

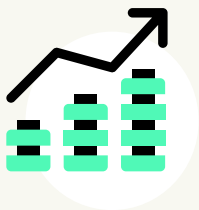
EL COMPROMISO CON MÉXICO



Los miembros de la Motion Picture Association (MPA) **son una parte esencial e integral del ecosistema de producción y distribución de la industria filmica local**, y contribuyen en cada etapa de la cadena de valor de la industria audiovisual.



Los miembros de la MPA **colaboran con los cineastas de México en numerosos proyectos de producción para promover historias, creadores y empresas locales**, llevando sus películas y series a audiencias nacionales y globales para así fomentar mayor diversidad de contenido.



Con inversiones sustanciales en la industria del entretenimiento local, en infraestructura y en talento, los estudios miembros de la MPA son **contribuyentes netos** a la economía creativa de México. Sus inversiones también **aportan al crecimiento de la comunidad cinematográfica mexicana**.



Los miembros de la MPA apoyan la creación empleos y el crecimiento del PIB de México. Además, sus producciones ayudan a crear una **fuentes de talentos de clase mundial**. La capacidad de innovación del sector audiovisual depende sobre todo de millones de personas innovadoras, creativas y valiosas, que van desde actores hasta proyeccionistas; carpinteros que construyen los sets de filmación; maquillistas que dan vida a los personajes; expertos en 3D que usan tecnología para crear los más avanzados efectos especiales, entre otros. Estos son trabajos altamente valorados que son buscados frecuentemente por jóvenes y personas apasionadas por ser parte de esta industria.

APOYAR A CREADORES Y RESPALDAR PARA CONTAR HISTORIAS LOCALES



- Los miembros de la MPA han tenido el compromiso de producir contenido mexicano original a lo largo de muchos años, aprovechando la fuerza de la industria cinematográfica local para fomentar y mantener la llegada de inversión extranjera en la economía creativa local. Al apoyar la narración de historias locales, los miembros de la MPA contribuyen a la diversidad cultural.
- Las películas y series extranjeras producidas y distribuidas por los miembros de MPA también tienen un impacto económico importante en las economías de los países en los que se filman.

EJEMPLOS:



Las principales filmaciones mexicanas de los estudios que forman parte de la MPA en 2022-2024 incluyen *La caída* de Amazon Prime Video, que ganó el premio a la Mejor Película de TV/Miniserie en los Premios Emmy Internacionales de 2023 y fue galardonada como Mejor Película en 2023 por Periodistas Cinematográficos de México A.C. *La Máquina* de Disney, la primera serie original de Hulu en español. *El Señor de los Cielos* de NBCUniversal Telemundo cuyo éxito produjo una nueva serie derivada, *Dinastía Casillas*. *Bardo, falsa crónica de unas cuantas verdades* de Netflix fue nominada para el Mejor Logro en Cinematografía en los 95.º Premios de la Academia. *Uno Para Morir* de Paramount, que fue nominada en 2023 para un Premio PRODU. *Confesiones* de Sony Pictures Releasing, que obtuvo siete nominaciones en 2024 de Periodistas Cinematográficos de México A.C., así como y la muy esperada bioserie *Chespirito: Sin querer queriendo* de Warner Bros. Discovery Latin America, que explora la historia detrás de uno de los creadores, narradores, actores y escritores más queridos de México, cuyo legado llega a todas partes del mundo.

1.3K+

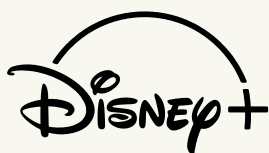
En los rodajes de largometrajes de los miembros de la MPA, se gastan en promedio 13 millones de MXN por día de rodaje en todo el mundo. En los rodajes en exteriores de las películas producidas por miembros de la MPA, se gasta un promedio de 521 millones de MXN por sesión de filmación, incluyendo 239 millones de MXN en salarios locales, y se contrata a más de 1.340 trabajadores locales.

1.8K+

En los rodajes en exteriores de las series producidas por los miembros de la MPA, se gastan en promedio 9 millones de MXN por día de rodaje a nivel mundial. En los rodajes en exteriores de las series producidas por los miembros de la MPA, se gasta un promedio de 972 millones de MXN durante el transcurso de un rodaje en exteriores, incluyendo 531 millones de MXN en salarios locales, y se contrata a más de 1.850 trabajadores locales.

