de 90 Páginas, entonces no hacemos la venta en el guion sino en la parte visual como vender la táctica; y algo más importante que eso todavía es la actitud en la que vamos, muchas veces los artistas pensamos que los empresarios porque tienen plata nos deben algo y debemos ir toc toc toc denme plata y no necesariamente es así, entonces cuando

vamos con la actitud de me debes algo dame plata, o casi como ellos lo ven nos vendemos como que estuviéramos pidiendo caridad soy artista dame plata, esa estrategia nunca funciona, la actitud que deberíamos tener porque somos tan cancheros tan profesionales, tan seguros de nuestros productos funcione y va a vender que ellos compren nuestra personalidad, nuestra personalidad debe estar por encima del producto si ellos nos dicen un sí, es porque nos están comprando a nosotros como personas, porque los seres humanos no compramos objetos, no compramos un vaso, un celular, compramos a la persona que nos ofrece ese producto confió en él le creo a él por ende el producto debe estar... vendernos a nosotros mismos como artistas y que el producto casi quede en lo secundario confían en nosotros por eso quieren darnos, esa preparación y no pedir caridad, llevar una serie de propuestas qué ofrecer a cambio de este proyecto lo ven de otra manera, están acostumbrados a gente que les pide plata de diferentes profesiones, entonces dicen okey este es alguien que no nos viene a pedir plata, viene a ofrecer una oportunidad de negocio y ahí cambia totalmente la dinámica de la reunión eso creo que es algo que se debe tomar en cuenta.

### **¿Cuáles han sido las limitantes al momento de financiar sus proyectos?**

Las limitantes eran en lo personal que se me estaban acabando los ahorros entonces yo renuncié a un trabajo seguro para aventurarme en ese proyecto y yo tenía una cantidad x en ese momento financiado porque invertí una cantidad de dinero de mi bolsillo y otra cantidad que sostenerme para mis gastos básicos de cada mes hasta que consiga el financiamiento y todo era presión, cuando ya se me estaba acabando el dinero que había ahorrado y estimado para la parte de desarrollo del proyecto fue cuando más creativo me puse, fue cuando menos me importaban



los números, más me importaban las reuniones, numéricamente vencer los obstáculos, y solamente reuniones en el mundo empresarial ya se conocía el proyecto a veces llegaba a una reunión y solamente decía el título de la película y me decían ah sí eh escuchado este proyecto pero cuéntame, y yo era como si ya había visitado un amigo o sea entre empresas ellos conversan y dame todo el proyecto entonces involucrarme o no, tú conoces que te reciben de otra manera y puede que le interese más el proyecto porque el amigo que le recomendó el proyecto o sea lo ve como algo muy importante, entre más empresarios visites, mientras más opciones tengas, más probabilidades tienes de conseguirlo y el primer obstáculo es primero que te reciban si no te reciben harías un NO de inmediato, si te recibe por lo menos tienes una apertura para que sepan de que se trata por curiosidad, mientras más reuniones tienes más oportunidades de conseguir SI potenciales.

Algo que parece pequeño que termina siendo alguna especie de línea grafica dentro de la presentación del proyecto pueden ver algún tipo de colores predominantes en la presentación para el punto la herramienta que uses, en el video la tipografía del video si hay una especie de pre afiche ese tipo de cosas impresionan a los empresarios porque están acostumbrados de una u otra forma a manejar un departamento de marketing, están acostumbrados a pedir ciertos estándares dentro de su compañía de cómo manejarse el marketing y la publicidad de su empresa entonces si tiene noción por lo menos de eso así no sepan de cine, no sepan de actores pero si de colores, si de diseños atractivos con un logo muy básico ya cerraste prácticamente la reunión y van a decir no esto no tiene cara de ser profesional, así que si es importante invertir en lo que es logo tipografía que tal vez ni cueste mucho , te cuesta más la persona que tenga más clara esa parte y eso también hay que recordar como productores ejecutivos no podemos ser todólogos,

ser todólogos por encima de la versión macro cada especificación técnica necesitamos un experto en cada área entonces si necesitamos juntarnos con alguien que nos ayude a pulir la presentación es necesario, no debemos nosotros hacer en Word nada, hacer algo bien armado que venda profesionalismo, se van a dar cuenta ellos solamente con el formato del documento se va a dar cuenta de que es alguien que tiene más experiencia así nosotros la tengamos, pero es alguien que metemos al proyecto que nos ayuda que la imagen del proyecto es algo que ya ha tenido más revisiones.

**¿Cree Ud., que diseñando un modelo de financiamiento le puede servir de guía al momento de financiar una próxima película? ¿Por qué?**

Totalmente, como explicaba anteriormente estamos en la etapa de entender cuál es ese modelo y el primero que funcione y siempre hago la metáfora estamos en la tierra de nadie del viejo oeste, el primero que golpea petróleo, todos me van a preguntar oye como hiciste eso, y ese básicamente va a ser el modelo a seguir por 5, 10 años hasta que ese modelo cambie, hasta que las tendencias cambien, hasta que todo cambie finalmente, tenemos que entender que en los negocios y en el arte por la parte de dirección ejecutiva el negocio del arte es una variable que cambia tan rápido como las tendencias puede ser cada año cada lustro cada 5 años tenemos que estar al día entonces lo que le funcionó a ratas ratones y rateros en el 99 no va a funcionar en el 2017, lo que funcionó en el 2005 no va a funcionar ahora o en el 2018 entonces tenemos que estar como al día de que cual es la tendencia, cuáles son los intereses antes de visitar una empresa, cuáles son las falencias en comunicación de ellos para algo que nosotros tal vez podamos ayudarlos y darle solución a cambio de que inviertan en este proyecto, entonces también una forma

de intercambio moneda es nuestras habilidades nuestras herramientas ponerlas al servicio de quien estamos pidiendo financiamiento para que sea como un intercambio más fluido.

Primero investigue el campo cuanto era lo máximo me fui al revés en vez de empezar a hacer un presupuesto de cuánto cuesta la película me fui al revés me fui al final es como agarrar un libro y esta es la última página en los agradecimientos y los créditos y en la última página del cine ecuatoriano estaba viendo que ninguna película había obtenido más de 100.000 o 200.000 dólares de ganancias sin importar el presupuesto así sea una película de un millón de dólares o 300.00 mil de 500.000, 600.000 que más o menos esas eran las variables, el promedio era 400.000 nunca ninguna llegaba más allá de 100.000 o 200.000 en promedio entonces dije tal vez este número es interesante por algo debe decir algo este número tal vez ese es el tope para el mercado actual que una película puede recaudar, entonces dije: es importante que la película no pase de ese número en su presupuesto global, entonces a raíz de eso sabiendo cual era el tope de ganancias porque siempre lo vi como un negocio construí una historia y una forma técnica por eso es que es documental falso entre otras decisiones artísticas de cómo contar una historia dentro de ese modelo por decirlo así, un semi modelo, entonces sabiendo cuál era el tope que podía obtener en ganancias sabía cuál era el tope qué debía costar, así podía firmar un contrato con inversionistas para más o menos igual todo es incierto pero más o menos poder ofrecerles cual sería el retorno sabiendo cual era la inversión la mitad del posible retorno entonces de esa manera no me ponía la soga al cuello sino que si tenía un norte un poquito más claro sin salirme de los números reales del país, entonces de esa manera jugué con esa figura 100.000 dólares que debía costar la película y empecé a revisar todas las áreas y para tal departamento se puede

asignar tanto, para tal departamento se puede asignar tanto y cuando ya fui jugando con los números vi que era un proyecto pequeño me di cuenta que si alcanzaba para todas las áreas y de esa forma se pudo hacer de manera orgánica sin que falte el financiamiento en ningún área ni en ninguna etapa creo que por eso se pudo grabar y estrenar prácticamente en el mismo año porque hubo el financiamiento desde el comienzo, entonces pudimos trabajar más rápido.

### **¿El presupuesto de cuánto fue y tuviste retorno de inversión?**

El presupuesto fue de 100.000 para la película eso fue lo que costó, costo 98 ya 100 redondeando un presupuesto aparte que siempre se consideró en el contrato pero como algo aparte no en el global invertimos 50.000 dólares en publicidad y en marketing que lo hicimos con una estrategia súper inteligente por ejemplo una de ellas fue que contratamos una empresa de marketing de Argentina entonces el dólar traducido a pesos era muchísimo más, era como que gastamos 25.000 dólares en esta agencia de publicidad de Argentina realmente era como haber gastado 75.000 dólares aquí en Ecuador porque hicieron maravillas con el presupuesto que le dimos, el otro presupuesto restante se invirtió en relaciones públicas, en gira de medios, en un lanzamiento, en pauta para redes sociales, era la primera vez que yo me involucraba en pautar en YouTube porque sabía que se podía pautar en Facebook y en Instagram pero no sabía que podíamos pautar en google aparte en YouTube, Google en el sentido de que incluso se está jugando Angry Birds te sale la publicidad dentro del juego ósea así de inversivo es ese mundo y eso fue bastante interesante y se lo pudo hacer con mucho más dinero, invertimos en TV Cable que nos salía muchísimo más barato por el target y grupo objetivo, salía en tráiler después de los simpsons, después de two and a half men, etc., entonces ese fue

como un presupuesto aparte y se recuperó en inversión y hubo ganancias por un discloser que tenemos en contrato no se puede hablar de cantidades exactas pero si se pudo recuperar en parte gracias a la publicidad que se hizo que mucha gente se enteró y aparte porque nunca me salí de la línea por decirlo así, si estamos dibujando algo al no salirte de la línea saber cuál es el tope del público y de ganancias que puedes llegar entonces ya sabes la cantidad que deberías invertir entonces más o menos basándonos en esas líneas si se pudo lograr el objetivo que queríamos, una era posesionarla y la otra era poder tener ganancias y retorno.

### **Entrevista a Christian Rojas**

#### **Cuéntame un poco sobre tu edad, tu trayectoria y a qué te dedicas.**

Bueno tengo 27 años, soy productor y realizador audiovisual, vengo haciendo cine aproximadamente desde hace 10 años, cuando tenía 17 empecé a involucrarme en el mundo del cine de manera profesional en mi ciudad, Loja, yo nací en Quito, pero por temas de la vida, viví en Cuenca y en Loja y eso me ayudo a conocer diferentes ámbitos y explorarme a mí mismo, con respecto al tema de la trayectoria empecé con algunos cortos, talleres y después empecé con algunos largometrajes de José Paul Moreira, “Atrápen al Santo” el cual fue el ganador del Primer Fondo Concursables durante el Gobierno de Rafael Correa, ganó el fondo de producción, la película se filmó y su estreno fue en el 2008, después “Saraguro, historia con sangre inca”, donde ya fue una producción un poco más grande, en la anterior película yo inicié como asistente de producción, después me quede de planta en la productora y pasamos a desarrollar el proyecto Saraguro, donde directamente fui director de fotografía, para ese entonces ya en el 2010, cuando se estrena esta peli, se abrieron otras más puertas, tuve la oportunidad de involucrarme

más en el ámbito de producción, produciendo cortometrajes de amigos, pequeños, pero después se me dio la oportunidad de formar parte de un canal, 13 Plus, formado por algunos socios, en los cuales yo fui productor de planta del canal, y eso también me ayudó mucho a estar en el ámbito en cuestión de negocios, pautas, y abriéndome camino, sucesivamente realicé 2 cortometrajes míos, en esa época, a base del taller Ojo al Sur dictado por Rubén Torres, quien estudió en la Escuela San Antonio de los Baños, me ayudó a abrirme a mercados internacionales; con el primer corto logramos quedar en el segundo lugar del Festival de Londres, un festival pequeño de cine erótico, y el segundo fue que me llevó a Manabí Profundo que me llevo a ganar un Máster Class con Lissandra Rivera, y fue donde me llegó el bichito de la producción, y para ya el 2012 anterior iniciamos con el proyecto “Virgen del Cisne” donde ya fui productor general y fue mi primer largo como productor, después de esta peli, produje un documental, en una con producción con España, con la ciudad de Málaga, la Cruz Roja y el ayuntamiento de Málaga, en el cual también tuvo su distribución en canales españoles, después ya tuve la oportunidad de venir a Guayaquil con el tema de la Universidad de las Artes, siempre lo principal para mí fue entablarme en una educación para cine, no en otras carreras, estuve estudiando Ingeniería en Sistemas, en el exterior y me salí a un año de terminar porque realmente no era lo mío, alterno a eso estaba estudiando dirección teatral, y bueno iba por el ámbito, hasta cuando tuve la oportunidad de estar en un gran rodaje de Fox, en Bolivia, aproximadamente en el 2005, el proyecto American Visa, me llegó, me gusto y me dije, esto es lo mío, ya en Guayaquil, empecé con Fernando Mieles, con la película, Persistencia, en la cual ganamos el fondo de distribución del Consejo Nacional de Cinematografía, para la promoción y el estreno de su documental, que trata sobre la Antártida, a su vez hice el levantamiento de la

película “Pacha” de Juan Sebastián Oviedo, que va a ser su opera prima, a la vez estaba produciendo un corto de ciencia ficción llamado “Kanun” alterno a la universidad, por suerte pudimos entrar en negociaciones y así se dio este proyecto, también más adelante gracias al marco del Festival Internacional de Guayaquil, en la sección de Cine en construcción, pude conocer a Josué Miranda y a Michelle Prendes, que estaban con el proyecto de La Dama Tapada, por esas fechas yo postulé por el programa de Ibermedia a un mercado de negocios en el Cenavit en Bolivia y salí elegido, aparte iba a ir un rally donde nos seleccionaron a 20 jóvenes de Latinoamérica para poder filmar allá, yo iba como productor y tuve la oportunidad de filmar entre las fronteras de Bolivia y Brasil, hicimos un cortometraje, tuve la oportunidad de trabajar con el actor principal de “Estación Central” que fue una película que llegó para los Óscares, fue una experiencia muy grata y aparte se dio el tema del mercado, ahí pude estrechar negociaciones con más de 15 productores diferentes del mundo, entre ellos el productor de “Abu Dhabi Films” también del “Talent Campus” de Berlín, el de Sundance, con el Global, La Muestra Internacional de Cine de São Paulo y Ventana Sur, llevé a presentar “Pacha”, el proyecto de Josué Miranda, “La Dama Tapada” y también llevé a pichear, mi ópera prima, como director, así entonces con estos 3 proyectos empecé a levantarlos. Bueno, actualmente terminamos de grabar la película de “La dama tapada” “Pacha” sigue en desarrollo, y mi largo sigue en el tema de desarrollo, que se ha ido quedando a un costado porque han salido otros proyectos en el tema de producción.

## **¿Cómo consideras que está actualmente el cine en Guayaquil?**

El cine en Guayaquil está en un proceso bastante interesante y está emergente, creo que también se están dando la oportunidad, a veces hay grandes rodajes y se va dejando ese semillero, en este caso yo fui uno de los que paso por el rodaje de “Sin muertos no hay carnaval” de Sebastián Cordero, entonces donde conocí un montón de gente que se quedó con ese bicho acá y empezaron a hacer y ahora están haciendo cortos, están haciendo sus pelis y están involucradas en otras. Me parece muy interesante la forma en la que se está levantando los cineastas guayaquileños tienen una visión diferente a los cineastas de la sierra y no por un tema de regionalismo, sino por un tema de visión, no, acá se está persiguiendo más las salas, el público, mientras que realmente en Quito podemos hablar del cine de autor, aunque acá también existen directores que se apegan al tema de cine de autor, como Fernando, el cual tiene una visión muy propia en el sentido autoral, pero el cine en Guayaquil realmente está empezando a emerger, por ejemplo, este año se han rodado tres películas que se estaban rodando, Minuto Final, Montevideo, y La Dama Tapada y muchas veces se chocaban entre ellas las empresas, entonces era muy gracioso porque decían, “no, yo ya le di a tal película”, entonces corrías a tu alterno y ya la tenía la otra película, entonces tenías que buscar diferentes alternativas, ya que son pocas las empresas que están dispuestas a invertir en el proyecto y tú ya sabes a quienes pueden ser.



