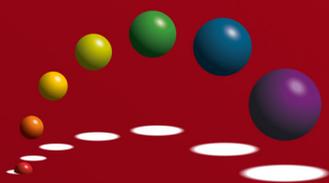


Panorama Audiovisual Iberoamericano

2017



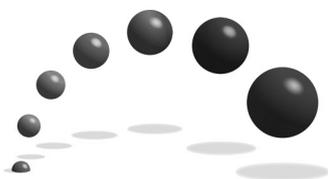
egeda



PANORAMA AUDIOVISUAL IBEROAMERICANO 2017

Panorama Audiovisual Iberoamericano

2017



egeda

La elaboración, edición y comentarios de los datos del *Panorama Audiovisual Iberoamericano 2017* han sido realizados por el Departamento de Reparto y Documentación de EGEDA:

Oscar Berrendo Pérez
Juan Antonio Serrano Fernández
Enrique Encinas Puebla

Nuestro agradecimiento a todos aquellos que han aportado sus experiencias y opiniones a través de sus textos y/o artículos:

Andermatt, Peter (Director de la Fundación Cultural Oficina MEDIA España)
Arambilet, Luis (Productor – Panamá)
Benedetti, Arianne (Productora – Panamá)
Durandez, Angel (Vicepresidente Fundación Euroamérica – España)
Guerrero, Boni (Encargado División Legal DGCine – Rep. Dominicana)
Klimt, Mabel (Abogada – España)
Marichal, Yvette (Directora General de Cine – Rep. Dominicana)
Miralles, Santiago (Director General de la Casa de América)
Prieto, Jesús (Abogado – España)
Rodríguez Rosell, Ana (Productora – España)
Sokolowicz, Fernando (Productor – Argentina)
Toledo, Teresa (Especialista en Cine Casa de América – España)
Vaca García, Ricardo (Consultor – España)
Virgen, Lucy (Crítica y Programadora – México)

Igualmente agradecer a todos aquellos que han colaborado desinteresadamente con la aportación de sus comentarios, información, documentación, etc. (por orden alfabético):

A Contracorriente Films, S.L. (España)
Academia Colombia de Cine (Colombia)
Atresmedia Cine, S.L. (España)
Barlovento Comunicación (www.barloventocomunicacion.es)
Casa América (<http://www.casamerica.es/>)
ComScore (www.comscore.com)
Fipca (<http://www.fipca.com/>)
Gestionarte Cine – Anais Domínguez (Colombia)
K&S Films – Capital Intelectual, S.A. (Argentina)
Morena Films (España)
Patagonik Film Group, S.A. (Argentina)
Secretaria de Cultura, Recreación y Deporte (Colombia)
Sobras International Pictures (Chile)
Vaca Films Studio, S.L. (España)
Zeta Audiovisual (España)

Maquetación / Impresión Digital: Departamento de Sistemas de Información (EGEDA)

@ EGEDA 2017. Entidad de Gestión de Derechos de los Productores Audiovisuales
C/ Luis Buñuel, 2 – 3º (Edificio Egeda)
Pozuelo de Alarcón, 28223 Madrid
www.egeda.com

Nº de depósito legal: M-26558-2014.



<i>PRÓLOGO. Una región cohesionada por la cinematografía: Iberoamérica.</i>	11
<i>INTRODUCCIÓN. Casa de América. Un espacio para el cine iberoamericano</i>	17
<i>ARTICULO 1 - La quinceañera</i>	25
<i>CAPITULO I. Producción cinematográfica en Iberoamérica</i>	33
· Introducción	35
· Panorama cinematográfico en Iberoamérica	37
· Panorama cinematográfico en los países iberoamericanos	47
<i>ARTICULO 2 - Un mar de oportunidades</i>	137
<i>CAPITULO II. La producción de ficción en Iberoamérica</i>	143
· Introducción	145
· Panorama de la ficción en Iberoamérica	147
· Panorama de la ficción en países de Iberoamérica	154
<i>ARTICULO 3 - La financiación de las producciones cinematográficas</i>	203
<i>La experiencia española después de la crisis financiera de 2008. Del mundo financiero convencional al Crowdfunding</i>	
<i>CAPITULO III. El cine iberoamericano más allá de sus fronteras</i>	215
· Introducción	217
· Panorama cinematográfico en el mundo	220
· El cine iberoamericano en Europa	233
· El cine iberoamericano en Iberoamérica y USA	250
<i>ARTICULO 4 - El Programa MEDIA</i>	261

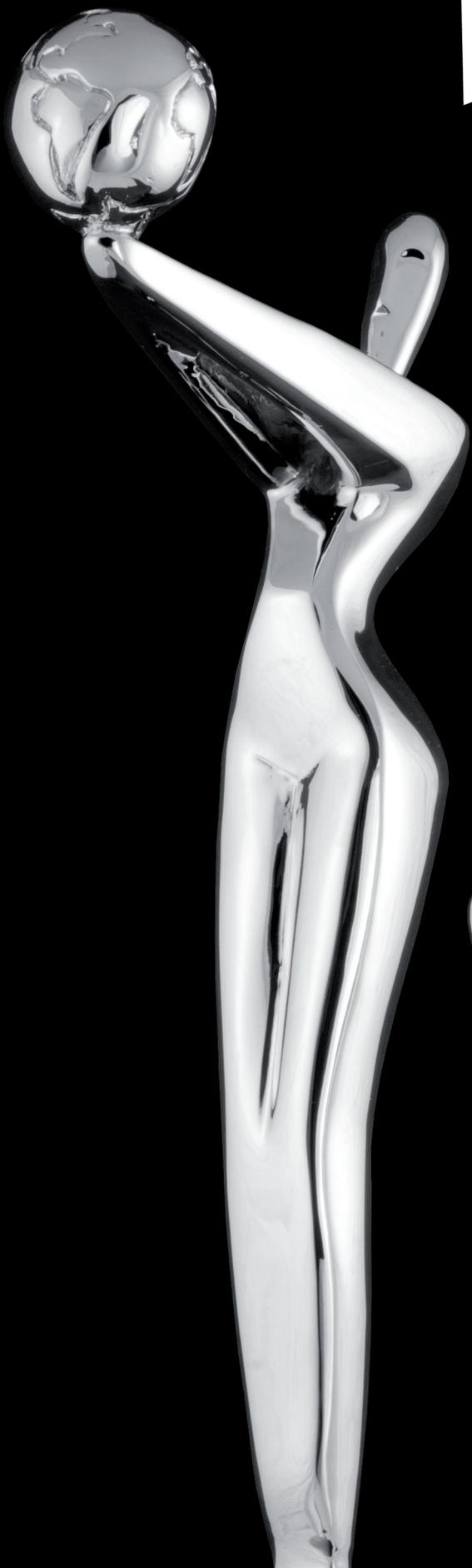
<i>CAPITULO IV. Portugal: una de década de cine (2007-2016)</i>	269
· Introducción	271
· Legislación cinematográfica en Portugal	272
· Panorama cinematográfico	274
· Promoción internacional	281
· Anexos	283
<i>ARTICULO 5 – Temáticas de pago en España (2016/2017)</i>	297
<i>ARTICULO 6 – El papel de los festivales en el desarrollo del audiovisual iberoamericano</i>	307
<i>CAPITULO V. República Dominicana: 6 años de la Ley de Fomento a la actividad cinematográfica</i>	315
· Introducción	317
· I. La industria filmica	318
· II. Definición y generalidades de los incentivos fiscales	319
· III. Incentivos fiscales a la producción filmica	321
· IV. Incentivo Fiscal a la producción de películas dominicanas (Art. 34 de la ley de cine)	322
· V. Crédito Fiscal Transferible (Art. 39 de la ley de cine)	327
· Conclusión	330
· Bibliografía	331
<i>ARTICULO 7 – Latinoamérica y el cine</i>	337
<i>ARTICULO 8 – Historia de una película “Falling”</i>	343
<i>ARTICULO 9 – Cuenta satélite de cultura de Bogotá: aproximaciones a la medición económica del segmento audiovisual</i>	353
<i>CAPITULO VI. Costes de producción de películas iberoamericanas</i>	363
· Datos globales de la muestra	365
· Estudio de costes de producción por películas	367
<i>ARTICULO 10 – Nuevo modelo de ayudas públicas a la cinematografía del Instituto de la Cinematografía y Artes Audiovisuales a la luz de la normativa europea</i>	377
<i>CAPITULO VII. Resumen y conclusiones</i>	387
<i>Nota Metodológica</i>	403
<i>Fuentes</i>	409

PREMIOS

platino

DEL CINE IBEROAMERICANO

nuestro cine



www.premiosplatino.com



PRÓLOGO

Una región cohesionada por la cinematografía: Iberoamérica.

PRÓLOGO

Una región cohesionada por la cinematografía: Iberoamérica.

Por Luis Arambilet, EGEDA/FIPCA

Extraer conclusiones geopolíticas, sociológicas o estratégicas a partir de segmentos determinados de cualquier quehacer grupal o comunitario, sea este un desempeño interno de país o de un grupo de naciones con elementos coincidentes, es tarea que requiere necesariamente de un análisis basado en el discurrir del tiempo.

Intentar pues, extraer una perspectiva razonable y lógica de veintitrés países bajo la lente de una intención estética orientada a incidir en el centro mismo del ser humano, como lo es el oficio cinematográfico, no es tarea sencilla.

Los intentos de explicar períodos históricos relativamente breves hilvanando argumentos comunes donde existen elementos culturales, idiomáticos e idiosincráticos disímiles, casi siempre deriva en una óptica debatible y con frecuencia de contenido efímero. En el caso de la cinematografía Iberoamericana, como lo es también en la asiática y la europea, las mezclas migratorias crean fusiones de riqueza inimaginable, pero a la vez, de no arraigarse o replicarse su factura, hace aún más compleja la tarea de obtener una perspectiva razonable que nos defina como región.

La intención, sin embargo, no es etiquetar nuestra cinematografía cual producto que sale de una línea industrial de producción sino explicar las razones por las cuales es fundamental la cohesión entre raíces comunes que han ido deshilvanándose en el tiempo, o bien, cuya conexión es coyuntural en base al ordenamiento actual de los Estados con ciertos elementos afines.

En la modernidad de los albores del siglo XXI, reconstruir un objetivo colaborativo que nos hermana de una manera que solo se explica a través de historias creativas, genuinas e impactantes, aunadas a intenciones autorales que desgajan sonrisas o arrancan lágrimas, es el propósito del Panorama Audiovisual Iberoamericano.

Este documento, de inestimable valor analítico y estadístico, publicado anualmente con la colaboración de los más importantes actores y exponentes que componen el factor humano de la cadena de valor de la Industria Cinematográfica de nuestra región, fue concebido en el seno del Foro EGEDA-FIPCA y sugerido como herramienta de acopio de las diversas experiencias, cambios y avances experimentados en los veintitrés países que nos mancomunan.

Los abarcadores puntos de vista insertos en estas publicaciones especializadas derivan en

diversas direcciones, todas de relevancia para la producción cinematográfica actual y futura. Con especial énfasis se ha abordado el tema del registro de propiedad intelectual y la protección de los derechos de autor, a la par que la lucha antipiratería, tanto en medios físicos como por vía de señales satelitales y en el ámbito del Internet.

Del mismo modo se ha cubierto de manera extensiva la forma de organización, la política audiovisual y los programas de desarrollo e incentivos de las naciones que componen la región, todas con sus características bien definidas, en algunos casos contrapuestas a los de sus propios países vecinos. Esta forma de difusión permite entender mejor los esfuerzos que realizan las industrias de cine nacionales, sus variados matices, así como sus diferentes grados de desarrollo. Ese gran acopio de realidades se contrasta a su vez con el panorama cinematográfico global, permitiendo de esa manera comparar las producciones como bloques interconexos dentro de la gran industria del entretenimiento. Comparación útil, al momento de emprender inserciones en otros mercados donde se hace necesaria la capacidad de intercomunicar adecuadamente las tendencias regionales a través de subtítulos o doblajes.

Los canales alternos de distribución y exhibición no se han soslayado en estas entregas del Panorama Audiovisual Iberoamericano, como tampoco la percepción actual sobre realidades, reacciones en cadena e incertidumbres que presentan esas vías al alcance de las nuevas audiencias, gracias a los agigantados avances tecnológicos, cuya progresión geométrica va de la mano con las tendencias de consumo de contenidos por parte de las nuevas generaciones de espectadores.

La formación audiovisual iberoamericana se ha esbozado desde diferentes ángulos, tanto desde la rigurosidad académica como a través de una detallada compilación de ofertas alternas que de manera práctica proveen los programas de desarrollo humano de los países de la región.

Los modelos de financiación con toda su amplia variedad de esquemas por país y la dinámica requerida para estructurar coproducciones exitosas han sido cubiertos no solo en artículos puntuales sino también como subproducto de las discusiones y análisis obtenidos en las conclusiones de los foros anuales EGEDA-FIPCA.

Desde el punto de vista estadístico, una lista exhaustiva de títulos de obras y sus artífices, las avenidas de exhibición en nuestros mercados, tanto como las vías extra regionales, son parte del acopio que año por año se lleva a cabo con meticulosa atención y gran grado de detalle, gracias a las efectivas redes de colaboración que se mantienen con las grandes agencias de recopilación y las autoridades de Iberoamérica. De esta manera nuestros esfuerzos de producción y resultados de exhibición son absolutamente cuantificables, medibles y extrapolables. A lo anterior se aúna el análisis demográfico por países y sus hábitos de consumo en la industria del entretenimiento. Solo esta porción de información, hace del Panorama Audiovisual Iberoamericano una publicación de referencia seminal a la hora de analizar nuestra cinematografía.

Otro de los importantes focos de atención recopilados en esta relevante publicación, son nuestros costes de producción por país y región, permitiendo así compararnos con otras cinematografías que mantienen actualizados esos datos de inestimable valía. Los niveles de detalle insertos en el Panorama 2016, por ejemplo, permiten converger las estrategias comunes de factura y colocación de nuestro cine desde una perspectiva globalizada.

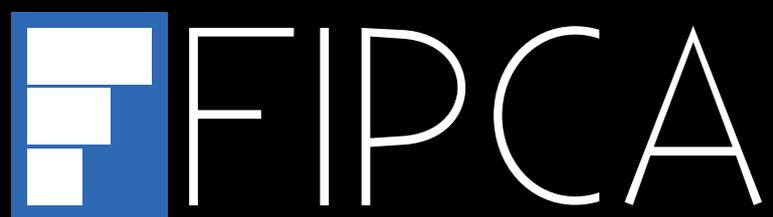
Cual lente macroscópica, el Panorama Audiovisual Iberoamericano, bisturí en mano, disecciona anualmente una Iberoamérica inédita, aportando reflexiones, exponiendo una mirada transcontinental cuyo valor se cristaliza en coproducciones y talentos de diversas biografías, de múltiples extracciones geográficas, que se acoplan de manera perfecta. Es como si entre nosotros siempre estuviese presente el germen fraterno, una especie de adhesión natural que identifica nuestra cinematografía, redundando en un estilo y tono natural que nos identifica de inmediato.

Así, como si observáramos con paciente atención el horizonte amplio que nos compone, este aporte editorial gratuito pero invaluable, generosamente nos regala cada año pertinentes observaciones, tratados y conclusiones que sirven como termómetro regional y nos permite derivar acciones en consonancia con esos resultados y tendencias.

Sirvan estas líneas para celebrar con mucho orgullo el quinto aniversario del nacimiento de esta publicación auspiciada por EGEDA y FIPCA, y cuya elaboración, edición y comentarios los realiza el Departamento de Reparto y Documentación de EGEDA, bajo el cuidado de los señores Oscar Berrendo Pérez, Juan Antonio Serrano Fernández y Enrique Encinas Puebla, así como a todos los colaboradores que tan generosamente han aportado sus conocimientos y experiencias a favor de nuestra cinematografía iberoamericana.

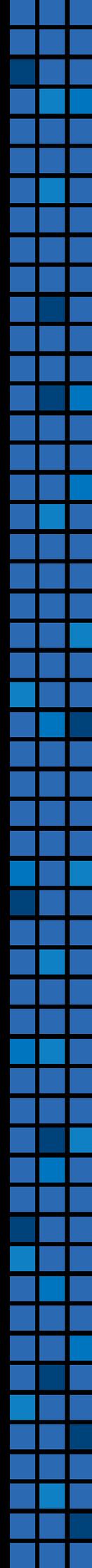
L.A.
2017





Federación Iberoamericana de Productores
Cinematográficos y Audiovisuales

www.fipca.com





INTRODUCCIÓN

CASA DE AMÉRICA
UN ESPACIO PARA EL CINE IBEROAMERICANO

INTRODUCCIÓN

Casa de América Un espacio para el cine iberoamericano

*Por Santiago Miralles
Director General de la Casa de América*



La Casa de América celebra este año su vigésimo quinto aniversario. Fue en 1992 cuando se inauguraron sus instalaciones en el Palacio de Linares, uno de los edificios más emblemáticos de Madrid. Después de unas concienzudas obras de adecuación y restauración abrió sus puertas con ocasión de la II Cumbre Iberoamericana y desde entonces ha desplegado una programación intensísima y muy variada con el fin de dar a conocer mejor América en España y ayudar a estrechar los lazos entre España y el continente americano. Se organizan seminarios, conferencias, mesas redondas, exposiciones, proyecciones cinematográficas, conciertos, coloquios, entrevistas o emisiones de radio y televisión: distintos formatos que buscan propiciar un clima adecuado para hablar de temas americanos y dar a conocer las diferentes realidades de ese continente en España. En sus actos, abiertos al público, participan miembros de gobiernos de ambos lados del Atlántico, medios de comunicación, diplomáticos, empresas, representantes del mundo cultural y académico e instituciones. La Casa de América dispone, además, de una sede virtual que permite la difusión de sus actividades e iniciativas a través de Internet y las redes sociales, y mantiene una fuerte vinculación con otras instituciones y centros culturales y de estudios de toda Iberoamérica.

Si bien en la programación cultural de nuestra institución están presentes y se promueven todas las disciplinas artísticas, el cine es parte esencial de nuestras señas de identidad y un referente para los cineastas de la región. Somos la única institución pública de Europa que desarrolla un programa permanente de difusión y promoción de las cinematografías de Iberoamérica. Se realizan presentaciones especiales y estrenos tanto en su circuito comercial como cultural, se exhiben películas que ya no están en cartel y se estrenan aquellas que no han encontrado distribución.

En este cuarto de siglo la programación ha reflejado la creatividad y diversidad de las cinematografías de Iberoamérica. Ha logrado fidelizar y sensibilizar a públicos con intereses muy diversos, ha despertado la curiosidad por cinematografías y cineastas en ocasiones no tan conocidos, acercándoles a las historias de un continente con el que comparte mucho más que una lengua común. Tampoco ha sido ajena a las nuevas inquietudes en el imaginario colectivo, a las múltiples y complejas realidades de la sociedad contemporánea, así como a los significativos cambios en la cartografía de nuestras ciudades.

Esta vocación se ha enriquecido con las conferencias magistrales y los diálogos entre profesionales de diversas disciplinas, con los que la Casa de América pretende generar un debate en torno a la evolución de la gramática y la escritura del cine; al delicado proceso de construcción de una película.

A la hora de gestionar una programación acorde a nuestro tiempo, hemos tenido presente la irrupción de las nuevas tecnologías y las nuevas formas y pantallas para ver el cine, sin obviar las transformaciones capitales ocurridas en el terreno del arte, la sociedad, la economía, la política, la ciencia y la cultura, que han incidido sensiblemente en la expresión cinematográfica.

En nuestra programación los grandes clásicos del movimiento del Nuevo Cine Latinoamericano como *Vidas secas* (Nelson Pereira dos Santos), *La hora de los hornos* (Fernando Solanas), *La batalla de Chile* (Patricio Guzmán), *Memorias del subdesarrollo* (Tomás Gutiérrez-Alea), *Lucía* (Humberto Solás), *Dios y el diablo en la tierra del sol* (Glauber Rocha) y *El chacal de Nahueltoro* (Miguel Littín), han coexistido con las obras de los nuevos directores, exhibidas en nuestra sala de cine "Iberia". Ha tenido cabida, además, la producción del cine independiente de los noventa y los trabajos que, realizados a partir de 2000, irrumpen en el panorama cinematográfico con nuevas formas de narrar, apropiándose y difuminando las fronteras entre los géneros en el cine de no ficción.

En todo este proceso no ha estado ausente la investigación con el propósito de actualizar los conceptos y reconocer los cánones de representación de los nuevos cines. La Casa de América ha acompañado desde sus inicios la trayectoria de destacados cineastas como Pablo Trapero, Pablo Stoll, Claudia Llosa, Andrés Wood, Ciro Guerra o Maite Alberdi.

Sin ánimo de hacer un inventario de todas nuestras actividades, recordamos al brasileño Nelson Pereira dos Santos, autor indiscutido del cine brasileño y padre espiritual del Cinema Novo, a los argentinos Fernando Birri —pionero y fundador del Nuevo Cine Latinoamericano—, Fernando Solanas —autor de una revolución estética dentro del llamado "cine político"— y Adolfo Aristarain, una de las trayectorias más sólidas del cine de su país y de la región, a los mexicanos Arturo Ripstein y Felipe Cazals, dos nombres capitales, a los cubanos Tomás Gutiérrez-Alea, un intelectual imprescindible del siglo veinte, Humberto Solás, quien, junto a Gutiérrez-Alea, es uno de los clásicos fundamentales del cine cubano y latinoamericano, a Julio García Espinosa, teórico y cineasta, o a Fernando Pérez, considerado el director vivo más importante del cine cubano y uno de los más notables del latinoamericano. Y los homenajes a grandes intérpretes, como el argentino Federico Luppi o la mexicana María Rojo. Y, más recientemente, al brasileño José Carlos Avellar, uno de los grandes pensadores y críticos del cine contemporáneo.

Hemos programado muestras, la mayoría integradas por títulos inéditos para el público de Madrid, como *Cine chileno de corto y de largo*, con más de cuarenta títulos, que incluía películas realizadas por los cineastas chilenos en el exilio a partir de 1973, y las producidas a partir de la década del noventa, como *La luna en el espejo*, de Silvio Caiozzi, o *Miradas. El cine argentino de los noventa*, integrada por veintitrés títulos y con la presencia de los directores Pablo Trapero y Martín Rejtman con sus primeras obras *Mundo grúa* y *Rapado*, respectivamente; o la *Muestra de cine iberoamericano*,

en la segunda edición de *Vivamérica Festival* con treinta y cuatro títulos en la que se presentaron el debut en la realización de largometrajes de ficción de algunos de los más prometedores cineastas de ese momento que hoy cuentan con una obra reconocida nacional e internacionalmente, como el uruguayo Federico Veiroj, con *Acné*; la argentina Lucía Cedrón, con *Cordero de Dios*; el guatemalteco Julio Hernández Cerdón, con *Gasolina* y el colombiano Carlos Moreno, con *Perro como perro*, y *20 títulos del cine iberoamericano*, en la que se proyectaron otras tantas grandes películas ya exhibidas en la Casa de América, con motivo de su vigésimo aniversario.

El cine de no ficción ha tenido una fuerte presencia en nuestros programas. Hemos presentado obras de los más grandes documentalistas como el cubano Santiago Álvarez (*Now, LBJ*), el brasileño Eduardo Coutinho (*Santo Forte, Edificio Master*) o el chileno Patricio Guzmán (*La batalla de Chile, El botón de nácar*). A ellos se unen cineastas de otras generaciones como el chileno Ignacio Agüero con *El diario de Agustín*, el brasileño João Moreira Salles con *Santiago*, Andrés Di Tella, con *Fotografías y 327 cuadernos*, Luis Ospina con *La desazón suprema; Retrato incesante de Fernando Vallejo* y *Un tigre de papel*; Lourdes Portillo con *Señorita extraviada* y Juan Carlos Rulfo, con *Del olvido al no me acuerdo* y *En el hoyo*. Con el propósito de dar mayor visibilidad a las películas más notables del género, contamos con el ciclo *Los martes del documental*.

Rescatamos otros programas de especial relevancia como *Víctor Gaviria: Los márgenes al centro*, las *Jornadas de jóvenes talentos*, con la participación de Alejandro González Iñárritu y *María Novaro, el cine como pretexto*. Dentro del formato T+ sobresalen *Las imágenes de las palabras* con Paz Alicia Garciadiego y Lucía Puenzo, *El sonido en la escritura* con Lucrecia Martel y *Mirar desde el detalle* con Juan Carlos Rulfo y Claudia Llosa. Y los encuentros y clases magistrales con Luis Puenzo, Francisco Lombardi, Marcelo Piñeyro o Rodrigo García.

En el ciclo *Rupturas* ofrecemos un espacio a las **películas de narrativas no tradicionales** que trabajan con la investigación del lenguaje y de marcado acento autoral. *Jauja*, del director argentino Lisandro Alonso, con la presencia de Viggo Mortensen, fue la encargada de inaugurarlos. Otros títulos han sido *Memorias del desarrollo* (Cuba/Miguel Coyula), *La Sirga* (Colombia/William Vega), *Viajo porque preciso, volto porque te amo* (Brasil/Marcelo Gomes & Karim Aïnouz), *La Nuit d'en Face* (Chile/Raúl Ruiz), *Eva no duerme* (Argentina/Pablo Agüero) y *El abrazo de la serpiente* (Colombia/Ciro Guerra).

Se realizan actividades transversales, principalmente con las áreas de ciencias sociales y literatura, de las que destacamos dos ciclos de especial significado: *Las migraciones en el cine* y *Cartografía de la memoria*. El primero trata de los movimientos migratorios a través del cine desde diversos puntos de vista y temáticas, y el segundo está dedicado a películas donde la ciudad es protagonista o tiene un especial significado.

En estrecha colaboración con la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID) y la Coordinadora Latinoamericana de los Pueblos Indígenas, CLACPI (Premio Bartolomé de las Casas, 2013), hemos presentado las muestras *El universo audiovisual de los pueblos indígenas*, que dan visibilidad a las luchas indígenas desde su propia perspectiva y cosmovisión.

La Casa de América y LesGaiCineMad unieron fuerzas por primera vez en 2002 para ofrecer el mejor cine iberoamericano en la lucha por la igualdad y la diversidad sexual. La colaboración con la Fundación Triángulo, apoyada por la Comunidad de Madrid, es una de las colaboraciones más antiguas y fructíferas del festival de cine más importante de temática LGTB de habla hispana.

En su empeño por dar un paso más y convertirnos en un agente activo en el terreno de la industria, la Casa de América ha otorgado premios en el *Concurso Iberoamericano de Cortometrajes SGAE/Versión Española* consistentes en becas de formación o equipos de filmación. En 2002 se suma a uno de los proyectos clave del cine de la región: el *Premio a la Post-Producción del Cine Latinoamericano* en *Cine en Construcción* del Festival Internacional de Cine de San Sebastián, contribuyendo así a que diez operas primas pudieran llevarse a buen fin. Entre las películas premiadas: *La sombra del caminante* (Ciro Guerra/Colombia); *El violín* (México/Francisco Vargas); *Gasolina* (Guatemala/Julio Hernández Cerdón) e *Infancia Clandestina* (Argentina/Benjamín Ávila). Todas ellas han gozado del reconocimiento de la crítica nacional e internacional y participado en prestigiosos festivales como Cannes, Berlín, Sundance y Rotterdam.

Paralelamente a la exhibición cinematográfica, la Casa de América ha desarrollado un ambicioso programa de formación. En 2003, con el propósito de fomentar y fortalecer las coproducciones entre los países de la comunidad iberoamericana de naciones, se da un salto cualitativo y, fruto de una iniciativa conjunta de la Casa de América y el cineasta y productor Gerardo Herrero, se convoca con la Fundación Carolina el *Curso de Desarrollo de Proyectos Cinematográficos Iberoamericanos*, dirigido a guionistas, directores y productores. Colaboraron otras entidades afines, como el programa Ibermedia, EGEDA, la SGAE y el Ministerio de Cultura. En los nueve años en que la Casa de América participó se convirtieron en películas cerca de cincuenta guiones.

No podemos olvidar en este rápido repaso otras iniciativas, como los *Pre-estrenos iberoamericanos Casa de América-Días de Cine* o los Desayunos Informativos con EGEDA.

En 2015 reconvertimos y modernizamos nuestra sala de cine “Iberia” con la instalación de un equipo de proyección digital 4K. De esta forma, la Casa de América se adapta a las nuevas exigencias y continúa siendo un sitio de referencia del cine iberoamericano, ofreciendo unas instalaciones con tecnología punta.

Si se buscan las claves que identifican hoy a las obras cinematográficas de “nuestra América”, tendría que hablarse de un cine marcadamente autoral, variado en sus propuestas estéticas y narrativas, donde destaca la pluralidad de miradas en el tratamiento de los contenidos, la utilización de las nuevas tecnologías y esquemas alternativos de producción en busca de una libertad creativa que no condicione la expresión artística personal. El cine latinoamericano ha creado un lenguaje propio, ha logrado interesar a todos los públicos por sus valores universales y ha conquistado un espacio dentro del mercado internacional, no sólo por razones comerciales, sino por el reconocimiento a su alta calidad artística.

Hoy en día importantes agentes de ventas internacionales se disputan los derechos de adquisición de las películas de la región. Aumenta cada día la repercusión del cine latinoamericano en el escenario internacional, particularmente en los festivales más importantes que actúan como plataforma de lanzamiento, como Cannes, Berlín, Rotterdam o Sundance, y las nominaciones a los *Oscar*. Recientemente varios realizadores latinoamericanos han sido invitados a formar parte de la Academia de Hollywood, como las argentinas Lucrecia Martel y Lucía Puenzo, el colombiano Ciro Guerra, la peruana Claudia Llosa y el chileno Sebastián Lelio.

Por otra parte, se han multiplicado los programas internacionales de ayuda al desarrollo de guiones, producción y postproducción. El medio cinematográfico español —productoras, distribuidoras e instituciones públicas y privadas—, no ha sido ajeno a esta evolución y ha desempeñado un papel fundamental en este proceso con Televisión Española, el Programa IBERMEDIA, la Fundación Carolina, la AECID, EGEDA con los Premios PLATINO, y la Academia de las Artes y las Ciencias Cinematográficas de España con los Premios Goya. Se suma a este empeño la apuesta por los festivales como el de San Sebastián que, año tras año, ha enriquecido y fortalecido la presencia de las cinematografías de América Latina en su sección oficial, el Premio de la Industria en Cine en Construcción (creado conjuntamente con las *Rencontres Cinémas d’Amérique Latine de Toulouse*), la sección Horizontes Latinos y el Foro de Coproducción Europa-América Latina.

La Casa de América ha apoyado y seguirá apoyando los esfuerzos que productores, distribuidores y otros profesionales del sector audiovisual iberoamericano realizan para que las obras más significativas de su cinematografía se difundan y se conozcan en España.

Durante estos 25 años nos hemos dedicados a mostrar la vitalidad y singularidad de los cines de América con la exhibición de películas recientes, primeras obras, clásicos modernos y documentales de excepción, y hemos dado la palabra a sus creadores, que, independientemente de su generación, líneas temáticas o artísticas, han aportado nuevas formas de ver y reflexionar sobre el arte, la cultura y la sociedad.

En estos 25 años el diálogo se ha reforzado y ha respetado la pluralidad y diversidad de los países que integran la Comunidad Iberoamericana de Naciones. Fiel a nuestra vocación y al compromiso que asumimos desde nuestra fundación, la Casa de América seguirá trabajando para continuar

ofreciendo un espacio para los pensadores y creadores iberoamericanos; para seguir siendo un lugar de referencia en la promoción y el conocimiento de la cultura y sociedad americanas, y para merecer el título que más nos orgullece: ser la casa de todos los americanos.

Santiago Miralles





CASA DE AMÉRICA

Un lugar de
encuentro
de pensadores
y creadores
iberoamericanos

www.casamerica.es

Síguenos en redes sociales



YouTube

CASA DE AMÉRICA

Paseo de Recoletos, 2. 28014 Madrid. España

Tel.: 91 595 48 00

cine
literatura
música
teatro
artes plásticas
economía
sociedad
política
proyecciones
seminarios
conferencias
conciertos
exposiciones
talleres



LA QUINCEAÑERA

LA QUINCEAÑERA

Por Arianne Benedetti

La materia prima, el apoyo, los cómplices, y la creación. En este artículo vamos a dar un paseo por cuatro procesos esenciales para el nacimiento de una película. En algunos casos, estos procesos pueden durar 2 años, en otros casos 30. En mi caso el proceso fue de 15 años, pero al final, nació La QUINCEAÑERA.

Hoy estoy celebrando los quince años de mi guión “Más que hermanos”, nombre que le di inclusive antes de escribir la primera palabra en su historia. Y que mejor lugar para festejarlos, que en la ciudad que me inspiró a escribirlo, mi bello Madrid. Muchos podrán pensar que una película se debe celebrar cuando está terminada. Pocos te felicitan por escribir un guión. Pocos entienden o conocen las dificultades de su infinito proceso. Un buen guión es la posibilidad de triunfar, de llegar al éxito, de hacer historia y de hacer la historia. Un buen guión no reposa, cambia, mejora, explora, evoluciona y deja de ser guión solo y únicamente cuando nace y se convierte en un film. El guión, es la base de todo; es la materia prima.

La Materia PRIMA:

Aunque por una razón u otra siempre he escrito, yo no quería ser guionista; yo siempre quise ser directora. Al graduarme de la universidad en Estados Unidos decidí regresar a mi patria grande para tratar de abrirme camino en la televisión. Y así empecé mi carrera, dirigiendo y produciendo programas de televisión, incluyendo la primera serie tipo sitcom hecho en Panamá “Solteras”.

Después de dos años trabajando incansables horas haciendo enlatados que no cubrían mis necesidades básicas de artista, decidí vender mi carro y utilizar todos mis ahorros para grabar un cortometraje en 16mm. Esta experiencia hizo que mi apetito por el cine se descontrolara y se convirtiera en mi razón. A quemarropa renuncié a la televisión y me fui a perseguir mi sueño a un lugar donde, como cineasta, pensé tendría más posibilidades; la madre patria. En España, al igual que cientos de jóvenes que ambicionan y piensan que se merecen el éxito, toqué puertas y ventanas. Toqué y toqué, pero nadie escuchó. Obvio, ¿qué productor en sus cinco sentidos le daría la oportunidad a un novato, teniendo tanto linaje en el patio? Ahí realicé que muchos de mis directores favoritos habían tenido que recurrir a la escritura para poder realizar su sueño. De ahí nació la idea de escribir. Fácil pensé, escribo un súper guión, se lo doy al productor de Almodóvar para que se de cuenta de mi increíble talento y me llame llorando por producir mi película. Fácil pensé.

Un día, mientras buscaba inspiración en mi lugar favorito, el Palacio de Cristal en el parque de El Retiro, fui seducida por dos pequeñines de aproximadamente 9 y 11 años, quienes hacían juegos malabares por dinero. Me pregunté cuáles podrían ser las circunstancias que llevasen a esos niños a la calle. Y aunque mi curiosidad me mataba, decidí no averiguar la verdad y escribir, lo que podría ser su historia. Fue así que “Más que hermanos” me vino a la cabeza, con nombre y todo.

Llena de ilusiones por mi claro destino, agarré una maleta junto a dos amigas panameñas que compartían piso conmigo cerca de Manuel Becerra y nos montamos en un bus en dirección a Salou. Sí, Salou. Ese fue el lugar que escogí para irme de vacaciones en pleno principio de invierno y empezar a escribir el guión que daría comienzo a mi carrera cinematográfica. ¿Por qué Salou? Sencillo, era el destino más barato que tenía el catálogo del Corte Inglés en ese momento y yo era una pinche estudiante sudaca sin un duro de más.

El paseo y sus bellas, pero congeladas playas cumplieron su cometido y en tres semanas terminé el primer draft de lo que para mí significaba mi puerta al éxito. Con el guión debajo del brazo, los derechos de autor en regla y el optimismo de los que triunfan, me fui a tocar todas las puertas que antes estaban cerradas. Para mi sorpresa, todas las puertas permanecieron cerradas y yo seguía sin ser vista. Viendo que la situación no mejoraba, luego de terminar los estudios que me había trazado por meta; yo, mi guión y mi optimismo decidimos regresar a Panamá en búsqueda de oportunidades.

EL APOYO:

Para los que no conocen Panamá, es un paraíso. Ecológico dicen los turistas, patrimonio de la humanidad dicen los historiadores, fiscal dicen los envidiosos, económico dicen los inversionistas, gastronómico decimos los gorditos, de lujo y shopping dicen los que tienen dinerito. Y sí, Panamá es un paraíso por mil razones que están a la vista de todos los que la visitan y mil razones más que jamás entenderás si no eres panameño. Pero a la hora de hablar de arte y cine, las cosas se complican un poco. Al llegar a Panamá me encontré con que en temas de cine, no había puertas que tocar. Solo nos alumbraba la oportunidad de ganar el fondo de Ibermedia del cual formábamos parte gracias a la impecable gestión de Luis Pacheco (FIPCA) y Carlos Aguilar, en ese momento representante del gobierno. Al no saber cómo arrancar mi sueño sin apoyo o recursos, decidí buscar aliados para trabajar en pro de la industria de cine panameña y así comenzar a abrir camino para los cineastas que queríamos crecer. Gracias a estos esfuerzos junto a ASOCINE, a los múltiples cineastas panameños emergentes, a entidades como El GECU, Ganexa y Mente Pública, luego de muchos años de batalla campal, se logró arrancar una industria que caminara con paso firme junto a una ley que la protegiera y un fondo que la apoyara. Había luces al final del túnel, pero el tiempo había pasado y “Más que hermanos” seguía en sueños.

La Materia PRIMA:

Mientras arábamos la tierra de un país estéril en temas de cine, yo seguía trabajando mi materia prima a puerta cerrada. La falta de recursos monetarios no me impidió que en el 2006 la publicara como novela, convirtiéndose en un Best Seller panameño, pero de película nada. Luego de este proceso, y ya estando en mi Draft número 11, “Más que hermanos” comenzó a pasar por los IPADS de muchos. Desde grandes críticos de UTA (United Talent Agency), hasta buenos amigos directores de industria de importantes festivales; todos ayudando a fortalecer mi historia.

Los COMPLICES:

Yo nací rodeada de cómplices. Dios me premió con tres hermanos de sangre y mis padres me regalaron cinco hermanos más de adopción. Hoy cuento con un esposo que me ama y una hija perfecta fruto de ese amor. Cómplices es lo que siempre he tenido. Con mi esposo Daniel Romero y mi socio Nestor Sierra abrí, hace ocho años, mi productora TREEHOUSE, de la cual comemos todos y comemos bien. De esa misma manera “Más que hermanos”, tuvo la suerte de encontrar

los cómplices perfectos. Los de verdad. Lo que ponen el cuerpo y cogen la bala. Empecemos con la cómplice más importante: La productora. Regina Barletta es mi prima hermana por parte de madre. Nos conocemos desde siempre. Hemos sido compañeras de casa, de trabajo, de sueños y hoy día somos comadres y socias. Regina, a su vez, trajo con ella el apoyo de su productora VFX, la cual pertenece a Star Holding, el grupo de comunicaciones más grande de Centro América. Junto a ellos, montamos un plan comercial de venta para lograr patrocinios de las grandes empresas privadas. En el 2015 metimos el proyecto para concursar en el Fondo de Coproducción Internacional del INCA en Argentina junto a nuestros segundos cómplices, Juan Pablo Gugliotta y Nathalia Videla Peña, productores dueños de Magma Cine Argentina. Juntos montamos un grupo denominado El Caribe Patagónico y nos decidimos a sacar este ostentoso proyecto de 1,7 millones de dólares adelante. La mesa estaba casi completa, pero necesitábamos una pata más; la cuarta pata. Precisábamos de ayuda para amarrar los actores americanos que el proyecto demandaba. Así entró 212 Productions, empresa Americana de la productora Ingrid Barajas y Abel González.

Ya con los jugadores en el juego, el 18 de diciembre del 2015, nuestros primeros inversionistas Pipo Benedetti (mi más que hermano) y Eduardo Maucci (mi mejor amigo) nos dieron su aporte. La bola estaba en el campo, los primeros pasos habían sido dados y ya no había un pa' atrás.

El APOYO:

Teniendo a los cómplices perfectos y habiendo montado un plan comercial de venta que le diera al patrocinador una experiencia de comunicación de 360 grados, con presencia en BTL, televisión, menciones en radio, redes sociales de la película y de los actores famosos, alfombra roja, ruedas de prensa, cápsulas dentro de los detrás de cámara y posicionamientos de logos y productos dentro de la película, fuimos decididas y confiadas a tocar puertas. 58 reuniones para ser exacta, logrando cerrar 12 patrocinios de mucha importancia para el proyecto. Cerramos con 11 empresas del sector privado y la Autoridad de Turismo de Panamá por parte del sector público.

Los COMPLICES:

Para terminar de estar listos para LA CREACION, y poder darle más importancia y posibilidades al proyecto y a la difusión del mismo, era importante entrar de lleno junto a un canal de televisión. Así llegamos a TVN Canal 2, quienes nos acogieron de forma increíble y se convirtieron en productores asociados, apoyando con recursos monetarios, logística y promoción. También fue de suma importancia y vital para arrancar el proyecto, tener de cómplices a nuestros esposos, nuestros padres y a nuestros hermanos, quienes además de invertir en el proyecto, donaron su tiempo en diversas ocasiones.

Los APOYOS:

Gracias a dieciocho años de arduo trabajo honesto y un increíble historial crediticio, Regina y yo, ambas, hipotecamos nuestras casas, pedimos préstamos personales y nos llenamos de tarjetas de crédito, logrando de esta manera levantar más de \$800,000.00 dólares que hoy día debemos y que posiblemente sigamos pagando por el resto de nuestras vidas. Y para no dejar a nadie por fuera, involucramos a nuestros amigos por medio de la venta de un Pre Estreno Gala de Lujo con el cual recaudamos más de \$40,000 dólares. Con ese dinero y los apoyos antes mencionados, logramos los fondos necesarios para arrancar LA CREACION.

La CREACIÓN

El proceso de creación es claro y similar en cada película que se logra terminar. El fondo cambia, pero la forma no. Al final, todos los cineastas tenemos la necesidad de contar una historia y crear una pieza única que ilumine por medio de información y/o sentimientos a otro ser humano.

Más que Hermanos, es la historia de Mia y Joshua Bedi, dos hermanitos quienes tras la inesperada muerte de sus padres y por falta de soluciones concretas de parte del estado, terminan viviendo en las calles. Es la historia de su lucha por salir adelante, teniendo todo en contra. Es una historia de sobrevivencia, con segundas oportunidades y segundos golpes, pero con un inesperado giro de esperanza al final.

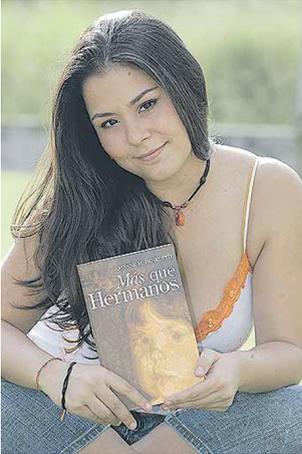
Luego de un desarrollo de producción de 18 meses, 9 semanas de pre-producción, 6 semanas de rodaje, 6 meses post- producción y 18 versiones del guión, *Más que Hermanos* está lista para la gran pantalla. Esta sudada película panameña, es el fruto del trabajo de un *crew* de 81 personas y 400 actores y extras, logrando amarrar como protagonistas panameños a Robin Durán, Mike Méndez y Jacqueline Breebaart, junto a los internacionales Drew Fuller de US y Valerie Domínguez de Colombia. Además tuvimos la suerte de contar con las actuaciones especiales de María Conchita Alonso de Cuba/Venezuela, Juana Viale y Claudio Gallardou de Argentina y por primera vez en nuestra región un nominado al Oscar de la talla de Eric Roberts. Gracias al apoyo desmesurado de los actores y presentadores reconocidos de nuestro patio, logramos unir en una sola pantalla a personalidades famosas de radio, cine, teatro y diversos canales de televisión, normalmente rivales.

Con un batallón de practicantes universitarios como Alejandra García, Zulany Pacheco, María Camila Pacheco, Temi Díaz e Isabella Viggiano entre otros, le dimos espacio a la formación de nuevos cineastas. También contamos con cineastas iberoamericanos de diversos países. Tres argentinos, tres colombianos, una española, un chileno, dos mexicanos, un francés, un peruano, un salvadoreño y dos venezolanos, vinieron a panamá a ser parte de esta CREACION.



LA QUINCEAÑERA nace hoy para enseñarnos que la perseverancia, la pasión y el trabajo en equipo sí pagan. Este proyecto lleno de amor y sacrificio nos deja una película que, bien manejada, puede ser puerta al aumento del turismo de nuestro país y ventana a que más películas panameñas e internacionales sean realizadas en nuestro suelo. Nunca será fácil, pues un país chico, impone retos grandes y poca población significa poca taquilla. Pero no duden que valió la pena, pues hoy veo mi sueño realizado de la forma correcta y pagaré el resto de mi vida esa deuda que me deja, con una sonrisa en la cara.

¡Nos vemos en el cine!



Ariane Benedetti. Productora

Graduada de Licenciada en Comunicaciones con énfasis en Publicidad, Cine y Televisión en Estados Unidos. En septiembre de 2000, Ariane estrena su primer cortometraje rodado en 16mm, *Como la Mires*, con el cual se hace acreedora a diversas nominaciones nacionales. En Julio del 2009 abre su productora Treehouse con la que hoy día sigue dirigiendo campañas para Panamá y Centro América. Fue ganadora de Proyecto 48 de TNT con su cortometraje *3 Pies izquierdos*. También incursionó en el mundo literario con la obra, *Más que Hermanos*, adaptación del guión que escribió para su primer largometraje. En Diciembre de 2011 toma el puesto de Panama Film Commissioner y desde ahí ayuda a impulsar La Ley de Cine de Panamá, El Festival de cine de Panamá, el Fondo cine para apoyo a producciones nacionales, Los Premios PLATINO, la dirección Nacional de la industria de cine de Panamá en el Ministerio de Comercio y Meets, un nuevo Mercado de Cine latinoamericano. En el 2014 grabó su tercer cortometraje *Peky* y arrancó con el desarrollo de su largometraje *Más que hermanos*, el cual hoy es una realidad.



CAPITULO I

PRODUCCIÓN CINEMATOGRAFICA EN IBEROAMÉRICA

CAPITULO I

PRODUCCIÓN CINEMATOGRAFICA EN IBEROAMÉRICA

Por Departamento de Reparto y Documentación de EGEDA

INTRODUCCIÓN

Los datos del top-100 cinematográfico de los 20 países iberoamericanos analizados, en el presente capítulo, durante el trienio 2014-2016 reflejan una asistencia acumulada a las salas de cine de más de 2.200 millones de espectadores y suman en conjunto 9.503 millones de dólares de ingresos. En dicho periodo, la cuota de espectadores del cine USA supera el 82% y la del cine iberoamericano (nacional y no nacional) se encuentra cercana al 12% (cuadro Intro 1).

Origen	Espectadores	%	Ingresos (\$)	%
USA	1.856.888.841	82,8	7.808.024.316	82,2
Nacional	231.592.394	10,3	1.031.106.936	10,9
Iberoamérica	31.713.789	1,4	129.352.160	1,4
Europa	111.304.281	5,0	488.119.316	5,1
Resto países	11.578.820	0,5	46.463.051	0,5
Total	2.243.078.125		9.503.065.779	

Respecto a las empresas distribuidoras en el trienio 2014-2016, las *Majors* americanas acumulan más de 1.850 millones de espectadores y 7.808 millones de dólares de ingresos en los top-100 analizados. Los *Estudios* con más cuota cinematográfica son Disney, con un 19,9%, y Fox, con un 18,4% (cuadro Intro 2).

Por su parte, las distribuidoras independientes sumaron 398 millones de espectadores y más de 1.600 millones de ingresos. Respecto a la cuota acumulada de espectadores en el trienio analizado, las *Majors* representan el 82,2% y las independientes el 17,8% restante.

Cuadro Intro 2

Distribución acumulada por distribuidoras del top-100. Periodo 2014-2016. Iberoamérica

Distribuidora	Espectadores	%	Ingresos (\$)	%
Disney	445.767.292	19,9	1.895.402.687	19,9
Fox	412.212.735	18,4	1.753.608.376	18,5
Universal	297.157.184	13,2	1.271.914.092	13,4
Warner Bros	339.985.909	15,2	1.454.524.873	15,3
Sony	169.727.487	7,6	666.987.172	7,0
Paramount	133.263.918	5,9	579.218.842	6,1
UIP	46.203.115	2,1	274.746.159	2,9
Independientes	398.760.485	17,8	1.606.663.577	16,9
Total	2.243.078.125		9.503.065.779	

En cuanto a la cuota acumulada de espectadores por los top-10 de cada país en 2016, hay que significar que en todos los países la cuota de mercado de estas diez producciones supera el 26% del total (cuadro intro 3).

Por países, los porcentajes máximos se sitúan en Paraguay (42,8%) y Chile (42,6%) y los porcentajes mínimos se registran en España (26,3%), Portugal (26,3%) y Perú (28,6%),

Cuadro Intro 3

Cuota de espectadores acumulada por el top-10 sobre el total de espectadores. Año 2016

N°	País	%	N°	País	%
1	Argentina	37,5	11	Honduras	36,8
2	Bolivia	38,5	12	México	31,6
3	Brasil	37,9	13	Nicaragua	32,9
4	Chile	42,6	14	Panamá	31,5
5	Colombia	34,5	15	Paraguay	42,8
6	Costa Rica	40,5	16	Perú	28,6
7	Ecuador	37,9	17	Portugal	26,3
8	El Salvador	39,5	18	R. Dominicana	40,8
9	España	26,3	19	Uruguay	33,3
10	Guatemala	40,7	20	Venezuela	37,6

Finalmente, en esta introducción se adjunta la relación entre la cuota de espectadores del cine USA frente al cine Iberoamericano (cuadro intro 4).

Las producciones estadounidenses superan la barrera del 90% de cuota en estos países: Bolivia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Portugal y Venezuela. Y por el contrario el cine Iberoamericano (nacional y no nacional) no supera la barrera del 5% en otros tantos países: Bolivia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua, Panamá, Portugal y Venezuela).

Los países con una cuota de cine Iberoamericano más elevada son República Dominicana (21,8%), España (17,2%), Brasil (15,5%), Argentina (14,8%) y Uruguay (14,6%).

Cuadro Intro 4

Cuota de espectadores de los estrenos del top-100 del cine iberoamericano (nacional y no nacional) frente al cine USA. Año 2016

Nº	País	% IB	% US	Nº	País	% IB	% US
1	Argentina	14,8	82,0	11	Honduras	4,7	92,0
2	Bolivia	3,2	90,7	12	México	9,1	87,0
3	Brasil	15,5	81,1	13	Nicaragua	0,8	94,4
4	Chile	6,9	89,0	14	Panamá	3,1	92,3
5	Colombia	7,8	88,7	15	Paraguay	6,4	90,1
6	Costa Rica	2,2	93,3	16	Perú	12,6	80,6
7	Ecuador	1,5	93,9	17	Portugal	1,3	91,2
8	El Salvador	0,4	94,9	18	R. Dominicana	21,8	75,6
9	España	17,2	77,4	19	Uruguay	14,6	79,4
10	Guatemala	0,3	95,5	20	Venezuela	2,6	94,4

PANORAMA CINEMATOGRAFICO EN IBEROAMÉRICA

Los 22 países de Iberoamérica ocupan una extensión de 20,5 millones de kilómetros cuadrados, el universo de población casi alcanza los 650 millones de personas y el PIB rebasa la barrera de los 11 billones de dólares. El número de pantallas cinematográficas suma 18.242. La audiencia anual se sitúa en 1,4 películas por habitante y el precio medio de la entrada es de 4,5 dólares (cuadro 1.1.1).

Cuadro 1.1.1

Panorama cinematográfico en Iberoamérica

Datos	2014	2015	2016
Población (millones)	637,9	643,4	648,6
PIB-PPA (billones USD)	10,82	11,17	11,30
PIB per capita (USD)	15.030	15.565	15.850
Número de pantallas de cine	16.951	17.608	18.242
Ingresos cine (millones USD)	3.634,4	3.346,0	3.270,5
Espectadores cine (millones)	727,0	836,9	894,1
Espectadores cine nacional (millones)	87,2	83,1	101,3
Cuota de mercado cine nacional (%)	12,0	10,0	11,3
Número de estrenos totales	4.639	5.154	5.786
Número de estrenos extranjeros	3.958	4.373	4.966
Número de estrenos nacionales	681	781	822
Asistencia anual por habitante	1,1	1,3	1,4
Precio medio entrada (USD)	5,0	4,7	4,5

La asistencia a las salas de cine de los países de Iberoamericanos en 2016 suma 894,1 millones de espectadores y 3.270,5 millones de dólares de recaudación. El cine nacional vende 101,3 millones de entradas y la cuota de mercado es del 11,3%. El número de estrenos totales asciende a 5.786 y el porcentaje de estrenos nacionales representa el 14,1% (cuadro 1.1.2).

Cuadro 1.1.2

Datos cinematográficos desglosados. Año 2016. Iberoamérica

País	Pantallas	Número de estrenos		Espectadores		Recaudación
		Totales	Nacionales	Totales	Cine Nacional	
Argentina	933	445	199	50.893.560	7.326.480	270.183.834
Bolivia	109	318	16	6.575.916	80.580	36.721.716
Brasil	3.168	457	143	184.307.848	30.410.522	675.046.267
Chile	388	216	17	27.702.903	1.738.335	133.692.329
Colombia	1.008	312	41	61.437.298	4.786.999	173.998.170
Costa Rica	145	230	3	7.434.392	127.396	41.606.432
Cuba	-	-	-	-	-	-
Ecuador	302	258	10	14.549.109	130.808	67.510.254
El Salvador	68	194	2	3.856.142	424	14.827.911
España	3.492	628	168	103.306.181	18.303.198	684.502.028
Guatemala	131	202	3	5.975.094	5.810	28.735.526
Honduras	88	169	7	3.557.763	162.831	13.538.913
México	6.225	407	90	321.243.000	30.511.572	792.228.000
Nicaragua	50	157	3	2.101.285	2.495	8.745.285
Panamá	123	209	3	6.501.500	23.334	33.456.154
Paraguay	65	166	8	1.496.139	68.437	7.593.808
Perú	613	320	26	51.113.035	5.702.078	163.831.630
Portugal	549	389	25	14.890.813	348.319	84.884.578
Puerto Rico	-	-	-	-	-	-
R. Dominicana	199	208	20	4.902.028	1.123.467	21.393.062
Uruguay	115	234	12	3.326.668	46.902	18.047.511
Venezuela	471	267	26	18.958.701	429.773	-
Totales	18.242	5.786	822	894.129.375	101.329.760	3.270.543.407

Los top-100 de los 20 países iberoamericanos analizados en 2016 suman 2.000 estrenos cinematográficos, acumulan 831,5 millones de espectadores y casi 3.100 millones de dólares de ingresos. Esta muestra representa más del 90% de la asistencia total de espectadores y de la recaudación global acumulada por los países incluidos en el presente estudio.

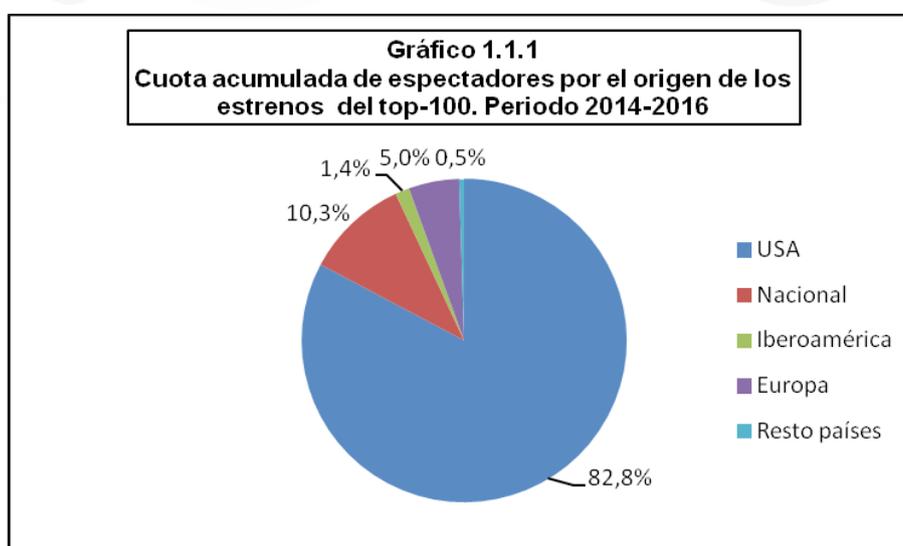
La cuota de mercado acumulada por el cine USA en el top-100 de los 20 países en 2016 supone el 84,8% del total de espectadores y del 84,5% de los ingresos acumulados. La cuota del cine nacional se sitúa en el 10,5% de espectadores e ingresos y la del cine iberoamericano (no nacional) en el 0,5% (cuadro 1.1.3).

Cuadro 1.1.3

Cuota por el origen de los estrenos del top-100. Iberoamérica

ESPECTADORES						
Origen	2014	%	2015	%	2016	%
USA	548.118.990	82,5	603.809.204	80,8	704.960.647	84,8
Nacional	72.892.858	11,0	71.063.493	9,5	87.636.043	10,5
Iberoamérica	12.098.588	1,8	15.386.797	2,1	4.228.404	0,5
Europa	27.066.793	4,1	51.653.101	6,9	32.584.387	3,9
Resto países	3.981.490	0,6	5.551.703	0,7	2.045.627	0,2
Total	664.158.719		747.464.298		831.455.108	
INGRESOS						
Origen	2014	%	2015	%	2016	%
USA	2.782.572.876	81,6	2.407.237.400	80,4	2.618.214.040	84,5
Nacional	402.557.807	11,8	304.495.826	10,2	324.053.303	10,5
Iberoamérica	59.203.071	1,7	56.027.272	1,9	14.121.817	0,5
Europa	146.240.901	4,3	205.333.248	6,9	136.545.167	4,4
Resto países	19.187.231	0,6	21.089.764	0,7	6.186.056	0,2
Total	3.409.761.886		2.994.183.510		3.099.120.383	

La cuota acumulada de espectadores en la muestra de estrenos del top-100, durante el periodo 2014-2016, pone de manifiesto el dominio del cine USA, con el 82,8% sobre el total de la muestra, seguido del cine nacional con el 10,3%, del cine europeo con el 5% y del cine iberoamericano con el 1,4% (gráfico 1.1.1).



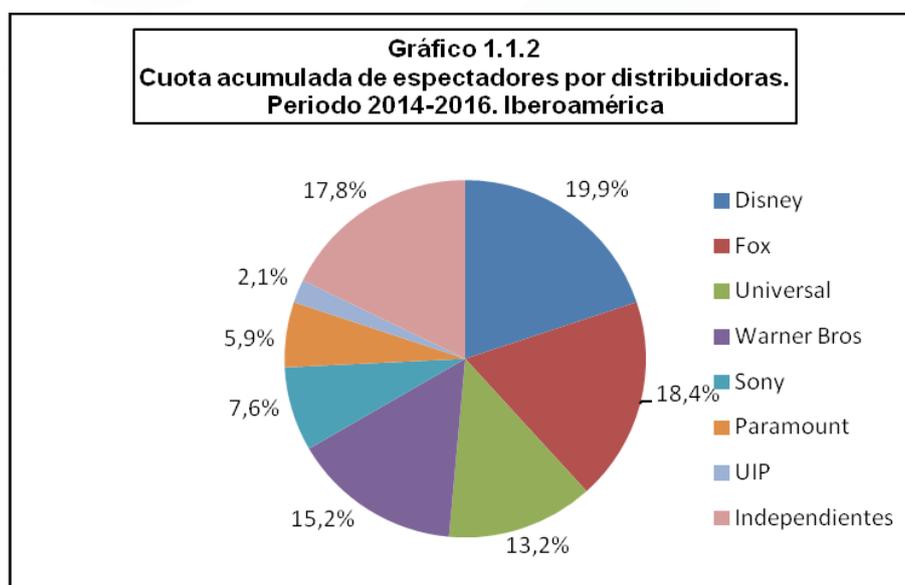
Las distribuidoras americanas obtienen en 2016 una cuota de espectadores del 83,8% y las distribuidoras independientes el restante 16,2%. Las empresas con las películas más populares son Disney, con 196,5 millones de espectadores, y Warner con 162,7 millones (cuadro 1.1.4).