AMAZON MGM STUDIOS

- Amazon Prime Video anunció 23 producciones para su plataforma de video bajo demanda en el segundo semestre de 2023. Entre los encargos de Amazon Original anunciados, 13 % se originó en América Latina, casi el doble de la proporción anunciada en el mismo periodo de 2022 (7 %).
- Los equipos locales de Amazon MGM Studios y Prime Video han trabajado en México desde 2018 con más de 20 empresas productoras locales. Desde su lanzamiento en México, Amazon MGM Studios ha generado más de 6.000 empleos directos e indirectos y la producción de más de 50 títulos locales originales que destacan la cultura local.
- Los títulos recientes de Amazon con producción en México incluyen: *Mentiras, La Liberación, Latido, La Caída, De Viaje con los Derbez, El Juego de las Llaves, Un extraño enemigo, Jalas o te Rajas, LOL: Last One Laughing y Pan y Circo.*
- A solicitud de Amazon Studios en 2023, se construyó el primer estudio de producción virtual en América Latina en los Estudios Churubusco en la Ciudad de México. El estudio se utilizó en *Cada Minuto Cuenta* de Amazon, una serie dramática sobre el terremoto en la Ciudad de México de 1985.



- Disney tiene numerosos proyectos de géneros diversos en varias etapas de producción en países latinoamericanos como Argentina, Brasil, México, Chile

y Colombia. Junto con prestigiosas empresas de producción locales y conocidos talentos, la compañía produce contenido de ficción y no ficción sobre temas relevantes para el público latino que también atrae a los consumidores globales.

- Con la fusión de Disney+ y Star+ en 2024, la audiencia latinoamericana tiene acceso a un catálogo más grande y diverso que incluye los títulos existentes de Disney+, Star+ Originals y contenido deportivo de ESPN. La fusión duplica las horas de contenido disponibles en Disney+ en América Latina, de 8.546 horas a más de 18.000 horas, y amplía la audiencia de Star+ Latin America Originals para incluir a los suscriptores de Disney.
- Entre las numerosas producciones originales desarrolladas en México para la plataforma Disney+ se incluyen: *Papás por Encargo, Lucha: Despierta tu naturaleza, El Rey de los machos, El Mantequilla: Maestro de la estafa, Pancho Villa: El centauro del norte y Soy Rosalía.* Otras producciones locales notables que se han estrenado en Disney+ y Star+ son *Sobrevolando, Voluntarios: Todo sea por la ciencia, Polinesios Revolution, No fue mi culpa: México, Especiales Star+: En Primera Persona, National Geographic: Lo que no sabías del humor Mexicano, El galán. La TV Cambió, él no, Checo ¡Y Que Viva México!, Soy Tu Fan: La Película, El Valet y Los Hermanos Salvador.*
- En 2024, Disney Latin America produjo unos 24 títulos en sus áreas de contenido no guionado, hechos reales/ comedia, así como en las áreas infantil y familiar. Los próximos títulos incluyen *Entre paredes, La increíble historia de Julia Pastrana, Frida y Mamá Cake.*

- En 2024, FX y Disney+ América Latina ordenaron una docuserie que trata sobre el Club Necaxa, el querido equipo de fútbol mexicano, con Eva Longoria, Ryan Reynolds y Rob McElhenney como productores ejecutivos. La filmación de la serie comenzó en julio en Aguascalientes, México.
- *La Máquina*, la primera serie original de Hulu en español, se estrenó en 2024. Reunió a los actores y productores Gael García Bernal y Diego Luna para contar la historia de dos mejores amigos: un boxeador y su mánager.



- En 2024, Telemundo Studios comenzó la producción de *La Jefa*, la nueva Super Serie® de Telemundo en México. La serie se estrenó en febrero de 2025 y cuenta con un elenco repleto de estrellas.
- Ambientada y producida en México, Telemundo estrenó su telenovela de horario central *El Conde: Amor y Honor*, con el legendario actor mexicano Fernando Colunga haciendo su debut en Telemundo.
- Telemundo está produciendo una nueva e innovadora competencia mundial de "bandas", actualmente llamada *Sin Fronteras*, en un rancho en México. *Sin Fronteras* ofrece a los espectadores una experiencia de 360 grados mientras se crea la primera "banda" mundial fusionadora de géneros a través del compromiso comunitario, el contenido y la música original. "Banda" es un término que designa un estilo de música mexicana y el conjunto musical en el que se tocan instrumentos de viento,

- principalmente de metal y percusión.
- La novena y última temporada de *El Señor de los Cielos* de Telemundo se estrenó en 2024, y el tráiler de la Temporada 9 obtuvo más de un millón de vistas dentro de las 24 horas de su lanzamiento. La Temporada 9 de la serie se filmó parcialmente en el Barrio Chino de México.
- Además, la Temporada 9 de *El Señor de los Cielos* involucró a un equipo de más de 500 personas detrás de cámaras, desde escritores hasta coordinadores de escenas de riesgo, diseñadores de vestuario y camarógrafos. También se rodó en 250 locaciones exteriores en toda la Ciudad de México y área metropolitana. Se contrató a más de 1.000 extras que apoyaron a un elenco de 55 miembros del reparto y protagonistas.
- Telemundo anunció una serie derivada de *El Señor de los Cielos* en 2024, *Dinastía Casillas*, y se lanzará en 2025.