**Ya que estamos hablando del tema financiamiento, ¿cómo ha hecho Christian Rojas para financiar sus proyectos?**

Bueno el financiamiento es al estilo circense, de puros malabares, pero creo que al momento de empezar un proyecto es importante encontrar la naturaleza de este, de que es lo que se busca, hacia donde se quiere apuntar, trazar una hoja de ruta para poder llegar, por ejemplo con el tema de “Pacha” es una película intimista, contemplativa, donde 3 historias están relacionadas por el agua, en costa, sierra y oriente, es una *road movie*, que en teoría es cara, en la cual uno debe empezar a abaratar costos, pero no quitar la calidad de la película, sino más bien encontrar la estrategia indicada para realizar la película con la visión que tiene el director, porque más bien uno debe de saber que no debe restar, ya que a veces el prejuicio viene de parte de la producción, entonces más bien es buscar estrategias, acá tenemos dos fondos, como uno que muy conocido que es el que da el Consejo de Cinematografía del Ecuador, que ahora es ICCA, Instituto de Cine y Creación Audiovisual y también sabemos que Ecuador está adherido al programa Ibermedia, el cual es mucho más peleado y el cual también te exige elevar tu película a nivel internacional, en este caso para ingresar es a través de la coproducción, y a su vez hay cientos de fondos, reembolsables y no reembolsables alrededor del mundo al cual apuntas, una de las cosas que fue con “Pacha” es apuntar a la coproducción, nosotros ya teníamos un fondo con una empresa constructora, con los cuales cubríamos un 60% de la película, nos faltaba un 40% y yo lo decidí obtener por medio de la coproducción. Y entonces como mencionaba la opción fue la coproducción para poder tener ese 40% de financiamiento porque también estaba la opción de *crowdfunding* pero el *crowdfunding* también tiene sus doble lados y el resultado no es tan positivo para algunas producciones al menos porque también

necesitas invertir dinero en publicidad y a veces ese dinero te puede ayudar para terminar lo que tienes que hacer, entonces justamente ir a los mercados internacionales y conocer otros productores y pichear internacionalmente eso ayudó mucho y es así que logramos en el 2015 establecer una relación que aproximadamente tardamos en negociaciones cerca de tres meses y que para el mes de enero todo se cristalizó, te hablo de enero del 2017 que se cristalizó y se pudo realizar la coproducción con Colombia a través de Bahía Films y Fox Tele Colombia que consistía más o menos en un intercambio de servicios porque si nosotros ofrecíamos ósea hay dos tipos de coproducción que nos hemos planteado la coproducción de servicios y la coproducción financiera en la cual yo también debo buscar financiamiento para ellos acá, como resulta que para ese entonces había una crisis que no sabíamos si el CNCine o ICCA iba a tener fondos era un poco incierto así que decidimos por los servicios entonces actualmente la película consta con todo el terminado de post producción lo que es imagen, color, sonido para la película y resulta que lo que es imagen y sonido se va a hacer en los estudios de Fox que es el terminado y el montaje lo va a realizar en Bahía Films entonces eso también nos indica nos da un indicador que nos ayuda a abrirnos mercado por allá y poder acceder a otros fondos internacionales, uno de los temas que también es contradictorios es que al momento que tú haces una coproducción todo engrandece todo se hace más grande en este caso se suman rubros de estar tres meses o cuatro meses en Colombia en Bogotá siguiendo lo de la peli o trabajar con editores *online* ósea todo depende de muchas cosas de cómo se planteen y ya ahí está la estrategia tener una coproducción pero reducir también costos entonces esta ha sido la fórmula en la cual nos hemos basado, la otra bueno es golpear las empresas privada, planes pero son como inversiones no reembolsables no hemos trabajado con inversiones

reembolsables excepto en el último proyecto en que si los productores ejecutivos se hacen inversiones reembolsables con un porcentaje mínimo en el caso de la Dama Tapada pero eso en el caso de las anteriores pelis ha sido no reembolsable las inversiones que se han pedido a los auspiciantes

**¿Cuánto tiempo aproximadamente se debe tener en consideración para la etapa de financiamiento de una película?**

Lo ideal para mí sería seis meses o máximo un año, ósea seis meses me parece un tiempo pero bueno hay casos de películas como este año que estuve con Gabriela Calvache su película y llevó 4 o 6 años levantar todo el dinero y también depende del presupuesto no si vamos a hacer una película de 1.3 millones de dólares en cambio si hablamos de Sebastián Cordero que con Sin Muertos una película de 2.3 millones de dólares pero a ver quién andaba detrás de ese proyecto estaba Bertha Navarro que ya tiene mucha trayectoria en México es una productora muy reconocida no solo en México sino en el mundo en el caso de acá de La Mala Noche de Gabriela Calvache tenemos a Germiniano Pineda que ha sido el ganador varias veces del premio Cannes es muy conocido y tiene una distribuidora muy grande latinoamericana como Caníbales entonces claro depende mucho también del productor ejecutivo que tengas porque en el caso y he visto casos de películas de acá que los productores ejecutivos tienen sus propias productoras de las cuales deciden apostar e invertir y ya después ganan en un fondo y el fondo va a cubrir lo que ellos invirtieron que ese también es un riesgo que se corre para que la película no se quede porque hay un dicho muy grandioso que dicen que toda película tiene su caducidad entonces hay historias que llegan a tener su caducidad hay historias que hoy pueden revolucionar pueden ser un *boom* pero hace unos años no

funcionaba o de aquí a unos años en el futuro ya no va a tener el mismo *boom* hablemos por ejemplo de las películas que están ahora sonando como *120 bites* por minuto una rebelión de jóvenes tras la crisis del sida en Francia a finales del 80 a principios de los 90 de la forma en la que está contada fue lo que ahora es un *boom*, la misma *Raw* del año pasado que tal vez en unos años mas no por lo sangriento o lo crudo de *Raw* tal vez ya sea imperceptible porque ahora estamos sufriendo ese retroceso visual lo que queremos ya no queremos ver tanto queremos que nos reduzcan para imaginarnos conforme más de forma, más de horror porque nos hemos convertido en una sociedad muy visual entonces son como esos momentos

**¿Cuáles son las características que se debe considerar en un proyecto audiovisual para presentarle a un empresario o auspiciante para que participe en una película?**

Yo creo que lo principal es entender la naturaleza y tipo de película que haces, no todas las películas son películas grandes primero uno debe decir ok qué tipo de película es la que tengo yo creo que el productor ejecutivo aparte de ser un hombre de negocios o no un hombre una mujer de negocios, una persona de negocios ahí está bien dicho tiene que entender también el cine tiene que saber qué es hacer una película porque a veces muchas veces no se entiende o se sobre entiende muchas situaciones como por ejemplo el tema del rodaje, las horas del rodaje, que todo tiene una demanda muy alta entonces yo creo que esa persona ejecutiva debe conocerlo muy bien y en eso es el punto número uno entender la película, qué tipo de película voy a hacer, qué naturaleza tiene, es una naturaleza pequeña, mediana, grande y a partir de eso encontrar una hoja de ruta para saber qué nichos se pueden alcanzar porque no es lo mismo hacer una peli de terror que

una peli de comedia que una peli de drama o una peli de drama intimista existencialista, entonces, que de repente tu peli puede ganar el *Global Institute* puedes ganar el Tribeca o una peli de terror que no va a pegar en fondos internacionales europeos donde más premian a un tercer cine sino puede pegar realmente en empresas privadas que quieran poner su marca todo depende, entonces una vez que encuentres la naturaleza del proyecto ya creo que el resto del camino se abre yo creo que eso es lo fundamental antes de levantar financiamiento

**¿Cuáles considera Ud. que han sido los factores que han intervenido para no poder financiar su película?**

Uno de los factores principales es que el cine en el Ecuador se ha devaluado, se ha debilitado la imagen creo que la mayoría de gente lo ve al cine lo ve como una forma de apoyo lo ve como que necesita, lo ve de una manera muy desganada, como algo que se hace una vez cada cierto tiempo pero creo que eso es parte de la educación y eso es lo que siempre se ha conversado la educación ante las artes en sí en Ecuador se lo mira como una forma digámosle de *hobby* de personas que están haciendo y te dicen te voy a donar y me ha pasado muchas veces en que dicen yo quiero donarte tal cosa pero yo digo que no es una donación es una inversión y por tu inversión te hago esto y no tome joven ósea muchas veces creo que esa fórmula hay que cambiarla y cómo se cambia eso creo yo que con un plan, un plan de negocios, un plan claro de negocios, plan de inversión, un plan donde tu ofrezcas y ellos también te den y eso se ve muy reflejado en el que probablemente sea uno de los grandes defectos que me incluyo que a veces se tiene es en *dossiers* en el *dossier* de la película que es la presentación de la película en proyecto porque prácticamente le estas diciendo a una persona que invierta 100 mil. 180 mil dólares en 110 hojas

y que tú le traes una revistita que tiene que reflejar el proyecto entonces también cabe ahí una de las formas ese yo creo que es una de las principales trabas y yo creo que en lo que se tiene que trabajar es mucho en lo que pocas pelis han hecho y son estos *bench market* que son ciertos *markets* donde tú haces un café para todos los inversionistas presentas proyecto, negocias y también das la retribución no solo puede ser a través de una inversión financiera, sino también puede ser retribución de marketing y creo que también es conocer muy bien cómo se manejan las empresas de marketing, creo que una de las debilidades es que a veces nos centramos en el cine como un arte pero también tenemos que pensar en que para poder ejercer ese arte también tenemos que tener esa sensibilidad para negociar, para llegar a las personas, creo que ahora tenemos que empezar a juntar eso, me he topado con pelis en Colombia con pelis independientes muy preciosas existencialistas los más festivalero posible pero de repente tenían un plan de financiamiento marketero, Cómo wow ósea como si realmente estuviera atrás una persona de negocios y realmente es lo que estaba yo creo que eso es lo que también hace una de las trabas, creo que eso para ambas partes una parte de saber nosotros, hacer entender que vamos hacia una persona que no tiene conocimiento sobre lo que hacemos y saber que nosotros también debemos llevar un proyecto que tiene que hablar su lenguaje para que pueda invertir

### **¿Qué aspectos se deben considerar al momento de hacer un plan de negocios?**

Lo importante es lo que mencioné saber que vas donde una persona que no entiende lo que tú estás haciendo y que tienes que hablar desde cero y tiene que ser muy claro como dije, somos una sociedad muy visual y creo que todo debe estar

reflejado en un *dossier* e inclusive si vas a hacer un *teaser* el cual realmente debe estar hecho con una calidad que sorprenda porque a veces hay pelis que tienen un *teaser* desastroso y buscan financiamiento con eso no logran captar mayor inversión porque realmente no llega a ser y te dicen no es que no tengo plata entonces, si uno no tiene no debe meterse a hacer, en ese asunto si hay otras formas que son muy factibles por cómo se han levantado es entender el idioma de los negocios qué das y qué y voy a dar es un tema de negocios entender sobretodo y tener también alguien de marketing yo creo que el apoyo de marketing es fundamental porque tienes que saber y entablar una negociación, por cuánto vas a otorgar y cuántos réditos vas a tener lo importante también es mostrarles cifras, si yo ya manejo una Página web, una Página de redes sociales tener cuantas gentes están siguiéndome, cuántos compartimientos cuántos *likes* cuánto se vende y actualmente en el mercado que estamos 2.5 – 3.0 estamos moviéndonos en un paso tan gigantesco en redes sociales donde ya las pelis grandes no se meten a Páginas webs se meten a redes sociales entonces de repente tú al mostrar un mercadeo un movimiento a través de redes sociales te puede ayudar mucho también a vender la idea, entender que lo que estás haciendo son negocios el arte si va a un lado pero también estás haciendo negocio saber y potenciar cómo tu presentes el proyecto yo creo que a veces uno de los factores que son fallidos en los fondos son los *pitch* y las presentaciones de las carpetas, insisto un *dossier* tienen que estar muy explicado un plan de financiamiento debe estar bien explicado, a ver tu estas invirtiendo 100 mil dólares para una película que va a salir dentro de un año ok estos 100 mil dólares se reparte de la siguiente manera: yo necesito tanto ahora, y tanto ahora si es que vas a pedir una partición de auspiciantes si piden una impartición de un golpe de una sola inversión pues primero dar toda la seguridad y asesoría legal para que ellos se

sientan cómodos que es lo importante segundo saber entender cómo ese dinero va a ser repartido en el sentido que ellos la retribución van a tener sea publicidad, sea otorgar que des video, el tema de *flyer*, poster, *teaser*, *tráiler* todo lo que son P.O.P entonces tiene que estar muy bien especificado cada cosa y si es posible llevarles un ejemplo yo creo que cuando ellos ya tienen un ejemplo con su marca puede suceder otras cosas, creo que ese es uno de los temas que hay que considerar muchísimo y sobretodo considerar la asesoría, la asesoría de personas que estén en el área de marketing y que estén en el área de negocios

**¿Cree Ud., que diseñando un modelo de financiamiento le puede servir de guía al momento de financiar una próxima película? ¿Por qué?**

Yo, creo que sí, porque mira factiblemente si tú también has sido productora y cuando tu estas produciendo o cuando alguien ya sabe entre nosotros que está produciendo una película buscas contactos y si o si te vas marcando una hoja de ruta, sabes que tal empresa me dijo que no pero para la siguiente tal vez te pueda funcionar a ti y eso yo creo que desde ahí podría partir un plan de negocios, así mismo podría funcionar este plan de negocios, esta hoja de ruta puede tener una base, un esquema y todos pueden seguir este esquema es como el cine, tu sabes que tienes la escritura, el desarrollo, la producción, la post producción, la promoción y la distribución son como cada etapa que tienes que completar acá también puede suceder lo mismo o no, encontrar yo qué sé encontrar la naturaleza de tu proyecto, buscar todos los contactos, hacer cita, agendas y empezar a presentar los proyectos, entonces, yo creo que todos esos temas hasta el tema de distribución de dinero funciona perfecto, algo que es muy complicado acá es que nosotros no tenemos un reglamento de pagos, de estipendios, rubros, de ganancias, porcentajes de ganancias



claros entonces, cada película maneja los propios suyos y no es lo mismo mover los que tuvo Sebastián hace dos años con Sin Muertos a los que ahora va a tener Gabriela con La Mala noche, los que va a tener Micaela Rueda con UIO Sácame a pasear, entonces cómo los que va a tener Josué o que vamos a tener con La Dama o con el tema de Montevideo o Minuto Final entonces todos cambian porque son naturalezas propias en que cada proyecto tiene propio pero creo que tener una hoja de ruta trazado funcionaría muy bien para saber hacia a dónde llevar el proyecto porque muchas veces los productores se dicen para dónde, qué camino agarro por eso puede funcionar muy bien.

