

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR
FACULTAD DE ECONOMÍA

**Trabajo de Integración Curricular previo a la obtención del título
de Economista**

Artículo Académico

¿Qué factores determinan el éxito comercial de las películas?

*Análisis de la Producción Cinematográfica de Estados Unidos e India,
2015 – 2020*

Milena Raquel Escobar Erazo

mrescobar@puce.edu.ec

Directora: Dra. Jackeline Contreras Díaz

yjcontreras@puce.edu.ec

Quito, abril de 2024

Resumen

Este estudio comparativo examina los factores predictores del rendimiento comercial de las películas en la India y los Estados Unidos desde la perspectiva de la economía naranja. Se utilizará un enfoque cuantitativo con el análisis de regresión lineal múltiple. Los principales predictores a tener en cuenta serán el presupuesto de la película, el género, la duración, el puntaje de la crítica y si la película es una secuela. Los resultados mostraron que algunas características universales son impulsoras del rendimiento de la industria cinematográfica en ambos mercados, como el presupuesto, la crítica y la pertenencia a una franquicia, pero también evidenciaron diferencias importantes en el poder de influencia de estos factores entre los mercados estudiados, lo que indica la importancia de considerar los diferentes contextos de cada situación nacional al medir el desempeño de esta industria cultural. Por lo tanto, este artículo contribuye a la comprensión de los determinantes del éxito comercial en el marco de la economía naranja, ofreciendo información útil tanto para los agentes de la industria cinematográfica como para los responsables de políticas públicas interesados en promover este sector.

Palabras clave: Determinantes de la industria cinematográfica, Economía naranja, Éxito comercial, Economía creativa, Presupuesto de Producción cinematográfica.

Abstract

This comparative study examines the predictors of commercial performance of films in India and the United States from the perspective of the orange economy. A quantitative approach will be used with multiple linear regression analysis. The main predictors to consider will be the film's budget, genre, length, critics' score, and whether the film is a sequel. The results showed that some universal characteristics are drivers of the performance of the film industry in both markets, such as budget, critics and belonging to a franchise, but they also showed important differences in the power of influence of these factors between the markets studied. which indicates the importance of considering the different contexts of each national situation when measuring the performance of this cultural industry. Therefore, this article contributes to the understanding of the determinants of commercial success within the framework of the orange economy, offering useful information for both film industry agents and public policy makers interested in promoting this sector.

Keywords: Determinants of the film industry, Orange economy, Commercial success, Creative economy, Film production budget.

Introducción

La industria del cine recaudó 41.1 mil millones de dólares a nivel mundial en 2018 (Niu, 2021), una cifra comparable al Producto Interno Bruto (PIB) de Bolivia en 2021. En el mismo año, la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) informa que se produjeron 7,589 películas, representando India aproximadamente el 24% y Estados Unidos el 12,4% de esta producción (OMPI, 2021). La importancia de esta industria se destaca aún más al considerar el caso de Nigeria, que en el año 2014 era el segundo mayor productor de películas del mundo, con un 1.42% de su PIB, aparte de ser el segundo mayor empleador después de la agricultura (Santamaria, 2018), lo que demuestra que el desarrollo del cine no es solo para las grandes potencias.

La industria cinematográfica ha experimentado una transformación significativa a lo largo de las décadas, impulsada por diversos factores que han moldeado su evolución. Uno de los factores clave ha sido el desarrollo tecnológico, desde la invención de la cámara cinematográfica hasta la digitalización de todo el proceso de producción, distribución y exhibición de películas.

El éxito de este sector ha significado importantes beneficios tanto directos como indirectos para las economías

nacionales de los países productores de cine, como la creación de empleos de una amplia gama de profesionales, generación de ingresos por taquilla y comercialización de productos relacionados. Así, según Pangarker y Smit (2013), en Estados Unidos, los ingresos de taquilla globales para todas las películas estrenadas durante 2010 se estimaron en USD 31.8 mil millones, con un registro de más de 2.2 millones de empleos generados. Por otro lado, Gregg Anderson, el gerente de mercados occidentales para Turismo Nueva Zelanda, señaló un incremento del 50% en las visitas al país tras el estreno de *El Señor de los Anillos*, (Pinchefsky, 2012).

Desde una perspectiva económica, el cine representa una inversión importante, con películas que en promedio cuestan alrededor de \$70 millones para producir, según estimaciones de Eliashberg et al. (citado en Kaplan, 2012). Según Marti y Muñoz (2021), “el intenso desarrollo que ha experimentado el sector audiovisual, por el aumento en la demanda de servicios como por la influencia que tiene sobre otros sectores, ha atraído la atención de sociólogos, políticos y economistas” (p.124).

De ahí que, los estudios de cine enfrenten una considerable presión por recuperar su inversión inicial, ya que las películas solo se exhiben en los cines durante un período promedio de cuatro semanas. Por lo tanto, la comprensión de los elementos que facilitan o impiden el crecimiento de la industria es crucial para diseñar estrategias efectivas que permitan la expansión del cine (Kaplan, 2012, p.7). Frente a esta incertidumbre, numerosos estudios han buscado identificar los aspectos clave que determinan el éxito financiero de las películas, examinando variables como el género, la calificación por edades, el presupuesto de producción, la participación de estrellas de cine, las críticas, los premios y nominaciones, y la temporada de lanzamiento (Brewer, Jozefowicz & Kelley., 2009; Kaplan, 2012; Litman, 1983).

El género cinematográfico es uno de los factores estudiados con mayor frecuencia, y los resultados han sido mixtos en términos de importancia. El impacto de la presencia de estrellas de cine en el reparto ha sido probada, y dos estudios han encontrado una relación positiva con las ganancias de taquilla (Brewer et al., 2009; Karniouchina, 2011). La crítica de cine también ha sido investigada en gran medida, con resultados mixtos sobre si las críticas moldean la demanda del consumidor y finalmente determinan la rentabilidad de una película (Eliashberg & Shugan, 1997; Reinstein & Snyder, 2000; Terry, Mitchell, Morgan & Owens., 2005).

Otra de las razones detrás del crecimiento de este sector ha sido la globalización y la interconexión del mundo a través de comunicaciones y medios digitales. La disponibilidad de las películas ha creado un alcance global para la industria, permitiendo así que la cultura y la realidad social de las varias sociedades se presenten ante audiencias más amplias (UNESCO, 2005). Paralelo a esto, el desarrollo de los modelos de negocio y las técnicas de financiación también ha sido uno de los elementos clave del cambio en la industria del cine. Nuevas fuentes de financiamiento, como el crowdfunding y las monedas digitales, han hecho realidad los proyectos que, de otro modo, habrían tenido grandes obstáculos para ser financiados (UNCTAD, 2008).

Por último, el papel de la industria cinematográfica en el desarrollo social y económico de los países se ha percibido razonablemente, lo que ha estimulado la inversión y el financiamiento en esta industria por parte de los gobiernos y las organizaciones internacionales. El Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y la UNESCO han destacado la importancia de las industrias creativas y culturales en generar empleo, promover la diversidad y contribuir al desarrollo (BID, 2013; UNESCO, 2013).

Sin embargo, de acuerdo a Kaplan (2012) la falta de estudios específicos, de análisis comparativos entre las realidades de diferentes países y los resultados contradictorios de los estudios existentes son obstáculos importantes en la identificación de los factores que impulsan esta industria y por ende, limitan su desarrollo.

Este estudio pretende contribuir al vacío de investigación sobre los factores que impulsan esta industria a través de la econometría, para ello, se utilizarán datos de películas de dos de los mercados más importantes a nivel mundial, Estados Unidos e India, que representan un tercio del mercado cinematográfico global. Con el afán de

identificar y comparar los determinantes fundamentales del rendimiento comercial de la producción, se comparan estos dos países. Los resultados de este análisis proporcionarán una comprensión más profunda de los elementos que determinan el éxito financiero de las películas y aportarán valiosos conocimientos para los profesionales de la industria y académicos interesados en este campo.

En el marco de la teoría de la economía naranja, que reconoce el papel de la creatividad como motor de innovación y desarrollo económico (Buitrago y Duque, 2013), la investigación se realizó utilizando la información de películas producidas en Estados Unidos e India entre el 2015 y 2020, de diferente duración, presupuesto y género, para que sea posible estudiar estas diferencias. Con estos datos es posible realizar una regresión lineal múltiple que permite identificar los factores significativos en los ingresos de las películas, considerando la interacción entre elementos económicos y culturales que influyen en su recepción y desempeño, buscando un equilibrio entre innovación artística y demandas del mercado para maximizar su impacto (Guerrero, Bravo y Vinuesa, 2021).

Una limitación importante de este estudio es la dificultad para medir y capturar las preferencias y gustos de los consumidores, elementos que son fundamentales para el éxito comercial de las películas. Aunque algunos estudios han abordado esta temática, la complejidad de los procesos de toma de decisión de los espectadores dificulta su inclusión directa en el análisis econométrico. Por lo tanto, este estudio se enfocará principalmente en los determinantes de la oferta, como el presupuesto de producción, el género y la duración de las películas, mientras que las variables relacionadas con el consumo se encontrarán dentro del término de error del modelo.

Asimismo, otra limitación radica en la disponibilidad y calidad de los datos, especialmente en lo que respecta a información detallada sobre la industria cinematográfica en países en desarrollo. Por ello, este estudio se concentrará en los mercados de Estados Unidos e India, que en conjunto representan alrededor de un tercio del total mundial de la producción cinematográfica. Los resultados obtenidos a partir de estos dos países líderes en la industria ofrecerán valiosos conocimientos que servirán de referencia para futuros análisis en otros contextos.

Marco Teórico

La economía naranja, también conocida como economía creativa, surge como un concepto que busca agrupar diferentes sectores de la economía. Según la UNESCO, su objetivo principal es la comercialización de actividades, servicios y productos que poseen contenido patrimonial, artístico o cultural (UNESCO, 2020). Estos productos o servicios se asocian con la propiedad intelectual, como los videojuegos, la radio, la televisión, el software, la publicidad, la música, la moda, los juguetes, los juegos, la investigación y el desarrollo, la edición, el diseño, el cine, la artesanía, las artes visuales y escénicas, y la arquitectura. (Buitrago, 2013)

La economía naranja comparte principios con la teoría económica neoclásica, que se enfoca en la asignación eficiente de los recursos escasos y la maximización de la utilidad del consumidor (Yu, Burke y Raad, 2019). Dado que los productos y servicios de la economía naranja se caracterizan por tener propiedad intelectual, la teoría neoclásica resalta la importancia de los derechos de propiedad intelectual para el desarrollo económico. Además, la economía naranja se rige bajo las suposiciones de la teoría neoclásica de la economía, que mantiene la racionalidad de los agentes individuales de la economía y la maximización de la utilidad. Este estudio se enmarca en el concepto de la economía naranja o economía creativa, que hace referencia al conjunto de actividades que transforman las ideas en bienes o servicios culturales, a través de material intelectual (Buitrago y Duque, 2013)

Así, las industrias creativas, que incluyen al cine, tienen el potencial de impulsar el crecimiento económico, crear empleos, y fomentar la innovación. La economía naranja se basa en la interacción entre la cultura, tecnología y economía, en un contexto globalizado y en constante cambio (UNCTAD, 2010). La economía naranja se expresa en el sector cinematográfico, a través de la creación de contenido original, producción fílmica, distribución en salas de cine y plataformas digitales, la generación de ingresos por taquilla, comercialización de productos relacionados y sus efectos indirectos en otros sectores, como el turismo, la publicidad y el desarrollo de infraestructura (Luzardo

et al., 2017).

Según Guerrero, Bravo y Vinueza (2021), es crucial entender que el desarrollo cultural de una sociedad no puede ser reducido únicamente a términos económicos. En este sentido, es necesario tener en cuenta tanto la creatividad artística como la rentabilidad económica, ya que "al mismo tiempo que una obra artística es económicamente productiva, puede ser también un elemento fundamental para el despliegue de la libertad individual y colectiva" (p. 34). Esto implica que las producciones cinematográficas exitosas deben encontrar un equilibrio entre la innovación artística y las demandas del mercado, permitiendo así maximizar su impacto tanto cultural como económico.

La literatura revisada destaca la importancia del papel que juegan los gobiernos en el desarrollo de la economía naranja. Dentro de esta, la industria del cine juega un papel fundamental, generando un impacto significativo en el empleo. Según González (2020), la economía naranja "representa un conglomerado de actividades que tienen como objetivo la transformación de ideas en bienes y valores de carácter cultural". En este sentido, la participación activa de los gobiernos locales es crucial para fomentar y apoyar el crecimiento de la industria cinematográfica, que a su vez contribuye al desarrollo económico y social de los países.

Según el enfoque de Hesmondhalgh (2002), las industrias culturales como el cine producen "artefactos culturales" y "textos" cargados de significado, que generan sentido e identidad. Así, el cine es un vehículo clave para crear consensos e ideas compartidas, que ofrece a las audiencias una representación de la realidad, e imaginarios colectivos a escala internacional. Por ejemplo, la influencia cultural global de las producciones de Hollywood durante décadas ha ayudado a extender la influencia de la cultura estadounidense (Hesmondhalgh, 2002). Esta capacidad del cine para influir en la forma en la que las audiencias perciben la realidad y construyen identidades colectivas, lo vuelven fundamental en la economía naranja.