Las distribuidoras americanas obtuvieron una cuota de recaudación del 85,3% y las independientes el restante 14,7%. Las empresas con más ingresos en 2016 son Disney, con 753,7 millones de dólares, y Warner, con 627 millones.

Cuadro 1.1.4
Cuota por distribuidoras del top-100. Iberoamérica

ESPECTADORES						
Distribuidora	2014	%	2015	%	2016	%
Fox	156.967.729	23,6	104.234.980	13,9	151.010.026	18,2
Disney	105.808.270	15,9	143.389.003	19,2	196.570.019	23,6
Warner Bros	97.776.835	14,7	79.422.867	10,6	162.786.207	19,6
Paramount	62.200.207	9,4	41.094.535	5,5	29.969.176	3,6
Universal	46.473.042	7,0	165.063.144	22,1	85.620.998	10,3
Sony	42.747.480	6,4	68.247.009	9,1	58.732.998	7,1
UIP	11.565.764	1,7	22.962.393	3,1	11.674.958	1,4
Independientes	140.619.392	21,2	123.050.367	16,5	135.090.726	16,2
Total	664.158.719		747.464.298		831.455.108	

INGRESOS						
Distribuidora	2014	%	2015	%	2016	%
Fox	795.573.872	23,3	403.907.039	13,5	554.127.465	17,9
Disney	549.419.428	16,1	592.282.273	19,8	753.700.986	24,3
Warner Bros	498.290.565	14,6	329.143.062	11,0	627.091.246	20,2
Paramount	316.797.050	9,3	157.399.069	5,3	105.022.723	3,4
Universal	266.975.463	7,8	679.696.550	22,7	325.242.079	10,5
Sony	217.046.568	6,4	232.166.688	7,8	217.773.916	7,0
UIP	59.622.674	1,7	154.274.023	5,2	60.849.462	2,0
Independientes	706.036.266	20,7	445.314.806	14,9	455.312.505	14,7
Total	3.409.761.886		2.994.183.510		3.099.120.383	



Del total de los 2.000 estrenos del top-100 de los 20 países analizados, el 83,1% pertenecen a producciones estadounidenses, el 8,4% a películas iberoamericanas (nacionales y no nacionales) y el 7,4% a estrenos europeos (cuadro 1.1.5). En cuanto al género, el 85,6% corresponden a estrenos de ficción y el 14,4% a obras de animación.

Los 2.000 estrenos de la muestra se corresponden con 295 títulos. De ellos, un 45,8% son estadounidenses, un 41,7% iberoamericanos, un 10,5% europeos y un 2% pertenecen a otros países. En cuanto al tipo de producción, de los 123 títulos iberoamericanos el 20,3% corresponden a coproducciones internacionales, y de los 172 títulos restantes el 32,6% pertenecen a este régimen de producción.

Los países iberoamericanos con más títulos en exhibición en la muestra son: España, Argentina, México y Brasil. También aparecen estrenos de otros países iberoamericanos como Perú, Colombia, República Dominicana, Chile o Venezuela. Respecto al resto de países, predominan las producciones estadounidenses, seguidas a mucha distancia por las obras francesas y británicas. Canadá y China también son dos países altamente coproductores de obras.

<i>Cuadro 1.1.5</i>		
<i>Análisis de los estrenos y títulos del top-100.</i>		
<i>Año 2016. Iberoamérica</i>		
<i>Distribución de los estrenos por su origen</i>		
Origen	Número	%
USA	1.662	83,1
Iberoamérica	168	8,4
Europa	148	7,4
Resto países	22	1,1
Total	2.000	
<i>Distribución de los títulos por su origen</i>		
Origen	Número	%
USA	135	45,8
Iberoamérica	123	41,7
Europa	31	10,5
Resto países	6	2,0
Total	295	
<i>Distribución de los títulos por el tipo de producción y origen</i>		
<i>Iberoamérica</i>		
Tipo	Número	%
No coproducción	98	79,7
Coproducción	25	20,3
Total	123	
<i>Resto de países</i>		
Tipo	Número	%
No coproducción	116	67,4
Coproducción	56	32,6
Total	172	

En 2016, el estreno más popular es la producción estadounidense *Capitán América: Civil War* con un total de 36,2 millones de espectadores en los 20 países iberoamericanos analizados. En segundo lugar, *Buscando a Dory* suma 33,9 millones y en tercer lugar *Batman Vs. Superman: El amanecer de la justicia* consigue 33,1 millones (cuadro 1.1.6).

Respecto a la distribución de los espectadores por títulos, tres títulos acumulan más de 30 millones de espectadores cada uno, seis suman más de 20 millones y 16 títulos acumulan más de 10 millones de espectadores.

Del top-20 de espectadores, 19 son títulos estadounidenses (cinco en coproducción con Reino Unido y dos con Canadá) y tan sólo uno es una producción brasileña. La cuota de mercado acumulada por el top-10 en el conjunto de los 20 países iberoamericanos analizados se sitúa en el 32,2% del total de espectadores (267,7 millones).

Cuadro 1.1.6

Ranking acumulado de estrenos cinematográficos. Año 2016. Iberoamérica

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Capitán América: Civil War	USA	36.243.029	138.168.146
2	Buscando a Dory	USA	33.945.303	130.205.044
3	Batman Vs. Superman: El amanecer de la justicia	USA	33.164.756	124.704.859
4	Escuadrón suicida	USA	28.215.098	113.134.024
5	Ice Age: El gran cataclismo	USA	27.398.162	100.658.826
7	El libro de la selva	USA, R. Unido	24.954.987	88.062.463
6	Zootropolis	USA	22.333.491	75.093.123
8	Deadpool	USA	22.074.911	73.194.735
9	Expediente Warren: El caso Enfield	USA, Canadá	21.794.990	75.660.233
10	X-Men: Apocalipsis	USA	17.537.196	64.179.195
11	Animales fantásticos y dónde encontrarlos	R. Unido, USA	17.093.988	70.888.958
12	Doctor Strange	USA	15.468.025	63.794.008
13	Kung Fu Panda 3	USA	15.166.358	49.844.788
14	La vida secreta de tus mascotas	USA	14.540.340	33.793.014
15	El renacido	USA	13.011.113	52.066.170
16	La leyenda de Tarzán	R. Unido, USA, Canadá	12.858.211	49.596.687
17	Alicia a través del espejo	USA, R. Unido	12.474.186	44.886.307
18	Antes de ti	R. Unido, USA	11.878.404	42.605.037
19	Independence day: contraataque	USA	11.733.233	44.307.931
20	Moisés y los diez mandamientos: la película	Brasil	11.173.146	28.634.778

El *ranking* acumulado de estrenos iberoamericanos de 2016 está liderado por la película brasileña *Moisés y los diez mandamientos: la película*, con un total de 11,1 millones de espectadores, seguida de la mexicana *¿Qué culpa tiene el niño?* con 5,9 millones y la coproducción México-Estados Unidos *No manches, Frida* con 5,1 millones de espectadores. En cuarto y en quinto lugar, se sitúa la obra española *Un monstruo viene a verme* (4,6 millones) y la producción mexicana *Treintona, soltera y fantástica* (2,9 millones), respectivamente (cuadro 1.1.7).

Las 20 primeras películas de este *ranking* superaron el millón de espectadores en el conjunto de países. Las producciones provienen de México (seis títulos), Brasil (cinco títulos), España (cuatro títulos) y Argentina (tres títulos). La cuota de mercado acumulada por el top-10 iberoamericano supone el 5% del total de espectadores (41,9 millones).

Cuadro 1.1.7

Ranking acumulado de estrenos iberoamericanos. Año 2016. Iberoamérica

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Moisés y los diez mandamientos: la película	Brasil	11.173.146	28.634.778
2	¿Qué culpa tiene el niño?	México	5.893.885	14.960.205
3	No manches, Frida	México, USA	5.140.490	11.496.436
4	Un monstruo viene a verme	España	4.620.133	29.324.734
5	Treintona, soltera y fantástica	México	2.968.513	7.058.577
6	Minha mae e uma peça 2	Brasil	2.811.433	11.803.824
7	La leyenda del Chupacabras	México	2.593.427	5.449.779
8	Ate que a sorte nos separe: A falencia final	Brasil	2.371.204	7.912.210
9	Carrousel 2 - O sumiço de María Joaquina	Brasil	2.203.936	7.802.229
10	Me casé con un boludo	Argentina	2.098.464	10.328.104
11	Compadres	México	1.968.129	4.539.532
12	Palmeras en la nieve	España	1.899.845	13.554.968
13	E fada	Brasil	1.722.312	6.484.963
14	Cien años de perdón	Argentina, España	1.420.352	8.929.198
15	Villaviciosa de al lado	España	1.389.432	9.948.022
16	Sin filtro	Chile	1.295.394	5.494.050
17	Un novio para mi mujer	Argentina	1.288.352	2.696.605
18	Locos de amor	Perú	1.245.701	3.860.825
19	El coco	Colombia	1.154.011	2.688.609
20	Un padre no tan padre	México	1.121.836	2.619.613

El ranking de películas europeas y de otros países en el territorio iberoamericano está liderado por la coproducción británica *Animales fantásticos y dónde encontrarlos* que acumula un total de 17,1 millones de espectadores. En segundo lugar, a bastante distancia, figura la también británica *Objetivo: Londres* con casi 4 millones y, en tercer lugar, la coproducción europea *La chica danesa* con 2,9 millones de espectadores (cuadro 1.1.8).

Cuadro 1.1.8

Ranking acumulado de estrenos europeos y otros países. Año 2016. Iberoamérica

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Animales fantásticos y dónde encontrarlos	R. Unido, USA	17.093.988	70.888.958
2	Objetivo: Londres	R. Unido, USA	3.995.162	14.889.905
3	La chica danesa	R. Unido, USA, Alemania	2.886.721	12.300.778
4	Bridget Jones's Baby	R. Unido, USA, Francia	2.621.241	12.997.911
5	Siete vidas: Este gato es un peligro	Francia, Canadá, China	1.571.863	4.684.031
6	La habitación	Canadá, Irlanda	1.327.437	5.509.924
7	Invasión zombie	Corea del Sur	969.789	2.790.950
8	The faith of Anna Waters	Singapur, USA	366.119	1.247.202
9	Asalto en París	Francia, R. Unido, USA	357.330	1.054.289
10	La ola	Noruega	296.532	907.670

Respecto al top-1 de cada país en 2016 (cuadro 1.1.9), los títulos que más se repiten en esta posición son *Capitán América: Civil War* (Bolivia, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Honduras, México, Nicaragua, Panamá), *Buscando a Dory* (Argentina, Colombia, Costa Rica) e *Ice Age: el gran cataclismo* (Chile, Perú, Uruguay).

Tres producciones nacionales dominan el ranking de cine en su propio país: *Moisés y los diez mandamientos: la película* (Brasil), *Un monstruo viene a verme* (España) y *Tubérculo presidente* (República Dominicana).

Cuadro 1.1.9
Top-1 cinematográfico en cada país. Año 2016. Iberoamérica

País estreno	Título	Origen	Espectadores
Argentina	Buscando a Dory	USA	2.925.762
Bolivia	Capitán América: Civil War	USA	391.233
Brasil	Moisés y los diez mandamientos: la película	Brasil	11.173.146
Chile	Ice Age: El gran cataclismo	USA	1.526.764
Colombia	Buscando a Dory	USA	2.780.568
Costa Rica	Buscando a Dory	USA	439.855
Ecuador	Capitán América: Civil War	USA	799.681
El Salvador	Capitán América: Civil War	USA	204.821
España	Un monstruo viene a verme	España	4.620.133
Guatemala	Capitán América: Civil War	USA	342.223
Honduras	Capitán América: Civil War	USA	185.824
México	Capitán América: Civil War	USA	14.523.084
Nicaragua	Capitán América: Civil War	USA	100.391
Panamá	Capitán América: Civil War	USA	262.587
Paraguay	Expediente Warren: El caso Enfield	USA, Canadá	77.762
Perú	Ice Age: El gran cataclismo	USA	2.256.669
Portugal	La vida secreta de tus mascotas	USA	621.471
R. Dominicana	Tubérculo presidente	R. Dominicana	284.126
Uruguay	Ice Age: El gran cataclismo	USA	193.875
Venezuela	Zootropolis	USA	1.006.285

Las producciones nacionales que dominan el top-1 iberoamericano de su país son (cuadro 1.1.10): *Me casé con un boludo* (Argentina), *Moisés y los diez mandamientos: la película* (Brasil), *Sin filtro* (Chile), *El coco* (Colombia), *Entonces nosotros* (Costa Rica), *Con alas pa' volar* (Ecuador), *Un monstruo viene a verme* (España), *Historia de héroes* (Honduras), *¿Qué culpa tiene el niño?* (México), *Manos de piedra* (Panamá), *Gritos del Monday* (Paraguay), *Locos de amor* (Perú), *A Canção de Lisboa* (Portugal), *Tubérculo Presidente* (R. Dominicana) y *El malquerido* (Venezuela).

Cuadro 1.1.10
Top-1 del cine iberoamericano en cada país. Año 2016. Iberoamérica

País exhibición	Título	Origen	Espectadores
Argentina	Me casé con un boludo	Argentina	1.969.192
Bolivia	En el corazón del mar	España, USA, R. Unido	56.303
Brasil	Moisés y los diez mandamientos: la película	Brasil	11.173.146
Chile	Sin filtro	Chile	1.290.926

Colombia	El coco	Colombia	1.154.011
Costa Rica	Entonces nosotros	Costa Rica	116.791
Ecuador	Con alas pa' volar	Ecuador	46.375
El Salvador	El pastor	España	4.875
España	Un monstruo viene a verme	España	4.620.133
Guatemala	Atrapa la bandera	España	10.489
Honduras	Historia de héroes	Honduras	79.202
México	¿Qué culpa tiene el niño?	México	5.893.885
Nicaragua	No manches, Frida	México, USA	6.344
Panamá	Manos de piedra	Panamá, USA	152.179
Paraguay	Gritos del monday	Paraguay	31.381
Perú	Locos de Amor	Perú	1.221.816
Portugal	A Canção de Lisboa	Portugal	183.100
R. Dominicana	Tubérculo Presidente	R. Dominicana	284.126
Uruguay	Me casé con un boludo	Argentina	129.272
Venezuela	El malquerido	Venezuela	217.205

El título iberoamericano que aparece en el top-100 de más países en 2016 es la producción española *Atrapa la bandera* (11 países). Por su parte, *El hilo rojo* (Argentina), *En el corazón del mar* (España, UK, USA) y *Julieta* (España) se encuentran en el top-100 de cuatro países y *Al final del túnel* (Argentina, España), *No estamos solos* (Perú), *No manches, Frida* (México, USA) y *Treintona, soltera y fantástica* (México) aparecen en tres países (cuadro 1.1.11).

Cuadro 1.1.11

Títulos iberoamericanos presente en el top-10 de dos o más países. Año 2016. Iberoamérica

Nº	Países de estreno	Título	Países de origen
1	AR-BO-CL-CR-EL-GU-HN-NI-PA-RD-UG	Atrapa la bandera	España
2	AR-CL-PG-UG	El hilo rojo	Argentina
3	AR-BO-PG-VE	En el corazón del mar	España, UK, USA
4	AR-ES-BR-UG	Julieta	España
5	AR-CL-UG	Al final del túnel	Argentina, España
6	BO-EQ-PE	No estamos solos	Perú
7	BO-ME-NI	No manches, Frida	México, USA
8	ELS-GU-ME	Treintona, soltera y fantástica	México
9	AR-UG	Capitán Kóblic	Argentina, España
10	AR-ES	Cien años de perdón	Argentina, España
11	EQ-PE	Don gato 2: el inicio de la pandilla	México
12	AR-UG	El ciudadano ilustre	Argentina, España
13	AR-UG	Gilda, no me arrepiento de este amor	Argentina
14	AR-UG	Inseparables	Argentina
15	EQ-PE	Locos de Amor	Perú
16	PA-VE	Manos de piedra	Panamá, USA
17	AR-UG	Me casé con un boludo	Argentina
18	ES-UG	Ocho apellidos catalanes	España
19	AR-UG	Permitidos	Argentina

20	CL-NI	Sin filtro	Chile
21	ME-PE	Summer camp	España, USA
22	AR-EQ	Tini, el gran cambio de Violetta	Argentina, España
23	PE-RD	Todos los hombres son iguales	R. Dominicana



PANORAMA CINEMATOGRAFICO EN LOS PAÍSES IBEROAMERICANOS



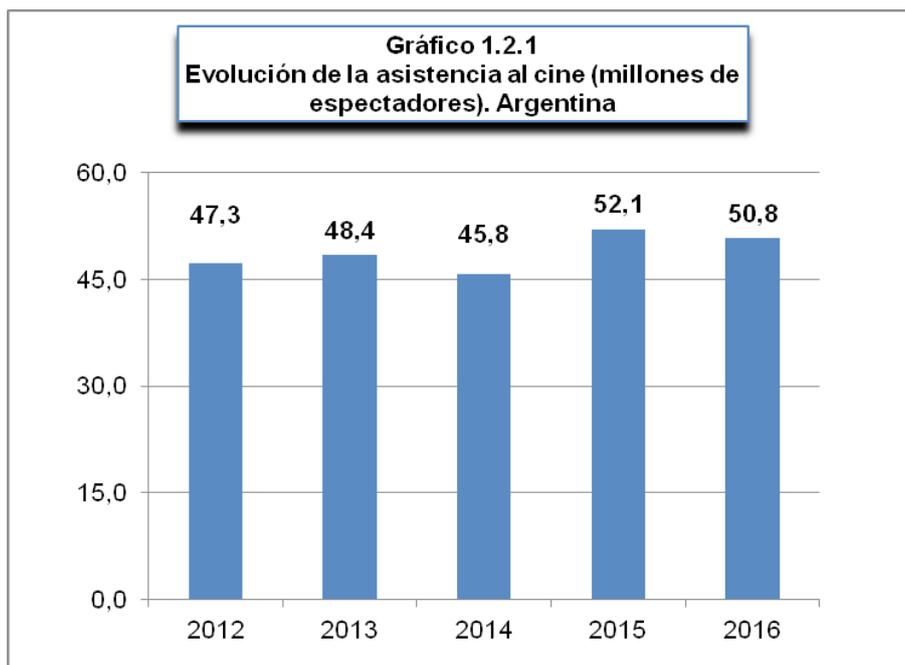
ARGENTINA

Los cines argentinos en 2016 suman una asistencia de 50,8 millones de espectadores y recaudan 270,1 millones de dólares. La audiencia anual se sitúa en 1,1 películas por habitante y el precio medio de la entrada asciende a 5,2 dólares. El número de estrenos de cine nacional representa el 44,7% y la cuota de espectadores el 14,4% (cuadro 1.2.1).

La evolución de la venta de entradas en los últimos cinco años muestra que, en los tres primeros años la venta se encuentra en un rango comprendido entre 45,8 y 48,4 millones y en los dos años posteriores supera los 50 millones de entradas (gráfico 1.2.1).

Cuadro 1.2.1
Panorama cinematográfico en Argentina

Concepto	2014	2015	2016
Población (millones)	42,6	43,1	43,5
PIB-PPA (billones USD)	0,873	0,895	0,879
PIB per capita (USD)	20.500	20.800	20.200
Número de pantallas de cine	867	872	933
Ingresos cine (millones USD)	247,4	342,4	270,1
Espectadores cine (millones)	45,8	52,1	50,8
Espectadores cine nacional (millones)	8,17	7,55	7,32
Cuota de mercado cine nacional (%)	17,8	14,5	14,4
Número de estrenos totales	404	428	445
Número de estrenos extranjeros	232	246	246
Número de estrenos nacionales	172	182	199
Asistencia anual por habitante	1,1	1,2	1,1
Precio medio entrada (USD)	5,4	6,4	5,2



La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en 2016 en un 82% del total de espectadores, la del cine nacional en el 13,6% y la del iberoamericano (no nacional) superó el 1% (cuadro 1.2.2).

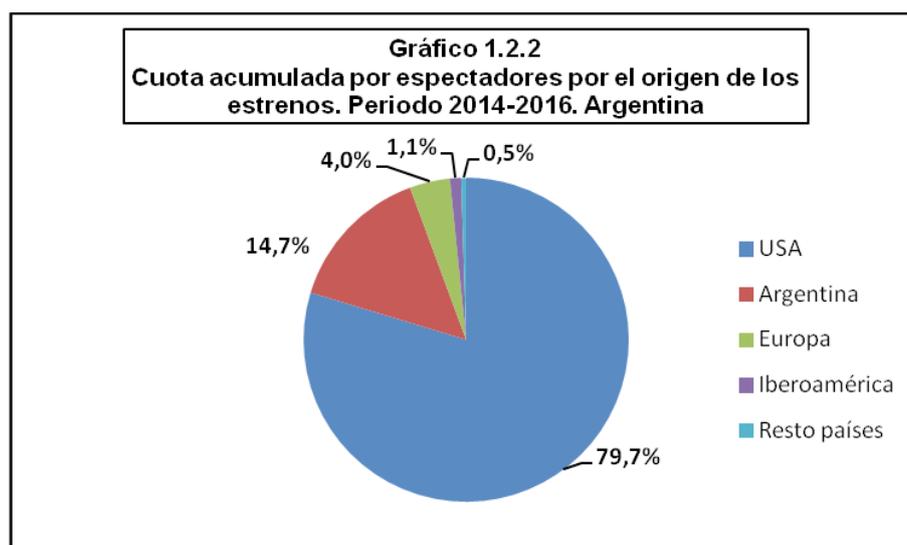
La cuota acumulada de espectadores en el trienio 2014-2016 refleja el dominio del cine USA, con casi un 80% del mercado, seguido del cine argentino con un 14,7%, del europeo con un 4% y del cine iberoamericano con un 1,1% (gráfico 1.2.2).

Cuadro 1.2.2

Distribución por el origen de los estrenos del Top-100. Argentina

<i>ESPECTADORES</i>						
Origen	2014	%	2015	%	2016	%
USA	31.343.094	78,3	36.759.287	79,0	37.307.384	82,0
Argentina	6.750.917	16,9	6.315.661	13,6	6.199.267	13,6
Iberoamérica	398.446	1,0	551.132	1,2	542.843	1,2
Europa	1.372.792	3,4	2.478.522	5,3	1.443.687	3,2
Resto países	168.086	0,4	434.973	0,9	0	0,0
Total	40.033.335		46.539.575		45.493.181	

<i>INGRESOS</i>						
Origen	2014	%	2015	%	2016	%
USA	181.065.106	79,1	264.907.705	81,0	213.034.533	83,3
Argentina	36.322.071	15,9	39.545.646	12,1	31.304.090	12,2
Iberoamérica	2.964.846	1,3	3.367.578	1,0	3.156.542	1,2
Europa	7.661.385	3,3	16.292.047	5,0	8.338.746	3,3
Resto países	940.294	0,4	2.916.626	0,9	0	0,0
Total	228.953.702		327.029.602		255.833.911	

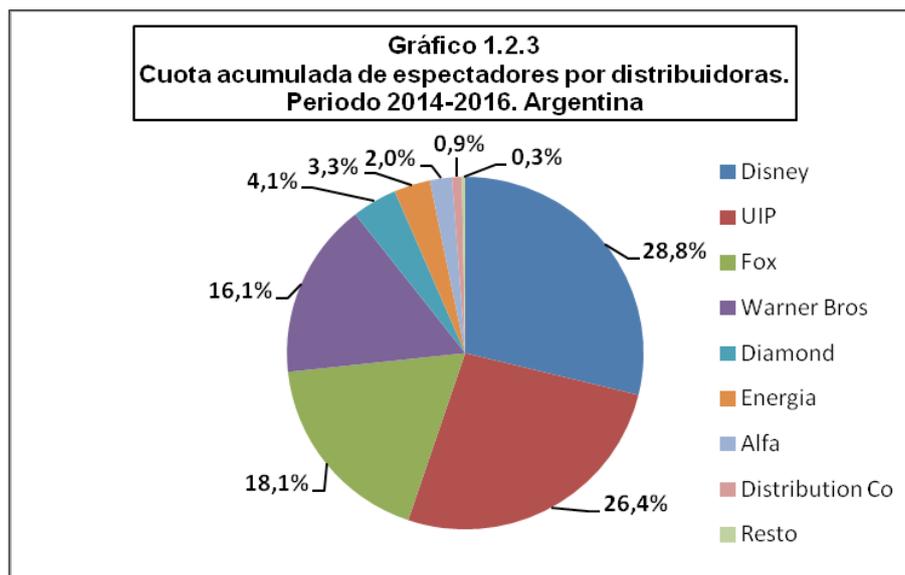


Las distribuidoras americanas, en 2016, representan en el *top-100* una cuota conjunta de espectadores de un 94% y las independientes el 6% restante. El *Estudio* con más entradas vendidas es Disney con casi 37 millones (cuadro 1.2.3).

En el periodo 2014-2016, el porcentaje de espectadores acumulado por las *Majors* se sitúa casi en un 90% y el de las independientes en el 10% restante (gráfico 1.2.3). Las empresas con más cuota de mercado son Disney (28,8%) y UIP (26,4%). Entre las independientes destaca Diamond (4,1%).

Cuadro 1.2.3
Cuota de espectadores por distribuidoras del Top-100. Argentina

Distribuidoras	2014	%	2015	%	2016	%
Disney	10.059.297	25,1	11.428.150	24,6	16.727.481	36,8
Fox	7.836.972	19,6	7.769.724	16,7	8.259.210	18,2
UIP	7.383.068	18,4	18.836.675	40,5	9.243.623	20,3
Warner Bros	7.690.190	19,2	4.714.910	10,1	8.627.712	19,0
Energia	2.794.602	7,0	469.756	1,0	862.273	1,9
Diamond	2.273.869	5,7	1.907.960	4,1	1.137.026	2,5
Alfa	997.914	2,5	1.004.076	2,2	635.856	1,4
Distribution Co	816.616	2,0	255.398	0,5	0	0,0
Zeta	180.807	0,5	0	0,0	0	0,0
Resto distribuidoras	0	0,0	152.926	0,3	0	0,0
Total	40.033.335		46.539.575		45.493.181	



En 2016, tres producciones americanas de animación lideran el ranking de audiencia cinematográfica en Argentina: *Buscando a Dory* (2,9 millones de espectadores), *Ice Age: El gran cataclismo* (2,5 millones) y *La vida secreta de tus mascotas* (2,3 millones). La producción nacional *Me casé con un boludo* (Juan Taratuto) consigue el cuarto puesto, con casi dos millones de espectadores (cuadro 1.2.4).

Las producciones del ranking de estrenos provienen, casi en su totalidad, de Estados Unidos, con un total de nueve películas (una en coproducción con Canadá y otra con Reino Unido). La cuota de mercado de estas diez producciones supone el 37,5% del total de espectadores.

Cuadro 1.2.4

Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2016. Argentina

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Buscando a Dory	USA	2.925.762	17.922.813
2	Ice Age: El gran cataclismo	USA	2.566.177	15.415.906
3	La vida secreta de tus mascotas	USA	2.377.854	13.441.913
4	Me casé con un boludo	Argentina	1.969.192	9.734.704
5	Zootropolis	USA	1.791.272	8.820.615
6	Expediente Warren: El caso Enfield	USA, Canadá	1.765.286	10.047.501
7	El libro de la selva	USA, Reino Unido	1.664.466	9.015.360
8	Capitán América: Civil War	USA	1.519.672	8.622.771
9	Batman Vs. Superman: El amanecer de la justicia	USA	1.342.950	7.934.234
10	Escuadrón suicida	USA	1.204.769	7.472.365

En cuanto al ranking de estrenos nacionales, aparte de la producción mencionada anteriormente, en segundo lugar figura *Gilda, no me arrepiento de este amor* (Lorena Muñoz) con más de 900.000 espectadores y en tercera posición *El hilo rojo* (Daniela Goggi) con casi 700.000. En este ranking, seis obras son íntegramente argentinas y cuatro son coproducciones con España (cuadro 1.2.5).

El estreno iberoamericano más exitoso en 2016 es la coproducción hispano-americana *En el corazón del mar*, con 326.715 espectadores. La película europea más popular es la producción británica *Animales fantásticos y dónde encontrarlos*, con casi 800.000 espectadores (cuadro 1.2.6).

Cuadro 1.2.5

Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Año 2016. Argentina

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Me casé con un boludo	Argentina	1.969.192	9.734.704
2	Gilda, no me arrepiento de este amor	Argentina	905.858	4.765.776
3	El hilo rojo	Argentina	685.571	3.441.231
4	El ciudadano ilustre	Argentina, España	628.294	3.412.956
5	Cien años de perdón	Argentina, España	346.378	1.538.737
6	Inseparables	Argentina	342.579	1.884.583
7	Permitidos	Argentina	335.302	1.779.664
8	Capitán Kóblie	Argentina, España	296.735	1.439.192
9	Al final del túnel	Argentina, España	267.822	1.256.606
10	Una noche de amor	Argentina	202.101	898.324

Cuadro 1.2.6

Ranking de estrenos cinematográficos de otros países. Año 2016. Argentina

<i>Iberoamérica</i>				
Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	En el corazón del mar	España, USA, R. Unido	326.715	2.000.798
2	Julieta	España	117.454	650.440
3	Atrapa la bandera	España	98.674	505.303
<i>Europa y resto de países</i>				
Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Animales fantásticos y dónde encontrarlos	R. Unido, USA	788.039	4.835.414
2	Objetivo: Londres	R. Unido, USA	146.385	717.912
3	Siete vidas: Este gato es un peligro	Francia, Canadá, China	135.130	746.171
4	Florence Foster Jenkins	R. Unido	122.633	697.337
5	Bridget Jones's Baby	R. Unido, USA, Francia	107.845	553.519



BOLIVIA

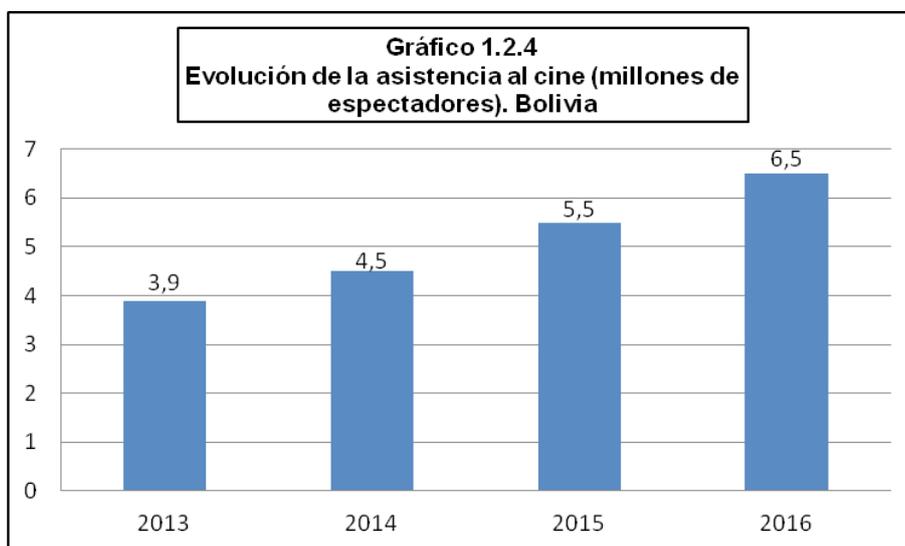
Los cines bolivianos en 2016 suman una asistencia de 6,5 millones de espectadores y recaudan 36,7 millones de dólares. La audiencia anual se sitúa en 0,6 películas por habitante y el precio medio de la entrada asciende a 5,6 dólares. El número de estrenos de cine nacional representa el 5% y la cuota de espectadores el 0,2% (cuadro 1.2.7).

La evolución de la asistencia a las salas cinematográficas en los últimos cuatro años muestra una tendencia ascendente desde 3,9 millones de espectadores en 2013 a los referidos 6,5 millones en 2016 (gráfico 1.2.4).

Cuadro 1.2.7

Panorama cinematográfico en Bolivia

Datos	2014	2015	2016
Población (millones)	10,6	10,8	10,9
PIB-GDP (billones USD)	0,072	0,075	0,078
PIB-per capita (USD)	6.800	7.000	7.200
Número de pantallas de cine	98	98	109
Ingresos cine (millones USD)	25,8	30,9	36,7
Espectadores cine (millones)	4,5	5,5	6,5
Espectadores cine nacional (millones)	0,03	0,04	0,08
Cuota de mercado cine nacional (%)	0,7	0,7	0,2
Número de estrenos totales	265	248	318
Número de estrenos extranjeros	257	232	302
Número de estrenos nacionales	8	16	16
Asistencia anual por habitante	0,4	0,5	0,6
Precio medio entrada (USD)	5,7	5,6	5,6



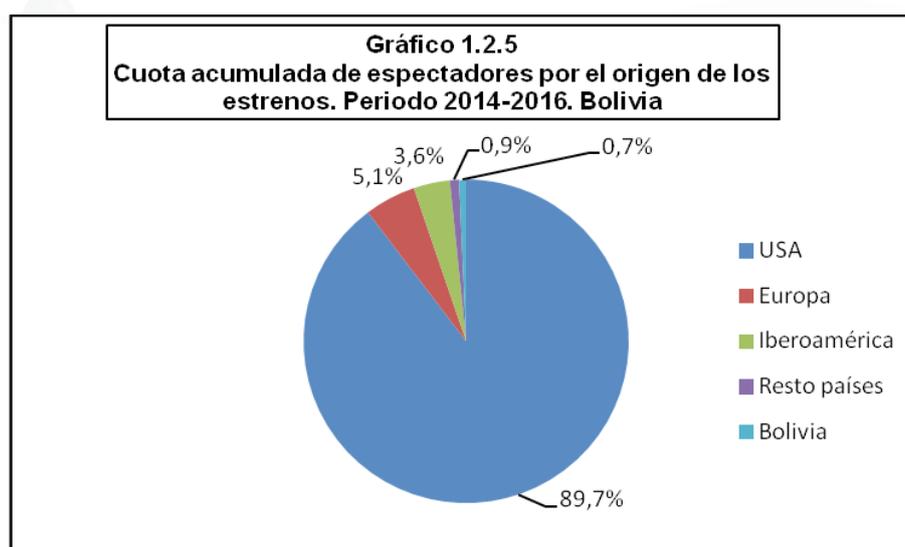
La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en 2016 en un 90,7% del total de espectadores, la del cine nacional en el 0,8% y la del iberoamericano en el 2,3%. Además, la presencia del cine europeo supuso el 4,7% y la del resto del mundo el 1,4% (cuadro 1.2.8).

La cuota acumulada de espectadores en el trienio 2014-2016 refleja el dominio del cine USA con un 89,7% del mercado, seguido del cine europeo con el 5,1% y del iberoamericano con un 3,6% (gráfico 1.2.5).

Cuadro 1.2.8
Distribución por el origen de los estrenos del top-100. Bolivia

ESPECTADORES						
Origen	2014	%	2015	%	2016	%
USA	3.939.376	92,0	4.582.603	86,3	5.550.663	90,7
Bolivia	32.359	0,8	28.001	0,5	51.821	0,8
Iberoamérica	166.631	3,9	242.961	4,6	143.188	2,3
Europa	114.203	2,7	429.268	8,1	287.591	4,7
Resto países	29.507	0,7	28.401	0,5	84.762	1,4
Total	4.282.076		5.311.234		6.118.025	

INGRESOS						
Origen	2014	%	2015	%	2016	%
USA	22.735.778	92,4	25.781.400	87,5	31.117.244	90,8
Bolivia	158.826	0,6	130.589	0,4	265.160	0,8
Iberoamérica	865.801	3,5	1.275.310	4,3	823.794	2,4
Europa	643.991	2,6	2.126.698	7,2	1.618.104	4,7
Resto países	189.764	0,8	134.969	0,5	446.772	1,3
Total	24.594.160		29.448.966		34.271.074	

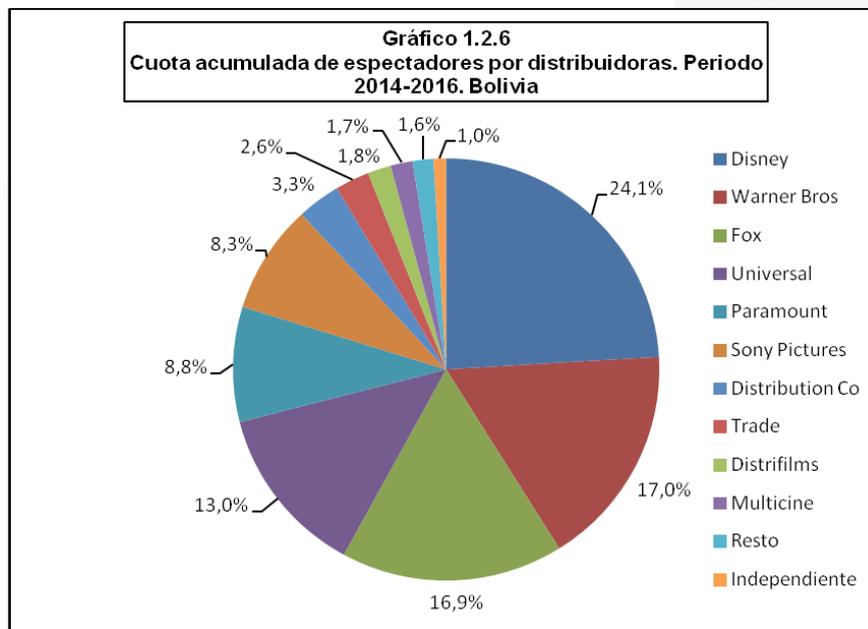


Las distribuidoras americanas, en 2016, representan en el *top-100* una cuota conjunta de espectadores de más del 90% y las independientes el 10% restante. El *Estudio* con más entradas vendidas es Disney con más de 1,7 millones (cuadro 1.2.9).

En el periodo 2014-2016, el porcentaje de espectadores acumulado por las *Majors* se sitúa en el 88,1% y el de las independientes en el 11,9% restante (gráfico 1.2.6). Las empresas con más cuota de mercado son Disney (24,1%), Warner (17%) y Fox (16,9%). Entre las independientes destacan Distribution Co. (3,3%) y Trade (2,6%).

Cuadro 1.2.9
Cuota de espectadores por distribuidoras del top 100. Bolivia

Origen	2014	%	2015	%	2016	%
Disney	847.810	19,8	1.267.731	23,9	1.743.252	28,5
Fox	826.303	19,3	716.858	13,5	1.096.088	17,9
Warner Bros	709.018	16,6	464.071	8,7	1.576.509	25,8
Paramount	646.883	15,1	373.540	7,0	259.298	4,2
Universal	369.272	8,6	1.182.641	22,3	499.742	8,2
Sony Pictures	309.470	7,2	640.454	12,1	350.164	5,7
Distribution Co	167.014	3,9	198.645	3,7	135.937	2,2
Trade	159.106	3,7	208.499	3,9	10.262	0,2
Distrifilms	97.477	2,3	41.312	0,8	138.882	2,3
Multicine	99.256	2,3	142.867	2,7	0	0,0
Independiente	50.467	1,2	62.704	1,2	30.428	0,5
Resto	0	0,0	11.912	0,2	277.463	4,5
Total	4.282.076		5.311.234		6.118.025	



En 2016, dos producciones americanas lideran el ranking de audiencia cinematográfica en Bolivia: *Capitán América: Civil War* (390.000 espectadores) y *Batman Vs. Superman: El amanecer de la justicia* (342.000). La coproducción entre Estados Unidos y Reino Unido *El libro de la selva* suma 306.500 espectadores (cuadro 1.2.10).

Las diez primeras posiciones corresponden a obras estadounidenses (dos en coproducción con Reino Unido y una con Canadá). La cuota de mercado de estas diez producciones supone el 38,5% del total de espectadores.

Cuadro 1.2.10

Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2016. Bolivia

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Capitán América: Civil War	USA	391.233	2.236.641
2	Batman Vs. Superman: El amanecer de la justicia	USA	342.871	2.066.514
3	El libro de la selva	USA, R. Unido	306.598	1.739.164
4	Escuadrón suicida	USA	258.667	1.467.072
5	Buscando a Dory	USA	258.051	1.426.382
6	Ice Age: El gran cataclismo	USA	228.029	1.351.112
7	Expediente Warren: El caso Enfield	USA, Canadá	225.990	1.124.611
8	Cigüeñas	USA	187.906	962.844
9	Deadpool	USA	174.093	882.194
10	Animales fantásticos y dónde encontrarlos	R. Unido, USA	164.833	980.128

En cuanto al *ranking* de estrenos nacionales, en primer lugar figura *Engaño a primera vista* (Johan Benavides y Yecid jr Benavides) con más de 30.000 espectadores, seguida de *La Herencia* (Christian Calvo) con 12.005 y de la coproducción con Qatar *Viejo calavera* (Kiro Russo) con 9.638 espectadores. En este *ranking*, siete obras son íntegramente bolivianas y tres son coproducciones con distintos países (cuadro 1.2.11).

El estreno iberoamericano más exitoso en 2016 es la coproducción hispano-americana *En el corazón del mar*, con 56.303 espectadores. La película europea más popular es la producción británica *Animales fantásticos y dónde encontrarlos*, con 164.833 espectadores (cuadro 1.2.12).

Cuadro 1.2.11

Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Año 2016. Bolivia

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Engaño a primera vista	Bolivia	30.178	156.255
2	La herencia	Bolivia	12.005	61.001
3	Viejo calavera	Bolivia, Qatar	9.638	47.903
4	Juana Azurduy	Bolivia	7.050	30.612
5	Mi prima la sexóloga	Bolivia	6.889	35.436
6	Carga sellada	Bolivia, México, Venezuela	3.541	16.471
7	Boquerón	Bolivia	2.267	8.225
8	La mujer de tu prójimo	Bolivia	1.987	10.491
9	Malignos	Bolivia	1.899	11.639
10	Nuestra pelea	Bolivia, USA	1.051	5.014

Cuadro 1.2.12

Ranking de estrenos cinematográficos de otros países. Año 2016. Bolivia

<i>Iberoamérica</i>				
Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	En el corazón del mar	España, USA, R.Unido	56.303	370.686
2	No manches, Frida	México, USA	34.402	164.988
3	No estamos solos	Perú	18.362	98.877
4	Cementerio general 2	Perú	16.465	88.961
5	Mortadelo y Filemón contra Jimmy el Cachondo	España	9.566	52.292
<i>Europa y resto de países</i>				
Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Animales fantásticos y dónde encontrarlos	R.Unido, USA	164.833	980.128
2	Sadako vs. Kayako	Japón	38.853	200.217
3	Siete vidas: este gato es un peligro	Francia, Canadá, China	31.187	167.615
4	La ola	Noruega	27.198	146.529
5	The faith of Anna Waters	USA	20.059	91.891



BRASIL

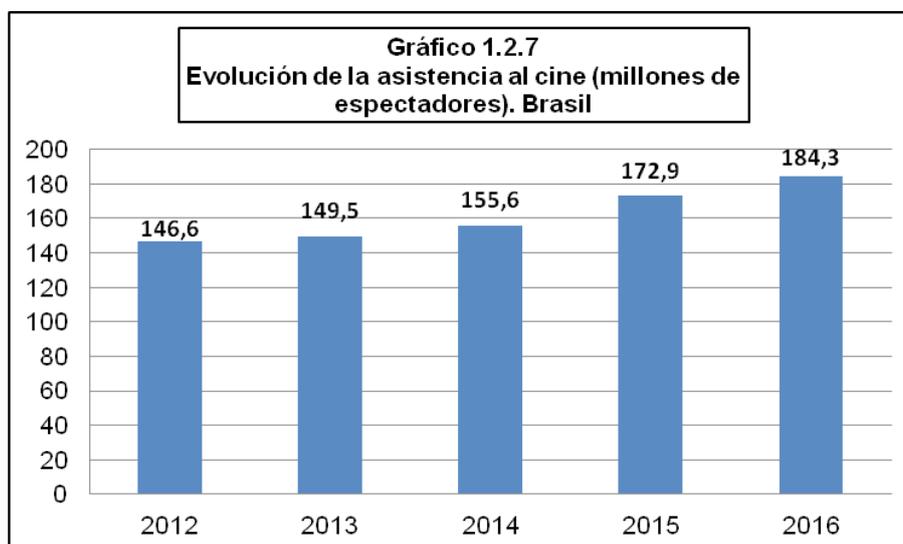
Los cines brasileños en 2016 suman una asistencia de 184,3 millones de espectadores y recaudan 675 millones de dólares. La audiencia anual se sitúa en 0,9 películas por habitante y el precio medio de la entrada asciende a 3,6 dólares. El número de estrenos de cine nacional representa el 31,3% y la cuota de espectadores el 16,5% (cuadro 1.2.13).

La evolución de la asistencia a las salas cinematográficas en los últimos cinco años muestra un rango ascendente comprendido entre 146 millones de espectadores y 184 millones (gráfico 1.2.7).

Cuadro 1.2.13

Panorama cinematográfico en Brasil

Datos	2014	2015	2016
Población (millones)	202,6	204,2	205,8
PIB-PPA (billones USD)	3,371	3,241	3,135
PIB per capita (USD)	16.600	15.900	15.200
Número de pantallas de cine	2.833	3.013	3.168
Ingresos cine (millones USD)	833,7	715,2	675,0
Asistencia espectadores (millones)	155,6	172,9	184,3
Espectadores cine nacional (millones)	19,05	22,48	30,41
Cuota de mercado cine nacional (%)	12,2	13,0	16,5
Número de estrenos totales	393	446	457
Número de estrenos extranjeros	279	317	314
Número de estrenos nacionales	114	129	143
Asistencia anual por habitante	0,8	0,8	0,9
Precio medio entrada (USD)	5,3	3,5	3,6



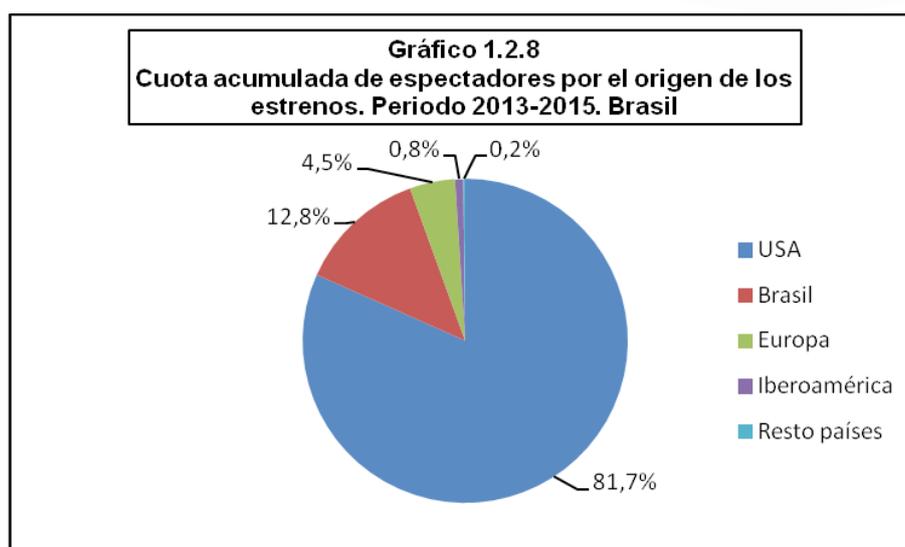
La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en 2016 en un 81,1% del total de espectadores y la del cine nacional en el 15,3%. Por su parte, el cine europeo representa el 3,5% (cuadro 1.2.14).

La cuota acumulada de espectadores en el trienio 2014-2016 refleja el dominio del cine USA, con un 81,7% del mercado, seguido del cine brasileño con el 12,8% y del cine europeo con un 4,5% (gráfico 1.2.8).

Cuadro 1.2.14
Distribución por el origen de los estrenos del Top-100. Brasil

ESPECTADORES						
Origen	2014	%	2015	%	2016	%
USA	120.260.812	84,4	126.327.728	79,6	141.593.684	81,1
Brasil	14.040.622	9,9	20.812.663	13,1	26.784.456	15,3
Iberoamérica	1.828.712	1,3	1.699.319	1,1	198.537	0,1
Europa	5.623.971	3,9	9.454.248	6,0	6.037.684	3,5
Resto países	751.804	0,5	333.909	0,2	0	0,0
Total	142.505.921		158.627.867		174.614.361	

INGRESOS						
Origen	2014	%	2015	%	2016	%
USA	655.290.592	85,2	540.648.936	81,1	583.512.117	83,0
Brasil	69.330.067	9,0	76.999.526	11,6	88.162.388	12,5
Iberoamérica	11.381.748	1,5	7.021.719	1,1	960.676	0,1
Europa	29.623.405	3,8	40.320.359	6,1	30.432.480	4,3
Resto países	3.888.492	0,5	1.302.136	0,2	0	0,0
Total	769.514.304		666.292.676		703.067.661	



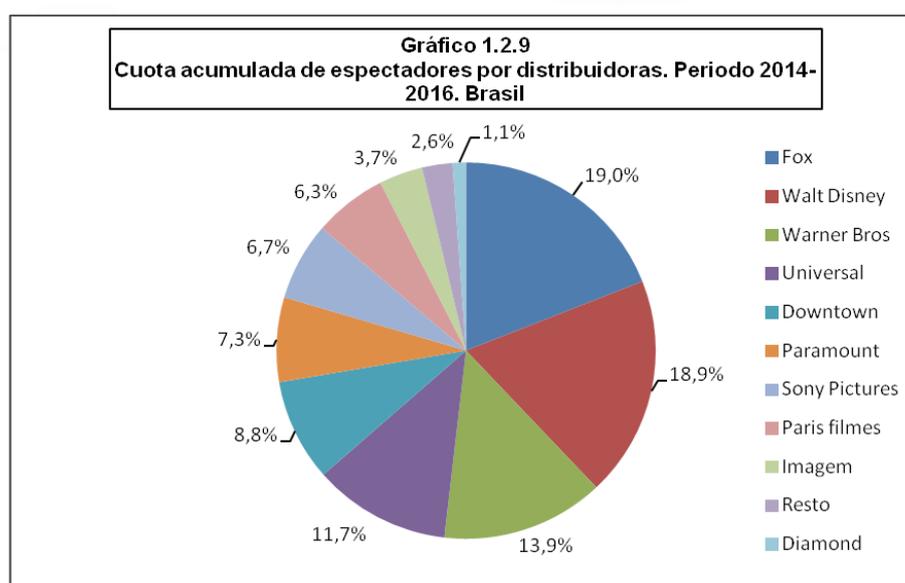
Las distribuidoras americanas, en 2016, representan en el *top-100* una cuota conjunta de espectadores del 78,3% y las independientes el 21,7% restante. El *Estudio* con más entradas vendidas es Disney con más de 40 millones (cuadro 1.2.15).

En el periodo 2014-2016, el porcentaje de espectadores acumulado por las *Majors* se sitúa por encima del 77,5% y el de las independientes en el 22,5% restante (gráfico 1.2.9). Las empresas con más cuota de mercado son Fox (19%), Disney (18,9%) y Warner (13,9%). Entre las independientes destaca Downtown (8,8%) y Paris filmes (6,3%).

Cuadro 1.2.15

Cuota de espectadores por distribuidoras del Top-100. Brasil

Distribuidoras	2014	%	2015	%	2016	%
Fox	34.958.474	24,5	24.095.771	15,2	30.261.357	17,3
Disney	22.990.763	16,1	28.215.015	17,8	40.047.574	22,9
Warner Bros	18.177.816	12,8	13.369.313	8,4	35.704.597	20,4
Paramount	16.592.189	11,6	10.656.790	6,7	6.080.262	3,5
Sony Pictures	10.669.717	7,5	9.781.421	6,2	11.257.556	6,4
Universal	6.057.536	4,3	36.830.471	23,2	13.304.682	7,6
Imagem	8.931.374	6,3	3.381.950	2,1	4.771.674	2,7
Paris Filmes	8.828.979	6,2	13.415.033	8,5	7.219.215	4,1
Downtown	7.760.845	5,4	11.909.113	7,5	23.375.012	13,4
California	2.873.490	2,0	910.776	0,6	338.457	0,2
H2O Films	756.406	0,5	3.274.740	2,1	0	0,0
Diamond	1.821.446	1,3	1.951.402	1,2	1.595.452	0,9
PlayArte	1.579.562	1,1	0	0,0	0	0,0
Europa	507.324	0,4	0	0,0	0	0,0
Otros	0	0,0	836.072	0,5	658.523	0,4
Total	142.505.921		158.627.867		174.614.361	



En 2016, la producción brasileña *Moisés y los diez mandamientos* (Alexandre Avancini) lidera el ranking cinematográfico con casi 11,2 millones de espectadores, seguida de las películas estadounidenses *Capitán América: Civil War* (9,4 millones) y *Batman Vs. Superman: El amanecer de la justicia* (8,5 millones) (cuadro 1.2.16).

De las diez primeras posiciones, nueve corresponden a obras estadounidenses (una en coproducción con Reino Unido), más el estreno nacional mencionado que figura en la primera posición del ranking (cuadro 1.2.16). La cuota de mercado de estas diez producciones supone el 37,9% del total de espectadores.

Cuadro 1.2.16

Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2015. Brasil

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Moisés y los diez mandamientos: la película	Brasil	11.173.146	28.634.778
2	Capitán América: Civil War	USA	9.443.715	39.387.394
3	Batman Vs. Superman: El amanecer de la justicia	USA	8.537.738	35.494.839
4	Buscando a Dory	USA	8.099.403	34.676.424
5	Escuadrón suicida	USA	7.804.701	36.100.785
6	Deadpool	USA	6.007.550	20.345.914
7	Ice Age: El gran cataclismo	USA	5.243.326	21.271.422
8	Doctor Strange	USA	4.831.158	23.227.207
9	La vida secreta de tus mascotas	USA	4.410.008	18.870.855
10	Animales fantásticos y dónde encontrarlos	R. Unido, USA	4.262.012	19.498.275

En cuanto al *ranking* de estrenos nacionales, aparte de la película citada anteriormente, figuran *Minha mae e uma peça 2* (César Rodrigues) con más de 2,8 millones de espectadores y *Ate que a sorte nos separe: A falencia final* (Roberto Santucci y Marcelo Antúnez) con 2,3 millones. En este *ranking*, las diez obras son íntegramente brasileñas (cuadro 1.2.17).

El estreno iberoamericano más exitoso en 2016 y el único registrado en el top-100 es la producción española *Julieta*, con 198.537 espectadores. La película europea más popular es la producción británica *Animales fantásticos y dónde encontrarlos*, con casi 4,3 millones de espectadores (cuadro 1.2.18).

Cuadro 1.2.17

Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Año 2015. Brasil

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Moisés y los diez mandamientos: la película	Brasil	11.173.146	28.634.778
2	Minha mae e uma peça 2	Brasil	2.811.433	11.803.824
3	Ate que a sorte nos separe: A falencia final	Brasil	2.371.204	7.912.210
4	Carroussel 2 - O sumiço de Maria Joaquina	Brasil	2.203.936	7.802.229
5	E fada	Brasil	1.722.312	6.484.963
6	To Ryca	Brasil	1.120.403	4.572.997
7	Um suburbano sortudo	Brasil	1.071.722	3.566.460
8	Vai que da Certo 2	Brasil	916.506	3.052.702
9	Um namorado para minha mulher	Brasil	665.925	2.775.502
10	O Shaolin do Sertao	Brasil	617.092	2.555.117

Cuadro 1.2.18

Ranking de estrenos cinematográficos de otros países. Año 2016. Brasil

<i>Iberoamérica</i>				
N°	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Julieta	España	198.537	960.676
<i>Europa y resto de países</i>				
N°	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Animales fantásticos y dónde encontrarlos	R.Unido, USA	4.262.012	19.498.275
2	Objetivo: Londres	R.Unido, USA	543.070	2.135.666
3	La chica danesa	R.Unido, USA, Alemania	380.625	1.565.826
4	Bridget Jones's Baby	R.Unido, USA, Francia	312.358	1.728.951
5	Masha y Medved	Rusia	269.597	927.737



CHILE

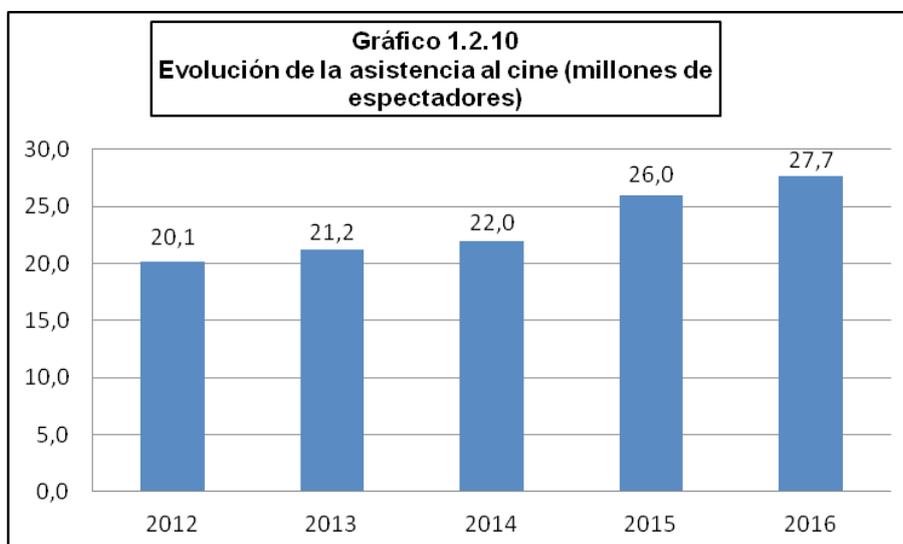
Los cines chilenos en 2016 suman una asistencia de 27,7 millones de espectadores y recaudan 133,6 millones de dólares. La audiencia anual se sitúa en 1,5 películas por habitante y el precio medio de la entrada asciende a 4,8 dólares. El número de estrenos de cine nacional representa el 7,8% y la cuota de espectadores el 6,5% (cuadro 1.2.19).

La evolución de la asistencia a las salas cinematográficas en los últimos cinco años muestra que, en los primeros tres años la venta de entradas se encuentra en un rango comprendido entre 20,1 y 22 millones y en los dos años posteriores aumenta considerablemente hasta casi los 28 millones (gráfico 1.2.10).

Cuadro 1.2.19

Panorama cinematográfico en Chile

	2014	2015	2016
Población (millones)	17,7	18,0	18,1
PIB-PPA (billones USD)	0,414	0,424	0,436
PIB per capita (USD)	23.300	23.800	24.000
Número de pantallas de cine	348	379	388
Ingresos cine (millones USD)	122,2	128,3	133,6
Espectadores cine (millones)	22,0	26,0	27,7
Espectadores cine nacional (millones)	0,58	0,93	1,73
Cuota de mercado cine nacional (%)	2,7	3,6	6,5
Número de estrenos totales	229	220	216
Número de estrenos extranjeros	189	194	199
Número de estrenos nacionales	40	26	17
Asistencia anual por habitante	1,2	1,4	1,5
Precio medio entrada (USD)	5,4	4,9	4,8



La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en 2016 en un 89% del total de espectadores, la del cine nacional en el 6,4% y la cuota del cine europeo en el 3,5% (cuadro 1.2.20).

La cuota acumulada de espectadores en el trienio 2014-2016 refleja el dominio del cine USA, con un 88,2% del mercado, seguido del cine europeo con el 4,3%, y del chileno con un 4%. La presencia del cine iberoamericano en el trienio es del 2,7% (gráfico 1.2.11).