### **Entrevista a Jhony Obando**

#### **Nombre, edad, ¿a qué se dedica?, trayectoria.**

Mi nombre es Jhonny Obando, tengo 32 años, soy cineasta, gestor cultura, actor de medio tiempo, cuando me llaman de algún proyecto porque ya no estoy haciendo casting realmente y algo de mi trayectoria, a ver yo comencé con mi primer cortometraje en el 2008 si no me equivoco con un trabajo de tesis para el Instituto donde me gradué, se llama International Academy from TV Production en Hollywood Florida, no California, se llama “De repente al Alba” y este proyecto estudiantil lo comencé a presentar en festivales, le fue bastante bien, de hecho ganó varios premios uno en el Festival Internacional de Cine de Miami, un Festival en West Hollywood California, ganó un premio como mejor cortometraje del año en el 2009, en el siguiente año en el Miami Life Awards y a partir de allí comencé una secuela de este mismo trabajo y el segundo proyecto se llama “Ocaso” el tercero se llama “Valle de Sombras” pero no me gustaron, así que de una forma los descarté, Ocaso lo saqué, más bien lo tengo privado, sin en alguna ocasión lo tengo que

mostrar lo haré, a Valle de Sombras si lo dejé, no me gusta pero tiene una historia poquito potente acerca de dos hermanos que fueron prostituidos cuando fueron niños entonces la historia me parece bastante buena y me gusta, que a pesar de que lo hice en Estados Unidos trabajé con dos actores ecuatorianos eso le dio un plus al proyecto. Bueno luego de eso tuve que hacer una segunda tesis para un siguiente nivel que querían en el Instituto y ésta ya fue con un largometraje que se llama con “Elizabeth en Ondora” un largometraje que se hizo con aproximadamente \$ 2000 entre cuatro productores ejecutivos si mal no recuerdo, eso fue en el 2012 así que cositas se me van a pasar. La protagonista es una niña súper importante venezolana se llama Scarlet Groover ella es hija de este popular actor, el Chamo Gabriel, un actor súper popular en la década de los 80s, estuvo en quinceañera y varias novelas ahí de estos canales latinos. A la peli le fue bien de cierta forma, está disponible en YouTube cualquiera la puede ver, a Scarlet le ha ido muy bien y me ha levantado la película ahora está trabajando en Telemundo, Nickelodeon, en Televisa a ella le ha ido súper bien el resto de los actores en esa época eran actores iniciantes ahora ya están haciendo cosas muy importantes también, muchos de ellos trabajando en Miami, Telemundo y demás. Luego de eso continué haciendo cortos, videos, cortos documentales, seriados, una variedad de cosas hasta el 2013 o 2014 ya no recuerdo exactamente bien cuando, 13 en el 2013 comencé a grabar la Ruta del Sol trabajo bastante personal, bastante de autor, una historia muy privada, muy íntima, muy mía que la logré poner en espacios selectos a partir del 2015, tuvo la premiere aquí en Guayaquil en el MAAC en octubre de ese mismo año en el 2015 si no me equivoco en el 2016 la seguí presentando aquí en Ecuador estuvo en el Festival de Manabí tuvo otras muestras independientes, estuvo en Babahoyo , en otros sectores de Ecuador, la presenté en Los Ángeles en un Festival ecuatoriano que hay en

agosto, en un estado, no en una ciudad que se llama San Pablo en California y la presenté dos veces en Miami en julio como premiere allá en Florida y en septiembre ahí mismo, en el mismo sector y el mismo año me parece. Luego de la Ruta del Sol al unísono terminé un corto que se llama “Esperando” que es el trabajo que mejor le ha ido en internet, lo puse y por la temática LBGTI ha despuntado, lo puse en varios canales, en uno de mis canales nada más ya va a llegar al millón de visitas y en los otros tiene vistas como de doscientas mil, trescientas mil, quinientas mil ósea que suma casi tres millones de vistas donde está en todos los canales, Esperando se llama ese cortometraje. Y actualmente como actor acabo de ser parte de La Dama Tapada, algo muy curioso porque no había interpretado nada desde el 2014, me había dedicado completamente a los proyectos audiovisuales, al Festival Internacional de Cine de Guayaquil desde el 2015, 2016 y ahora en la tercera edición el 2017 en la gestión cultural y doy clases también.

### **¿Cómo considera el estado actual del cine en Guayaquil?**

Creo que está en pleno desarrollo y eso es muy chévere, muy bonito, todavía se necesita trabajar muchísimo por el tema industria pero el camino está bastante bueno y veo un camino bastante abierto, bastante amplio, no un camino lleno de piedras que tengas que estar quitándolas todo el tiempo para poderte abrir paso, creo que si eres extremadamente organizado, presentas o propones buenos guiones, buen equipo de producción, si planteas buenos actores, llamas la atención a la gente que pueda de manera directa o indirecta apoyar el cine, creo que si se están haciendo propuestas bastante innovadoras como La Dama Tapada que es un género no usual de hecho no es que sea el primero en el mercado porque yo he visto mucho pero mal hecho en realidad, no mucho género de terror principalmente en cortometrajes

universitarios, profesionales también pero en largometrajes no me acuerdo si me visto... ah el de ustedes también Absalón, de Aroca que hace este tipo de géneros que están muy bien contados son muy pocos entonces, el tema de Minuto Final también le da variedad al mercado es una propuesta totalmente diferente, ya está terminada la peli, está en edición, entonces este tipo de propuestas súper innovadoras, súper diferentes a nivel del cine nacional y que se estén haciendo y naciendo en Guayaquil me parece muy importante eso da más credibilidad, da más fuerza y eso abre más el camino porque la gente y el espectador siempre se queja que estamos presentando siempre lo mismo lo mismo pero Guayaquil está innovando, me parece que Guayaquil está innovando bastante de hecho esto dos géneros no muy tratados, Montevideo, Guayaquil está innovando muchísimo realmente está saliendo fuera de los cánones que se han estado haciendo en Ecuador, en otros sectores también se están haciendo cosas pero acá se están haciendo cosas, con más apoyo, más presupuesto que por ejemplo en Esmeraldas, allá he visto trabajos con géneros acción, con narcos, tráfico y todo eso pero los chicos no tienen presupuesto entonces el trabajo no va a salir como corresponde, como te decía al hacer el ejemplo con los cortos de género de terror, se están haciendo, pero muchos de ellos que he visto se han hecho con poco presupuesto entonces lo ves todo falso, no en todos en un grupo pero mayoritario, es muy poco el grupo minoritario de hecho yo solo conozco del grupo fuerte a Josué y Federico que son los que han hecho trabajos muy buenos y que te crees el género y demás porque no sé.

En el caso de Josué conozco más, en el caso de Federico no sé si han puesto presupuesto y si no hay presupuesto envuelto en los cortos que él ha trabajado de cierta forma hay detrás profesionales que saben realmente lo que están haciendo, ah también te puedo nombrar en cuanto a géneros, perdón que salte de una cosa a

otra, la película de Asanza, de Juan Pablo Asanza que también es una vaina totalmente diferente en cuanto a género, en cuanto a propuesta para Ecuador. Si analizamos de manera internacional es un thriller que hemos visto en otras producciones, pero a nivel nacional es muy poco por lo menos yo es el primer trabajo en esa onda que veo. Instantánea por supuesto trabajar con niños un reto totalmente, yo no me arriesgaría yo admiro muchísimo a las personas que se arriesgaron, para mi trabajar con niños es súper delicado debe ser todo un proceso, la historia, el tema, el tratamiento también hay otra peli que estuvo en el festival Con Alas para volar que este si es nacional bueno como preguntaste en Guayaquil nos enfocáramos en este tema Instantánea a ver qué más, hazme acuerdo para que no se me pase ninguna. La Descorrupción por supuesto una vaina súper volada, ósea en ese caso a nivel internacional inclusive yo siento a la Descorrupción como una onda totalmente fuera de serie, la verdad es que muy pocas veces ves esa propuesta. Ahora en términos de trabajos que han sido apoyados por el Gobierno te podría mencionar que para mí Fernando Mieles con Prometeo Deportado para mi es algo súper grande, es una película súper importante a nivel nacional a nivel internacional por lo que cuenta la historia, el guion, el tratamiento para mi tiene muchísimos elementos que la convierten en una película que debe ser considerada como una reliquia guayaquileña, a mí personalmente me gustó mucho, de hecho, yo comencé a enamorarme del cine ecuatoriano con más fuerza con: Prometeo Deportado y Sin Otoño sin primavera, literal, porque como todos vengo viendo cine ecuatoriano desde los 90s con Ratas, ratones y rateros, Sueños en la mitad de mundo, las que se hicieron para televisión A la Costa, Los Sangurimas, varias de estas producciones. Y luego en el 2000 que comienza apoya el Gobierno, las de Cordero por supuesto Crónicas que es la que más me gusta realmente pero cuando

yo me enamoro del cine ecuatoriano con Sin Otoño sin primavera luego Prometeo Deportado y luego de Prometeo Deportado veo Descartes de Mielles que es fantástico ese trabajo, un trabajo también icónico para Guayaquil, entonces que el camino está bastante bonito y va a llegar un momento en el que esto se convierta en una industria súper importante y no haya que pedirle favor a nadie.

### **¿Cómo fue el proceso de financiamiento de la Ruta del Sol?**

Bueno el proceso de financiamiento es también como la película, súper personal cuando decidí escribirla para sacar todo lo que tenía adentro no sabía si lo iba a hacer al momento porque no contaba con los recursos o si iba a mantener el guion hasta que le llegara simplemente la oportunidad cósmica, que llegara el momento y hacerla sin meterte en tanta vaina y listo, pero después que la terminé por completo y la leí unas cuantas veces decidí yo mismo que la quería contar ya, en ese momento porque yo iba a interpretar uno de los personajes entonces estaba en toda la adrenalina en carne propia y en carne viva sintiendo lo que estaba pasando el personaje y atravesando por situaciones similares a la de la película entonces para financiarlo lo que hice fue buscar otros trabajos en producción misma y lo financié, financié La Ruta del sol prácticamente con dos producciones, una trabajé como social media manager en un documental que se llama “Voices for the habits” que es un documental vegano que es de una cineasta venezolana en Miami, todavía no lo ha logrado sacar pero es un documental muy importante tiene personalidades increíbles dentro del documental, entonces trabajé allí y todo lo que gané en el proceso del social media manager del documental lo puse para La Ruta del sol y el segundo trabajo fue uno que agarré como asistente de producción del Capo 2 de dos semanas que fueron a grabar a Miami pero son mega producciones

y pagan súper bien entonces de esos dos proyectos financié La Ruta del sol, prácticamente autofinancié mi trabajo, se le pagó a todos, literalmente muy poco obvio y porque Miami es una ciudad muy cara entonces los valores que realmente se deben pagar en cine independiente no tienen nada que ver con lo que yo pagué en La Ruta del sol, pero contraté amigos, gente conocida a cineastas importantes pero que ya habíamos trabajado en proyectos y que aún seguimos en contacto, gente que ha estudiado en Cuba, gente bastante importante que nos conocimos en el proceso laboral entonces ya se convirtieron en colegas, las actrices mejores pagadas de La Ruta del sol son Gledys Ibarra que es una actriz venezolana que ha hecho cine también y trabaja actualmente en Colombia Telemundo y María Isabel Díaz que es una chica Almodóvar ella está en la película Volver de Pedro Almodóvar entonces ellas son las dos actrices a las que obviamente no podía regatearles pero tampoco es que cobraron mucho ósea prácticamente se apiadaron de este ser humano y dijeron bueno vamos a apoyarte Jhonny y apoyaron.

**¿Cuánto tiempo aproximadamente se debe tener en consideración para la etapa de financiamiento de una película?**

El Capo duró dos semanas, solo fue eso el tema laboral que ellos fueron a emprender allá de corrido dos semanas, catorce o quince días sin descanso, casi casi que de sol a sol empezando desde las siete de la mañana y terminando casi doce o una de la madrugada y continuando y en Voices for the habits trabajé aproximadamente entre cuatro a seis meses ósea que estamos hablando que podrían ser unos seis meses y medios más o menos, si pongamos entre cinco a siete meses aproximadamente, tomó recolectar los recursos para La Ruta del sol porque

obviamente con eso también pagaba mi vida, mi renta, mi carro y la vida normal, la cotidianidad

**¿Cuánto tiempo real consideras que se debe llevar un proceso de financiamiento?**

Yo creo que depende, depende de la vía que tome la persona porque para financiar una película hay muchísimas vías, si lo autofinancias como en el caso de La Ruta del sol y es el primer ejemplo que puedo poner la decisión es buscar un trabajo donde por una cantidad determinada de tiempo que tú mismo te auto coloques puede ser ese aproximado de seis a ocho meses de pronto, pero enfocado totalmente uno o dos trabajos y ahorrando todo eso para tu película, si es esa la vía y es eso lo que decides, el tema de buscar auspicios y fondos concursables toma mucho más y podría llegar a ser una cuestión de años de uno a tres años, hay cineastas que le han tomado financiar sus películas por esas vías, sobre todo por los fondos concursables podría tomar esa cantidad de tiempo, yo nunca he concursado entonces de ese tema no podría hablar de cuánto tiempo me ha tomado a mi como tal, el tema de patrocinio directamente con la empresa privada podría tomar mucho menos, yo le calculo un aproximado de un año si uno se pone firme y con una buena propuesta de proyecto, porque aquí si hay gente que quiere apoyar aunque sea financiando la película, por ejemplo el tema de la alimentación con varios restaurantes donde propongas presencia de marca pero creo que la empresa privada si tomaría mucho menos tiempo que los fondos concursables y la siguiente vía podría ser el *crowdfounding* pero no funcionaría mucho aquí en el Ecuador, no creo que funcione, en Estados Unidos funciona bastante bien con buenos contactos en cinco meses puedes recolectar la plata que necesites si es una peli independiente de



diez mil dólares, quince mil, veinte mil, aquí no funciona todavía entonces no sería un buen ejemplo. Conocer primero las vías que tomaría el financiamiento que quieres para tu película, depende de eso más o menos, vas a saber cuánto te tomaría puede ser seis a ocho meses una vía, un año otra vía y entre uno a tres años la vía más compleja que es la de los fondos concursables

**¿Cuáles son las características que se debe considerar que debe tener un productor para buscar financiamiento?**

En cuanto a empresas independiente la experiencia me parece que lo vale mucho, porque desde que vas a sentarte con ya sea el dueño de la empresa, un inversionista o ya sea quien sea que vaya a poner plata en tu proyecto lo único que ellos están viendo es plata, entonces si no hay experiencia y no me refiero al tema de arte sino al tema de producir ejecutivamente buscando plata y haciendo estos lobbys, estas reuniones, este tipo de cosas, si no hay la experiencia, la habilidad y de cierta forma la viveza para poder proyectarte bien ante la persona a quien le estas presentando el proyecto, yo creo que ahí vienen las primeras falencias porque yo me pongo en el lugar de un productor ejecutivo, en el lugar de un inversionista, el dueño de una empresa si yo veo que en su propuesta, en su primera conversación no es firme, viene con titubeos veo que no tiene ninguna experiencia me daría un poco de miedo a arriesgar, sería muy riesgoso entonces yo lo digo desde ese punto poniéndome en el lugar de la persona y creo que daría un punto a favor al tema de la experiencia, entonces creo que una de las características es tener campo en esa área, yo no creería en alguien que viene titubeante y que no sabe ni siquiera presentarme el proyecto que no me trae una propuesta interesante que no viene preparado.

En algunos sectores y en algunos casos el tema del guion, del género puede ser muy atractivo también, hay inversionistas a los cuales puedes hablarles de un proyecto, voy a hablar de uno que yo tengo por ejemplo “Padres” que trata de una temática homo pariental y no les va a interesar para nada, el 90% de la ciudadanía ecuatoriana tal vez el 80% no, tal vez de pronto un 70% no le interesa apoyar ese tipo de proyecto de ese tipo de género o tal vez están un poco cansados, pero es mi género y a mí personalmente me gusta, pero, si vas con innovaciones como lo que ustedes están haciendo es mucho más accesible me parece bueno eso también, estos géneros como terror, acción a la gente le gusta más, a la gente que no conoce de cine vas y le propones a cualquiera de estas empresas que están por aquí no más que no conocen pero se incentiva por apoyar, inclusive si le dices una película de acción nada más se le ve viene a la mente Hollywood y dice puede apoyar algo como eso entonces esa puede ser una característica el tema, del género y cómo lo propongas una característica muy importante a los directores, cineastas o guionistas que nos llama la atención otro tipo de género como el drama o las cosas sociales se nos complica un poco, yo lo hago porque a mí me gusta mucho todo esto, pero si yo siempre voy a estar ligado y completamente pegado a mi género favorito que es el drama social, entonces la característica del género es importante y una siguiente característica es: depende si eres director, productor también cómo te vendas desde el punto de vista artístico a nivel de lo que has hecho a nivel de lo que presentes a quienes te vayan a apoyar porque de cierta forma muchas personas a las que les puedas presentar tus proyectos no conozcan pero habrán otras que de cierta forma si, por ejemplo si quieres para tu proyecto un productor ejecutivo o una productora ejecutiva que tenga mucha experiencia y vas como director con tu experiencia harán alianzas bien interesantes y esa es una característica muy buena para que no tengas

todo el peso tú, sino que se lo des a una persona que confíe en tu trabajo artístico o como director o productor y trabajen en conjunto entonces si esta persona que va a suplir el reto de la producción ejecutiva tiene la experiencia apropiada entonces eso también puede sacar adelante la producción en temas económicos.

