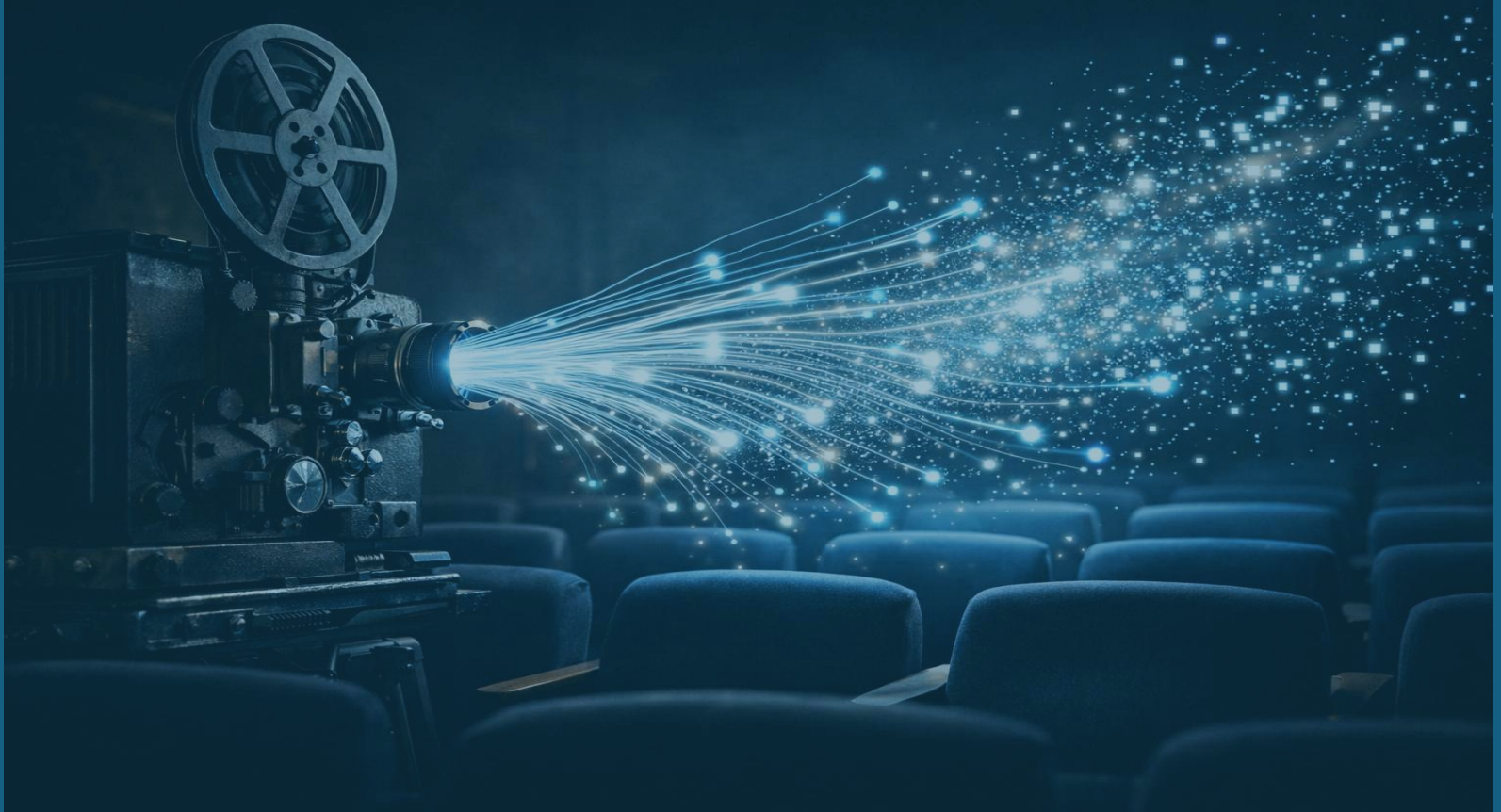


ANÁLISIS SECTORIAL



IA en el cine: ¿El fin del monopolio de Hollywood?