Cuadro 1.2.20

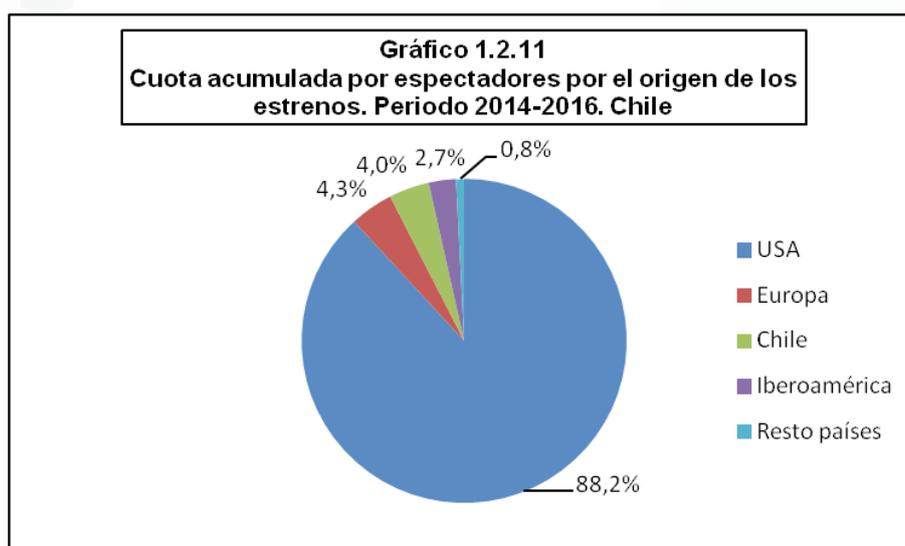
Distribución por el origen de los estrenos del Top-100. Chile

ESPECTADORES						
Origen	2014	%	2015	%	2016	%
USA	18.921.174	92,5	20.105.530	83,1	23.974.249	89,0
Chile	460.387	2,3	846.629	3,5	1.711.919	6,4
Iberoamérica	269.557	1,3	1.514.889	6,3	135.547	0,5
Europa	722.777	3,5	1.410.310	5,8	944.585	3,5
Resto países	84.177	0,4	327.751	1,4	170.815	0,6
Total	20.458.072		24.205.109		26.937.115	

Cuadro 2.2.20

INGRESOS

Origen	2014	%	2015	%	2016	%
USA	101.644.657	93,1	103.416.175	84,4	116.566.823	89,6
Chile	2.018.836	1,8	3.699.948	3,0	7.380.085	5,7
Iberoamérica	1.551.551	1,4	7.434.674	6,1	601.613	0,5
Europa	3.617.575	3,3	6.455.929	5,3	4.714.113	3,6
Resto países	359.149	0,3	1.579.388	1,3	767.078	0,6
Total	109.191.768		122.586.114		130.029.712	

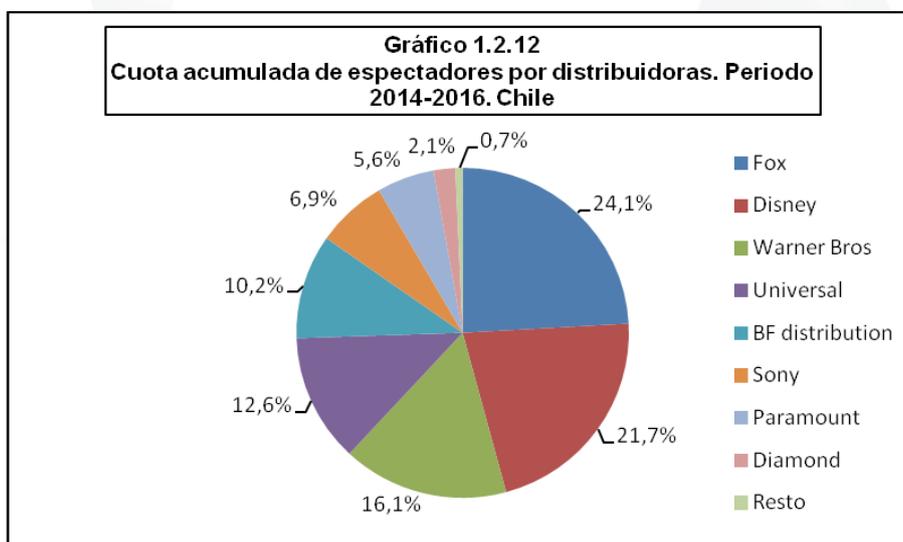


Las distribuidoras americanas, en 2016, representan en el top-100 una cuota conjunta de espectadores de un 87% y las independientes el 13% restante. El *Estudio* con más entradas vendidas es Disney con más de 7 millones (cuadro 1.2.21).

En el periodo 2014-2016, el porcentaje de espectadores acumulado por las *Majors* se sitúa en el 87% y el de las independientes en el 13% restante (gráfico 1.2.12). Las empresas con más cuota de mercado son Fox (24,1%) y Disney (21,7%). Entre las independientes destaca BF Distribution (10,2%).

Cuadro 1.2.21
Cuota de espectadores por distribuidoras del top-100. Chile

Origen	2014	%	2015	%	2016	%
Fox	5.992.430	29,3	4.739.133	19,6	6.326.858	23,5
Warner Bros	3.755.874	18,4	2.311.701	9,6	5.532.050	20,5
Disney	3.476.175	17,0	5.277.691	21,8	7.060.625	26,2
Paramount	2.287.205	11,2	950.690	3,9	435.926	1,6
Sony	1.211.125	5,9	1.987.322	8,2	1.764.346	6,5
Universal	899.881	4,4	5.975.062	24,7	2.311.148	8,6
BF distribution	1.917.715	9,4	2.430.564	10,0	3.044.542	11,3
Diamond	699.949	3,4	340.667	1,4	410.364	1,5
Andes film	86.845	0,4	29.096	0,1	0	0,0
Cinecolor	87.781	0,4	118.065	0,5	51.256	0,2
Resto	43.092	0,2	45.118	0,2	0	0,0
Total	20.458.072		24.205.109		26.937.115	



En 2016, tres producciones americanas de animación lideran el ranking de audiencia cinematográfica en Chile: *Ice Age: El gran cataclismo* (1,5 millones de espectadores), *Buscando a Dory* (1,5 millones) y *La vida secreta de tus mascotas* (1,3 millones). La producción nacional *Sin filtro* (Nicolás López) consigue el cuarto puesto, con casi 1,3 millones de espectadores (cuadro 1.2.22).

Las producciones del *ranking* de estrenos provienen, casi en su totalidad, de Estados Unidos, con un total de nueve películas (una en coproducción con Canadá y otra con Reino Unido) más la película chilena antes referida. La cuota de mercado de estas diez producciones supone el 42,6% del total de espectadores.

Cuadro 1.2.22

Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2016. Chile

N°	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Ice Age: El gran cataclismo	USA	1.526.764	7.769.598
2	Buscando a Dory	USA	1.508.128	6.684.217
3	La vida secreta de tus mascotas	USA	1.307.407	6.070.010
4	Sin filtro	Chile	1.290.926	5.476.534
5	Capitán América: Civil War	USA	1.206.412	6.619.101
6	Expediente Warren: El caso Enfield	USA, Canadá	1.188.332	5.757.670
7	El libro de la selva	USA, R.Unido	974.891	4.592.801
8	Escuadrón suicida	USA	954.158	5.262.749
9	Zootropolis	USA	948.474	4.062.865
10	Batman V Superman: El amanecer de la justicia	USA	905.096	5.119.780

En cuanto al *ranking* de estrenos nacionales, aparte de la citada película figuran *Argentino QL* (Pato Pimienta), con 272.735 espectadores, la coproducción con España y Argentina *Neruda* (Pablo Larraín) con 94.429 y *Prueba de actitud* (Fabrizio Copano y Augusto Matte) con 28.960 espectadores (cuadro 1.2.23).

El estreno iberoamericano más exitoso en 2016 es la obra argentina *El hilo rojo* (Daniela Goggi), con 96.730 espectadores. La película europea más popular es la producción británica *Animales fantásticos y dónde encontrarlos*, con 545.497 espectadores (cuadro 1.2.24).

Cuadro 1.2.23

Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Año 2016. Chile

N°	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Sin filtro	Chile	1.290.926	5.476.534
2	Argentino QL	Chile	272.735	1.181.557
3	Neruda	Chile, Argentina, España	94.429	470.330
4	Prueba de actitud	Chile	28.960	143.620
5	Aquí no ha pasado nada	Chile, Francia, USA	12.801	61.445
6	Rara	Chile, Argentina	12.325	59.160
7	Como bombo en fiesta	Chile	11.133	53.438
8	Un caballo llamado elefante	Chile, Colombia, México	5.491	26.357
9	Vida sexual de las plantas	Chile	3.776	18.125
10	Talión	Chile	3.303	15.854

Cuadro 1.2.24

Ranking de estrenos cinematográficos de otros países. Año 2016. Chile

Iberoamérica				
N°	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	El hilo rojo	Argentina	96.730	435.173
2	Atrapa la bandera	España	38.817	166.440
3	Al final del túnel	Argentina, España	28.960	143.620

<i>Europa y resto de países</i>				
Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Animales fantásticos y dónde encontrarlos	R. Unido, USA	545.497	2.879.436
2	Invasión zombie	Corea del Sur	131.643	588.043
3	Bridget Jones's Baby	R. Unido, USA, Francia	102.978	498.264
4	Ich seh Ich seh	Austria	80.858	358.522
5	Robinson, una aventura tropical	Francia, Bélgica	51.256	211.709





COLOMBIA

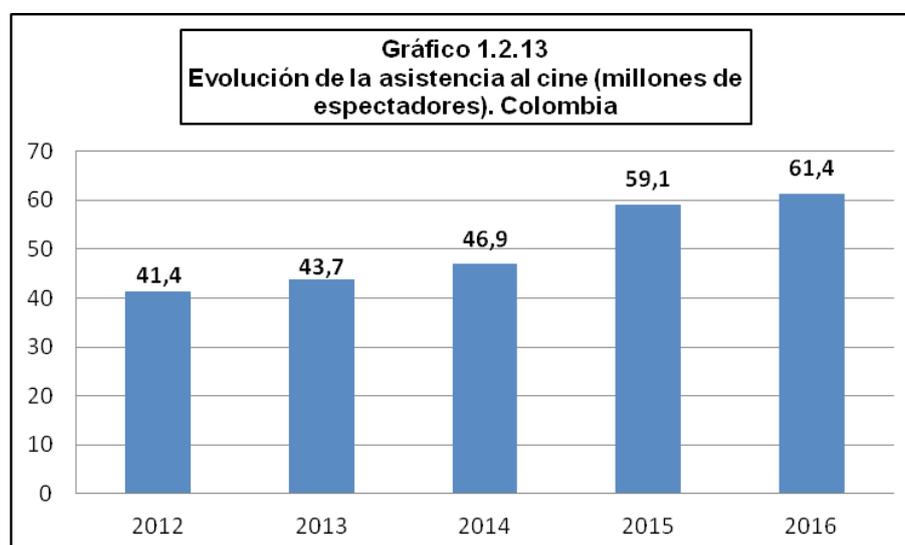
Los cines colombianos en 2016 suman una asistencia de 61,4 millones de espectadores y recaudan 173,9 millones de dólares. La audiencia anual se sitúa en 1,2 películas por habitante y el precio medio de la entrada es de 3,1 dólares. El número de estrenos de cine nacional representa el 13,1% y la cuota de espectadores el 7,8% (cuadro 1.2.25).

La evolución de la asistencia a las salas cinematográficas en los últimos cinco años muestra una tendencia ascendente desde los 41 millones de espectadores alcanzados en 2012 hasta los 61 de 2016 (gráfico 1.2.13).

Cuadro 1.2.25

Panorama cinematográfico en Colombia

Datos	2014	2015	2016
Población (millones)	46,6	46,7	47,2
PIB-PPA (billones USD)	0,648	0,665	0,690
PIB per capita (USD)	13.600	14.000	14.200
Número de pantallas de cine	879	935	1.008
Ingresos cine (millones USD)	189,1	179,9	173,9
Espectadores cine (millones)	46,9	59,1	61,4
Espectadores cine nacional (millones)	2,20	5,81	4,78
Cuota de mercado cine nacional (%)	4,7	9,8	7,8
Número de estrenos totales	249	301	312
Número de estrenos extranjeros	221	265	271
Número de estrenos nacionales	28	36	41
Asistencia anual por habitante	1,0	1,2	1,2
Precio medio entrada (USD)	4,0	3,0	3,1



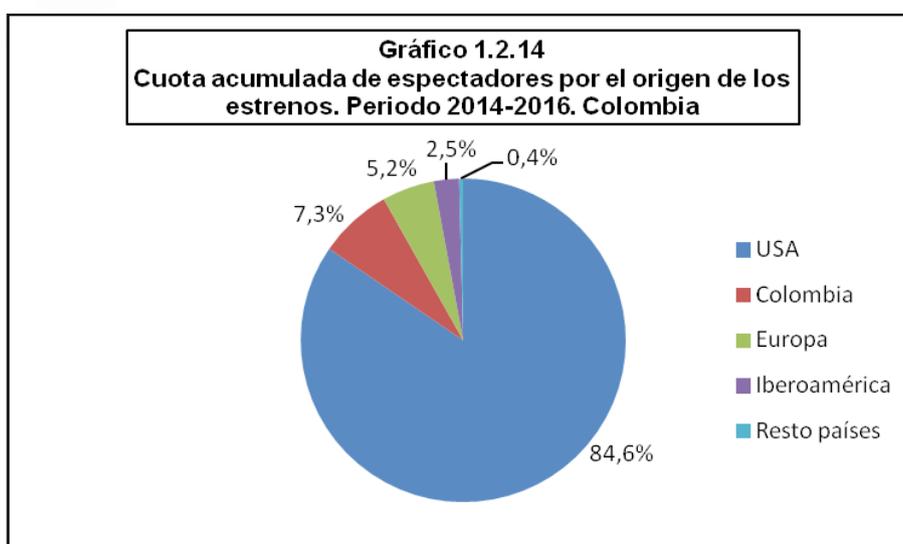
La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en 2016 en un 88,7% del total de espectadores, la del cine nacional en el 7,8% y a cuota del cine europeo en el 3,4% (cuadro 1.2.26).

La cuota acumulada de espectadores en el trienio 2014-2016 refleja el dominio del cine USA, con un 84,6% del mercado, seguido del cine colombiano con el 7,5%, y del europeo con un 5,2%. La presencia del cine iberoamericano en el trienio es del 2,5% (gráfico 1.2.14).

Cuadro 1.2.26
Distribución por el origen de los estrenos del top-100. Colombia

ESPECTADORES						
Origen	2014	%	2015	%	2016	%
USA	36.523.240	85,8	43.930.557	79,5	51.259.841	88,7
Colombia	1.559.803	3,7	5.722.118	10,4	4.493.549	7,8
Iberoamérica	2.422.267	5,7	959.055	1,7	0	0,0
Europa	1.819.295	4,3	4.366.483	7,9	1.955.505	3,4
Resto países	243.074	0,6	298.341	0,5	108.380	0,2
Total	42.567.679		55.276.554		57.817.275	

INGRESOS						
Origen	2014	%	2015	%	2016	%
USA	155.066.578	87,2	142.645.299	82,9	146.385.761	89,7
Colombia	5.539.952	3,1	12.946.242	7,5	11.179.389	6,8
Iberoamérica	9.632.565	5,4	2.758.377	1,6	0	0,0
Europa	6.642.460	3,7	12.958.396	7,5	5.397.275	3,3
Resto países	895.931	0,5	783.180	0,5	252.300	0,2
Total	177.777.486		172.091.494		163.214.725	



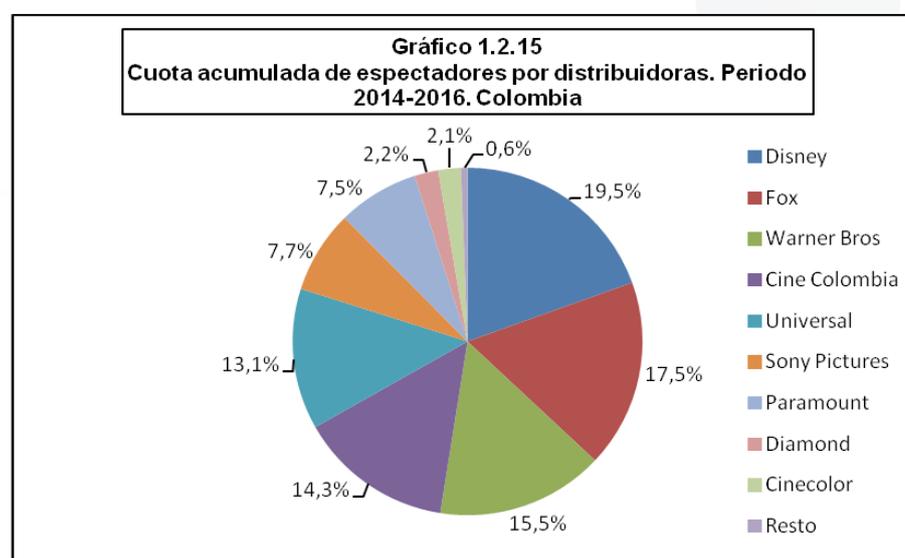
Las distribuidoras americanas, en 2016, representan en el top-100 una cuota conjunta de espectadores del 84,5% y las independientes el 15,5% restante. El Estudio con más entradas vendidas es Disney con más de 15 millones (cuadro 1.2.27).

En el periodo 2014-2016, el porcentaje de espectadores acumulado por las *Majors* se sitúa en el 80,7% y el de las independientes en el 19,3% restante (gráfico 1.2.15). Las empresas con más cuota de mercado son Disney (19,5%) y Fox (17,5%). Entre las independientes destaca Cine Colombia (14,3%).

Cuadro 1.2.27

Cuota de espectadores por distribuidoras del top-100. Colombia

Origen	2014	%	2015	%	2016	%
Fox	9.176.031	21,6	7.596.074	13,7	9.898.984	17,1
Disney	7.190.348	16,9	8.510.049	15,4	15.079.550	26,1
Warner Bros	6.296.231	14,8	6.029.857	10,9	12.022.468	20,8
Paramount	5.317.647	12,5	3.350.744	6,1	2.254.271	3,9
Universal	2.716.230	6,4	12.934.993	23,4	5.492.214	9,5
Sony Pictures	2.496.048	5,9	5.660.375	10,2	4.101.440	7,1
Cine Colombia	6.826.283	16,0	9.463.651	17,1	5.671.789	9,8
Cinecolor	1.794.404	4,2	602.400	1,1	581.148	1,0
Diamond	469.597	1,1	1.023.764	1,9	2.088.203	3,6
Canzion	192.673	0,5	0	0,0	0	0,0
Independent	92.187	0,2	0	0,0	0	0,0
Compañía Intern.	0	0,0	104.647	0,2	0	0,0
Resto distribuidora	0	0,0	0	0,0	627.208	1,1
Total	42.567.679		55.276.554		57.817.275	



En 2016, la película de animación americana *Buscando a Dory* lidera el ranking de audiencia cinematográfica en Colombia (2,8 millones de espectadores), seguido de *Batman Vs. Superman: El amanecer de la justicia* (2,5 millones) y la coproducción entre Estados Unidos y Canadá *Expediente Warren: El caso Enfield* (2,4 millones).

Todas las producciones del ranking de espectadores son estadounidenses (una en coproducción con Canadá y otra con Reino Unido). La cuota de mercado de las diez producciones supone el 34,5% del total de espectadores (cuadro 1.2.28).

Cuadro 1.2.28

Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2015. Colombia

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Buscando a Dory	USA	2.780.568	\$3.078.089
2	Batman V Superman: El amanecer de la justicia	USA	2.479.432	\$2.744.731
3	Expediente Warren: El caso Enfield	USA, Canadá	2.397.293	\$2.653.803
4	Escuadrón suicida	USA	2.221.614	\$2.459.327
5	Capitán América: Civil War	USA	2.163.271	\$2.394.741
6	Zootropolis	USA	2.049.474	\$2.268.768
7	Ice Age: El gran cataclismo	USA	2.001.356	\$2.215.501
8	El libro de la selva	USA, R. Unido	1.930.689	\$2.137.273
9	La vida secreta de tus mascotas	USA	1.611.774	\$1.784.234
10	X-Men: Apocalipsis	USA	1.541.401	\$1.706.331

En cuanto al *ranking* de estrenos nacionales, figuran en primer lugar *El coco* (Juan Camilo Pinzón) con 1,1 millones de espectadores, seguida de *Agente ñero ñero 7* (Gabriel Casilimas) con 735.965 espectadores y *Uno al año no hace daño 2* (Juan Camilo Pinzón) con 729.846 (cuadro 1.2.29). De las diez producciones de este ranking, siete son películas íntegramente colombianas y tres son coproducciones con países iberoamericanos (Argentina, México y Venezuela)

En el top-100 cinematográfico de Colombia no se encuentran estrenos iberoamericanos no nacionales. La película europea más popular es la producción británica *Animales fantásticos y dónde encontrarlos*, con 946.119 espectadores (cuadro 1.2.30).

Cuadro 1.2.29

Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Año 2015. Colombia

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	El coco	Colombia	1.154.011	2.688.609
2	Agente ñero ñero 7	Colombia	735.965	1.728.352
3	Uno al año no hace daño 2	Colombia	729.846	1.711.152
4	El paseo 4	Colombia	662.344	1.787.903
5	¿Usted no sabe quién soy yo?	Colombia	628.916	1.492.561
6	El abrazo de la serpiente	Colombia, Argentina, Venezuela	336.814	1.150.334
7	Malcriados	Colombia, Argentina	135.585	342.818
8	Polvo carnavalero	Colombia	110.068	277.659
9	El lamento	Colombia, México	59.656	149.140
10	El soborno del cielo	Colombia	44.497	111.243

Cuadro 1.2.30

Ranking de estrenos cinematográficos de otros países. Año 2014. Colombia

Europa y resto de países

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Animales fantásticos y dónde encontrarlos	R. Unido, USA	946.119	2.874.119
2	Objetivo: Londres	R. Unido, USA	310.314	761.968
3	Siete vidas: Este gato es un peligro	Francia, Canadá, China	178.516	429.684
4	The Woods	Irlanda, R. Unido	119.121	257.167
5	Presencia siniestra	Francia, Canadá	116.228	275.209



COSTA RICA

Los cines costarricenses en 2016 suman una asistencia de 7,4 millones de espectadores y recaudan 41,6 millones de dólares. La audiencia anual se sitúa en 1,5 películas por habitante y el precio medio de la entrada asciende a 5,6 dólares. El número de estrenos de cine nacional representa el 1,3% y la cuota de espectadores el 1,7% (cuadro 1.2.31).

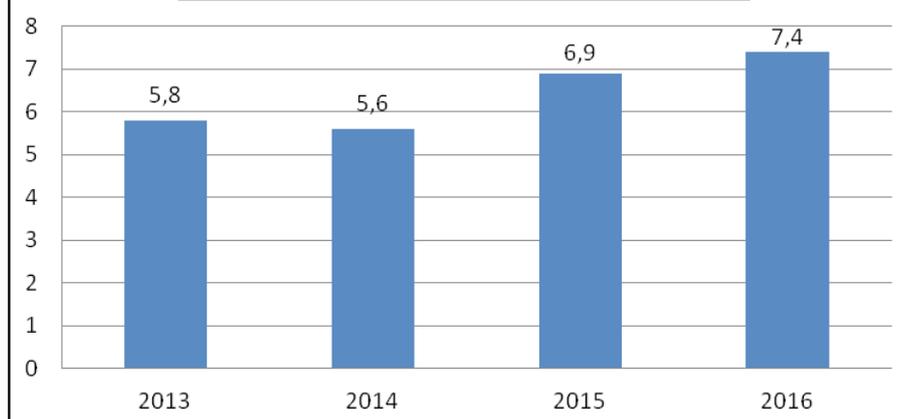
La evolución de la asistencia a las salas cinematográficas en los últimos cuatro años muestra un primer bienio comprendido entre 5,6 y 5,8 millones de entradas vendidas, y un segundo periodo en el que aumenta la asistencia hasta 6,9 millones de espectadores en 2015 y 7,4 millones en 2016 (gráfico 1.2.16).

Cuadro 1.2.31

Panorama cinematográfico en Costa Rica

Datos	2014	2015	2016
Población (millones)	4,7	4,8	4,8
PIB-PPA (billones USD)	0,073	0,076	0,079
PIB per capita (USD)	15.300	15.700	16.100
Número de pantallas de cine	110	140	145
Ingresos cine (millones USD)	29,8	38,3	41,6
Espectadores cine (millones)	5,6	6,9	7,4
Espectadores cine nacional (millones)	0,32	0,72	0,12
Cuota de mercado cine nacional (%)	5,8	11,2	1,7
Número de estrenos totales	174	203	230
Número de estrenos extranjeros	169	196	227
Número de estrenos nacionales	5	7	3
Asistencia anual por habitante	1,2	1,3	1,5
Precio medio entrada (USD)	5,3	5,6	5,6

Gráfico 1.2.16
Evolución de la asistencia al cine (millones de espectadores). Costa Rica



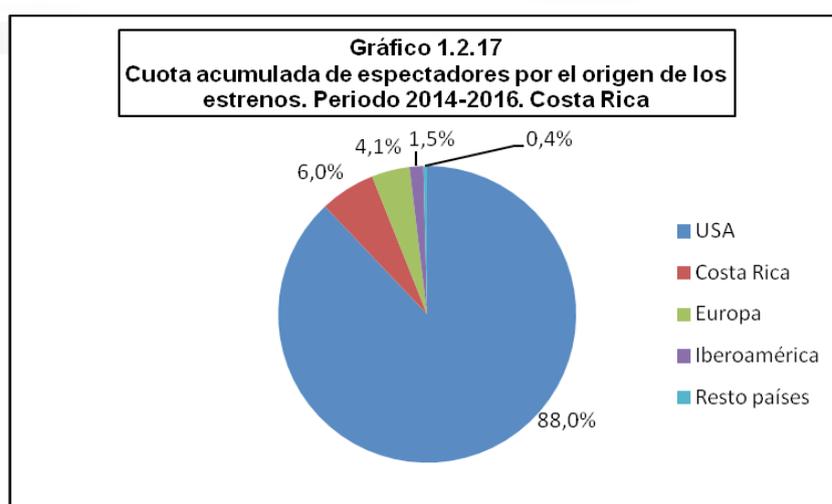
La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa, en 2016, en el 93,3% del total de espectadores, la del cine nacional en el 1,8% y la del cine europeo en el 4,4% (cuadro 1.2.32).

La cuota acumulada de espectadores en el trienio 2014-2016 refleja el dominio del cine USA, con un 88% del mercado, seguido del cine costarricense con el 6%, y del europeo con un 4,1%. La presencia del cine iberoamericano en el trienio es del 1,5% (gráfico 1.2.17).

Cuadro 1.2.32
Distribución por el origen de los estrenos del top-100. Costa Rica

ESPECTADORES						
Origen	2014	%	2015	%	2016	%
USA	4.848.353	88,4	5.555.918	82,0	6.661.112	93,3
Costa Rica	318.361	5,8	707.934	10,5	130.109	1,8
Iberoamérica	91.184	1,7	168.341	2,5	27.827	0,4
Europa	205.800	3,8	283.271	4,2	317.432	4,4
Resto países	22.426	0,4	57.236	0,8	0	0,0
Total	5.486.124		6.772.700		7.136.480	

INGRESOS						
Origen	2014	%	2015	%	2016	%
USA	25.804.513	88,8	31.570.251	84,5	37.393.019	93,4
Costa Rica	1.613.034	5,6	2.976.156	8,0	632.551	1,6
Iberoamérica	457.334	1,6	1.010.325	2,7	126.960	0,3
Europa	1.090.995	3,8	1.530.578	4,1	1.869.844	4,7
Resto países	93.761	0,3	262.366	0,7	0	0,0
Total	29.059.637		37.349.676		40.022.374	



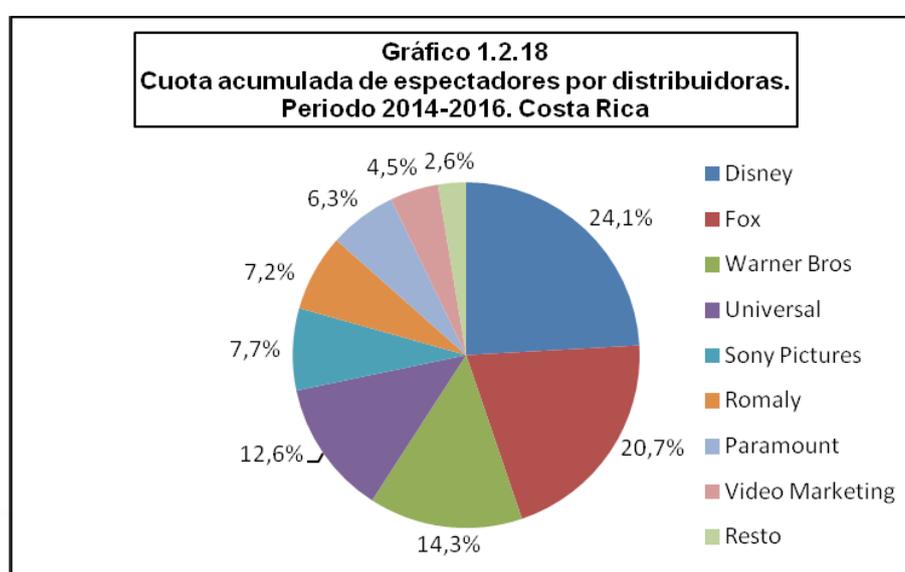
Las distribuidoras americanas, en 2016, representan en el *top-100* una cuota conjunta de espectadores del 93,6% y las independientes el 6,4% restante. El *Estudio* con más entradas vendidas es Disney con 2,1 millones (cuadro 1.2.33).

En el periodo 2014-2016, el porcentaje de espectadores acumulado por las *Majors* se sitúa en el 85,8% y el de las independientes en el 14,2% restante (gráfico 1.2.18). Las empresas con más cuota de mercado son Disney (24,1%) y Fox (20,7%). Entre las independientes destaca Romaly (7,2%).

Cuadro 1.2.33

Cuota de espectadores por distribuidoras del top-100. Costa Rica

Origen	2014	%	2015	%	2016	%
Fox	1.441.149	26,3	983.941	14,5	1.527.728	21,4
Disney	1.030.492	18,8	1.630.961	24,1	2.106.856	29,5
Warner Bros	774.729	14,1	531.400	7,8	1.494.335	20,9
Paramount	641.185	11,7	240.387	3,5	258.767	3,6
Sony Pictures	361.504	6,6	563.444	8,3	589.283	8,3
Universal	274.750	5,0	1.551.948	22,9	705.647	9,9
Romaly	486.839	8,9	672.698	9,9	190.248	2,7
Video Marketing	380.458	6,9	447.235	6,6	0	0,0
Resto	95.018	1,7	150.686	2,2	263.616	3,7
Total	5.486.124		6.772.700		7.136.480	



En 2016, las películas de animación americanas *Buscando a Dory* (439.855 espectadores), *Ice Age: el gran cataclismo* (392.922) y *Zootropolis* (311.784) lideran el ranking de audiencia cinematográfica en Costa Rica (cuadro 1.2.34).

Las diez primeras posiciones del ranking son producciones estadounidenses (dos en coproducción con Reino Unido y una con Canadá). La cuota de mercado de estas diez producciones supone el 40,5% del total de espectadores.

Cuadro 1.2.34

Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2016. Costa Rica

N°	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Buscando a Dory	USA	439.855	2.025.950
2	Ice Age: El gran cataclismo	USA	392.922	1.980.903
3	Zootropolis	USA	311.784	1.454.459
4	Capitán América: Civil War	USA	299.553	1.773.972
5	Batman V Superman: El amanecer de la justicia	USA	297.191	1.770.593

6	La vida secreta de tus mascotas	USA	291.652	1.259.592
7	El libro de la selva	USA, R. Unido	275.336	1.448.078
8	Escuadrón suicida	USA	252.027	1.364.048
9	Expediente Warren: El caso Enfield	USA, Canadá	206.525	939.734
10	Animales fantásticos y dónde encontrarlos	R. Unido, USA	191.085	1.091.780

En cuanto al *ranking* de estrenos nacionales en 2016, figura en primer lugar *Entonces nosotros* (Hernán Jiménez) con 116.791 espectadores, muy destacada sobre el resto. Las 4 películas del cuadro son íntegramente costarricenses (cuadro 1.2.35).

El estreno iberoamericano con más éxito en Costa Rica, y el único que figura en el top-100, es la producción española de animación *Atrapa la bandera* (Enrique Gato) con 27.827 espectadores. La película europea más popular es la producción británica *Animales fantásticos y dónde encontrarlos*, con 191.085 espectadores (cuadro 1.2.36).

Cuadro 1.2.35

Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Año 2016. Costa Rica

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Entonces nosotros	Costa Rica	116.791	579.953
2	Toque de lo alto	Costa Rica	5.652	27.446
3	First lady of the revolution	Costa Rica	2.712	14.015
4	El lugar más feliz del mundo	Costa Rica	2.241	7.944

Cuadro 1.2.36

Ranking de estrenos cinematográficos de otros países. Año 2016. Costa Rica

<i>Iberoamérica</i>				
Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Atrapa la bandera	España	27.827	126.960
<i>Europa y resto de países</i>				
Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Animales fantásticos y dónde encontrarlos	R. Unido, USA	191.085	1.208.600
2	Robinson, una aventura tropical	Francia, Bélgica	26.159	120.538
3	Bridget Jones's Baby	R. Unido, USA, Francia	21.202	116.131
4	Heidi	Alemania, Suiza, Sudáfrica	20.243	96.026
5	La chica danesa	R. Unido, USA, Alemania	19.340	100.723



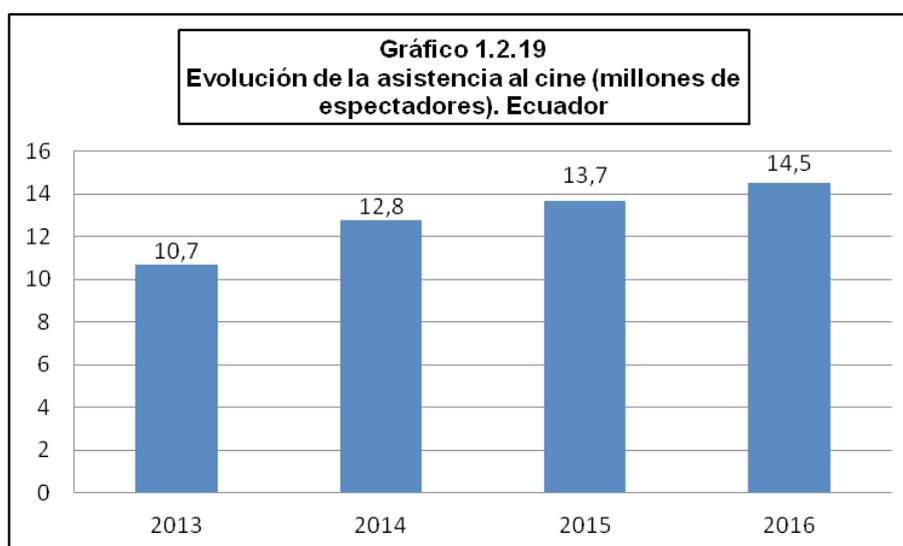
ECUADOR

Los cines de Ecuador en 2016 suman una asistencia de 14,5 millones de espectadores y recaudan 67,5 millones de dólares. La audiencia anual se sitúa en 0,9 películas por habitante y el precio medio de la entrada es de 4,6 dólares. El número de estrenos de cine nacional representa el 3,9% y la cuota de espectadores el 0,9% (cuadro 1.2.37).

La evolución de la asistencia a las salas cinematográficas en los últimos cuatro años muestra una tendencia alcista desde los 10,7 millones de espectadores de 2013 hasta los 14,5 de 2016 (gráfico 1.2.19).

Cuadro 1.2.37
Panorama cinematográfico en Ecuador

Datos	2014	2015	2016
Población (millones)	15,7	15,8	16,0
PIB-PPA (billones USD)	0,186	0,186	0,182
PIB per capita (USD)	11.600	11.500	11.000
Número de pantallas de cine	300	302	302
Ingresos cine (millones USD)	57,7	54,8	67,5
Asistencia espectadores (millones)	12,8	13,7	14,5
Espectadores cine nacional (millones)	0,08	0,07	0,13
Cuota de mercado cine nacional (%)	0,6	0,5	0,9
Número de estrenos totales	177	211	258
Número de estrenos extranjeros	160	198	248
Número de estrenos nacionales	17	13	10
Asistencia anual por habitante	0,9	0,9	0,9
Precio medio entrada (USD)	3,9	4,0	4,6



La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en 2016 en un 93,9% del total de espectadores, la del cine nacional en el 0,6% y la del cine europeo en el 4% (cuadro 1.2.38).

La cuota acumulada de espectadores en el trienio 2014-2016 refleja el dominio del cine USA, con un 92,4% del mercado, seguido del cine europeo con el 3,7% y del iberoamericano con un 2,1% (gráfico 1.2.20).

Cuadro 1.2.38

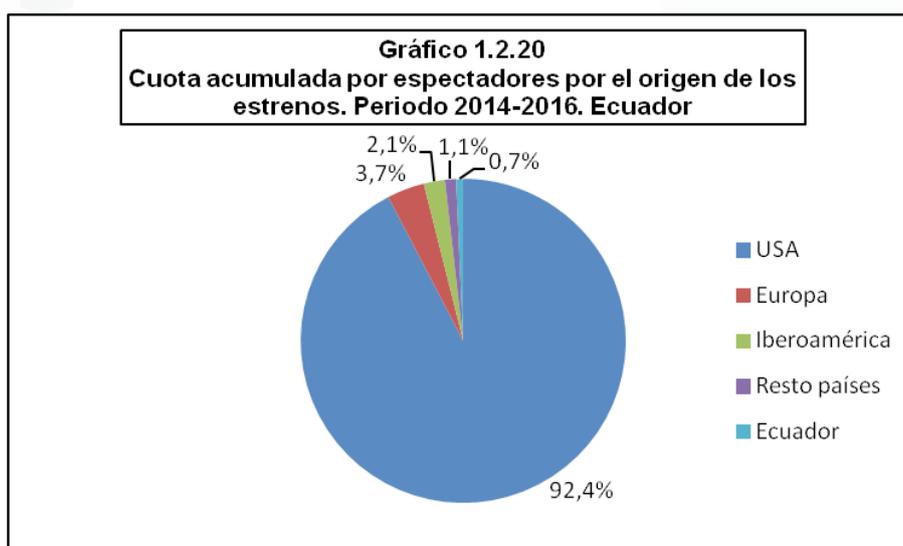
Cuota de espectadores por el origen de los estrenos del top-100. Ecuador

ESPECTADORES						
Origen	2014	%	2015	%	2016	%
USA	6.617.864	95,1	8.919.589	88,1	12.758.089	93,9
Ecuador	68.206	1,0	58.962	0,6	85.530	0,6
Iberoamérica	92.798	1,3	425.743	4,2	116.124	0,9
Europa	116.502	1,7	541.706	5,4	542.177	4,0
Resto países	60.286	0,9	174.724	1,7	83.873	0,6
Total	6.955.656		10.120.724		13.585.793	

INGRESOS

Cuota de espectadores por el origen de los estrenos del del top-100. Ecuador

Origen	2014	%	2015	%	2016	%
USA	52.408.826	93,1	35.678.356	88,1	59.995.216	94,4
Ecuador	160.969	0,3	235.847	0,6	361.706	0,6
Iberoamérica	1.432.529	2,5	1.702.973	4,2	466.824	0,7
Europa	1.607.928	2,9	2.166.823	5,4	2.411.563	3,8
Resto países	722.659	1,3	698.897	1,7	338.208	0,5
Total	56.332.911		40.482.896		63.573.517	

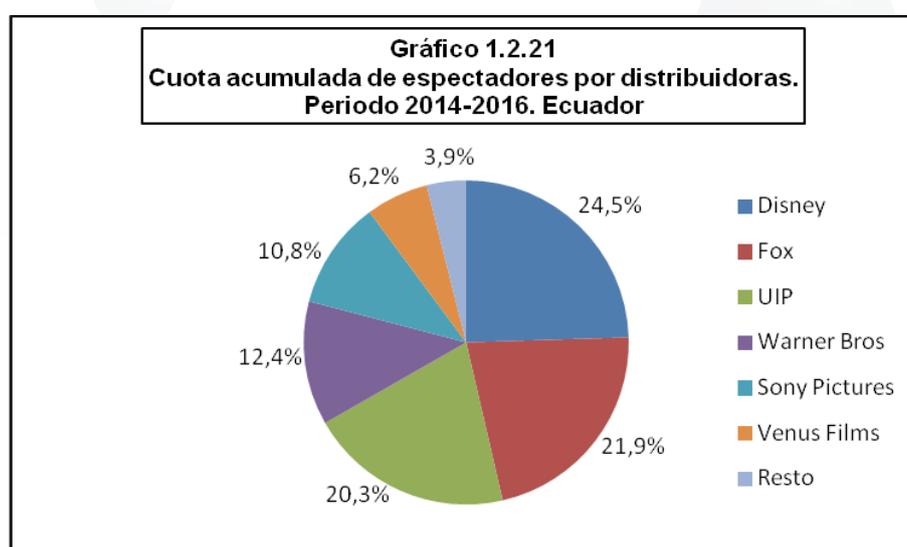


Las distribuidoras americanas, en 2016, representan en el top-100 una cuota conjunta de espectadores el 89,4% y las independientes el 10,6% restante. El *Estudio* con más entradas vendidas es Disney con casi 3,7 millones (cuadro 1.2.39).

En el periodo 2014-2016, el porcentaje de espectadores acumulado por las *Majors* se sitúa en el 89,9% y el de las independientes en el 10,1% (gráfico 1.2.21). Las empresas con más cuota de mercado son Disney (24,5%) y Fox (21,9%). Entre las independientes destaca Venus Films (6,2%).

Cuadro 1.2.39
Cuota de espectadores por distribuidoras del top 100. Ecuador

Origen	2014	%	2015	%	2016	%
Fox	2.125.414	30,6	1.673.014	16,5	2.521.502	18,6
Disney	1.556.586	22,4	2.440.144	24,1	3.667.178	27,0
UIP	1.275.156	18,3	2.957.932	29,2	1.802.419	13,3
Warner Bros	578.392	8,3	639.838	6,3	3.068.651	22,6
Sony Pictures	762.781	11,0	1.378.040	13,6	1.081.194	8,0
Venus Films	514.505	7,4	455.288	4,5	913.983	6,7
IDC	59.652	0,9	196.933	1,9	0	0,0
Multicine	27.074	0,4	71.648	0,7	62.028	0,5
Importadora El Rosado	20.395	0,3	127.979	1,3	0	0,0
Independent	5.493	0,1	75.121	0,7	172.436	1,3
Consorcio Film	0	0,0	84.210	0,8	112.005	0,8
Resto Distribuidoras	30.208	0,4	20.577	0,2	184.397	1,4
Total	6.955.656		10.120.724		13.585.793	



En 2016, las películas norteamericanas *Capitán América: Civil War* (799.681), *Batman Vs. Superman: El amanecer de la justicia* (764.000) e *Ice Age: El gran cataclismo* (571.198) lideran el ranking de audiencia cinematográfica en Ecuador (cuadro 1.2.40).

En cuanto al origen de las diez películas más populares, todas ellas son producciones estadounidenses (una en coproducción con Canadá y otra con Reino Unido). La cuota de mercado de estas diez producciones supone el 37,9% del total de espectadores.

Cuadro 1.2.40

Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2016. Ecuador

N°	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Capitán América: Civil War	USA	799.681	127.207
2	Batman Vs. Superman: El amanecer de la justicia	USA	764.771	101.412
3	Ice Age: El gran cataclismo	USA	571.198	2.672.099
4	Escuadrón suicida	USA	557.706	188.371
5	Expediente Warren: El caso Enfield	USA, Canadá	546.521	173.335
6	Zootropolis	USA	527.127	121.862
7	El libro de la selva	USA, R.Unido	456.064	112.916
8	Buscando a Dory	USA	443.539	151.138
9	La vida secreta de tus mascotas	USA	421.057	354.604
10	Doctor Strange	USA	372.137	141.797

En cuanto al *ranking* de estrenos nacionales, figura en primer lugar la película ecuatoriana *Con alas pa' volar* (Álex Jacome) con 46.375 espectadores, seguida de las coproducciones *Sin muertos no hay carnaval* (Sebastián Cordero), con 39.155, y *Alba* (Ana Cristina Barragán), con 11.872 (cuadro 1.2.41).

El estreno iberoamericano con más éxito en 2016 es la película peruana *No estamos solos* (Daniel Rodríguez Risco), con 39.821 espectadores. La película europea más popular es la producción británica *Animales fantásticos y dónde encontrarlos*, con 270.513 espectadores (cuadro 1.2.42).

Cuadro 1.2.41

Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Año 2016. Ecuador

N°	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Con alas pa' volar	Ecuador	46.375	1.249.438
2	Sin muertos no hay carnaval	Ecuador, México, Alemania	39.155	933.735
3	Alba	Ecuador, México, Grecia	11.872	58.872
4	Noche amarilla	Ecuador	11.296	47.233
5	Translúcido	Ecuador, USA	9.955	45.079
6	Sed	Ecuador	3.845	16.369
7	Entre sombras: averno	Ecuador	2.512	10.912
8	Intanstánea	Ecuador	2.312	9.911
9	Acariciando a mi niño	Ecuador	2.045	9.019
10	Travesía	Ecuador	1.441	7.440

Cuadro 1.2.42

Ranking de estrenos cinematográficos de otros países. Año 2016. Ecuador

Iberoamérica

N°	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	No estamos solos	Perú	39.821	121.795
2	Don gato 2: el inicio de la pandilla	México	28.198	887.365
3	Tiny, el gran cambio de Violetta	España, Argentina	24.220	106.330
4	Locos de amor	Perú	23.885	97.821

<i>Europa y resto de países</i>				
N°	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Animales fantásticos y dónde encontrarlos	R.Unido, USA	270.513	137.464
2	Siete vidas: Este gato es un peligro	Francia, Canadá, China	71.003	166.672
3	The faith of Anna Waters	Singapur, USA	54.337	4.026.517
4	Bridget Jones's Baby	R.Unido, USA	38.581	178.689
5	Objetivo: Londres	R.Unido, USA	38.531	158.053



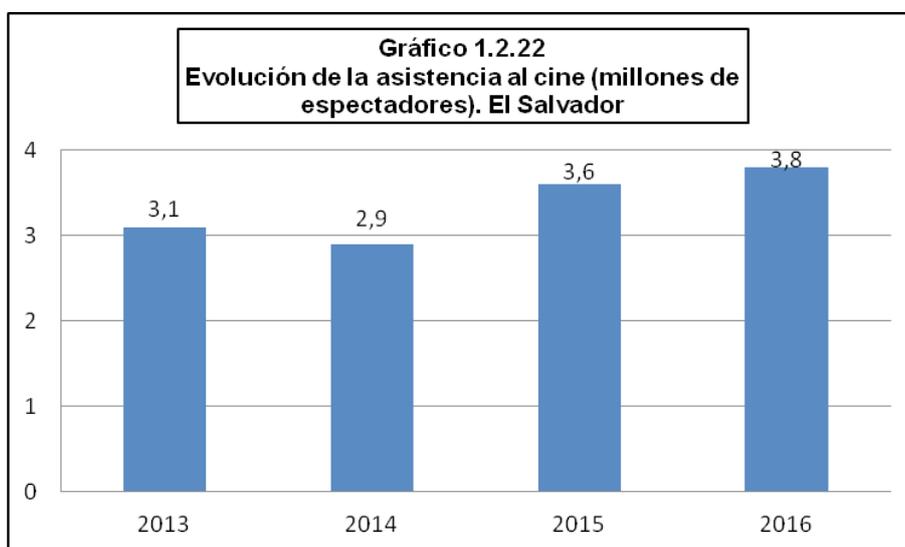
EL SALVADOR

Los cines salvadoreños en 2016 suman una asistencia de 3,8 millones de espectadores y recaudan 14,8 millones de dólares. La audiencia anual se sitúa en 0,6 películas por habitante y el precio medio de la entrada es de 3,9 dólares. El número de estrenos de cine nacional representa el 1% y la cuota de espectadores el 0,01% (cuadro 1.2.43).

La evolución de la asistencia a las salas cinematográficas en los últimos cuatro años muestra que la audiencia desciende desde los 3,1 millones de espectadores de 2013 hasta los 2,9 de 2014 y aumenta en los dos siguientes hasta los 3,6 y los 3,8 millones (gráfico 1.2.22).

Cuadro 1.2.43
Panorama cinematográfico en El Salvador

Datos	2014	2015	2016
Población (millones)	6,1	6,1	6,1
PIB-PPA (billones USD)	0,052	0,053	0,054
PIB per capita (USD)	8.600	8.700	8.900
Número de pantallas de cine	61	65	68
Ingresos cine (millones USD)	10,9	13,9	14,8
Asistencia espectadores (millones)	2,9	3,6	3,8
Espectadores cine nacional (millones)	0,03	0,01	0,0004
Cuota de mercado cine nacional (%)	1,0	0,3	0,01
Número de estrenos totales	148	174	194
Número de estrenos extranjeros	143	171	192
Número de estrenos nacionales	5	3	2
Asistencia anual por habitante	0,5	0,6	0,6
Precio medio entrada (USD)	3,7	3,8	3,9



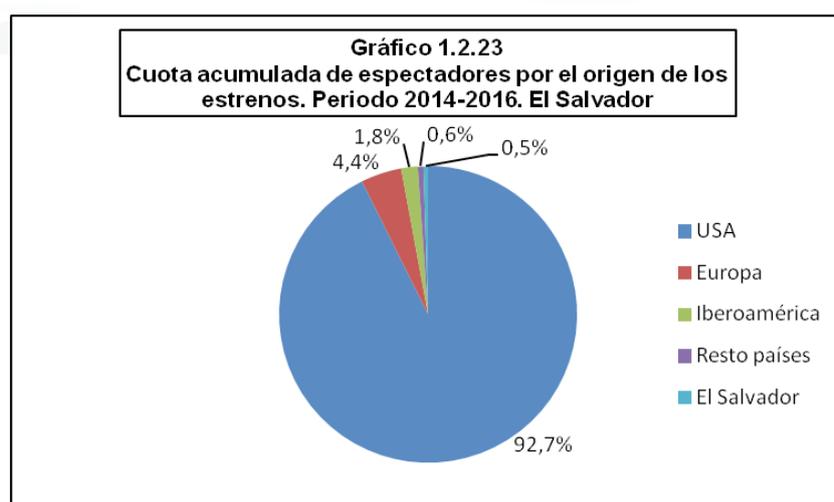
La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en 2016 en un 94,9% del total de espectadores. Además, la presencia del cine europeo es del 4,5% (cuadro 1.2.44).

La cuota acumulada de espectadores en el trienio 2014-2016 refleja el dominio del cine USA, con un 92,7% del mercado, seguido del cine europeo con el 4,4% y del iberoamericano con un 1,8% (gráfico 1.2.23).

Cuadro 1.2.44
Distribución por el origen de los estrenos del Top-100. El Salvador

ESPECTADORES						
Origen	2014	%	2015	%	2016	%
USA	2.802.333	93,6	3.196.181	89,7	3.551.492	94,9
El Salvador	34.993	1,2	8.237	0,2	0	0,0
Iberoamérica	46.671	1,6	122.482	3,4	13.833	0,4
Europa	102.809	3,4	187.448	5,3	169.582	4,5
Resto países	8.461	0,3	50.220	1,4	5.695	0,2
Total	2.995.267		3.564.568		3.740.602	

INGRESOS						
Origen	2014	%	2015	%	2016	%
USA	10.320.642	93,7	12.308.038	90,3	13.686.476	95,0
El Salvador	127.160	1,2	29.661	0,2	0	0,0
Iberoamérica	158.354	1,4	452.837	3,3	49.730	0,3
Europa	373.406	3,4	676.116	5,0	653.619	4,5
Resto países	29.558	0,3	171.005	1,3	20.131	0,1
Total	11.009.120		13.637.657		14.409.956	



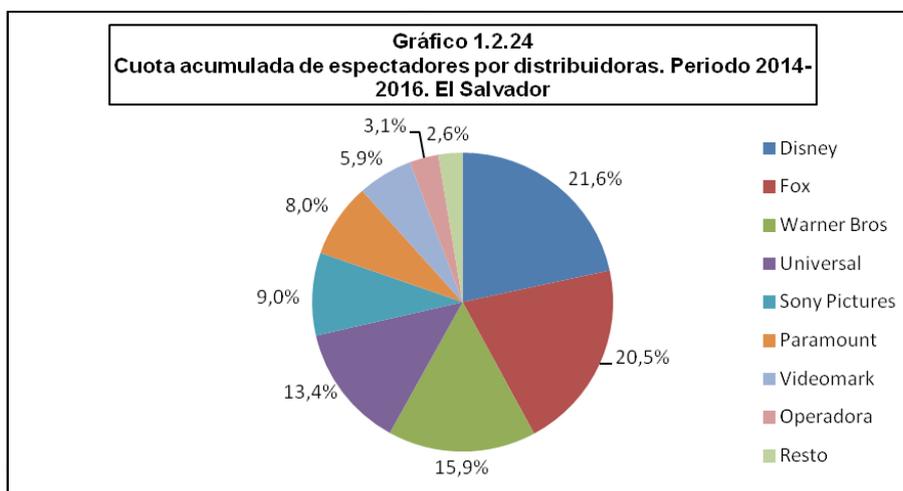
Las distribuidoras americanas, en 2016, representan en el *top-100* una cuota conjunta de espectadores del 91,4% y las independientes el 8,6% restante. El *Estudio* con más entradas vendidas es Disney con 921.034 (cuadro 1.2.45).

En el periodo 2014-2016, el porcentaje de espectadores acumulados por las *Majors* se sitúa en el 88,5% y el de las independientes en el 11,5% restante (gráfico 1.2.24). Las empresas con más cuota de mercado son Disney (21,6%) y Fox (20,5%). Entre las independientes destaca Videomark (5,9%).

Cuadro 1.2.45

Cuota de espectadores por distribuidoras del top-100. El Salvador

Origen	2014	%	2015	%	2016	%
Fox	673.852	22,5	574.418	16,1	860.911	23,0
Disney	572.538	19,1	751.931	21,1	921.034	24,6
Warner Bros	520.360	17,4	329.510	9,2	792.663	21,2
Paramount	417.659	13,9	207.969	5,8	164.037	4,4
Sony Pictures	225.401	7,5	402.288	11,3	301.685	8,1
Universal	149.956	5,0	890.549	25,0	377.726	10,1
Videomark	274.742	9,2	305.226	8,6	0	0,0
Operadora	106.825	3,6	78.585	2,2	132.617	3,5
Canzion	34.695	1,2	24.092	0,7	5.113	0,1
Resto	19.239	0,6	0	0,0	184.816	4,9
Total	2.995.267		3.564.568		3.740.602	



En 2016, las películas norteamericanas *Capitán América: Civil War* (204.821), *Ice Age: El gran cataclismo* (182.142) y *Escuadrón suicida* (179.622) lideran el ranking de audiencia cinematográfica en El Salvador (cuadro 1.2.46).

De las diez primeras posiciones, todas son producciones estadounidenses, una en coproducción con Canadá. La cuota de mercado de estas diez producciones supone el 39,5% del total de espectadores.

Cuadro 1.2.46

Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2016. El Salvador

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Capitán América: Civil War	USA	204.821	803.978 €
2	Ice Age: El gran cataclismo	USA	182.142	630.747 €
3	Escuadrón suicida	USA	179.622	682.724 €
4	Buscando a Dory	USA	178.010	623.303 €
5	Batman V Superman: El amanecer de la justicia	USA	159.990	631.764 €
6	La vida secreta de tus mascotas	USA	148.624	465.748 €
7	Zootropolis	USA	131.930	409.447 €
8	Deadpool	USA	120.746	389.168 €
9	Kung Fu Panda 3	USA	119.650	422.643 €
10	Expediente Warren: El caso Enfield	USA, Canadá	111.977	368.223 €

En cuanto al *ranking* de estrenos nacionales, figura en primer lugar la coproducción salvadoreña con Ecuador y México, *Comandos* (Marcelo Zamora) con 420 espectadores (cuadro 1.2.47).

El estreno iberoamericano con más éxito es la película española *El pastor* (Jonathan Cenual), con 4.875 espectadores. La película europea más popular es la producción británica *Animales fantásticos y dónde encontrarlos*, con 81.609 espectadores (cuadro 1.2.48).

Cuadro 1.2.47

Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Año 2016. El Salvador

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Comandos	El Salvador, Ecuador, México	420	1.125
2	Matlatl	El Salvador, Francia	4	15

Cuadro 1.2.48

Ranking de estrenos cinematográficos de otros países. Año 2016. El Salvador

Iberoamérica				
Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	El pastor	España	4.875	17.058
2	Atrapa la bandera	España	4.687	17.193
3	Treintona, soltera y fantástica	México	4.271	15.479
Europa y resto de países				
Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Animales fantásticos y dónde encontrarlos	R.Unido, USA	81.609	334.727
2	Objetivo: Londres	R.Unido, USA	26.264	95.313
3	Robinson, una aventura tropical	Francia, Bélgica	14.535	52.665
4	Asalto en París	Francia, R.Unido, USA	13.667	49.966
5	Bridget Jones's Baby	R.Unido, USA, Francia	13.192	49.069



ESPAÑA

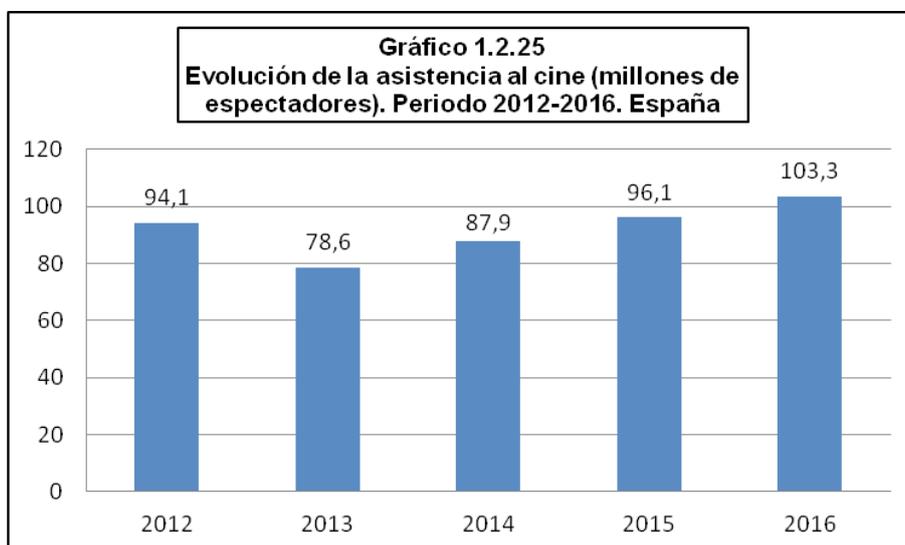
Los cines españoles en 2016 suman una asistencia de 103,3 millones de espectadores y recaudan 684,5 millones de dólares. La audiencia anual se sitúa en 2,2 películas por habitante y el precio medio de la entrada es de 6,6 dólares. El número de estrenos de cine nacional representa el 26,7% y la cuota de espectadores el 17,7% (cuadro 1.2.49).

La evolución de la asistencia a las salas cinematográficas en los últimos cinco años registra un mínimo en 2013 de 78,6 millones de espectadores (gráfico 1.2.25). A partir de ese año se produce un progresivo aumento en cada año del trienio posterior: 87,9 millones de espectadores (2014), 96,1 millones (2015) y 103,3 millones de espectadores (2016).