No obstante, el éxito comercial dentro de la industria cinematográfica no depende únicamente de su capacidad de generar significado cultural. Según He (2021), factores como la narrativa, el género, la calidad y la relevancia cultural de las películas, son determinantes clave de la demanda, ya que deben alinearse con las expectativas y valores de las audiencias, los cuales dependen ampliamente del contexto sociocultural de consumo. Es decir, el cine debe lograr conectar con las particularidades culturales de sus mercados para tener éxito, más allá de su potencial para crear consensos e imaginarios compartidos a nivel global.

A diferencia de lo señalado, el estudio de Pangarker y Smit (2013) sugiere que los factores clave para el crecimiento económico de la industria cinematográfica no son los sentidos y efectos culturales, sino más bien variables del lado de la oferta, como el presupuesto de producción, el estreno por parte de distribuidoras importantes, las nominaciones a premios como los Oscar, y la realización de secuelas de películas exitosas anteriores. Es decir, el éxito comercial de la industria cinematográfica depende en gran medida de elementos relacionados con la producción y distribución de las películas, en lugar de su capacidad de generar significado cultural.

Los estudios y productoras cinematográficas tienden a apostar por películas que se alineen con las preferencias y expectativas de las audiencias, buscando replicar fórmulas exitosas y minimizar riesgos financieros. Desde una perspectiva teórica, la economía naranja se presenta como un marco conceptual amplio que permite integrar y analizar diversos enfoques para comprender el desempeño de la industria del cine. En este sentido, a continuación, se describen estudios que han abordado esta industria creativa desde la teoría de la señalización, la teoría de toma de decisiones bajo incertidumbre, la teoría de procesos estocásticos, y modelos de adopción de productos, todos ellos integrados bajo el paraguas de la teoría de la economía naranja.

Otro aspecto importante a considerar es la estructura y estrategia de la industria cinematográfica. Guerrero, Bravo, y Vinueza (2021) señalan que la producción y exhibición de películas deben ser vistas desde una perspectiva estratégica y económica, destacando que "el 49,21% de los emprendimientos se administra mediante la autogestión, el 8,90% a través de financiamiento privado, y el 3,66% con financiamiento estatal" (p. 101). Este

enfoque subraya la importancia de la gestión eficiente y diversificada de los recursos en la industria del cine, donde la autogestión y el financiamiento privado juegan roles clave. Además, la calidad del contenido y la adaptación a las preferencias del público son determinantes críticos para el éxito comercial, reflejando la necesidad de una constante innovación y ajuste a las dinámicas del mercado.

El estudio de Pangarker y Smit (2013), es uno de los principales estudios que bajo la teoría de la decisión en un entorno de incertidumbre ha examinado la inversión inicial, la producción de estudios core, las nominaciones a premios y las secuelas como los principales determinantes del rendimiento en taquilla a nivel mundial. El modelo utilizado sugiere que tanto la estructura de producción y distribución como la señalización de calidad a través de premios, son factores relevantes en la economía de la industria cinematográfica. La digitalización del mundo y la globalización del cine, han evolucionado las reglas del mercado, y ahora la gestión de la marca y los programas de lanzamiento son decisivos para los resultados comerciales.

Los resultados de Collins et al. (2022) destacan la importancia de considerar las particularidades de cada mercado local, así como los patrones de consumo cultural y especificidades de distribución, para predecir el éxito de las películas en Reino Unido. De esta forma, se enfatiza en la necesidad de adaptar las estrategias de marketing y publicidad a las características de las preferencias locales, evidenciando la interacción entre globalización y localización.

Por su parte, Dey (2016) busca predecir los ingresos brutos de las películas utilizando datos históricos y variables como la fecha de lanzamiento, el presupuesto y las valoraciones críticas. Este es un método cuantitativo, que demuestra cómo análisis de datos e información, es una herramienta para la toma de decisiones en la industria cinematográfica, lo que permite una mejor gestión del riesgo financiero y planificación de la producción y distribución.

El modelo de por Chang y Jung (2005) clasifica los predictores del rendimiento en taquilla en cuatro categorías: variables relacionadas con la marca, características objetivas, fuentes de información y variables relacionadas con la distribución. Este modelo enfatiza la importancia de una estrategia que abarque varios aspectos del proceso cinematográfico, desde la producción hasta la distribución, para predecir el éxito en taquilla.

En contraste, Hesmondhalgh (2002) compara las industrias culturales de varios países y observa diferencias en la economía simbólica, con diversas estrategias de éxito. De esta forma, examina los diferentes contextos desde varios niveles, utilizando la economía política, la sociología y los estudios culturales, para comprender la producción y circulación de bienes culturales en las sociedades contemporáneas.

Por otro lado, Moore y Ophir (2023) analizan desde una perspectiva teórica cómo el contenido de las comedias románticas influye en los ingresos de taquilla. Así, se destaca el papel de los factores narrativos y temáticos en los perfiles de gustos y preferencias de las audiencias, para la creación de contenidos que resuenen con las expectativas de la audiencia. Este estudio incluye herramientas de inteligencia artificial para evaluar aspectos de demanda, oferta y elementos creativos.

La globalización del cine estadounidense y la influencia internacional de las producciones indias muestran cómo la industria cinematográfica se adapta a mercados globales y locales, reflejándose en los ingresos y consumo de películas en cada país. Este fenómeno puede analizarse desde el marco teórico de la economía naranja, proporcionando una base sólida para estudiar la industria del cine e integrando aspectos económicos, culturales y tecnológicos.

Es así cómo, dentro del paraguas de la economía naranja, este estudio adoptará un enfoque cuantitativo para analizar las variables clave que determinan el éxito comercial de las películas desde la perspectiva de la producción cinematográfica, sin abordar directamente los aspectos relacionados con el consumo del arte. Se revisarán variables como las nominaciones y premios obtenidos, el presupuesto de producción y la realización de secuelas de películas

exitosas anteriores (Pangarker y Smit, 2013), y el género de la película (Moore y Ophir, 2013); los cuáles se fundamentan en la teoría de la señalización (Spence, 1973) y la teoría de toma de decisiones bajo incertidumbre (Kahneman y Tversky, 1979), que permiten profundizar cómo las audiencias interpretan y valoran dichas características de las películas. De esta forma, se utilizará el marco teórico de la economía creativa, que proporciona una base para analizar la industria cinematográfica desde una perspectiva que incluye aspectos económicos, culturales y tecnológicos, reconociendo el papel de la creatividad y la generación de valor económico.

Asimismo, al comparar los mercados cinematográficos de Estados Unidos e India, se expondrá cómo estos dos mercados muestran diferencias importantes en términos de desarrollo económico, modelos de negocio, preferencias culturales y estrategias de distribución. Estudiar estos factores simultáneamente, permitirá identificar a aquellos que contribuyen al éxito comercial como los elementos específicos que responden a las particularidades de cada país.

Los resultados de esta investigación implican una oportunidad importante respecto a las políticas públicas, ya que podrían direccionar la creación de programas de apoyo y estrategias más efectivas para fomentar el crecimiento de este sector creativo en los países estudiados y verificar su aplicabilidad en otros países.

Marco Empírico

Diversos estudios han analizado, a través de diversos enfoques metodológicos, el impacto económico de las industrias culturales y creativas en el marco de la economía naranja. En el documento "The Economic Contribution of Brazil's Audiovisual industry in 2019" de Oxford Economics (2020), se utilizó estadística descriptiva para determinar que, en 2019 la industria audiovisual en Brasil generó, una contribución directa de R\$24.5 mil millones al PIB y empleó directamente a 126,580 personas (p. 16). Además, incluyendo los impactos indirectos e inducidos, la industria audiovisual apoyó R\$55.8 mil millones del PIB de Brasil, R\$7.7 mil millones en ingresos fiscales y 657,050 empleos en toda la economía brasileña (p. 2).

Asimismo, según González (2020), "la economía naranja o creativa podría ser considerada la cuarta economía más grande a nivel mundial, tras Estados Unidos y China, y la novena mayor exportadora, generando 144 millones de empleos según cifras del Banco Interamericano de Desarrollo". Mientras que, con datos obtenidos mediante una metodología mixta que combina estadística descriptiva y análisis cualitativo, se evidencia el importante papel que desempeñan las industrias creativas y culturales en el marco de la economía naranja. Es así como, en India, solo la industria del cine, televisión y servicios de video en línea generó en 2019 una facturación combinada de aproximadamente \$13.3 mil millones, más de la mitad de los ingresos totales de la industria de entretenimiento del país; y considerando los impactos indirectos e inducidos, se estima que generó un producto bruto total de, alrededor de \$49.9 mil millones, y empleó a 2.6 millones de personas (Deloitte, 2020).

Chang y Jung (2005) realizan un análisis del rendimiento comercial en la industria cinematográfica, que revela una interacción compleja de factores que inciden en el éxito en taquilla. Así, elementos como la naturaleza secuencial de una película, el reconocimiento de sus actores, el presupuesto asignado, el género cinematográfico, la clasificación por edades y la amplitud de la distribución inicial son determinantes críticos del rendimiento en taquilla. Este estudio propone un modelo integrado que contempla tanto atributos de marca como características objetivas de la película, fuentes de información externas y variables asociadas a la estrategia de distribución. Chang y Jung (2005) complementan estos estudios al desarrollar un modelo predictivo que utiliza una regresión para evaluar cómo las críticas y la popularidad de los actores afectan los ingresos de taquilla.

Desde otra perspectiva, Moore y Ophir (2023), mediante un análisis de regresión lineal, examinan el contenido de las películas, específicamente el género de las comedias románticas, y los diversos indicadores de éxito en taquilla, indicando que la inclusión intensiva de contenido centrado en relaciones no garantiza automáticamente una respuesta positiva de la audiencia. Para este estudio, los investigadores construyeron un modelo de temas a partir

del análisis computacional de los scripts de casi 200 comedias románticas utilizando el enfoque "Analysis of Topic Model Networks" (ANTMN). Este modelo identificó dos temas principales: "relaciones" y "vida". Luego, recopilaron datos sobre el éxito de estas películas, incluyendo ingresos de taquilla (apertura y totales, ajustados por inflación), calificaciones de críticos y audiencia (puntuaciones de IMDb y Metacritic), nominaciones y premios de la industria (Óscar y Globos de Oro), y el número de salas de cine que proyectaron las películas (tanto en la apertura como a lo largo de su recorrido). Además, contaron con datos de producción como presupuesto, año de estreno, estudio y clasificación MPAA.

Se realizó un análisis de contenido detallado sobre las comedias románticas, resaltaron cómo los elementos narrativos y temáticos afectan el éxito en taquilla. Finalmente, se demostró la importancia de alinear el contenido de la producción con las preferencias de la audiencia para optimizar el rendimiento financiero. Sin embargo, esta elección temática parece estar financieramente motivada, apuntando a una estrategia deliberada de los estudios para optimizar los rendimientos económicos, a pesar de las preferencias expresadas por el público.

Blanco (2022) evidencia mediante un análisis cualitativo y revisión de literatura, que las críticas positivas tienen un efecto directo en los ingresos de taquilla, subrayando el papel de las reseñas como predictores fiables del éxito comercial, al comprobar que la influencia de la crítica cinematográfica en la demanda de películas también es significativa. Esto destaca la importancia de la percepción crítica en la formación de las expectativas del público y su impacto en las decisiones de consumo cultural.

Estos estudios resaltan la importancia económica y social del sector cultural y creativo, tanto en naciones desarrolladas como en vías de desarrollo, y brindan un marco para analizar el sector en el contexto de la economía naranja. Sin embargo, es necesario profundizar en el análisis de los factores específicos que influyen en el desempeño de las películas. En este sentido, la presente investigación busca contribuir a llenar este vacío, examinando los determinantes del éxito comercial de la producción cinematográfica nacional de Estados Unidos e India entre 2015 y 2020.

Ya en el ámbito específico a tratar, que es identificar los factores relacionados con los ingresos de las películas, el estudio de Reinstein y Snyder (2005) proporciona un punto de partida relevante, analizando cómo las críticas de cine afectan los ingresos de taquilla en Estados Unidos. Los autores emplearon una regresión con enfoque de variables instrumentales con datos de taquilla y críticas profesionales, y encontraron que las opiniones favorables tienen un efecto significativo en la recaudación. En una línea similar, Plucker et al. (2009) exploraron esta dinámica para descubrir que, las críticas favorables no garantizan automáticamente altos ingresos. Por último, Holbrook (1999) profundizó en el impacto de las críticas sobre los ingresos, utilizó un modelo de ecuaciones estructurales para demostrar que la perspectiva de calidad, reflejada sobre las calificaciones de las críticas, impacta indirectamente en el éxito comercial de las películas.