NETFLIX

- En 2025, Netflix anunció una nueva inversión de 21 mil millones de MXN en México a lo largo de los próximos cuatro años, lo que destaca su estrecha relación con la industria audiovisual de México. Como parte de su inversión, Netflix ha destinado 41 millones de MXN a los icónicos Estudios Churubusco, un sitio histórico donde se han realizado algunas de las mejores películas mexicanas.
- Netflix también ha designado más de 21 millones de MXN para desarrollar la próxima generación de cineastas y narradores mexicanos. Netflix tiene una larga relación con México. En 2019, Netflix anunció una inversión de

4 mil millones de MXN en México para generar series y películas. En 2020, anunció una inversión de 6 mil millones de MXN en 50 series de televisión y películas hechas en México, su lista más grande de producciones internacionales en cuanto a volumen.

- En 2023, Netflix reafirmó su compromiso de 6 mil millones de MXN con el cine y las series de México, y con su iniciativa #QueMéxicoSeVea. Para celebrar el Día Nacional del Cine de México en 2023, Netflix anunció nuevos proyectos con algunos de los cineastas locales más destacados.
- Los títulos recientes de Netflix con producción en México incluyen: *El Guardián de las Monarcas*, *Príncipes Salvajes*, *Technoboy*, *El elegido*, *Ojitos de huevo*, *Las viudas de los jueves*, *Madre de alquiler*, *Fuga de reinas*, *El último vagón*, *Ruido* y *¡Que viva México!* (una de las películas más vistas de Netflix en México en toda su historia).
- En 2024, Netflix anunció más producciones en México, con algunos títulos que se estrenaron hace poco y otros que están en diversas etapas de producción, incluyendo *Accidente*, *Bienvenidos a la familia*, *Las muertas*, *Los gringo hunters*, *Nadie nos vio partir*, *Celda 211*, *Las Hermanas Guerra*, *Las Locuras*, *La más fan*, *Los dos hemisferios de Lucca* y *No Negociable*.
- Netflix produjo *Familia*, la primera película hablada en español del cineasta colombiano y mexicano Rodrigo García, que se filmó en una ciudad mexicana cerca de la frontera con EE. UU.
- La película de Netflix de 2024 *Pedro Páramo* generó más de 375 millones de MXN para la economía de México, y el rodaje se llevó a cabo durante 50 días en los estados de Nayarit, San Luis

Potosí y Ciudad de México. Solo en el área de San Luis Potosí, se contrataron más de 2.500 trabajadores, lo que resultó en más de 14.900 noches de hotel, 50 días de filmación y más de 900 extras empleados.

- » El equipo de producción de *Pedro Páramo* consistió en más de 550 técnicos y artistas. Se diseñaron y fabricaron más de 5.000 prendas utilizadas durante la filmación en colaboración con artesanos locales. La banda sonora involucró la participación de más de 30 músicos tradicionales de varios estados como Jalisco, Michoacán, San Luis Potosí, Puebla, Chiapas y Ciudad de México.
- La película de Netflix *El último vagón*, dirigida por Ernesto Contreras y protagonizada por Adriana Barraza, se filmó en Veracruz, Tlaxcala y Puebla. Para crear los sets, la utilería y el paisaje, la película utilizó cinco toneladas de hierro, 9 toneladas de madera y 480 kilos de papel reciclado.
- La popular película de Luis Estrada *¡Que viva México!* se filmó en Real de Catorce y en el desierto de Wirikuta durante dos meses y generó un derrame económico de 20 millones de MXN.

Paramount

- Las producciones originales de Paramount en México incluyen *Backdoor* y los originales/exclusivos de Paramount+ *Los Enviados* (Temporada 1 y Temporada 2), *Cecilia* (Temporada 1 y Temporada 2), *At Midnight*, *Corazonada*, *Uno Para Morir*, *Dr. Ballí*, *Tengo que morir todas las noches*, *Acapulco Shore* (Temporada 1 a Temporada 11) y *Se*

Rentan Cuartos.