**¿Cuáles considera Ud. que son las falencias que se han tenido al momento de financiar una película?**

La primera es que no sabemos de la parte empresarial, de la parte de producción ejecutiva de esa área y a mucha gente no le interesa conocer tampoco, entonces esa es una gran falencia no adentrarnos en ese campo empresarial al fin y al cabo esto es un negocio fuera de la parte artística es un negocio, porque todos queremos industria todos queremos vivir 100% de ello, de hecho hay mucha gente que quisiera de aquí mismo de Guayaquil vivir al 100% de hacer sus películas, no tener la necesidad de estar en otras producciones o tal vez no tienen la iniciativa o el carisma de la docencia que conozco varias personas pero tienen que hacerlo porque es por ejemplo una metodología para vivir y quisieran vivir al 100% de su trabajo, pero a la vez no se adentran en el campo empresarial esa puede ser una falencia. Otra falencia es que algunas veces tenemos miedo de confiar en que nosotros no deberíamos hacerlo todo tal vez nosotros desde el punto de vista artístico como guionistas, directores que lo somos si confiamos en una persona que asuma la parte ejecutiva y que le demos a esa persona toda la misión para que logre lo que nos proponemos va a ser un punto a favor, entonces como no lo estamos haciendo se convierte en una falencia y eso tiene mucho que ver con la desconfianza de cierta forma y tal vez no queremos por muchas razones ego, desconfianza, miedos, experiencias pasadas y no estoy juzgando solo es la realidad que todos

tenemos como seres humanos, muchas de estas cosas que venimos arrastrando entonces dan miedo. Yo en mis proyectos he confiado y eso a mí me ha ayudado a que salgan adelante, he confiado, en equipo se trabaja mejor, he confiado y sé que sólo no puedo y esto tiene que ser, hecho como hormiguitas entre muchos, entonces eso ha ayudado y tal vez esas sean las falencias y otra es por ejemplo en el tema de fondos concursables que no sabemos participar, a nivel general no sabemos presentar proyectos, no sabemos de números y no buscamos a las personas adecuadas para ello, entonces eso de cierta forma es falencia grave porque al no saber no vamos a lograr esa área por eso en otros sectores la están ganando porque saben hacerlo, saben hacerlo bien y bueno también es cierto que en algunas área también hay palancas no se puede negar, pero de cierta forma si se hace bien no hay con quien competir.

### **¿Cuáles han sido las limitantes al momento de financiar sus proyectos?**

También tienes todas estas vías vamos a empezar por la vía fondos concursables, las limitantes podrían ser: el tema de la educación que no es tan amplio en esos terrenos, terrenos de guion, terrenos de producción ejecutiva como tal, terrenos de producción desde nuestro sector , desde nuestra área pero también tenemos el limitante que como no es industria, como no se hace cine, como el cine ecuatoriano de cierta forma no está bien visto por muchas películas que se han presentado en los cines y no les ha ido muy bien con el espectador y el quien habla y habla mal entonces eso crea cierto miedo e incertidumbre cuando vamos a proponer los proyectos a inversionistas o a empresas, empresarios independientes y eso ya nos limita a ir más allá o a conseguir lo que necesitamos por todo eso que

viene arrastrando o toda esa mala popularidad que se le ha dado al cine ecuatoriano y para mí eso limita.

Qué otro limitante cuando yo hice Nice Guy Julio mi primer trabajo aquí en Ecuador encontré no sé si llamarle limitante a esto o simplemente porque fue nuevo para mí pero se convirtió en un problema que lo pudimos solucionar fácil no fue tan complicado pero me limitó un poco en tema tiempo, es que en Estados Unidos como todo el mundo afortunadamente por la nación que es tiene carro es totalmente independiente el tema gps todas esas cosas te hacen fácil la producción tú no tienes que dar ni tantas guías, ni hacer una logística automovilística para movilizar a todo el mundo, entonces eso para mí se convirtió en algo nuevo, al ser algo nuevo un reto al ser un reto de cierta forma un limitante porque me vine a encontrar con un sector donde no todos tenemos esas posibilidades inclusive yo aquí no tengo carro, entonces también es un poco complejo y armar todo eso se me hizo los primeros dos días fueron complejos pero ya agarré la onda puse un par de anuncios en Facebook encontré gente que hacía expresos y armé la situación y un par de actores tenían carro entonces con ellos también armé para que me recojan en sus vías a actores y obviamente les di para el tema de gasolina y su pago obviamente por hacer esa labor entonces todas esas cosas que tiene el país como tal y la ciudad como tal se vuelven limitantes que nosotros podríamos pensar que no afectan las situaciones; el tema de equipos que no afectan de que a veces queremos comprar algo y yo siempre lo pongo de ejemplo Estados Unidos porque es donde he vivido por ejemplo yo necesitaba algo para un proyecto x un lente por ejemplo y lo compraba en Amazon y a los dos días ya estaba en mi casa entonces acá es más complejo ese tipo de situaciones y eso también es un limitante pero el de mayor problema que encontré fue ese de cierta manera el automovilístico porque inclusive allí tu trabajas

y nada solo le dices mira a tal hora es tu llamado a tal dirección la persona solo mete la dirección en su GPS y te llega punto no tienes que estar en el otro tema de estar pendiente o tener un asistente que esté guiando a la persona al fin y al cabo te terminas acostumbrando de cierta forma y ya sabes cómo domarlo pero sí las condiciones del país como tal, de la ciudad como tal se vuelven un limitante en temas de compras, en temas de adquirir productos, en temas de adquirir cosas, en temas logísticos, esos en mi experiencia.

**¿Algún factor externo que consideres que no permite financiar los proyectos?**

Los factores externos que no permiten financiar los proyectos serían en que te enfoques únicamente en financiar tus proyectos por una sola vía y al no encontrar el financiamiento por esa vía que es externa a ti y a tu equipo de trabajo y al no pasar que no ganes o que no encuentres lo que buscaste porque te enfocaste en eso, pues ahí no lo financiaría prácticamente, pero fuera de ello si tu buscas varias vías plan a, b, c, d, e, f, g, h, i hasta llegar a la z no creo que haya un factor externo que no te lo permita porque si no éste el plan a, está el plan b, sino está el b el c y así sucesivamente hasta que lo consigas, cosas aisladas más bien pueden ser personales de cierta forma.

Las leyes yo creo que no, si las leyes fueran un factor externo que no permita nada nadie hiciera nada, pero se están haciendo cosas en realidad, es más complejo si es otro camino y hay que prestarle otro tipo de atención, pero si las leyes fueran un factor para no hacer un trabajo audiovisual, una obra cinematográfica, realmente nadie hiciera, ni yo mismo habría hecho Nice Guy Julio porque tu obra

tranquilamente la puedes hacer con leyes o sin leyes. Sin plata realmente no se puede hacer porque algo debe haber más que sea cien dólares

### **¿Cuánto crees que es el presupuesto mínimo para una película?**

Presupuesto mínimo yo a estas alturas consideraría un presupuesto mínimo para sacar un buen trabajo adelante 10.000 dólares por ahí, un presupuesto mínimo para una película indie pero también apoyada por alianzas de cierta forma apoyada con trueques pero 10.000 como para que tengas que resolver muchas cosas y depende del género porque hay películas que requieren mucho más, por ejemplo yo digo 10.000 mínimo pero para mis producciones porque son trabajos donde el actor tiene la mayor relevancia, en Nice Guy Julio, en La Ruta del sol el actor o los actores como tal tienen la mayor relevancia no son las películas donde necesites cantidades de plata para utilería, para efectos especiales o para algún tema de post producción extrema pero obviamente para otros géneros como el terror, la acción que si requieren otro tipo de producción, utilería, arte, post producción obviamente 10.000 dólares no creo que lleguen a lo que se necesita el mínimo para esas producciones 30.000 de pronto por ahí iría la cosa. El punto es que el mínimo depende del género, depende de la historia de las opciones de financiamiento que me has hablado, cual consideras la más viable ahora a mi edad y con tres proyectos totalmente independientes yo estoy apuntando directamente a fondos concursables y directamente a la empresa privada e inversionistas esas tres vías si tengo la posibilidad también invierto también para completar fondos pero en mis siguientes proyectos y que ya estoy buscando plata y que son dos largometrajes “Padres” es uno de ellos el acto 1 y un largo que se llama “Byron” que tiene que ver con tema de sicariato de hecho y es una película con un poco más de acción, drama social

pero con un poco más de acción, yo pienso irme por esas líneas sino pasa nada creo que el afán por contar las historias me llevarían a hacerlas independiente pero ya a estas alturas quiero hacer trabajos a otro nivel económico porque lo requiero para los juguetes, juguetes me refiero a la indumentaria que necesitas para filmar para post producción, nunca le he metido mucha plata a post producción en mis películas, entonces si yo ya a estas alturas me voy por inversionistas y por fondos concursables

**¿Cree Ud., que diseñando un modelo de financiamiento le puede servir de guía al momento de financiar una próxima película? ¿Por qué?**

Por supuesto, seria fascinante y de hecho muy necesario, el sector por esa área está totalmente vacío entonces inclusive innovador, icónico y que puede representar para ti y para los pocos que hay, yo he escuchado no sé dos o tres personas de hecho que le hacen fuerte a la producción ejecutiva puede representar que se convierta en emblemáticos para la ciudad y por consiguiente para el país y con estos modelos por consiguiente si funcionan y van bien y es una vía factible obviamente va a generar que se hagan más proyectos en la ciudad y que finalmente se genere industria porque para llegar a ello no solamente hace falta la parte artística o que hayamos o existamos miles de actores y cineastas y productores y directores de arte y etc., sino que tiene que haber la parte ejecutiva muy fuerte y estos modelos tienen que ser primordiales y de suma importancia porque si no, no va a haber industria entonces porque solo entre artistas no hacemos industria y únicamente haríamos cine de guerrilla sin plata pero no industria como tal y no lo que nosotros queremos que es vivir al 100 de esto y que salgamos de un proyecto y entremos a otro y así sucesivamente.



## **Entrevista a José Ordoñez**

### **Nombre, edad, ¿a qué se dedica?, trayectoria.**

Mi nombre es José Ordoñez, tengo 30 años soy proyectista mi experiencia, está bueno en el tema del cine solo es una bueno dos ahora con Guayaquil Love, la primera vez fue con Sexy Montañita fui el estructurador del proyecto a nivel privado, siempre he sido proyectista *freelance* y posteriormente he trabajado para empresas que exportan e importan minerales para Asia como Xion Group, Talana, TrainCorp en Panamá y acá actualmente dedicado a desarrollar y estructurar proyectos para conseguir financiamiento para su desarrollo proyectos mineros, más que todo actualmente me estoy dedicando a la exportación e importación de comodities en lo que incluye también materiales y minerales preciosos y piedras preciosas

### **¿Cómo ha sido la experiencia en un hombre de negocios al involucrarse en el cine en Guayaquil?**

Ha sido bastante interesante y bastante difícil, difícil porque tienes un sector que siempre ha dependido de las donaciones, de la empresa privada y/o de los fondos públicos que están disponibles para los proyectos audiovisuales a través de los institutos como CNCine por ejemplo, entonces primero habría que hacer un análisis y se hizo un análisis de cómo era el comportamiento y ver en qué se estaba fallando de ver por qué los proyectos se tardaban años en poder obtener el financiamiento y poder convertirse en una realidad, un hecho y cómo estos a su vez fracasaban porque existen creo pocos casos o que no teniendo a cero de proyectos audiovisuales que hayan sido rentables, ahora, por qué rentabilidad dentro de un

sector donde históricamente no buscaban una rentabilidad, porque entonces nunca se va a desarrollar un sector. Si tienes una cantidad de profesionales que no, si un sector no te genera recursos entonces de otra manera privas al sector mismo de una fuente de profesionales que podrían hacerlo más rentable, aumentar el tamaño del sector y generar mayor empleo y generar mayor dinamismo en la misma; en un sector que ha estado estático varios, decenas de años dentro de eso también obviamente había que ver el por qué y cómo hacerlo rentable, de cómo buscar maneras en que también generar un cambio en lo que se buscaba en la empresa privada se buscaba donaciones, por qué buscar donaciones si puedo hacer uso de herramientas que no son nuevas porque no me las he inventado sino que ya son usuales en el cine norteamericano, incluso en el cine independiente, incluso en el cine latinoamericano, tenemos casos como en Argentina, México incluso Chile también tiene casos, el cine brasileño y obviamente si nos vamos a buscar a otros lados el cine europeo también que cuenta con muchos fondos estatales, también el cine asiático, el cine de Hollywood, de Bollywood en la India y el cine chino ya están haciendo más el sector audiovisual y cinematográfico de Korea y el de Japón, entonces y cuáles son estas herramientas estamos hablando del product placement, estamos hablando de la venta de los derechos de imagen hacia marcas comerciales y todo eso partía del hecho de generar un producto, a través de una trama que permitiese acercarnos de manera orgánica hacia ciertas marcas comerciales y alejarnos un poco del cine de autor que siempre tiende por lo menos en América latina sobre las problemáticas sociales que existen como la pobreza, las drogas, la prostitución, trata de blancas, problemas de la tierra en general, entonces ir alejándonos de a poco porque claro no es que estoy diciendo que había que tapar una realidad sino que creo que esa fue la virtud de haber conseguido estos socios

por lo cual también ingreso a este sector porque al ver Guayaquil Love que es de una temática una comedia romántica se podía acercarse de manera orgánica no a uno sino a muchísimas marcas cambiando un poco la tendencia del cine latinoamericano y del cine ecuatoriano que no salía de ser muy similar al cine latinoamericano en general en la temática y vamos cambiando un poco, no con eso tapamos el sol, consideramos que siguen existiendo pero también hay otra realidad; por ejemplo en el caso de Guayaquil love y hablando específicamente la ciudad de Guayaquil estamos hablando de una ciudad que en 1994 1992 realmente era considerada la segunda ciudad más sucia del mundo y tenía un alto déficit en la entrega de los servicios básicos desde la parte estatal específico del Municipio, actualmente tenemos una ciudad que tiene muchos problemas sociales no deja de ser una ciudad que por ejemplo ganó en el 2000 por el tema del manejo de los desechos premios internacionales, ha ganado premios internacionales también a la entrega de servicios públicos, es una ciudad que está repleta de innovación de ganas de salir delante de gente que está constantemente emprendiendo y emprendedores, tienes una ciudad que se ha desarrollado en infraestructura aunque tiene sus falencias, nuevamente yo no digo que no existan las falencias pero considero que hay que comenzar a aplaudir, no necesariamente estoy diciendo que entremos a una zona de confort porque hay que ser críticos también para poder seguir creciendo pero creo que mantenerlo solamente y ahí si va una crítica hacia el cine latinoamericano y ecuatoriano en general que es el mantenerlo solamente en señalar las cosas negativas y no los logros que también ha tenido esta ciudad y América Latina en general. Hemos tenido un boom los últimos 10 años que incluso se han manifestado en mejoras, en enriquecimiento a la pobreza no con eso no digo que no existan pero que también hay que aplaudir eso y también cambiar un poco los problemas del