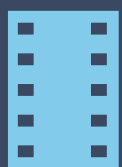
PARTE 1 | DIAGNÓSTICO



Osler Pascoe Moreno
economicedge.com.mx

LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL (IA) YA NO ES UNA HERRAMIENTA MÁS: PODRÍA TRATARSE DE UN CAMBIO ESTRUCTURAL EN LA INDUSTRIA

1. Las herramientas de IA ya están reduciendo costos y tiempo en distintas actividades.
2. Su evolución podría ser un catalizador estructural, y redefinir por completo la Cadena de Valor en esta industria.
3. Para estudios como Warner o Paramount, esto podría erosionar parte de su ventaja histórica en la producción de filmes.
4. Sin embargo, el principal obstáculo para adaptarse no es tecnológico, sino cognitivo: la ceguera racional (lo veremos en página 7).



Según McKinsey, algunos líderes del sector ya ven a la IA como uno de los cambios más profundos que ha enfrentado la industria del cine.

CADENA DE VALOR DE LA INDUSTRIA

La industria crea y captura valor a través de cuatro eslabones.

Principales actividades



1. Desarrollo y preproducción



Elaborar el guion, casting y diseño conceptual.



2. Producción y postproducción



Rodaje, edición, efectos visuales, sonido y doblaje.



3. Distribución y marketing



Campañas de promoción, ventas y licencias.



4. Exhibición y consumo



Programar funciones, *streaming* y monetización.

LA IA YA TOCA VARIOS ESLABONES

La IA ya interviene en varias etapas y empieza a cambiar la lógica competitiva de la cadena.



Video
Desde texto e
imágenes.



Edición y
manipulación de
video.



Avances y clips
promocionales.

**1. Desarrollo y
Preproducción**

Facilita la exploración creativa.

**2. Producción y
posproducción**

Reduce linealidad y costos.

**3. Distribución y
marketing**

Baja costo marginal del material
promocional.

La IA reduce fricción y barreras de entrada en varias etapas de la cadena.

A FUTURO, ¿CÓMO SE VERÁ LA INDUSTRIA?

La IA cambia la base de la competencia. Muchas tendencias actuales se intensificarán, mientras que se abrirán nuevas posibilidades en toda la industria.

ANTES

- ❖ Producir era caro y lento.
- ❖ Solo los estudios podían coordinar talento, efectos y promoción.
- ❖ La escasez protegía a incumbentes.