Por el otro lado, Dey (2016) y Pangarker y Smit (2013) destacaron que el presupuesto de producción y las nominaciones, son determinantes para el éxito en taquilla. Dey (2016) utilizó un modelo de regresión lineal múltiple para analizar los ingresos de taquilla de películas en EE.UU. entre 2010 y 2015, mientras que, Pangarker y Smit (2013) realizaron una regresión con datos a nivel global, con variables como presupuesto, nominaciones a premios y presencia de estrellas. Por otro lado, el estudio de Terry et al. (2005) se enfocó en el impacto de las secuelas en los ingresos, aplicando análisis comparativos y estadísticos para determinar la influencia del éxito previo y la lealtad a una marca en el rendimiento financiero de las secuelas cinematográficas.

En este contexto, la capacidad para prever el éxito de taquilla implica una interacción de diversos elementos de producción, como el marketing, la crítica y la recepción del público, así se determina cómo el rendimiento comercial no puede atribuirse a una sola variable, sino que es el resultado de una serie de factores.

Finalmente, los estudios han tratado aspectos de oferta y demanda, pero no se han enfocado en el tema de la

distribución. Las decisiones estratégicas relacionadas con la distribución y el marketing juegan un papel fundamental. La selección de la cantidad de pantallas y la planificación del lanzamiento son aspectos cruciales que pueden alterar significativamente los resultados financieros de una película. En este sentido, el estudio de Chang y Jung (2005) representa un punto de inflexión, demostrando cómo estas decisiones de distribución son esenciales para el aprovechamiento del potencial de ingresos de una película. Los autores resaltan la importancia de una planificación estratégica eficaz y basada en datos para maximizar el éxito comercial en la industria cinematográfica.

Diseño de metodología

Basándose en el marco empírico revisado, la presente investigación integrará variables clave para el estudio, como el presupuesto de producción (Pangarker y Smit, 2013), las nominaciones y premios obtenidos, el género de la película (Moore y Phor, 2013), la influencia de las críticas (Eliashberg y Shugan, 1997) y el impacto de las secuelas (Terry et. al , 2005). Esto, con el objetivo de complementar y profundizar en el análisis de los factores que inciden en el desempeño financiero del sector, en línea con los hallazgos de investigaciones previas en este campo.

Para analizar los factores que determinan el éxito comercial de las películas en los mercados de Estados Unidos e India, se ha identificado un conjunto de variables clave a partir de la revisión de la literatura relevante. La Tabla N°1 presenta una síntesis de estas variables, incluyendo sus definiciones y los estudios previos que las han considerado en sus modelos teóricos y empíricos. Esta tabla servirá como referencia para el posterior desarrollo y estimación de los modelos de regresión lineal múltiple que permitirán realizar el análisis comparativo entre ambos contextos cinematográficos.

Tabla N°1: Variable – Autor

<i>Variable</i>	<i>Autor Original</i>	<i>Teoría</i>
<i>Presupuesto (Budget_log)</i>	<i>Litman (1983), Ravid (1999)</i>	<i>Teoría neoclásica</i>
<i>Género</i>	<i>Moore y Ophir (2013)</i>	<i>Teoría de la señalización</i>
<i>Duración (Runtime)</i>	<i>Liu y Xie (2018)</i>	<i>Teoría de adopción de productos</i>
<i>Rating</i>	<i>Terry et al. (2011), Ravid (1999)</i>	<i>Teoría de la señalización</i>
<i>Colección (Single)</i>	<i>Chang y Ki (2005)</i>	<i>Teoría de toma de decisiones bajo incertidumbre</i>
<i>Premios y Nominaciones (PremioNom)</i>	<i>Pangarker y Smit (2013)</i>	<i>Teoría de toma de decisiones bajo incertidumbre</i>

Fuente: Revisión de literatura

Elaboración: Propia

A diferencia de estudios previos que se han centrado en el análisis univariado o bivariado, esta investigación abordará de manera simultánea los factores potencialmente relevantes, incluyendo aspectos relacionados con el presupuesto, el género, el talento artístico, y la crítica especializada.

Asimismo, la incorporación de variables relacionadas con la crítica especializada y los reconocimientos otorgados a las películas agrega una dimensión cualitativa al análisis, en línea con el enfoque de la economía naranja. Este enfoque integra aspectos culturales y artísticos, más allá de los financieros, para comprender a profundidad los determinantes del éxito de la producción cinematográfica.

Este estudio adopta un enfoque cuantitativo basado en el análisis de regresión lineal múltiple para examinar los factores determinantes del éxito comercial de las películas nacionales en Estados Unidos e India durante el período 2015-2020. La regresión lineal múltiple es una técnica estadística que permite estudiar la relación entre una variable dependiente (en este caso, los ingresos de taquilla) y múltiples variables independientes de manera simultánea (Hernández-Sampieri et al., 2014). Este enfoque es apropiado para estudiar el impacto de diversos factores sobre un resultado específico, ya que considera el efecto de cada variable controlando la influencia de las demás.

Los datos utilizados para este análisis fueron obtenidos de dos fuentes principales: The Movie Database (TMDb) y

la base de datos de IMDb. TMDb es una base de datos comunitaria especializada en películas que proporciona información detallada sobre varios aspectos de la producción cinematográfica a nivel global (Pangarker y Smit, 2013). Por su parte, IMDb es una plataforma líder en la industria del cine, que cuenta con una extensa base de datos sobre películas, actores, directores y otros profesionales del sector.

De estas dos fuentes, se obtuvo una muestra inicial de 1,389 películas, conformada por 35 producciones de India y 1,354 de Estados Unidos, todas ellas realizadas entre 2015 y 2020. Este período de análisis fue seleccionado con el objetivo de evaluar los determinantes del éxito comercial en un contexto previo a las profundas transformaciones que ha experimentado la industria cinematográfica en los últimos años, marcadas por la pandemia de COVID-19 y la acelerada adopción de plataformas de streaming (Pangarker y Smit, 2013).

Tras el proceso de limpieza de datos, se eliminaron los duplicados y se descartaron las observaciones con información incompleta. Este paso redujo la muestra a 572 películas de Estados Unidos. Sin embargo, dado el bajo número de observaciones para el caso de India (35), se recurrió a la plataforma IMDb para completar manualmente la información de 116 películas indias seleccionadas de manera aleatoria. De esta forma, se buscó contar con una base de datos más equilibrada entre ambos países.

Para complementar la información disponible en las bases de datos iniciales, se utilizó la herramienta de web scraping *Octoparse*. El web scraping es una técnica que permite extraer datos de manera automatizada desde sitios web, a través de programas informáticos que rastrean y recopilan la información de interés. Octoparse es una plataforma confiable y eficiente en este tipo de tareas, lo que permitió obtener datos adicionales sobre aspectos como el director, los premios y nominaciones recibidos por las películas indias.

Aunque la muestra final resultante incluye un número diferente de observaciones para cada país, esto no afectará significativamente los resultados del análisis de regresión lineal. Desde una perspectiva metodológica, la regresión lineal es robusta frente a tamaños de muestra diferentes siempre y cuando se mantengan ciertos supuestos estadísticos clave, como la homocedasticidad y la independencia de las observaciones (Wooldridge, 2016). Además, la inclusión de un tamaño de muestra mayor para Estados Unidos no introduce sesgos sistemáticos en el modelo, ya que la regresión lineal minimiza los errores cuadráticos medios y encuentra los mejores coeficientes para predecir el éxito comercial de las películas en función de las variables independientes seleccionadas (Cohen et al., 2003). La representatividad de los datos de India se asegura mediante la selección aleatoria de las películas adicionales, lo que garantiza que las características de la muestra sean consistentes con la población general de películas producidas en India durante el período de estudio. De esta forma, la diferencia en el número de observaciones no comprometerá la validez de los resultados del análisis.

En primer lugar, se realiza la limpieza de datos, en etapa se identificaron y eliminaron valores atípicos, principalmente en las variables numéricas como el presupuesto y los ingresos de taquilla, para descartar observaciones que pudieran distorsionar los resultados. En segundo lugar, se realizó un análisis descriptivo preliminar, se identificó una fuerte correlación positiva entre el presupuesto de las películas y sus ingresos de taquilla, lo que indica que, los altos presupuestos son un factor determinante del éxito comercial.

Debido a la naturaleza asimétrica de las distribuciones de las variables presupuesto (Budget) e ingresos (Revenue), se realizó un proceso de transformación mediante la aplicación de logaritmos naturales, esta técnica es comúnmente utilizada en estudios econométricos cuando las variables presentan una marcada asimetría y valores extremos, el caso típico es el de datos financieros y de mercado (Wooldridge, 2010). De esta forma, se normalizan sus distribuciones, se reduce la influencia de los valores extremos y, se facilita la interpretación de los coeficientes del modelo de regresión. Los coeficientes de las variables transformadas se interpretan como el cambio porcentual en la variable dependiente ante un cambio porcentual en la variable independiente (Gujarati y Porter, 2010)..

El problema de la endogeneidad entre las variables de crítica especializada y los ingresos de taquilla, es un aspecto

a considerar. La endogeneidad surge cuando la variable independiente en el modelo de regresión, en este caso la calificación de la crítica está correlacionada con el término del error del modelo, que en el presente estudio representa las preferencias de los consumidores y otros aspectos que no es posible medir. Este inconveniente se identifica a través de la inferencia de que los ratings pueden estar influenciados por las preferencias y expectativas del público, las cuales también impactan directamente los ingresos de taquilla. Esto crea una correlación entre los ratings y el término del error en un modelo que predice ingresos de taquilla, ya que ambos, ratings e ingresos, pueden estar siendo influidos por factores no observados como respuesta de las audiencias a las campañas de marketing, tendencias de género, y otros.

Los ratings reflejan evaluaciones subjetivas de espectadores y críticos, que pueden incluir una variedad de factores como la calidad del guion, las actuaciones, la dirección, y otros elementos artísticos y técnicos. Por otro lado, los premios de la academia son reconocimientos otorgados por pares y expertos en la industria, basados en criterios de excelencia que pueden o no coincidir con las opiniones populares o los ratings comerciales.

Para abordar el problema de endogeneidad entre las críticas y los ingresos de taquilla, se aplicará un modelo de regresión lineal en dos etapas. En la primera etapa, el software estadístico Stata, estimará un modelo que relacione la variable de crítica especializada (ratings) con las nominaciones y premios recibidos por las películas, los cuales se utilizarán como variables instrumentales (Wooldridge, 2010). Dado que estos reconocimientos son otorgados por instituciones independientes y no dependen directamente de la aceptación del público ni de los ingresos de taquilla, cumplen con los requisitos de una buena variable instrumental.

En la segunda etapa, se utilizarán los valores predichos de la variable de crítica obtenidos en la primera etapa como insumo para el modelo de regresión lineal múltiple final que explica los ingresos de taquilla. De esta manera, se aísla el efecto neto de la valoración de la industria sobre el desempeño financiero de las películas, evitando sesgos por causalidad inversa o variables omitidas (Wooldridge, 2010). Este enfoque econométrico permite obtener estimaciones más confiables de los determinantes del éxito comercial.

Adicionalmente, se creó una variable instrumental para abordar adecuadamente el problema de endogeneidad entre las críticas (Rating) y los ingresos de taquilla (Rev_log), denominada PremioNom, que combina el impacto de los premios y las nominaciones recibidas por las películas, asignando un peso de 1 a los premios y 0.33 a las nominaciones.

Con el fin de determinar la ponderación de premios y nominaciones en la variable instrumental PremioNom, se realizó dividió el número de premios por el número de nominaciones obtenidas por cada observación así se calculó que, por cada premio recibido, las películas obtuvieron aproximadamente 3 nominaciones. Posteriormente, se ponderaron los premios con un valor de 1 y las nominaciones con un valor de 1/3 (0.33) para reflejar esta relación. Es así como se asegura que, la variable instrumental captura el reconocimiento total recibido por cada película, ponderando en mayor medida los premios ganados. Esta estrategia de ponderación permite simplificar el modelo al consolidar dos variables relacionadas en una sola, manteniendo la información relevante sobre el reconocimiento recibido por las películas.

La ponderación mencionada se basa en la interpretación de que los premios representan un mayor reconocimiento en la industria cinematográfica, en comparación con las nominaciones. Los premios implican una validación final de la excelencia de una película, mientras que las nominaciones indican un reconocimiento, pero sin la confirmación definitiva. Por lo tanto, asignar un peso mayor a los premios (1) que a las nominaciones (0.33) permite cuantificar la diferencia en el impacto en los ingresos de taquilla.

Desde una perspectiva metodológica, la creación de esta variable instrumental permite consolidar la variación explicativa de dos variables relacionadas (premios y nominaciones) en una sola. Esto facilita la interpretación de los resultados.

Para validar el modelo se realizarán pruebas estadísticas de comprobación de los instrumentos. En primer lugar, se llevará a cabo la prueba de Sargan para evaluar la exogeneidad de la variable *PremioNom*, es decir, si este instrumento no está correlacionado con el término de error del modelo. En segundo lugar, se pondrá a prueba la fuerza del instrumento a través de la prueba del valor F en la primera etapa de la regresión 2SLS. Estas pruebas permitirán confirmar que *PremioNom* es tanto relevante como exógeno, lo que respaldaría su idoneidad como variable instrumental en este estudio.