cine de autor dentro de las mismas estadísticas que tiene en CNCine, los estudios estadísticos que ha hecho cuando uno va al consumidor o cuando uno habla del cine primero que estamos hablando que uno tiene que ver el cine así como uno tiene que ver la vestimenta, la alimentación, turismo, etc., como un gasto sino como una inversión y cuando la comienzas a ver no como un gasto sino como una inversión comienzas a ver el real valor entonces cuando yo ya no veo que gasto en cine e invierto en cine estoy invirtiendo en entretenimiento porque eso es entretenimiento, entonces si yo cojo y le pregunto a la gente cuando vas al cine, qué vas a ver ellos me dicen ah me gustan las películas de acción, me gustan las películas de comedia o me gustan las películas de romance dependiendo de los gustos de cada uno pero buscan entretenerse entonces cuando en las mismas estadísticas del CNCine no me acuerdo qué estudio pero hay un estudio que incluso está en su Página web ellos vienen y dicen lo siguiente “yo no veo el cine ecuatoriano porque para eso yo abro la puerta de mi casa y veo afuera entonces para ver eso y deprimirme no voy a gastarme lo que me voy a gastar si veo el cine” también lo mismo segundo “no me siento identificado” segundo me bajoneo etc., y así vamos viendo un sin número de respuestas que son respuestas negativas y son respuestas que de una manera y otra manera ciertas que la sociedad y de por qué no ven cine por eso el gran fracaso del cine ecuatoriano en llegar al espectador, porque no podemos crear películas o cine o un producto en general como empresa y en empresa me refiero como persona natural o jurídica, yo si fuese un cineasta yo no haría películas para que nadie las vea el chiste es que las vean y no solamente mi familia sino un gran estrato de la sociedad, entonces si solo creas una película donde solo la van a ver 5 mil personas estoy fallando, porque no estoy pudiendo llegar a los 16 millones de ecuatorianos que existen entonces ese fue uno de los primeros puntos que vimos que descubrimos

o definimos o establecimos en el proceso de hacer el análisis; posteriormente dijimos bueno, ahora tenemos estas herramientas pues ya hicimos un análisis en que bueno básicamente lo hizo el CNCine pero nosotros también hicimos un análisis paralelo y nos dimos nuevamente cuenta de estos puntos, entonces ahora que nosotros hacíamos podemos ir a mendigar nuevamente plata o modificamos el comportamiento entonces vamos a ver qué hacen los norteamericanos para poder ir desarrollando el producto que te comentaba, lo primero que vimos es que ellos usan un sin número de herramientas como te decía al inicio una de ellas es el product placement y la otra es la venta del derecho de uso de imagen de marca, ahora también comenzamos a ver un tema por qué la venta del derecho de uso de imagen de marca, por qué el product placement, entonces esa también es una buena pregunta cogimos y definimos que desde los años 80 las marcas comenzaron a ver como una alternativa a el uso de las propagandas normales los medios escritos, los medios televisados a través de pautas comerciales o prensa escrita o radio ya no son tan efectivas ahora en esa época ya dejaron de ser efectivas la gente podía zapear o cambiar de canal etc., la gente la evita, comienza a generar una inadversión a este tipo de propaganda comerciales entonces o auspicio comercial entonces ahora qué pasa en la nueva era, nueva era digital con la irrupción de las redes sociales, canales de YouTube o incluso estos como netflix y otras tantas y ya la televisión por cable y otro tipo de televisión por cable, ya en la era digital en donde puedes retroceder puedes adelantar puedes zapearte las propagandas dejan de ser un atractivo para las marcas y una inversión en eso de cuando orgánicamente se puede hacer en un sinnúmero de tramas y llegar de una manera más atractiva, recuerda que la publicidad no es la generación de una venta sino la generación del top of mind, es decir cuando piensas en un teléfono piensas en iPhone, un computador en Apple,

en una bebida gasificada o carbonatada con azúcar coca cola, entonces comienzan a entrar con la irrupción de las redes sociales bingo también comienzan a ver eso ahora qué hacen las marcas y lo que han hecho no lo estamos inventando nosotros lo hemos podido ver cuando hablamos de product placement por ejemplo hablamos de marcas vinculadas totalmente a películas tenemos por ejemplo en “Transformer” a Chevrolet con el carro incluso hoy en día hay películas 100% hechas alrededor de cerveza tal cual, incluso hace poco la que es como una comedia la de “Secuestrando a Mr. Heineken” por ejemplo y así sucesivamente vas a encontrar un sin número de películas en las que se meten orgánicamente, ahora en ese proceso de publicidad porque ponen a las estrellas ahí en específico haciendo actividades que generen que cuando hay un pautaaje en redes sociales la gente comienza a verlas la gente las comienza a atraer pero qué pasa la marca está inscrita entonces tienes una publicidad y ese es el famoso derecho de compra de uso imagen de la marca a través de la generación de distintos pautajes y publicaciones que llegan a un universo digital a través de estas redes sociales como Instagram, Facebook, twitter realmente las que siempre usan y he visto es Instagram y la que nosotros hemos detectado Instagram y Facebook entonces observando todo eso dijimos ok vamos para un poquito más adelante, entonces comencemos a hacer nuestro plan de negocios que esa es otra de las cosas que nosotros nos percatamos aquí la gente viene y dice tengo esta película y porque tengo esta película considero que tienen que darme plata entonces nosotros dijimos no viendo los distintos puntos definiendo ciertos puntos creamos un plan de negocios, donde efectivamente describamos el producto pero ahora cómo ese producto se podía de una u otra manera relacionar con la venta de derechos de uso de imagen de marca y un product placement con las marcas comerciales para eso obviamente también definimos que necesitábamos

crear nuestra propia marca la marca de la película que es Guayaquil Love crear la marca “Guayaquil Love” construir una marca en redes sociales entonces es un plan que ya lo tenemos desarrollado y estamos a punto de lanzarlo para construir una marca que tenga un alcance tal en una población a través de sus seguidores y etc., que nos permite ser también atractivos hacia la marca y le estamos vendiendo el derecho del uso de nuestro canal, el derecho del uso de nuestra marca que tiene ya de por sí un sinnúmero de seguidores una población tal que incluso por el momento puede ser más atractiva que la de ellos entonces eso más un product placement en donde nosotros no atacamos hacia la taquilla; por qué no vamos hacia la taquilla tú me vas a definir porque nosotros nos dimos cuenta que la taquilla no es tan relevante en el Ecuador primero porque aunque queramos romper el hito de ser la película más taquillera y que podría ser como no podría ser por qué? Porque existen otros medios, entonces yo me voy hacia la televisión abierta, hacia las redes sociales hacia los canales digitales como YouTube que también es una red social y también obviamente ir hacia por ejemplo estos medios de exhibición digitales como Netflix, entre otros que existen y lanzarla de una manera tal que por el espectro sea más amplio y pueda cumplir con las expectativas de mi marca en cuanto a exposición y en cuanto a no solo exposición sino también interacción, entonces eso solo se puede lograr a través de una gran exposición y eso no está en la taquilla sino está en estos otros lados, entonces nosotros estamos transformando bueno no es que lo estamos transformando como si lo estuviéramos inventando sino que lo estamos trayendo este modelo distinto que las películas norteamericanas se van hacia la taquilla siempre también por supuesto es importante para ellos pero nosotros vamos más por un tema hacia yo te vendo algo ahora te tengo que cumplir, entonces estamos transformando el negocio de taquilla hacia cuanto yo puedo colocar en ventas hacia

marcas que me permitan financiar y generar una rentabilidad a lo cual yo lo pago a través de los canales de exposición y no dependo de taquillas para volverme rentable, yo soy rentable en el minuto que puedo llegar a colocar Guayaquil Love y/o generar un contrato de Guayaquil Love y las distintas marcas comerciales incluidas entre una de esas ya una que tenemos la aprobación por ejemplo el Municipio de Guayaquil, el Municipio de Guayaquil efectivamente le vendimos el nombre de la película podría llamarse Quito Love, Bogotá Love, etc y eso es un segundo paso que es lo que queremos hacer es franquiciar el nombre de la película y usar la misma trama obviamente con variaciones porque hay que adaptarlas a las realidades específicas del país latinoamericano al que vayamos o al que se le venda este concepto de la película en donde no solamente se vende como te decía el product placement en la esta sino también en eventos por ejemplo uno de los eventos que se está vendiendo y hay varias marcas interesadas es la creación de un festival musical en Guayaquil Love que es con la escena que se cierra entonces bajo ese concepto lo que le estamos vendiendo a una marca a través de una exposición interesante en lo que nosotros no nos interesa tanto el valor que os entregue la marca es una manera, una vía para financiar la película volvernos rentables, pero de todo el dinero que estamos vendiendo para la creación de esa escena nos lo vamos a gastar en la escena y nos lo vamos a gastar en la promoción de ese evento porque la promoción de ese evento que está incluido en la película lo que hace en la cual se invita por ejemplo en este caso para tener mayor universo aumentar nuestro universo y tener más impacto en redes sociales invitamos a los influencers invitamos a la gente que queremos invitar a este evento que va a ser exclusivo todo para la ciudad de Guayaquil que se haga por el cine Guayaquil Love es la marca festival o me invento Movistar Guayaquil Love Festival o Guayaquil Love



Movistar Festival o Festival Guayaquil Love Movistar por decirlo lo último y españolicémoslo entonces qué hacemos atraemos a la gente y aparte los volvemos parte de la película entonces eso y otros beneficios que se le entrega a la marca como la interacción o la generación de concursos que de una u otra manera orgánica a través del dinamismo mismo del concurso genere mayor seguimiento no solo beneficio para la película por la mayor cantidad de gente que pueda volverse expectante es esto una realidad y qué es lo que va a ser una realidad cuando ya salga la película sino que también beneficia en exposición e interacción para las marcas entonces vamos cumpliendo las dos cosas y no solamente cumplimos el universo de expectantes que generamos y de paso vamos haciendo que la gente se vaya haciendo parte de Guayaquil Love y sea interesante que 5 mil personas digan ah yo estuve en la película y salgan porque les hacemos un cameo a las 5 mil personas que fueron invitadas pero en ese proceso por la invitación tienes que hacer todo eso, son distintas herramientas que hemos ido revisando que hemos ido estructurando una por una que nos permita la mayor cantidad de ingresos para la creación de nuestra marca que nos permita cumplir a su vez con las marcas con lo que nosotros les estamos prometiendo en exposición por decirlo así y a través del uso de nuestra marca el uso de nuestros canales en redes sociales y que a la final eso se deriva en una utilidad porque esto ya no es un proyecto donde lo hago una película porque ya hago una película porque quiero ganar plata ese es el objetivo principal y que no quepa la duda pero obviamente también sin dejar de lado la calidad cinematográfica la calidad del producto final sino que es la película porque obviamente esta sería la primera de muchas mas

## **¿Cuánto tiempo aproximadamente se debe tener en consideración para la etapa de financiamiento de una película?**

En este proyecto sinceramente ya vamos para los dos años no miento un año y medio pero claro porque ha sido primero la creación del modelo, hemos ido creando el modelo y el modelo ha ido inclusive modificándose en la línea del tiempo por eso es importante definir que en los negocios una de las primeras reglas que te enseñan es que dicen que la vida se modifica entre un 70% - 90% hasta que se vuelve una realidad porque puedes tener una idea pero el contexto se va modificando, los actores pueden ir modificando entonces cambiando modificando también entonces no podría decirte esto te va a tomar 6 meses o un año a nosotros nos ha tomado un año y medio porque primero teníamos que crear un producto que fue el *teaser* que tú lo conoces bien para comenzar primero a mostrar la calidad y que muestre más o menos de qué se trata la película para poder vender un algo entonces en eso nos tomamos tres meses, mientras creamos paralelamente el producto, el concepto del proyecto y qué íbamos a vender cual iba a ser la estrategia para la construcción de la marca que uno de otra manera interactúan con los servicios que vamos a ofrecer y que básicamente ya estamos vendiendo y en algunos casos ya se han vendido y aparte otra cosa más ósea obviamente tenemos lo posterior que también son otros subproductos que se puedan generar incluido la franquicia como te decía y otros subproductos que pueden ser venta de productos al retail on estamos hablando de camisas, etc., o el derecho del uso de la creación de esas vainas y sobre eso comisionar dependiendo de y a partir de eso ir acercándonos a marcas y generar una credibilidad y obviamente la credibilidad se ha generado en la línea del tiempo en la negociación de marcas persistentes a comenzar recién que en Estados Unidos es una realidad y en redes sociales y las

marcas jóvenes que son creadas también por jóvenes empresarios que ven el valor y valoran el uso de redes sociales es mucho más y aparte por la falta de capital, entonces lo ven como una vía pero marcas comerciales tradicionales que siempre les ha sido efectivo un canal o canales tradicionales al irse pasando y específicamente apuntalarle un gran porcentaje de su presupuesto a un solo producto un solo canal es un año de proceso de campaña etc es bastante importante y también genera bastante confianza o por lo menos es muy trabajoso generar esa confianza que de entrada te digan si y me interesa y ahorita te firmo como pasó con la Municipalidad de Guayaquil como pasó con otras marcas que dijeron me interesa y ahora estamos negociando los términos de los contratos entonces nuevamente te digo este proceso se ha demorado año y medio y yo año y medio te digo cuando se cumpla diciembre posiblemente un año ocho meses se haga en nuestro caso pero te podría asegurar que este mismo equipo de trabajo no se demoraría lo mismo primero porque ya tenemos el producto elaborado, el formato estructurado y esa estructura de los proyectos que podemos elaborar ya tenemos un modelo desarrollado de plan de negocio un concepto bien formado bien maduro que obviamente tendría sus modificaciones porque después haríamos un análisis post proyecto que nos permita mejorarlo, mejorar el producto pero ya tenemos una base sólida y tendríamos una credibilidad con las marcas comerciales lo que nos abriría la puerta para varios proyectos más y si es que las marcas que nos digan que no o que ya nos han dicho que no podrían cambiar de opinión cuando ya vean el producto y vean los resultados aparte de que vamos a tener estadísticas y estas estadísticas nos van a permitir disminuir ese costo de producción drásticamente estamos hablando que si nos demoramos seis meses en diseñar el modelo que ya tenemos un modelo diseñado solo hay que cambiarlo y si nos demoramos un año en generar

confianza ya tenemos la confianza y aparte ya tenemos la estadística que avalan que nuestro producto efectivamente genera los resultados que prometemos o mayores incluso podría hacer que nuestro producto aumente en precio por lo tanto nuestra rentabilidad

### **¿Cuáles han sido las limitantes al momento de financiar sus proyectos?**

Primero la falta de credibilidad no de los actores, creo que tengo una buena credibilidad, igual que todos mis socios tenemos buena credibilidad en nuestro sector en nuestros medios pero no hay una credibilidad con respecto a las marca con este tipo de productos y efectivamente puedan funcionar en el Ecuador, fue por eso que nosotros no hablamos de taquilla no hablamos de espectadores porque todo eso lo hemos venido viendo para acorde a eso generar y poder cumplir con todos porque saben que la taquilla no es interesante en este país, según tengo entendido lo máximo que se vende en taquilla son 14 millones de boletos al año pero estamos hablando de cientos de películas y estamos compitiendo con un mercado como Hollywood, entonces tenemos que entrar de otras vías de otras maneras cuasi que gratuitas al espectador aunque también obviamente hay que ir sobre los canales tradicionales porque suman no restan, entonces eso ha sido una limitante obviamente ser el primero es una gran limitante pero al mismo tiempo una gran oportunidad porque ese ensayo y error te vuelve y ves tantas opciones y tantas variables y lo más importante es que cuando lo logras pues eres el primero, entonces más que una limitación lo veo como una gran oportunidad obviamente el hecho de que no haya existido y crearlo todo es una limitante en la línea de tiempo mas no en la oportunidad que significa ser el primero.

**¿Cree Ud., que diseñando un modelo de financiamiento le puede servir de guía al momento de financiar una próxima película? ¿Por qué?**

Si claro, yo creo que sí, no sé qué tanto para qué tipo de producciones porque eso es una limitante dependiendo de la producción, también obviamente eso y hablo de la trama se limita porque las marcas tienen un manual de marca entonces hay cosas con las que ellas no se verían involucradas por ejemplo estamos hablando de temas de drogas, etc., pero siempre el hecho de que uno te diga que no, no significa que todas te digan que no porque de pronto tienen fundaciones que tienen fondos si es que hablas de drogas pero si la película te habla por ejemplo de cómo la lucha contra las drogas y si tiene un mensaje positivo al final y no uno que la trama negativa con un final negativo entonces ahí todo depende siempre hay posibilidades, creo yo pero obviamente la mayor limitante sería en ese caso la trama necesariamente aplicaría, aplicaría la estructura básica de cómo se podría desarrollar distintos artículos, distintos productos o servicios para poder obtener finalmente el financiamiento por parte de las marcas ósea generar un contrato por servicios y productos pero la limitante viene por trama pero si te serviría la estructura, el problema es cuantos productos y servicios puedas generar con la trama y cuantas marcas les interese ese producto.