Cuadro 1.2.49

Panorama cinematográfico en España

Concepto	2014	2015	2016
Población (millones)	46,6	46,4	46,4
PIB-PPA (billones USD)	1,588	1,636	1,690
PIB per capita (USD)	34.200	35.200	36.500
Número de pantallas de cine	3.694	3.588	3.492
Ingresos cine (millones USD)	688,6	638,4	684,5
Espectadores cine (millones)	87,9	96,1	103,3
Espectadores cine nacional (millones)	22,41	18,57	18,30
Cuota de mercado cine nacional (%)	25,4	19,3	17,7
Número de estrenos totales	548	565	628
Número de estrenos extranjeros	395	388	460
Número de estrenos nacionales	153	177	168
Asistencia anual por habitante	1,8	2,1	2,2
Precio medio entrada (USD)	7,9	6,6	6,6



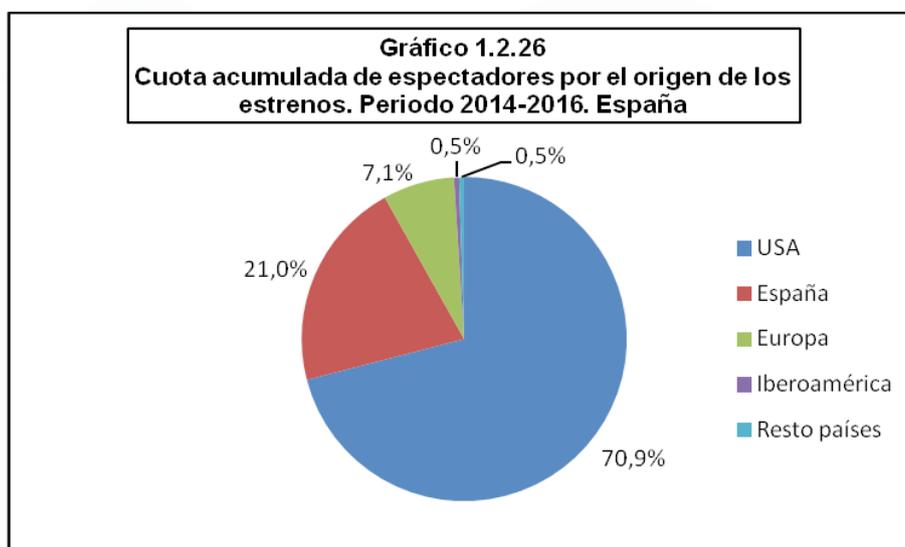
La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en 2016 en un 77,4% del total de espectadores, seguido del cine español con un 17,2% y del cine europeo con el 5,4% (cuadro 1.2.50).

La cuota acumulada de espectadores en el trienio 2014-2016 refleja el dominio del cine USA, con el 70,9% del mercado, seguido del cine español con el 21% y del europeo con un 7,1% (gráfico 1.2.26).

Cuadro 1.2.50
Distribución por el origen de los estrenos del top-100- España

ESPECTADORES						
Origen	2014	%	2015	%	2016	%
USA	54.120.006	65,6	57.229.013	70,0	68.692.622	77,4
España	21.196.638	25,7	16.373.619	20,0	15.241.736	17,2
Iberoamérica	712.075	0,9	383.246	0,5	0	0,0
Europa	5.980.025	7,2	7.028.478	8,6	4.791.622	5,4
Resto países	547.275	0,7	691.543	0,8	0	0,0
Total	82.556.019		81.705.899		88.725.980	

INGRESOS						
Origen	2014	%	2015	%	2016	%
USA	427.565.944	65,4	381.262.853	69,6	452.736.732	77,1
España	167.774.985	25,7	111.108.725	20,3	101.224.481	17,2
Iberoamérica	5.483.522	0,8	2.602.984	0,5	0	0,0
Europa	48.214.899	7,4	48.684.244	8,9	33.310.201	5,7
Resto países	4.290.739	0,7	4.452.186	0,8	0	0,0
Total	653.330.089		548.110.992		587.271.414	



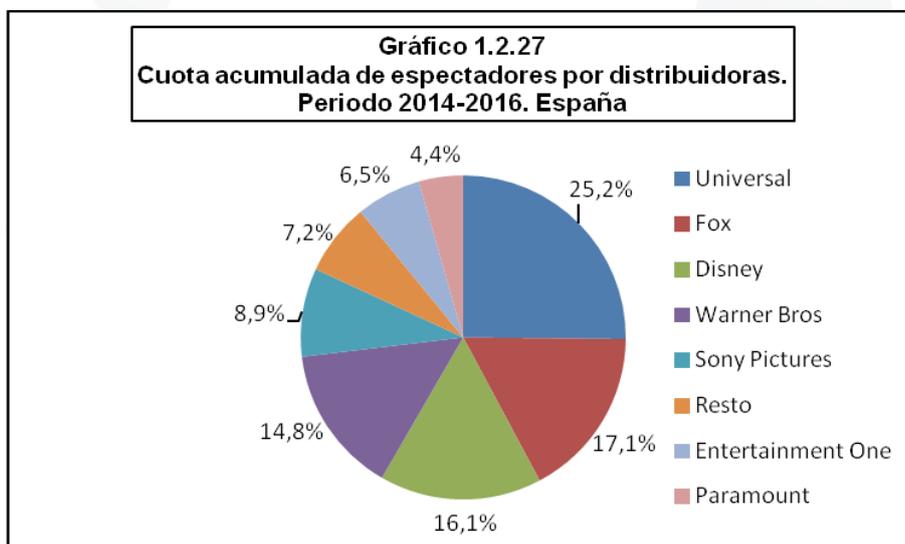
Las distribuidoras americanas, en 2016, representan en el *top-100* una cuota conjunta de espectadores de un 90,3% y las independientes un 9,7% restante. El *Estudio* con más entradas vendidas es Universal con casi 18,5 millones (cuadro 1.2.51).

En el periodo 2014-2016, el porcentaje de espectadores acumulado por las *Majors* se sitúa en el 86,3% y el de las independientes en el 13,7% restante (gráfico 1.2.27). Las empresas con más cuota de mercado son Universal (25,2%) y Fox (17,1%). Entre las independientes destaca Entertainment One (6,5%).

Cuadro 1.2.51

Cuota de espectadores por distribuidoras del top 100. España

Origen	2014	%	2015	%	2016	%
Universal	18.530.768	22,4	26.273.569	32,2	18.495.342	20,8
Fox	18.318.241	22,2	9.423.143	11,5	15.526.865	17,5
Warner Bros	11.238.647	13,6	10.304.154	12,6	16.040.321	18,1
Disney	7.572.926	9,2	14.279.506	17,5	19.106.974	21,5
Sony Pictures	5.788.116	7,0	8.252.342	10,1	8.398.935	9,5
Paramount	3.728.040	4,5	4.685.342	5,7	2.589.490	2,9
Entertainment One	5.266.902	6,4	5.989.391	7,3	5.028.540	5,7
DeaPlaneta	2.351.971	2,8	213.783	0,3	1.410.393	1,6
Tri Pictures	2.078.112	2,5	575.868	0,7	482.479	0,5
A contracorriente	1.781.819	2,2	682.337	0,8	0	0,0
Vertigo Films	1.460.567	1,8	376.710	0,5	1.343.078	1,5
Filmmax	850.078	1,0	496.160	0,6	303.563	0,3
Alta Films	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Wanda Films	273.595	0,3	0	0,0	0	0,0
Emon	427.890	0,5	0	0,0	0	0,0
Resto productoras	2.888.347	3,5	153.594	0,2	0	0,0
Total	82.556.019		81.705.899		88.725.980	



En 2016, la producción española *Un monstruo viene a verme* (Juan Antonio Bayona) con 4,6 millones de espectadores, se sitúa en lo más alto del ranking de espectadores en España, seguida de las películas americanas *Mascotas* (3,9 millones) y *Buscando a Dory* (3,2 millones).

De las diez primeras posiciones del ranking, ocho son producciones estadounidenses (tres en coproducción con Reino Unido) y dos son españolas (cuadro 1.2.52). La cuota de mercado de estas diez producciones supone el 26,3% del total de espectadores.

Cuadro 1.2.52

Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2016. España

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Un monstruo viene a verme	España	4.620.133	29.324.734
2	Mascotas	USA	3.922.844	24.177.625
3	Buscando a Dory	USA	3.190.758	19.496.691
4	El libro de la selva	USA, R. Unido	2.990.024	18.657.654
5	Zootropolis	USA	2.295.210	14.844.993
6	El renacido	USA	2.247.379	16.028.513
7	Rogue One: Una historia de Star Wars	USA, R. Unido	2.104.934	14.542.482
8	Animales fantásticos y dónde encontrarlos	R. Unido, USA	2.058.075	14.774.891
9	Canta!	USA	1.943.281	12.024.820
10	Palmeras en la nieve	España	1.899.845	13.554.968

En cuanto al *ranking* de estrenos nacionales, figura en segundo lugar *Palmeras en la nieve* (Fernando González Molina) con casi 1,9 millones de espectadores, seguido de *Villaviciosa de al lado* (Nacho G. Velilla) con casi 1,4 millones (cuadro 1.2.53).

En el top-100 cinematográfico de España en 2016 no aparece ninguna producción iberoamericana no nacional. La película europea más popular es la producción británica *Animales fantásticos y dónde encontrarlos*, con 2.058.075 espectadores (cuadro 1.2.54).

Cuadro 1.2.53

Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Año 2016. España

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Un monstruo viene a verme	España	4.620.133	29.324.734
2	Palmeras en la nieve	España	1.899.845	13.554.968
3	Villaviciosa de al lado	España	1.389.432	9.948.022
4	Cuerpo de elite	España	1.102.339	7.239.184
5	Cien años de perdón	España, Argentina, Francia	1.073.974	7.390.460
6	Kiki, el amor se hace	España	1.062.007	6.858.893
7	Ocho apellidos catalanes	España	628.382	4.486.708
8	Zipi y Zape y la isla del capitán	España	455.897	2.725.798
9	El hombre de las mil caras	España	410.391	2.875.986
10	Ozzy	España, Canadá	386.407	2.221.615

Cuadro 1.2.54

Ranking de estrenos cinematográficos de otros países. Año 2016. España

Europa y resto de países

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Animales fantásticos y dónde encontrarlos	R.Unido, USA	2.058.075	14.774.891
2	Bridget Jones's baby	R.Unido, Francia, USA	855.286	5.892.294
3	La chica danesa	R.Unido, USA, Alemania	836.446	5.553.196
4	Objetivo: Londres	R.Unido, USA	454.796	3.081.036
5	La habitación	Canadá, Irlanda	308.808	2.101.625



GUATEMALA

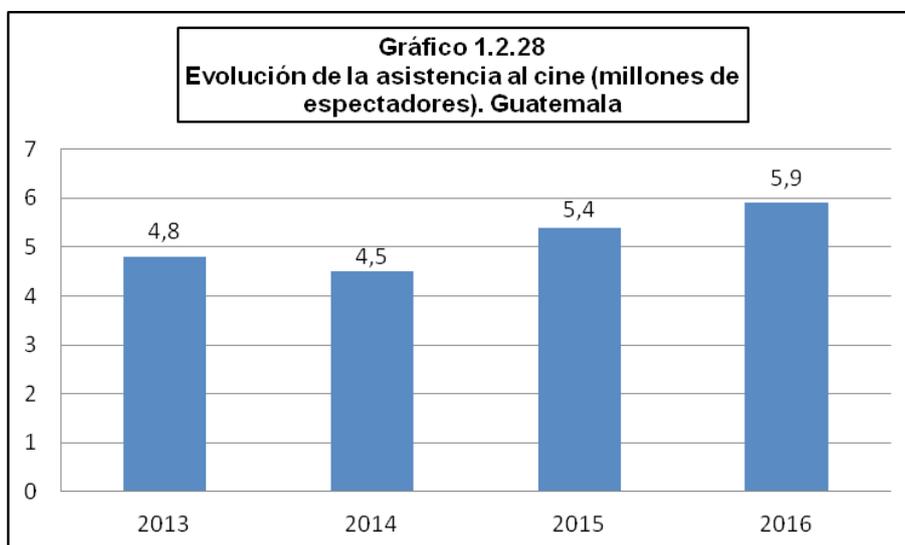
Los cines guatemaltecos en 2016 suman una asistencia de 5,9 millones de espectadores y recaudan 28,7 millones de dólares. La audiencia anual se sitúa en 0,4 películas por habitante y el precio medio de la entrada es de 4,9 dólares. El número de estrenos de cine nacional representa el 1,5% y la cuota de espectadores el 0,1% (cuadro 1.2.55).

La evolución de la asistencia a las salas cinematográficas en los últimos cuatro años muestra un primer periodo en el que desciende la venta de entradas desde los 4,8 millones de 2013 hasta los 4,5 millones de 2014 y un segundo periodo en el que se produce un aumento hasta los 5,9 millones de 2016 (gráfico 1.2.28).

Cuadro 1.2.55

Panorama cinematográfico en Guatemala

Datos	2014	2015	2016
Población (millones)	14,6	14,9	15,1
PIB-PPA (billones USD)	0,122	0,127	0,132
PIB per capita (USD)	7.600	7.900	7.900
Número de pantallas de cine	115	115	131
Ingresos cine (millones USD)	21,7	26,8	28,7
Espectadores cine (millones)	4,5	5,4	5,9
Espectadores cine nacional (millones)	SD	0,03	0,005
Cuota de mercado cine nacional (%)	SD	0,7	0,1
Número de estrenos totales	156	182	202
Número de estrenos extranjeros	151	177	199
Número de estrenos nacionales	5	5	3
Asistencia anual por habitante	0,3	0,4	0,4
Precio medio entrada (USD)	4,8	4,9	4,9



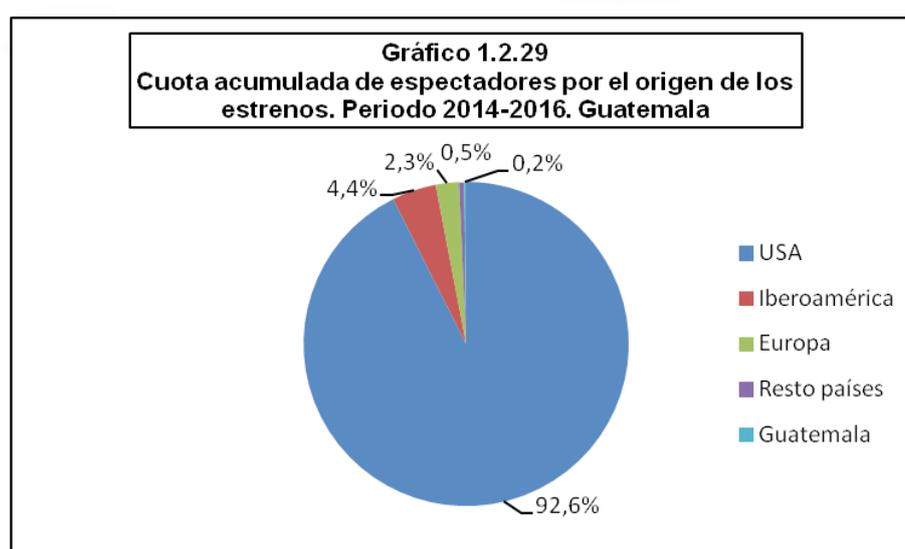
La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en 2016 en un 95,5% del total de espectadores y la del cine europeo en un 4,1% (cuadro 1.2.56).

La cuota acumulada de espectadores en el trienio 2014-2016 refleja el dominio del cine USA, con el 92,6% del mercado, seguido del cine iberoamericano con un 4,4% y del europeo con un 2,3% (gráfico 1.2.29).

Cuadro 1.2.56
Distribución por el origen de los estrenos del Top-100. Argentina

ESPECTADORES						
Origen	2014	%	2015	%	2016	%
USA	4.131.391	94,4	4.645.506	88,2	5.549.288	95,5
Guatemala	0	0,0	26.334	0,5	0	0,0
Iberoamérica	50.081	1,1	280.321	5,3	17.753	0,3
Europa	182.250	4,2	257.342	4,9	236.363	4,1
Resto países	12.768	0,3	56.455	1,1	10.107	0,2
Total	4.376.490		5.265.958		5.813.511	

INGRESOS						
Origen	2014	%	2015	%	2016	%
USA	20.231.804	94,8	23.190.576	88,5	26.687.650	95,4
Guatemala	0	0,0	116.444	0,4	0	0,0
Iberoamérica	204.921	1,0	1.417.852	5,4	74.760	0,3
Europa	855.976	4,0	1.239.672	4,7	1.179.058	4,2
Resto países	60.056	0,3	225.034	0,9	40.972	0,1
Total	21.352.757		26.189.578		27.982.440	



Las distribuidoras americanas, en 2016, representan en el *top-100* una cuota conjunta de espectadores del 93,7% y las independientes el 6,3% restante. El *Estudio* con más entradas vendidas es Disney con 1,5 millones (cuadro 1.2.57).

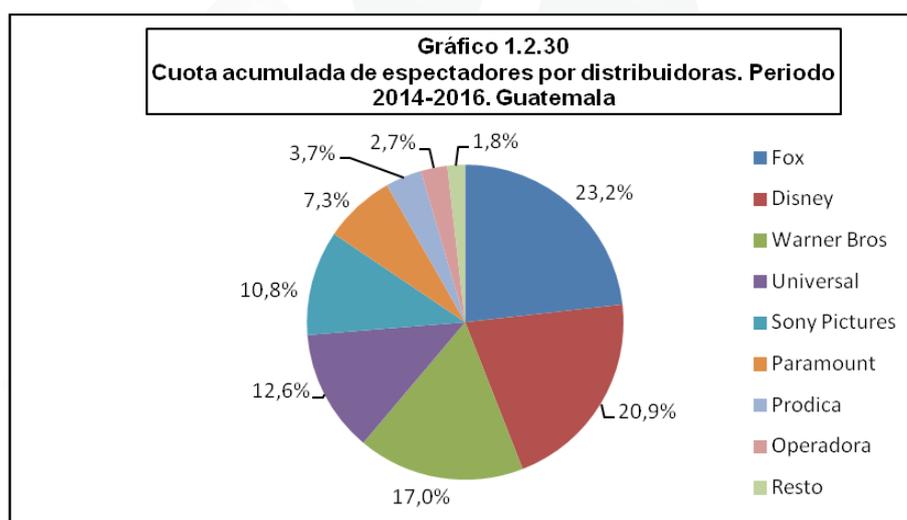
En el periodo 2014-2016, el porcentaje de espectadores acumulado por las *Majors* se sitúa casi en un 91,8% y el de las independientes en un 8,2% (gráfico 1.2.30). Las empresas con más cuota

de mercado son Fox (23,2%) y Disney (20,9%). Entre las independientes destaca Proдика (3,7%) y Operadora (2,7%).

Cuadro 1.2.57

Cuota de espectadores por distribuidoras del top 100. Guatemala

Origen	2014	%	2015	%	2016	%
Fox	1.239.193	28,3	989.963	18,8	1.303.667	22,4
Warner Bros	813.769	18,6	512.752	9,7	1.321.666	22,7
Disney	694.415	15,9	1.070.734	20,3	1.531.889	26,4
Paramount	580.674	13,3	250.611	4,8	226.764	3,9
Sony Pictures	416.408	9,5	679.208	12,9	575.323	9,9
Universal	198.013	4,5	1.311.748	24,9	489.937	8,4
Proдика	261.598	6,0	268.831	5,1	0	0,0
Operadora	121.193	2,8	122.048	2,3	178.029	3,1
Resto	51.227	1,2	60.063	1,1	186.236	3,2
Total	4.376.490		5.265.958		5.813.511	



En 2016, tres producciones americanas lideran el ranking de audiencia cinematográfica en Guatemala: *Capitán América: Civil War* (342.223 espectadores), *Buscando a Dory* (325.725) y *Batman Vs Superman: El amanecer de la justicia* (283.281).

Las producciones del *ranking* de estrenos provienen en su totalidad de Estados Unidos, (una en coproducción con Reino Unido y otra con Canadá). La cuota de mercado de estas diez producciones supone el 40,7% del total de espectadores (cuadro 1.2.58).

Cuadro 1.2.58

Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2016. Guatemala

N°	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Capitán América: Civil War	USA	342.223	1.890.494
2	Buscando a Dory	USA	325.725	1.507.862
3	Batman Vs. Superman: El amanecer de la justicia	USA	283.281	1.576.026
4	Ice Age: El gran cataclismo	USA	276.596	1.294.974
5	Escuadrón suicida	USA	226.106	1.214.685
6	El libro de la selva	USA, R. Unido	206.595	1.010.281
7	La vida secreta de tus mascotas	USA	188.431	788.638
8	Zootropolis	USA	182.011	799.973
9	Deadpool	USA	170.034	758.853
10	Expediente Warren: El caso Enfield	USA, Canadá	168.267	687.817

En cuanto al *ranking* de estrenos nacionales figura en primer lugar *Otros 4 litros* (Rodolfo Espinosa) con 2.634 espectadores, seguida de la coproducción con Francia *Ixcanul* (Jayro Bustamante) con 2.165 y *W2MW: Welcome to my world* (Rafael Tres) con 1.011 espectadores (cuadro 1.2.59).

El estreno iberoamericano más exitoso en Guatemala en 2016 es la película española *Atrapa la bandera* con 10.489 espectadores. La película europea más popular es la producción británica *Animales fantásticos y dónde encontrarlos*, con 130.737 espectadores (cuadro 1.2.60).

Cuadro 1.2.59

Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Año 2016. Guatemala

N°	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Otros 4 litros	Guatemala	2.634	8.465
2	Ixcanul	Guatemala, Francia	2.165	10.518
3	W2MW: Welcome to my world	Guatemala	1.011	4.562

Cuadro 1.2.60

Ranking de estrenos cinematográficos de otros países. Año 2016. Guatemala

Iberoamérica				
N°	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Atrapa la bandera	España	10.489	40.684
2	Treintona, soltera y fantástica	México	7.264	34.075
Europa y resto de países				
N°	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Animales fantásticos y dónde encontrarlos	R.Unido, USA	130.737	696.928
2	Objetivo: Londres	R.Unido, USA	36.818	171.449
3	Bridget Jones's Baby	R.Unido, USA, Francia	21.236	99.052
4	Asalto en París	Francia, R.Unido, USA	13.653	68.329
5	Robinson, una aventura tropical	Francia, Bélgica	12.619	56.517



HONDURAS

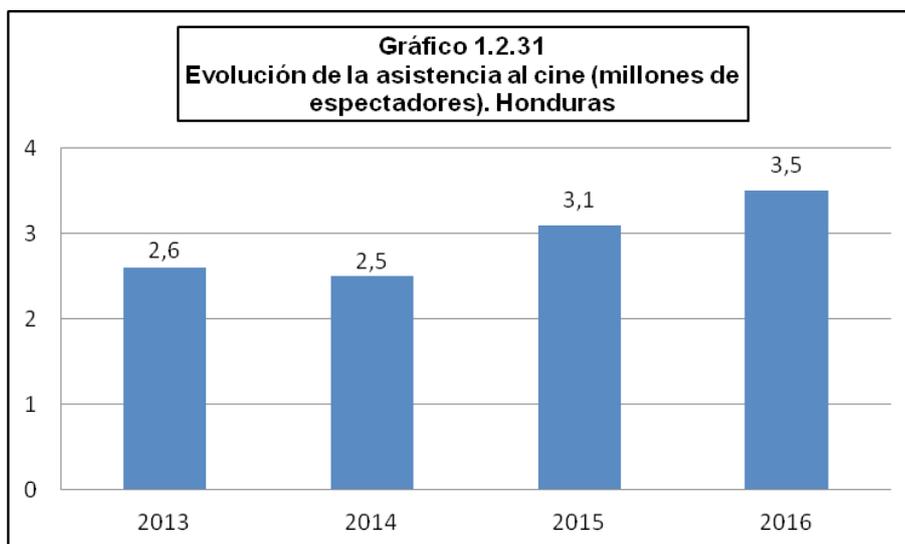
Los cines hondureños en 2016 suman una asistencia de 3,5 millones de espectadores y recaudan 13,5 millones de dólares. La audiencia anual se sitúa en 0,4 películas por habitante y el precio medio de la entrada es de 3,8 dólares. El número de estrenos de cine nacional representa el 4,1% y la cuota de espectadores el 4,6% (cuadro 1.2.61).

La evolución de la asistencia a las salas cinematográficas en los últimos cuatro años desciende desde los 2,6 millones de espectadores de 2013 hasta los 2,5 millones de 2014 y en los dos años siguientes ha aumentado hasta los 3,5 millones alcanzados en 2016 (gráfico 1.2.31).

Cuadro 1.2.61

Panorama cinematográfico en Honduras

Datos	2014	2015	2016
Población (millones)	8,6	8,7	8,8
PIB-PPA (billones USD)	0,040	0,041	0,043
PIB per capita (USD)	5.100	5.200	5.300
Número de pantallas de cine	70	70	88
Ingresos cine (millones USD)	10,8	12,7	13,5
Asistencia espectadores (millones)	2,5	3,1	3,5
Espectadores cine nacional (millones)	0,15	0,10	0,16
Cuota de mercado cine nacional (%)	6,0	3,4	4,6
Número de estrenos totales	144	162	169
Número de estrenos extranjeros	140	157	162
Número de estrenos nacionales	4	5	7
Asistencia anual por habitante	0,3	0,4	0,4
Precio medio entrada (USD)	4,3	4,1	3,8



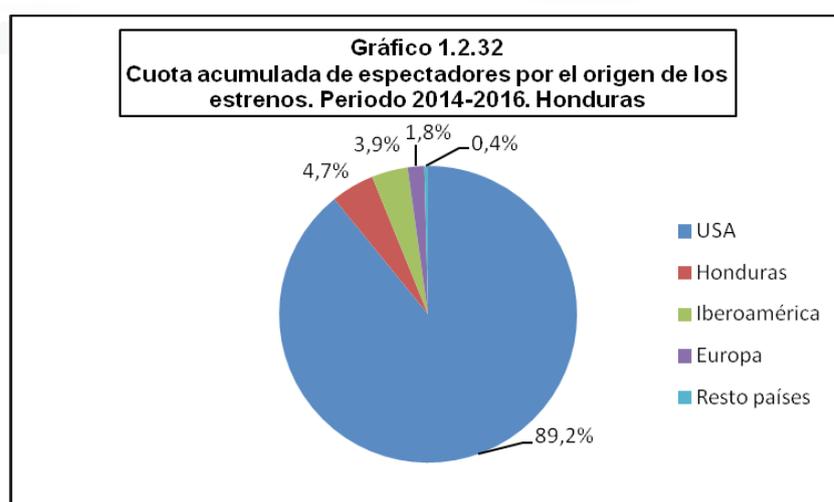
La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en 2016 en un 92% del total de espectadores, la del cine hondureño en un 4,5% y la del cine europeo en un 3,3% (cuadro 1.2.62).

La cuota acumulada de espectadores en el trienio 2014-2016 refleja el dominio del cine USA, con un 89,2% del mercado, seguido del cine hondureño con un 4,7%, el iberoamericano con un 3,9% y del europeo con un 1,8% (gráfico 1.2.32).

Cuadro 1.2.62
Distribución por el origen de los estrenos del Top-100. Honduras

ESPECTADORES						
Origen	2014	%	2015	%	2016	%
USA	2.216.176	89,3	2.635.543	86,1	3.184.185	92,0
Honduras	152.140	6,1	103.691	3,4	157.441	4,5
Iberoamérica	29.756	1,2	126.098	4,1	5.103	0,1
Europa	76.282	3,1	163.740	5,4	114.416	3,3
Resto países	7.654	0,3	30.331	1,0	0	0,0
Total	2.482.008		3.059.403		3.461.145	

INGRESOS						
Origen	2014	%	2015	%	2016	%
USA	9.605.807	90,4	10.835.605	87,1	12.257.015	92,9
Honduras	552.767	5,2	336.594	2,7	491.969	3,7
Iberoamérica	114.750	1,1	522.063	4,2	17.778	0,1
Europa	322.208	3,0	647.180	5,2	428.697	3,2
Resto países	27.292	0,3	103.842	0,8	0	0,0
Total	10.622.824		12.445.284		13.195.459	



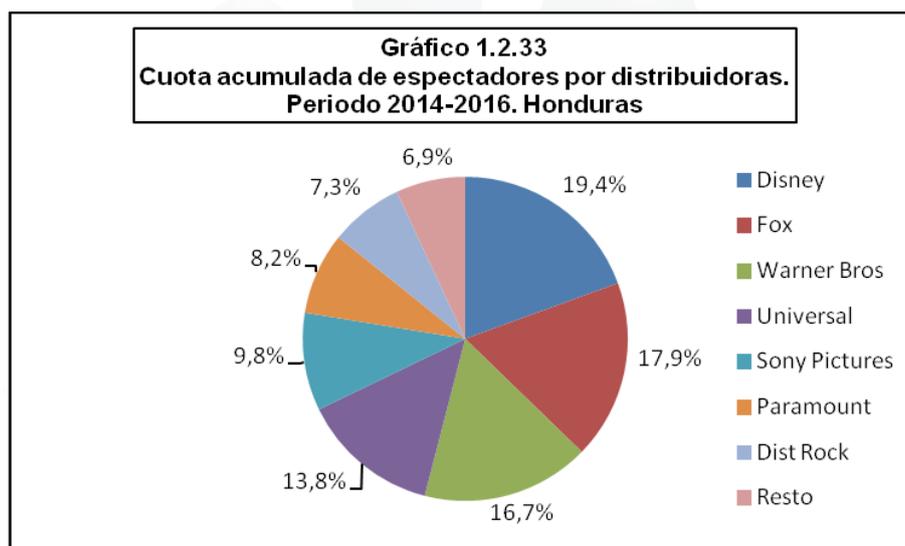
Las distribuidoras americanas, en 2016, representan en el *top-100* una cuota conjunta de espectadores del 87,9% y las independientes el 12,1% restante. El *Estudio* con más entradas vendidas es Disney con casi 800.000 (cuadro 1.2.63).

En el periodo 2014-2016, el porcentaje de espectadores acumulado por las *Majors* se sitúa en el 85,8% y el de las independientes en el 14,2% restante (gráfico 1.2.33). Las empresas con más cuota de mercado son Disney (19,4%) y Fox (17,9%). Entre las distribuidoras independientes destaca Dist. Rock (7,3%).

Cuadro 1.2.63

Cuota de espectadores por distribuidoras del top 100. Honduras

Origen	2014	%	2015	%	2016	%
Fox	505.286	20,4	462.725	15,1	631.182	18,2
Warner Bros	416.626	16,8	334.827	10,9	775.248	22,4
Disney	399.407	16,1	584.907	19,1	798.093	23,1
Paramount	350.189	14,1	161.312	5,3	180.288	5,2
Sony Pictures	230.575	9,3	356.155	11,6	288.864	8,3
Universal	125.732	5,1	782.669	25,6	369.862	10,7
Dist Rock	308.560	12,4	129.801	4,2	176.163	5,1
Independiente	77.824	3,1	116.263	3,8	30.366	0,9
Canzion	44.113	1,8	35.142	1,1	7.022	0,2
Operadora	23.696	1,0	27.500	0,9	73.551	2,1
Videomark	0	0,0	68.102	2,2	0	0,0
Resto	0	0,0	0	0,0	130.506	3,8
Total	2.482.008		3.059.403		3.461.145	



En 2016, tres producciones americanas lideran el ranking de audiencia cinematográfica en Honduras: *Capitán América: Civil War* (185.824 espectadores), *Buscando a Dory* (181.448) y *Batman Vs. Superman: El amanecer de la justicia* (143.330).

Las producciones del ranking de estrenos provienen, en su totalidad, de Estados Unidos (una en coproducción con Canadá y otra con Reino Unido). La cuota de mercado de estas diez producciones supone el 36,8% del total de espectadores (cuadro 1.2.64).

Cuadro 1.2.64

Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2016. Honduras

N°	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Capitán América: Civil War	USA	185.824	814.972
2	Buscando a Dory	USA	181.448	685.435

3	Batman Vs. Superman: El amanecer de la justicia	USA	143.330	639.982
4	Escuadrón suicida	USA	142.607	588.935
5	Expediente Warren: El caso Enfield	USA, Canadá	130.675	459.448
6	Ice Age: El gran cataclismo	USA	119.552	450.731
7	La vida secreta de tus mascotas	USA	111.765	385.011
8	El libro de la selva	USA, R. Unido	100.409	406.957
9	Deadpool	USA	93.303	359.657
10	X-Men: Apocalipsis	USA	81.947	341.829

En cuanto al *ranking* de estrenos nacionales figura en primera posición *Historia de héroes* (José Villanueva) con 79.202 espectadores, seguida de *El paletero* (Michael Bendeck) con 37.365 y de *Fuerzas de Honor* (Tomás Chi) con 18.667 espectadores. Todos los estrenos de este ranking son íntegramente hondureños (cuadro 1.2.65).

El estreno iberoamericano más exitoso en 2016 y el único que figura en el top-100 cinematográfico de Honduras, es la película española *Atrapa la bandera*, con 5.103 espectadores. La película europea más popular es la producción británica *Animales fantásticos y dónde encontrarlos*, con 50.975 espectadores (cuadro 1.2.66).

Cuadro 1.2.65

Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Año 2016. Honduras

N°	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Historia de héroes	Honduras	79.202	236.686
2	El paletero	Honduras	37.365	121.216
3	Fuerzas de honor	Honduras	18.667	61.044
4	Amores de película	Honduras	11.699	37.728
5	Y entonces...?	Honduras	10.508	35.295
6	Cuando te hablen de amor	Honduras	3.220	10.998
7	De lo que sea	Honduras	2.060	6.380
8	El ángel del valle	Honduras	110	323

Cuadro 1.2.66

Ranking de estrenos cinematográficos de otros países. Año 2016. Honduras

<i>Iberoamérica</i>				
N°	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Atrapa la bandera	España	5.103	17.778
<i>Europa y resto de países</i>				
N°	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Animales fantásticos y dónde encontrarlos	R. Unido, USA	50.975	208.721
2	Objetivo: Londres	R. Unido, USA	24.455	87.878
3	Bridget Jones's Baby	R. Unido, USA, Francia	14.025	52.177
4	Siete vidas: Este gato es un peligro	Francia, Canadá, China	10.337	30.575
5	Robinson, una aventura tropical	Francia, Bélgica	8.182	26.353



MÉXICO

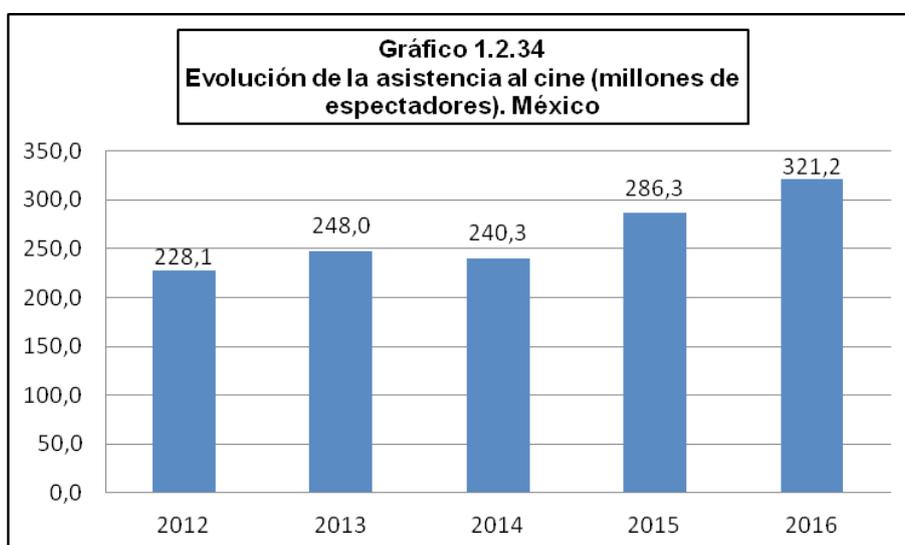
Los cines mexicanos en 2016 suman una asistencia de 321,2 millones de espectadores y recaudan 792,2 millones de dólares. La audiencia anual se sitúa en 2,6 películas por habitante y el precio medio de la entrada es de 2,5 dólares. El número de estrenos de cine nacional representa el 22,1% y la cuota de espectadores el 10,6% (cuadro 1.2.66).

La evolución de la asistencia a las salas cinematográficas en los últimos cinco años refleja que su mínimo se produce en 2012, con 228,1 millones de espectadores, y el máximo tiene lugar en 2016 con más de 320 millones (gráfico 1.2.34).

Cuadro 1.2.66

Panorama cinematográfico en México

Datos	2014	2015	2016
Población (millones)	120,3	121,7	123,1
PIB-PPA (billones USD)	2,205	2,259	2,307
PIB per capita (USD)	18.400	18.700	18.900
Número de pantallas de cine	5.678	5.977	6.225
Ingresos cine (millones USD)	832,6	842,1	792,2
Asistencia espectadores (millones)	240,3	286,3	321,2
Espectadores cine nacional (millones)	24,03	17,53	30,51
Cuota de mercado cine nacional (%)	10,0	6,1	10,6
Número de estrenos totales	330	414	407
Número de estrenos extranjeros	262	334	317
Número de estrenos nacionales	68	80	90
Asistencia anual por habitante	2,0	2,3	2,6
Precio medio entrada (USD)	3,5	3,0	2,5



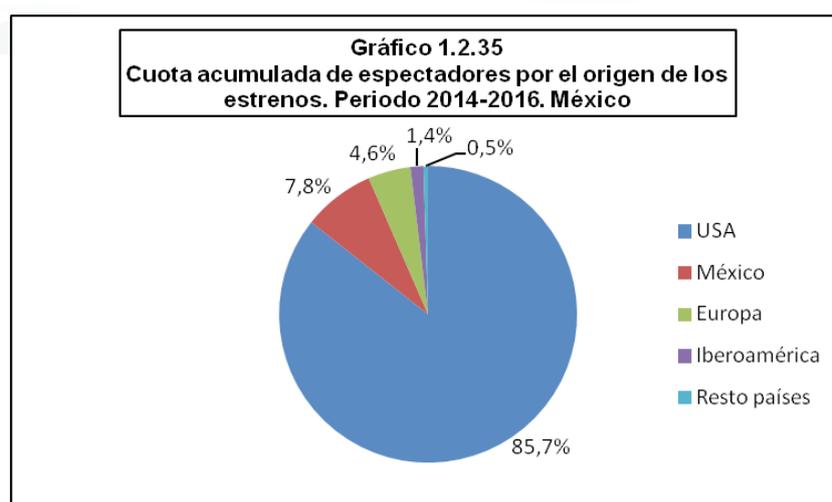
La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en 2016 en un 87% del total de espectadores, la del cine mexicano en un 8,4% y la del cine europeo en un 3,7% (cuadro 1.2.67).

La cuota acumulada de espectadores en el trienio 2014-2016 refleja el dominio del cine USA, con un 85,7% del mercado, seguido del cine mexicano con un 7,8%, del europeo con un 4,6% y del iberoamericano con un 1,4% (gráfico 1.2.35).

Cuadro 1.2.67
Distribución por el origen de los estrenos del Top-100. México

ESPECTADORES						
Origen	2014	%	2015	%	2016	%
USA	197.873.717	85,4	226.501.570	84,5	262.888.338	87,0
México	22.366.165	9,7	14.098.676	5,3	25.500.620	8,4
Iberoamérica	3.311.861	1,4	5.719.202	2,1	1.919.186	0,6
Europa	6.939.014	3,0	19.419.560	7,2	11.185.172	3,7
Resto países	1.231.396	0,5	2.221.071	0,8	651.551	0,2
Total	231.722.153		267.960.079		302.144.867	

INGRESOS						
Origen	2014	%	2015	%	2016	%
USA	699.223.120	85,8	674.513.067	85,1	655.315.629	87,4
México	73.836.981	9,1	38.023.820	4,8	59.756.527	8,0
Iberoamérica	12.648.930	1,6	16.894.312	2,1	4.148.563	0,6
Europa	25.611.946	3,1	57.151.005	7,2	28.937.733	3,9
Resto países	3.828.355	0,5	6.045.710	0,8	1.585.267	0,2
Total	815.149.332		792.627.914		749.743.719	



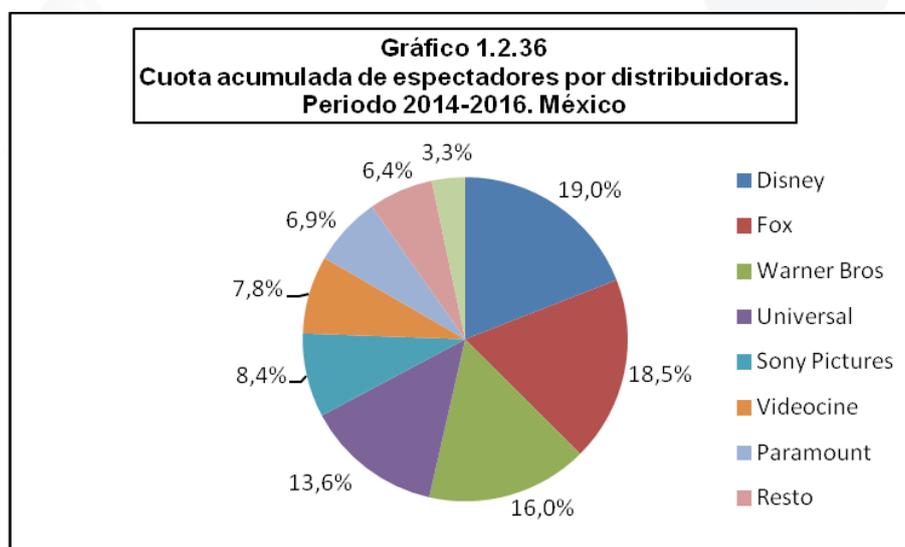
Las distribuidoras americanas, en 2016, representan en el *top-100* una cuota conjunta de espectadores del 84,5% y las independientes el 15,5% restante. El *Estudio* con más entradas vendidas es Disney con 66,6 millones (cuadro 1.2.68).

En el periodo 2014-2016, el porcentaje de espectadores acumulado por las *Majors* se sitúa en un 82,4% y el de las independientes en el 17,6% restante (gráfico 1.2.36). Las empresas con más cuota de mercado son Disney (19%) y Fox (18,5%). Entre las independientes destaca Videocine (7,8%).

Cuadro 1.2.68

Cuota de espectadores por distribuidoras del top 100. México

Origen	2014	%	2015	%	2016	%
Fox	58.395.218	25,2	31.915.254	11,9	55.858.801	18,5
Warner Bros	35.401.606	15,3	32.674.499	12,2	61.716.168	20,4
Disney	35.274.186	15,2	53.002.749	19,8	66.627.439	22,1
Paramount	24.153.032	10,4	15.929.430	5,9	13.373.617	4,4
Sony Pictures	15.635.841	6,7	29.161.003	10,9	22.634.523	7,5
Universal	13.427.844	5,8	62.763.300	23,4	34.959.077	11,6
Videocine	20.995.854	9,1	22.669.189	8,5	18.095.398	6,0
Diamond	7.264.998	3,1	5.916.469	2,2	13.895.856	4,6
Gussi	6.273.801	2,7	2.187.953	0,8	0	0,0
Zima	4.768.506	2,1	2.089.596	0,8	0	0,0
Corazón	4.312.841	1,9	7.798.422	2,9	10.373.047	3,4
Alphaville	4.186.221	1,8	0	0,0	0	0,0
Latam	1.202.094	0,5	0	0,0	0	0,0
Canzion	430.111	0,2	0	0,0	0	0,0
Cinepolis	0	0,0	1.173.654	0,4	4.610.941	1,5
Star Distribution	0	0,0	678.561	0,3	0	0,0
Nueva Era	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Resto	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Total	231.722.153		267.960.079		302.144.867	



En 2016, tres producciones americanas lideran el ranking de audiencia cinematográfica en México: *Capitán América: Civil War* (14,5 millones de espectadores), *Batman Vs. Superman* (13,2 millones) y *La vida secreta de tus mascotas* (10,8 millones de espectadores).

Las producciones del *ranking* de estrenos provienen, en su totalidad, de Estados Unidos, (una en coproducción con Reino Unido y otra con Canadá). La cuota de mercado de estas diez producciones supone el 31,6% del total de espectadores (cuadro 1.2.69).

Cuadro 1.2.69

Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2015. México

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Capitán América: Civil War	USA	14.523.084	41.120.724
2	Batman Vs. Superman: El amanecer de la justicia	USA	13.259.960	35.533.909
3	La vida secreta de tus mascotas	USA	10.882.564	22.288.537
4	Buscando a Dory	USA	10.167.369	24.960.077
5	Escuadrón suicida	USA	9.938.442	27.077.333
6	El libro de la selva	USA, R. Unido	9.514.036	24.136.257
7	Ice Age: El gran cataclismo	USA	9.326.032	22.713.503
8	Expediente Warren: El caso Enfield	USA, Canadá	8.194.711	20.392.730
9	Deadpool	USA	8.098.619	17.958.232
10	Zootropolis	USA	7.719.766	16.666.684

En cuanto al *ranking* de estrenos nacionales figura en primer lugar *¿Qué culpa tiene el niño?* (Gustavo Loza) con 5,9 millones de espectadores seguida de *No manches, Frida* (Nacho G. Velilla) con 5 millones (cuadro 1.2.70). De los diez estrenos de este ranking, dos son coproducciones (una con Chile y otras con Estados Unidos).

El estreno iberoamericano más exitoso en 2016 es la película argentina *Un novio para mi mujer* con casi 1,3 millones de espectadores. La película europea más popular es la producción británica *Animales fantásticos y dónde encontrarlos*, con 6 millones de espectadores (cuadro 1.2.71).

Cuadro 1.2.70

Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Año 2015. México

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	¿Qué culpa tiene el niño?	México	5.893.885	14.960.205
2	No manches, Frida	México, USA	5.099.744	11.307.218
3	Treintona, soltera y fantástica	México	2.956.978	7.009.022
4	La leyenda del Chupacabras	México	2.593.427	5.449.779
5	Compadres	México	1.968.129	4.539.532
6	Un padre no tan padre	México	1.121.836	2.619.613
7	Km 31-2	México	929.723	1.996.993
8	Qué pena tu vida	México, Chile	900.458	2.026.947
9	Macho	México	875.200	1.857.743
10	El Jeremías	México	869.212	1.973.938

Cuadro 1.2.71

Ranking de estrenos cinematográficos de otros países. Año 2015. México

Iberoamérica				
Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Un novio para mi mujer	Argentina	1.288.352	2.696.605
2	Summer Camp	España, USA	630.834	1.451.957

<i>Europa y resto de países</i>				
Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Animales fantásticos y dónde encontrarlos	R.Unido, USA	6.010.241	15.147.167
2	Objetivo: Londres	R.Unido, USA	1.612.308	4.037.223
3	La chica danesa	R.Unido, USA, Alemania	1.409.814	3.975.518
4	Siete vidas: Este gato es un peligro	Francia, Canadá, China	733.469	1.681.376
5	Bridget Jones's Baby	R.Unido, USA, Francia	725.169	2.180.038





NICARAGUA

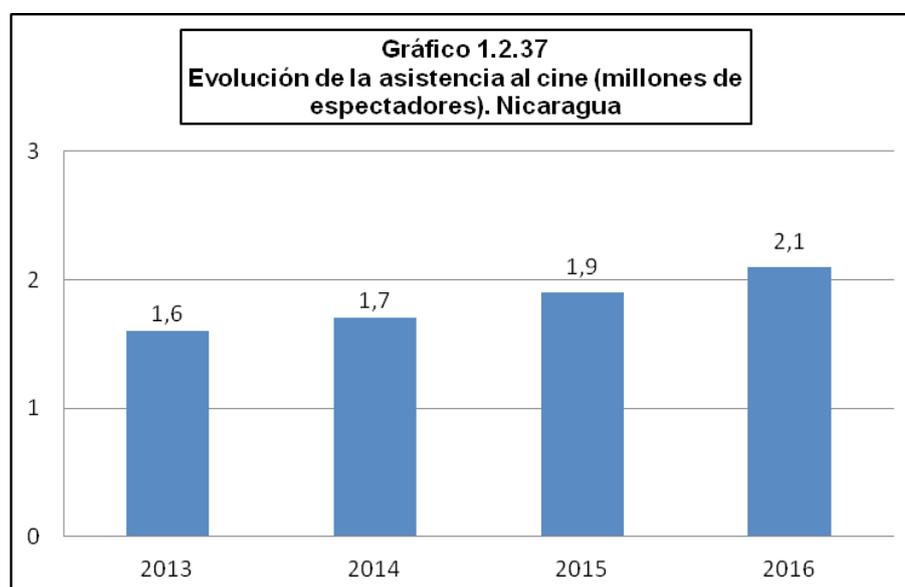
Los cines de Nicaragua en 2016 suman una asistencia de 2,1 millones de espectadores y recaudan 8,7 millones de dólares. La audiencia anual se sitúa en 0,4 películas por habitante y el precio medio de la entrada es de 4,2 dólares. El número de estrenos de cine nacional representa el 1,9% y la cuota de espectadores el 0,1% (cuadro 1.2.72).

La evolución de la asistencia a las salas cinematográficas en los últimos cuatro años muestra una gráfica ascendente, partiendo desde los 1,6 millones de espectadores de 2013 hasta los 2,1 millones de 2016 (gráfico 1.2.37).

Cuadro 1.2.72

Panorama cinematográfico en Nicaragua

Datos	2014	2015	2016
Población (millones)	5,8	5,9	5,9
PIB-PPA (billones USD)	0,029	0,031	0,033
PIB per capita (USD)	4.900	5.100	5.300
Número de pantallas de cine	44	46	50
Ingresos cine (millones USD)	6,9	8,3	8,7
Asistencia espectadores (millones)	1,7	1,9	2,1
Espectadores cine nacional (millones)	0,014	0	0,002
Cuota de mercado cine nacional (%)	0,8	0	0,1
Número de estrenos totales	151	147	157
Número de estrenos extranjeros	148	147	154
Número de estrenos nacionales	3	0	3
Asistencia anual por habitante	0,3	0,3	0,4
Precio medio entrada (USD)	4,0	4,3	4,2



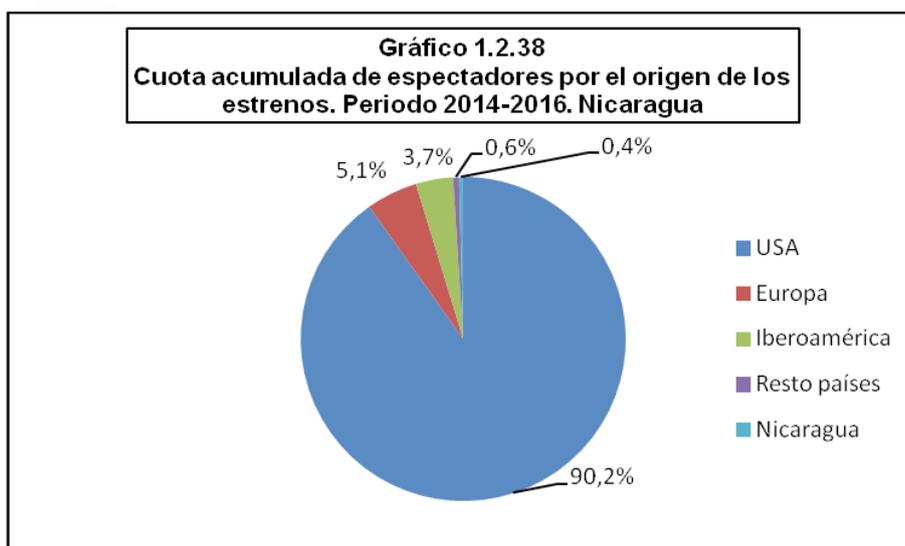
La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en 2016 en un 94,4% del total de espectadores y la del cine europeo en un 4,5% (cuadro 1.2.73).

La cuota acumulada de espectadores en el trienio 2014-2016 refleja el dominio del cine USA, con un 90,2% del mercado, seguido del cine europeo con un 5,1% y del iberoamericano con un 3,7% (gráfico 1.2.38).

Cuadro 1.2.73
Distribución por el origen de los estrenos del Top-100. Nicaragua

ESPECTADORES						
Origen	2014	%	2015	%	2016	%
USA	1.472.956	91,1	1.602.996	85,4	1.909.223	94,4
Nicaragua	13.766	0,9	0	0,0	4.468	0,2
Iberoamérica	74.117	4,6	110.157	5,9	11.855	0,6
Europa	50.583	3,1	144.405	7,7	90.048	4,5
Resto países	4.555	0,3	20.584	1,1	6.870	0,3
Total	1.615.977		1.878.142		2.022.464	

INGRESOS						
Origen	2014	%	2015	%	2016	%
USA	6.101.146	91,8	6.901.179	85,7	7.968.506	94,5
Nicaragua	28.085	0,4	0	0,0	17.516	0,2
Iberoamérica	292.971	4,4	472.538	5,9	46.012	0,5
Europa	209.308	3,1	597.921	7,4	375.676	4,5
Resto países	16.976	0,3	78.629	1,0	27.435	0,3
Total	6.648.486		8.050.267		8.435.145	



Las distribuidoras americanas, en 2016, representan en el *top-100* una cuota conjunta de espectadores del 90,8% y las independientes el 9,2% restante. El *Estudio* con más entradas vendidas es Warner con 436.494 (cuadro 1.2.74).

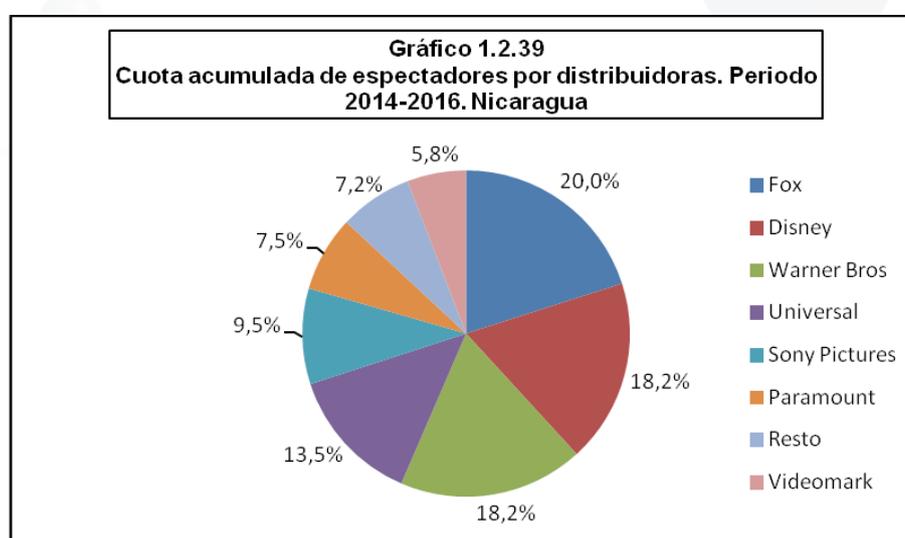
En el periodo 2014-2016, el porcentaje de espectadores acumulado por las *Majors* se sitúa casi en un 87% y el de las independientes en el 13% restante (gráfico 1.2.39). Las empresas con más cuota

de mercado son Fox (20%), Disney (18,2%) y Warner (18,2%). Entre las independientes destaca Videomark (5,8%).

Cuadro 1.2.74

Ranking de distribuidoras del Top 100. Nicaragua

Origen	2014	%	2015	%	2016	%
Fox	370.492	22,9	315.401	16,8	409.417	20,2
Warner Bros	309.087	19,1	263.045	14,0	436.494	21,6
Disney	261.030	16,2	328.001	17,5	421.864	20,9
Paramount	199.915	12,4	98.141	5,2	100.987	5,0
Sony Pictures	131.105	8,1	170.715	9,1	230.122	11,4
Universal	82.984	5,1	443.531	23,6	238.145	11,8
Videomark	121.697	7,5	188.149	10,0	0	0,0
Independent	51.555	3,2	3.084	0,2	0	0,0
Cocinsa	43.627	2,7	0	0,0	0	0,0
Operadora	19.782	1,2	40.311	2,1	41.536	2,1
Romaly	3.624	0,2	5.136	0,3	0	0,0
Canzion	21.079	1,3	13.323	0,7	0	0,0
11:11	0	0,0	6.434	0,3	0	0,0
La Media Docena	0	0,0	2.871	0,2	0	0,0
Resto	0	0,0	0	0,0	143.899	7,1
Total	1.615.977		1.878.142		2.022.464	



En 2016, tres producciones americanas lideran el ranking de audiencia cinematográfica en Nicaragua: *Capitán América: Civil War* (100.391 espectadores), *Batman Vs. Superman: El amanecer de la justicia* (86.615) y *Buscando a Dory* (80.659).

Las producciones del ranking de estrenos provienen, en su totalidad, de Estados Unidos (una en coproducción con Canadá y otra con Reino Unido). La cuota de mercado de estas diez producciones supone el 32,9% del total de espectadores (cuadro 1.2.75).

Cuadro 1.2.75

Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2015. Nicaragua

N°	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Capitán América: Civil War	USA	100.391	448.056
2	Batman V Superman: El amanecer de la justicia	USA	86.615	382.468
3	Buscando a Dory	USA	80.659	317.854
4	Ice Age: El gran cataclismo	USA	70.720	283.885
5	Escuadrón suicida	USA	68.937	301.631
6	Expediente Warren: El caso Enfield	USA, Canadá	65.884	259.108
7	El libro de la selva	USA, R. Unido	64.224	270.920
8	X-Men: Apocalipsis	USA	55.217	241.695
9	Deadpool	USA	52.822	214.116
10	La vida secreta de tus mascotas	USA	47.655	190.090

En cuanto al *ranking* de estrenos nacionales figura en primer lugar *Sueños de birrete* (Camilo de Castro) con 2.186 espectadores, seguida de la coproducción con Estados Unidos *Bus Stop, la película* (Chris Dray) con 250 espectadores (cuadro 1.2.76).

El estreno iberoamericano más exitoso en 2016 es la película chilena *Sin filtro* (Nicolás López), con 4.468 espectadores. La película europea más popular es la producción británica *Animales fantásticos y dónde encontrarlos*, con 38.155 espectadores (cuadro 1.2.77).

Cuadro 1.2.76

Ranking de estrenos nacionales. Año 2015. Nicaragua

N°	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Sueños de birrete	Nicaragua	2.186	6.546
2	Bus Stop, la película	Nicaragua, USA	250	581
3	1, 2, 3, a bailar	Nicaragua	59	234

Cuadro 1.2.77

Ranking de estrenos cinematográficos de otros países. Año 2015. Nicaragua

Iberoamérica				
N°	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Sin filtro	Chile	4.468	17.516
Europa y resto de países				
N°	Título	Origen	Espectadores	Ingresos
1	Animales fantásticos y dónde encontrarlos	R.Unido, USA	38.155	166.506
2	Objetivo: Londres	R.Unido, USA	19.690	79.948
3	Bridget Jones's Baby	R.Unido, USA, Francia	15.133	61.683
4	Atrapa a un ladrón	Hong Kong, China, USA	6.870	27.435
5	Asalto en París	Francia, R.Unido, USA	6.379	25.741



PANAMÁ

Los cines panameños en 2016 suman una asistencia de 6,5 millones de espectadores y recaudan 33,4 millones de dólares. La audiencia anual se sitúa en 1,7 películas por habitante y el precio medio de la entrada es de 5,1 dólares. El número de estrenos de cine nacional representa el 1% y la cuota de espectadores el 0,3% (cuadro 1.2.78).

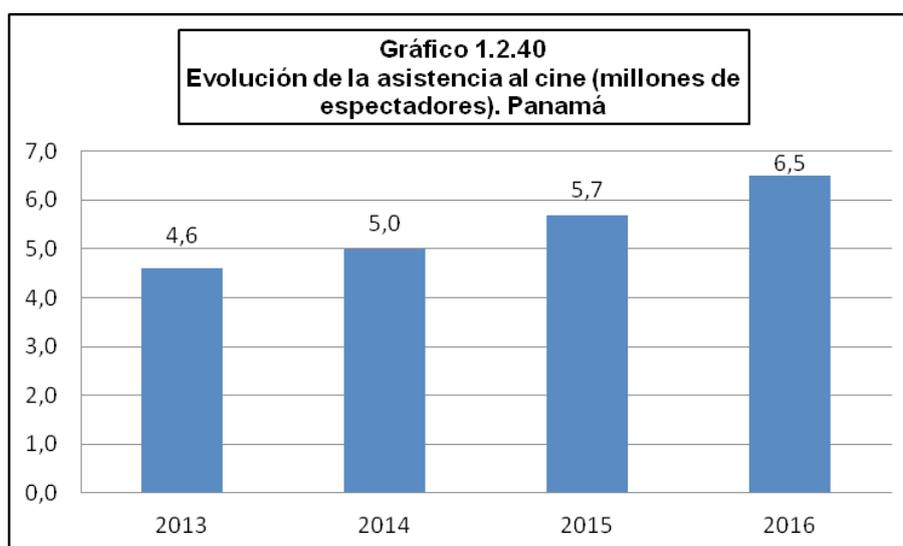
La evolución de la asistencia a las salas cinematográficas en los últimos cuatro años muestra una gráfica ascendente, partiendo desde los 4,6 millones de espectadores de 2013 hasta los 6,5 millones de 2016 (gráfico 1.2.40).