- Pluto TV, el servicio de transmisión de televisión gratuito de Paramount en América Latina, tiene 198 canales en español, 169 canales en portugués y está presente en 18 países latinoamericanos. El servicio cuenta con acuerdos de asociación con más de 250 socios de contenido para ofrecer más de 60.000 horas de contenido en América Latina de habla hispana y 35.000 horas en Brasil. Entre los principales socios se encuentran Sony, Lionsgate, Banijay, Telefe, TV Azteca, América TV, Polar y Globo.
- Durante años, Paramount ha celebrado eventos reconocidos internacionalmente en la Ciudad de México, como los prestigiosos Kids' Choice Awards y los Premios MTV MIAW, que muestran el espíritu vibrante y la energía creativa de la nación. Además, en 2024, Paramount celebró con orgullo la tercera edición de VidCon México, lo cual refuerza su dedicación a fomentar un espacio dinámico para narradores, creadores y audiencias por igual.

SONY

- Sony Pictures Entertainment (SPE) trabaja con socios locales para producir, adquirir, distribuir películas y producciones televisivas internacionales y en el idioma local en México.
- Los proyectos recientes incluyen adaptaciones mexicanas de comedias, *sitcoms*, estadounidenses de Sony para la audiencia local. Estas adaptaciones incluyen dos temporadas de *Casados Con Hijos* (remake de *Married with Children*), encargadas por Sony Channel, con la tercera temporada ahora en preproducción, dos temporadas de *Enloqueciendo Contigo* (remake de *Mad About You*); cuatro temporadas del legendario *Rosario Tijeras*; el formato de entretenimiento ligero *Raid the Cage* para CBS (el mismo a partir del cual Sony produjo cuatro temporadas de *Escape Perfecto* para TV Azteca); también *Me Late Que Sí* en coproducción con Dynamo para Netflix; *Sangre Llama Sangre*, una serie de terror original para Clarovideo; dos temporadas de la serie médica *Clínica X* para Sony Channel y las Temporadas 8, 9 y 10 de *Shark Tank México* para Sony Channel. La actividad de producción de SPE en México también incluye *La Reina del Flow* para Televisa y más de 900 episodios de *Enamorándonos* para TV Azteca.
- SPE desarrolla nuevas versiones de dos reconocidas franquicias guionadas, con la intención de que ambas tengan 40 episodios. Sony también desarrolla media docena de programas originales para distribución local e internacional, y una serie dramática mexicana de primera calidad que se producirá por encargo, con escenas rodadas en México, España y Colombia y cuatro programas de entretenimiento ligero.
- Sony Pictures Television (SPT) tiene intención de continuar produciendo la franquicia local de las *sitcoms* *Casados Con Hijos* y *Enloqueciendo Contigo* en México.
- Sony Pictures International Productions (SPIP), una división de Sony Pictures Entertainment, ha desarrollado y producido películas originales en México durante los últimos nueve años. La actividad de producción reciente de SPIP incluye *Turno Nocturno*,

Confesiones, La Posada, Caras Vemos, El Precio de Educarlos, A Todas Partes, Guerra de likes, Chica Conoce a Chico, Tequila Repasado, Divina Señal y Tangos, Tequilas Y Algunas Mentiras. La próxima película mexicana de SPIP, *Bailamos*, comenzará la producción en la Ciudad de México en abril de 2025.



WARNER BROS. DISCOVERY

- Warner Bros. Discovery lleva más de 20 años produciendo contenido en América Latina y tiene una amplia historia de producción de contenido regional aclamado en todas sus marcas. Estas relaciones cercanas con el talento local y los productores independientes, detrás y delante de las cámaras, solo seguirán creciendo ya que la compañía se compromete a seguir invirtiendo en producciones locales y ofrecer una plataforma a las comunidades creativas locales de toda la región.
- Warner Bros. Discovery lanzó su plataforma de transmisión con imagen renovada, Max, en América Latina en febrero de 2024, la primera presentación internacional importante después de EE. UU. La plataforma tiene casi 40.000 horas de contenido que abarca películas, series, novelas, documentales, estilo de vida, *reality* shows, programas en vivo y deportes.
- En 2024, Max lanzó el sello "Mucho Más Mexa" en México, con el objetivo de fortalecer y dar visibilidad al contenido local, exaltando y celebrando la riqueza cultural, la creatividad y el talento local a través de producciones originales hechas en México. A través de este contenido producido localmente, Max y Warner Bros. Discovery busca