La aplicación del modelo de regresión lineal en dos etapas permitirá abordar adecuadamente el problema de endogeneidad entre las variables de crítica y recaudación. Al instrumentalizar las críticas mediante las nominaciones y premios recibidos por las películas, se aísla el efecto de la valoración de la industria sobre el desempeño financiero, evitando sesgos por causalidad inversa o variables omitidas.

Adicionalmente, en el análisis econométrico llevado a cabo en Stata, se utilizará el comando "robust" para calcular errores estándar robustos. Esta opción permite obtener estimaciones de los coeficientes del modelo que son válidas incluso en presencia de heterocedasticidad, es decir, cuando la varianza de los términos de error no es constante (Baum, 2006). El uso de errores estándar robustos es una práctica recomendada en el campo de las ciencias sociales, ya que ayuda a realizar inferencias estadísticas más confiables sobre la significancia de los parámetros estimados.

Otro aspecto diferenciador de este estudio es su enfoque comparativo entre dos países con contextos distintos: Estados Unidos e India. Estos países representan adecuadamente el comportamiento de naciones desarrolladas y en desarrollo, respectivamente, lo que permitirá identificar factores de éxito específicos para cada contexto nacional. Además, son dos de los principales productores de películas a nivel mundial, lo que brinda una muestra representativa para el análisis. Lo que permitirá revelar patrones y particularidades en los determinantes del éxito comercial de la industria cinematográfica, así como extraer lecciones y recomendaciones específicas para cada contexto, las cuales podrán ser aprovechadas por los agentes relevantes (productoras, distribuidoras, formuladores de política pública, etc.) en su búsqueda por impulsar el crecimiento y competitividad del sector.

La investigación se centrará en el período 2015-2020, lo cual proporciona una mirada precisa a la industria cinematográfica antes de las distorsiones causadas por la pandemia y la emergencia de las plataformas de streaming, que han modificado los patrones de consumo audiovisual y la cuantificación de ingresos. Este enfoque permite evaluar las tendencias y dinámicas preexistentes, y otorga relevancia al estudio al capturar la última etapa de normalidad operativa y estratégica, esencial para comprender los determinantes actuales y futuros del éxito en el sector.

Dado que el objetivo principal del estudio es comprender e interpretar los determinantes clave del éxito comercial, se prestará especial atención a la selección e interpretación de las variables más relevantes en el modelo. Para ello, se evaluará la significancia estadística y económica de los coeficientes estimados, con el fin de identificar aquellos factores que tienen un impacto significativo en los ingresos de taquilla.

Si bien el estudio busca incluir variables relacionadas con el talento artístico, como los actores y directores, existen algunas limitaciones en cuanto a la recopilación de información sobre los premios individuales de los actores. Dado que la industria cinematográfica cuenta con un gran número de actores y actrices, recopilar los premios obtenidos por cada uno de ellos resultaría una tarea sumamente compleja. Además, el hecho de que un actor secundario pueda tener más premios que el protagonista sugiere que esta variable no necesariamente reflejaría de manera precisa la relevancia del talento artístico en el éxito comercial de las películas.

Teóricamente, los premios de los actores podrían estar relacionados con los ingresos de taquilla, ya que una película con un alto presupuesto podría contar con actores más reconocidos y premiados. Sin embargo, esta relación no es directa ni lineal, pues existen otros factores, como el género, el director, las campañas de marketing, entre otros, que también influyen en el éxito comercial de una película (Ravid, 1999). Por lo tanto, en

lugar de incluir los premios individuales de los actores, se optó por incorporar variables más generales relacionadas con el talento artístico, como la participación de ciertos actores y directores clave.

Asimismo, es importante reconocer que, si bien este estudio se enfoca en los determinantes del éxito comercial, medido a través de los ingresos de taquilla, existen otros aspectos, como el impacto cultural, social y artístico de las producciones cinematográficas, que quedan fuera del alcance de esta investigación, pero que también son relevantes en el marco de la economía naranja.

La regresión lineal múltiple final se puede expresar de la siguiente manera:

Ingresos de taquilla = $\beta_0 + \beta_1_Presupuesto + \beta_2_Género + \beta_3_Duración + \beta_4_Rating + \epsilon$ Donde:

Ingresos de taquilla: Variable dependiente que representa los ingresos de taquilla de las películas.

Presupuesto: Variable independiente que representa el presupuesto de producción de las películas.

Género: Vector de variables independientes que representan el género de las películas.

Duración: Variable independiente que representa el tiempo de duración de la película.

Rating: Variable independiente que representa la valoración de la crítica sobre las películas. Para abordar el problema de endogeneidad entre las críticas y los ingresos, esta variable se instrumentaliza usando las nominaciones y premios recibidos por las películas.

$\beta_0, \beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4, \beta_5, \beta_6$: Coeficientes estimados que representan el impacto de cada variable independiente sobre los ingresos de taquilla.

ϵ : Término de error aleatorio.

Para lograr el enfoque comparativo entre los mercados cinematográficos de Estados Unidos e India, se estimarán dos modelos de regresión lineal múltiple independientes, uno para cada país. Esta aproximación permitirá identificar los factores determinantes del éxito comercial que son específicos de cada contexto nacional. La interpretación detallada de los resultados de estas regresiones revelará tanto los elementos comunes que impulsan el rendimiento financiero de las películas, como aquellos que son diferenciadores entre ambos entornos.

En el caso de Estados Unidos, se aplicará un modelo de regresión lineal en dos etapas. Por el contrario, en el contexto de India, no se recurrirá al modelo de regresión en dos etapas. Esta decisión se fundamenta en dos razones principales. Primero, en el mercado indio existe una menor disponibilidad y precisión en los registros de premios y nominaciones para las películas, lo que pone en riesgo la validez de utilizar dichos datos como variables instrumentales efectivas (Wooldridge, 2010). Segundo, las críticas y los premios no tienen un efecto tan directo o contundente sobre los ingresos de taquilla en India debido a factores culturales, de mercado o de distribución (Pangarker y Smit, 2013).

En este aspecto, es importante tomar en cuenta que, para entender de la mejor forma posible los factores que tendrán un efecto en el éxito comercial de las producciones cinematográficas se debe considerar el panorama económico de ambos países. Estados Unidos, históricamente mantenido una economía desarrollada con altos ingresos per cápita, además, tiene un gran mercado cinematográfico, grandes productoras de Hollywood cuentan con altos presupuestos para la producción y su marketing masivo, lo que influye claramente en sus ingresos de taquilla. En contraste, la economía india, como un país emergente tiene una industria cinematográfica dominada por Bollywood. Estas producciones suelen estar dirigidas a audiencias locales específicas, y generalmente cuentan con menos presupuesto.

De esta manera, el enfoque metodológico se adaptará a las particularidades de cada contexto nacional, con el fin de obtener estimaciones confiables y comparables de los determinantes del éxito comercial en la industria cinematográfica de Estados Unidos e India.

Cabe destacar que el modelo de regresión lineal múltiple se estimará utilizando el software estadístico Stata, que permite analizar la significancia estadística de los coeficientes y evaluar la bondad de ajuste del modelo. Asimismo, se realizarán diversos análisis de diagnóstico para validar el cumplimiento de los supuestos del modelo de regresión, como la normalidad de los residuos, la homocedasticidad y la ausencia de

Cuerpo del artículo:

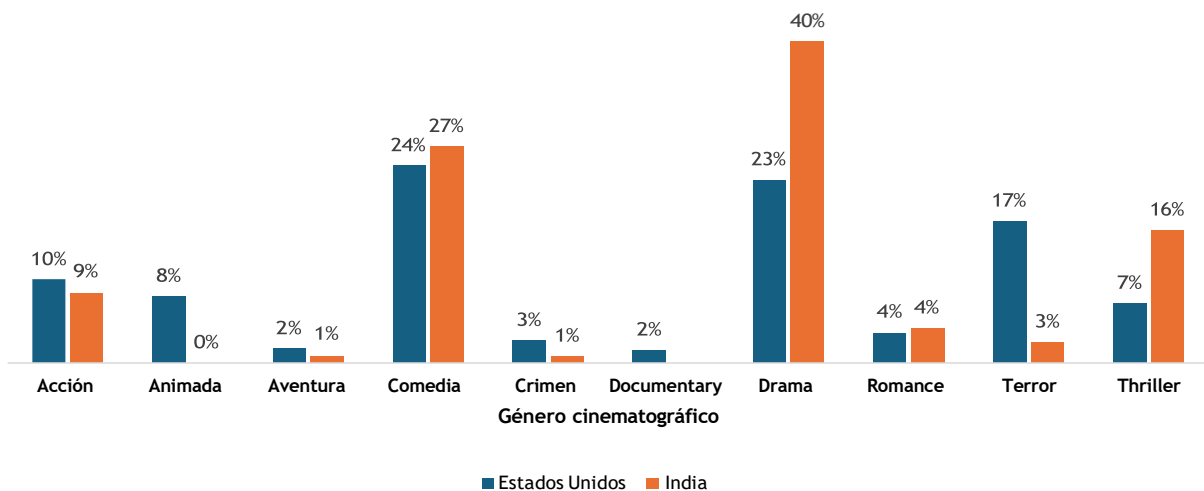
Resultados:

Tras el proceso de limpieza y depuración de la base de datos inicial, el análisis cuantitativo de este estudio se basó en una muestra final de 688 películas, conformada por 572 producciones estadounidenses y 116 películas de la India, todas realizadas entre 2015 y 2020. Esta base de datos representa una selección entre los dos mercados cinematográficos analizados, Estados Unidos e India, permitiendo una comparación robusta de los determinantes del éxito comercial en estos contextos. Si bien el número de observaciones para el caso indio es menor que para el estadounidense, debido a las limitaciones de información disponible, la inclusión de un número significativo de películas de ambos países permite identificar tanto los factores comunes como las particularidades que impulsan el desempeño financiero de la industria del cine en estos entornos.

Mediante estadística descriptiva de las diferentes variables con las que se cuentan en la base de datos fue posible obtener los siguientes resultados respecto a la variable de tiempo de duración de la película, rating, presupuesto, ingresos, premios, colección, género del o la directora, y género del protagonista, en los diferentes contextos de Estados Unidos e India.

En tanto a la categoría principal de género de las películas fue posible evidenciar que los géneros predominantes en las muestras, tanto de Estados Unidos como de la India, son la comedia y el drama, capturando el 47% del total de producción estadounidense y el 67% del total de la producción de India.

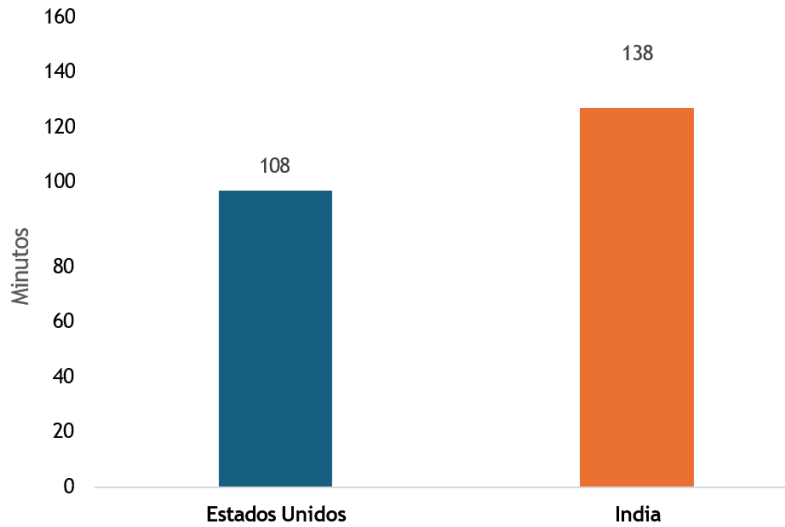
Gráfico 1: Género de las películas por país de producción



Fuente: The Movie Database (TMDb)
Elaboración Propia

Respecto al tiempo de duración de las películas, la industria cinematográfica de la India evidencia, en promedio, una diferencia de 30 minutos más por producto audiovisual que Estados Unidos; esta tendencia se mantiene independientemente del género de la película en cada país.