Cuadro 1.2.78

Panorama cinematográfico en Panamá

Datos	2014	2015	2016
Población (millones)	3,6	3,6	3,7
PIB-PPA (billones USD)	0,083	0,088	0,093
PIB per capita (USD)	21.300	22.100	22.800
Número de pantallas de cine	84	99	123
Ingresos cine (millones USD)	24,0	28,5	33,4
Asistencia espectadores (millones)	5,0	5,7	6,5
Espectadores cine nacional (millones)	0,09	0,008	0,02
Cuota de mercado cine nacional (%)	1,8	0,2	0,3
Número de estrenos totales	170	184	209
Número de estrenos extranjeros	166	182	207
Número de estrenos nacionales	4	2	3
Asistencia anual por habitante	1,4	1,5	1,7
Precio medio entrada (USD)	4,8	5,0	5,1

Gráfico 1.2.40
Evolución de la asistencia al cine (millones de espectadores). Panamá



La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en 2016 en un 92,3% del total de espectadores, la del cine panameño en un 2,8% y la del cine europeo en un 4,4% (cuadro 1.2.79).

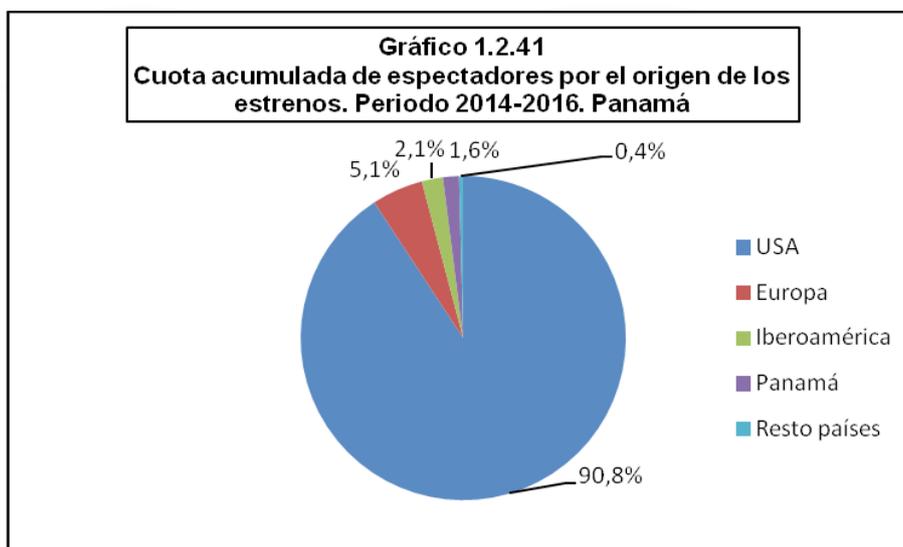
La cuota acumulada de espectadores en el trienio 2014-2016 refleja el dominio del cine USA, con un 90,8% del mercado, seguido del cine europeo con un 5,1%, del iberoamericano con un 2,1% y del panameño con un 1,6% (gráfico 1.2.41).

Cuadro 1.2.79
Distribución por el origen de los estrenos del top-100. Panamá

Origen	2014	%	2015	%	2016	%
USA	4.356.298	91,6	4.860.860	88,7	5.723.819	92,3
Panamá	88.216	1,9	0	0,0	174.910	2,8
Iberoamérica	85.997	1,8	224.161	4,1	16.442	0,3
Europa	212.673	4,5	356.464	6,5	273.726	4,4
Resto países	14.036	0,3	37.118	0,7	15.001	0,2
Total	4.757.220		5.478.603		6.203.898	

Cuota de espectadores por el origen de los estrenos del top-100. Panamá

Origen	2014	%	2015	%	2016	%
USA	20.813.205	92,1	24.437.404	88,9	29.443.269	92,2
Panamá	404.828	1,8	0	0,0	915.539	2,9
Iberoamérica	335.821	1,5	1.129.545	4,1	68.670	0,2
Europa	1.000.482	4,4	1.764.279	6,4	1.444.546	4,5
Resto países	51.855	0,2	153.776	0,6	66.784	0,2
Total	22.606.191		27.485.004		31.938.808	



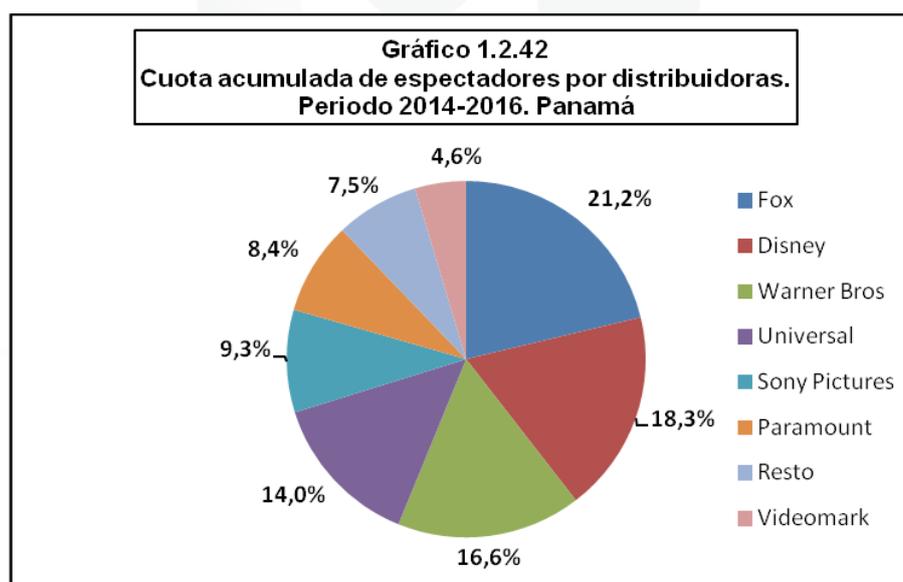
Las distribuidoras americanas, en 2016, representan en el *top-100* una cuota conjunta de espectadores de un 89,1% y las independientes un 10,9% restante. El *Estudio* con más entradas vendidas es Fox con casi 1,3 millones de espectadores (cuadro 1.2.80).

En el periodo 2014-2016, el porcentaje de espectadores acumulado por las *Majors* se sitúa en un 87,8% y el de las independientes en el 12,2% restante (gráfico 1.2.42). Las empresas con más cuota de mercado son Fox (21,2%), Disney (18,3%) y Warner (16,6%). Entre las independientes destaca Videomark (4,6%).

Cuadro 1.2.80

Cuota de espectadores por el origen de los estrenos del top 100. Panamá

Distribuidora	2014	%	2015	%	2016	%
Fox	1.160.717	24,4	1.037.387	18,9	1.262.446	20,3
Warner Bros	815.319	17,1	700.683	12,8	1.238.245	20,0
Disney	738.358	15,5	993.287	18,1	1.314.128	21,2
Paramount	642.191	13,5	304.875	5,6	387.313	6,2
Sony Pictures	372.457	7,8	562.458	10,3	617.319	10,0
Universal	321.568	6,8	1.304.239	23,8	707.987	11,4
Videomark	360.939	7,6	345.024	6,3	0	0,0
Operadora	63.005	1,3	121.077	2,2	187.096	3,0
Independent	66.916	1,4	0	0,0	55.872	0,9
Canzion	35.681	0,8	30.318	0,6	0	0,0
Romaly	105.288	2,2	0	0,0	23.402	0,4
P. Latinoamericanas	74.781	1,6	79.255	1,4	189.911	3,1
Resto	0	0,0	0	0,0	220.179	3,5
Total	4.757.220		5.478.603		6.203.898	



En 2016, tres producciones americanas lideran el ranking de audiencia cinematográfica en Panamá: *Capitán América: Civil War* (262.587 espectadores), *Batman Vs. Superman: El amanecer de la justicia* (240.967) e *Ice Age: el gran cataclismo* (217.603).

Las producciones del ranking de estrenos provienen, en su totalidad, de Estados Unidos (una en coproducción con Reino Unido y otra con Canadá). La cuota de mercado de estas diez producciones supone el 31,5% del total de espectadores (cuadro 1.2.81).

Cuadro 1.2.81

Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2016. Panamá

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Capitán América: Civil War	USA	262.587	1.550.007
2	Batman V Superman: El amanecer de la justicia	USA	240.967	1.452.353
3	Ice Age: El gran cataclismo	USA	217.603	1.027.382
4	Escuadrón suicida	USA	210.597	1.155.085
5	El libro de la selva	USA, R. Unido	207.367	1.086.103
6	Zootropolis	USA	194.176	904.941
7	La vida secreta de tus mascotas	USA	188.622	809.322
8	Buscando a Dory	USA	183.775	838.576
9	Expediente Warren: El caso Enfield	USA, Canadá	174.211	803.517
10	Deadpool	USA	166.456	879.229

En cuanto al *ranking* de estrenos nacionales figura en primer lugar la coproducción con Estados Unidos *Manos de piedra* (Jonathan Jakubowicz), con 152.179 espectadores, seguida de la película *El cheque* (Arturo Montenegro) con 22.731 (cuadro 1.2.82).

El estreno iberoamericano más exitoso en 2016 es la película española *Atrapa la bandera* con 16.442 espectadores. La película europea más popular es la producción británica *Animales fantásticos y dónde encontrarlos*, con 130.787 espectadores (cuadro 1.2.83).

Cuadro 1.2.82

Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Año 2016. Panamá

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Manos de piedra	Panamá, USA	152.179	804.777
2	El cheque	Panamá	22.731	110.762
3	Time to love: A backstage tale	Panamá	603	2.517

Cuadro 1.2.83

Ranking de estrenos cinematográficos de otros países. Año 2016. Panamá

Iberoamérica				
Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Atrapa la bandera	España	16.442	68.670
Europa y resto de países				
Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Animales fantásticos y dónde encontrarlos	R. Unido, USA	130.787	730.911
2	Objetivo: Londres	R. Unido, USA	59.256	306.773
3	Asalto en París	Francia, R. Unido, USA	27.108	143.164
4	Bridget Jones's Baby	R. Unido, Francia, USA	24.377	128.208
5	Siete vidas: Este gato es un peligro	Francia, Canadá, China	16.576	66.601



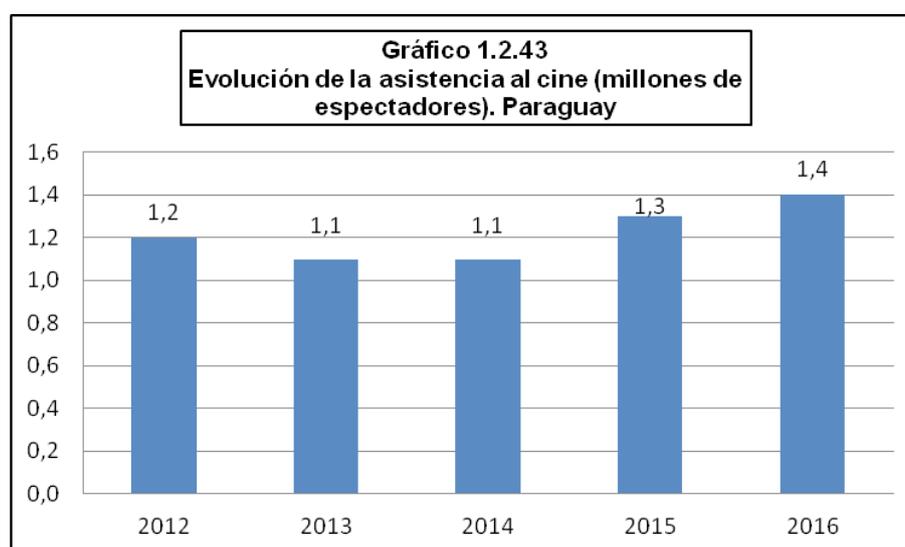
PARAGUAY

Los cines paraguayos en 2016 suman una asistencia de 1,4 millones de espectadores y recaudan 7,5 millones de dólares. La audiencia anual se sitúa en 0,2 películas por habitante y año y el precio medio de la entrada es de 5,1 dólares. El número de estrenos de cine nacional representa el 4,2% y la cuota de espectadores el 4,5% (cuadro 1.2.84).

La evolución de la asistencia a las salas cinematográficas durante el periodo 2012-2016, muestra una gráfica que comienza con 1,2 millones de espectadores en 2012, disminuye en 2013 y 2014 hasta 1,1 millones y aumenta durante los dos últimos años hasta los 1,3 y 1,4 millones respectivamente (gráfico 1.2.43).

Cuadro 1.2.84
Panorama cinematográfico en Paraguay

	2014	2015	2016
Población (millones)	6,7	6,8	6,8
PIB-PPA (billones USD)	0,057	0,061	0,064
PIB per capita (USD)	9.000	9.200	9.400
Número de pantallas de cine	40	41	65
Ingresos cine (millones USD)	6,9	7,3	7,5
Asistencia espectadores (millones)	1,1	1,3	1,4
Espectadores cine nacional (millones)	0,03	0,02	0,06
Cuota de mercado cine nacional (%)	2,7	1,6	4,5
Número de estrenos totales	130	122	166
Número de estrenos extranjeros	126	117	159
Número de estrenos nacionales	4	5	8
Asistencia anual por habitante	0,2	0,2	0,2
Precio medio entrada (USD)	6,3	5,6	5,1



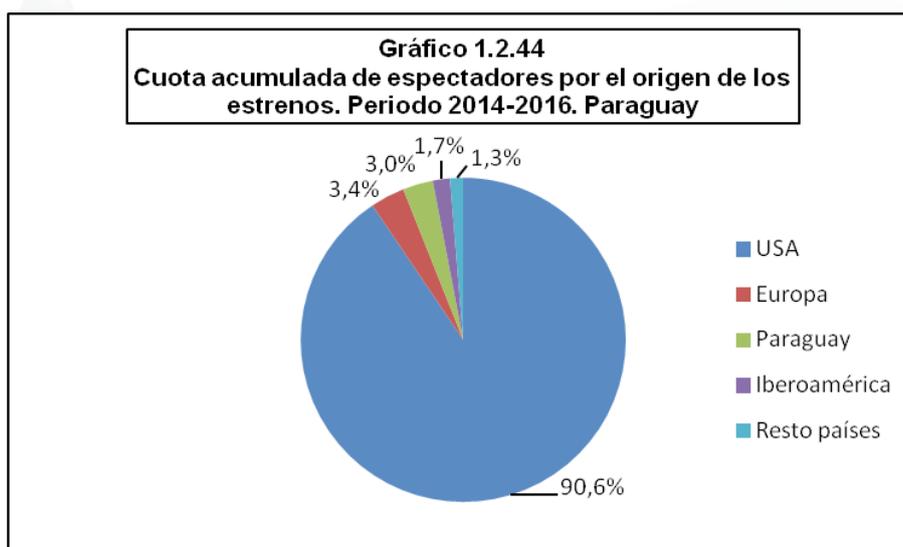
La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en 2016 en un 90,1% del total de espectadores, la del cine panameño en un 4,4%, la del cine europeo en un 3% y la del iberoamericano en un 2% (cuadro 1.2.85).

La cuota acumulada de espectadores en el trienio 2014-2016 refleja el dominio del cine USA, con un 90,6% del mercado, seguido del cine europeo con un 3,4%, del paraguay con un 3% y del iberoamericano con un 1,7% (gráfico 1.2.44).

Cuadro 1.2.85
Distribución por el origen de los estrenos del Top-100. Paraguay

ESPECTADORES						
Origen	2014	%	2015	%	2016	%
USA	1.009.219	91,3	1.229.914	90,3	1.298.622	90,1
Paraguay	32.089	2,9	24.743	1,8	63.302	4,4
Iberoamérica	22.220	2,0	15.722	1,2	29.440	2,0
Europa	26.167	2,4	65.767	4,8	42.623	3,0
Resto países	15.713	1,4	26.435	1,9	6.799	0,5
Total	1.105.408		1.362.581		1.440.786	

INGRESOS						
Origen	2014	%	2015	%	2016	%
USA	6.100.496	91,9	6.686.679	91,7	6.665.898	90,7
Paraguay	171.541	2,6	108.191	1,5	274.971	3,7
Iberoamérica	133.633	2,0	71.115	1,0	144.569	2,0
Europa	147.908	2,2	314.202	4,3	236.308	3,2
Resto países	85.146	1,3	112.674	1,5	30.358	0,4
Total	6.638.724		7.292.861		7.352.104	

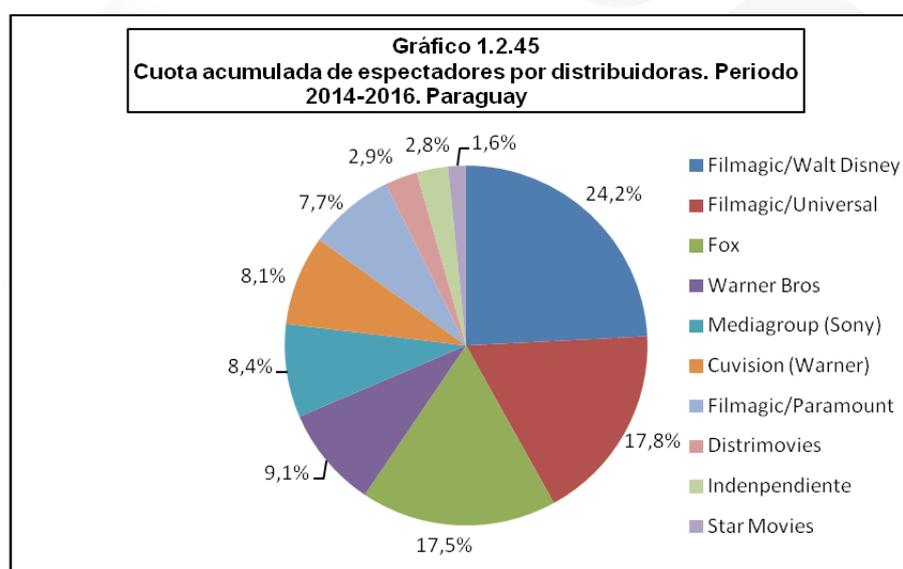


Las distribuidoras americanas, en 2016, representan en el *top-100* una cuota conjunta de espectadores del 87,7% y las independientes el 12,3% restante. El *Estudio* con más entradas vendidas es Disney con 386.457 espectadores (cuadro 1.2.86).

En el periodo 2014-2016, el porcentaje de espectadores acumulado por las *Majors* se sitúa casi en un 92,7% y el de las distribuidoras independientes en el 7,3% restante (gráfico 1.2.45). Las empresas con más cuota de mercado son Disney (24,2%), Universal (17,8%) y Fox (17,5%). Entre las independientes destaca DISTRIMOVIES (2,9%).

Cuadro 1.2.86
Cuota de espectadores por las distribuidoras del top-100. Paraguay

Origen	2014	%	2015	%	2016	%
Filmagic/Walt Disney	244.819	22,1	321.566	23,6	386.457	26,8
Fox	239.062	21,6	159.850	11,7	274.500	19,1
Cuvision (Warner)	157.207	14,2	118.300	8,7	19.683	1,4
Mediagroup (Sony)	148.283	13,4	120.065	8,8	42.514	3,0
Filmagic/Paramount	132.552	12,0	88.725	6,5	64.809	4,5
Filmagic/Universal	90.980	8,2	497.228	36,5	125.903	8,7
Warner Bros	25.445	2,3	8.934	0,7	349.460	24,3
Indenpendiente	37.102	3,4	11.220	0,8	62.473	4,3
Distrimovies	29.958	2,7	32.589	2,4	51.372	3,6
Star Movies	0	0,0	4.104	0,3	63.615	4,4
Total	1.105.408		1.362.581		1.440.786	



En 2016, la coproducción entre Estados Unidos y Canadá *Expediente Warren: El caso Enfield* lidera el ranking de audiencia cinematográfica en Paraguay, con 77.762 espectadores, seguida de las también americanas *Capitán América: Civil War* (77.086) e *Ice Age: el gran cataclismo* (70.895).

Las producciones del *ranking* de estrenos provienen en su totalidad de Estados Unidos, (una en coproducción con Canadá y otra con Reino Unido). La cuota de mercado de estas diez producciones supone el 42,8% del total de espectadores (cuadro 1.2.87).

Cuadro 1.2.87

Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2016. Paraguay

N°	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Expediente Warren: El caso Enfield	USA, Canadá	77.762	356.018
2	Capitán América: Civil War	USA	77.086	420.183
3	Ice Age: El gran cataclismo	USA	70.895	380.890
4	Escuadrón suicida	USA	64.469	401.546
5	Buscando a Dory	USA	59.718	317.690
6	Batman V Superman: El amanecer de la justicia	USA	57.493	313.621
7	La vida secreta de tus mascotas	USA	51.954	267.947
8	Deadpool	USA	50.335	204.659
9	Zootropolis	USA	48.348	235.802
10	Antes de ti	R. Unido, USA	46.092	216.210

En cuanto al *ranking* de estrenos nacionales figura en primer lugar la película *Gritos del Monday* (Héctor Rodríguez), con 31.381 espectadores, seguida de la producción *Paraguay, droga y banana* (Juan Manuel Salinas) con 12.682 (cuadro 1.2.88). De los diez estrenos del ranking, siete son íntegramente paraguayos y tres coproducciones.

El estreno iberoamericano más exitoso en 2016 es la película argentina *El hilo rojo* con 14.735 espectadores. La película europea más popular es la coproducción británica *Animales fantásticos y dónde encontrarlos*, con 26.305 espectadores (cuadro 1.2.89).

Cuadro 1.2.88

Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Año 2016. Paraguay

N°	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Gritos del monday	Paraguay	31.381	126.707
2	Paraguay, droga y banana	Paraguay	12.682	66.204
3	El secuestro	Paraguay	11.797	50.415
4	Guaraní	Paraguay, Argentina	4.869	21.817
5	Eliza Lynch: Queen of Paraguay	Paraguay, Irlanda	1.753	7.849
6	Ore Ru	Paraguay	1.599	6.111
8	La orquesta de Cateura	Paraguay, USA	1.364	6.095
9	Felices los que lloran	Paraguay	109	422
10	Bajo cicatrices	Paraguay	67	225

Cuadro 1.2.89

Ranking de estrenos cinematográficos de otros países. Año 2016. Paraguay

Iberoamérica

N°	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	El hilo rojo	Argentina	14.735	72.853
2	En el corazón del mar	España, USA, R. Unido	8.136	44.387
3	Encerrada	Colombia, USA	6.569	27.329

<i>Europa y resto de países</i>				
N°	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Animales fantásticos y dónde encontrarlos	R. Unido, USA	26.305	162.438
2	The faith of Anna Waters	Singapur, USA	6.799	30.358
3	Objetivo: Londres	R. Unido, USA	4.092	16.775
4	Bridget Jones's Baby	R. Unido, USA, Francia	4.059	20.304
5	Siete vidas: Este gato es un peligro	Francia, Canadá, China	3.115	13.894



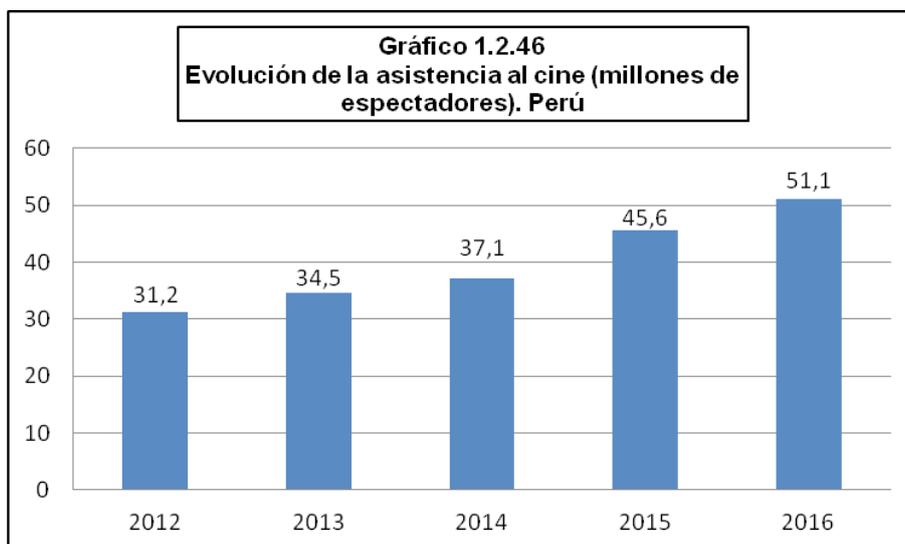
PERÚ

Los cines peruanos en 2016 suman una asistencia de 51,1 millones de espectadores y recaudan 163,8 millones de dólares. La audiencia anual se sitúa en 1,6 películas por habitante y el precio medio de la entrada es de 3,2 dólares. El número de estrenos de cine nacional representa el 8,1% y la cuota de espectadores el 11,2% (cuadro 1.2.90).

La evolución de la asistencia a las salas cinematográficas en los últimos cinco años se sitúa entre los 31,2 millones de espectadores de 2012 y los 51,1 millones de 2016 (gráfico 1.2.46).

Cuadro 1.2.90
Panorama cinematográfico en Perú

	2014	2015	2016
Población (millones)	30,1	30,4	30,7
PIB-PPA (billones USD)	0,382	0,395	0,409
PIB per capita (USD)	12.400	12.700	13.000
Número de pantallas de cine	475	571	613
Ingresos cine (millones USD)	142,0	158,3	163,8
Espectadores cine (millones)	37,1	45,6	51,1
Espectadores cine nacional (millones)	3,83	5,60	5,70
Cuota de mercado cine nacional (%)	10,3	12,3	11,2
Número de estrenos totales	242	268	320
Número de estrenos extranjeros	225	239	294
Número de estrenos nacionales	17	29	26
Asistencia anual por habitante	1,2	1,5	1,6
Precio medio entrada (USD)	3,8	3,5	3,2



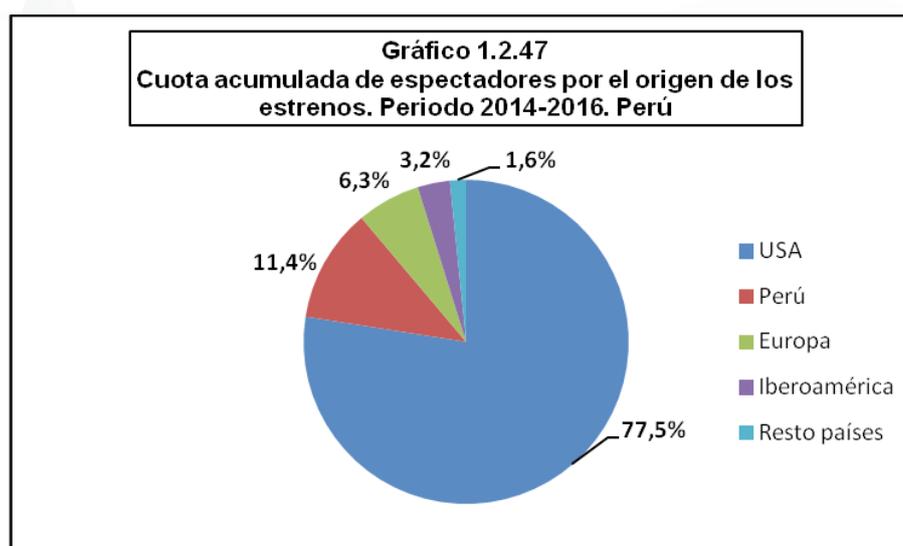
La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en 2016 en un 80,6% del total de espectadores, la del cine peruano en un 11,7%, la del cine europeo en un 4,9% y la del cine iberoamericano en el 0,9% (cuadro 1.2.91).

La cuota acumulada de espectadores en el trienio 2014-2016 refleja el dominio del cine USA, con un 77,5% del mercado, seguido del cine peruano con un 11,4%, del europeo con un 6,3% y del cine iberoamericano con un 3,2% (gráfico 1.2.47).

Cuadro 1.2.91
Distribución por el origen de los estrenos del top-100. Perú

ESPECTADORES						
Origen	2014	%	2015	%	2016	%
USA	27.180.867	78,2	31.021.350	73,7	37.645.730	80,6
Perú	3.378.146	9,7	5.392.052	12,8	5.458.009	11,7
Iberoamérica	1.542.498	4,4	1.817.703	4,3	420.412	0,9
Europa	2.177.612	6,3	3.216.600	7,6	2.312.991	4,9
Resto países	462.922	1,3	629.046	1,5	896.040	1,9
Total	34.742.045		42.076.751		46.733.182	

INGRESOS						
Origen	2014	%	2015	%	2016	%
USA	105.514.240	79,6	109.136.914	74,6	121.904.314	81,4
Perú	12.185.456	9,2	18.346.661	12,5	16.554.858	11,1
Iberoamérica	5.496.595	4,1	6.186.814	4,2	1.177.463	0,8
Europa	7.876.708	5,9	10.548.648	7,2	7.557.172	5,0
Resto países	1.480.108	1,1	1.993.375	1,4	2.591.050	1,7
Total	132.553.107		146.212.412		149.784.857	

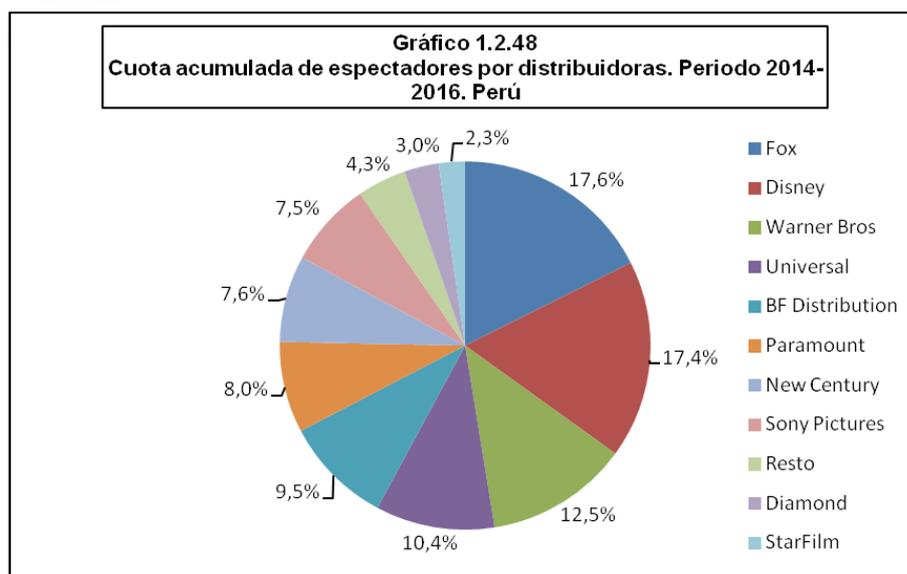


Las distribuidoras americanas, en 2016, representan en el *top-100* una cuota conjunta de espectadores de un 73,8% y las independientes un 26,2% restante. El *Estudio* con más entradas vendidas es Disney con más de 10 millones de espectadores (cuadro 1.2.92).

En el periodo 2014-2016, el porcentaje de espectadores acumulado por las *Majors* se sitúa en un 73,4% y el de las independientes en el 26,6% restante (gráfico 1.2.48). Las empresas con más cuota de mercado son Fox (17,6%) y Disney (17,4%). Entre las independientes destacan BF Distribution (9,5%) y New Century (7,6%).

Cuadro 1.2.92
Cuota de espectadores por distribuidoras del top-100. Perú

Origen	2014	%	2015	%	2016	%
Fox	6.334.365	18,2	6.826.164	16,2	8.564.596	18,3
Warner Bros	5.472.843	15,8	3.802.023	9,0	5.904.290	12,6
Disney	4.601.847	13,2	7.139.280	17,0	10.242.273	21,9
Paramount	4.312.349	12,4	2.802.685	6,7	2.244.666	4,8
Universal	2.273.304	6,5	6.572.749	15,6	4.223.790	9,0
Sony Pictures	1.956.458	5,6	4.112.583	9,8	3.293.907	7,0
UIP	635.351	1,8	456.789	1,1	0	0,0
BF Distribution	2.787.992	8,0	4.450.001	10,6	4.682.319	10,0
New Century	2.421.368	7,0	3.062.023	7,3	3.930.956	8,4
Diamond	1.463.652	4,2	644.089	1,5	1.550.182	3,3
Delta Films	1.005.295	2,9	561.205	1,3	451.226	1,0
Star Film	748.008	2,2	1.446.006	3,4	567.571	1,2
Euro Films	402.917	1,2	0	0,0	0	0,0
Cinecolor	326.296	0,9	114.882	0,3	0	0,0
Andes films	0	0,0	86.272	0,2	0	0,0
Resto distribuidoras	0	0,0	0	0,0	1.077.406	2,3
Total	34.742.045		42.076.751		46.733.182	



En 2016, la producción estadounidense *Ice Age: el gran cataclismo* lidera el ranking de audiencia en Perú, con 2,2 millones de espectadores, seguida de la también obra americana *Capitán América: Civil War*, con 1,7 millones de espectadores, y de la coproducción entre Estados Unidos y Reino Unido *El libro de la selva* con 1,5 millones (cuadro 1.2.93).

Las producciones del *ranking* de estrenos provienen, mayoritariamente, de Estados Unidos, con nueve películas (una en coproducción con Reino Unido y otra con Canadá) más una película peruana. La cuota de mercado de estas diez producciones supone el 28,6% del total de espectadores.

Cuadro 1.2.93

Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2016. Perú

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Ice Age: El gran cataclismo	USA	2.256.669	7.377.307
2	Capitán América: Civil War	USA	1.715.770	6.389.145
3	El libro de la selva	USA, R. Unido	1.513.281	4.676.792
4	La vida secreta de tus mascotas	USA	1.493.455	4.640.294
5	Zootropolis	USA	1.467.118	4.207.227
6	Buscando a Dory	USA	1.409.361	4.569.292
7	Batman V Superman: El amanecer de la justicia	USA	1.385.383	4.882.423
8	Locos de Amor	Perú	1.221.816	3.757.702
9	Expediente Warren: El caso Enfield	USA, Canadá	1.072.289	3.403.200
10	Escuadrón suicida	USA	1.026.769	3.515.686

En cuanto al *ranking* de estrenos nacionales figura en primer lugar la película peruana *Locos de amor* (Frank Pérez-Garland), con 1,2 millones de espectadores, seguida de la producción *Calichín* (Ricardo Maldonado) con 916.111 espectadores (cuadro 1.2.94). Todos los estrenos del ranking son íntegramente peruanos.

El estreno iberoamericano más exitoso en 2016 es la película mexicana *Don gato 2: el inicio de la pandilla* con 200.550 espectadores. La película europea más popular es la coproducción británica *Animales fantásticos y dónde encontrarlos*, con 652.854 espectadores (cuadro 1.2.95).

Cuadro 1.2.94

Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Año 2016. Perú

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Locos de Amor	Perú	1.221.816	3.757.702
2	Calichín	Perú	916.111	2.789.385
3	Guerrero, la película	Perú	848.706	2.710.926
4	La peor de mis bodas	Perú	722.490	2.039.486
5	Siete semillas	Perú	608.858	2.055.999
6	Margarita	Perú	550.370	1.518.313
7	Hasta que la suegra nos separe	Perú	252.474	687.175
8	No estamos solos	Perú	228.491	641.523
9	El candidato	Perú	108.693	354.348
10	Maligno	Perú	89.900	287.680

Cuadro 1.2.95

Ranking de estrenos cinematográficos de otros países. Año 2016. Perú

<i>Iberoamérica</i>				
N°	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Don gato 2: el inicio de la pandilla	México	200.550	586.929
2	Todos los hombres son iguales	R. Dominicana	120.007	324.709
3	Summer camp	España, USA	99.855	265.825
<i>Europa y resto de países</i>				
N°	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Animales fantásticos y dónde encontrarlos	R.Unido, USA	652.854	2.399.908
2	Objetivo: Londres	R.Unido, USA	343.885	1.141.510
3	Siete vidas: Este gato es un peligro	Francia, Canadá, China	323.280	977.771
4	Bridget Jones's Baby	R.Unido, USA, Francia	217.569	754.495
5	La ola	Noruega	214.024	663.319





PORTUGAL

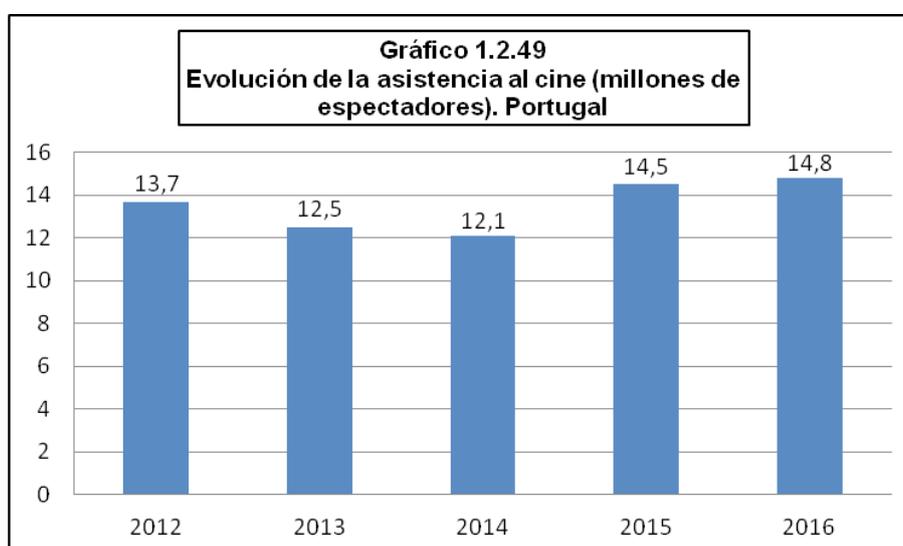
Los cines de Portugal en 2016 suman una asistencia de 14,8 millones de espectadores y recaudan 84,8 millones de dólares. La audiencia anual se sitúa en 1,4 películas por habitante y el precio medio de la entrada es de 5,7 dólares. El número de estrenos de cine nacional representa el 6,4% y la cuota de espectadores el 2,3% (cuadro 1.2.96).

La evolución de la asistencia a las salas cinematográficas en el periodo 2012-2016 se sitúa entre el mínimo de 12,1 millones de espectadores de 2014 y el máximo de 14,8 millones de 2016 (gráfico 1.2.49).

Cuadro 1.2.96

Panorama cinematográfico en Portugal

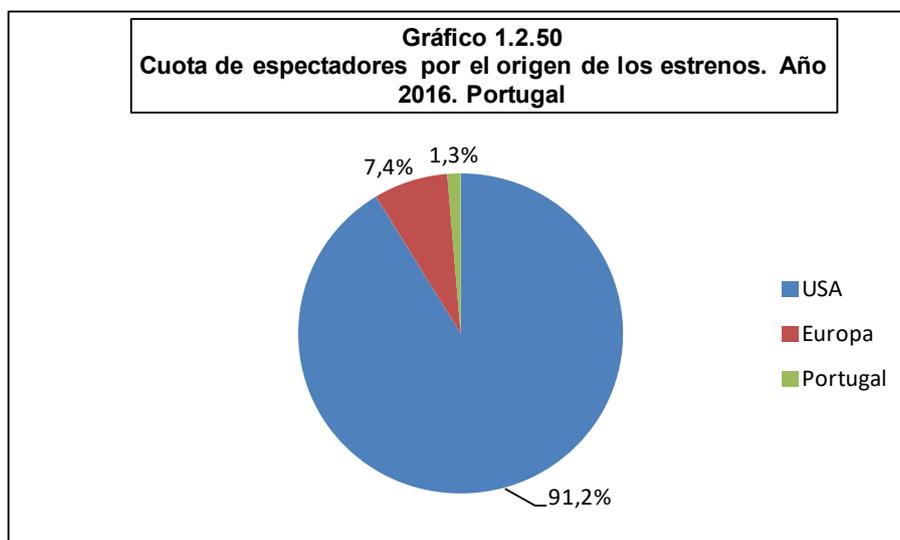
Datos	2014	2015	2016
Población (millones)	10,8	10,8	10,8
PIB-PPA (billones USD)	0,289	0,294	0,297
PIB per capita (USD)	27.900	28.300	28.500
Número de pantallas de cine	545	545	549
Ingresos cine (millones USD)	83,3	83,2	84,8
Espectadores cine (millones)	12,1	14,5	14,8
Espectadores cine nacional (millones)	0,57	0,94	0,34
Cuota de mercado cine nacional (%)	4,8	6,5	2,3
Número de estrenos totales	313	355	389
Número de estrenos extranjeros	278	328	364
Número de estrenos nacionales	35	27	25
Asistencia anual por habitante	1,1	1,3	1,4
Precio medio entrada (USD)	6,8	5,7	5,7



La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en 2016 en un 91,2% del total de espectadores, la del cine europeo en un 7,5% y la del cine portugués en un 1,3% y (cuadro 1.2.97 y gráfico 1.2.50).

Cuadro 1.2.97
Distribución por el origen de los estrenos del top-100. Año 2016. Portugal

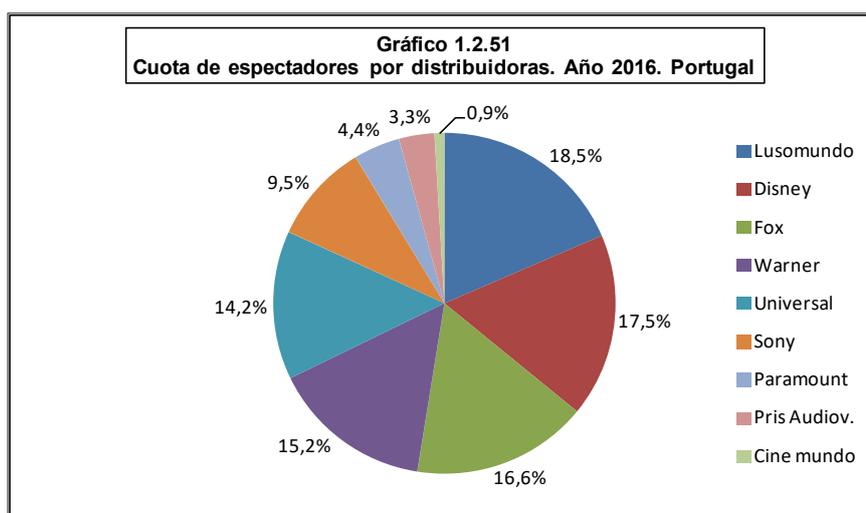
Origen	Espectadores	%	Ingresos (\$)	%
USA	12.563.929	91,2	74.582.760	91,2
Portugal	183.100	1,3	1.038.920	1,3
Iberoamérica	0	0,0	0	0,0
Europa	1.022.637	7,4	6.143.154	7,5
Otros	0	0,0	0	0,0
Total	13.769.666	100,0	81.764.834	100,0



Las distribuidoras americanas, en 2016, representan en el top-100 una cuota conjunta de espectadores de un 95,7% y las independientes el 4,3% restante. La distribuidora con más entradas vendidas es Lusomundo (Universal, Paramount, Disney) con casi 15 millones (cuadro 1.2.98).

Cuadro 1.2.98
Cuota de espectadores e ingresos por distribuidoras del Top-100. Año 2016. Portugal

Distribuidora	Espectadores	%	Ingresos (\$)	%
Big Picture (Fox)	2.282.305	16,6	13.532.172	16,6
Lusomundo	2.546.724	18,5	14.973.171	18,3
Paramount	601.067	4,4	3.658.242	4,5
Pris Audiovisuais (Lionsgate)	460.806	3,3	2.735.693	3,3
Sony Pictures	1.304.168	9,5	7.650.447	9,4
Universal	1.949.686	14,2	11.026.846	13,5
Disney	2.404.205	17,5	14.488.640	17,7
Warner	2.092.925	15,2	12.975.789	15,9
Cine mundo	127.780	0,9	723.834	0,9
Total	13.769.666		81.764.834	



En 2016, la producción estadounidense *La vida secreta de tus mascotas* lidera el ranking de audiencia en Portugal con 621.471 espectadores, seguida de las también americanas *Escuadrón suicida* (476.810) y *Buscando a Dory* con 431.498 (cuadro 1.2.99).

Las producciones del ranking de estrenos provienen, en su totalidad, de Estados Unidos (una en coproducción con Reino Unido). La cuota de mercado de estas diez producciones supone el 26,3% del total de espectadores.

Cuadro 1.2.99

Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2016. Portugal

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	La vida secreta de tus mascotas	USA	621.471	3.443.125
2	Escuadrón suicida	USA	476.810	2.996.231
3	Buscando a Dory	USA	431.498	2.391.620
4	Zootropolis	USA	398.919	2.271.432
5	Deadpool	USA	382.195	2.334.985
6	Animales fantásticos y dónde encontrarlos	R. Unido, USA	328.622	2.064.575
7	Batman V Superman: El amanecer de la justicia	USA	323.495	2.174.851
8	El renacido	USA	319.458	1.952.980
9	Canta!	USA	314.550	1.725.909
10	Vaiana	USA	314.354	1.761.271

En cuanto al ranking de estrenos nacionales el único que se encuentra dentro del top-100 es la producción *A Canção de Lisboa* (Pedro Varela) con más de 187.000 espectadores (cuadro 1.2.100). Las dos obras que le siguen a bastante distancia son *O amor é lindo... Porque Sim!* (Vicente Alves Do Ó) con 31.476 espectadores y *Cartas da guerra* (Ivo M. Ferreira) con 21.880 espectadores.

No hay más estrenos iberoamericanos en el top-100. La película europea más popular es la coproducción británica *Animales fantásticos y dónde encontrarlos*, con 328.622 espectadores (cuadro 1.2.101).

Cuadro 1.2.100**Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Año 2016. Portugal**

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	A Canção de Lisboa	Portugal	187.596	1.045.633
2	O amor é lindo... Porque Sim!	Portugal	31.476	165.537
3	Cartas da guerra	Portugal	21.880	121.849
4	O leao da Estrela	Portugal	17.733	100.930
5	Amor impossível	Portugal	14.928	86.364
6	Refrigerantes e canções de amor	Portugal	11.811	63.004
7	A mae é que sabe	Portugal	9.984	54.221
8	Jogo de damas	Portugal	6.973	34.911
9	Axilas	Portugal	4.651	20.232
10	O ornitólogo	Portugal	4.057	20.354

Cuadro 1.2.101**Ranking de estrenos cinematográficos de otros países. Año 2016. Argentina****Europa**

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Animales fantásticos y dónde encontrarlos	R.Unido, USA	328.622	\$2.064.575
2	Objetivo: Londres	R.Unido, USA	270.291	\$1.616.394
3	La chica danesa	R.Unido, USA, Alemania	103.492	\$605.925
4	Bridget Jones's Baby	R.Unido, USA, Francia	103.437	\$610.310
5	C'est quoi cette famille?!	Francia, Bélgica	48.128	\$271.416



REPÚBLICA DOMINICANA

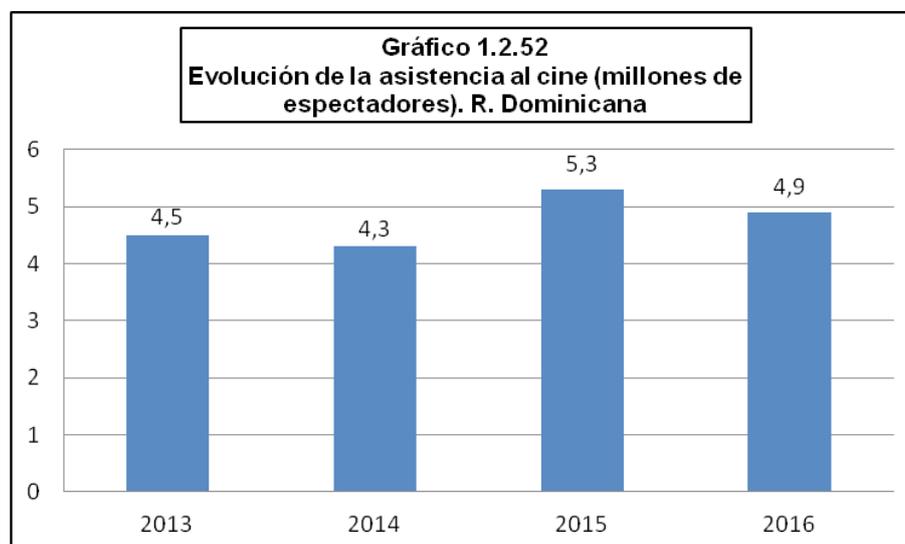
Los cines dominicanos en 2016 suman una asistencia de 4,9 millones de espectadores y recaudan 21,3 millones de dólares. La audiencia anual se sitúa en 0,4 películas por habitante y el precio medio de la entrada es de 4,3 dólares. El número de estrenos de cine nacional representa el 9,6% y la cuota de espectadores el 22,9% (cuadro 1.2.102).

La evolución de la asistencia a las salas cinematográficas en el periodo 2013-2016 se sitúa en un rango comprendido entre 4,3 millones de espectadores (2014) y 5,3 millones (2015). (gráfico 1.2.52).

Cuadro 1.2.102

Panorama cinematográfico en República Dominicana

Datos	2014	2015	2016
Población (millones)	10,3	10,4	10,6
PIB-PPA (billones USD)	0,142	0,151	0,160
PIB per capita (USD)	14.400	15.200	15.900
Número de pantallas de cine	182	182	199
Ingresos cine (millones USD)	18,0	23,1	21,3
Asistencia espectadores (millones)	4,3	5,3	4,9
Espectadores cine nacional (millones)	1,40	1,59	1,12
Cuota de mercado cine nacional (%)	32,5	29,6	22,9
Número de estrenos totales	163	218	208
Número de estrenos extranjeros	143	199	188
Número de estrenos nacionales	20	19	20
Asistencia anual por habitante	0,4	0,5	0,4
Precio medio entrada (USD)	3,8	4,3	4,3

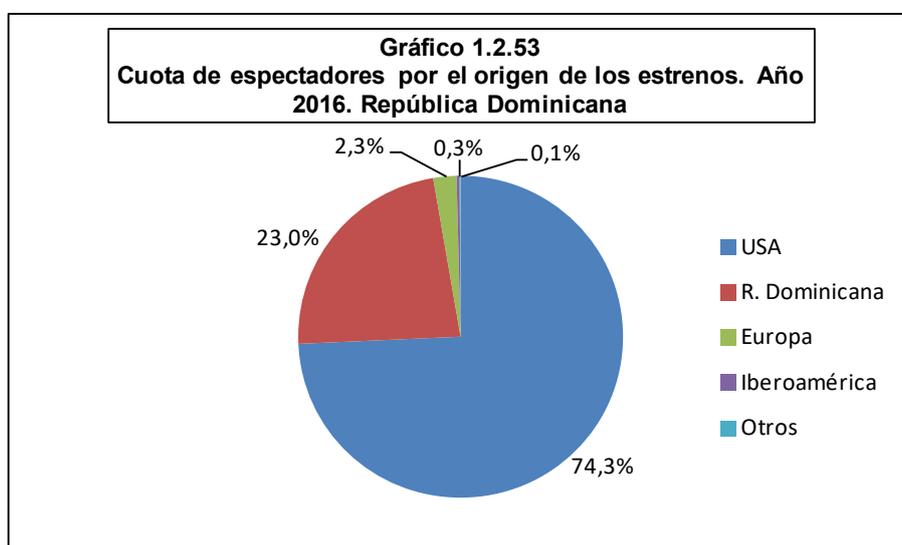


La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en 2016 en un 74,3% del total de espectadores, la del cine dominicano en un 23% y la del cine europeo en un 2,3% (cuadro 1.2.103 y gráfico 1.2.53).

Cuadro 1.2.103

Distribución por el origen de los estrenos del top-100. Año 2016. República Dominicana

Origen	Espectadores	%	Ingresos (\$)	%
USA	3.550.042	74,3	15.661.783	75,6
R. Dominicana	1.098.474	23,0	4.473.528	21,6
Iberoamérica	12.251	0,3	48.351	0,2
Europa	108.724	2,3	525.959	2,5
Otros	5.734	0,1	19.701	0,1
Total	4.775.225		20.729.322	



En 2016, las producciones dominicanas *Tubérculo presidente* (Archie López) con 284.126 espectadores, y *¿Pa qué me casé?* (Roberto Ángel Salcedo) con 232.821 lideran el ranking de audiencia en República Dominicana (cuadro 1.2.104). En tercer lugar se sitúa la producción norteamericana *Batman Vs. Superman: El amanecer de la justicia* (232.393).

Las producciones del ranking de estrenos provienen de Estados Unidos (6 estrenos) y de la República Dominicana (4 estrenos). La cuota de mercado de estas diez producciones supone el 40,8% del total de espectadores.

Cuadro 1.2.104

Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2016. R. Dominicana

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Tubérculo presidente	R. Dominicana	284.126	1.172.913
2	¿Pa qué me casé?	R. Dominicana	232.891	951.854
3	Batman Vs Superman: El amanecer de la justicia	USA	232.393	1.096.664
4	Mi suegra y yo	R. Dominicana	212.588	880.184
5	Capitán América: Civil War	USA	210.411	1.210.486

6	Escuadrón suicida	USA	187.601	910.075
7	Buscando a Dory	USA	175.875	717.938
8	Dos policías en apuros	R. Dominicana	174.252	665.044
9	Deadpool	USA	152.998	645.999
10	X-Men: Apocalipsis	USA	138.866	609.630

En cuanto al *ranking* de estrenos nacionales aparte de los dos citados, el tercer lugar lo ocupa la película *Mi suegra y yo* (Roberto Ángel Salcedo), con 212.588 espectadores, y en cuarto lugar *Dos policías en apuros* (Francis Disla), con 174.252 espectadores. Todas las producciones de este cuadro son íntegramente dominicanas (cuadro 1.2.105).

El estreno iberoamericano no nacional de más éxito es la española *Atrapa la bandera* con 6.950 espectadores. La película europea más popular es la coproducción británica *Animales fantásticos y dónde encontrarlos*, con 51.627 espectadores (cuadro 1.2.106).

Cuadro 1.2.105

Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Año 2016. R. Dominicana

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Tubérculo presidente	R. Dominicana	284.126	1.172.913
2	¿Pa qué me casé?	R. Dominicana	232.891	951.854
3	Mi suegra y yo	R. Dominicana	212.588	880.184
4	Dos policías en apuros	R. Dominicana	174.252	665.044
5	Todos los hombres son iguales	R. Dominicana	111.671	454.137
6	Catastrófico	R. Dominicana	32.243	130.402
7	Loki 7	R. Dominicana	28.611	123.137
8	La familia Reyna	R. Dominicana	15.794	69.933
9	Verdad o reto	R. Dominicana	6.298	25.923
10	Cuentas por cobrar	R. Dominicana	4.965	21.105

Cuadro 1.2.106

Ranking de estrenos cinematográficos de otros países. Año 2016. R. Dominicana

<i>Iberoamérica</i>				
Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Atrapa la bandera	España	6.950	29.373
2	El cascanueces	Perú	5.301	18.977
<i>Europa y resto de países</i>				
Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Animales fantásticos y dónde encontrarlos	R. Unido, USA	51.627	267.541
2	Objetivo: Londres	R. Unido, USA	42.034	185.153
3	Espías desde el cielo	R. Unido, Sudáfrica	8.096	39.500
4	Bridget Jones's baby	R. Unido, Francia, USA	6.967	33.765
5	Atrapa a un ladrón	China, Hong Kong, USA	5.734	19.701



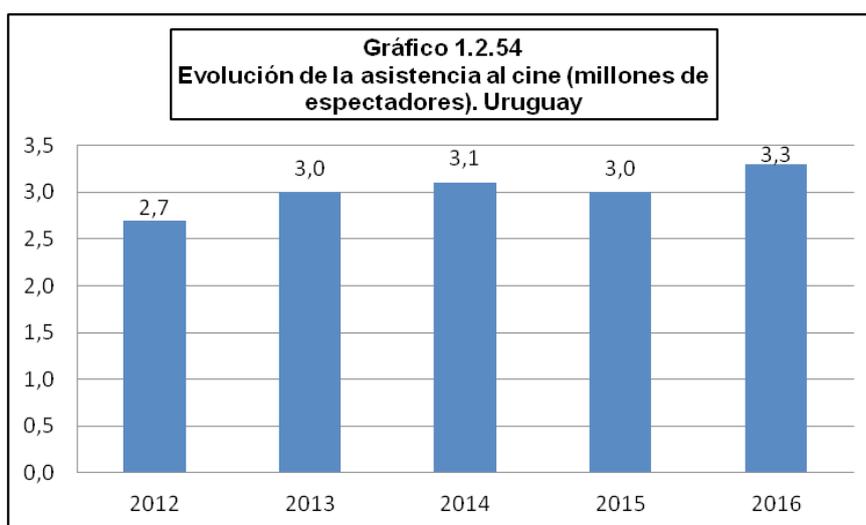
URUGUAY

Los cines dominicanos en 2016 suman una asistencia de 3,3 millones de espectadores y recaudan 18 millones de dólares. La audiencia anual se sitúa en una película por habitante y el precio medio de la entrada es de 5,4 dólares. El número de estrenos de cine nacional representa el 5,1% y la cuota de espectadores el 1,4% (cuadro 1.2.107).

La evolución de la asistencia a las salas cinematográficas en los últimos cinco años se sitúa entre los 2,7 millones de espectadores de 2012 y los 3,3 millones de 2016 (gráfico 1.2.54).

Cuadro 1.2.107
Panorama cinematográfico en Uruguay

Datos	2014	2015	2016
Población (millones)	3,4	3,4	3,4
PIB-PPA (billones USD)	0,070	0,072	0,073
PIB per capita (USD)	21.500	21.600	21.600
Número de pantallas de cine	107	109	115
Ingresos cine (millones USD)	17,1	17,9	18,0
Asistencia espectadores (millones)	3,1	3,0	3,3
Espectadores cine nacional (millones)	0,07	0,03	0,04
Cuota de mercado cine nacional (%)	2,3	1,2	1,4
Número de estrenos totales	209	188	234
Número de estrenos extranjeros	190	177	222
Número de estrenos nacionales	19	11	12
Asistencia anual por habitante	0,9	0,9	1,0
Precio medio entrada (USD)	5,5	5,9	5,4



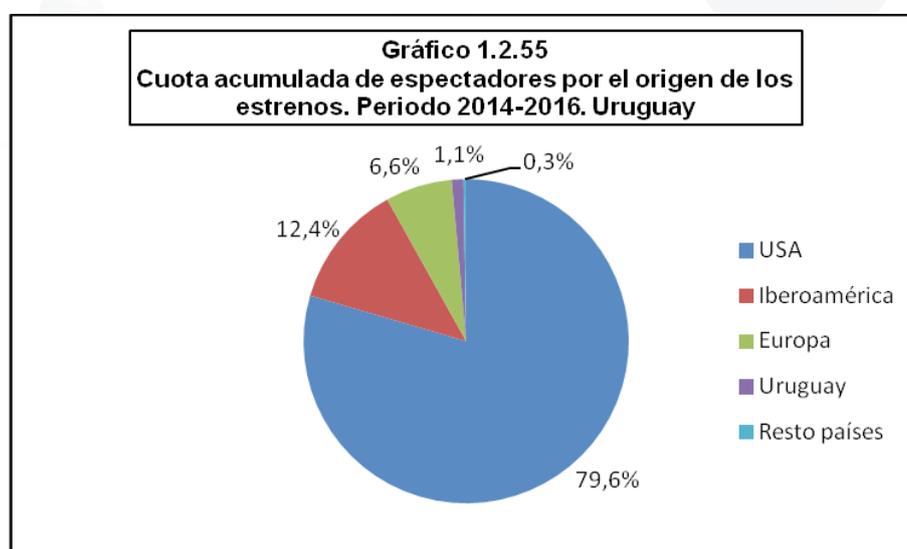
La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en 2016 en un 79,4% del total de espectadores, la del cine uruguayo en un 1,1%, la del cine iberoamericano en un 13,5% y la del europeo en un 6% (cuadro 1.2.108).