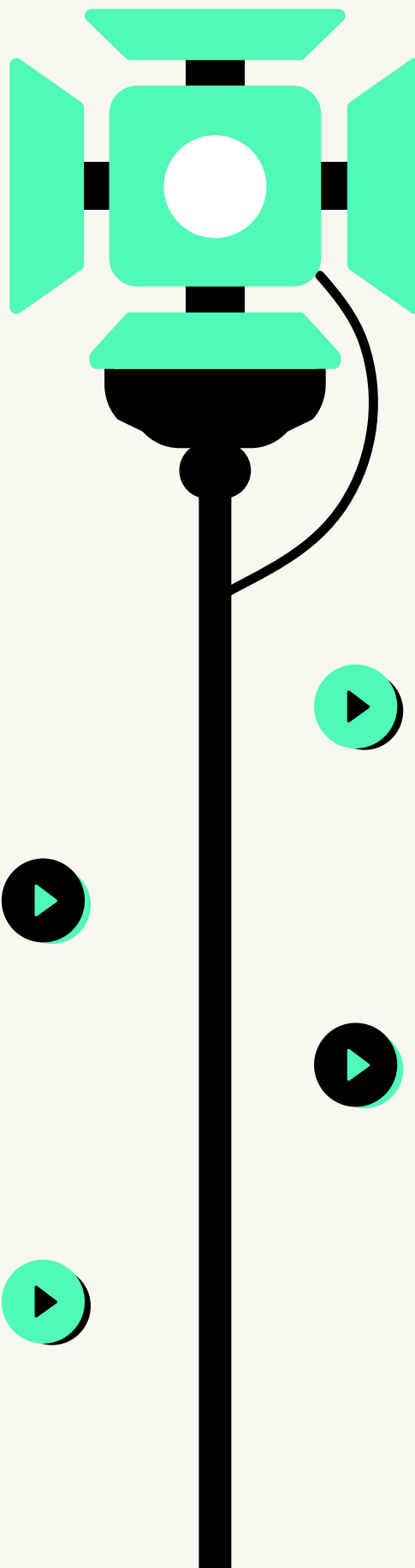
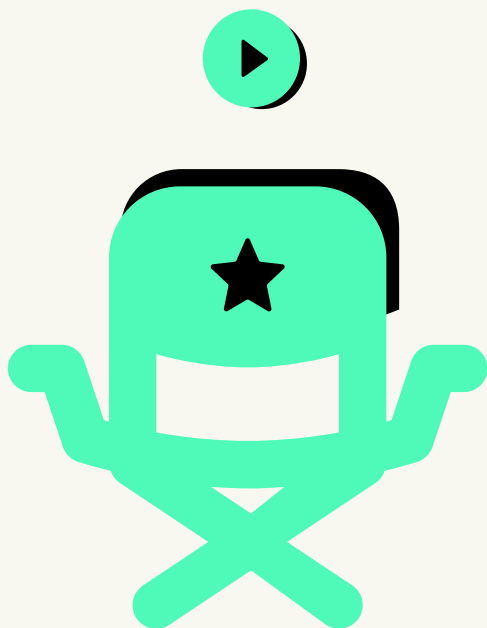
conectarse profunda y auténticamente con la audiencia mexicana, ofreciendo contenido que refleje sus historias, sus voces y su identidad, con talento creativo local que lidere estas producciones.

- El contenido local producido para Max incluye la serie *Como agua para chocolate*, con la producción ejecutiva de Salma Hayek y basada en la novela más famosa de Laura Esquivel, *Como agua para chocolate*, y *Chespirito: Sin querer queriendo*, la primera bioserie inspirada en la vida del afamado creador y narrador Roberto Gómez Bolaños quien dio vida al personaje de Chespirito. El contenido local enfocado en el contenido infantil incluye la serie animada "*La vida secreta de tu mente*" ganadora de los Premios Emmy Internacionales de 2024 en la categoría de programas infantiles: hechos reales y entretenimiento, la película de animación cuadro por cuadro, *Sustos ocultos de Frankelda y Rey Mysterio vs. La Oscuridad*, una serie que sigue las aventuras del ícono de la lucha libre, Rey Mysterio. El contenido de deportes en vivo incluye Lucha Libre AAA.
- Otro pilar importante de la producción local para WBD son las series documentales basadas en casos actuales para la sociedad mexicana, que abordan problemas sensibles y socialmente relevantes. Historias contadas con la objetividad, el respeto y el rigor periodístico, que no solo informan y entretienen, sino que también promueven la reflexión sobre la realidad del país. Algunas de estas producciones son: *Masacre de los Mormones*, *Los 43 de Ayotzinapa: Un crimen de estado*, *Culiacanazo: Herederos del narco*, *Debanhi: ¿Quién mató a nuestra hija?* y



Marcial Maciel: El lobo de Dios.