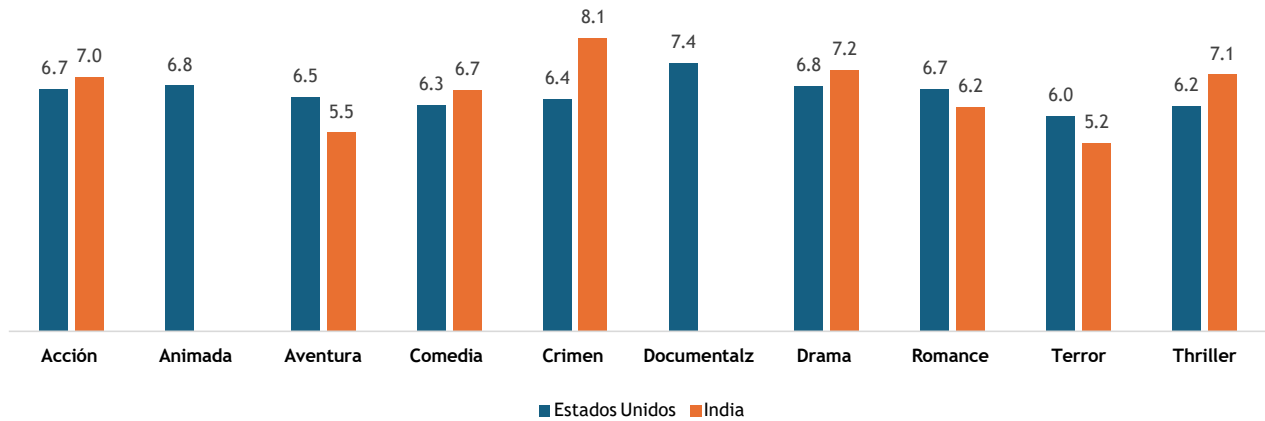
Gráfico 2: Duración promedio de las películas (en minutos) por país de producción



Fuente: The Movie Database (TMDb)
Elaboración Propia

La variable rating presentó un promedio de 6.5 de calificación en general, sin embargo, el promedio para las películas estadounidense es de 6.45, mientras que la calificación promedio de la muestra de la India es de 6.95. Respecto a los géneros cinematográficos, el género documental tiene el rating más alto para el caso estadounidense, mientras que en el caso de la India este es el género de crimen, mientras que, para ambos casos, en segundo lugar, del género con mayor rating es el drama.

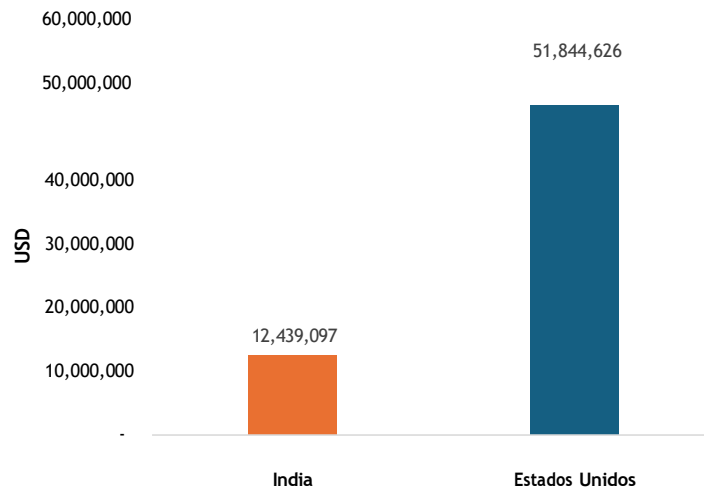
Gráfico 3: Calificación de rating por género cinematográfico



Fuente: The Movie Database (TMDb)
Elaboración Propia

Respecto a la variable del presupuesto de las películas, se evidenciaron diferencias respecto a estas, el promedio general de esta variable es de 46.3 millones de dólares, sin embargo, la diferencia de promedios entre los dos países estudiados es de aproximadamente 39.5 millones de dólares, debido a que el promedio en Estados Unidos es de 51.8 millones de USD mientras que el promedio del presupuesto de la producción India es de 12.4 millones de dólares.

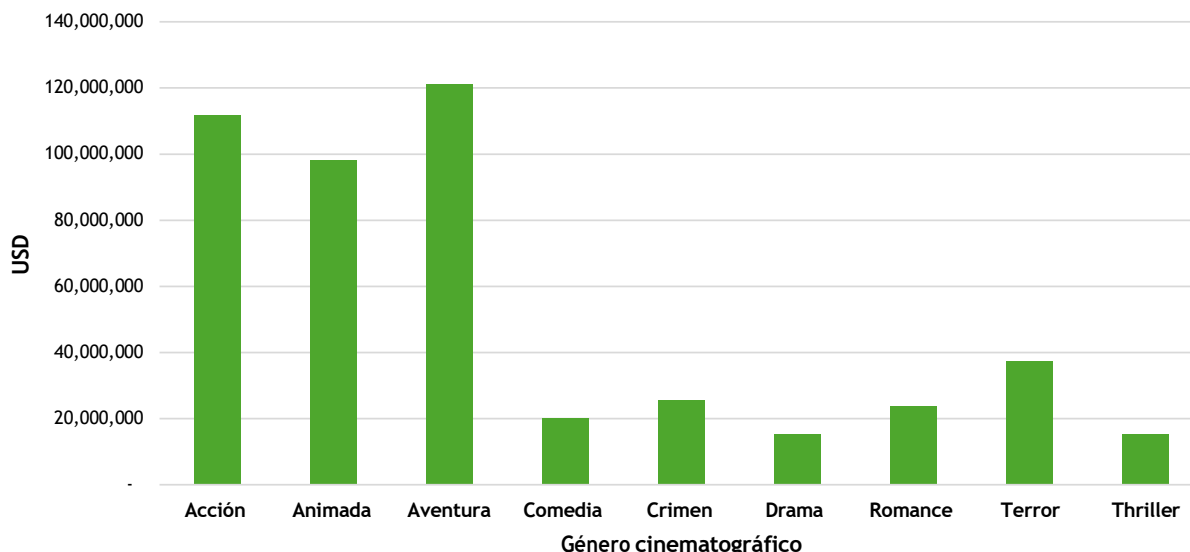
Gráfico 4: Presupuesto promedio de la producción cinematográfica por país (en dólares)



Fuente: The Movie Database (TMDb)
Elaboración Propia

Asimismo, es posible observar diferencias al analizar el presupuesto promedio de producción según el género de la película, siendo en ambos países, Estados Unidos e India, el género con mayor presupuesto el de aventura, seguido por el de acción. Dado que el comportamiento del presupuesto promedio por género es similar en ambas naciones, se ha optado por presentar un único gráfico que represente esta tendencia compartida.

Gráfico 5: Presupuesto promedio de la producción cinematográfica por género cinematográfico (en dólares)

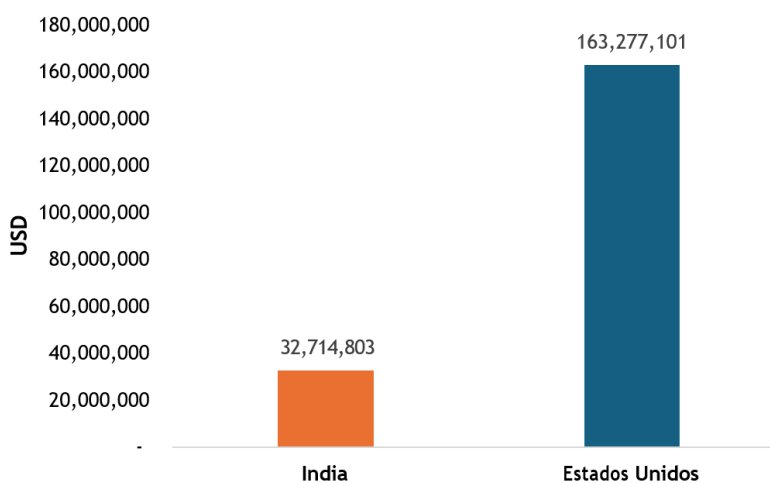


Fuente: The Movie Database (TMDb)
Elaboración Propia

En tanto a los ingresos de las películas de Estados Unidos e India, el promedio de estos es de 14.5 mil millones de dólares, sin embargo, se presenta una diferencia de alrededor de 130 millones de dólares en los ingresos de Estados Unidos frente a los de la producción de India.

Respecto a las variables de premios y nominaciones, el promedio de premios es de 12 tanto para India como para Estados Unidos, sin embargo, respecto a nominaciones existe una brecha de, en promedio 14 nominaciones, con Estados Unidos liderando esta categoría.

Gráfico 6: Ingreso promedio de la producción cinematográfica por país (en dólares)

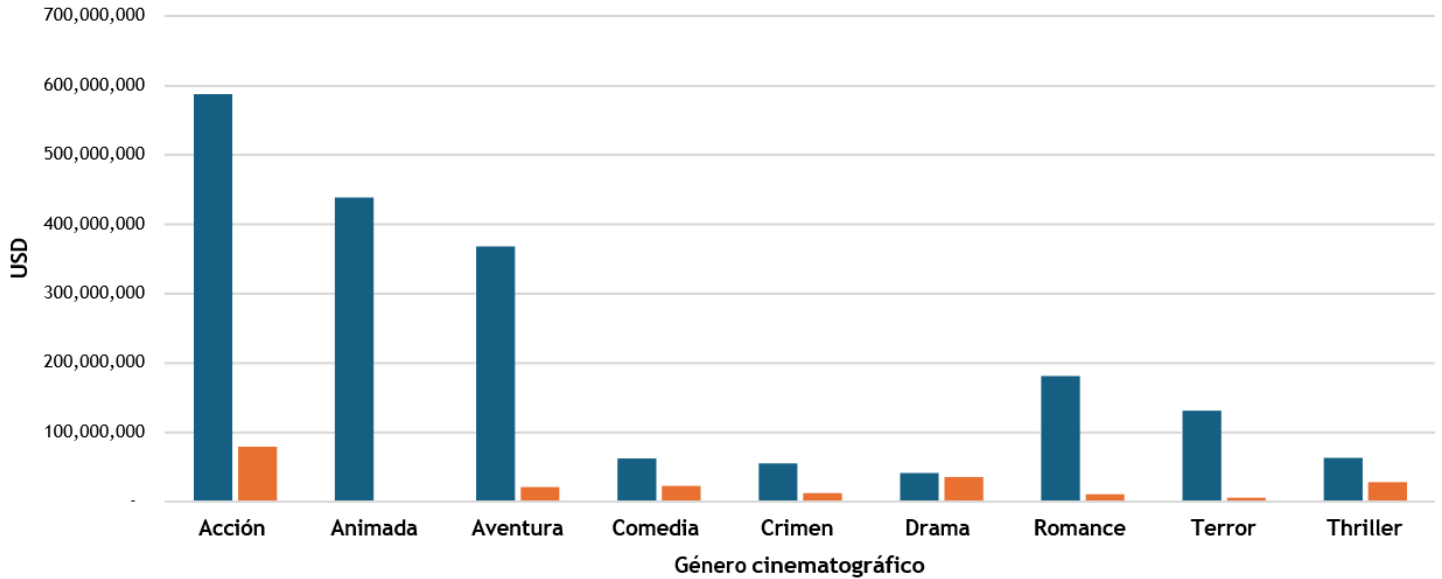


Fuente: The Movie Database (TMDb)
Elaboración Propia

Al analizar esta variable por género, también es posible identificar ciertas diferencias, en el caso estadounidense, las películas con mayor recaudación de la muestra son las de acción, seguidas por las animadas y de aventura;

por otro lado, en el caso de la India, si bien, las películas de acción son también aquellas con mayor recaudación, le siguen las películas de drama, thriller y comedia.

Gráfico 7: Ingreso promedio de la producción cinematográfica por género cinematográfico (en dólares)

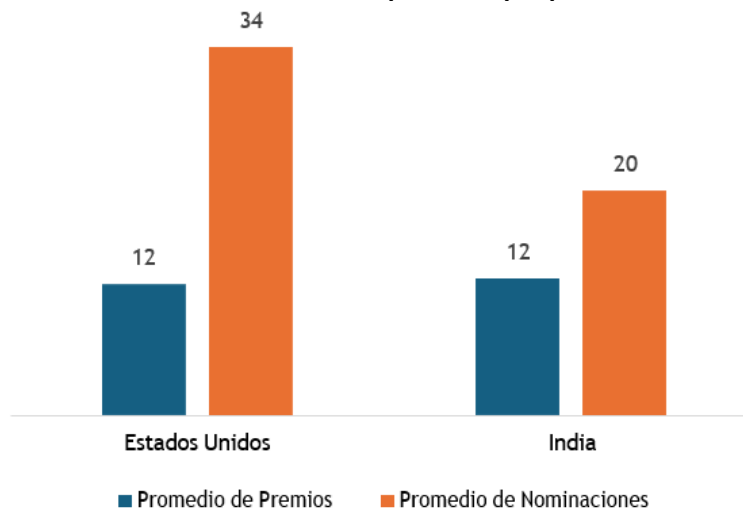


Fuente: The Movie Database (TMDb)

Elaboración Propia

Respecto a las variables de premios y nominaciones, el promedio de premios es de 12 tanto para India como para Estados Unidos, sin embargo, respecto a nominaciones existe una brecha de, en promedio 14 nominaciones, con Estados Unidos liderando esta categoría.