La cuota acumulada de espectadores en el trienio 2014-2016 refleja el dominio del cine USA con un 79,6% del mercado, seguido del cine iberoamericano con un 12,4%, el europeo con un 6,6% y el uruguayo con un 1,1% (gráfico 1.2.55).

Cuadro 1.2.108
Distribución por el origen de los estrenos del top-100. Uruguay

ESPECTADORES						
Origen	2014	%	2015	%	2016	%
USA	1.293.746	82,2	2.214.029	77,0	2.412.781	79,4
Uruguay	23.284	1,5	25.177	0,9	33.102	1,1
Iberoamérica	199.007	12,6	318.743	11,1	409.132	13,5
Europa	52.732	3,4	302.436	10,5	181.940	6,0
Resto países	5.204	0,3	13.587	0,5	0	0,0
Total	1.573.973		2.873.972		3.036.955	

INGRESOS						
Origen	2014	%	2015	%	2016	%
USA	7.115.606	82,2	13.448.617	78,9	13.299.295	80,6
Uruguay	128.063	1,5	127.622	0,7	163.245	1,0
Iberoamérica	1.094.537	12,6	1.638.658	9,6	2.065.892	12,5
Europa	290.026	3,4	1.759.854	10,3	970.921	5,9
Resto países	28.623	0,3	75.973	0,4	0	0,0
Total	8.656.855		17.050.724		16.499.353	



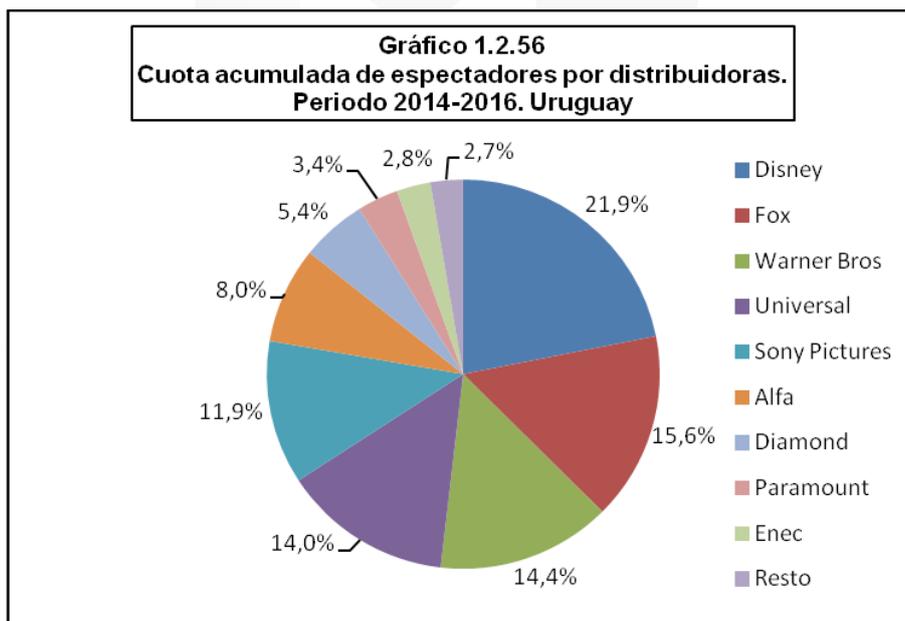
Las distribuidoras americanas, en 2016, acumulan en el *top-100* una cuota conjunta de espectadores de un 88,1% y las independientes un 11,9% restante. El *Estudio* con más entradas vendidas es Disney con 926.612 espectadores (cuadro 1.2.109).

En el periodo 2014-2016, el porcentaje de espectadores acumulado por las *Majors* se sitúa en un 81,2% y el de las independientes en el 18,8% restante (gráfico 1.2.56). Las empresas con más cuota de mercado son Disney (21,9%) y Fox (15,6%). Entre las distribuidoras independientes destacan Alfa (8%) y Diamond (5,4%).

Cuadro 1.2.109

Ranking de distribuidoras del top-100. Uruguay

Origen	2014	%	2015	%	2016	%
Warner Bros	324.093	20,6	262.404	9,1	406.521	13,4
Disney	259.396	16,5	537.026	18,7	926.612	30,5
Sony Pictures	207.472	13,2	336.918	11,7	330.772	10,9
Fox	201.347	12,8	422.519	14,7	583.657	19,2
Paramount	71.573	4,5	80.586	2,8	86.623	2,9
Universal	63.265	4,0	769.535	26,8	341.680	11,3
Alfa	196.484	12,5	220.416	7,7	112.936	3,7
Diamond	154.034	9,8	93.426	3,3	95.085	3,1
Life	39.984	2,5	0	0,0	81.660	2,7
Enec	30.590	1,9	132.340	4,6	57.799	1,9
Independent	17.623	1,1	11.503	0,4	13.610	0,4
Buen Cine	1.302	0,1	7.299	0,3	0	0,0
Jelsi	6.811	0,4	0	0,0	0	0,0
Total	1.573.974		2.873.972		3.036.955	



En 2016, el *ranking* de audiencia de Uruguay lo lideran las producciones estadounidenses *Ice Age: el gran cataclismo* con 193.875 espectadores, y *Buscando a Dory* con 161.714 (cuadro 1.2.110). En tercer lugar se sitúa la producción argentina *Me casé con un boludo* (129.272).

Las producciones del *ranking* de estrenos provienen de Estados Unidos, con ocho películas (una coproducción con Canadá y otra con Reino Unido), y de Argentina con dos. La cuota de mercado de estas diez producciones supone el 33,3% del total de espectadores.

Cuadro 1.2.110

Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2016. Uruguay

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Ice Age: El gran cataclismo	USA	193.875	1.064.779
2	Buscando a Dory	USA	161.714	895.223
3	Me casé con un boludo	Argentina	129.272	593.401
4	La vida secreta de tus mascotas	USA	109.900	631.286
5	Zootropolis	USA	98.068	508.853
6	Expediente Warren: El caso Enfield	USA, Canadá	95.968	526.220
7	Gilda, no me arrepiento de este amor	Argentina	94.272	502.666
8	No respire	USA	91.201	503.250
9	El libro de la selva	USA, R.Unido	81.357	430.110
10	Kung Fu Panda 3	USA	74.946	398.304

En cuanto al *ranking* de estrenos nacionales lo lideran las películas *Marama-Rombai El Viaje* (Federico Lemos) con 13.610 espectadores y *Los modernos* (Mauro Sarser y Marcela Matta) con 10.431. En tercer lugar se sitúa la coproducción con España *Migas de pan* (Manane Rodríguez), con 9.061 espectadores (cuadro 1.2.111). Respecto al tipo de producción del top-10, cinco son íntegramente uruguayas y otras cinco son coproducciones (Alemania, Argentina, Brasil, Francia y España).

El estreno iberoamericano de más éxito es la película argentina *Me casé con un boludo* con 129.272 espectadores. La película europea más popular es la coproducción británica *Animales fantásticos y dónde encontrarlos*, con 47.589 espectadores (cuadro 1.2.112).

Cuadro 1.2.111

Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Año 2016. Uruguay

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Marama-Rombai El Viaje	Uruguay	13.610	67.354
2	Los modernos	Uruguay	10.431	51.114
3	Migas de pan	Uruguay, España	9.061	44.777
4	El candidato	Uruguay, Argentina	4.298	22.712
5	Las toninas van al este	Uruguay, Argentina, Alemania	4.116	19.681
6	Clever	Uruguay	3.892	17.525
7	La luz incidente	Uruguay, Argentina, Francia	718	3.804
8	El mundo de Carolina	Uruguay	287	1.453
9	Relocos y repasados	Uruguay, Brasil	165	1.099
10	La vieja	Uruguay	248	1.002

Cuadro 1.2.112

Ranking de estrenos cinematográficos de otros países. Año 2016. Uruguay

<i>Iberoamérica</i>				
Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Me casé con un boludo	Argentina	129.272	593.401
2	Gilda, no me arrepiento de este amor	Argentina	94.272	502.666
3	El hilo rojo	Argentina	42.342	227.299
4	Permitidos	Argentina	36.016	199.923
5	Ocho apellidos catalanes	España	20.813	108.761
<i>Europa y resto de países</i>				
Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Animales fantásticos y dónde encontrarlos	R. Unido, USA	47.589	299.343
2	Un italiano en Noruega	Italia	22.518	118.135
3	Se dio vuole	Italia	21.166	98.949
4	La chica danesa	R. Unido, USA, Alemania	15.888	74.503
5	Siete vidas: Este gato es un peligro	Francia, Canadá, China	13.486	71.982



VENEZUELA

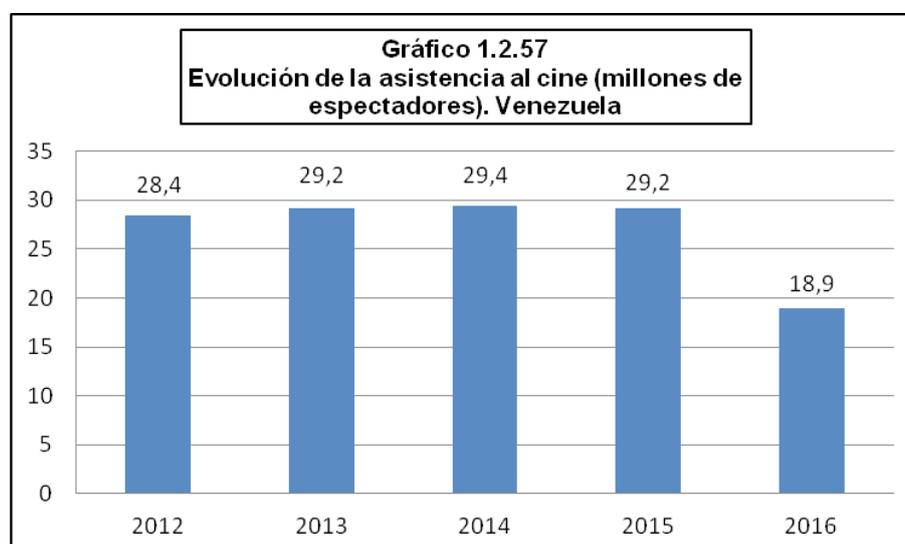
Los cines venezolanos suman una asistencia de 18,9 millones de espectadores en 2016. La audiencia anual se sitúa en 0,6 películas por habitante y el precio medio de la entrada supera los 700 bolívares. El número de estrenos de cine nacional representa el 9,7% y la cuota de espectadores el 2,3% (cuadro 1.2.113).

La evolución de la asistencia a las salas cinematográficas en los últimos cinco años se muestra estable en los cuatro primeros años del periodo, con unos valores comprendidos entre 28 y 29 millones de espectadores. En 2016 la asistencia a las salas de cine disminuye significativamente por debajo de los 19 millones (gráfico 1.2.57).

Cuadro 1.2.113

Panorama cinematográfico en Venezuela

Datos	2014	2015	2016
Población (millones)	30,1	30,8	30,9
PIB-PPA (billones USD)	0,546	0,491	0,468
PIB per capita (USD)	17.900	16.100	15.100
Número de pantallas de cine	461	463	471
Ingresos cine (millones BS)	0,36	0,83	0,20
Asistencia espectadores (millones)	29,4	29,2	18,9
Espectadores cine nacional (millones)	4,57	1,06	0,42
Cuota de mercado cine nacional (%)	15,0	3,7	2,3
Número de estrenos totales	174	188	267
Número de estrenos extranjeros	149	159	241
Número de estrenos nacionales	25	29	26
Asistencia anual por habitante	1,0	0,9	0,6
Precio medio entrada (Bs.)	78,0	184,0	707,7

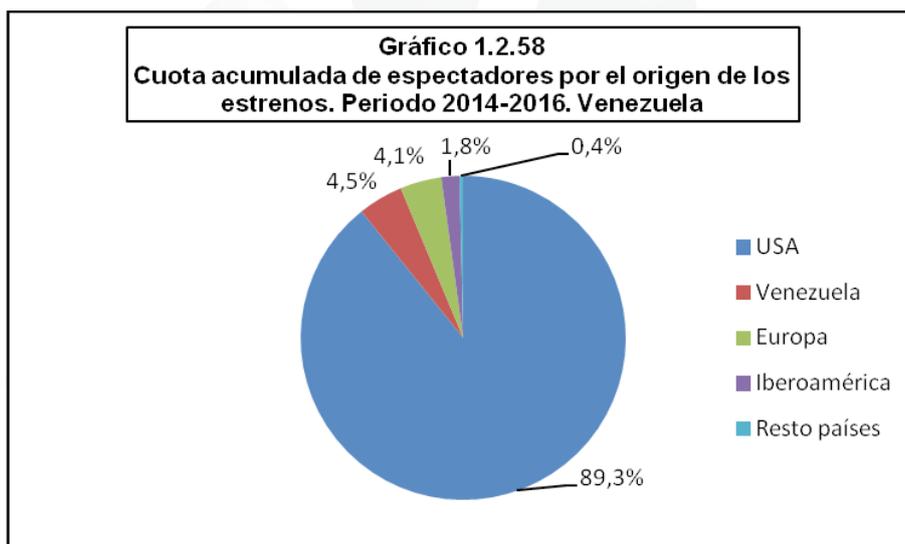


La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en 2016 en un 94,4% del total de espectadores, la del cine venezolano en un 1,6%, la del cine iberoamericano en un 1% y la del europeo en un 2,9% (cuadro 1.2.114).

La cuota acumulada de espectadores en el trienio 2014-2016 refleja el dominio del cine USA, con un 89,3% del mercado, seguido del cine venezolano con un 4,5%, del europeo con un 4,1% y del cine iberoamericano con un 1,8% (gráfico 1.2.58).

Cuadro 1.2.114
Distribución de espectadores por el origen de los estrenos del top-100. Venezuela

Origen	2014	%	2015	%	2016	%
USA	21.306.831	84,8	22.515.250	88,5	16.885.554	94,4
Venezuela	2.383.309	9,5	577.958	2,3	293.190	1,6
Iberoamérica	427.774	1,7	693.118	2,7	179.971	1,0
Europa	851.650	3,4	1.528.427	6,0	525.882	2,9
Resto países	151.632	0,6	119.977	0,5	0	0,0
Total	25.121.196		25.434.730		17.884.597	



Las distribuidoras americanas, en 2016, representan en el top-100 una cuota conjunta de espectadores de un 93% y las independientes el 7% restante. El *Estudio* con más entradas vendidas es Disney con casi 5,5 millones (cuadro 1.2.115).

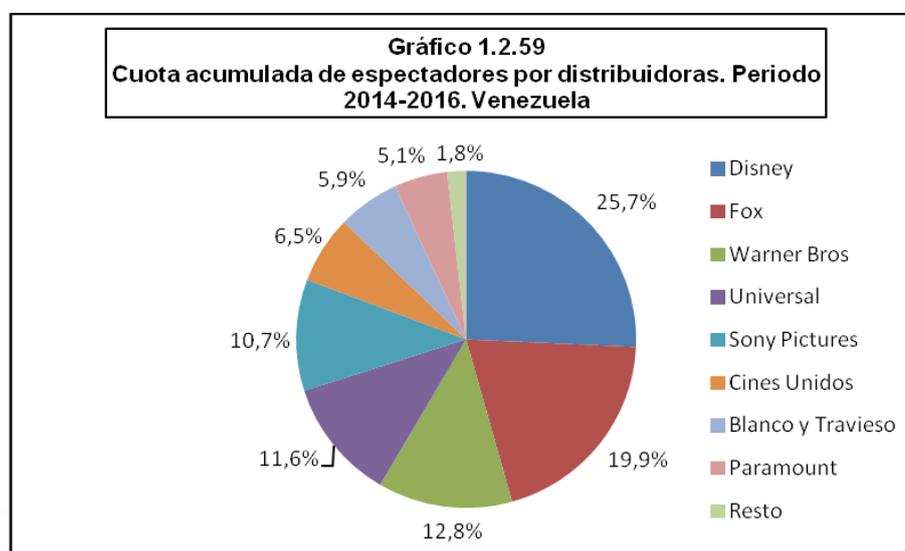
En el periodo 2014-2016, el porcentaje de espectadores acumulado por las *Majors* se sitúa en un 85,8% y el de las independientes en el 14,2% restante (gráfico 1.2.59). Las empresas con más cuota de mercado son Disney (25,7%) y Fox (19,9%). Entre las distribuidoras independientes destacan Cines Unidos (6,5%) y Blanco y Travieso (5,9%).

Cuadro 1.2.115

Cuota de espectadores por las distribuidoras del top 100. Venezuela

Distribuidora	2014	%	2015	%	2016	%
Disney	5.861.000	23,3	5.931.841	23,3	5.456.535	30,5
Fox	5.529.770	22,0	4.533.641	17,8	3.559.952	19,9
Warner Bros	2.762.577	11,0	1.729.080	6,8	3.685.884	20,6
Paramount	2.007.102	8,0	912.708	3,6	660.991	3,7
Sony Pictures	1.748.087	7,0	4.082.218	16,0	1.611.749	9,0
Universal	814.548	3,2	5.689.909	22,4	1.662.318	9,3
Cines Unidos	3.292.980	13,1	906.713	3,6	504.190	2,8
Blanco y Travieso	2.895.179	11,5	1.551.796	6,1	0	0,0
Resto	209.953	0,8	96.824	0,4	742.978	4,2
Total	25.121.196		25.434.730		17.884.597	

Gráfico 1.2.59
Cuota acumulada de espectadores por distribuidoras. Periodo 2014-2016. Venezuela



En 2016, las producciones estadounidenses *Zootropolis* con más de un millón de espectadores, *Buscando a Dory* (944.087) y *Batman Vs. Superman: El amanecer de la justicia* (755.679) lideran el ranking de audiencia en Venezuela (cuadro 1.2.116).

Las producciones del *ranking* de estrenos provienen, en su totalidad, de Estados Unidos (tres en coproducción con Alemania, Canadá, China y Reino Unido). La cuota de mercado de estas diez producciones supone el 37,6% del total de espectadores.

Cuadro 1.2.116

Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2016. Venezuela

Nº	Título	Origen	Espectadores
1	Zootropolis	USA	1.006.285
2	Buscando a Dory	USA	944.087
3	Batman V Superman: El amanecer de la justicia	USA	755.679
4	La vida secreta de tus mascotas	USA	753.944
5	Capitán América: Civil War	USA	679.709

6	Ice Age: El gran cataclismo	USA	659.411
7	Point Break: Sin límites	USA, Alemania, China	627.821
8	El libro de la selva	USA, R. Unido	610.474
9	Escuadrón suicida	USA	579.960
10	Expediente Warren: El caso Enfield	USA, Canadá	529.796

En cuanto al *ranking* nacional de estrenos lo lideran las películas *El malquerido* (Diego Rísquez) con 217.205 espectadores, *Tamara* (Elia Schneider) con 26.208 y *CAP 2 intentos* (Carlos Oteyza) con 18.519 espectadores. Entre las producciones de este cuadro siete son íntegramente venezolanas y tres son coproducciones (cuadro 1.2.117).

El estreno iberoamericano de más éxito es la película panameña *Manos de piedra* con 84.912 espectadores. La película europea más popular es la coproducción británica *Animales fantásticos y dónde encontrarlos*, con 318.314 espectadores (cuadro 1.2.118).

Cuadro 1.2.117

Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Año 2016. Venezuela

Nº	Título	Origen	Espectadores
1	El malquerido	Venezuela	217.205
2	Tamara	Venezuela	26.208
3	CAP 2 Intentos	Venezuela	18.519
4	Desde allá	Venezuela, México	16.954
5	El inca	Venezuela	14.304
6	Devuélveme la vida	Venezuela, USA	10.954
7	La gran pelea	Venezuela	7.365
8	Travesía	Venezuela	6.906
9	Luisa	Venezuela	6.081
10	El abrazo de la serpiente	Venezuela, Argentina, Colombia	6.041

Cuadro 1.2.118

*Ranking de estrenos cinematográficos de otros países. Año 2016. Venezuela**Iberoamérica*

Nº	Título	Origen	Espectadores
1	Manos de piedra	Panamá, USA	84.912
2	En el corazón del mar	España, USA, R. Unido	76.541
3	All Roads Lead To Rome	España, Italia, USA	18.518

Europa y resto de países

Nº	Título	Origen	Espectadores
1	Animales fantásticos y dónde encontrarlos	R. Unido, USA	318.314
2	Space dogs	Rusia	45.621
3	El principito	Francia, Canadá	36.647
4	Bridget Jones's Baby	R. Unido, USA, Francia	28.086
5	Espías desde el cielo	R. Unido, Sudáfrica	27.246

RENTRAK & COMSCORE ARE NOW ONE

Creating the new model for
a dynamic cross-platform world.





UN MAR DE OPORTUNIDADES

UN MAR DE OPORTUNIDADES

Por Fernando Sokolowicz

Entiendo que en los momentos de grandes desafíos es la indagación la herramienta más valiosa para ver con honestidad nuestro presente y desde ese enraizamiento proyectar futuro.

Es por eso que comienzo este artículo con preguntas.

Deseo y preferencias del espectador vs. sus posibilidades

- ¿Cómo consume cine la gente?
- ¿Cómo **quisiera** consumirlo?
- ¿Cómo **puede** consumirlo?
- ¿Cómo **podría** o **debería poder** consumir?

¿Cómo, cuándo y dónde ven su película: Emma (8), Ulises (11), Francisco (20), Santiago (cinéfilo de 30), Valeria (ejecutiva de 40), Roberto (empresario de 50), Silvina (profesional 60), Pilar (80, viuda de clase media)?

- ¿Qué hacen los espectadores para conseguir lo que buscan?
- ¿Cuántas veces les damos respuesta? ¿Cuántas veces no? ¿Qué se pierde por el camino?

Espectadores

- ¿Seguimos peleando por los mismos espectadores?
- ¿Hay espectadores que no estamos captando?
- ¿Hay potenciales espectadores que aún no lo son?
- ¿Seguiremos atados a la estadística de espectadores y luchando por semanas de sala?

Modalidades de consumo

- ¿Cuántos consumen hoy en salas? ¿Cuántos en tele? ¿Cuántos por streaming? ¿Cuántos por modos alternativos (piratería- copias ilegales. Video club)
- ¿Consumo reactivo (me lo venden) o proactivo (me lo busco)?

- ¿Consumo motivado por inversión de marketing o menú disponible para consumo “Taylor-made”?
- ¿“Fast food” o “fresh market”?
- ¿Cuál es el Océano Azul? (desarrollo de espectadores que aún hoy no lo son)

¿Cuál es la oportunidad? ¿Quién influirá en el cambio?

- ¿Puede el espectador cambiar el presente?
- ¿Qué actores de la industria pueden contribuir al cambio?
- ¿Hacen falta políticas? ¿Qué políticas?
- ¿Políticas que centralicen, corten, asfixien la industria o políticas que amplíen, eduquen, animen y expandan?
- ¿Políticas de lucimiento puntual o de expansión continua?

Después de formularme todas estas preguntas, surgen algunas reflexiones que comparto a continuación.

Hoy es importante para el productor definir el ciclo vital de la película y este factor está relacionado con las sinergias que logre con las diferentes corrientes y ventanas de ingreso: exhibición cinematográfica, sponsors, productores asociados, TV abierta, video on-demand, streaming y otras. Junto a todos estos actores debe acordar políticas consensuadas que serán vitales para la salud financiera de su proyecto.

En el 2015 hubo 7.400 millones de espectadores en el mundo con 152.000 pantallas y 38.500 millones de dólares de recaudación. La frecuencia sugiere un promedio de una película por habitante por año. La tendencia es de crecimiento tanto en pantallas como cantidad de espectadores.

Cuando medimos espectadores, medimos espectadores por ingreso de sala. No existe medición de espectadores por streaming y menos aún medición de espectadores por canales alternativos incluyendo los ilegales. Me animo a ponderar que contemplando esas modalidades la cifra de 7.400 millones de espectadores se multiplicaría varias veces.

Esta cifra de espectadores no cuantificada es tan importante como la que hoy medimos por taquilla. Conocer el perfil de estos espectadores es vital para el productor al momento de decidir qué producto hacer y cuáles son sus fuentes de financiamiento que están en continua modificación. A modo de ejemplo, mientras decae considerablemente el valor de venta a las televisiones abiertas, aumenta en la misma proporción el valor de venta a las empresas de streaming.

Streaming es una revolución. Netflix, pionera en esta modalidad, nació como una empresa dedicada al DVD en la década del 90 a través de suscripciones. Hoy su principal ingreso es vía streaming y a marzo de 2017 cuenta con 100 millones de suscriptores. Este número de suscriptores no es sinónimo de espectadores ya que cada suscripción puede tener más de un adherente y cada uno de ellos elegir producto y horario que más le interese en forma independiente. Actualmente se visionan 1.000 millones de horas semanales a través de Netflix.

Su facturación del año 2016 fue de 8.900 millones de dólares y año a año crece exponencialmente tanto su suscripción como la incorporación de países. En los últimos años comenzó a generar miles de horas de producción propia tanto de cine como de series, e invierte anualmente 6.000 millones de dólares en la compra de contenidos y de producción propia. A su vez, su competidor Amazon viene disputándole los mercados internacionales y ya participa en la financiación de películas. Este es un ejemplo de las empresas más participativas, existen en el mercado otras empresas y nuevas en desarrollo.

Ya en 1990 en *La estrategia del océano azul*, W. Chan Kim y Renée Mauborgne se refirieron a la crisis de la industria del cine que se encontraba estancada con las salas únicas. La industria respondió generando los complejos con multisalas y el concepto de “entretenimiento plus”:

cine+ gaseosa + "popcorn". Casi tres décadas después el número de espectadores y la cantidad de pantallas crece lentamente y la pregunta sigue vigente: ¿Cuál es hoy nuestro Océano Azul? ¿Cuál es nuestro mar de oportunidades?

El crecimiento de las plataformas de streaming es exponencial y tienen por efecto romper barreras geográficas de distribución, de segmentación y de conocimiento.

Ejemplos:

- *Una argentina residente en Tailandia accede al cine en idioma español, inclusive podría hacerlo antes que un ciudadano residente en el país de origen de la película.*
- *Un cinéfilo residente en Argentina puede acceder a la selección de cine de autor internacional de su interés al cual nunca pudo acceder por los canales tradicionales.*

Panorama:

- Mercado: en crecimiento
- Festivales de cine: en crecimiento
- Salas: en crecimiento
- Espectadores en sala : en crecimiento
- Posibilidad de selección y diversidad: en crecimiento
- Espectadores en nuevas modalidades de consumo: en crecimiento exponencial
- Sociedades de gestión de productores: en crecimiento
- Tecnología efectiva para la industria : en crecimiento

Todo empresario está inmerso en la trama de la realidad natural y social de su mercado y podrá seguir siendo empresario en la medida que responda al deseo de su mercado o en la medida que desafíe su creatividad para generar nuevos modos de consumo. Como productor cinematográfico entiendo que el panorama es auspicioso y que los nuevos desafíos de nuestra industria no son amenazas sino un mar de oportunidades. Para que estas oportunidades sean sustentables y de rentabilidad efectiva, es nuestra responsabilidad fijar una agenda de nuevas, inteligentes y efectivas conversaciones entre todos los actores de la actividad.

No todo tiempo pasado fue mejor, fue diferente.



Fernando Sokolowicz. Productor.

Es un empresario que comenzó en la actividad periodística como presidente de Página 12 y se volcó a la industria audiovisual hace ya treinta años.

Dentro de su actividad en los medios audiovisuales es Presidente de Acervo (Asociación de Productores de la Cultura Audiovisual), ONG de Productores Argentinos.

Y Preside hace más de 30 años Aleph Media (Productora Cinematográfica), empresa dedicada al Cine y la Televisión.

Participó como Jurado de reconocidos Festivales Internacionales y en innumerables conferencias de la Industria Audiovisual.





CAPITULO II

LA PRODUCCIÓN DE FICCIÓN EN IBEROAMÉRICA

CAPITULO II

LA PRODUCCIÓN DE FICCIÓN EN IBEROAMÉRICA

Por Departamento de Reparto y Documentación de EGEDA

INTRODUCCIÓN

La muestra de ficción iberoamericana analizada a través de los datos de OBITEL (Observatorio Iberoamericano de Ficción Televisiva) abarca un total de 77 canales de televisión en abierto pertenecientes a doce países. Del total de canales, 53 pertenecen a la televisión privada y 24 a la televisión pública. Para el estudio de datos acumulados se incluye un periodo de cinco años (2011-2015) y para el análisis por países se utiliza un periodo de tres años (2013-2015).

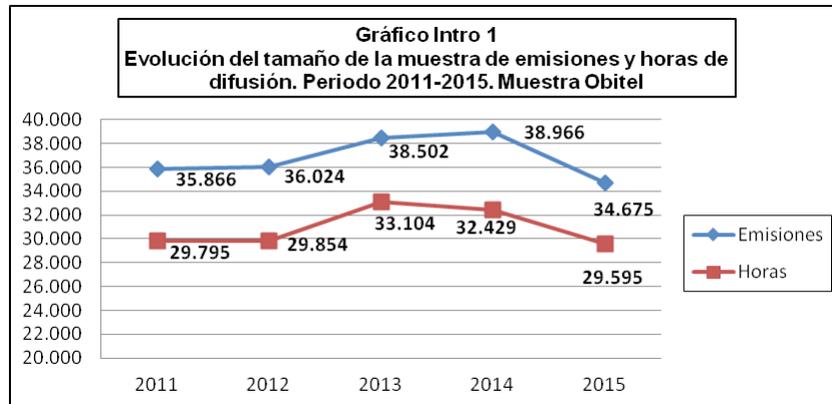
Los países que aportan un mayor número de canales a la muestra son Venezuela con 15 (8 privados y 7 públicos) y Chile, Ecuador y Estados Unidos, con siete canales cada país (cuadro Intro 1).

Cuadro Intro 1

Muestra de canales de televisión. Ámbito Obitel. Año 2015

Países	Canales privados	Canales públicos	Total
Argentina	América 2, Canal 9, Telefé, El Trece	Televisión Pública	5
Brasil	Rede Globo, Record, SBT, Band, Rede TV!	TV Brasil	6
Chile	UCV TV, Canal 13, Chilevisión, Mega, La Red, Telecanal	TVN	7
Colombia	RCN, Caracol, Canal Uno	Señal Colombia, Canal Institucional	5
Ecuador	Teleamazonas, RTS, Ecuavisa, Canal Uno	ECTV, Gama TV, TC Television	7
España	A3, T5, Cuatro, La Sexta	La 1, La 2	6
Estados Unidos	Azteca América, Estrella TV, MundoFox, Telemundo, UniMás, Univision, V-me	-	7
México	Televisa, TV Azteca	Once TV, Conaculta	4
Perú	Fracuencia Latina, América TV, Panamericana TV, ATV, Red TV	TV Perú	6
Portugal	SIC, TVI	RTP1, RTP2	4
Uruguay	Montecarlo TV, Saeta, Teledoce	Televisión Nacional (TNU), Tevé Ciudad	5
Venezuela	Canal I, Globovisión, Meridiano, Televen, TV Familia, Tvepaco, Vale TV, Venevisión	ANTV, Tves, Telesur, VTV, Vive TV, Colombeia, TV FANB	15
Total	53	24	77

El gráfico Intro 1 muestra la evolución de las emisiones y el tiempo de programación de la muestra de países OBITEL durante el periodo 2011-2015, en la que se comprueba un máximo de emisiones de 38.966 en 2014 y un máximo de horas de programación de 33.104 en 2013. El mínimo de emisiones y horas en la muestra corresponden a 2015 (34.675 emisiones y 29.595 horas).

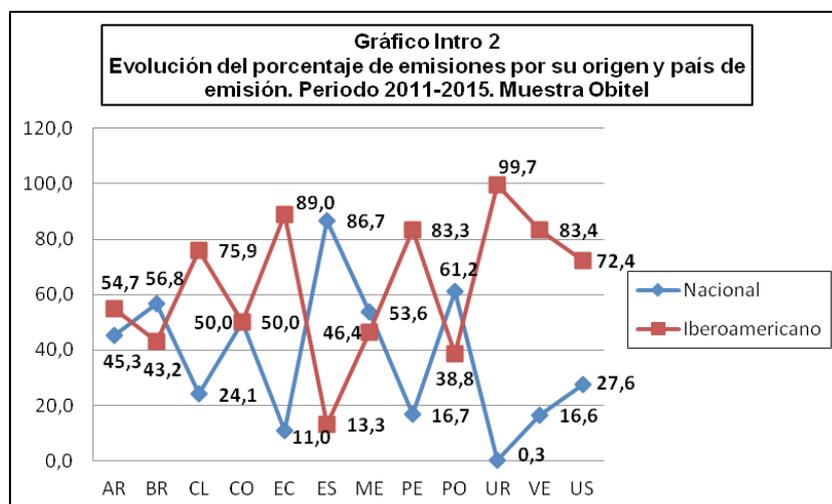


Los canales de televisión de los países analizados difundieron 2.747 títulos de obras de ficción de estreno durante el quinquenio 2011-2015. El peso de la ficción nacional representa el 43% del total de títulos frente al 57% de la ficción iberoamericana (cuadro Intro 2). En total se emitieron en este periodo 184.033 capítulos de series y sumaron 154.777 horas de programación.

Cuadro Intro 2
Tamaño de la muestra acumulada de la Ficción de estreno difundida en países iberoamericanos por su origen. Periodo 2011-2015

Origen	Títulos	%	Emisiones	%	Horas	%
Nacional	1.180	43	64.715	35,3	51.085	33,0
Iberoamericano	1.567	57	119.318	64,7	103.692	67,0
Total	2.747		184.033		154.777	

El gráfico Intro.2 muestra la evolución de los porcentajes acumulados de emisiones por su origen y país de emisión, comprobándose que el máximo porcentaje de emisiones nacionales corresponde a España con el 86,7% y el mínimo Uruguay con un 0,3%.



PANORAMA DE LA FICCIÓN EN IBEROAMÉRICA

El mayor porcentaje de tiempo dedicado a la Ficción en 2015 por los canales de los países analizados corresponde a Estados Unidos, con el 43,6%, seguido de Perú con el 37,9%. En 2014 y 2013, Estados Unidos también obtuvo los valores más elevados con el 43,8% y el 46,8%, respectivamente.

En el promedio del quinquenio 2011-2015, Estados Unidos alcanza el 44,5% de tiempo de ficción, seguido de Perú con el 38,6% y Chile con el 36,8%. Por el contrario, el menor peso del quinquenio lo registra Colombia con el 13,6% (cuadro 2.1.1).

Cuadro 2.1.1

Porcentaje de tiempo dedicado por las cadenas de los países iberoamericanos a la Ficción

Países	2011	2012	2013	2014	2015	Promedio
Argentina	17,0	11,4	21,0	20,0	11,0	16,1
Brasil	21,4	19,0	17,8	12,5	13,4	16,8
Chile	37,1	36,0	36,9	37,8	36,0	36,8
Colombia	13,2	13,2	13,2	14,2	14,3	13,6
Ecuador	44,4	44,7	31,9	30,2	18,9	34,0
España	27,0	22,8	19,5	33,1	31,7	26,8
EE.UU.	*	43,7	46,8	43,8	43,6	44,5
México	28,1	18,3	12,0	16,0	17,0	18,3
Perú	*	37,2	42,0	37,2	37,9	38,6
Portugal	*	22,0	22,2	23,8	22,3	22,6
Uruguay	23,7	24,5	28,0	28,3	30,6	27,0
Venezuela	*	*	23,0	18,4	23,4	21,6
Promedio	26,5	26,6	26,2	26,3	25,0	26,1

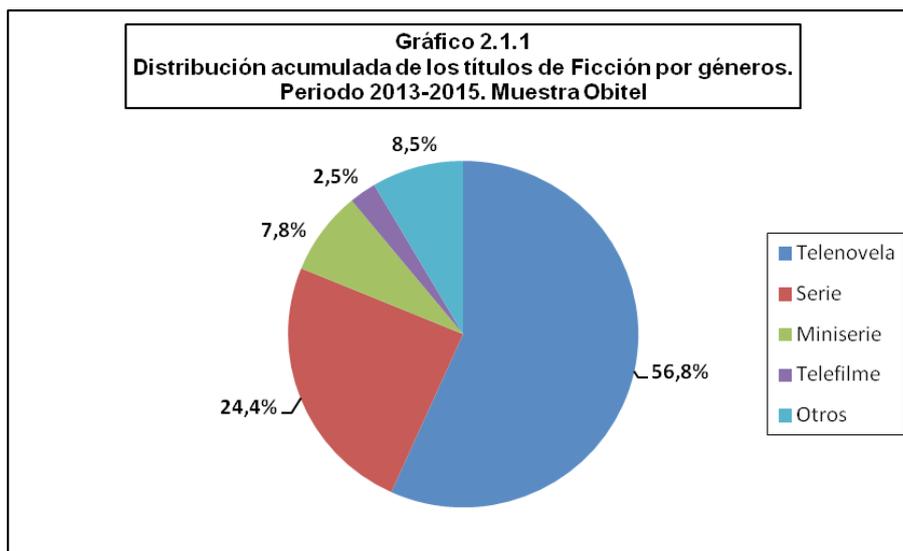
Las televisiones de los países de la muestra difundieron un total de 1.180 títulos de ficción nacional. Este volumen representa el 35,8% frente al 47,6% del total de títulos iberoamericanos (cuadro 2.1.2).

La distribución de los títulos de ficción por géneros, en el periodo 2011-2015 es la siguiente (gráfico 2.1.1): Telenovela (56,8%), Series (24,4%), Miniserie (7,8%) y Telefilm (2,5%).

Cuadro 2.1.2

Número de títulos de Ficción de estreno en países iberoamericanos por su origen

Origen	2011	2012	2013	2014	2015	total	%
Nacional	235	243	222	251	229	1.180	35,8
Iberoamericano	302	300	354	313	298	1.567	47,6
Total	537	543	576	564	527	2.747	



Los países que más títulos de ficción nacional de estreno suman en la muestra en el periodo 2011-2015 son: España (204) y Brasil (202). Los países que más títulos de ficción iberoamericana estrenaron en dicho periodo son: Ecuador (250), Chile (211), Uruguay (208) y Venezuela (201) (cuadro 2.1.3).

Cuadro 2.1.3

Distribución de los títulos de Ficción por países de emisión

País emisión	Nacional					Iberoamericano				
	2011	2012	2013	2014	2015	2011	2012	2013	2014	2015
Argentina	22	34	32	28	21	23	12	12	20	20
Brasil	41	35	36	39	51	6	0	1	5	4
Chile	25	23	25	28	27	46	45	48	45	27
Colombia	22	16	27	15	11	15	13	7	12	13
Ecuador	4	8	17	10	8	50	45	55	52	48
España	44	33	30	60	37	6	6	2	4	0
EE.UU.	11	10	14	17	21	47	34	31	32	47
México	23	28	34	14	19	5	18	17	24	13
Perú	*	13	15	14	12	*	27	39	47	46
Portugal	28	27	22	17	15	12	11	13	9	9
Uruguay	2	3	1	0	2	44	44	44	37	39
Venezuela	13	13	4	9	5	48	45	50	26	32
Total	235	243	257	251	229	302	300	319	313	298

Las emisiones anuales de los canales de televisión están comprendidas en un rango situado entre 34.000 y 39.000 durante el periodo 2011-2015 y las horas de programación entre 29.000 y 33.100 horas. La muestra presenta unos valores acumulados de 184.033 emisiones y 154.777 horas de difusión. El peso de la ficción nacional frente a la iberoamericana representa el 36,2% en emisiones y el 33% en horas de difusión (cuadro 2.1.4).

Cuadro 2.1.4

Distribución de la Ficción de estreno por territorio de origen

<i>Emisiones</i>							
Origen	2011	2012	2013	2014	2015	Total	%
Nacional	12.842	13.763	13.732	13.933	12.396	66.666	36,2
Iberoamericano	23.024	22.261	24.770	25.033	22.279	117.367	63,8
Total	35.866	36.024	38.502	38.966	34.675	184.033	

<i>Horas</i>							
Origen	2011	2012	2013	2014	2015	Total	%
Nacional	10.139	10.877	10.209	10.635	9.225	51.085	33,0
Iberoamericano	19.656	18.977	22.895	21.794	20.370	103.692	67,0
Total	29.795	29.854	33.104	32.429	29.595	154.777	

Los países que más emisiones de ficción nacional de estreno suman en la muestra en el periodo 2011-2015 son: Brasil (10.243), México (10.000) y Portugal (7.962). Los países que más emisiones de ficción iberoamericana estrenaron en dicho periodo son: Chile (18.274), Venezuela (16.312) y Ecuador (15.474) (cuadro 2.1.5).

Cuadro 2.1.5

Distribución de las emisiones de Ficción por países de difusión

Países	Nacional					Iberoamericano				
	2011	2012	2013	2014	2015	2011	2012	2013	2014	2015
Argentina	1.180	1.260	1.266	1.483	675	1.481	855	876	1.670	1.690
Brasil	2.163	2.186	1.972	1.995	1.927	531	0	42	360	374
Chile	1.262	1.014	1.433	1.368	1.299	4.157	3.961	3.526	4.500	2.130
Colombia	1.501	1.533	1.414	1.510	962	1.067	927	1.230	1.214	1.297
Ecuador	259	358	795	725	506	3.515	2.206	3.440	2.939	3.374
España	1.104	970	828	1.597	1.408	368	352	158	1.258	0
EE.UU.	847	906	868	1.110	993	3.249	2.226	2.235	2.484	2.909
México	2.201	2.136	2.488	1.378	1.797	462	1.336	1.860	1.882	1.595
Perú	*	733	851	534	456	*	2.279	2.384	3.490	3.073
Portugal	1.372	1.504	1.470	1.731	1.885	1.244	1.205	1.112	849	928
Uruguay	54	82	26	0	29	3.406	3.052	3.012	2.810	2.475
Venezuela	899	1.081	321	502	459	3.544	3.862	4.895	1.577	2.434
Total	12.842	13.763	13.732	13.933	12.396	23.024	22.261	24.770	25.033	22.279

Por el país de emisión, los que más ficción de estreno suman en el periodo 2011-2015 son: Chile (339 títulos, 24.650 emisiones y 17.608 horas), Ecuador (297 títulos, 18.117 emisiones y 18.646 horas) y Estados Unidos (264 títulos, 17.827 emisiones y 18.401 horas) (cuadro 2.1.6).

Por el origen de la producción, los países que más ficción de estreno suman en el periodo 2011-2015 son: México (665 títulos, 57.491 emisiones y 50.792 horas), Brasil (386 títulos, 25.212 emisiones y 20.722 horas) y Colombia (346 títulos, 22.905 emisiones y 19.527 horas) (cuadro 2.1.7).

El volumen conjunto de ficción televisiva de estreno procedente de México, Brasil y Colombia representa el 50,8% del total de títulos, el 57,4% del total de emisiones y el 58,8% del tiempo total de emisión.

Cuadro 2.1.6

Distribución acumulada de la Ficción por países de difusión. Periodo 2011-2015

País	Títulos	%	Emisiones	%	Horas	%
Argentina	224	8,2	12.436	6,8	10.170	6,6
Brasil	218	7,9	11.550	6,3	7.835	5,1
Chile	339	12,3	24.650	13,4	17.608	11,4
Colombia	151	5,5	12.655	6,9	10.362	6,7
Ecuador	297	10,8	18.117	9,8	18.646	12,0
España	222	8,1	8.043	4,4	6.466	4,2
EE.UU.	264	9,6	17.827	9,7	18.401	11,9
México	195	7,1	17.135	9,3	14.671	9,5
Perú	213	7,8	13.800	7,5	12.447	8,0
Portugal	163	5,9	13.300	7,2	10.041	6,5
Uruguay	216	7,9	14.946	8,1	13.322	8,6
Venezuela	245	8,9	19.574	10,6	14.808	9,6
Total	2.747		184.033		154.777	

Cuadro 2.1.7

Distribución acumulada de la Ficción por países de origen. Periodo 2011-2015

País	Títulos	%	Emisiones	%	Horas	%
Argentina	253	9,2	13.185	7,2	10.573	6,8
Brasil	386	14,1	25.212	13,7	20.722	13,4
Chile	150	5,5	7.720	4,2	4.746	3,1
Colombia	346	12,6	22.905	12,4	19.527	12,6
Ecuador	63	2,3	3.336	1,8	2.363	1,5
España	270	9,8	11.286	6,1	10.055	6,5
EE.UU.	264	9,6	18.948	10,3	16.539	10,7
México	665	24,2	57.491	31,2	50.792	32,8
Perú	61	2,2	2.858	1,6	2.537	1,6
Portugal	115	4,2	8.382	4,6	6.177	4,0
Uruguay	12	0,4	229	0,1	146	0,1
Venezuela	98	3,6	7.857	4,3	6.568	4,2
Otros	64	2,3	4.624	2,5	4.032	2,6
Total	2.747		184.033		154.777	

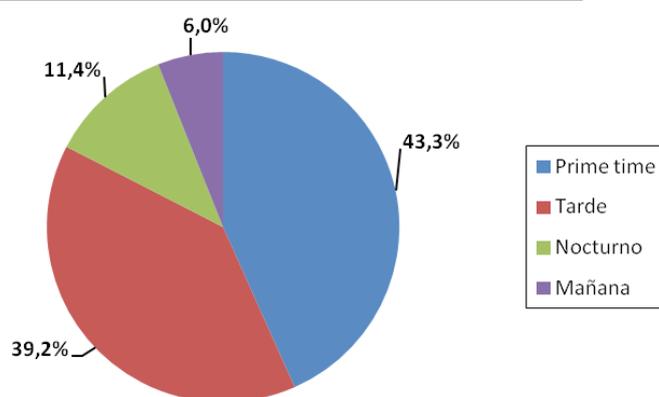
La distribución de emisiones por franjas horarias en los canales analizados durante el periodo 2011-2015 es la siguiente: el *prime time* un 43,3%, la franja de tarde el 39,2%, la nocturna el 11,4% y la franja de mañana el 6%. En cuanto a tiempo de emisión la distribución es parecida: el *prime time* un 43,8%, el horario de tarde un 39,4%, la franja de noche un 10,8% y la de mañana con el 6% (cuadro 2.1.8 y gráfico 2.1.2).

Cuadro 2.1.8

Porcentaje acumulado por franjas horarias de la Ficción iberoamericana de estreno. Periodo 2011-2015

Franjas	Emisiones	Horas
Mañana	6,0	6,0
Tarde	39,2	39,4
Prime Time	43,3	43,8
Nocturno	11,4	10,8
Total	100,0	100,0

Gráfico 2.1.2
Porcentaje acumulado de emisiones por franjas horarias. Periodo 2011-2015. Muestra Obitel



Los países con una mayor carga de programación de estrenos de ficción en la franja de tarde son Chile (16.263 emisiones) y Venezuela (7.592 emisiones) (cuadro 2.1.9)

Cuadro 2.1.9

Distribución acumulada por países de emisión de la Ficción difundida en la franja de tarde y porcentaje sobre el total. Periodo 2011-2015

País	Emisiones	%	Horas	%
Argentina	5.928	8,2	4.874	8,0
Brasil	3.802	5,2	2.198	3,6
Chile	16.263	22,4	12.253	20,0
Colombia	3.683	5,1	3.088	5,1
Ecuador	5.126	7,1	5.185	8,5
España	5.535	7,6	4.650	7,6
EE.UU.	4.895	6,7	5.270	8,6
México	5.077	7,0	4.505	7,4
Perú	5.135	7,1	4.980	8,1
Portugal	3.685	5,1	2.834	4,6
Uruguay	5.927	8,2	5.473	9,0
Venezuela	7.592	10,5	5.822	9,5
Total	72.648		61.132	

Los países con una mayor carga de programación de estrenos de ficción en la franja de *prime time* fueron: Estados Unidos (11.119 emisiones), Ecuador (10.732 emisiones) y Portugal (8.236 emisiones) (cuadro 2.1.10).

Cuadro 2.1.10
Distribución acumulada por países de emisión de la Ficción difundida en la franja de Prime Time y porcentaje sobre el total. Periodo 2011-2015

País	Emisiones	%	Horas	%
Argentina	5.502	6,9	4.514	6,6
Brasil	5.207	6,5	3.988	5,9
Chile	7.042	8,8	4.539	6,7
Colombia	5.545	6,9	4.426	6,5
Ecuador	10.732	13,4	10.525	15,5
España	2.057	2,6	2.188	3,2
EE.UU.	11.119	13,9	11.207	16,5
México	7.338	9,1	6.131	9,0
Perú	6.087	7,6	5.268	7,7
Portugal	8.236	10,3	6.014	8,8
Uruguay	4.457	5,6	4.139	6,1
Venezuela	6.946	8,7	5.161	7,6
Total	80.268		68.100	

Para terminar el estudio global de la programación de la ficción de estreno en los países iberoamericanos analizados se adjuntan los rankings de audiencia de 2015. Las cinco emisiones que consiguieron los porcentajes de audiencia más elevados son los siguientes títulos emitidos en Brasil: *Imperio* (Globo, 36,7%), *A regra do jogo* (Globo, 26,9%), *Babilonia* (Globo, 26,2%), *Alto astral* (Globo, 25,2%) y *Totalmente demais* (Globo, 25%).

De las 20 emisiones del *ranking* de audiencia, 18 fueron líderes en sus países de origen. Por país de emisión, el más representado en el *top-20* es Brasil con 10 emisiones, seguido de Perú con seis. Por país de origen, Brasil suma 11 emisiones, Perú seis emisiones y Chile tres emisiones (cuadro 2.1.11).

El *top-1* de audiencia en 2015 refleja que siete títulos dominaron en sus países de origen (Argentina, Brasil, Chile, Colombia, España, Perú y Portugal) (cuadro 2.1.12).

Cuadro 2.1.11
Ranking de audiencia de la Ficción en países iberoamericanos. Año 2015

Nº	Título emisión	País origen	Cadena	Audiencia	Share	País emisión
1	Imperio	Brasil	Globo	36,7	59,4	Brasil
2	A regra do jogo	Brasil	Globo	26,9	42,7	Brasil
3	Babilonia	Brasil	Globo	26,2	42,1	Brasil
4	Alto astral	Brasil	Globo	25,2	44,1	Brasil
5	Totalmente demais	Brasil	Globo	25,0	43,4	Brasil
6	I love Paraisopolis	Brasil	Globo	24,9	40,8	Brasil
7	Tim Maia - Vale o que ver	Brasil	Globo	24,8	49,4	Brasil
8	Pituca sin Lucas	Chile	Mega	24,7	41,8	Chile
9	Al fondo hay sitio (7T)	Perú	América Televisión	24,4	35,5	Perú
10	Amor de madre	Perú	América Televisión	23,5	33,0	Perú

11	O pai, O - Luz, camera 50 anos	Brasil	Globo	23,4	44,6	Brasil
12	Papá a la deriva	Chile	Mega	22,9	36,7	Chile
13	O canto da Sereia - Luz camera 50 anos	Brasil	Globo	22,8	47,0	Brasil
14	Alem do tempo	Brasil	Globo	21,9	40,0	Brasil
15	Ven baila quinceañera	Perú	América Televisión	21,8	34,9	Perú
16	La gata	Perú	América Televisión	21,4	31,1	Perú
17	Locura de amor	Perú	América Televisión	21,2	32,8	Perú
18	Rastros de mentiras	Brasil	Teledoce	20,2	32,2	Uruguay
19	Amores con trampa	Chile	Canal 2	19,1	30,0	México
20	Pulseras rojas	Perú	América Televisión	19,1	28,3	Perú

Cuadro 2.1.12

Top-1 de audiencia de Ficción en los países iberoamericanos. Año 2015

Nº	Título emisión	País origen	Cadena	Audiencia	Share	País emisión
1	Esperanza mía	Argentina	El Trece	14,1	20,7	Argentina
2	Imperio	Brasil	Globo	36,7	59,4	Brasil
3	Pituca sin Lucas	Chile	Mega	24,7	41,8	Chile
4	Diomedes, el cacique de la junta	Colombia	RCN	13,1	38,5	Colombia
5	Rastros de mentiras	Brasil	Ecuavisa	14,5	10,6	Ecuador
6	El príncipe	España	Tele5	10,4	24,1	España
7	Amores con trampa	Chile	Canal 2	19,1	30,0	México
8	Al fondo hay sitio (7ª temp.)	Perú	América Televisión	24,4	35,5	Perú
9	Mar Salgado	Portugal	SIC	15,3	31,8	Portugal
10	Rastros de mentiras	Brasil	Teledoce	20,2	32,2	Uruguay
11	Lo que la vida me robó	México	Venevisión	4,7	22,4	Venezuela
12	Mi corazón es tuyo	España	Univisión	14,1	23,5	USA

PANORAMA DE LA FICCIÓN EN PAÍSES DE IBEROAMÉRICA



ARGENTINA

Los canales incluidos en la muestra de Argentina son América 2, Canal 9, Telefé, El Trece y el canal de la Televisión Pública (ver cuadro Intro 1).

En 2015, el género audiovisual al que más tiempo dedicaron el conjunto de canales argentinos de la muestra fue el del entretenimiento (28,7%). La ficción aportó un 11,0% del tiempo de emisión en dicho año y en el trienio 2013-2015 un 17,3% (cuadro 2.2.1).

Cuadro 2.2.1
Distribución del tiempo de emisión de cada género en los canales de televisión de Argentina

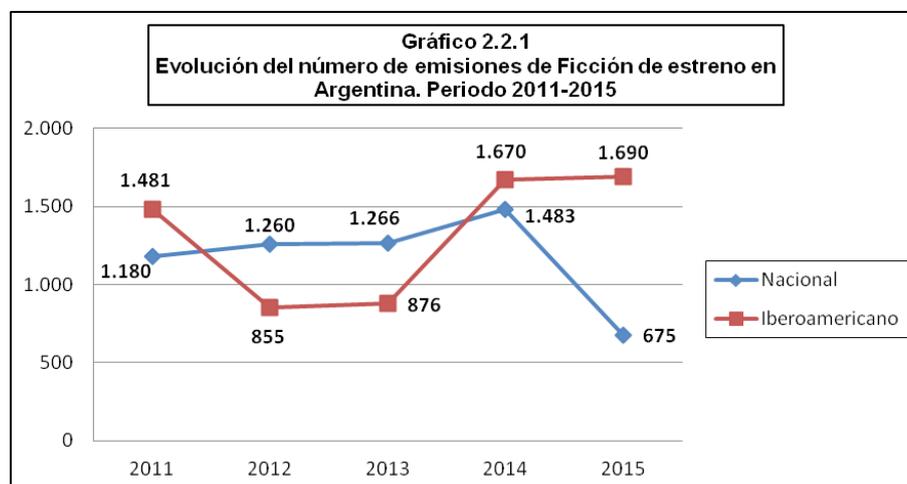
Géneros	2013	2014	2015	Promedio
Ficción	21,0	20,0	11,0	17,3
Información	32,0	34,0	17,7	27,9
Entretenimiento	6,0	8,0	28,7	14,2
Deportes	5,0	6,0	3,8	4,9
Servicio	3,0	4,0	0,0	2,3
Otros	33,0	28,0	38,8	33,3
Total	100,0	100,0	100,0	

Las televisiones argentinas en 2015 suman 41 títulos de ficción de estreno, 2.365 emisiones y 1.762 horas de programación (cuadro 2.2.2). El número de títulos nacionales frente a los iberoamericanos representa el 51,2%. Los países que más producciones aportan, aparte de Argentina, son México (11 títulos), Colombia (3 títulos) y España (3 títulos).

Cuadro 2.2.2
Ficción de estreno por países de origen. Año 2015. Argentina

País	Títulos	Emisiones	Horas
Argentina	21	675	528
Brasil	2	164	138
Chile	0	0	0
Colombia	3	217	131
Ecuador	0	0	0
España	3	273	212
EE.UU.	1	71	55
México	11	965	698
Perú	0	0	0
Portugal	0	0	0
Uruguay	0	0	0
Venezuela	0	0	0
Otros	0	0	0
Total	41	2.365	1.762

La tendencia de la programación de ficción nacional en la muestra es ascendente desde 2011 hasta 2014, pero sufre un fuerte descenso en 2015. Por su lado, la ficción iberoamericana experimenta un significativo repunte durante 2014 y 2015 hasta alcanzar las 1.670 y 1.690 emisiones, respectivamente (grafico 2.2.1).



La ficción nacional de estreno el periodo 2013-2015 representa el 44,7% del total de emisiones y el 45,4% en tiempo de programación en los canales argentinos (cuadro 2.2.3).

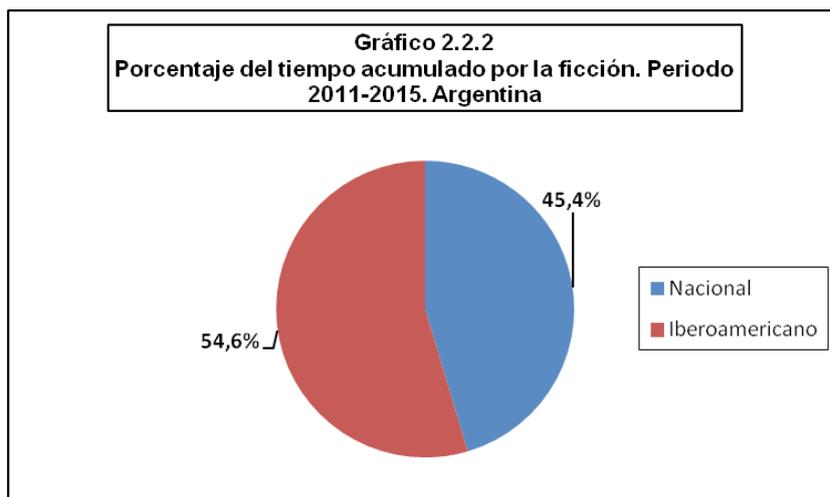
El país iberoamericano que más ficción aportó a los canales analizados en Argentina fue México (29,5% del total de emisiones y 28,2% del total de tiempo). Por otra parte, Brasil, Colombia, España y Estados Unidos acumulan un volumen de ficción cercano al 5%.

Cuadro 2.2.3

Ficción acumulada de estreno por países de origen. Argentina. Periodo 2013-2015

País	Títulos	%	Emisiones	%	Horas	%
Argentina	81	60,9	3.424	44,7	2.727	45,4
Brasil	6	4,5	431	5,6	371	6,2
Chile	2	1,5	198	2,6	140	2,3
Colombia	6	4,5	358	4,7	266	4,4
Ecuador	0	0,0	0	0,0	0	0,0
España	7	5,3	467	6,1	380	6,3
EE.UU.	5	3,8	524	6,8	430	7,2
México	26	19,5	2.258	29,5	1.693	28,2
Perú	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Portugal	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Uruguay	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Venezuela	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Otros	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Total	133		7.660		6.007	

En el quinquenio 2011-2015, el tiempo acumulado por la ficción supone el 45,4% para el mercado nacional y el 54,6% para el resto de series iberoamericanas (gráfico 2.2.2).



La telenovela fue el género televisivo más común en los canales argentinos en 2015 en cuanto a emisiones y tiempo de difusión, con el 85,8% y 86,8% del total, respectivamente. En cuanto al número de títulos de estrenos los más abundantes también fueron los de telenovelas con 21 (cuadro 2.2.4).

En cuanto a las franjas, el 57,6% de la ficción de estreno analizada en 2015 en Argentina se ubicó en la franja de tarde y el 39,6% en la de máxima audiencia. Por su origen, el 91,1% de la ficción nacional se estrenó en *prime time* y el 79,9% de la ficción iberoamericana en la franja de tarde (cuadro 2.2.4).