- El rodaje de *Como agua para chocolate* se llevó a cabo en la Ciudad de México y en Haciendas en el estado de Tlaxcala, con aproximadamente 1.200 personas en el elenco y el equipo. La segunda temporada comenzará a producirse pronto.
- Warner Bros. Discovery produce una amplia variedad de producciones en México en géneros como drama, bioseries, telenovelas, ficción, fantasía, docuseries, etc., con series como: *VGLY* (Temporada 1 y Temporada 2), *Sierra Madre: Prohibido pasar*, *Las Bravas* (Temporada 2), *Cóyotl*, *Héroe y Bestia*, *Como agua para chocolate* y *Chespirito: Sin querer queriendo*; diversos reality shows, como *Divina Comida México* (Temporada 1, Temporada 2 y Temporada 3), *Mexicánicos*, *Señales del Más Allá México*, *Supervivencia al Desnudo México*, *Kilos Mortales México*, etc.; además de películas como *La Cocina*, *Amarte y Sin Equipaje*.



CELEBRACIÓN DE LA CULTURA DE MÉXICO MAS ALLA DE LAS FRONTERAS DE UNA MANERA QUE SOLO LAS HISTORIAS LO PUEDEN HACER



Los miembros de la MPA están bien posicionados para **exportar el contenido y la cultura de México** a audiencias globales. Por ejemplo:

- ▶ El drama deportivo mexicano de Amazon **La Caída** ganó varios Premios Emmy Internacionales en 2023, incluyendo Mejor Película/Miniserie de Televisión y Mejor Actriz para Karla Souza.
- ▶ La serie **La Cabeza de Joaquín Murrieta** estuvo entre las 10 películas y series originales locales de habla no inglesa más vistas a nivel mundial de Amazon Prime Video en 2023.
- ▶ La serie original de Amazon Prime Video México, **Mentiras**, basada en el popular musical mexicano, se estrenará exclusivamente en Prime Video en más de 240 países y territorios.
- ▶ **La Oficina de Noticias de Telemundo** de NBCUniversal, con sede en Ciudad de México, cubre los acontecimientos actuales en México, que se exportan globalmente a través de la infraestructura de noticias de NBCUniversal.
- ▶ **Sr. Ávila** de HBO Latin America fue la primera serie en México en recibir un Premio Emmy al mejor Programa Primetime de EE. UU. en lengua no inglesa y también fue el primer Emmy Internacional de HBO.
- ▶ La producción original mexicana de Disney+ **Papás por Encargo** se lanzó en América Latina, EE. UU. y Europa simultáneamente en julio de 2022.
- ▶ Más de 21 millones de hogares de todo el mundo vieron la serie de Netflix, **Control Z**, y en los primeros 28 días se situó en el Top 10 de 64 países incluyendo México, Brasil, España, Francia y EE. UU.



El turismo promovido por productos audiovisuales es un efecto secundario conocido de la producción de películas y series. Por ejemplo:

- ▶ Un estudio de Tripadvisor estimó que al menos 20 % de los viajeros globales visitaron un destino porque lo vieron en un programa de televisión.
- ▶ En el año siguiente al lanzamiento de **Coco** de Disney, Morelia, la capital de Michoacán y el punto de partida de la ruta de Coco en la película, experimentó un aumento de 50 % en la cantidad de turistas.
- ▶ Después del lanzamiento de **Spectre** de Sony/MGM, se disparó el interés en las celebraciones del Día de Los Muertos de la Ciudad de México y la Secretaría de Turismo del país invirtió en la creación de un desfile similar al visto en la película. El desfile costó 9 millones de MXN, 650 voluntarios lo armaron y más de 250.000 personas fueron a verlo. En el año siguiente al estreno de la película y a la creación del desfile del Día de los Muertos, la Ciudad de México experimentó un aumento de 9.4 % en la cantidad de turistas internacionales atribuible puede atribuirse en parte a la película.