Gráfico 8: Premios promedio por país

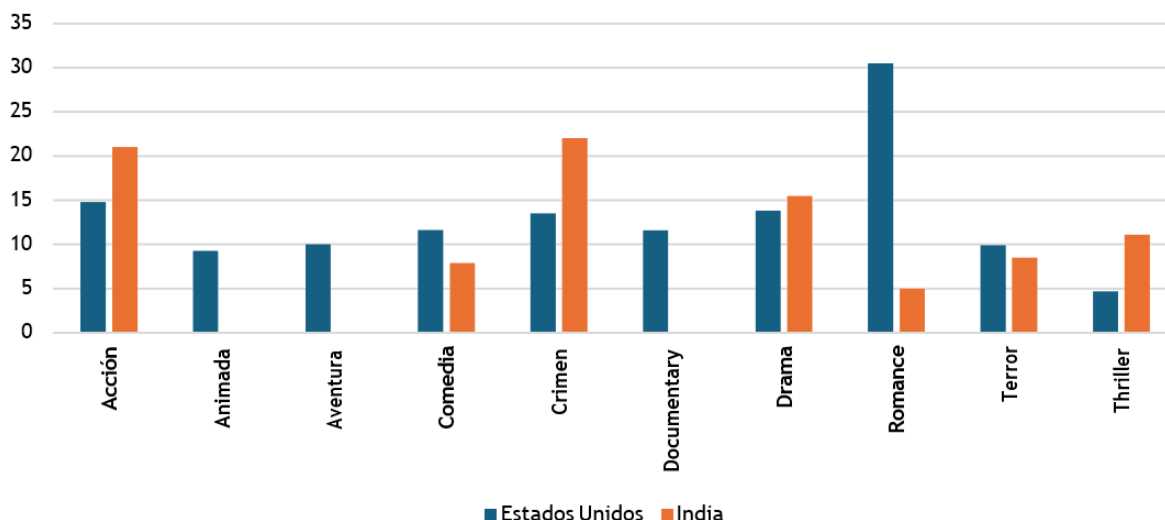


Fuente: The Movie Database (TMDb)

Elaboración: Propia

Al realizar este análisis por género cinematográfico, se encontró que, para Estados Unidos, el género cinematográfico más premiado es el romance con un promedio de 31 premios, mientras que, para la India, el género más premiado es el de crimen con 22 premios en promedio, seguido del género de acción con 21.

Gráfico 9: Premios promedio por género y país



Fuente: The Movie Database (TMDb)

Elaboración: Propia

Las diferencias en los géneros cinematográficos predominantes sugieren tendencias culturales distintivas. Mientras que la comedia y el drama dominan en ambos países, es interesante notar que el género documental en Estados Unidos y el género de crimen en India obtienen los ratings más altos. Esto refleja no solo una preferencia por ciertos tipos de narrativas, sino también la manera en que los contextos socio-culturales influyen en las percepciones y valoraciones del público.

Además, al analizar el presupuesto y los ingresos por género, se observa que las películas de aventura y acción requieren mayores inversiones en ambos países, lo cual es consistente con las expectativas de altos costos de producción asociados a estos géneros. Sin embargo, la capacidad de las películas indias para competir en términos de éxito comercial y reconocimiento, pese a sus menores presupuestos, subraya una notable eficiencia en la utilización de los recursos y una profunda conexión cultural con su audiencia, lo que les permite maximizar el impacto y la relevancia con menos inversión.

Una vez se cuenta con el análisis descriptivo del contexto de la producción cinematográfica en los países de estudio se procederá con el modelo lineal múltiple para Estados Unidos, de la siguiente forma:

First-stage regression of Rating:

Statistics robust to heteroskedasticity

Number of obs = 145

Rating	Coefficient	Robust std. err.	t	P> t	[95% conf. interval]
PremioNom	.0066849	.001514	4.42	0.000	.0036899 .0096799
Runtime	.0149251	.0042916	3.48	0.001	.0064353 .0234149
Budget_log	-.0882578	.0505121	-1.75	0.083	-.1881828 .0116673
Genre					
Animada	.4004321	.2113194	1.89	0.060	-.0176081 .8184722
Aventura	.567464	.1681726	3.37	0.001	.2347784 .9001495
Comedia	-.1216823	.2060424	-0.59	0.556	-.5292834 .2859188
Crimen	.1299648	.1792337	0.73	0.470	-.2246023 .4845318
Documentary	.0720067	.2677081	0.27	0.788	-.4575837 .6015971
Drama	.0755821	.2138603	0.35	0.724	-.3474845 .4986487
Romance	-.0719041	.4295628	-0.17	0.867	-.9216818 .7778736
Terror	-.2996696	.1917857	-1.56	0.121	-.6790674 .0797282
Thriller	-.234379	.2938129	-0.80	0.426	-.815611 .3468529
Collection					
Single	-.0525	.1110701	-0.47	0.637	-.2722231 .1672232
_cons	6.479048	.8498468	7.62	0.000	4.797848 8.160247

F test of excluded instruments:

F(1, 131) = 19.50

Prob > F = 0.0000

Sanderson-Windmeijer multivariate F test of excluded instruments:

F(1, 131) = 19.50

Prob > F = 0.0000

Estimates efficient for homoskedasticity only

Statistics robust to heteroskedasticity

Number of obs = 145

F(13, 131) = 67.59

Prob > F = 0.0000

Centered R2 = 0.7004

Uncentered R2 = 0.9955

Root MSE = 1.223

Total (centered) SS = 723.746901

Total (uncentered) SS = 48231.55736

Residual SS = 216.8465926

Rev_log	Coefficient	Robust std. err.	z	P> z	[95% conf. interval]
Rating	1.54694	.4486069	3.45	0.001	.667687 2.426194
Runtime	-.0149749	.0121196	-1.24	0.217	-.0387289 .0087791
Budget_log	1.15106	.1568251	7.34	0.000	.8436887 1.458432
Genre					
Animada	.3980124	.493076	0.81	0.420	-.5683988 1.364424
Aventura	.1276223	.4180638	0.31	0.760	-.6917676 .9470123
Comedia	1.290007	.5538478	2.33	0.020	.2044852 2.375529
Crimen	.6592365	.5067023	1.30	0.193	-.3338817 1.652355
Documentary	.7663389	.7736087	0.99	0.322	-.7499063 2.282584
Drama	.0335464	.5859985	0.06	0.954	-1.11499 1.182082
Romance	1.119818	.5409949	2.07	0.038	.0594873 2.180148
Terror	.7307727	.5475438	1.33	0.182	-.3423934 1.803939
Thriller	.9018566	.7409352	1.22	0.224	-.5503498 2.354063
Collection					
Single	-1.108336	.2315886	-4.79	0.000	-1.562241 -.6544302
_cons	-10.3435	4.165462	-2.48	0.013	-18.50766 -2.179348

Underidentification test (Kleibergen-Paap rk LM statistic): 17.456

Chi-sq(1) P-val = 0.0000

Los resultados de la regresión en dos etapas (2SLS) para el mercado cinematográfico de Estados Unidos brindan importantes perspectivas sobre los factores determinantes de los ingresos logarítmicos de las películas (Rev_log).

En la primera etapa del modelo, se evaluó la relación entre la calificación de las películas (Rating) y las nominaciones y premios recibidos (PremioNom), utilizado este último como variable instrumental. El coeficiente estimado para PremioNom fue de 0.0066, con un error estándar robusto de 0.0015, lo que muestra que, por cada premio o nominación que recibe una película, su calificación aumenta aproximadamente en un 0.66%, si es que todas las demás variables se mantienen constantes. Al presentar un coeficiente estadísticamente significativo, se confirma la relevancia de la variable PremioNom como un instrumento válido para Rating. Asimismo, se realizó la prueba de exclusión del instrumento, que reflejó un valor F de 19.50, lo que supera los umbrales críticos de Stock-Yogo. Así, se valida que la variable PremioNom es un instrumento fuerte, asegurando que las estimaciones de la segunda etapa no estén sesgadas por problemas de identificación débil.

En la segunda etapa de la regresión, se examinó el efecto de las variables explicativas sobre los ingresos logarítmicos de las películas (Rev_log), el resultado fue de un coeficiente estimado para Rating de 1.54694 con un error estándar robusto de 0.4486069. Lo que implica que, si todo lo demás se mantiene constante, un aumento del 1% en la calificación de una película estará acompañado con un incremento aproximado del 1.54% en sus ingresos de taquilla.

El presupuesto (Budget_log) es otra de las variables que mostró un coeficiente positivo y significativo de 1.15, lo que implica que un aumento del 1% en el presupuesto de una película se correlaciona con un incremento del 1.15% en sus ingresos de taquilla. Esta implicación es consistente con la noción de que mayores inversiones en producción y marketing están asociadas a un mejor desempeño financiero.

Por el contrario, la variable Runtime, que representa la duración de la película, no tuvo un efecto estadísticamente significativo sobre Rev_log, con un coeficiente de -0.0149. Esto indica que, en el mercado cinematográfico estadounidense, la extensión de la película no parece ser un factor determinante de sus ingresos de taquilla.

Al examinar las variables de género, se observaron diferentes patrones. Por ejemplo, el género Comedia tuvo un coeficiente de 1.29, lo que sugiere que las películas de comedia tienden a obtener aproximadamente un 129% más de ingresos que el género de referencia (Acción). En contraste, el género Animada presentó un coeficiente

de 0.39, el cual, si bien es positivo, no es estadísticamente significativo.

Finalmente, la variable Colección mostró un coeficiente negativo de -1.10. Esto indica que las películas que no pertenecen a una franquicia o serie (categoría "Single") tienden a generar un 111% menos de ingresos de taquilla en comparación con aquellas que sí forman parte de una colección. Este resultado subraya la importancia de las franquicias y las marcas establecidas en el éxito comercial de las producciones cinematográficas en Estados Unidos.

Las pruebas de diagnóstico realizadas, como la prueba de subidentificación de Anderson y la prueba de identificación débil de Kleibergen-Paap, respaldan la confiabilidad de las estimaciones obtenidas. Estos resultados confirman que el modelo 2SLS está adecuadamente identificado y que el instrumento PremioNom no presenta problemas de debilidad.

Por otro lado, respecto a los resultados de la regresión lineal múltiple para el caso de la India, se reflejan los siguientes resultados:

Linear regression		Number of obs	=	67		
		F(7, 55)	=	.		
		Prob > F	=	.		
		R-squared	=	0.7014		
		Root MSE	=	.72348		
Rev_log	Coefficient	Robust std. err.	t	P> t	[95% conf. interval]	
Rating	.3949735	.0972689	4.06	0.000	.2000423	.5899048
Runtime	.0100502	.0064475	1.56	0.125	-.0028708	.0229712
Budget_log	.9383076	.1057379	8.87	0.000	.7264042	1.150211
Genre						
Aventura	-.8819135	.2162625	-4.08	0.000	-1.315313	-.4485137
Comedia	.8972894	.2154104	4.17	0.000	.4655973	1.328981
Crimen	.2299795	.1702925	1.35	0.182	-.1112943	.5712533
Drama	.1555884	.2148935	0.72	0.472	-.2750678	.5862446
Romance	.6414924	.2251031	2.85	0.006	.1903756	1.092609
Terror	.9094157	.3078795	2.95	0.005	.2924115	1.52642
Thriller	.6210695	.217314	2.86	0.006	.1855625	1.056577
Collection						
Single	-.9435159	.3587844	-2.63	0.011	-1.662536	-.2244959
_cons	-1.707695	2.145163	-0.80	0.429	-6.006698	2.591308

A diferencia del análisis realizado para el mercado estadounidense, en el cual se aplicó un modelo de regresión en dos etapas (2SLS) para abordar el problema de endogeneidad, en el caso de la India no se utilizó un enfoque con variable instrumental debido a las limitaciones en la disponibilidad y calidad de los datos sobre premios y nominaciones recibidos por las películas indias.

Los resultados de la regresión lineal múltiple muestran que la calificación de las películas (Rating) tiene un impacto positivo significativo sobre los ingresos (Rev_log), con un coeficiente estimado de 0.3949735, y un error estándar robusto de 0.097. Esto implica que, manteniendo constantes los demás factores, un aumento del 1% en la calificación crítica de una película estará acompañado por un incremento aproximado del 39.49735% en sus ingresos de taquilla.

El presupuesto (Budget_log) también mostró un coeficiente positivo y significativo de 0.93, indicando que un aumento del 1% en el presupuesto de una película implicará un incremento del 93.83% en sus ingresos de taquilla. Así, se enfatiza en la importancia de la inversión financiera en la producción de películas y su impacto en el éxito de recaudación en el contexto indio.

En contraste, la variable del tiempo de duración de la película en minutos (Runtime), no tuvo un efecto estadísticamente significativo sobre los ingresos de taquilla (Rev_log), con un coeficiente de 0.010. Así pues, la extensión de la película no parece ser un factor determinante de los ingresos de taquilla en la industria cinematográfica de India, a diferencia del mercado estadounidense.

Al examinar las variables de género, se observaron patrones diferenciados. Por ejemplo, el género Aventura presentó un coeficiente negativo de -0.88, lo que indica que este tipo de películas tienden a generar un 88.19% menos de ingresos que el género de referencia (Acción). En contraste, los géneros Comedia y Terror mostraron coeficientes positivos y significativos (0.89 y 0.90 respectivamente), sugiriendo que estos géneros se asocian con mayores ingresos de taquilla en comparación con el género de referencia (Acción).