**Entrevista a Josué Miranda**

Yo soy Josué Miranda, tengo 30 años, en el cine alrededor de 10 años, soy de profesión, Ingeniero en Hotelería y Turismo, como profesional, no estudié nunca arte, ni medios audiovisuales, pero es a lo que me dedico alrededor de unos 8 a 10 años.

Empiezo haciendo fotografía, en cine empiezo con cortometrajes, como todo el mundo y mi ópera prima la escribí en el 2014, “El secreto de Magdalena” y se estrenó en el 2015, durante ese tiempo produje y dirigí dos cortos, y el estreno de la película fue en Quito y Guayaquil, un estreno reducido por el ser una película pequeña, de nicho, y creí conveniente solo estrenar en estas dos ciudades, que son las más grandes, ya que podía tener más acogida por la misma naturaleza de la película, un drama erótico – lésbico. En el 2016 grabo el piloto de mi segundo largo que es “La Dama Tapada” lo produzco en el 2017, rodamos en octubre del 2017 y el estreno está previsto para el último trimestre del 2018

### **¿Cómo consideras el estado actual del cine en Guayaquil?**

Actualmente se está moviendo mucho más, iniciativas independientes como considero que debe ser en este país, creo que Guayaquil ya se está volviendo algo como lo que Quito venía haciendo que era como la mata de toda la producción audiovisual para cine y es interesante porque se está produciendo género, que creo que es donde verdaderamente se debe formar la industria, porque es donde a fin de cuentas se genera rédito, el drama en Ecuador no es muy apetezido así que si considero que el cine como industria se va a sustentar en el género, como en países europeos, ya sea Francia o Irán, países que tienen un cine un poco más elitista, no creo que la verdad se pueda basar en eso una industria como si, el género es la base de la industria, entonces sí creo importante el hecho de que Guayaquil este desarrollando género especialmente.

**Dentro de tu experiencia, ¿cómo consideras que el proceso de financiamiento para una película?**

El financiamiento para una película debe partir de algo tangible para una empresa o para alguien interesado, ya sea un piloto, un *teaser*, demo o lo que sea, entonces bajo esa premisa, la primera inversión si debe ser por parte de las personas interesadas, ya sea director o productor o quien sea que esté a cargo de la película, si debemos partir de eso, entonces se debe tener un tráiler que demuestre de qué va la película, como va a ser rodada, un poco la calidad, un poco el estilode la película , elecciones sonoras, algo que emocione a la gente y sea atractivo para la empresa y que se apunte al mercado de ellos, es decir si buscamos una empresa que ofrece consumo familiar, si debemos ofrecer un contenido en consumo familiar porque es su mercado objetivo, en ese aspecto si se debe ver hacia dónde va orientada la película para saber de dónde conseguir los fondos, desde la concepción misma del proyecto debe tenerse en cuenta el mercado objetivo de la empresa a la que se va a ofrecer

**¿Cuánto tiempo aproximadamente consideras que debe tener esta etapa de financiamiento cuando uno se lo propone?**

Yo creo que una película puede ser tan complicada o tan sencilla como tú lo propongas, entonces si considero que hay películas que pueden demorar un año, que es un tiempo relativamente corto para una película de financiar o puede demorar 3 o 4 años financiar, es normal, dependiendo de presupuesto y temática de la película, si considero que un año es un tiempo prudencial para una película de mediana escala poder levantar el financiamiento, por lo general los fondos que uno

pide no se los dan el mismo año, sino para el año siguiente, ya que así trabajan las empresas, con presupuesto vencido, entonces si considero que con un año de anticipación se debería establecer el fondo para rodar la película el año siguiente en caso de ser una película de mediana escala, si es una película un poco más de bajo presupuesto, pienso que es un poco más manejable y si se puede hacer en unos 6 a 8 meses, dependiendo de la temática de la película, sino es algo que no es apetecible para el mercado meta para alguna empresa como algo gore o algo erótico o semi porno, si es un poco más complicado en ese aspecto.

**¿Cuáles son las características que uno debe considerar en un proyecto al momento que va a buscar financiamiento a la empresa privada?**

Definitivamente la identificación con la empresa es básica y esencial, debe ir alineado a lo que ellos buscan para su mercado objetivo, entonces yo creo que al inicio hay que pensar un poco más en presupuesto más que en guion, al inicio el guion debe amoldarse al presupuesto y bueno luego podrás hacer lo contrario, los presupuestos se comienzan a moldear en base al guion que uno quiera proponer, pero bajo esa premisa si debe pensarse desde un inicio a que empresa se va a ofrecer, entonces básicamente lo que se puede hacer de manera sencilla, es ver los comerciales que ellos tienen, qué demografía utiliza, hacia que publico va dirigido y básicamente tratar de enmarcar una película en ese aspecto, creo que esa es una manera sencilla de establecer una relación rápida con una empresa, porque estas enfocado en los mismos clientes que ellos buscan, entonces si es importante.



**¿Cuáles consideras que son las falencias que has tenido al momento de financiar tus proyectos?**

Yo creo que como todo productor amateur, tardamos de levantar todo nosotros mismos y si se necesita ayuda para hacer cosas más elaboradas, mi primera película fue totalmente financiada por mi productora y yo, entonces sí creo que es una falencia, no buscar la ayuda necesaria o no agruparse y buscar a alguien que tenga más experticia en producción y levantamiento de fondos pero es un proceso que uno debe pasar para aprender como escuela, pero si es importante siempre tener a alguien como soporte que cuente con los conocimientos en levantar fondos o en producción porque eso es básico, creo que esa puede ser de las mayores barreras que tiene uno como productor amateur, el intentar hacerlo todo uno mismo.

**¿Qué limitantes hay al buscar financiamiento en la empresa privada?**

Bueno en Ecuador una gran limitante es el marco legal que existe, no hay una legislación que favorezca a la producción de contenido, por lo menos en cine no existe, en televisión me parece que es más manejable porque es un ambiente más comercial, el cine no, entonces si el marco legal, que en otros países favorece muchísimo a la producción nacional, acá no existe, entonces sí creo que es la limitante más grande que existe, aparte los contenidos que se ofrecen acá no son atractivos para la empresa privada, cosa que ha venido cambiado en los últimos años en Guayaquil, como te comentaba y creo que son esas dos son las barreras más grandes que no permiten un poco mayor involucramiento de la empresa privada con los productores nacionales, creo que si depende mucho del ámbito legal y del contenido que se quiera ofrecer.

**¿Crees tú que si se comienza a diseñar un modelo de financiamiento te podría servir a ti o a futuros productores que quieran hacer cine en la ciudad?**

Si, definitivamente, en este lapso, se están creando, bueno se están definiendo ya ciertos lineamientos como base de futuros proyectos, creo que, si es importante tener esa herramienta o registro, ya que se vuelve fundamental cuando se quiere comenzar a financiar futuros proyectos, y tienes un lugar donde acudir, una base de donde partir para levantar el proyecto.

### **Entrevista a Juan Pablo Asanza**

**Nombre, edad, ¿a qué se dedica?, trayectoria.**

Juan Pablo Asanza Colmont, tengo 38 años, soy Productor - Actor – Profesor en la Universidadde Guayaquil de la materia realización de Cine y Video.

Guayaquileño nacido el 1ero de agosto de 1979. Empecé en 1999 con talleres de actuación en Buenos Aires; luego me involucró de lleno en la compañía de actores Arteamérica, dirigida por Alejandro Pinto y Mirella Tironi en Guayaquil. En esta misma compañía inicié mi aventura teatral participando en obras como: Romeo y Julieta, Tartufo, El Quijote de la Mancha, Jesucristo Superstar, entre otras. Luego incursioné en novelas y seriados dramáticos como La Hechicera, Jocelito, Archivos del destino, Historias personales, Hasta que la muerte nos separe, Kandela, Tveo en Clase y demás (2003-2012).

Entre el 2011 al 2015 me capacité en los talleres de la técnica Meisner, primero con el facilitador Steven Ditmyer (EEUU) y luego con Iñaki Moreno (España) y en el 2011 conocí al novel director Xavier Bustamante Ruiz, y me

propone la producción del proyecto ENTRE SOMBRAS: AVERNO, una película bajo el género de thriller policíaco. Luego de 4 años de buscar alternativas para iniciar la producción, armamos un grupo de trabajo con amigos que bajo el concepto de "cooperativa" le dimos luces a este ambicioso proyecto que se estrenó en cines comerciales del Ecuador en el año 2016.

**¿Cómo considera el estado actual del cine en Guayaquil?**

Está dando sus primeros pasos y va por buen camino.

**Dentro de su experiencia, ¿cómo considera que es el proceso de financiamiento de una película?**

Nuestra película se hizo bajo la modalidad "cooperativa" de esta forma creo en el aporte (intelectual y material) de cada uno de los integrantes de un equipo de producción con un objetivo en común, teniendo en cuenta el compromiso, la confianza y la pasión.

**¿Cuánto tiempo aproximadamente se debe tener en consideración para la etapa de financiamiento de una película?**

Si los integrantes de toda la producción han llegado a un acuerdo o compromiso es cuestión de semanas para iniciar el rodaje.

**¿Cuáles son las características que se debe considerar en un proyecto audiovisual para presentarle a un empresario o auspiciante para que participe en una película?**

Tener un plan de contingencia si es que la empresa no contempla apoyar con dinero, llevar un plan de canjes para que puedan salir beneficiados ambas partes.

**¿Cuáles considera Ud. que son las falencias que se han tenido al momento de financiar una película?**

No tener clara la idea principal del proyecto y su desglose general, eso a veces puede tener variaciones que generan inestabilidad.

**¿Cuáles han sido las limitantes al momento de financiar sus proyectos?**

El equipo técnico adecuado y el tiempo de los integrantes para comprometerse de lleno a todo el mes de grabación.

**¿Cuáles considera Ud. que han sido los factores que han intervenido para no poder financiar su película?**

La falta de inversión y las ganas de invertir a un género nuevo.

**¿Cree Ud., que diseñando un modelo de financiamiento le puede servir de guía al momento de financiar una próxima película?**

Sí.

**¿Por qué?**

Porque se tendrá una planificación y ayudará en el proceso de beneficios.

## **Entrevista a Patricio Rodríguez**

### **Nombre, edad, ¿a qué se dedica?, trayectoria.**

Soy productor audiovisual he hecho producción ejecutiva, también me gradué en la Universidad San Francisco dentro del área de producción de cine y video, tengo 31 años, llevo trabajando en el medio desde hace 8 años, empecé haciendo asistencia de producción y bueno ahora básicamente me dedico a ser productor *freelance* para comerciales de televisión y series de televisión y uno que otro largometraje también

### **Cuéntanos de tus experiencias en los largometrajes en Ecuador.**

Mi primera película en la que trabajé fue al graduarme de la Universidad, fue “Sin otoño sin primavera” que empecé haciendo locaciones, luego trabajé en “Mejor no hablar de ciertas cosas” que también hice locaciones y producción de campo, de ahí trabajé en “Quito 2023” de ahí trabajé en “Europa Report” que fue básicamente el área de distribución y exhibición de la película en Ecuador; fui a hacer como un master class en Barcelona en las ESCAC especializada en marketing y distribución, a raíz de eso trabajé también en el lanzamiento de Sin otoño sin primavera y de ahí trabajé en lo que fue producción ejecutiva para la película de Sebastián Cordero “Sin muertos no hay carnaval” y ahora básicamente soy productor independiente estoy realizando mis proyectos personales ahorita.

### **¿Cómo considera el estado actual del cine en Guayaquil?**

Ahí, si no sé qué tanto pueda aportar, porque la mayoría de producciones con las que he trabajado han sido con producciones que se han manejado desde

Quito o se ha realizado todo desde allá, pero lo que yo puedo apreciar, lo que he podido ver es de que la mayoría de producciones aquí en Guayaquil se manejan como de manera un poco más independiente en comparación con el cine que se realiza en Quito, hablando específicamente en cuanto a fondos públicos por una cuestión asumo yo geográfica, porque obviamente casi todo se maneja desde allá y mi experiencia desde lo que he visto es que no se si muy poco pero realmente no veo que hay como una dependencia de fondos públicos por parte de los realizadores locales, lo cual es bueno en el sentido de que la gente acá en ese sentido tal vez es como un poco más arriesgada a lanzarse a querer hacer cosas sin tener que depender de un fondo público, no sé si esa sea la razón o simplemente es por otras cuestiones, pero es mi apreciación en base a lo que he visto en los trabajos que se han realizado enteramente aquí en Guayaquil y he podido observar.

**Dentro de su experiencia, ¿cómo considera que es el proceso de financiamiento de una película?**

El proceso de levantamiento de fondos es como un diseño, como el plano que tu elaboras de cómo tiene que llevarse a cabo tu película, entonces todo tiene que ir de la mano y como son engranajes que tienen que ir uniéndose y nada puede pasar al azar, ósea realmente debes elaborar un plan y ok esta es mi película esto es lo que vamos a hacer y esta es la forma en la que vamos a trabajar, entonces es como que la producción en sí y la producción ejecutiva van de la mano en cuanto al proyecto que quieres levantar.

**En sin muertos no hay carnaval ¿Qué tan fácil o difícil fue conseguir este proceso?**

Yo entré a Sin muertos no hay carnaval ya cuando la película ya llevaba todo un proceso previo, entonces realmente mi labor dentro de la producción ejecutiva como para entender el rol del productor ejecutivo en si es no solamente la persona que consigue el dinero, sino también es como el peso fuerte dentro de la producción y es como quien tiene que tomar montón de decisiones que de cierta forma no fue mi cargo por así decirlo dentro de la película, porque lo que ocurrió fue que a raíz que trabajé en el lanzamiento de Europa Report yo básicamente manejé el área de distribución y lanzamiento de la película y parte de la estrategia fue ya que no teníamos un presupuesto tan elaborado para realizar el lanzamiento de esta película que era como el gran paso de Sebastián hacia Hollywood logramos como que el interés de muchas marcas porque lo que realmente la estrategia fue vender la película como un evento, porque era como un gran acontecimiento en el cine entonces logramos el interés de muchas empresas privada y a raíz de eso ya estaba este otro proyecto Sin muertos no hay carnaval bastante avanzado y ahí fue que entré yo a formar parte del equipo de producción ejecutiva, pero mi labor era más puntualmente encargarme del financiamiento por parte de la empresa privada entonces el productor general que era Arturo Yépez, quien realmente manejaba la producción general financieramente hablando de la película y yo me encargaba puntualmente de vincular a la empresa privada y marcas a la película, obviamente elaborando un esquema de cuáles serían las marcas que podíamos atacar y cuáles eran las necesidades que teníamos como producción y vincular a marcas y empresa privada a que formen parte del proyecto.