- ▶ **Oscuro Deseo** de Netflix fue visto en 35 millones de hogares en todo el mundo en sus primeros 28 días y alcanzó la lista de los 10 primeros contenidos transmitidos en 77 países, incluyendo Brasil, Colombia, Francia, España y EE. UU.
- ▶ **El elegido**, una producción cinematográfica mexicana-española, se estrenó en Netflix lo que permitió que 50 millones de personas de 190 países vieran la película, en lugar de tener un estreno local limitado.
- ▶ **Bardo, falsa crónica de unas cuantas verdades**, la película en español de 2022 de Netflix fue nominada para más de 50 premios a nivel local e internacional, incluyendo el Premio de la Academia al Mejor Logro en Cinematografía.
- ▶ La comedia mexicana de suspense **No Negociable** encabezó el Top 10 de películas extranjeras de Netflix después de su lanzamiento en julio de 2024 y también alcanzó el puesto no. 5 en la tabla general de películas.
- ▶ **¡Que viva México!** de Netflix se convirtió en una de las películas más populares en la plataforma y alcanzó un puesto entre los 10 primeros en varios países de América Latina, lo que generó interés en el turismo en Real de Catorce, la ciudad real donde se realizó la filmación.



APOYO A LA PRÓXIMA GENERACIÓN DE CREADORES, NARRADORES Y RETRIBUCIÓN A LA COMUNIDAD



Las inversiones de los miembros de la MPA tienen efectos positivos más allá de la industria audiovisual: el crecimiento del sector creativo ayuda a conectar a las personas, reduce las divisiones culturales y políticas, y actúa como fuente de expresión. Estamos orgullosos del apoyo de nuestros miembros a programas e iniciativas locales que benefician a artistas, estudiantes y educadores mexicanos, a la fuerza laboral y al medioambiente. Por ejemplo:

AMAZON
MGM STUDIOS

El equipo de **Amazon** para ayuda en caso de desastres donó más de 103.000 artículos esenciales para apoyar a las organizaciones que operaban en tierra cuando el huracán Otis golpeó Acapulco a fines de 2023. También apoyaron a las comunidades afectadas a través de donaciones a la Cruz Roja Mexicana, la Asociación Mexicana de Bancos de Alimentos y la Organización Internacional para las Migraciones de las Naciones Unidas.

Amazon ha apoyado a la Red de Bancos de Alimentos de México (BAMX) con el objetivo de donar un total de 4.000 despensas de alimentos en 2023. Además, Amazon donó 40 toneladas de granos esenciales (frijoles, arroz y lentejas) a la Red BAMX para apoyar a 18 bancos de alimentos locales. Por cada voluntario y hora de trabajo voluntario, Amazon donó una comida a los miembros de la comunidad que experimentan inseguridad alimentaria. Además, durante 2024, 1.283 voluntarios han participado en diversas actividades de voluntariado y han registrado alrededor de 7.220 horas de voluntariado.



Disney, junto con Chicosnet.net, desarrolló "Historias para Armar", un programa educativo que combina la narración de historias con los medios digitales y las experiencias de los creadores, como una estrategia para que niños entre 8 y 11 años aprendan a crear historias utilizando medios digitales. Desde su lanzamiento en mayo de 2021, ha tenido 197.000 usuarios en su sitio web, se han obtenido 99.000 historias y ha llegado a 28.000 profesores y 804.000 niños (32.000 usuarios únicos de México han interactuado con la plataforma).

A través del Disney Conservation Fund, **Disney** apoya las iniciativas de protección ambiental y preservación de especies de 10 organizaciones en América Latina, incluyendo Shark Team One, que trabaja con las comunidades de la península de Yucatán para proteger a una de las últimas poblaciones de tiburones ballena en peligro de extinción y la Organización Internacional de Diversidad Cultural, que trabaja para preservar, documentar y aumentar las colonias silvestres y domesticadas de *Melipona beecheii*, una abeja sin aguijón nativa sagrada para los mayas en la península de Yucatán.



En 2021, **NBCUniversal** lanzó un programa de diversidad, equidad e inclusión en México para generar conciencia sobre la inclusión, y dio prioridad al compromiso de empleados, producciones originales, marca del canal y la campaña "El Poder Femenino".

NETFLIX

En 2021, **Netflix** México invirtió 6 mil millones de MXN en "Que México Se Ve", buscando apoyar proyectos de directores mexicanos para promover el cine nacional. Netflix desempeña un papel activo como productor dentro de estos proyectos, tanto dentro como fuera de México.

En 2024, **Netflix** lanzó el Fondo de Netflix para la Equidad Creativa en México, que apoya a programas que identifican, capacitan y brindan oportunidades para talentos que aún no han encontrado su lugar en el sector. El fondo patrocina el programa "Nuevas Fronteras de la Producción Audiovisual en México", un curso de capacitación en producción ejecutiva en México con un enfoque en la diversidad; cursos de capacitación y clases magistrales en el nuevo campus del Centro de Capacitación Cinematográfica (CCC) en Chapultepec. También, copatrocina el "Segundo Laboratorio de Desarrollo de Proyectos Cinematográficos para Cineastas Indígenas y Afrodescendientes de América Latina" con el Festival Internacional de Cine de Morelia.