Finalmente, la variable Colección reveló un coeficiente negativo de -0.94. Esto implica que las películas que no forman parte de una franquicia o serie (categoría "Single") tienden a generar un 94.35% menos de ingresos de taquilla en comparación con aquellas que sí pertenecen a una colección. Este resultado subraya la importancia de las secuelas y series en el éxito comercial de las producciones cinematográficas en el mercado de la India.

Discusión:

El análisis comparativo de los factores que determinan los ingresos logarítmicos (Rev_log) de las películas en India y Estados Unidos revela algunas similitudes, pero también diferencias importantes entre ambos contextos nacionales. A continuación, se presenta un cuadro con el coeficiente de las variables y su impacto en el ingreso según el país:

Tabla N°2: Coeficiente de variables significativas para Estados Unidos e India

Variable	Significativo USA	Impacto en el ingreso USA	Significativo India	Impacto en el ingreso India
Rating	Sí	154.69%	Sí	39.50%
Budget_log	Sí	115.11%	Sí	93.83%
Género: Comedia	Sí	129%	Sí	89.73%
Género: Terror	Sí	73.08%	Sí	90.94%
Género: Thriller	Sí	90.19%	Sí	62.11%
Colección: Single	Sí	-110.83%	Sí	-94.35%

Elaboración Propia

Como se puede observar en la Tabla N°2, factores como el Rating, el presupuesto, si el género es comedia, terror, thriller; y si es una secuela o no, impactan en los ingresos de la película. Sin embargo, estos factores tienen diferente impacto, dependiendo de si la producción es estadounidense o de la India. En general, todas las variables mencionadas impactan de forma más significativa en Estados Unidos que en la India, a excepción del género de terror, en cuyo caso, el impacto positivo sería mayor en la producción cinematográfica India.

En primer lugar, la calificación o rating de las películas (Rating) muestra un impacto positivo y estadísticamente significativo en los ingresos de taquilla en ambos países. No obstante, el efecto es más pronunciado en el mercado estadounidense, donde un aumento del 1% en la calificación se asocia con un incremento aproximado del 154.6% en los ingresos, en comparación con un 39.49% en India. Esto sugiere que las percepciones de calidad y prestigio tienen una mayor influencia en el éxito comercial de las películas en Estados Unidos.

Por otro lado, la duración de las películas (Runtime) no parece ser un predictor significativo del éxito comercial, tanto en India como en Estados Unidos. Los coeficientes estimados, si bien tienen signos opuestos, no son estadísticamente diferentes de cero en ninguno de los dos mercados. Esto indica que la extensión de las producciones cinematográficas no es un factor determinante de los ingresos de taquilla en estos contextos.

En cuanto al presupuesto logarítmico (Budget_log), se observa un efecto positivo y significativo en ambos países. En Estados Unidos, un aumento del 1% en el presupuesto se relaciona con un incremento del 115.1% en los ingresos, mientras que en India este incremento es del 93.8%. Estos resultados resaltan la importancia de la inversión financiera en la producción de las películas como un factor clave para el éxito comercial en ambos mercados.

Finalmente, la pertenencia a una colección o franquicia (Colección: Single) muestra un efecto negativo y significativo en ambos países. Las películas que no forman parte de una serie o saga tienden a generar un 110.83% menos de ingresos en Estados Unidos y un 94.35% menos en India, en comparación con aquellas que

sí pertenecen a una colección. Esto subraya la importancia de las marcas y las franquicias establecidas para el éxito comercial de las producciones cinematográficas en ambos contextos.

Tabla N°3: Coeficiente de variables no significativas para Estados Unidos e India

Variable	Significativo USA	Impacto en el ingreso USA	Significativo India	Impacto en el ingreso India
Runtime	No	-1.50%	No	1.01%
Género: Drama	No	3.33%	No	15.56%
Género: Animada	No	39.8%	No aplica	No aplica

Elaboración Propia

Respecto a las variables no significativas, como se observa en la Tabla N°3, factores como el tiempo de la duración de la película, o si el género es drama o animación no tiene un impacto importante en el ingreso de la película.

Tabla N°4: Diferencias en las variables significativas y no significativas para Estados Unidos e India

Variable	Significativo USA	Impacto en el ingreso USA	Significativo India	Impacto en el ingreso India
Género: Aventura	No	12.76%	Sí	-88.19%
Género: Crimen	Sí	65.92%	No	23.00%
Género: Romance	No	111.98%	Sí	64.15%

Elaboración Propia

Las diferencias más notorias se encuentran en el impacto de las variables de género. Mientras que en Estados Unidos no se incluyeron algunas categorías genéricas en el modelo, en India se observaron efectos significativos para géneros como Aventura, Comedia, Romance, Terror y Thriller. Estas variaciones reflejan probablemente diferencias en las preferencias y hábitos de consumo del público entre los dos mercados cinematográficos.

Es decir, si el género es de crimen, será significativo en Estados Unidos, sin embargo, si la película es de aventura o de romance tendrá un impacto significativo negativo o positivo respectivamente.

En resumen, el análisis comparativo revela tanto similitudes como diferencias en los determinantes del éxito comercial de las películas entre India y Estados Unidos. Factores como la calidad percibida, el presupuesto y la pertenencia a una franquicia parecen tener un impacto relevante en ambos mercados, mientras que las preferencias de género muestran patrones distintivos.

El impacto significativo del rating en los ingresos de taquilla encontrados en este estudio resalta la importancia de las percepciones de calidad en el éxito comercial de las películas, un hallazgo que corrobora las investigaciones previas de Terry et al. (2011). Tal como señalan estos autores, "el hecho de que la mayoría de las películas de terror reciben malas críticas crea una oportunidad de taquilla para las películas de terror relativamente raras que reciben aclamación de la crítica" (p. 100). En línea con esto, Ravid (1999) también encontró que las calificaciones más altas se asocian con un mejor desempeño financiero en la industria del entretenimiento, lo que sugiere que enfatizar la calidad puede ser una estrategia efectiva de marketing.

La importancia del presupuesto como predictor clave del éxito comercial es consistente con los hallazgos de Litman (1983) y Ravid (1999). Tal como afirman Dey (2016), "la producción de películas con grandes presupuestos, que a menudo cuentan con estrellas de cine de alto perfil, efectos especiales caros y grandes presupuestos de publicidad, tienen una clara ventaja a la hora de atraer a las multitudes a la taquilla" (p. 20). Sin embargo, como señala Pangarker y Smit (2013), un gran presupuesto no garantiza necesariamente el éxito, ya que algunas películas de bajo presupuesto también han tenido un gran desempeño.

En cuanto al impacto de las secuelas, los resultados son consistentes con los estudios de Chang y Ki (2005), quienes encontraron que "el uso de marcas establecidas es realmente una estrategia de bajo riesgo, ya que la película tiene una audiencia clara y existente" (p. 250). Esto sugiere que el uso de una marca establecida puede

reducir el riesgo y garantizar el éxito comercial, especialmente cuando la película anterior ha tenido un buen desempeño.

Aunque algunas variables de género tuvieron un impacto significativo, los resultados no son uniformes entre los diferentes estudios. Mientras que Chang y Ki (2005) encontraron que el género drama tuvo un efecto negativo, Dey (2016) reveló efectos mixtos para diferentes géneros, lo que "podría indicar que las preferencias de género del público han evolucionado con el tiempo o varían entre diferentes mercados" (p. 23).

Así, recientemente, Liu y Xie (2018) destacaron la creciente influencia de las plataformas de streaming en los patrones de consumo de medios, lo que podría explicar la menor relevancia de la duración de la película en el análisis de este estudio. Específicamente, estos autores señalan que "las metodologías de aprendizaje automático se especializan en manejar la heterogeneidad en las estructuras de datos, y por lo tanto funcionan bien para capturar el ruido a corto plazo, es decir, no linealidades o irregularidades" (Liu y Xie, 2018, p. 2). Esto podría sugerir que los cambios en los hábitos de consumo, impulsados por la proliferación de las plataformas de streaming, han reducido la relevancia de la duración de las películas como un determinante clave de los ingresos.

A pesar del reconocido efecto del presupuesto en los ingresos, como lo afirmó Litman (1983) y Ravid (1999), los hallazgos de este estudio indican que este efecto es más pronunciado en el mercado de Estados Unidos que en la India, posiblemente debido a diferencias en las estructuras de financiamiento y producción cinematográfica entre estos países (Chang y Ki, 2005). Esto sugiere que el impacto del presupuesto en el éxito comercial puede variar significativamente según el contexto nacional.

Para una adecuada interpretación de estos resultados, se propone como elemento clave, entender las diferencias económicas entre Estados Unidos e India como se mencionó anteriormente, ya que esta disponibilidad de recursos financieros no solo tendrá un impacto en la calidad de la película, sino también en las estrategias de publicidad. En el caso de Estados Unidos, su economía más dinámica y competitiva, permiten campañas masivas de marketing que le brinda un alcance global a sus películas. Por otro lado, en el caso de India, que cuenta con obstáculos financieros importantes, esta situación limita su capacidad de expandir las películas fuera del territorio del país, por lo que se buscará una estrategia orientada a resonar culturalmente con su audiencia y redes de distribución locales (Ipsita, 2024).

Los elementos clave que impulsan el éxito comercial de las películas en los mercados de Estados Unidos e India, como el presupuesto, las valoraciones de la crítica y la pertenencia a una secuela, se fundamentan en la teoría de la señalización (Spence, 1973) y la teoría de toma de decisiones bajo incertidumbre (Kahneman y Tversky, 1979). La teoría de la señalización de Spence explica cómo los individuos utilizan señales para comunicar información sobre un producto, en este caso las características de las películas, en un contexto de información asimétrica (Spence, 1973, p.355). Por otro lado, la teoría de toma de decisiones bajo incertidumbre de Kahneman y Tversky describe cómo las personas evalúan y toman decisiones en situaciones de información incompleta, lo cual es relevante para entender cómo el público valora los diferentes elementos de las producciones cinematográficas (Kahneman y Tversky, 1979, p.263). La inclusión de estas perspectivas teóricas permite enriquecer la comprensión de los determinantes del éxito comercial de las películas desde el marco conceptual de la economía cultural.

Es importante mencionar que el presente estudio se encuentra limitado por su enfoque en solo dos países, India y Estados Unidos, por lo que se recomienda que próximas investigaciones expandan este análisis a otros mercados internacionales, así como la inclusión de un mayor número de factores, como la influencia de las redes sociales y las críticas de los usuarios, ya que esto podría mejorar la capacidad predictiva del modelo (Tuncer, 2020).

Este estudio destaca la importancia de factores como el presupuesto, el rating y la pertenencia a una franquicia como elemento clave del éxito comercial de las películas. Específicamente, se encontró que el presupuesto tiene un efecto más pronunciado en el mercado estadounidense que en el indio, posiblemente debido a diferencias estructurales (Chang y Ki, 2005). Asimismo, la calidad percibida, medida a través del rating, juega un papel fundamental en ambos mercados, si bien con una mayor influencia en Estados Unidos (Chang y Ki, 2005; Terry

et al., 2011).

Los resultados de este estudio sobre los determinantes del éxito comercial de las películas en Estados Unidos e India ofrecen interesantes implicaciones para el análisis de la industria cinematográfica desde la perspectiva de la economía naranja que se especifican a continuación:

En primer lugar, los roles determinantes que tienen factores como el presupuesto y la calidad percibida (medida a través del rating) en el desempeño financiero de las películas en ambos mercados, expresa la importancia de la inversión y la excelencia artística en esta industria creativa. Estos elementos se relacionan directamente con los principios de la economía naranja, que busca generar valor económico a partir de la explotación de expresiones culturales y artísticas de calidad.

En segundo lugar, la relevancia que adquiere la pertenencia a una secuela o serie para el éxito comercial de las producciones cinematográficas, tanto en Estados Unidos como en India, resalta la trascendencia de la propiedad intelectual y las marcas establecidas en la industria del cine. Estos activos intangibles son fundamentales dentro del marco de la economía naranja, al permitir la comercialización de contenidos culturales y creativos de manera más efectiva.

En tercer lugar, las diferencias observadas en el impacto de estos determinantes entre los mercados analizados sugieren que las particularidades de cada contexto nacional, en términos de preferencias del público, modelos de negocio y estrategias de distribución, deben ser consideradas al examinar el desempeño de la industria cinematográfica desde la perspectiva de la economía naranja. Entender estas dinámicas específicas de cada mercado resulta crucial para que los agentes de la industria y los responsables de políticas públicas puedan diseñar estrategias efectivas para fomentar el crecimiento y la competitividad de este sector creativo clave.

Los hallazgos de este estudio, que destacan la importancia del presupuesto, la calificación de la crítica y el contenido, están en consonancia con las teorías culturales y económicas revisadas. Según Guerrero, Bravo, y Lucía (2021), la gestión eficiente y diversificada de recursos es esencial para asegurar la sostenibilidad de la industria cinematográfica, donde la autogestión y el financiamiento privado juegan papeles clave. Además, la capacidad de las películas para resonar con las audiencias y reflejar las particularidades culturales de cada mercado destaca la importancia de adaptar las estrategias de producción y distribución a las preferencias locales. Estos resultados refuerzan la idea de que el éxito comercial en la industria del cine es el resultado de una interacción compleja entre creatividad, gestión estratégica y adaptación cultural, por lo que se evidencia la importancia de equilibrar la innovación artística con las demandas del mercado.