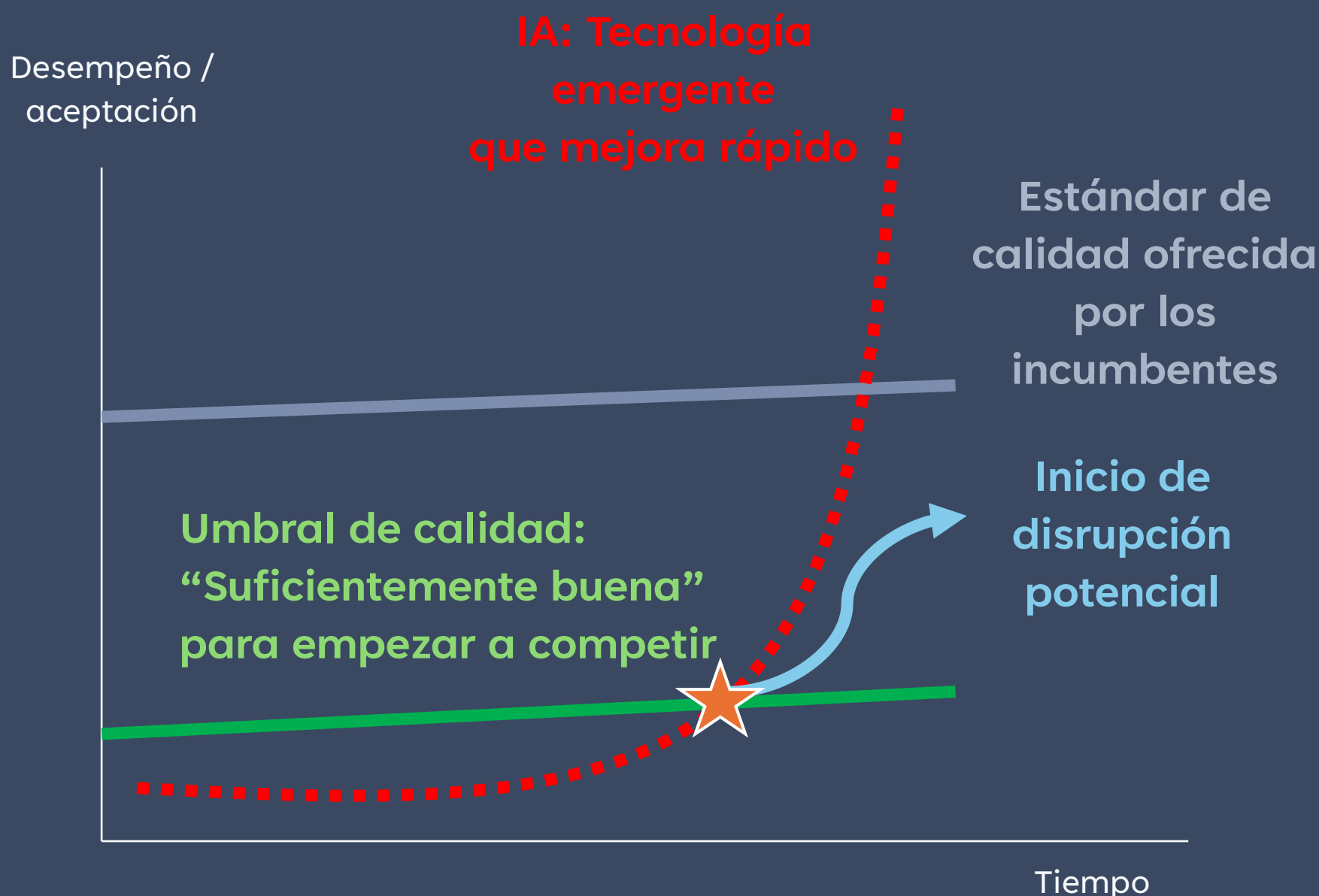
AHORA

- ❖ Bajan tiempos y costos.
- ❖ Más creadores compiten visualmente.
- ❖ La ventaja se mueve de producir a seleccionar contenidos, distribuir y captar atención.

La IA no hará “mejores” películas de inmediato, pero permitirá que más jugadores creen contenido relevante sin depender de la escala de Hollywood.

¿ESTAMOS ANTE UNA TECNOLOGÍA DISRUPTIVA?

La IA no necesita ser perfecta ni alcanzar el estándar de la industria para ser disruptiva. Basta con que supere un umbral de calidad aceptable y que su curva de mejora sea acelerada.



La IA puede parecer inferior hoy, pero aun así abrir espacio a nuevos entrantes y erosionar barreras de entrada. Con el tiempo, la presión sobre los incumbentes será más intensa.

PRINCIPAL RIESGO: CEGUERA RACIONAL

Los incumbentes suelen evaluar la novedad tecnológica con los parámetros del negocio dominante. **Muchos no ven venir el cambio significativo que se avecina.**

Obstáculos para adaptarse al cambio

- | | |
|------------------|---|
| 1) Percepción: | Los estudios miran el segmento alto y subestiman nichos donde la IA ya puede ser “suficientemente buena”. |
| 2) Conocimiento: | Los actores detectan el cambio, pero todavía no saben cómo responder. |
| 3) Motivación: | Los incentivos favorecen proteger el modelo actual. |
| 4) Capacidades: | Falta talento directivo para traducir IA en cambios de modelo de negocio. |

RETO ESTRATÉGICO

¿La IA fortalecerá a Hollywood o abrirá espacio a nuevos creadores?

¿Cómo deberían prepararse los actores de la industria ante varios escenarios posibles?

La Parte 2 analizará los escenarios plausibles y las respuestas estratégicas de los estudios, distribuidores y exhibidores ante la irrupción de la IA.

CONCLUSIONES



La IA no es una herramienta que solo hace más eficiente la producción cinematográfica.



La IA es disruptiva y puede reconfigurar la cadena de valor de la industria.



Basta con rebasar un nivel de calidad aceptable para que comience a presionar a los incumbentes.



No percibir el riesgo o no saber cómo responder son los principales obstáculos para adaptarse al cambio.

FUENTE METODOLÓGICA

McKinsey & Company. “What AI could mean for film and TV production and the industry’s future”.



Osler Pascoe Moreno
economicedge.com.mx