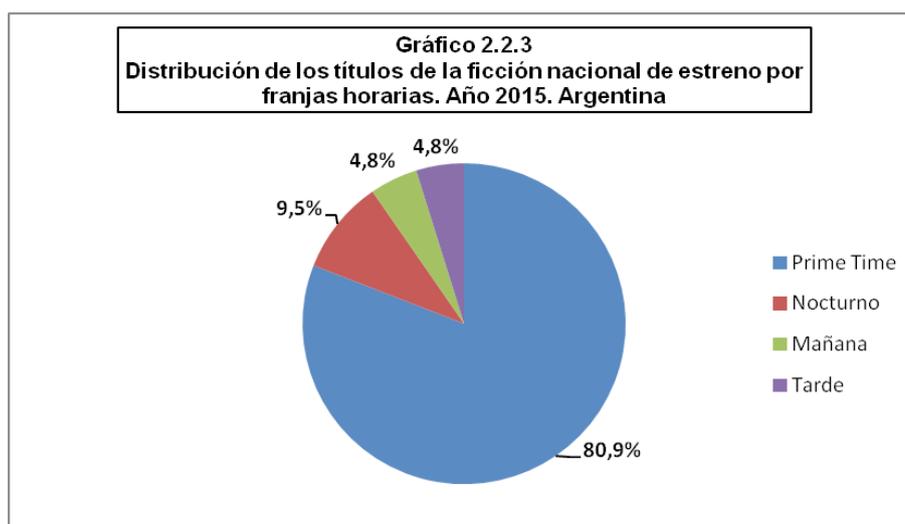
El 76,2% de los títulos nacionales de estreno de 2015 correspondió a miniseries y el 19% a telenovelas. El 85% de los títulos iberoamericanos fueron telenovelas (cuadro 2.2.4).

El 80,9% de los títulos de estreno se difundieron en la franja de *prime time*, el 9,5% en la nocturna, y el 4,8% en los de mañana y tarde (gráfico 2.2.3).

Cuadro 2.2.4
Distribución de la Ficción de estreno por su origen. Año 2015. Argentina

Géneros	Géneros					
	Nacional			Iberoamericana		
	Títulos	Emisiones	Horas	Títulos	Emisiones	Horas
Telenovela	4	371	318	17	1.658	1212
Serie	1	62	48	1	22	15
Miniserie	16	242	162	2	10	8
Comedia	0	0	0	0	0	0
Unitario	0	0	0	0	0	0
Total	21	675	528	20	1.690	1.235

Franjas	Franjas horarias					
	Nacional		Iberoamericana		Total	
	Emisiones	Horas	Emisiones	Horas	Emisiones	Horas
Mañana	14	9	18	11	32	20
Tarde	13	4	1.350	961	1.363	965
Prime Time	615	486	322	262	937	748
Nocturno	33	29	0	0	33	29
Total	675	528	1.690	1.234	2.365	1.762



Las producciones argentinas de estreno emitidas en El Trece y Telefé fueron las más populares en 2015. El *ranking* de audiencia estuvo dominado por la telenovela argentina *Esperanza mía* con un máximo del 14,1% de audiencia y el 20,7% de cuota de pantalla. A continuación, se situaron la telenovela brasileña *Rastros de mentiras* con el 12,7% y la miniserie española *Niños robados* con el 11,9% (cuadro 2.2.5).

Cuadro 2.2.5

Ranking de audiencia de la Ficción. Año 2015. Argentina

N°	Título	País	Cadena	Audiencia	Share
1	Esperanza mía	Argentina	El Trece	14,1	20,7
2	Rastros de mentiras	Brasil	Telefé	12,7	23,6
3	Niños robados	España	Telefé	11,9	21,0
4	Historia de un clan	Argentina	Telefé	11,8	19,5
5	Viudas e hijos del Rock & Roll	Argentina	Telefé	11,6	19,8
6	Signos	Argentina	El Trece	11,0	16,9
7	Noche & Día	Argentina	El Trece	9,6	17,6
8	Guapas	Argentina	El Trece	9,4	16,9
9	Amores robados	Brasil	Telefé	8,6	14,4
10	Entre caníbales	Argentina	Telefé	7,6	14,6



BRASIL

Los canales incluidos en el estudio de Brasil son Globo, Record, SBT, Bandeirantes, Rede TV y el canal público TV Brasil (ver cuadro Intro 1).

En 2015, el género audiovisual al que más tiempo dedicaron el conjunto de canales brasileños de la muestra fueron los informativos (25,9%). La ficción aportó un 13,4% del tiempo de emisión y en el trienio 2013-2015 un 14,6% (cuadro 2.2.6).

Cuadro 2.2.6

Distribución del tiempo de emisión dedicado a cada género en los canales de televisión de Brasil

Géneros	2013	2014	2015	Promedio
Informativo	25,9	25,1	25,9	25,6
Ficción	17,8	12,5	13,4	14,6
Entretenimiento	17,8	22,3	21,4	20,5
Religioso	7,7	7,6	11,0	8,8
Deportes	4,0	4,6	4,2	4,3
Educativo	0,6	0,5	0,2	0,4
Político	0,1	1,0	0,1	0,4
Otros	26,1	26,4	23,8	25,4
Total	100,0	100,0	100,0	

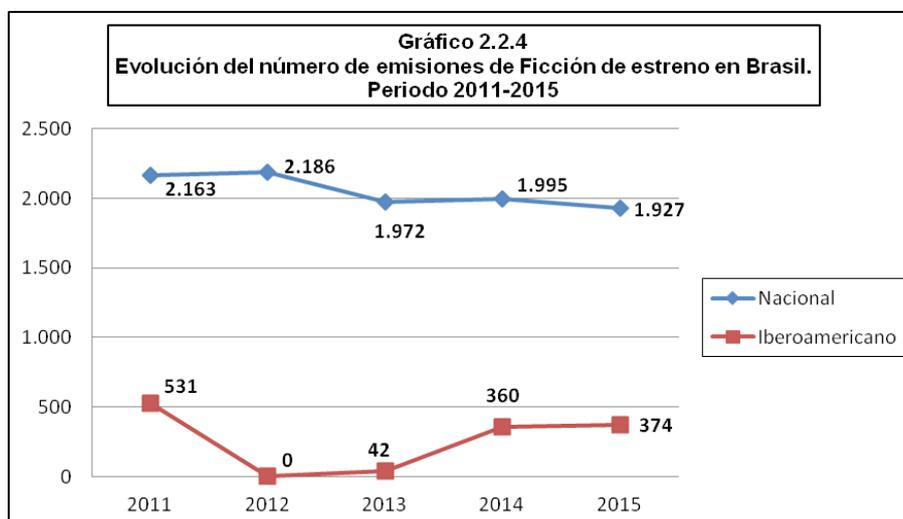
El número de títulos nacionales de ficción frente a los iberoamericanos representó el 92,7%, en 2015. El único país que aportó producciones televisivas en dicho periodo, aparte de Brasil, es México (4 títulos). Los porcentajes acumulados por la ficción brasileña en 2015 alcanzaron el 83,7% del total de emisiones y 83,7% del tiempo total de programación (cuadro 2.2.7).

Cuadro 2.2.7

Ficción de estreno por países de origen. Año 2015. Brasil

País	Títulos	Emisiones	Horas
Argentina	0	0	0
Brasil	51	1.927	1.364
Chile	0	0	0
Colombia	0	0	0
Ecuador	0	0	0
España	0	0	0
EE.UU.	0	0	0
México	4	374	266
Perú	0	0	0
Portugal	0	0	0
Uruguay	0	0	0
Venezuela	0	0	0
Otros	0	0	0
Total	55	2.301	1.630

La evolución del número de emisiones en el periodo 2011-2015 muestra la diferencia cuantitativa entre ficción nacional e iberoamericana. La ficción nacional se situó en un rango comprendido entre 1.972 emisiones (2013) y 2.186 emisiones (2012). Por su parte, las emisiones iberoamericanas son escasas en 2012 y 2013 y el máximo se produce en 2011 con 531 emisiones (gráfico 2.2.4).



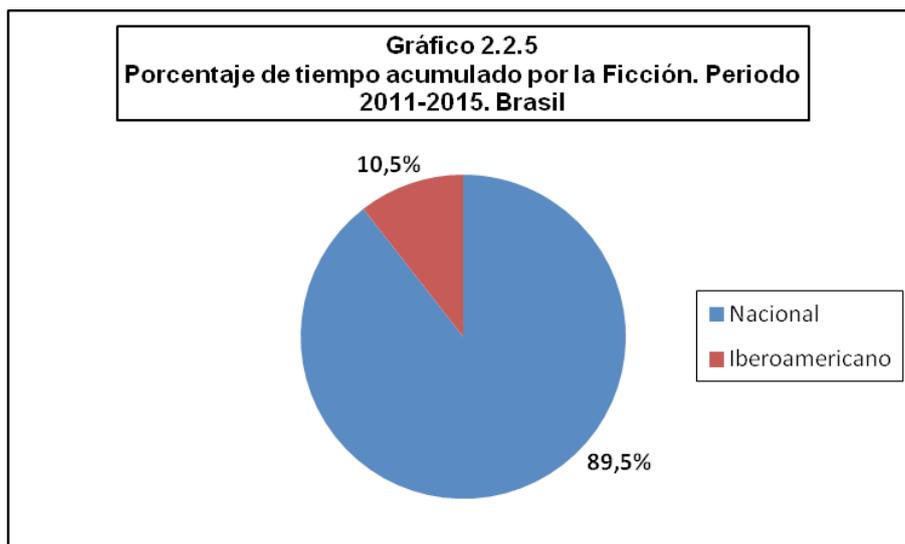
Los porcentajes acumulados por la ficción brasileña en el periodo 2013-2015 alcanzaron el 88,4% del total de emisiones y 88,6% del tiempo total de programación. Los países iberoamericanos que más ficción aportaron a los canales analizados en Brasil son México, Argentina y Colombia (cuadro 2.2.8).

Cuadro 2.2.8

Ficción acumulada de estreno por países de origen. Periodo 2013-2015. Brasil

País	Títulos	%	Emisiones	%	Horas	%
Argentina	2	1,5	78	1,2	52	1,1
Brasil	125	91,9	5.894	88,4	4.048	88,6
Chile	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Colombia	1	0,7	41	0,6	14	0,3
Ecuador	0	0,0	0	0,0	0	0,0
España	0	0,0	0	0,0	0	0,0
EE.UU.	0	0,0	0	0,0	0	0,0
México	8	5,9	657	9,9	457	10,0
Perú	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Portugal	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Uruguay	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Venezuela	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Otros	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Total	136		6.670		4.571	

El tiempo de programación de la ficción nacional en el periodo 2011-2015 supuso el 89,5% y el de la ficción iberoamericana el 10,5% (gráfico 2.2.5).



La telenovela fue el género televisivo más común en los canales brasileños en 2015 en cuanto a emisiones y tiempo de programación, con el 81,7% y casi el 85%, respectivamente. En cuanto a títulos los más numerosos fueron los *telefilms*, seguidos de las telenovelas (cuadro 2.2.9).

En cuanto a las franjas, en 2015, el 59,9% de la ficción de estreno, íntegramente nacional, se ubicó en la franja de máxima audiencia de los canales brasileños, el 29,6% en la de tarde y el 10,4% en la franja nocturna (cuadro 2.2.9).

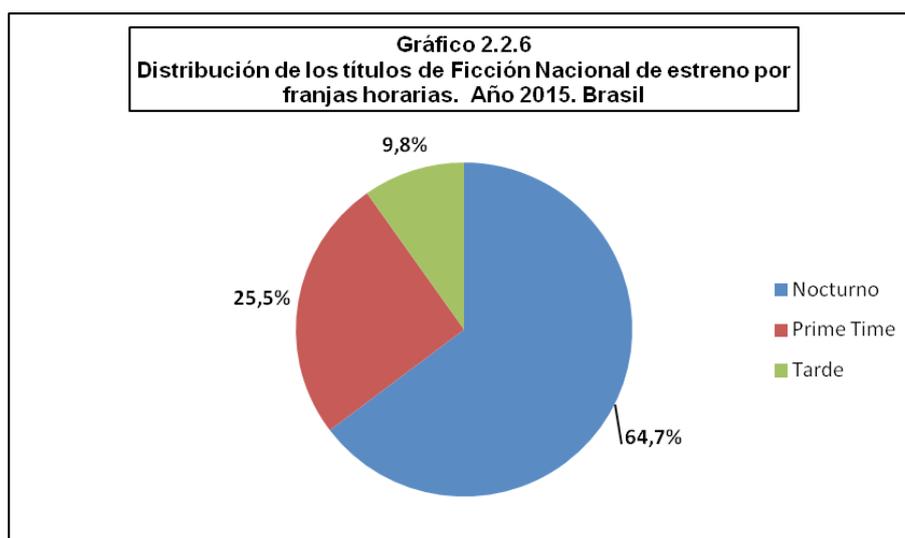
El 64,7% de los títulos de ficción se emitieron en la franja nocturna, el 25,5% en el horario de máxima audiencia y el 9,8% en el de tarde (gráfico 2.2.6).

Cuadro 2.2.9

Distribución de la Ficción de estreno por su origen. Brasil. Año 2015

Géneros	Géneros					
	Nacional			Iberoamericana		
	Títulos	Emisiones	Horas	Títulos	Emisiones	Horas
Telenovela	14	1.505	1.118	4	374	267
Serie	9	103	59	0	0	0
Miniserie	2	22	15	0	0	0
Telefilm	21	29	40	0	0	0
Unitario	1	1	1	0	0	0
Otros	4	267	130	0	0	0
Total	51	1.927	1.363	4	374	267

Franjas	Franjas horarias					
	Nacional		Iberoamericana		Total	
	Emisiones	Horas	Emisiones	Horas	Emisiones	Horas
Mañana	0	0	0	0	0	0
Tarde	570	330	374	267	944	597
Prime Time	1.156	894	0	0	1.156	894
Nocturno	201	139	0	0	201	139
Total	1.927	1.363	374	267	2.301	1.630



Las producciones brasileñas de estreno emitidas en Globo fueron las más populares en 2015. El *ranking* de audiencia estuvo dominado por las telenovelas *Imperio* y *A regra do jogo* con unos porcentajes máximos de audiencia del 36,7% y el 26,9%, respectivamente (cuadro 2.2.10).

Cuadro 2.2.10

Ranking de audiencia de la Ficción. Año 2015. Brasil

Nº	Título	País	Cadena	Audiencia	Share
1	Imperio	Brasil	Globo	36,7	59,4
2	A regra do jogo	Brasil	Globo	26,9	42,7
3	Babilonia	Brasil	Globo	26,2	42,1
4	Alto astral	Brasil	Globo	25,2	44,1
5	Totalmente demais	Brasil	Globo	25,0	43,4
6	I love Paraisopolis	Brasil	Globo	24,9	40,8
7	Tim Maia - Vale o que ver	Brasil	Globo	24,8	49,4
8	O pai, O - Luz, camera 50 anos	Brasil	Globo	23,4	44,6
9	O canto da sereia - Luz camera 50 anos	Brasil	Globo	22,8	47,0
10	Alem do tempo	Brasil	Globo	21,9	40,0



CHILE

Los canales de televisión incluidos en el estudio de Chile son los privados UCV TV, Canal 13, Chilevisión, Megavisión, La Red y Telecanal y el canal público TVN (ver cuadro Intro 1).

En 2015, el género audiovisual al que más tiempo dedicaron el conjunto de canales chilenos de la muestra fue el de ficción (36%). Además, la ficción aportó un promedio del 36,9% del tiempo total de emisión en el periodo 2013-2015 (cuadro 2.2.11).

Cuadro 2.2.11

Distribución del tiempo de emisión dedicado a cada género en los canales de televisión de Chile

Géneros	2013	2014	2015	Promedio
Ficción	36,9	37,8	36,0	36,9
Informativo	21,2	22,7	24,2	22,7
Entretenimiento	21,4	18,9	16,7	19,0
Deportes	1,2	1,6	1,7	1,5
Servicio	11,4	12,0	11,0	11,5
Otros	7,9	7,0	10,5	8,5
Total	100,0	100,0	100,0	

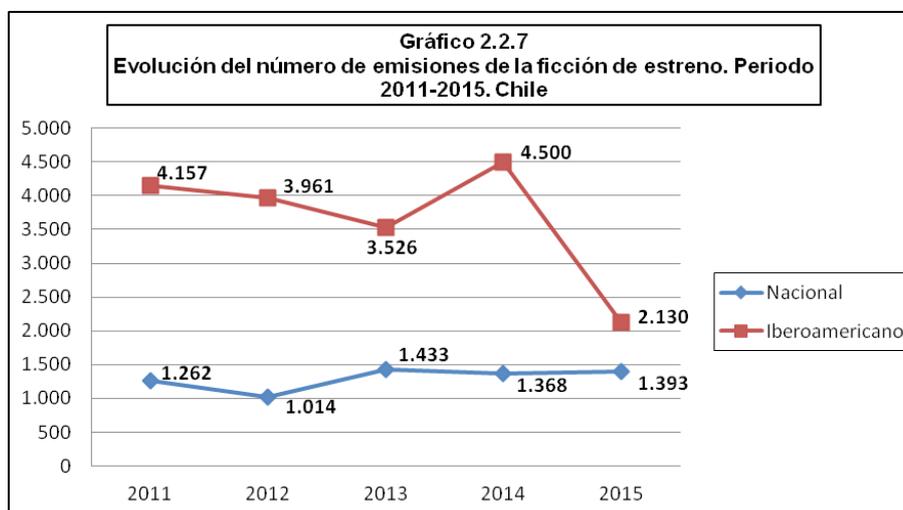
El número de títulos nacionales de ficción frente a los iberoamericanos representó el 50%, en 2015. Los países que aportaron más producciones televisivas en dicho año, aparte de Chile, fueron México (8 títulos), Colombia (7), Brasil (6), y España (3). Los porcentajes acumulados por la ficción chilena en 2015 alcanzaron el 39,5% del total de emisiones y el 29,3% del tiempo total de programación (cuadro 2.2.12).

Cuadro 2.2.12

Ficción de estreno por países de origen. Año 2015. Chile

País	Títulos	Emisiones	Horas
Argentina	1	128	129
Brasil	6	267	219
Chile	27	1.393	752
Colombia	7	374	301
Ecuador	0	0	0
España	3	273	338
EE.UU.	1	7	6
México	8	1.003	754
Perú	0	0	0
Portugal	1	78	63
Uruguay	0	0	0
Venezuela	0	0	0
Otros	0	0	0
Total	54	3.523	2.562

La evolución del número de emisiones en la muestra en el periodo 2011-2015 muestra una tendencia irregular en el mercado iberoamericano, habiendo descendido en el último año desde las 4.500 emisiones hasta las 2.130. Las emisiones nacionales se mueven en un rango situado entre las 1.000 y las 1.450 (gráfico 2.2.7).



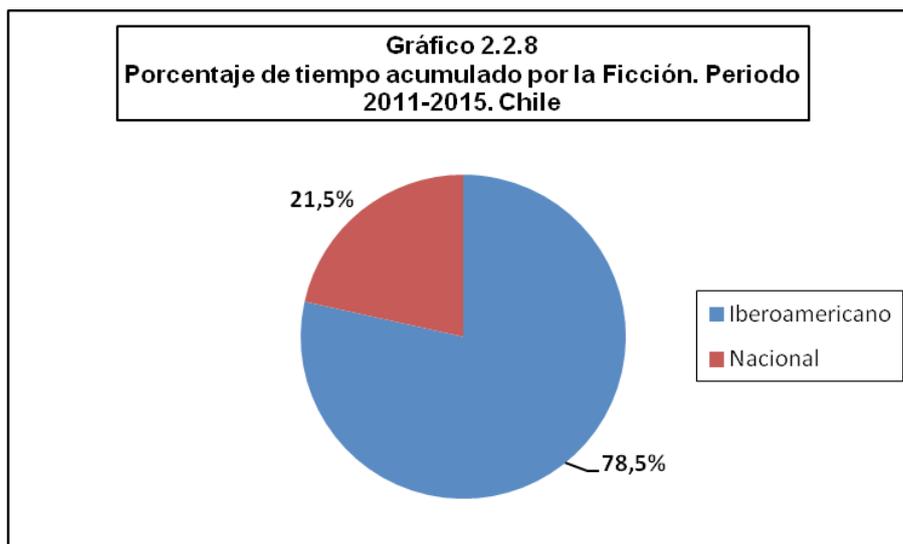
Los porcentajes acumulados por la ficción chilena en el periodo 2013-2015 alcanzaron el 29,4% del total de emisiones y el 23,7% del tiempo total de programación. El país iberoamericano que más ficción aportó a los canales analizados en Chile fue México (con el 46,3% de las emisiones y el 47,1% del tiempo de programación), seguido de Brasil, Colombia y España (cuadro 2.2.13).

Cuadro 2.2.13

Ficción acumulada de estreno por países de origen. Chile. Periodo 2013-2015

País	Títulos	%	Emisiones	%	Horas	%
Argentina	2	1,0	152	1,1	149	1,4
Brasil	21	10,5	1.102	7,7	977	9,5
Chile	80	40,0	4.194	29,4	2.440	23,7
Colombia	14	7,0	1.093	7,7	802	7,8
Ecuador	0	0,0	0	0,0	0	0,0
España	13	6,5	671	4,7	730	7,1
EE.UU.	6	3,0	383	2,7	249	2,4
México	61	30,5	6.598	46,3	4.852	47,1
Perú	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Portugal	1	0,5	78	0,5	63	0,6
Uruguay	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Venezuela	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Otros	2	1,0	79	0,6	73	0,7
Total	200		14.350		10.335	

La distribución del tiempo de ficción de estreno en el periodo 2011-2015 fue del 78,5% para la ficción iberoamericana y el 21,5% para la nacional (gráfico 2.2.8).



La telenovela fue el género más habitual en los canales chilenos durante 2015. El 64,8% del total de títulos y más del 77% del total de emisiones y tiempo de programación pertenecieron a este género (cuadro 2.2.14)

En cuanto a las franjas, casi el 59,8% de las emisiones totales de la ficción de estreno y el 65,3% del tiempo total se concentró en la franja de tarde (cuadro 2.2.14). La ficción nacional se estrenó, principalmente, en la franja de tarde y *prime time* (48,8% y 46,4% de las emisiones, respectivamente).

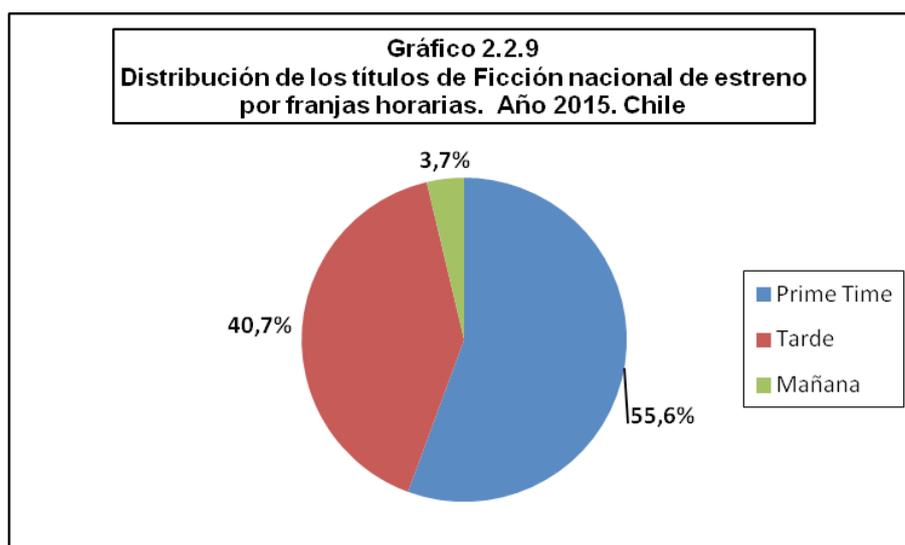
La distribución por franjas de los títulos de ficción nacional es la siguiente: el 55,6% se difundieron en *prime time*, el 40,7% en horario de tarde y el 3,7% en horario nocturno (gráfico 2.2.9).

Cuadro 2.2.14

Distribución de la Ficción de estreno por géneros y franjas. Año 2015. Chile

Géneros	Nacional			Iberoamericana		
	Títulos	Emisiones	Horas	Títulos	Emisiones	Horas
Telenovela	13	989	489	22	1.736	1.549
Serie	8	113	66	3	313	207
Miniserie	3	18	12	1	13	11
Telefilm	0	0	0	0	0	0
Unitario	1	105	87	1	68	43
Docudrama	0	0	0	0	0	0
Otros	2	168	98	0	0	0
Total	27	1.393	752	27	2.130	1.810

Franjas	Nacional		Iberoamericana		Total	
	Emisiones	Horas	Emisiones	Horas	Emisiones	Horas
Mañana	1	0	0	0	1	0
Tarde	680	374	1.426	1.298	2.106	1.672
Prime Time	646	351	603	449	1.249	800
Nocturno	66	27	101	63	167	90
Total	1.393	752	2.130	1.810	3.523	2.562



Las emisiones más populares en 2015 se programaron en Mega (4), Canal 13 (3), Chilevisión (2) y TVN (1). El *ranking* de audiencia estuvo dominado por las series nacionales *Pituca sin Lucas* y *Papá a la deriva*, ambas con registros por encima del 22% de audiencia y difundidas en Mega (cuadro 2.2.15).

Cuadro 2.2.15

Ranking de audiencia de la Ficción. Año 2015. Chile

Nº	Título	País	Cadena	Audiencia	Share
1	Pituca sin Lucas	Chile	Mega	24,7	41,8
2	Papá a la deriva	Chile	Mega	22,9	36,7
3	Celia	Colombia	Canal 13	13,2	19,6
4	El bosque de Karadina	Chile	CHV	13,0	18,9
5	Eres mi tesoro	Chile	Mega	13,0	27,9
6	La chúcará	Chile	TVN	11,3	23,9
7	Familia moderna	USA	Mega	11,1	20,4
8	Rastros de mentiras	Brasil	Canal 13	9,2	19,1
9	Chipe libre	Chile	Canal 13	9,0	13,2
10	Lo que calamos las...	México	CHV	9,0	18,6



COLOMBIA

Los canales de televisión incluidos en el estudio de Colombia son los privados RCN, Caracol, Canal Uno y los públicos Señal Colombia y Canal Institucional (ver cuadro Intro 1).

En 2015, el género audiovisual al que más tiempo dedicaron los canales colombianos de la muestra fue el del entretenimiento (30,7%). La Ficción aportó un 14,3% en dicho año y un 13,9% de promedio en el trienio 2013-2015 (cuadro 2.2.16).

Cuadro 2.2.16

Distribución del tiempo de emisión dedicado a cada género en los canales de televisión de Colombia

Géneros	2013	2014	2015	Promedio
Ficción	13,2	14,2	14,3	13,9
Informativo	10,8	10,4	10,5	10,6
Entretenimiento	33,7	30,9	30,7	31,8
Deportes	3,7	9,1	9,1	7,3
Servicio	38,6	11,1	11,3	20,3
Otros	0,0	24,3	24,1	16,1
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

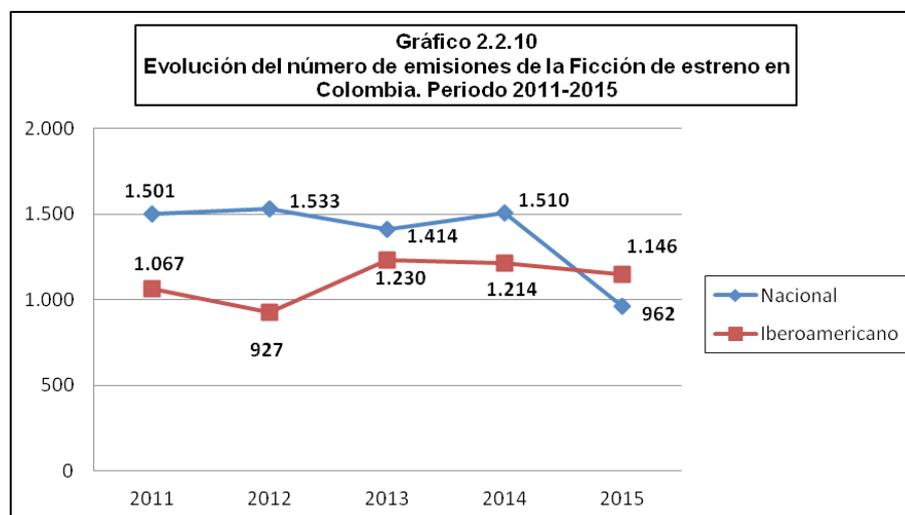
El número de títulos nacionales de ficción frente a los iberoamericanos representó el 50% en 2015. Los países que aportaron producciones televisivas en dicho periodo, aparte de Colombia, fueron México (2 títulos), Estados Unidos (2) y Brasil (1). Los porcentajes acumulados por la ficción colombiana en 2015 alcanzaron el 45,6% del total de emisiones y el 46,9% del tiempo total de programación (cuadro 2.2.17).

Cuadro 2.2.17

Ficción de estreno por países de origen. Año 2015. Colombia

País	Títulos	Emisiones	Horas
Argentina	0	0	0
Brasil	1	70	5
Chile	0	0	0
Colombia	11	962	851
Ecuador	0	0	0
España	0	0	0
EE.UU.	2	296	197
México	2	240	160
Perú	0	0	0
Portugal	0	0	0
Uruguay	0	0	0
Venezuela	0	0	0
Otros	6	540	600
Total	22	2.108	1.813

La evolución del número de emisiones de la muestra en el periodo 2011-2015, para la ficción nacional, durante los últimos cinco años, se sitúa en un rango comprendido entre 900 y 1.500 emisiones. La ficción iberoamericana también se movió en unos márgenes estrechos comprendidos entre 927 y 1.230 emisiones (gráfico 2.2.10).



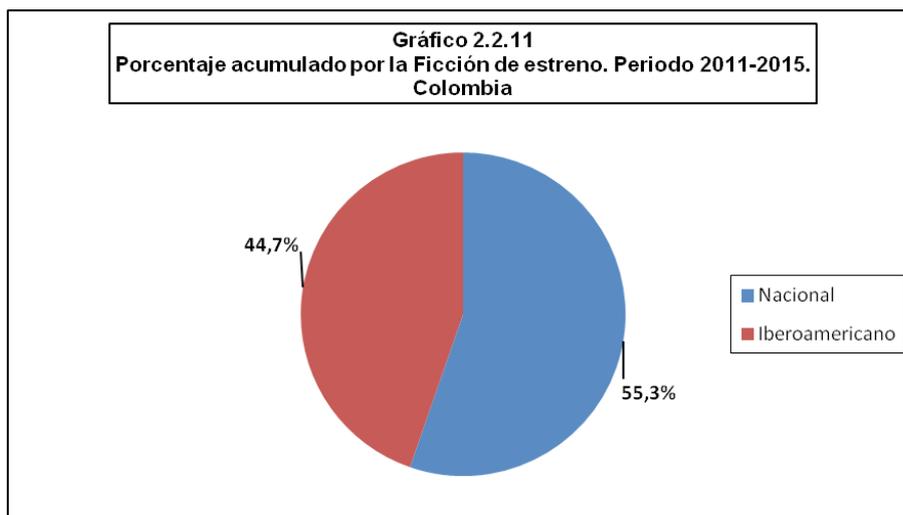
Los porcentajes acumulados por la ficción colombiana en el periodo 2013-2015 representan el 52% del total de emisiones y del tiempo total de programación. El país iberoamericano que más ficción aportó a los canales colombianos analizados fue, con mucha diferencia, México (cuadro 2.2.18).

Cuadro 2.2.18

Ficción acumulada de estreno por países de origen. Periodo 2013-2015. Colombia

País	Títulos	%	Emisiones	%	Horas	%
Argentina	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Brasil	4	4,8	354	4,7	217	3,4
Chile	1	1,2	167	2,2	86	1,4
Colombia	53	63,9	3.886	52,0	3.293	51,9
Ecuador	1	1,2	58	0,8	44	0,7
España	0	0,0	0	0,0	0	0,0
EE.UU.	5	6,0	498	6,7	347	5,5
México	13	15,7	1.603	21,4	1.442	22,7
Perú	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Portugal	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Uruguay	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Venezuela	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Otros	6	7,2	910	12,2	913	14,4
Total	83		7.476		6.342	

La distribución acumulada del tiempo de ficción para el periodo 2011-2015, según el origen de las producciones, es del 55,3% para la ficción nacional y del 44,7% para la iberoamericana (gráfico 2.2.11).



Las series (59,5%) fueron el género más habitual en los canales colombianos durante 2015, seguidas de las telenovelas (40,5%). En cuanto a las franjas, el 53,8% de las emisiones totales de la ficción de estreno se difundió en la franja de *prime time* y el 31,9% en la de mañana (cuadro 2.2.19). La ficción nacional de estreno se programó, íntegramente, en la franja de *prime time* (100%).

Cuadro 2.2.19

Distribución de la Ficción de estreno por su origen. Colombia. Año 2015

Géneros						
Géneros	Nacional			Iberoamericana		
	Títulos	Emisiones	Horas	Títulos	Emisiones	Horas
Telenovela	3	340	226	5	606	461
Serie	8	622	625	6	768	501
Miniserie	0	0	0	0	0	0
Telefilm	0	0	0	0	0	0
Unitario	0	0	0	0	0	0
Otros	0	0	0	0	0	0
Total	11	962	851	11	1.374	962

Franjas horarias						
Franjas	Nacional		Iberoamericana		Total	
	Emisiones	Horas	Emisiones	Horas	Emisiones	Horas
Mañana	0	0	747	561	747	561
Tarde	0	0	332	213	332	213
Prime Time	962	851	295	188	1.257	1.039
Nocturno	0	0	0	0	0	0
Total	962	851	1.374	962	2.336	1.813

Las series colombianas emitidas en RCN (5 emisiones) y Caracol (5 emisiones) fueron las más populares en 2015 en Colombia. El *ranking* de audiencia estuvo dominado por las series *Diomedes, el cacique de la junta* y *Lady, la vendedora de rosas*, con unos máximos de audiencia del 13,1% y del 13%, respectivamente (cuadro 2.2.20).

Cuadro 2.2.20

Ranking de audiencia de la Ficción. Colombia. 2015

Nº	Título	País	Cadena	Audiencia	Share
1	Diomedes, el cacique de la junta	Colombia	RCN	13,1	38,5
2	Lady, la vendedora de rosas	Colombia	RCN	13,0	42,2
3	Las hermanitas Calle	Colombia	Caracol	10,3	21,9
4	Sala de urgencias	USA	RCN	10,0	35,6
5	Celia	Colombia	RCN	9,3	22,3
6	Laura, la santa colombiana	Colombia	Caracol	8,0	23,8
7	El laberinto de Alicia	Chile	RCN	7,8	24,2
8	La viuda negra	Colombia	Caracol	7,4	29,4
9	Niche	Colombia	Caracol	7,4	22,7
10	Tiro de gracia	Colombia	Caracol	7,3	21,6



ECUADOR

Los canales de televisión incluidos en el estudio de Ecuador son los privados Teleamazonas, RTS, Ecuavisa, Canal Uno y los públicos ECTV, Gama TV y TC Televisión (ver cuadro Intro 1).

En 2015, el género audiovisual al que más tiempo dedicaron los canales ecuatorianos de la muestra fue el de ficción (18,9%). Además, la ficción registró un 27% de promedio en el trienio 2013-2015 (cuadro 2.2.21).

Cuadro 2.2.21

Distribución del tiempo de emisión dedicado a cada género en los canales de televisión de Ecuador

Generos	2013	2014	2015	Promedio
Ficción	31,9	30,2	18,9	27,0
Informativo	23,6	18,8	32,1	24,8
Entretenimiento	21,5	27,5	21,1	23,4
Deportes	6,1	6,7	6,2	6,3
Variedades	0,0	9,7	6,3	5,3
Otros	16,9	7,1	15,4	13,1
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

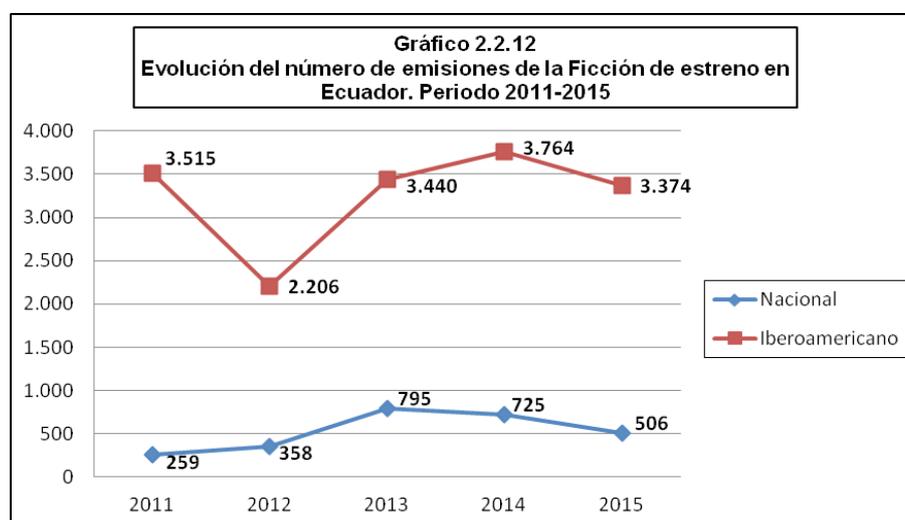
El número de títulos nacionales de ficción frente a los iberoamericanos representó el 14,3%, en 2015. Los países que más producciones aportaron, aparte de Ecuador, fueron México (16 títulos), Brasil (9 títulos) y Colombia (9 títulos). Los porcentajes acumulados por la ficción ecuatoriana en 2015 alcanzaron el 13% del total de emisiones y el 9,3% del tiempo total de programación (cuadro 2.2.22).

Cuadro 2.2.22

Ficción de estreno por países de origen. Año 2015. Ecuador

País	Títulos	Emisiones	Horas
Argentina	2	84	107
Brasil	9	613	875
Chile	0	0	0
Colombia	9	363	321
Ecuador	8	506	409
España	3	68	74
EE.UU.	5	314	231
México	16	1.545	1.993
Perú	0	0	0
Portugal	0	0	0
Uruguay	0	0	0
Venezuela	4	387	406
Otros	0	0	0
Total	56	3.880	4.416

La muestra de emisiones de la ficción nacional en el periodo 2011-2015 se sitúa entre las 2.206 emisiones de 2012 y las 3.764 de 2014. La evolución de las emisiones iberoamericanas en la muestra está comprendida en un rango situado entre las 259 y las 795 emisiones (gráfico 2.2.12).



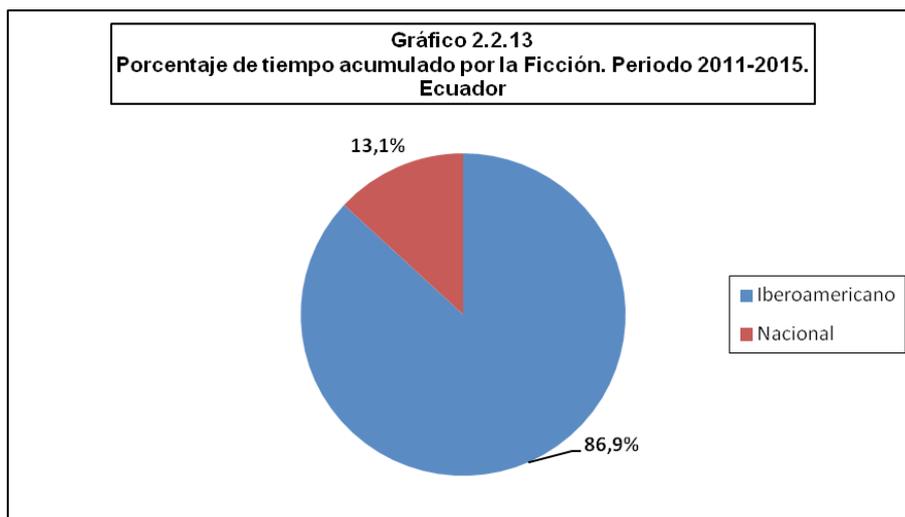
Los porcentajes acumulados por la ficción ecuatoriana en el periodo 2013-2015 alcanzaron el 16,1% del total de emisiones y el 10,9% del tiempo total de programación. Los países iberoamericanos que más ficción aportaron a los canales ecuatorianos analizados fueron México, Colombia y Brasil (cuadro 2.2.23).

Cuadro 2.2.23

Ficción acumulada de estreno por países de origen. Ecuador. Periodo 2013-2015

País	Títulos	%	Emisiones	%	Horas	%
Argentina	6	3,2	363	2,9	351	2,8
Brasil	20	10,5	1.441	11,4	1.731	13,9
Chile	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Colombia	35	18,4	1.540	12,2	1.481	11,9
Ecuador	35	18,4	2.026	16,1	1.354	10,9
España	4	2,1	88	0,7	93	0,7
EE.UU.	17	8,9	890	7,1	886	7,1
México	54	28,4	4.561	36,2	5.025	40,3
Perú	4	2,1	127	1,0	129	1,0
Portugal	2	1,1	268	2,1	188	1,5
Uruguay	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Venezuela	13	6,8	1.300	10,3	1.241	9,9
Otros	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Total	190		12.604		12.479	

La distribución acumulada del tiempo de ficción en el periodo 2011-2015 fue del 86,9% para las series nacionales y el 13,1% para las iberoamericanas (gráfico 2.2.13).



La telenovela fue el género más habitual en los canales ecuatorianos durante 2015. El 92,9% del total de emisiones y el 93,5% del tiempo de difusión perteneció a dicho género. En cuanto a las franjas, el 58,6% de las emisiones totales de la ficción de estreno se difundió en la franja de *prime time* (cuadro 2.2.24). La ficción nacional se estrenó, exclusivamente, en el horario de máxima audiencia (100%).

Cuadro 2.2.24

Distribución de la Ficción de estreno por su origen. Ecuador. Año 2015

<i>Géneros</i>						
Géneros	Nacional			Iberoamericana		
	Títulos	Emisiones	Horas	Títulos	Emisiones	Horas
Telenovela	1	133	111	39	3.137	3.747
Serie	2	54	27	8	206	223
Miniserie	0	0	0	0	0	0
Telefilm	0	0	0	0	0	0
Unitario	0	0	0	0	0	0
Otros	5	319	271	1	31	37
Total	8	506	409	48	3.374	4.007

<i>Franjas horarias</i>						
Franjas	Nacional		Iberoamericana		Total	
	Emisiones	Horas	Emisiones	Horas	Emisiones	Horas
Mañana	0	0	352	325	352	325
Tarde	0	0	1.111	1.575	1.111	1.575
Prime Time	506	409	1.770	1.965	2.276	2.374
Nocturno	0	0	141	142	141	142
Total	506	409	3.374	4.007	3.880	4.416

Las producciones de estreno emitidas en Ecuavisa y TC Televisión fueron las más populares en 2015 (cuadro 2.2.25). El *ranking* de audiencia estuvo dominado por las telenovelas brasileñas *Rastros de mentiras* (14,5%) y *La guerrera* (14,3%), y por la estadounidense *En otra piel* (12,4%).

Cuadro 2.2.25

Ranking de audiencia de la Ficción. Ecuador. 2015

Nº	Título	País	Cadena	Audiencia	Share
1	Rastros de mentiras	Brasil	Ecuavisa	14,5	10,6
2	La guerrera	Brasil	Ecuavisa	14,3	10,5
3	En otra piel	USA	Ecuavisa	12,4	10,0
4	Los hijos de Don Juan	Ecuador	TC Televisión	10,3	7,8
5	La sombra de Helena	Brasil	Ecuavisa	10,0	7,4
6	Así pasa	Ecuador	Ecuavisa	9,7	15,7
7	Imperio	Brasil	Ecuavisa	9,4	7,4
8	3 familias	Ecuador	Ecuavisa	9,2	7,9
9	Celia	Colombia	TC Televisión	9,2	7,3
10	La ronca de oro	Colombia	Ecuavisa	9,1	9,4



ESPAÑA

Los canales de televisión de ámbito nacional incluidos en el estudio de España son Antena 3, Telecinco, Cuatro, LaSexta y los públicos de Televisión Española, La 1 y La 2 (ver cuadro Intro 1).

En 2015, el género audiovisual al que más tiempo dedicaron los canales españoles incluidos en el estudio fue el de ficción (31,7%), seguido de los informativos (18,5%) y el entretenimiento (16,7%) (Cuadro 2.2.26).

Cuadro 2.2.26
Distribución del tiempo de emisión dedicado a cada género en los canales de televisión de España

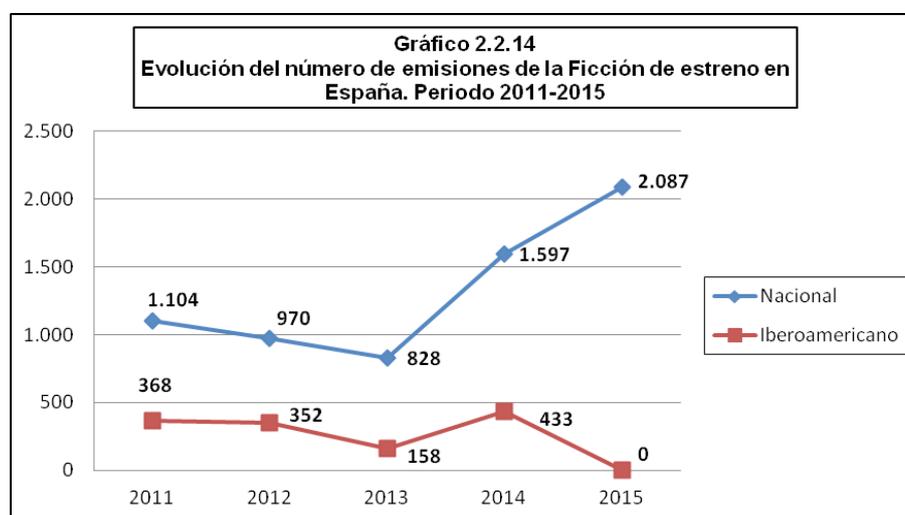
Generos	2013	2014	2015	Promedio
Cultural	13,2	14,7	15,5	14,5
Informativos	21,2	18,2	18,5	19,3
Entretenimiento	25,3	16,1	16,7	19,4
Infoshow	0,0	0,0	0,0	0,0
Concurso	8,8	2,5	2,6	4,6
Deporte	2,2	7,5	6,9	5,5
Musical	9,1	6,9	7,2	7,7
Ficción	19,5	33,1	31,7	28,1
Otros	0,7	1,0	0,9	0,9
Total	100,0	100,0	100,0	

Sólo se estrenaron títulos nacionales de ficción en 2015 (6 en coproducción con países europeos) (cuadro 2.2.27).

Cuadro 2.2.27
Ficción de estreno por países de origen. Año 2015. España

País	Títulos	Emisiones	Horas
Argentina	0	0	0
Brasil	0	0	0
Chile	0	0	0
Colombia	0	0	0
Ecuador	0	0	0
España	57	2.087	1.909
EE.UU.	0	0	0
México	0	0	0
Perú	0	0	0
Portugal	0	0	0
Uruguay	0	0	0
Venezuela	0	0	0
Otros	0	0	0
Total	57	2.087	1.909

Las emisiones en los canales españoles en el periodo 2011-2015 crecen en los dos últimos años a favor de la ficción nacional (desde 828 emisiones a 2.087). La ficción iberoamericana de estreno es escasa en los canales de la muestra e incluso inexistente en 2015 (gráfico 2.2.14).



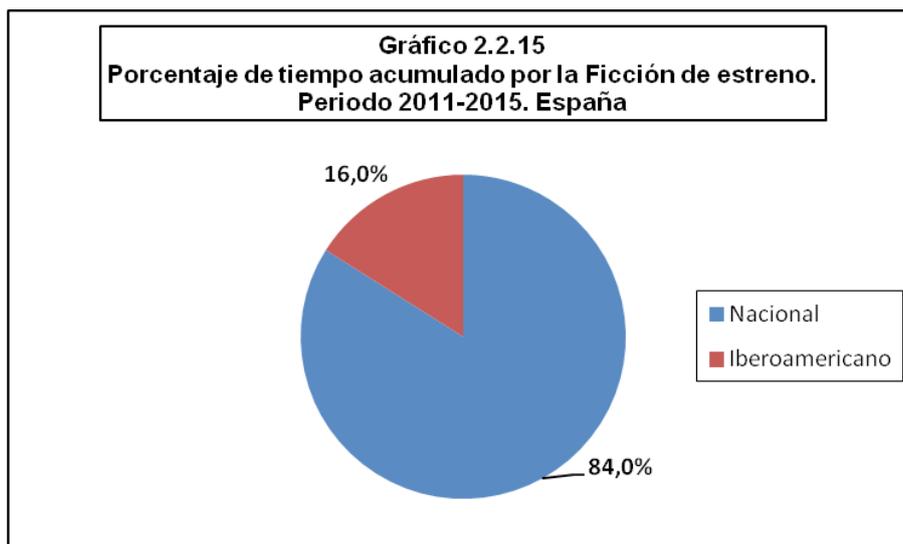
Los porcentajes acumulados por la ficción española de estreno en el periodo 2013-2015 alcanzaron el 88,4% del total de emisiones y el 88,9% del tiempo total de programación. Los países iberoamericanos que más ficción aportaron a los canales españoles analizados fueron México y Estados Unidos (cuadro 2.2.28).

Cuadro 2.2.28

Ficción acumulada de estreno por países de origen. Periodo 2013-2015. España

País	Títulos	%	Emisiones	%	Horas	%
Argentina	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Brasil	1	0,7	83	1,6	83	1,8
Chile	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Colombia	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Ecuador	0	0,0	0	0,0	0	0,0
España	147	96,1	4.512	88,4	4.007	88,9
EE.UU.	1	0,7	119	2,3	89	2,0
México	2	1,3	219	4,3	189	4,2
Perú	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Portugal	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Uruguay	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Venezuela	2	1,3	50	1,0	48	1,1
Otros	0	0,0	120	2,4	90	2,0
Total	153		5.103		4.506	

La distribución acumulada del tiempo de ficción en el periodo 2011-2015 es del 84% para las series nacionales y del 16% para las iberoamericanas (gráfico 2.2.15).



Las telenovelas y series fueron los géneros más habituales en los canales españoles durante 2015. De forma conjunta, el 96,7% del total de emisiones y el 97,2% del tiempo de difusión perteneció a dichos géneros (cuadro 2.2.29)

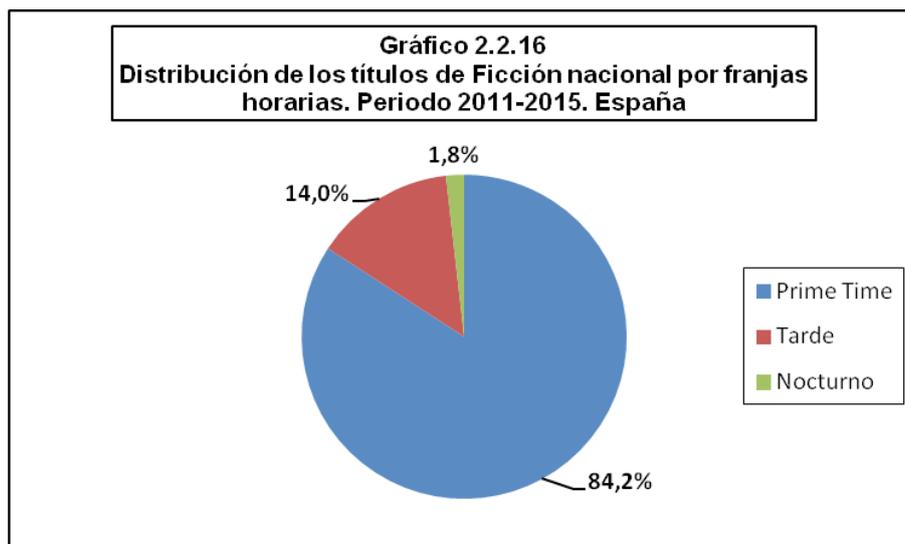
En cuanto a las franjas, el 64,6% de las emisiones totales de la ficción de estreno se difundió en la franja de tarde y el 34,7% en la franja de máxima audiencia (cuadro 2.2.29). Y en cuanto a los títulos autóctonos, de los 57 estrenados, el 84,2% se ubicaron en el horario de máxima audiencia (gráfico 2.2.16).

Cuadro 2.2.29

Distribución de la Ficción de estreno por su origen. España. Año 2015

Géneros						
Géneros	Nacional			Iberoamericana		
	Títulos	Emisiones	Horas	Títulos	Emisiones	Horas
Telenovela	9	1.616	1.389	0	0	0
Serie	32	402	466	0	0	0
Miniserie	6	17	24	0	0	0
Telefilm	6	6	10	0	0	0
Unitario	0	0	0	0	0	0
Otros	4	46	20	0	0	0
Total	57	2.087	1.909	0	0	0

Franjas horarias						
Franjas	Nacional		Iberoamericana		Total	
	Emisiones	Horas	Emisiones	Horas	Emisiones	Horas
Mañana	0	0	0	0	0	0
Tarde	1.349	1.141	0	0	1.349	1.141
Prime Time	725	762	0	0	725	762
Nocturno	13	6	0	0	13	6
Total	2.087	1.909	0	0	2.087	1.909



Las producciones de estreno emitidas en Antena 3, Telecinco y La1 fueron las más populares en 2015 en el ámbito nacional (cuadro 2.2.30). El *ranking* de audiencia estuvo dominado por la serie *El príncipe* en Tele 5, con un máximo del 10,4%, seguida de *Allí abajo* en Antena 3, con un 9,6% (cuadro 2.2.30).

Cuadro 2.2.30

Ranking de audiencia de la Ficción. Año 2015. España (ámbito nacional)

Nº	Título	País	Cadena	Audiencia	Share
1	El príncipe	España	Tele5	10,4	24,1
2	Allí abajo	España	Antena3	9,6	22,4
3	La que se avecina	España	Tele5	9,1	23,6
4	Los Nuestros	España	Tele5	8,2	19,6
5	Mar de plástico	España	Antena3	8,2	21,4
6	Bajo sospecha	España	Antena3	8,2	18,9
7	Vis a vis	España	Antena3	8,0	19,8
8	Velvet	España	Antena3	7,6	19,1
9	Anclados	España	Tele5	7,5	18,9
10	Cuéntame cómo pasó	España	La1	7,0	16,9



MÉXICO

Los canales de televisión incluidos en el estudio de México son Televisa, TV Azteca, y los canales públicos Onze TV y Conaculta (ver cuadro Intro 1).

En 2015, el tiempo dedicado por las cadenas mexicanas a los programas de ficción supuso el 17% del total, siendo el género del entretenimiento el más popular con un 43%. En el trienio 2013-2015 los programas de ficción alcanzaron un porcentaje promedio del 15% (cuadro 2.2.31).

Cuadro 2.2.31

Distribución del tiempo de emisión dedicado a cada género en los canales de televisión de España

Generos	2013	2014	2015	Promedio
Informativos	17,0	21,0	21,0	19,7
Entretenimiento	42,0	44,0	43,0	43,0
Educativo	9,0	4,0	4,0	5,7
Deporte	5,0	3,0	3,0	3,7
Ficción	12,0	16,0	17,0	15,0
Otros	15,0	12,0	12,0	13,0
Total	100,0	100,0	100,0	

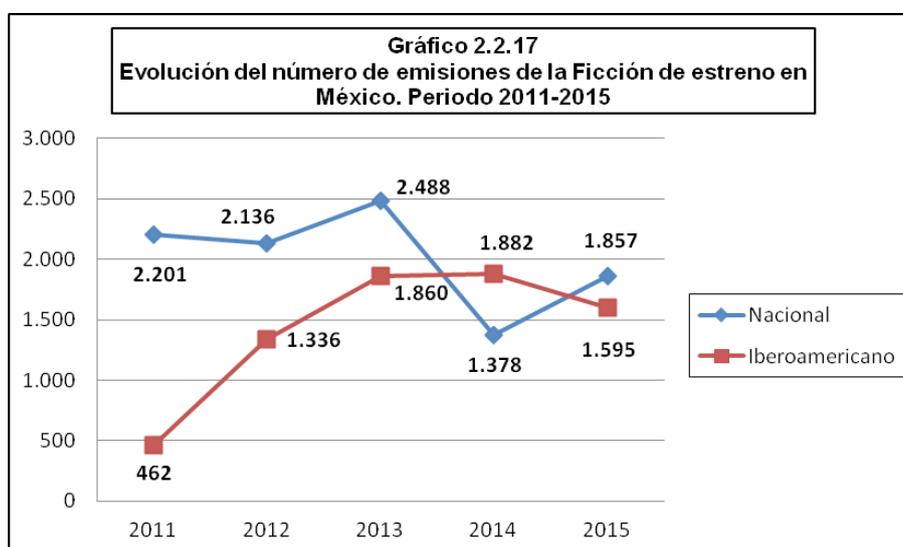
El número de títulos nacionales de ficción frente a los iberoamericanos representó el 59,4% en 2015. Los países que más producciones televisivas aportaron, aparte de México, en dicho periodo, fueron Estados Unidos (7 títulos), Colombia (2 títulos) y Brasil (2). Los porcentajes acumulados por la ficción mexicana en 2015 alcanzaron el 52,1% del total de emisiones y el 53% del tiempo total de programación (cuadro 2.2.32).

Cuadro 2.2.32

Ficción de estreno por países de origen. Año 2015. México

País	Títulos	Emisiones	Horas
Argentina	0	0	0
Brasil	2	147	0
Chile	1	105	47
Colombia	2	109	50
Ecuador	0	0	0
España	1	210	95
EE.UU.	7	1.024	462
México	19	1.797	811
Perú	0	0	0
Portugal	0	0	0
Uruguay	0	0	0
Venezuela	0	0	0
Otros	0	60	65
Total	32	3.452	1.530

La evolución del número de emisiones en los canales mexicanos en el periodo 2011-2015 figura en el gráfico 2.2.17. Las series nacionales se movieron en un rango situado entre las 2.500 emisiones (2013) y las 1.300 (2014) y las iberoamericanas alcanzaron un máximo de de 1.882 en 2014.



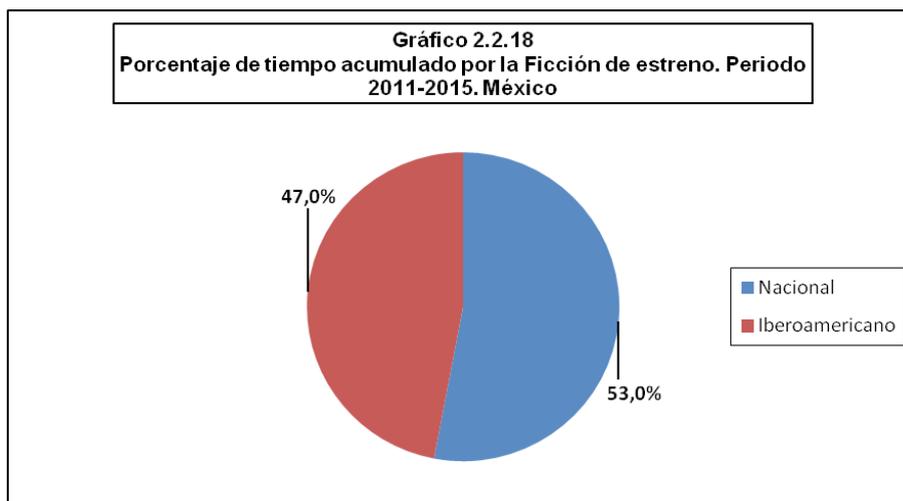
Los porcentajes acumulados por la ficción mexicana en el periodo 2013-2015 alcanzaron el 51,2% del total de emisiones y el 53,3% del tiempo total de programación. Los países iberoamericanos que más ficción aportaron a los canales mexicanos analizados fueron Estados Unidos (habla hispana), Colombia y Venezuela (cuadro 2.2.33).

Cuadro 2.2.33

Ficción acumulada de estreno por países de origen. Perú. Periodo 2013-2015

País	Títulos	%	Emisiones	%	Horas	%
Argentina	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Brasil	6	5,1	582	5,3	373	4,4
Chile	2	1,7	186	1,7	127	1,5
Colombia	10	8,5	735	6,6	668	7,8
Ecuador	0	0,0	0	0,0	0	0,0
España	5	4,3	545	4,9	404	4,7
EE.UU.	19	16,2	2.242	20,3	1.416	16,6
México	67	57,3	5.663	51,2	4.543	53,3
Perú	1	0,9	90	0,8	88	1,0
Portugal	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Uruguay	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Venezuela	7	6,0	899	8,1	767	9,0
Otros	0	0,0	118	1,1	131	1,5
Total	117		11.060		8.517	

El porcentaje de tiempo acumulado en el periodo 2011-2015 es del 53% para las series autóctonas y el 47% para las iberoamericanas (gráfico 2.2.18).