**¿Qué consideras que se debe tener al momento de presentar una propuesta a la empresa privada porque al Estado es totalmente diferente?**

Primero que nada creo que como realizadores tienes que tener o como productor de una película tienes que tener súper claro qué es tu proyecto y tienes que tener la cabeza súper fría al momento que decidas dar este gran paso y decir ok nos vamos a lanzar a hacer este proyecto, porque igual si bien el cine es un arte es una forma de expresión y es artística también es un negocio y es un negocio en el sentido que vas a mover dinero, necesitas mover dinero, necesitas generar una ganancia, probablemente necesitas cubrir rubros. vas a pagar sueldos a personas, tienes que tener muy claro el tipo de proyecto que tú quieres, entonces por más que estés muy enamorado de tu proyecto y muy enamorado de tu película no toda película está hecha para la participación de la empresa privada porque si bien toda película es un arte no toda película tiene el mismo peso comercial por así decirlo, entonces tienes que tener muy claro la dimensión de tu proyecto y en base a esa dimensión de tu proyecto saber ok si voy a involucrar una empresa privada o voy a involucrar una marca qué tanto interés esta marca va a tener a mi proyecto y mi proyecto en si a que marcas probablemente podría atraer y qué puedo ofrecer yo a cambio entonces tener en sí muy claro más que nada qué es tu película y hacia dónde va a ir tu película para tu saber ok ¿puedo realmente atraer empresa privada a que se involucre con el proyecto sí, no, de qué manera, qué puedo ofrecer a cambio y también ser súper honestos en cuanto a qué puedo pedir y dar también porque no todo proyecto puede llegar abiertamente y decir quiero un auspicio de 60.000 dólares porque no te lo van a dar y es perder un montón de tiempo y hay que ser como bastante prácticos en el sentido de que tienes que tener la cabeza fría para saber que es tu proyecto y hasta cuando puedes llegar con el



## **¿Cuánto tiempo aproximadamente se debe tener en consideración para la etapa de financiamiento de una película?**

Creo que va a variar del proyecto en general, un proyecto A no es lo mismo que un proyecto B cada uno tiene su tiempo y su ciclo de vida, creo que más allá del tiempo que te tome a ti conseguir el financiamiento tienes que tomarte el tiempo de armar un proyecto súper firme, ósea, no es como simplemente decir ah ya, escribí un guion y vamos a hacer una película, realmente tu como realizador tienes que ser ambicioso en el sentido de que tienes que ser consciente que ok el hecho que acabaste el guion no quiere decir que ya está acabado tienes que pasar por todo un proceso de no solo de escritura sino de todo lo que conlleva el enriquecimiento del guion y darle peso a tu trabajo de que hay laboratorios al que puedes mandar tu guion para que crezca, se enriquezca y así tú también tener como una trayectoria como darle desde el desarrollo una trayectoria a tu trabajo, entonces para mí lo principal es enriquecer tu proyecto y darle peso porque no es lo mismo llegar a una empresa por último y decirle estoy con este proyecto que quiero hacer porque me dio la gana a llegar y decir tengo este proyecto que lo llevo trabajando tanto tiempo, como realizadores hemos estado en tales laboratorios hemos ido a tales festivales hemos estado en tales mercados tenemos ya toda una estrategia elaborada y eso obviamente te conlleva tiempo, entonces como te digo creo que depende mucho del proyecto que tú quieras realizar, pero para mí si es súper importante que se vea que hay un trabajo previo y que realmente no es que quieras realizar una película por realizarla sino que realmente estas ofreciendo algo, ósea, realmente tienes una visión de lo que quieres tener y que tienes claro a dónde quieres que llegue tu proyecto entonces una vez que tengas claro, creo yo eso y súper claro y bien trabajado y realmente darte un tiempo de cuanto dedicarle en base a mi experiencia

por vincularme con la empresa privada es un trabajo que te puede tomar un año como te puede tomar cinco, en serio dependes de un sin número de factores entonces no creo que haya un periodo específico pero lo que si obviamente debes elaborar es tu cronograma de ok si quiero grabar la película para tal fecha eso quiere decir que mínimo para tal fecha yo ya debo tener x porcentaje del presupuesto conseguido para poder dar luz verde al proyecto entonces va a depender del guion que tengas en mano y un sin número de factores.

**¿Cuáles considera Ud. que son las falencias que se han tenido al momento de financiar una película?**

Creo que más allá del productor guayaquileño yo creo q los productores en general, ósea, no digo que todos pero un error común que suele haber con muchos amigos que tengo es que quieren realizar sus proyectos y no tienen claro qué es su proyecto, entonces es porque obviamente lo que hacemos es un trabajo tiene un porcentaje así como alto en cuanto a la emoción y es como un hijo que estas entregando al mundo, entonces te cuesta mucho ceder; como súper frío en cuanto a lo que tienes entonces mi conflicto siempre es ok ya que terminaste el guion pero cómo puedes enriquecer ese trabajo y en base a mi experiencia con la gente que he trabajado por suerte es gente que en ese sentido tiene muy claro el hecho de que no solamente es tener un buen guion también involucra un montón de cosas más y tienes que ser como muy ambicioso en el sentido de que aplica a laboratorios, aplica a festivales ósea, no te quedes simplemente con un ya tengo el guion ahora rodemos la película, ósea el poder de llegar a decir ya tengo el guion involucra una serie de procesos que obviamente demanda un montón de tiempo, pero si quieres ser

ambicioso con tu proyecto tienes que también darle al proyecto el tiempo que el proyecto amerita.

**¿Cree Ud., que diseñando un modelo de financiamiento le puede servir de guía al momento de financiar una próxima película? ¿Por qué?**

Sí pero no. O sea cada proyecto es, más que un modelo de financiamiento sería bueno que los productores conozcan las distintas herramientas que hay a tu disposición porque realmente cada película es un universo diferente y específico, entonces no es como que va a haber un modelo y en base a ese modelo si lo aplicas a cualquier proyecto el modelo va a ser exitoso, porque el cine depende de chorrocientos factores, lo que si sería bueno es que los productores conozcan qué elementos tienen a la mano o qué elementos tienen disponible y hacia qué cosas pueden aplicar para enriquecer su proyecto entonces ese sería lo que a mí me parecería más interesante porque como repito cada proyecto es un mundo, un universo y es totalmente distinto.

### **Modelo de presupuesto desglosado**

| <b>LOGO PRODUCTORA</b>        |              |
|-------------------------------|--------------|
|                               |              |
| <b>NOMBRE DEL PROYECTO</b>    |              |
| <b>DIRECTOR</b>               |              |
| <b>PRODUCTOR</b>              |              |
| <b>FORMATO</b>                |              |
|                               |              |
| <b>Etapa</b>                  | <b>Monto</b> |
| <b>DESARROLLO</b>             |              |
| Guion                         |              |
| Guion Técnico                 |              |
| Story Board                   |              |
| Derechos sobre el guion       |              |
| Registro del guion en el IEPI |              |

|                              |  |
|------------------------------|--|
| Fotocopias                   |  |
| Traducciones                 |  |
| Diseño de proyecto           |  |
| Diseño de material gráfico   |  |
| Impresión carpetas ventas    |  |
| <i>Teaser</i>                |  |
| Gastos administrativos       |  |
| <b>TOTAL</b>                 |  |
|                              |  |
| <b>PRE PRODUCCIÓN</b>        |  |
| Gastos administrativos       |  |
| Scouting                     |  |
| Contratos                    |  |
| Movilización                 |  |
| Comunicación                 |  |
| <b>TOTAL</b>                 |  |
|                              |  |
| <b>PRODUCCIÓN</b>            |  |
| Sueldo equipo                |  |
| Sueldo actores               |  |
| Alquiler de cámara y equipos |  |
| Alquiler de locaciones       |  |
| Alquiler de vehículos        |  |
| Movilización                 |  |
| Alimentación                 |  |
| Hospedaje                    |  |
| Arte y Utilería              |  |
| Vestuario                    |  |
| Maquillaje                   |  |
| Seguro médico                |  |
| Gastos de producción         |  |
| Gastos administrativos       |  |
| <b>TOTAL</b>                 |  |
|                              |  |
| <b>POST PRODUCCIÓN</b>       |  |
| Edición de imagen            |  |
| Edición y Mezcla de sonido   |  |
| Colorización                 |  |
| Animaciones                  |  |
| Diseño de créditos           |  |
| Derechos musicales           |  |
| DCP                          |  |
| <b>TOTAL</b>                 |  |
|                              |  |

| <b>PROMOCIÓN Y ESTRENO</b>    |    |
|-------------------------------|----|
| Campaña de Marketing          |    |
| Viáticos                      |    |
| Gastos administrativos        |    |
| Pre estreno                   |    |
| <b>TOTAL</b>                  |    |
| <b>Distribución</b>           |    |
| <b>Copias DCP</b>             |    |
| <b>Viáticos</b>               |    |
| <b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b> |    |
| <b>TOTAL</b>                  |    |
| <b>Subtotal</b>               | \$ |
| <b>IVA</b>                    |    |
| <b>TOTAL</b>                  |    |

## **Guion**

**El Reportaje**

**Escrito Por:**

**David Samaniego.**

Contacto: +593998781001 [chukirawacine@gmail.com](mailto:chukirawacine@gmail.com)

EXT. CASA JUANA. PUERTA DE ENTRADA. DÍA

Barrio pobre, casas viejas y una casa con paredes a medio pintar. VALERIA, de 24 años, reportera de TV, tez blanca, contextura delgada, en sus manos lleva un celular y un micrófono. Junto a ella está JOSÉ, de 30 años, camarógrafo de TV, contextura media, tez trigueña, lleva en sus manos una cámara grande. Ambos revisan hacia el interior de la casa mirando por la ventana.

Valeria golpea la puerta.

JUANA (O.S.)

(Gritando a lo lejos)

¡Ya va!

JOSÉ

(emocionado)

¿Y si aquí está el hijo,  
de una vez lo entrevistamos?

Valeria sonríe a José y se arregla.

VALERIA

Con eso ya nos ganamos  
hasta la recompensa.

La puerta se abre. JUANA, de 50 años, contextura media, tez morena.

JUANA

¿Qué desea?

VALERIA

Busco a la señora Juana.

Juana seria, mira de pies a cabeza a Valeria y a José.

JUANA

¿Y qué es que quiere?

VALERIA

Señora buenas tardes,  
somos del canal 15

y me gustaría hacerle  
unas preguntas sobre su hijo.

Juana sonríe y les abre la puerta.

JUANA

 Pero claro!  Pasen!  Pasen!

INT. CASA DE JUANA. SALA. DÍA

Juana toma un cuadro del piso y lo limpia. Se sube en una banca, cuelga el cuadro en la pared y se baja de la banca. Vemos dentro del cuadro el recorte de la noticia de un diario, que con letras grandes lleva como título "Uno de los que se busca." y debajo est  el rostro sonreído de ANDRÉS, 33 años, tez morena. Juana se sienta en la banca y en la pared est n varios cuadros llenos con fotografías de noticias donde aparece Andrés como un delincuente y asesino.

JUANA

Tomen asiento.

Valeria y José parados frente a Juana miran la pared. Valeria y José se sientan frente a Juana.

VALERIA

(Mirando a Juana)

Señora  usted sabe a lo que su hijo se dedica?

Juana sonríe.

JUANA

(Emocionada)

Claro si mi hijo es un héroe de ésta ciudad.

JOSÉ

(Incr dulo con Juana)

 H roe?



JUANA

(Emocionada)

¡Claro!

Juana se pone de pie.

Por ejemplo en esta foto.

Juana señala al cuadro de la pared: El cuadro presenta a Andrés sin camiseta, con la mirada hacia un costado y con las manos atrás, junto a él está una mujer y una niña abrazándose. El titular dice "Ni en Semana Santa respetan a los niños".

JUANA

Andrés justo pasaba cerca  
una casa que se incendiaba  
y logró ayudar a salir  
a esa señora con su hija.  
Por eso hasta sin camiseta  
se quedó el pobre.

Juana señala otro cuadro de la pared: El cuadro presenta a Andrés parado junto a un automóvil nuevo, está con la cabeza abajo y las manos recogidas adelante.

JUANA

¡Mire éste!

Andrés ahí está cansado  
porque corrió unas 5 cuadras  
hasta detenerle a los ladrones  
que se fueron llevando  
el carro de un señor  
que gritaba ayuda.  
Ni la policía logró atraparles  
tan rápido como lo hizo mi hijito.

José y Valeria miran boquiabiertos a Juana. José se hecha a reír. Valeria incómoda mira que Juana se sonríe y ella también sonríe falsamente.

JUANA

Yo sé que es feo  
pero no se burle.

Valeria codea a José. José para de reír.

JOSÉ

(Sarcástico)  
(Poniéndose en pie)  
Uuuuuuuuhhhh...

José arregla la cámara qué está en el piso. Valeria mira a José y regresa su mirada hacia Juana.

VALERIA

Señora,  
¿Usted sabe lo que dice  
en esos periódicos?

Juana suavemente niega con su rostro.

JUANA

Yo no sé leer señorita  
pero mi hijo siempre  
me trae esas noticias  
de sus momentos importantes  
para que las guarde por él.

Juana se pone de pie.

JUANA

¡Uy niña!  
No les he servido aún nada.

Déjeme les traigo unos vasos de agua.

Juana sale de la sala. Valeria regresa su mirada a José y José agachado desde el piso se acerca hasta donde Valeria.

JOSÉ

(Susurrando)

¡Jefesita, con esta noticia  
usted rompe el rating del programa!  
Hasta ascenso o programa nuevo le dan.

VALERIA

Pero la mujer no sabe nada de su hijo...

Sonido: (O.S.)

Juana moviendo vasos en la cocina.

VALERIA

¿Viste lo orgullosa que está?

JOSÉ

¡Esa es la noticia!

Valeria detiene su mirada hacia los cuadros.

JUANA

(O.S.)

Cójame el agua.

José toma aire, levanta la cámara en su hombro y la apunta hacia Juana. Juana con los vasos de agua en sus manos, le sonrío y les entrega los vasos a José y a Valeria.

Juana se sienta y mira a Valeria tomarse el agua. Valeria mira a Juana, toma el agua, mira hacia el piso y luego lleva su mirada hacia los cuadros.

Juana mira hacia los cuadros, se para y se acerca hacia otro cuadro, lo señala y lo queda mirando. En el cuadro está Andrés parado junto a 3 hombres más, todos tienen sus rostros agachados y delante de ellos están 3 trofeos de oro. En el titular de la fotografía está "Trofeos llenos de droga".

JUANA

En éste cuadro...

Andrés - estaba

Valeria mira que José graba por la espalda a Juana, mientras Juana está pensativa frente al cuadro. Valeria toma del brazo a José, él regresa a verla y Valeria con un gesto le indica que apague la cámara. José mira atónito a Valeria.

JOSÉ

(susurrando)

¡¿Qué haces?!

Valeria muy seria le indica con su rostro que apague la cámara. José baja la cámara.

Valeria mira que Juana continúa mirando al cuadro y se acerca a ella.

JUANA

No me acuerdo bien pero...

Valeria detiene su mirada en Juana. Lentamente lleva su mirada hacia el cuadro.

VALERIA

Parece que estuvieron haciendo deporte.

JUANA

(Emocionada)

¡Claro! Esa fue la vez

que ganaron una copa

en el campeonato de fútbol

de donde él vive.  
(Continúa mirando el cuadro)  
(Suspira)  
Hace tiempo que no vienen  
con algún otro cuadro

Valeria se queda mirando al cuadro. Juana regresa a ver a Valeria.

JUANA

¿Usted tiene hijos?

Valeria asiente con su rostro mientras continúa mirando al cuadro, Juana regresa su mirada hacia el cuadro y Valeria regresa a verla deteniendo su mirada en ella con intención de decirle algo.

Nos fundimos en: Valeria agachándose hacia el sillón.

EXT. BARRIO DE CASA DE JUANA. CALLE. DIA


Valeria mirando a cámara y junto a ella 3 mujeres mayores de 40 años, una de ellas es Juana.

VALERIA

Hoy que estamos celebrando  
a las madres del Ecuador,  
queremos hacerlo desde  
el barrio Urdesingue.  
Por eso queremos preguntar  
a las mamitas que nos acompañan  
cómo piensan pasar el día de las madres.  
(Dirigiéndose hacia Juana)  
¿Cuénteme mamita,  
usted cómo va a festejar su día?