Otros programas de **Netflix** en México, en el territorio de los municipios de Durango y Otaez, han incluido trabajo en restauración de ecosistemas, capacitación en habilidades, creación de empleos y protección de especies en peligro de extinción.

Netflix y la Academia Mexicana de Artes y Ciencias Cinematográficas (AMACC) anunciaron la expansión del "Fondo de Apoyo COVID-19 para la Industria Cinematográfica y Audiovisual" para dar subvenciones a técnicos, asistentes, maquillistas, personal de soporte de cámaras, carpinteros, electricistas y otros, con hasta 30 millones de MXN. Se proyectó que cerca de 1.437 trabajadores en más de 20 estados mexicanos se beneficiarán directamente de esta medida.

Netflix y la Academia Mexicana de Artes y Ciencias Cinematográficas (AMACC) anunciaron el programa Nuevas Fronteras de la Producción Audiovisual en México para 2025, que busca fomentar el talento y promover la diversidad en la industria audiovisual.

Netflix y Ambulante lanzaron una iniciativa de 15 millones de MXN, el "Fondo Miradas", para apoyar a más de 80 producciones de cineastas afectados por la pandemia de COVID-19, que beneficiará a cerca de 500 personas. Se apoyará a cerca de 30 grupos indígenas y afrodescendientes incluyendo el zapoteco serrano, totonaca, mixteca, náhuatl y purépecha, entre otros. Casi 75 % se encuentran en México, y el resto se encuentra en Belice, Guatemala, Honduras, El Salvador y Nicaragua. El fondo apoya a cineastas emergentes, a la mitad de su carrera y a aquellos con amplia experiencia que trabajan en diversos géneros.

Paramount

Durante 24 años consecutivos, los empleados de **Paramount** de México y de todo el mundo han trabajado como voluntarios en sus comunidades el "Día de la Comunidad de Paramount".

El Green Team de **Paramount** México se asoció con Cíclica para crear conciencia sobre el estilo de vida de cero desperdicios, aprender sobre el ciclo de los alimentos y promover una dieta saludable a través de la jardinería en cajones. A través de esta asociación, el equipo completó una capacitación de varios meses que incluyó lecciones sobre jardinería.

Paramount Consumer Products y Nickelodeon colaboran financiando el trabajo de limpieza oceánica global, promoviendo el uso de productos sostenibles y educando a millones de aficionados sobre cómo ayudar a proteger el hogar submarino de todas las criaturas marinas. Estas limpiezas se realizaron en todo el mundo incluyendo México y Brasil. Tienen el objetivo de recolectar 2.5 mil toneladas de plástico y residuos para 2027.

SONY

Sony Corporation of America, en nombre de las filiales de Sony en América, apoyó la implementación del "Learning Passport" de UNICEF en México. El apoyo financiero de Sony catalizó la apertura de una biblioteca de recursos esenciales para el aprendizaje del español para niños, maestros, padres y cuidadores. Esta donación se realizó a través del Fondo de Ayuda Global contra la COVID-19 de Sony.



**WARNER BROS.
DISCOVERY**

Como parte del compromiso de **Warner Bros. Discovery** con el bienestar social: WBD integra la responsabilidad corporativa en la narración de historias, las asociaciones y el compromiso comunitario para crear un impacto duradero.

- Apoyo a las comunidades y sostenibilidad: se centra en ayudar a las poblaciones vulnerables, proporcionar oportunidades profesionales y proteger el planeta a través de iniciativas dedicadas.
- Donaciones benéficas estructuradas: garantiza contribuciones responsables, incluyendo anuncios sociales públicos (Public Social Announcements, PSA), apoyo en especie y asociaciones de mercadotecnia de causas alineadas con los valores de la compañía.
- Asociaciones estratégicas para el cambio: colabora con organizaciones sin fines de lucro para impulsar un impacto social importante a través de la defensa, educación y distribución de recursos.
- Compromiso de voluntariado global: WBD Impact Day une a empleados de todo el mundo en proyectos de servicio reforzando una cultura de apoyo comunitario y acción colectiva.

Warner Bros. Discovery lanzó su galardonado programa global de pasantías en México, Colombia, Chile y Argentina en 2024. En 2023, el programa global de pasantías captó 840 estudiantes.