Sin embargo, se resalta la presencia de factores contextuales y culturales a considerar mediante la variación en los coeficientes y los niveles de significancia entre Estados Unidos e India, recordando que el nivel de error en este estudio incluye aspectos relacionados con el comportamiento del consumidor, como preferencias individuales, tendencias de consumo y factores impredecibles del mercado, o complicados de medir como cambios súbitos en la demanda o la influencia de fenómenos sociales y culturales. La alta variabilidad no explicada (MSE) sugiere que, aunque los factores económicos y culturales son importantes, hay elementos impredecibles y subjetivos en el comportamiento del consumidor que influyen significativamente en el éxito de una película.

La robustez de los coeficientes a pesar de la heterocedasticidad confirma la fiabilidad de los resultados obtenidos, aunque también se expresa la complejidad de predecir el éxito comercial de las películas. Al formular estrategias de producción y distribución, es esencial considerar estos elementos, así es como adaptar las películas a las particularidades de cada mercado puede reducir la incertidumbre y aumentar las certezas de éxito comercial.

Conclusiones

Este estudio comparativo sobre los factores que determinan el éxito comercial de las películas en Estados Unidos e India, desde la perspectiva de la economía naranja, ha permitido identificar los determinantes que impulsan el rendimiento financiero de la industria cinematográfica en ambos países, como el presupuesto de producción, las valoraciones de la crítica y la pertenencia a una secuela. Sin embargo, también fue posible evidenciar diferencias significativas en el impacto de estos factores entre los mercados analizados. El

presupuesto mostró un efecto más pronunciado en el contexto estadounidense que en el de India.

Estos resultados demuestran la necesidad de considerar las particularidades de cada mercado nacional al examinar el desempeño de la industria cinematográfica, a fin de formular estrategias efectivas para fomentar el crecimiento y la competitividad de este sector creativo; tanto para los agentes de la industria cinematográfica como para los responsables de políticas públicas interesados en promover la economía creativa. Los productores y distribuidores de películas pueden beneficiarse de focalizar sus esfuerzos en los factores de este estudio como la el género, el presupuesto y la construcción de sagas, adaptándose a lo que funciona en cada mercado.

Respecto a las limitaciones de este estudio, que se enfocó en el análisis comparativo de la oferta cinematográfica de solo dos países, Estados Unidos e India. En este sentido, como recomendación, investigaciones futuras podrían expandir este enfoque para incluir otros mercados cinematográficos relevantes a nivel global, como China, Japón, Francia o Nigeria, con el fin de obtener una perspectiva más amplia y diversa sobre los determinantes del éxito comercial en diferentes contextos culturales y económicos. Además, se podría explorar la interacción entre los factores de oferta y demanda, analizando cómo las características de las películas se alinean con los gustos y expectativas del público en diferentes mercados. También, se recomienda explorar el impacto de nuevas dinámicas, como la digitalización y las plataformas de streaming, utilizando bases de datos de plataformas como *Netflix*, *HBO*, *Star+* o *Disney+*.

Bibliografía

- Álvarez Rodríguez, V. (2022). *Turismo cinematográfico en Nueva Zelanda: Hobbiton Movie Set como estrategia inversa*. Pasos Revista de Turismo y Patrimonio Cultural. Obtenido de: <https://ojsull.webs.ull.es/index.php/Revista/article/view/2930>
- Barat, I. (2024). Transmedia storytelling of Hindi cinema: A case study of Yash Raj Films. *ShodhKosh: Journal of Visual and Performing Arts*, 5(1), 895-903. <https://doi.org/10.29121/shodhkosh.v5.i1.2024.653>
- Beeton, S. (2006). *Film-induced tourism*. Channel View Publications. DOI:10.3727/108354206778689808. Obtenido de: https://www.researchgate.net/publication/233489857_Understanding_Film-induced_Tourism
- Brewer, Stephanie & Jozefowicz, James & Kelley, Jason (2009). A blueprint for success in the US film industry. *Applied Economics*, 41, 589-606. Obtenido de: <http://proxy.geneseo.edu:4066/ps/start.do?p=PPBE&u=geneseo&authCount=1>
- Buitrago, F., & Duque, I. (2013). *La Economía Naranja, Una Oportunidad Infinita*. Banco Interamericano de Desarrollo. Obtenido de: <https://publications.iadb.org/es/la-economia-naranja-una-oportunidad-infinita>
- Collins, A., Hand, C., & Snell, M. C. (2002). What makes a blockbuster? Economic analysis of film success in the United Kingdom. *Managerial and Decision Economics*, 23(6), 343-354. <https://doi.org/10.1002/mde.1069>
- Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo – UNCTAD. (2010). *Informe sobre la Economía Creativa 2010*. Economía creativa: Una opción factible de desarrollo. Obtenido de https://unctad.org/system/files/official-document/ditctab20103_en.pdf
- Deloitte. (2019). *Economic contribution of the film and television industry in India*. Motion Picture Distributors Association (India). Obtenido de: <https://www2.deloitte.com/in/en/pages/technology-media-and-telecommunications/articles/economic-contribution-of-motion-picture-and-television-industry.html>

Denegri, S. (2021). *The business of The Seventh Art: predicting movies revenue*. LinkedIn.

Obtenido de: <https://www.linkedin.com/pulse/business-seventh-art-predicting-movies-revenue-sebastiano-denegri/>

Eliashberg, J., Elberse, A., & Leenders, M. A. A. M. (2006). *The Motion Picture Industry: Critical Issues in Practice, Current Research, and New Research Directions*. *Marketing Science*, 25(6), 638-661.

DOI:10.1287/mksc.1050.0177. Obtenido de:

https://researchgate.net/publication/227442456_The_Motion_Picture_Industry_Critical_Issues_in_Practice_Current_Research_and_New_Research_Directions

Finlev, T., Maguire, R., Oppenheim, B., & Skvirsky, S. (2017). *El futuro de la economía naranja. Formulas creativas para mejorar vidas en América Latina y el Caribe*. Banco Interamericano de Desarrollo. Obtenido de: <https://publications.iadb.org/es/publicacion/17470/el-futuro-de-la-economia-naranja-formulas-creativas-para-mejorar-vidas-en-america>

González, A. (2020). *Economía del siglo XXI: Economía naranja*. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXVI(4), 450-464. ISSN-e 1315-9518, Obtenido de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7687050>

Guerrero, G., Bravo, & P. Vinueza, A. (2021). *Entre el proceso creativo y la industria cultural. Una aproximación de la Economía de la Cultura en el Ecuador*. Centro de Publicaciones PUCE. ISBN: 978-9978-77-573-8.

He, Q., & Hu, B. (2021). *Research on the Influencing Factors of Film Consumption and Box Office Forecast in the Digital Era: Based on the Perspective of Machine Learning and Model Integration*. *Wireless Communications and Mobile Computing*, 2021, 6094924. <https://doi.org/10.1155/2021/6094924>. Obtenido de: <https://www.hindawi.com/journals/wcmc/2021/6094924/>

Hesmondhalgh, D. (2007). *Cultural and Creative Industries*. In T. Bennett & J. Frow (Eds.), *The SAGE Handbook of Cultural Analysis* (pp. 552-569). SAGE Publications. Obtenido de: https://www.academia.edu/1534986/Cultural_and_Creative_Industries

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación (6ta ed.)*. McGraw-Hill.

Holbrook, M. B. (1999). *Popular appeal versus expert judgments of motion pictures*. *Journal of Consumer Research*, 26(2), 144-155. Obtenido de: <https://ideas.repec.org/a/oup/jconrs/v26y1999i2p144-55.html>

Junta de Comercio y Desarrollo, Comisión del Comercio de Bienes y Servicios y de los Productos Básicos. (2002). *Informe de la Reunión de Expertos en servicios audiovisuales: aumento de la participación de los países en desarrollo* (TD/B/COM.1/56 TD/B/COM.1/EM.20/3). Naciones Unidas. Obtenido de: https://unctad.org/es/system/files/official-document/c1em20d3_sp.pdf

Kahneman, D. y Tversky, A. (1979). *Teoría de la prospectiva: Un análisis de la toma de decisiones bajo riesgo*. *Econometrica*, 47(2), 263-291. Obtenido de: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/65981.pdf>

Kaplan, Joshua J. (2012) "Turning Followers into Dollars: The Impact of Social Media on a Movie's Financial Performance," *Undergraduate Economic Review*: Vol. 9 : Iss. 1 , Artículo 10. Obtenido de: <https://digitalcommons.iwu.edu/uer/vol9/iss1/10>

Liu, S. (2021). *The Global Film Industry Index Research report, 2019. Development of the Global Film Industry. China Perspectives*. Obtenido de: <https://www.taylorfrancis.com/chapters/oa-edit/10.4324/9781003345251-2/global-film-industry-index-research-report-2021-zhengshan-liu>

- Luzardo, A., De Jesús, D., & Pérez, M. (2017). *Economía Naranja. Innovaciones que no sabías que eran de América Latina y el Caribe*. Banco Interamericano de Desarrollo. Obtenido de: <https://publications.iadb.org/es/publicacion/17263/economia-naranja-innovaciones-que-no-sabias-que-eran-de-america-latina-y-el>
- Motion Picture Association of America, Inc. (2017). *The Economic Contribution of the Motion Picture and Television Industry to the United States*. Obtenido de: <https://www.motionpictures.org/wp-content/uploads/2017/02/Economic-Contribution-of-the-Motion-Picture-Television-Industry-to-the-United-States-2017.pdf>
- Niu, X. (2021). *The Development of the Global Film Industry between 2017 and 2018*. Development of the Global Film Industry. China Perspectives. Obtenido de: <https://www.taylorfrancis.com/chapters/oa-edit/10.4324/9781003051503-1/development-global-film-industry-2017-2018-xingzhen-niu>
- Paksiutov, Georgii D. (2021). *Transformation of the Global Film Industry: Prospects for Asian Countries*. Institute for Asian and African Studies. Obtenido de: <https://eng.globalaffairs.ru/wp-content/uploads/2021/06/111-132.pdf>
- Pangarker, N. & Smit, E. (2013). *The determinants of box office performance in the film industry revisited*. University of Stellenbosch Business School. Obtenido de: https://www.researchgate.net/publication/281730174_The_determinants_of_box_office_performance_in_the_film_industry_revisited
- Pérez, M. (2022). *Economía Naranja: Valor y riqueza, empleos e impacto social*. Universidad de San Carlos de Guatemala. DOI: 10.36631/ECO.2022.26.02. Obtenido de: <https://biblior.url.edu.gt/wp-content/uploads/CParens/Revista/ECO/Numeros/26/03.pdf>
- Pinchefskey, C. (2012). *The Impact (Economic and Otherwise) of Lord of the Rings/The Hobbit on New Zealand*. Forbes. Obtenido de <https://www.forbes.com/sites/carolpinchefskey/2012/12/14/the-impact-economic-and-otherwise-of-lord-of-the-ringsthe-hobbit-on-new-zealand/#73a048f531b6>
- Plucker, J. A., Kaufman, J. C., Temple, J. S., & Qian, M. (2009). *Do experts and novices evaluate movies the same way?* Psychology & Marketing, 26(5), 470-478. <https://doi.org/10.1002/mar.20283>. Obtenido de: <https://psycnet.apa.org/record/2009-05969-005>
- Reinstein, D. A., & Snyder, C. M. (2005). *The influence of expert reviews on consumer demand for experience goods: A case study of movie critics*. The Journal of Industrial Economics, 53(1), 27-51. Obtenido de: https://www.researchgate.net/publication/4992942_The_Influence_of_Expert_Reviews_on_Consumer_Demand_for_Experience_Goods_A_Case_Study_of_Movie_Critics
- Santamaria, E. (2018). *No es cuento, el cine impulsa la economía. El caso de Nollywood*. Industrias Creativas. Obtenido de: <https://blogs.iadb.org/cultura-arte-creatividad/es/hablemos-de-cine-y-desarrollo-el-caso-de-nollywood/>
- Spence, M. (1973). Señalización en el mercado laboral. The Quarterly Journal of Economics, 87(3), 355-374. Obtenido de: <https://www.sfu.ca/~allen/Spence.pdf>
- Terry, N., Mitchell, L., Morgan, A., & Owens, J. (2016). The determinants of box office revenue for movie sequels. West Texas A&M University. Obtenido de: <https://www.semanticscholar.org/paper/THE-DETERMINANTS-OF-BOX-OFFICE-REVENUE-FOR-MOVIE-Terry-Texas/e5f44ed68bff57745b8b1d733ae6966dc8432e27>
- TMDB Dataset. (2023). [Data set]. Kaggle. Ritayandhara. <https://www.kaggle.com/datasets/ritayandhara/tmdb-dataset/data>