FUNDIDO A NEGRO  
CRÉDITOS FINALES

## Presupuesto desglosado El Reportaje

|  |                    |
|--|--------------------|
| <b>NOMBRE DEL PROYECTO</b>   | EL REPORTAJE       |
| <b>DIRECTOR</b>  | DAVID SAMANIEGO    |
| <b>PRODUCTOR</b>   | LETICIA BECILLA    |
| <b>FORMATO</b>   | HD                 |
|  |                    |
| Etapa  | Monto              |
| DESARROLLO   |                    |
| Guión  | \$ 800,00          |
| Guión Técnico  | \$ 100,00          |
| Story Board  | \$ 100,00          |
| Derechos sobre el guion  | \$ -               |
| Registro del guión en el IEPI  | \$ 15,00           |
| Fotocopias   | \$ 5,00            |
| Traducciones   | \$ 80,00           |
| Diseño de proyecto   | \$ 400,00          |
| Diseño de material gráfico   | \$ 400,00          |
| Impresión carpetas ventas  | \$ 100,00          |
| <i>Teaser</i>  | \$ 400,00          |
| Gastos administrativos   | \$ 500,00          |
| <b>TOTAL</b>   | <b>\$ 2.900,00</b> |
| PRE PRODUCCIÓN   |                    |
| Gastos administrativos   | \$ 200,00          |
| Scouting   | \$ 200,00          |
| Contratos  | \$ 300,00          |
| Movilización   | \$ 200,00          |
| Comunicación   | \$ 100,00          |
| <b>TOTAL</b>   | <b>\$ 1.000,00</b> |
| PRODUCCIÓN   |                    |
| Sueldo equipo técnico  | \$ 3.600,00        |

|                              |    |           |
|------------------------------|----|-----------|
| Sueldos actores              | \$ | 1.800,00  |
| Alquiler de cámara y equipos | \$ | 2.200,00  |
| Alquiler de locaciones       | \$ | 300,00    |
| Alquiler de vehículos        | \$ | -         |
| Movilización                 | \$ | 400,00    |
| Alimentación                 | \$ | 600,00    |
| Hospedaje                    | \$ | -         |
| Arte y Utilería              | \$ | 700,00    |
| Vestuario                    | \$ | 150,00    |
| Maquillaje                   | \$ | 100,00    |
| Seguro médico                | \$ | -         |
| Gastos de producción         | \$ | 500,00    |
| Gastos administrativos       | \$ | 100,00    |
| <b>TOTAL</b>                 | \$ | 10.450,00 |
| <b>POST PRODUCCIÓN</b>       |    |           |
| Edición de imagen            | \$ | 500,00    |
| Edición y Mezcla de sonido   | \$ | 500,00    |
| Colorización                 | \$ | 500,00    |
| Animaciones                  | \$ | 150,00    |
| Diseño de créditos           | \$ | 150,00    |
| Derechos musicales           | \$ | -         |
| DCP                          | \$ | -         |
| <b>TOTAL</b>                 | \$ | 1.800,00  |
| <b>PROMOCIÓN Y ESTRENO</b>   |    |           |
| Campaña de Marketing         | \$ | -         |
| Viáticos                     | \$ | -         |
| Gastos administrativos       | \$ | -         |
| Pre estreno                  | \$ | -         |
| <b>TOTAL</b>                 | \$ | -         |
| <b>Distribución</b>          | \$ | -         |
| <b>Copias DCP</b>            | \$ | -         |
| <b>TOTAL</b>                 | \$ | -         |
| <b>GASTOS FINALES</b>        |    |           |
| <b>Subtotal</b>              | \$ | 16.150,00 |
| <b>Imprevistos 10%</b>       | \$ | 1.615,00  |
| <b>IVA</b>                   | \$ | 1.938,00  |
| <b>TOTAL</b>                 | \$ | 19.703,00 |

## **Bases Categoría Cortometraje ICCA**

### **CATEGORÍA PRODUCCIÓN Y POST-PRODUCCIÓN DE CORTOMETRAJES MODALIDAD CORTOMETRAJE FICCIÓN O DOCUMENTAL**

Esta categoría está dirigida a proyectos de cortometraje de ficción o documental que cuenten con una versión de guión o una investigación completa sobre la temática a tratar, lista para entrar en etapa de producción con una duración de hasta 30 minutos en pantalla.

Los proyectos de la categoría de producción y post-producción de cortometraje formarán parte del Sistema Nacional de Difusión del ICCA - en las plataformas que este así lo determine - un año posterior a la suscripción del acta de entrega recepción y cierre del convenio; por lo cual el beneficiario titular de los derechos deberá suscribir un contrato de licencia no exclusiva a favor del ICCA, el mismo que tendrá vigencia indefinida.

A esta categoría sólo podrán postular los proyectos que cumplan con los siguientes requisitos: a. Proyectos que no hayan iniciado rodaje. b. Proyectos que no hayan resultado beneficiarios en años anteriores a la misma categoría o etapa del proyecto. c. El proyecto que postule a esta categoría deberá contar con un productor (a) que sea el responsable de ejecutar los procesos de producción y posproducción, que deberá ser una persona diferente al director del cortometraje.

En caso de incumplimiento a estos requisitos, se tomará el proyecto por no presentado y de haberse firmado el convenio para la asignación de los recursos no reembolsables, una vez verificado el hecho, se declarará la terminación unilateral, se solicitará la devolución de los recursos entregados más los valores por costos administrativos y de operación, cuando corresponda.

Tiempo de Ejecución: 2 años. Esta categoría no tiene opción a prórroga. **PARA LAS MODALIDADES PRODUCCIÓN Y POST-PRODUCCIÓN DE CORTOMETRAJE FICCIÓN O DOCUMENTAL EL POSTULANTE DEBERÁ PRESENTAR:**

**CARPETA A: DOCUMENTOS HABILITANTES** Deberá incluir los siguientes documentos de identificación del postulante y el proyecto:

1. Ficha de Inscripción y Compromiso firmada por el participante en la que declara estar habilitada/o para postular.



2. Mail de confirmación del Registro Único de Artistas y Gestores Culturales RUAC.

3. Dossier de formato libre, que debe incluir sin excepción la siguiente información: a. Título del proyecto. b. Nombre del Guionista. c. Nombre del Director. d. Nombre del Productor. e. Perfil del Director - máximo 1 página. f. Motivación del Director - máximo 1 página. g. Perfil del Productor - máximo 1 página. h. Género Cinematográfico o Audiovisual - drama, comedia, acción, terror, animación, ciencia ficción, etc. Seleccionar un género o incluir el que considere pertinente para la obra. i. Target - Público objetivo al que se dirige el proyecto. j. Ventana de exhibición. k. Duración Cortometraje. l. Logline – concepto o premisa que ha de resumir la historia en una frase. Máximo 300 caracteres. m. Sinopsis - máximo 1 página. n. Story Line - máximo 5 líneas. o. Estado del proyecto - máximo 2 páginas. p. Una nota explicativa de la situación de los derechos de autor del proyecto (la asociación de un escritor, la transferencia de derechos y el tema es tomada de una obra que ya existe).

ANEXOS CARPETA A: a. Guión dialogado y secuenciado - obligatorio para proyectos de Ficción. Máximo 30 minutos de duración. b. Tratamiento descriptivo y secuencial de la historia de principio a fin coherente a la duración estimada de la obra - obligatorio para proyectos de Documental. Máximo 30 minutos de duración. c. Elementos gráficos disponibles del proyecto - fotografías, imagen del proyecto, afiche, fondos, personajes, hojas de modelo y cualquier otro material que el postulante considere relevante incluir d. Links y claves de obras anteriores del director y/o productor.

CARPETA B: PROPUESTA DE EJECUCIÓN DEL PROYECTO La Carpeta que incluya la propuesta para la ejecución del proyecto, deberá incluir sin excepción la siguiente información:

1. Propuesta Estética - Concepción de los elementos visuales y sonoros. (Adjuntar referencias visuales). Máximo 4 páginas.

2. Plan y Diseño de Producción - Máximo 2 páginas.

3. Planteamiento de Casting - Perfiles y contratos celebrados o cartas de intención firmadas de los actores o personajes principales confirmados.

4. Perfiles y contratos celebrados o cartas de intención firmadas con las cabezas de equipo.

5. Cronograma de trabajo - Que inicie sus actividades en el mes de febrero de 2018.

6. Plan de Rodaje.

7. Plan de Difusión y Distribución.

8. Presupuesto de producción y posproducción del Cortometraje - formato ICCA.

9. Plan de Financiamiento que cubra el 100% del presupuesto de Producción y Posproducción del Cortometraje, incluido el valor del incentivo otorgado por el ICCA, en caso de resultar beneficiario - formato ICCA.

Para respaldar el financiamiento que el postulante indique como confirmado, éste deberá presentar documentos de respaldo que podrán ser: copias de contratos o convenios legalmente celebrados, cartas de intención debidamente suscritas u otros. No se considerará como aportes al plan de financiamiento la sesión de honorarios de ningún tipo.

10. Plan de Uso del Incentivo - Detalle de los rubros o conceptos en los que se invertirá el incentivo entregado por el ICCA para la ejecución del proyecto teniendo en cuenta lo detallado en Instructivo para la Justificación del Incentivo otorgado por el Instituto de Cine y Creación Audiovisual - formato ICCA.

**PRODUCTOS A ENTREGAR PREVIO CIERRE DEL PROYECTO** Para proceder con el cierre del Convenio, el beneficiario deberá presentar los informes de la ejecución del proyecto y los siguientes productos:

- Informe Técnico de ejecución del proyecto en físico y digital de acuerdo a la propuesta presentada en la postulación, adjuntando los documentos de respaldo que justifiquen su ejecución y los productos entregables que se estipulan en el convenio. El informe estará compuesto por los siguientes documentos:

1. Dos ejemplares en digital del cortometraje final en el que deberá constar los logotipos y año del beneficio; acorde a lo estipulado en el Manual de Aplicación de Logos del ICCA.

2. El producto entregado deberá ser digital en una resolución no inferior a HD (1920x1080) calidad Broadcasting Internacional.

3. Hojas de llamado por día de rodaje.
4. Material de difusión o promoción del proyecto de acuerdo a la propuesta, que deberá respetar lo estipulado en el Manual de Aplicación de Logos del ICCA.
5. Carpeta en soporte digital con material comunicacional del proceso de ejecución del proyecto para difusión por parte del ICCA, éste deberá contener sin excepción:
  - a. Diez (10) fotografías del proyecto en formato JPEG, con definición de 300 DPI, tamaño 13 x 18 centímetros, escala RGB. El nombre del archivo fotográfico deberá indicar la actividad realizada.
  - b. Al menos el 10% del total del cortometraje en minutos de imágenes en una resolución no inferior a HD (1920x1080) que serán seleccionadas especialmente para que el ICCA genere materiales de difusión durante la producción del proyecto o después.
  - c. Un (1) archivo de texto con:
    - Sinopsis - máximo 1 página.
    - Story Line - máximo 5 líneas.
    - Ficha técnica completa.
  - d. Si la propuesta lo incluye, un (1) afiche de publicidad o imagen
6. provisional del proyecto en formato JPEG, con definición de 300 DPI, tamaño 70 x 100 centímetros, escala RGB, que deberá poseer el logotipo institucional acorde a lo estipulado en el Manual de Aplicación de Logos del ICCA.
6. Y demás entregables acorde a la propuesta de ejecución del proyecto.

- Informe Financiero El beneficiario entregará el informe financiero justificando el cien por ciento (100%) del monto asignado, anexando los respaldos físicos de los egresos realizados para la ejecución del proyecto teniendo en cuenta lo detallado en el Instructivo para la Justificación del Incentivo otorgado por el Instituto de Cine y Creación Audiovisual - formato ICCA.

## DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Becilla García Leticia Aurora**, con C.C: # **1204465593** autora del trabajo de titulación: **Diseño de modelo de financiamiento para la producción cinematográfica independiente en la ciudad de Guayaquil** previo a la obtención del grado de **MAGÍSTER EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de graduación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de graduación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

**Guayaquil, 22 de mayo de 2018**

f. 

Leticia Aurora Becilla García  
C.C: 1204465593

## **REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA**

### **FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE GRADUACIÓN**

|   |  |   |     |
|---|--|---|-----|
| <b>TÍTULO Y SUBTÍTULO:</b>                        | Diseño de modelo de financiamiento para la producción cinematográfica independiente en la ciudad de Guayaquil.   |   |     |
| <b>AUTOR(ES)</b> (apellidos/nombres):             | Becilla García, Leticia Aurora   |   |     |
| <b>REVISOR(ES)/TUTOR(ES)</b> (apellidos/nombres): | Baño Hifóng, María Mercedes<br>Cornejo Robayo, Jazmín  |   |     |
| <b>INSTITUCIÓN:</b>                               | Universidad Católica de Santiago de Guayaquil  |   |     |
| <b>UNIDAD/FACULTAD:</b>                           | Sistema de Posgrado  |   |     |
| <b>MAESTRÍA/ESPECIALIDAD:</b>                     | Maestría en Administración de Empresas   |   |     |
| <b>GRADO OBTENIDO:</b>                            | Magíster en Administración de Empresas   |   |     |
| <b>FECHA DE PUBLICACIÓN:</b>                      | 22 de mayo del 2018  | <b>No. DE PÁGINAS:</b>  | 240 |
| <b>ÁREAS TEMÁTICAS:</b>                           | Cine independiente, Financiamiento, Desarrollo de proyecto audiovisual   |   |     |
| <b>PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:</b>                 | financiamiento, presupuesto, producción audiovisual, industria cinematográfica   |   |     |
| <b>RESUMEN/ABSTRACT:</b>                          | <p>Concebir el cine desde una perspectiva económica es uno de los desafíos que enfrentan los productores ecuatorianos. Pensar en las fuentes de financiamiento y sus alternativas permite consolidar nuevos escenarios para la industria cinematográfica y su mercado. Este estudio apunta a diseñar un modelo de financiamiento para la producción cinematográfica independiente en la ciudad de Guayaquil el mismo que se valida a través de un caso práctico donde se ha financiado un 22% de su presupuesto total a la fecha. A través de la entrevista a profundidad como técnica investigativa, se detalla el financiamiento de productores audiovisuales locales en sus últimos proyectos cinematográficos. Los resultados muestran que solamente 2 de 10 productores realizaron un plan de negocios, y que un modelo de financiamiento sería de gran utilidad para futuras producciones. Hay diferentes elementos a los que se pueden recurrir al momento de financiar cine independiente en Guayaquil, desde la empresa pública y privada, el auto financiamiento, en canje publicitario, la venta de derecho de marca, el crowdfunding entre otros, definir cuál será la ruta es lo más difícil y dependerá del guion y su naturaleza. El autor propone un modelo de financiamiento para la producción cinematográfica independiente en la ciudad de Guayaquil en base a la academia, donde se aplican herramientas que serán de utilidad para los productores ejecutivos en la etapa de financiamiento. La autora realiza un caso práctico con el guion El Reportaje escrito por David Samaniego detallando cada paso mencionado en el modelo que se propone, mostrando las diferentes formas en la que se puede financiar y seleccionando un modelo con el cual demuestra un retorno de inversión favorable para la producción del cortometraje.</p> |   |     |
| <b>ADJUNTO PDF:</b>                               | <input checked="" type="checkbox"/> SI   | <input type="checkbox"/> NO   |     |
| <b>CONTACTO CON AUTOR/ES:</b>                     | <b>Teléfono:</b> +593-4-5022389 / 0999412343   | <b>E-mail:</b> <a href="mailto:leticia.becilla@gmail.com">leticia.becilla@gmail.com</a> |     |
| <b>CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN:</b>               | <b>Nombre:</b> María del Carmen Lapo Maza  |   |     |
|   | <b>Teléfono:</b> +593-4-2206950  |   |     |
|   | <b>E-mail:</b> <a href="mailto:maria.lapo@cu.ucsg.edu.ec">maria.lapo@cu.ucsg.edu.ec</a>  |   |     |
| <b>SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA</b>             |  |   |     |
| <b>Nº. DE REGISTRO (en base a datos):</b>         |  |   |     |
| <b>Nº. DE CLASIFICACIÓN:</b>                      |  |   |     |
| <b>DIRECCIÓN URL (tesis en la web):</b>           |  |   |     |