La telenovela fue el género más habitual en los canales mexicanos durante 2015. El 80,7% del total de emisiones y el 83,9% del tiempo de difusión perteneció a dicho género (cuadro 2.2.34)

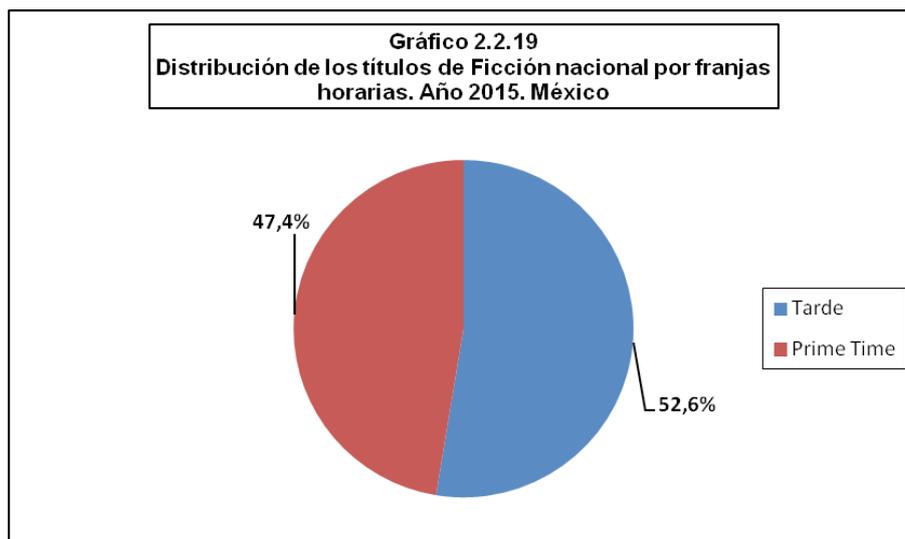
En cuanto a las franjas, el 45,1% de las emisiones totales de la ficción de estreno se difundió en la franja de *prime time*, el 27,6% en la franja de tarde y el 27,3% en la de noche (cuadro 2.2.34). Los títulos nacionales se estrenaron en horario de máxima audiencia (52,6%) y en horario de tarde (47,4%), según figura en el gráfico 2.2.19.

Cuadro 2.2.34

Distribución de la Ficción de estreno por su origen. México. Año 2015

<i>Géneros</i>						
Géneros	Nacional			Iberoamericana		
	Títulos	Emisiones	Horas	Títulos	Emisiones	Horas
Telenovela	13	1.638	707	8	1.148	509
Serie	4	95	35	4	440	138
Miniserie	0	0	0	1	7	31
Telefilm	0	0	0	0	0	0
Unitario	2	60	28	0	0	0
Otros	0	0	0	0	0	0
Total	19	1.793	770	13	1.595	678

<i>Franjas horarias</i>						
Franjas	Nacional		Iberoamericana		Total	
	Emisiones	Horas	Emisiones	Horas	Emisiones	Horas
Mañana	0	0	0	0	0	0
Tarde	953	403	0	0	953	403
Prime Time	904	408	653	314	1.557	722
Nocturno	0	0	942	405	942	405
Total	1.857	811	1.595	719	3.452	1.530



Las producciones de estreno emitidas en Canal 2 (Televisa) fueron las más populares en 2015. El *ranking* de audiencia estuvo dominado por las telenovelas *Amores con trampa* (Chile) y *Lo imperdonable* (México), con máximos del 19,1%, y del 18,2%, respectivamente (cuadro 2.2.35).

Cuadro 2.2.35

Ranking de audiencia de la Ficción. Año 2015. México

Nº	Título	País	Cadena	Audiencia	Share
1	Amores con trampa	Chile	Canal 2	19,1	30,0
2	Lo imperdonable	México	Canal 2	18,2	27,6
3	Antes muerta que Lichita	México	Canal 2	16,7	26,3
4	La Rosa de Guadalupe	México	Canal 2	16,3	32,2
5	Pasión y poder	México	Canal 2	15,6	24,6
6	Como dice el dicho	México	Canal 2	15,5	30,6
7	A que no me dejas	México	Canal 2	15,5	26,7
8	Que te perdone Dios, yo no	México	Canal 2	15,4	28,0
9	La vecina	Colombia	Canal 2	14,9	27,9
10	Amor de barrio	México	Canal 2	12,6	25,4



PERÚ

Los canales de televisión de la muestra de Perú son Frecuencia Latina, América TV, Panamericana, ATV, Red TV y el canal público de TV Perú (ver cuadro Intro 1).

El tiempo dedicado por las cadenas peruanas a los programas de ficción supuso el 37,9% del total, seguido de los programas informativos con el 32,8%. En el promedio del trienio 2013-2015 la ficción supone el 39% (cuadro 2.2.36).

Cuadro 2.2.36

Distribución del tiempo de emisión dedicado a cada género en los canales de televisión de Perú

Géneros	2013	2014	2015	Promedio
Informativos	27,0	33,1	32,8	31,0
Entretenimiento	21,9	21,2	21,9	21,7
Deporte	4,1	3,9	3,3	3,8
Ficción	42,0	37,2	37,9	39,0
Otros	5,0	4,6	4,1	4,6
Total	100,0	100,0	100,0	

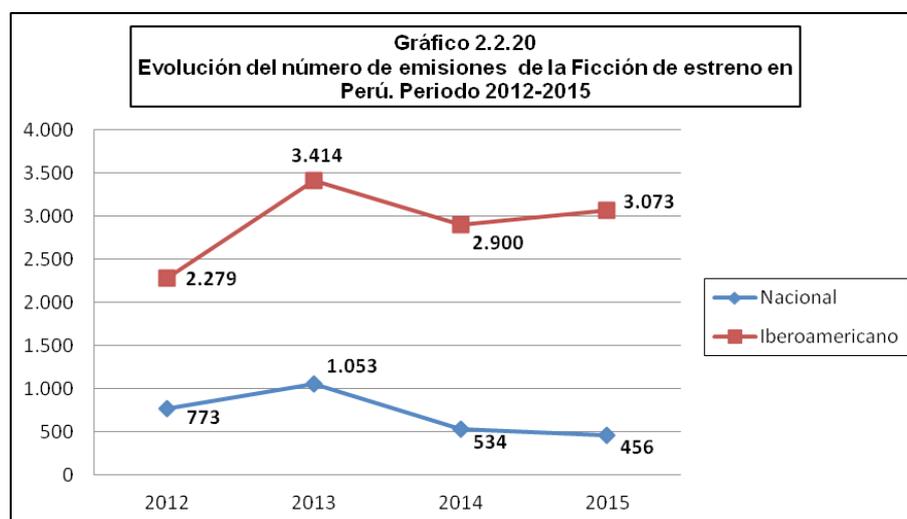
El número de títulos nacionales frente a los iberoamericanos representó el 20,7% en 2015 (12 títulos). Los países iberoamericanos que aportaron más producciones a los canales peruanos fueron México (21 títulos), Brasil (7) y Estados Unidos (7 títulos). Los porcentajes acumulados por la ficción peruana en 2015 alcanzaron el 12,9% del total de emisiones y el 11,9% del tiempo total de programación (cuadro 2.2.37).

Cuadro 2.2.37

Ficción de estreno por países de origen. Año 2015. Perú

País	Títulos	Emisiones	Horas
Argentina	1	8	8
Brasil	7	501	554
Chile	0	0	0
Colombia	5	346	356
Ecuador	2	41	28
España	0	0	0
EE.UU.	7	394	530
México	21	1.702	1.575
Perú	12	456	420
Portugal	0	0	0
Uruguay	1	1	1
Venezuela	0	0	0
Otros	2	80	50
Total	58	3.529	3.522

La evolución del número de emisiones de Ficción en periodo 2012-2015 muestra un máximo en 2013 de 3.414 emisiones para las obras iberoamericanas y 1.053 para las nacionales (gráfico 2.2.20).



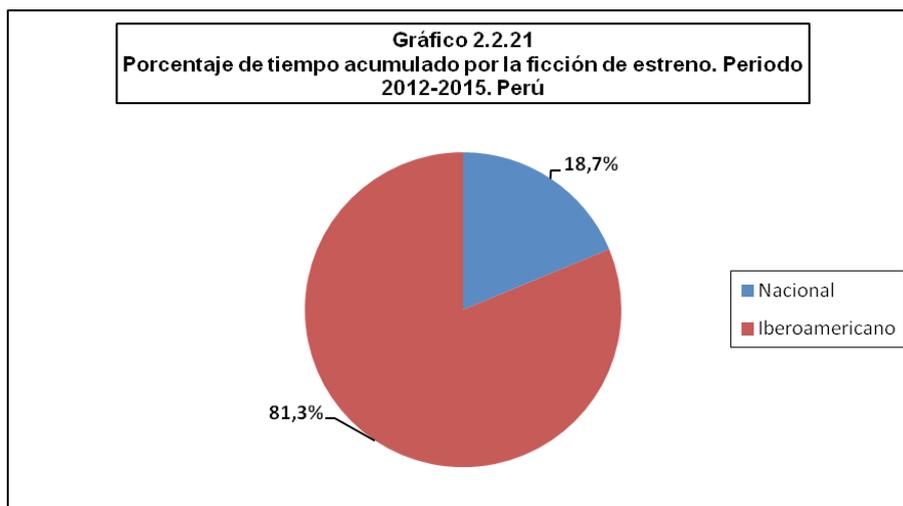
Los porcentajes acumulados por la ficción peruana en el trienio 2013-2015 alcanzaron el 17% del total de emisiones y del tiempo total de programación. Los países iberoamericanos que más ficción aportaron a los canales peruanos analizados fueron México, Brasil y Estados Unidos (cuadro 2.2.38).

Cuadro 2.2.38

Ficción acumulada de estreno por países de origen. Perú. Periodo 2013-2015

País	Títulos	%	Emisiones	%	Horas	%
Argentina	4	2,3	107	0,9	100	0,9
Brasil	24	13,9	1.584	13,2	1.486	13,4
Chile	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Colombia	21	12,1	1.077	9,0	1.117	10,1
Ecuador	2	1,2	41	0,3	28	0,3
España	1	0,6	27	0,2	20	0,2
EE.UU.	25	14,5	1.435	11,9	1.552	14,0
México	48	27,7	4.375	36,4	3.718	33,7
Perú	41	23,7	2.043	17,0	1.875	17,0
Portugal	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Uruguay	2	1,2	19	0,2	14	0,1
Venezuela	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Otros	5	2,9	1.312	10,9	1.189	10,8
Total	173		12.020		11.099	

La distribución acumulada por la ficción en el trienio 2013-2015 fue del 18,7% para las series nacionales y del 81,3% para las iberoamericanas (gráfico 2.2.21).



La telenovela fue el género más habitual en los canales peruanos durante 2015. El 80,9% del total de emisiones y el 85% del tiempo de difusión perteneció a dicho género (cuadro 2.2.39). El número de títulos de telenovelas de estreno fue también el más elevado (39 títulos), seguido de las series (13 títulos) y miniseries (4 títulos).

En cuanto a las franjas, el 41,5% de las emisiones totales de la ficción de estreno se difundió en la franja de *prime time* y el 34,7% en la franja de tarde (cuadro 2.2.39). La distribución de los títulos de la ficción nacional indica que casi en su totalidad se estrenaron en la franja de máxima audiencia (91,7%) (Gráfico 2.2.22).

Cuadro 2.2.39

Distribución de la Ficción de estreno por su origen. México. Año 2015

Géneros	Nacional			Iberoamericana		
	Títulos	Emisiones	Horas	Títulos	Emisiones	Horas
Telenovela	3	127	123	36	2.730	2.912
Serie	5	72	59	8	342	239
Miniserie	3	44	44	1	0	0
Telefilm	0	0	0	0	0	0
Unitario	0	0	0	0	0	0
Otros	1	213	194	1	1	1
Total	12	456	420	46	3.073	3.152

Franjas	Nacional		Iberoamericana		Total	
	Emisiones	Horas	Emisiones	Horas	Emisiones	Horas
Mañana	0	0	164	110	164	110
Tarde	5	29	1.220	1.429	1.225	1.458
Prime Time	450	390	1.015	1.038	1.465	1.428
Nocturno	1	1	674	575	675	576
Total	456	420	3.073	3.152	3.529	3.572



Las producciones de estreno peruanas emitidas en América TV y ATV fueron las más populares en 2015. El *ranking* de audiencia estuvo dominado por la serie peruana *Al fondo hay sitio*, con un máximo del 24,4% de audiencia, seguido de la telenovela *Amor de madre*, con un 23,5% (cuadro 2.2.40).

Cuadro 2.2.40

Ranking de audiencia de la Ficción. Año 2015. Perú

Nº	Título	País	Cadena	Audiencia	Share
1	Al fondo hay sitio	Perú	América TV	24,4	35,5
2	Amor de madre	Perú	América TV	23,5	33,0
3	Ven baila quinceañera	Perú	América TV	21,8	34,9
4	La gata	Perú	América TV	21,4	31,1
5	Locura de amor	Perú	América TV	21,2	32,8
6	Pulseras rojas	Perú	América TV	19,1	28,3
7	Pasión y poder	México	América TV	17,1	26,5
8	Lo imperdonable	México	América TV	15,8	23,0
9	Solamente milagros	Perú	América TV	13,0	27,9
10	La guerrera	Brasil	ATV	12,2	18,1



PORTUGAL

Los canales incluidos en el estudio de Portugal son SIC, TVI y los canales públicos RTP1 y RTP2 (ver cuadro Intro 1).

En 2015, el género que ocupó más tiempo de programación fue el de los informativos (24,7%) seguido de los programas de entretenimiento (22,9%) y la ficción (22,3%). En el promedio del periodo 2013-2015, la ficción supuso el 22,8% (cuadro 2.2.41).

Cuadro 2.2.41
Distribución del tiempo de emisión dedicado a cada género en los canales de televisión de Portugal

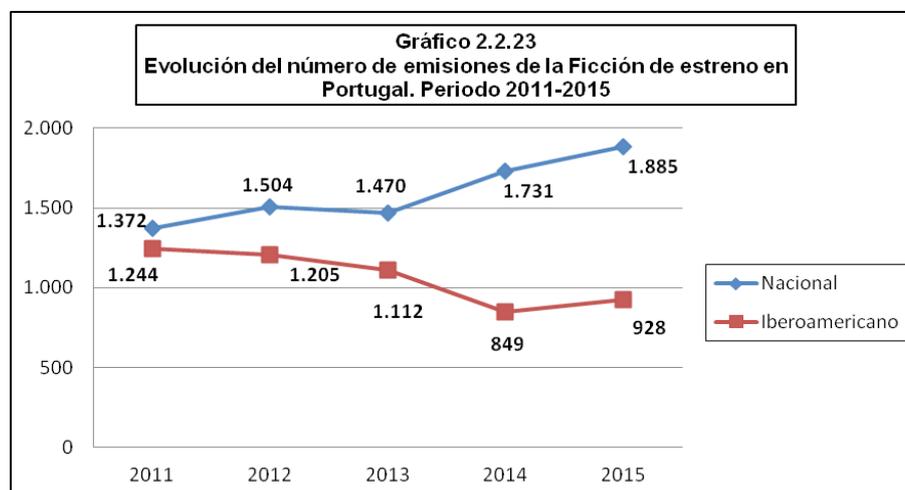
Géneros	2013	2014	2015	Promedio
Ficción	22,2	23,8	22,3	22,8
Información	22,9	25,1	24,7	24,2
Entretenimiento	19,0	22,5	22,9	21,5
Deportes	3,3	3,1	2,6	3,0
Culturales	7,5	8,4	9,7	8,5
Publicidad	5,3	6,6	6,8	6,2
Otros	19,8	10,6	11,0	13,8
Total	100,0	100,0	100,0	

El número de títulos nacionales de ficción frente a los iberoamericanos representó el 62,5% en el año 2015. Otros países que aportaron producciones televisivas fueron Brasil (8 títulos) y Argentina (1 título). Los porcentajes acumulados por la ficción portuguesa en 2015 alcanzaron el 67% del total de emisiones y el 65,9% del tiempo total de programación (cuadro 2.2.42).

Cuadro 2.2.42
Ficción de estreno por países de origen. Año 2015. Portugal

País	Títulos	Emisiones	Horas
Argentina	1	233	179
Brasil	8	695	535
Chile	0	0	0
Colombia	0	0	0
Ecuador	0	0	0
España	0	0	0
EE.UU.	0	0	0
México	0	0	0
Perú	0	0	0
Portugal	15	1.885	1.382
Uruguay	0	0	0
Venezuela	0	0	0
Otros	0	0	0
Total	24	2.813	2.096

La evolución del número de emisiones de estrenos de ficción en Portugal en el periodo indicado es ascendente en producción nacional y decreciente en iberoamericana. Las series autóctonas pasaron de las 1.372 emisiones de 2011 a las 1.885 de 2015 y las iberoamericanas decrecieron desde las 1.244 emisiones de 2011 a las 849 de 2014 y 928 de 2015 (gráfico 2.2.23).



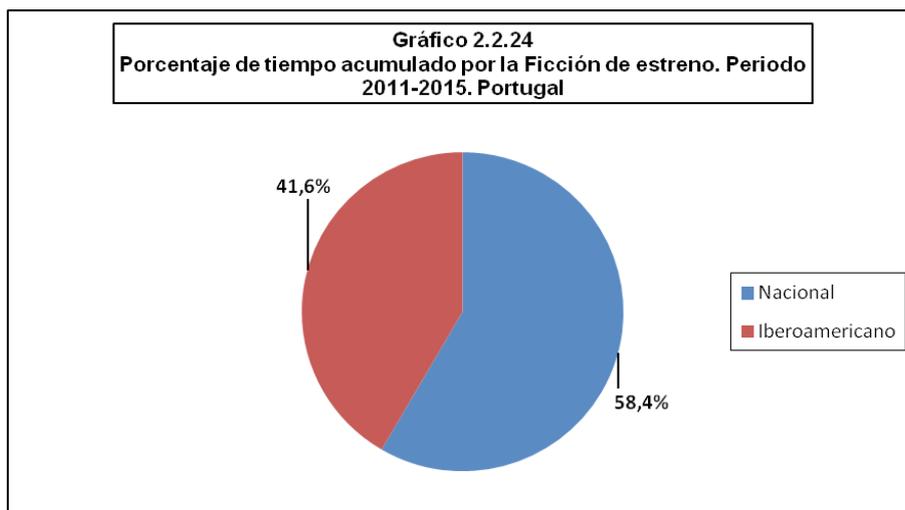
Los porcentajes acumulados por la ficción portuguesa en el periodo 2013-2015 alcanzaron el 63,8% del total de emisiones y el 60,9% del tiempo total de programación (cuadro 2.2.43). En este periodo el país que aportó más ficción a la parrilla de los canales portugueses analizados fue Brasil (32,9% del tiempo total).

Cuadro 2.2.43

Ficción acumulada de estreno por países de origen. Portugal. Periodo 2013-2015

País	Títulos	%	Emisiones	%	Horas	%
Argentina	2	2,4	241	3,0	221	3,6
Brasil	26	30,6	2.410	30,2	2.032	32,9
Chile	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Colombia	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Ecuador	0	0,0	0	0,0	0	0,0
España	2	2,4	44	0,6	16	0,3
EE.UU.	0	0,0	0	0,0	0	0,0
México	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Perú	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Portugal	54	63,5	5.086	63,8	3.760	60,9
Uruguay	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Venezuela	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Otros	1	1,2	194	2,4	145	2,3
Total	85		7.975		6.174	

La distribución acumulada del tiempo de ficción en Portugal fue del 58,4% para las series nacionales y del 41,6% para las iberoamericanas (gráfico 2.2.24).



La telenovela fue el género más habitual en los canales portugueses durante 2015. El 71,7% del total de emisiones y el 78,2% del tiempo de difusión perteneció a dicho género (cuadro 2.2.44). El número de títulos de telenovelas de estreno fue también el más elevado (13 títulos), seguido de las series (5 títulos).

En cuanto a las franjas, el 69,2% de las emisiones totales de la ficción de estreno y el 83,6% de las emisiones de ficción nacional se difundió en la franja de *prime time* (cuadro 2.2.44).

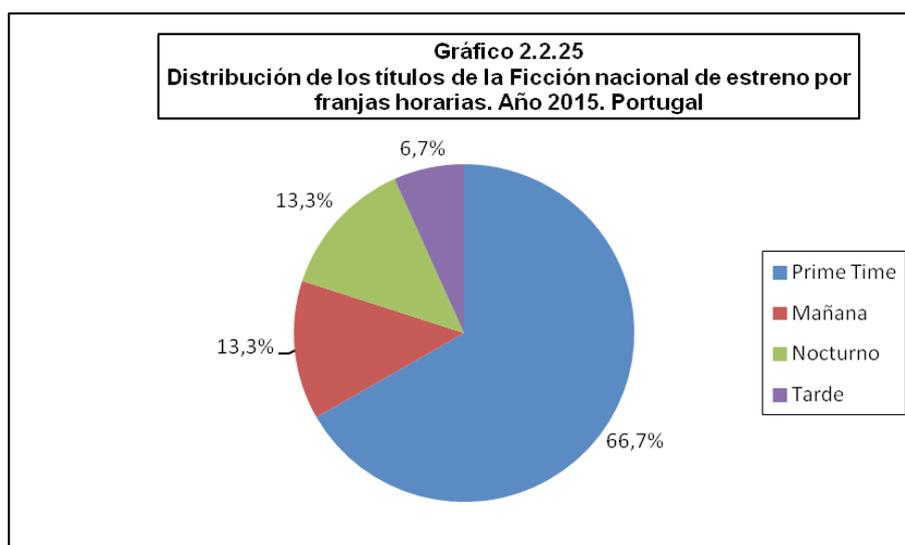
La distribución de los títulos de la ficción autóctona corrobora lo anterior, ya que el 66,7% de los estrenos se ubicaron en la franja de máxima audiencia, el 13,3% en horario de mañana, el 13,3% en el nocturno y un 6,7% en el de tarde (gráfico 2.2.25).

Cuadro 2.2.44

Distribución de la Ficción de estreno por su origen. Portugal. Año 2015

<i>Géneros</i>						
Géneros	Nacional			Iberoamericana		
	Títulos	Emisiones	Horas	Títulos	Emisiones	Horas
Telenovela	8	1.347	1.166	5	671	474
Serie	2	260	188	3	253	237
Miniserie	1	1	2	1	4	3
Telefilm	1	1	1	0	0	0
Unitario	0	0	0	0	0	0
Otros	3	276	25	0	0	0
Total	15	1.885	1.382	9	928	714

<i>Franjas horarias</i>						
Franjas	Nacional		Iberoamericana		Total	
	Emisiones	Horas	Emisiones	Horas	Emisiones	Horas
Mañana	58	32	233	222	291	254
Tarde	249	194	325	211	574	405
Prime Time	1.576	1.155	370	281	1.946	1.436
Nocturno	2	1	0	0	2	1
Total	1.885	1.382	928	714	2.813	2.096



Las producciones seriadas de estreno emitidas en TVI, SIC y RTP1 fueron las más populares en 2015 (cuadro 2.2.45). El ranking de audiencia de ficción estuvo dominado por las telenovelas portuguesas *Mar Salgado* y *Única mulher*, con máximos del 15,3% y 14,2%, respectivamente.

Cuadro 2.2.45

Ranking de audiencia de la Ficción. Año 2015. Portugal

Nº	Título	País	Cadena	Audiencia	Share
1	Mar Salgado	Portugal	SIC	15,3	31,8
2	Única mulher	Portugal	TVI	14,2	29,6
3	Coração d'ouro	Portugal	SIC	13,5	28,2
4	Jardins proibidos	Portugal	TVI	11,2	28,8
5	Santa Bárbara	México	TVI	9,8	26,3
6	Poderosas	Portugal	SIC	8,7	21,6
7	Mulheres	Colombia	TVI	6,8	24,2
8	Bem-vindos a Beirais	Portugal	RTP	6,3	12,9
9	Água de mar	Portugal	RTP	4,0	8,2
10	Nossos dias	Portugal	RTP	3,3	17,4



URUGUAY

Los canales de televisión incluidos en el estudio de Uruguay son Montecarlo TV, Saeta, Teledoce y los canales públicos Televisión Nacional de Uruguay y Teve Ciudad (ver cuadro Intro 1).

En 2015, el género al que más tiempo dedicaron las cadenas uruguayas fue el de ficción, con un 30,6% sobre el total, seguido de los programas de entretenimiento con el 27,2% y de los informativos con el 24,7%. El porcentaje promedio del periodo 2013-2015 de los programas de ficción se situó en el 29% (cuadro 2.2.46).

Cuadro 2.2.46
Distribución del tiempo de emisión dedicado a cada género en los canales de televisión de Uruguay (%)

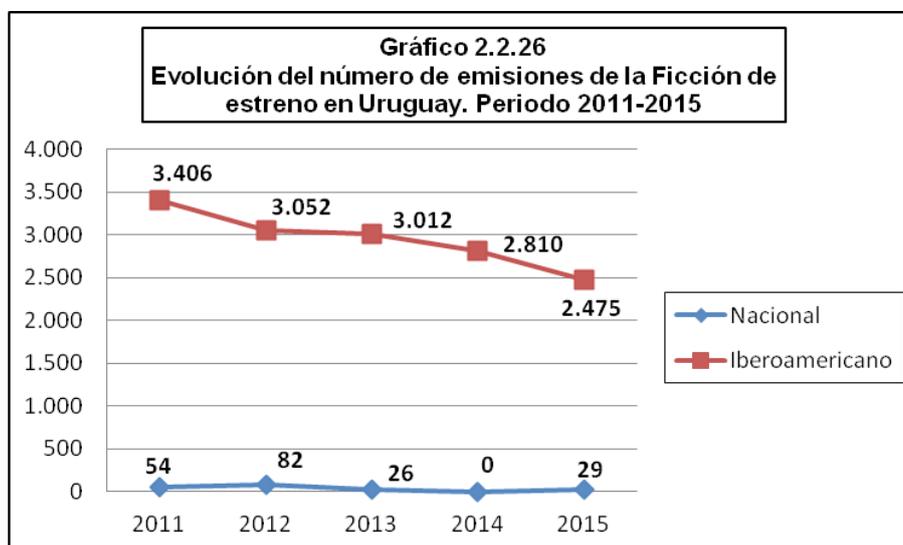
Géneros	2013	2014	2015	Promedio
Ficción	28,0	28,3	30,6	29,0
Información	22,0	23,3	24,7	23,3
Entretenimiento	25,5	27,6	27,2	26,8
Deportivo	3,0	3,6	2,9	3,2
Servicio	10,0	11,7	11,6	11,1
Otros	11,5	5,5	3,0	6,7
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

El número de títulos nacionales de ficción frente a los iberoamericanos representó el 4,8% en el año 2015 (cuadro 2.2.47). Los países con mayor número de títulos de estreno en los canales uruguayos son Brasil (11), Argentina (8 títulos), España (8) y México (8).

Cuadro 2.2.47
Ficción de estreno por países de origen. Año 2015. Uruguay

País	Títulos	Emisiones	Horas
Argentina	8	452	481
Brasil	11	565	539
Chile	1	24	22
Colombia	2	64	69
Ecuador	0	0	0
España	8	688	710
EE.UU.	1	97	110
México	8	585	651
Perú	0	0	0
Portugal	0	0	0
Uruguay	2	29	11
Venezuela	0	0	0
Otros	0	0	0
Total	41	2.504	2.593

La gráfica de la evolución de las emisiones de estrenos de ficción en el periodo 2011-2015 muestra la escasez de obras nacionales y la tendencia descendente del número de estrenos de obras iberoamericanas, desde las 3.406 de 2011 a las 2.475 de 2015 (gráfico 2.2.26).



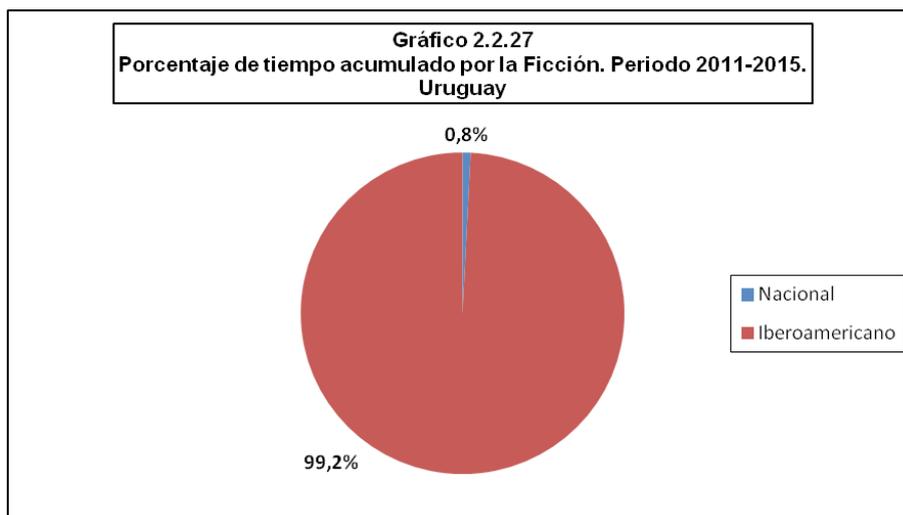
Los porcentajes acumulados por la ficción uruguaya en el periodo 2013-2015 tan solo alcanzaron el 1,2% del total de emisiones y el 0,4% del tiempo total de programación. En este periodo, los países con más volumen de programación en la parrilla de los canales uruguayos son España, México, Brasil y Argentina (cuadro 2.2.48).

Cuadro 2.2.48

Ficción acumulada de estreno por países de origen. Uruguay. Periodo 2013-2015

País	Títulos	%	Emisiones	%	Horas	%
Argentina	34	27,6	452	18,1	481	18,5
Brasil	24	19,5	565	22,6	539	20,8
Chile	3	2,4	24	1,0	22	0,8
Colombia	8	6,5	64	2,6	69	2,7
Ecuador	0	0,0	0	0,0	0	0,0
España	18	14,6	688	27,5	710	27,4
EE.UU.	10	8,1	97	3,9	110	4,2
México	18	14,6	585	23,4	651	25,1
Perú	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Portugal	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Uruguay	3	2,4	29	1,2	11	0,4
Venezuela	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Otros	5	4,1	0	0,0	0	0,0
Total	123		2.504		2.593	

La distribución acumulada del tiempo de programación en Uruguay en cuanto a su origen fue del 99,2% para las series iberoamericanas y del 0,8% para las nacionales (gráfico 2.2.27).



La telenovela fue el género más habitual en los canales uruguayos durante 2015. El 66,4% del total de emisiones y el 66,5% del tiempo total de difusión perteneció a dicho género (cuadro 2.2.49). El número de títulos de telenovelas de estreno también fue el más elevado (24 títulos), seguido de las series (14 títulos).

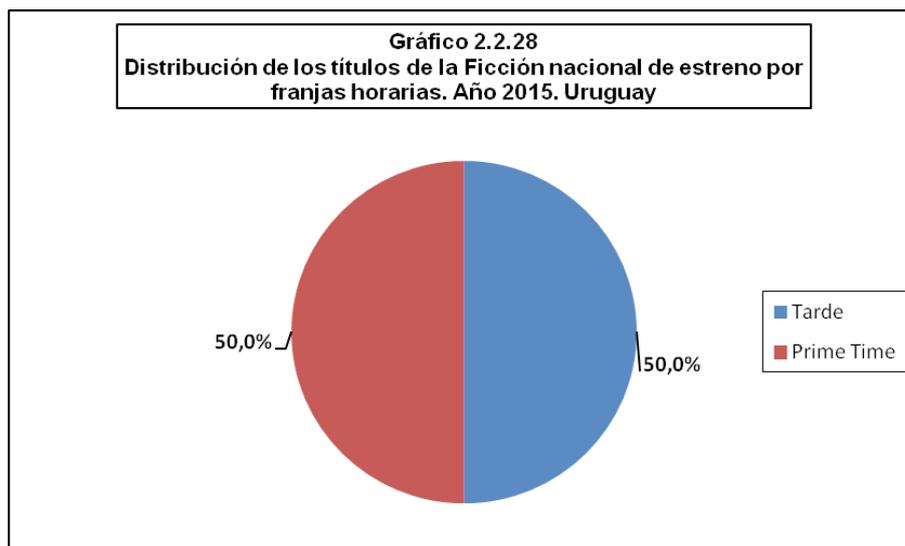
En cuanto a las franjas, el 47,4% de las emisiones de la ficción de estreno se difundió en la franja de tarde y el 32,7% en la de *prime time*. De la ficción nacional, el 69% se programó en horario de tarde (cuadro 2.2.49). La distribución de los títulos de la ficción autóctona fue la siguiente: 50% en *prime time* y 50% en horario de tarde (gráfico 2.2.28).

Cuadro 2.2.49

Distribución de la Ficción de estreno por su origen. Uruguay. Año 2015

Géneros						
Géneros	Nacional			Iberoamericana		
	Títulos	Emisiones	Horas	Títulos	Emisiones	Horas
Telenovela	0	0	0	24	1.644	1.717
Serie	2	29	11	12	800	834
Miniserie	0	0	0	3	31	31
Comedia	0	0	0	0	0	0
Unitario	0	0	0	0	0	0
Otros	0	0	0	0	0	0
Total	2	29	11	39	2.475	2.582

Franjas horarias						
Franjas	Nacional		Iberoamericana		Total	
	Emisiones	Horas	Emisiones	Horas	Emisiones	Horas
Mañana	0	0	0	0	0	0
Tarde	20	10	1.167	1.239	1.187	1.249
Prime Time	9	1	810	837	819	838
Nocturno	0	0	498	506	498	506
Total	29	11	2.475	2.582	2.504	2.593



Las producciones de estreno iberoamericanas emitidas en Teledoce fueron las más populares en 2015 en los canales uruguayos (cuadro 2.2.50). El ranking de audiencia de ficción estuvo dominado por las telenovelas brasileñas *Rastros de mentiras* y *El canto de la sirena*, con un 20,2% y un 16%, respectivamente.

Cuadro 2.2.50

Ranking de audiencia de la Ficción. Año 2015. Uruguay

Nº	Título	País	Cadena	Audiencia	Share
1	Rastros de mentiras	Brasil	Teledoce	20,2	32,2
2	El canto de la sirena	Brasil	Teledoce	16,0	26,9
3	Esperanza mía	Argentina	Teledoce	15,6	22,8
4	Imperio	Brasil	Teledoce	14,8	22,7
5	La fiesta	Brasil	Teledoce	12,4	18,4
6	Flor del caribe	Brasil	Teledoce	11,5	22,9
7	Dinosaurios y robots	Brasil	Teledoce	11,3	18,3
8	Las cariocas	Brasil	Teledoce	10,5	17,4
9	Las brasileñas	Brasil	Teledoce	9,9	17,5
10	Guapas	Argentina	Teledoce	9,7	22,7



VENEZUELA

Los canales incluidos en el estudio de Venezuela son Canal I, Globovisión, La Tele, Meridiano, Televisión, TV Familia, Tvepaco, Vale TV, Venevisión y los canales públicos ANTV, Tele Sur, TVes, VTV, Vive TV, Colombeia y TV FANB (ver cuadro Intro 1).

En 2015 los programas al que más tiempo dedicaron las cadenas venezolanas fueron los informativos, con el 40,7% del total, seguido de los de ficción con el 23,4%. El porcentaje promedio en el periodo 2013-2015 del tiempo de programación de los programas de ficción se situó en el 21,6% (cuadro 2.2.51).

Cuadro 2.2.51
Distribución del tiempo de emisión dedicado a cada género en los canales de televisión de Venezuela (%)

Géneros	2013	2014	2015	Promedio
Ficción	23,0	18,4	23,4	21,6
Información	14,0	22,5	40,7	25,7
Entretenimiento	11,0	13,7	14,7	13,1
Cultural	22,0	0,0	0,0	7,3
Deportivo	2,0	13,3	2,7	6,0
Otros	28,0	32,1	18,5	26,2
Total	100,0	100,0	100,0	

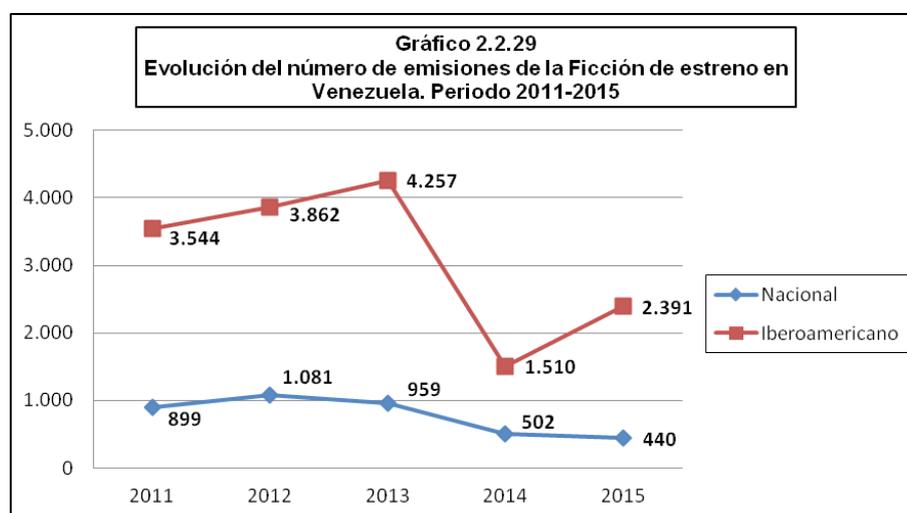
El número de títulos nacionales de ficción frente a los iberoamericanos representó el 18,9% (7 títulos) en 2015 (incluido los títulos de *otros* países en coproducción con Venezuela).

Los países que aportaron más producciones televisivas fueron México con 14 títulos, Brasil (5 títulos) y Colombia (5 títulos). Los porcentajes acumulados por la ficción venezolana en 2015 alcanzaron el 15,5% del total de emisiones y el 20,4% del tiempo total de programación (cuadro 2.2.52).

Cuadro 2.2.52
Ficción de estreno por países de origen. Año 2015. Venezuela

País	Títulos	Emisiones	Horas
Argentina	4	282	211
Brasil	5	448	334
Chile	0	0	0
Colombia	5	485	382
Ecuador	1	93	70
España	0	0	0
EE.UU.	1	52	39
México	14	1.031	790
Perú	0	0	0
Portugal	0	0	0
Uruguay	0	0	0
Venezuela	7	440	467
Otros	0	0	0
Total	37	2.831	2.293

La ficción nacional de estreno sigue una tendencia descendente desde 2012 y la programación de obras iberoamericanas es irregular, con un máximo de 4.257 emisiones (2013) y un mínimo de 1.510 (2014), según muestra el gráfico 2.2.29.



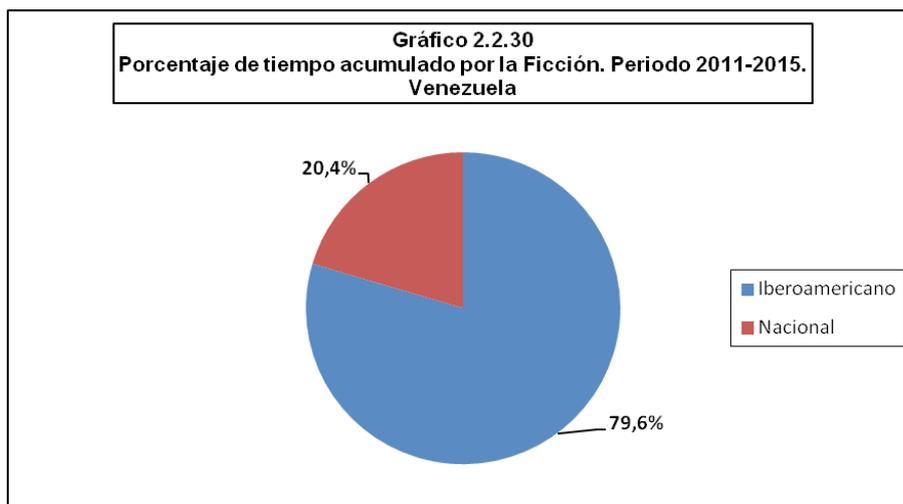
Los porcentajes acumulados por la ficción venezolana en el periodo 2013-2015 alcanzaron el 15,2% del total de emisiones y el 20,4% del tiempo total de programación. En este periodo, los países iberoamericanos cuya ficción tuvo más presencia en las parrillas de canales venezolanos fueron México, Colombia y Brasil (cuadro 2.2.53).

Cuadro 2.2.53

Ficción acumulada de estreno por países de origen. Venezuela. Periodo 2013-2015

País	Títulos	%	Emisiones	%	Horas	%
Argentina	6	4,8	282	9,7	211	9,2
Brasil	13	10,3	448	15,5	334	14,6
Chile	3	2,4	0	0,0	0	0,0
Colombia	30	23,8	485	16,8	382	16,7
Ecuador	2	1,6	93	3,2	70	3,1
España	1	0,8	0	0,0	0	0,0
EE.UU.	11	8,7	52	1,8	39	1,7
México	34	27,0	1.031	35,6	790	34,5
Perú	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Portugal	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Uruguay	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Venezuela	20	15,9	440	15,2	467	20,4
Otros	6	4,8	0	0,0	0	0,0
Total	126		2.831		2.293	

La distribución acumulada del tiempo de ficción en Venezuela fue del 20,4% para las series nacionales y del 79,6% para las iberoamericanas (gráfico 2.2.30).



La telenovela fue el género más habitual en los canales venezolanos durante 2015. El 78,2% del total de emisiones y el 79,1% del tiempo de difusión de ficción de estreno perteneció a dicho género (cuadro 2.2.54). El número de títulos de telenovelas de estreno también fue el más elevado (25 títulos).

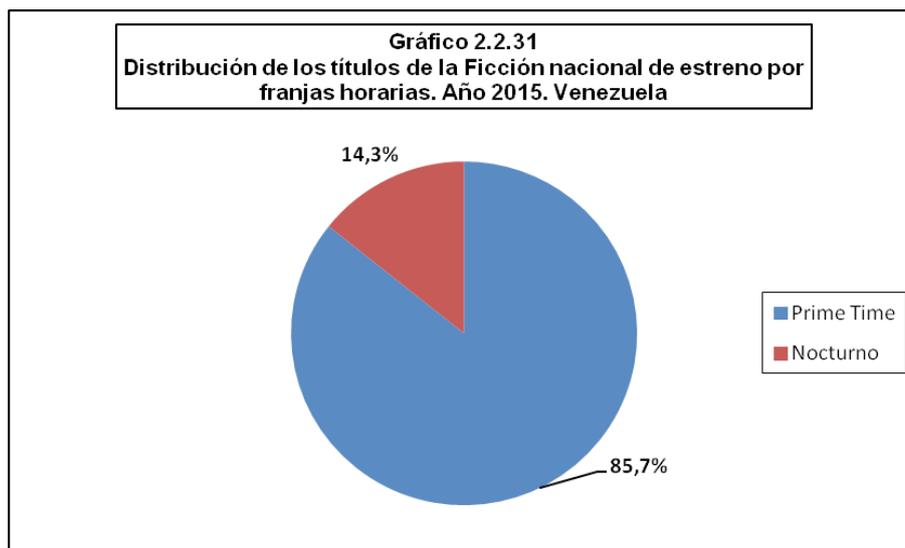
En cuanto a las franjas, el 45,5% de las emisiones totales de la ficción de estreno se difundió en el *prime time*, el 37,1% en la de *tarde* y el 17,3% en el horario nocturno (cuadro 2.2.54). Las emisiones de ficción nacional se emitieron mayoritariamente en la franja de máxima audiencia (99,4%), al igual que los títulos de estreno (85,7%), tal como figura en el gráfico 2.2.31.

Cuadro 2.2.54

Distribución de la Ficción de estreno por su origen. Venezuela. Año 2015

<i>Géneros</i>						
Géneros	Nacional			Iberoamericana		
	Títulos	Emisiones	Horas	Títulos	Emisiones	Horas
Telenovela	4	401	394	21	1.814	1.421
Serie	0	0	0	6	314	245
Miniserie	1	3	1	1	13	13
Telefilm	0	0	0	0	0	0
Unitario	1	32	32	2	88	88
Otros	1	64	40	0	102	59
Total	7	500	467	30	2.331	1.826

<i>Franjas horarias</i>						
Franjas	Nacional		Iberoamericana		Total	
	Emisiones	Horas	Emisiones	Horas	Emisiones	Horas
Mañana	3	1	0	0	3	1
Tarde	0	0	1.050	826	1.050	826
Prime Time	499	466	789	646	1.288	1.112
Nocturno	0	0	490	354	490	354
Total	502	467	2.329	1.826	2.831	2.293



Las producciones de estreno emitidas en Venevisión fueron las más populares en 2015 seguidas de las difundidas en Televen (cuadro 2.2.55). El *ranking* de audiencia de ficción estuvo dominado por la telenovela mexicana *Lo que la vida me robó* con un 4,7%, seguida de la brasileña *Avenida Brasil* con un 4,2%.

Cuadro 2.2.55

Ranking de audiencia de la Ficción. Venezuela. 2015

Nº	Título	País	Cadena	Audiencia	Share
1	Lo que la vida me robó	México	Venevisión	4,7	22,4
2	Avenida Brasil	Brasil	Televen	4,2	18,4
3	Mi corazón es tuyo	México	Venevisión	4,1	19,1
4	Voltea pa' que te enamores	Venezuela	Venevisión	3,7	22,9
5	Amores con trampa	México	Venevisión	3,4	17,6
6	Amor secreto	Venezuela	Venevisión	3,3	17,6
7	Válgame Dios	Venezuela	Venevisión	3,2	21,6
8	La rosa de Guadalupe	México	Venevisión	3,1	20,1
9	Confesiones del más allá	México	Televen	2,7	15,0
10	Por siempre mi amor	México	Venevisión	2,9	19,2



ESTADOS UNIDOS

Los canales incluidos en el estudio de Estados Unidos (habla hispana) son Azteca América, Estrella TV, Mundo-Fox, Telemundo, UniMás, Univision y V-Me (ver cuadro Intro 1).

En 2015, los programas al que más emisiones dedicaron las cadenas estadounidenses fueron los de ficción, con el 43,6% del total, seguido de los de entretenimiento con el 16%. El promedio de la ficción en el trienio 2013-2015 representa el 44,7% (cuadro 2.2.56).

Cuadro 2.2.56
Distribución del tiempo de emisión dedicado a cada género en los canales de televisión de Estados Unidos (%)

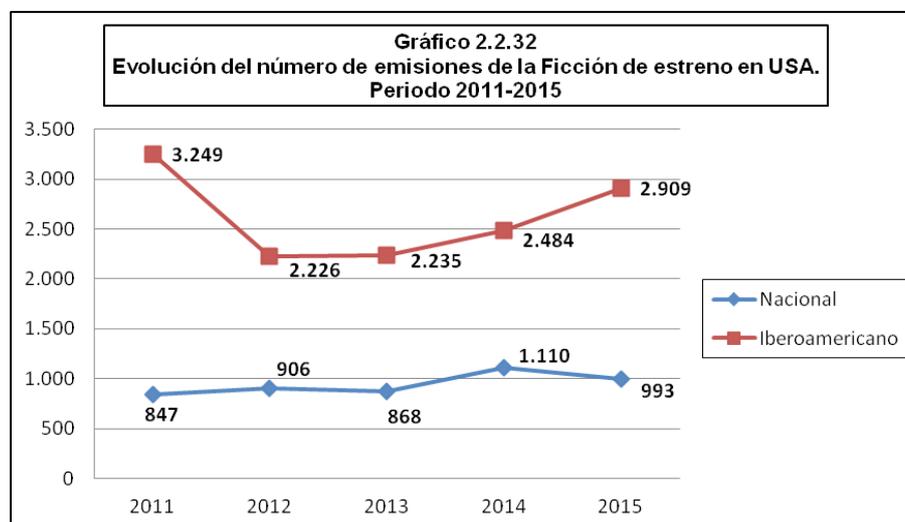
Géneros	2013	2014	2015	Promedio
Informativos	9,7	12,3	11,7	11,2
Entretenimiento	17,4	16,7	16,0	16,7
Deporte	6,4	6,5	5,3	6,1
Educativo	0,3	0,7	2,4	1,1
Ficción	46,8	43,8	43,6	44,7
Infoshows	12,5	11,4	11,4	11,8
Concurso	1,8	1,4	1,2	1,5
Otros	5,1	7,2	8,4	6,9
Total	100,0	100,0	100,0	

El número total de títulos iberoamericanos frente a los nacionales representó el 39,7% (27 títulos) en 2015 (cuadro 2.2.57). Los países que aportaron más producciones de ficción en dicho año fueron México (21 títulos), Colombia (11), Brasil (7) y Venezuela (2).

Cuadro 2.2.57
Ficción de estreno por países de origen. Año 2015. USA

País	Títulos	Emisiones	Horas
Argentina	0	0	0
Brasil	7	455	499
Chile	0	0	0
Colombia	11	490	506
Ecuador	0	0	0
España	0	0	0
EE.UU.	27	1.896	955
México	21	993	1.911
Perú	0	0	0
Portugal	0	0	0
Uruguay	0	0	0
Venezuela	2	68	71
Otros	0	0	0
Total	68	3.902	3.942

La evolución del número de emisiones de ficción en Estados Unidos en el periodo 2011-2015 se muestra en el gráfico 2.2.32. Las series de estreno iberoamericanas progresan desde 2012, situándose en 2.909 emisiones en 2015. Por su parte, la ficción nacional muestra una trayectoria más regular en torno al millar de emisiones.



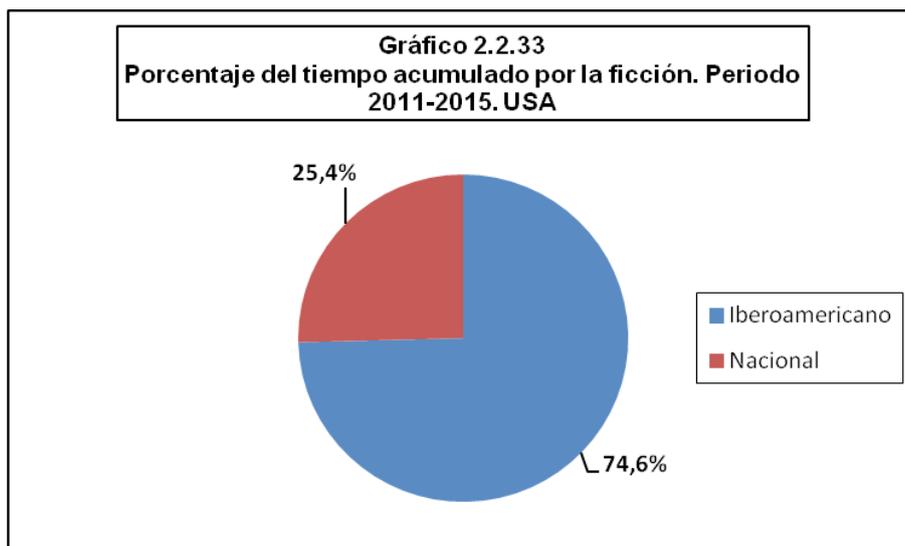
Los porcentajes acumulados por la ficción estadounidense en el periodo 2013-2015 alcanzaron el 28% del total de emisiones y el 27,5% del tiempo total de programación. En este periodo, los países iberoamericanos cuya ficción tuvo más presencia en las parrillas de los canales de Estados Unidos fueron México, Colombia y Brasil (cuadro 2.2.58).

Cuadro 2.2.58

Ficción acumulada de estreno por países de origen. USA. Periodo 2013-2015

País	Títulos	%	Emisiones	%	Horas	%
Argentina	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Brasil	12	7,4	796	7,5	981	9,0
Chile	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Colombia	19	11,7	835	7,9	836	7,6
Ecuador	0	0,0	0	0,0	0	0,0
España	0	0,0	0	0,0	0	0,0
EE.UU.	58	35,8	2.971	28,0	3.007	27,5
México	69	42,6	5.860	55,3	5.928	54,2
Perú	1	0,6	39	0,4	58	0,5
Portugal	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Uruguay	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Venezuela	2	1,2	68	0,6	71	0,6
Otros	1	0,6	30	0,3	55	0,5
Total	162		10.599		10.936	

La distribución acumulada del tiempo de programación fue del 25,4% para las series nacionales y del 74,6% para las iberoamericanas durante el periodo 2011-2015 (gráfico 2.2.33).



La telenovela fue el género más habitual en los canales americanos durante 2015. El 94,3% del total de emisiones y el 95,3% del tiempo de difusión de ficción de estreno perteneció a dicho género (cuadro 2.2.59). Además, el número de títulos fue muy elevado (51).

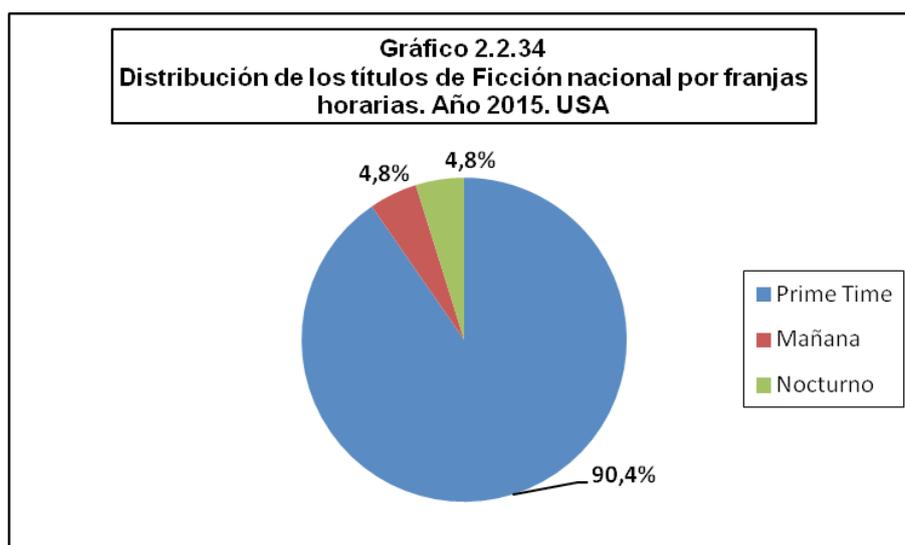
En cuanto a las franjas, el 62,3% de las emisiones totales de la ficción de estreno se difundió en la franja de *prime time* y el 21,1% en el horario de tarde (cuadro 2.2.59). El porcentaje de títulos de ficción nacional de estreno programados en *prime time* es del 90,4% (gráfico 2.2.34).

Cuadro 2.2.59

Distribución de la Ficción de estreno por su origen. USA. Año 2015

Géneros						
Géneros	Nacional			Iberoamericana		
	Títulos	Emisiones	Horas	Títulos	Emisiones	Horas
Telenovela	13	839	840	38	2.840	2.918
Serie	6	150	111	2	59	59
Miniserie	2	4	4	2	10	10
Telefilm	0	0	0	0	0	0
Unitario	0	0	0	5	0	0
Otros	0	0	0	0	0	0
Total	21	993	955	47	2.909	2.987

Franjas horarias						
Franjas	Nacional		Iberoamericana		Total	
	Emisiones	Horas	Emisiones	Horas	Emisiones	Horas
Mañana	87	88	344	356	431	444
Tarde	0	0	824	869	824	869
Prime Time	846	837	1.584	1.588	2.430	2.425
Nocturno	60	30	157	174	217	204
Total	993	955	2.909	2.987	3.902	3.942



Las producciones de estreno más populares en 2015 en USA fueron emitidas en Univisión y Telemundo (cuadro 2.2.60). El *ranking* de audiencia de ficción estuvo dominado por las telenovelas mexicanas *Mi corazón es tuyo* (14,1%) y *Hasta el fin del mundo* (13,1%).

Cuadro 2.2.60

Ranking de audiencia de la Ficción. Año 2015. USA

Nº	Título	País	Cadena	Audiencia	Share
1	Mi corazón es tuyo	México	Univisión	14,1	23,5
2	Hasta el fin del mundo	México	Univisión	13,1	21,3
3	La malquerida	México	Univisión	12,2	20,7
4	Que te perdone Dios, yo no	México	Univisión	11,2	19,6
5	El señor de los cielos 3	México, USA	Telemundo	10,9	19,6
6	Lo imperdonable	México	Univisión	10,5	18,4
7	La gata	México	Univisión	10,2	17,7
8	Amores con trampa	México	Univisión	10,1	18,4
9	Yo no creo en los hombres	México	Univisión	9,4	17,2
10	Pasión y poder	México	Univisión	9,3	16,1



BARLOVENTO COMUNICACIÓN

CONSULTORÍA AUDIOVISUAL

“El éxito no es una gran ocurrencia sino miles de detalles bien realizados días a día”. (Jeffrey Pfeffer)



**Estrategia
Empresarial
Audiovisual**



**Análisis del
mercado
audiovisual**



**Posicionamiento e
identidad de
marca**



**Programación y
contenidos**



Marketing Integral



**Audiencias
Offline y Online**



LA FINANCIACIÓN DE LAS PRODUCCIONES CINEMATOGRAFICAS

LA EXPERIENCIA ESPAÑOLA DESPUÉS DE LA CRISIS FINANCIERA DE 2008.
DEL MUNDO FINANCIERO CONVENCIONAL AL CROWFUNDING

LA FINANCIACIÓN DE LAS PRODUCCIONES CINEMATográfICAS

La experiencia española después de la crisis financiera de 2008. Del mundo financiero convencional al crowdfunding

Por Jesús Prieto

1. Introducción

Después de la crisis financiera de 2008 y la recuperación iniciada en los últimos años, parece un hecho constatable que las fuentes de financiación de las producciones en España, y, en cierto modo, en el resto de nuestro entorno han sufrido una sustancial transformación. En concreto, nos queremos centrar en este artículo en la situación de la financiación mediante recursos ajenos, hasta ahora principalmente facilitados por las entidades bancarias comerciales tradicionales.

En primer lugar, hay que señalar que de la restricción del crédito bancario iniciado a finales de 2007 en Estados Unidos y que estalló en 2008 en todo el mundo, poco se recuerda en estos momentos, dada la inundación de liquidez que están sufriendo los mercados europeos, y en concreto España. Desde que se manifestó expresamente por parte de las instituciones europeas, incluido el BCE, el apoyo decidido al euro, el EURIBOR ha descendido paulatinamente hasta llegar a tasas del 0% (incluso negativas) Hemos pasado del año 2008 con unas entidades financieras en plena crisis y sin capacidad de conceder crédito, ni siquiera a precios muy altos (imposibles de aguantar por los productores), al año 2017, con unas entidades financieras también y todavía en plena crisis pero deseosas de conceder crédito a precios irrisorios. Por lo tanto, podríamos asegurar que en el momento en que se escriben estas líneas (abril 2017) existe financiación bancaria abundante disponible en el mercado español y a precios nunca vistos.

La herencia que sí persiste de la crisis financiera de 2008, por lo que supuso de incremento del déficit presupuestario y por tanto de la deuda pública, es la reducción drástica de apoyo al sector vía subvenciones directas, tanto del Estado como de las CCAA, como consecuencia inmediata de las políticas de reducción del déficit público que se implantaron a partir de 2009. La reducción en las ayudas ha sido, sin lugar a dudas, además de por otras causas como por ejemplo el escaso volumen del mercado interno español, uno de los principales motivos de la reducción tanto del número de producciones como del importe medio de inversión en las mismas.

Con ánimo de ser justos, hay que señalar que dichas políticas de ahorro, denominadas por parte de la doctrina “austericidio”, se aplicaron no sólo al sector del cine sino prácticamente a todo el ámbito del denominado Estado del Bienestar, con el fin de reducir su tamaño, dando más protagonismo al sector privado en la economía.

En este entorno económico, a la banca comercial y tradicional le ha surgido, como consecuencia fundamentalmente de los bajos tipos de interés y la falta de rentabilidad de los inversores, un ejército de competidores en la forma de inversores privados que se mueven en la financiación directa a los necesitados de financiación, en el fenómeno que se conoce como “banca en la sombra” (shadow banking), en el sentido que se encuentran fuera de la regulación financiera aplicable a las entidades financieras reguladas. Fenómeno que preocupa a todos los reguladores de nuestro entorno, ya que existen indicios de que su peso en la economía mundial está empezando a ser preocupante.

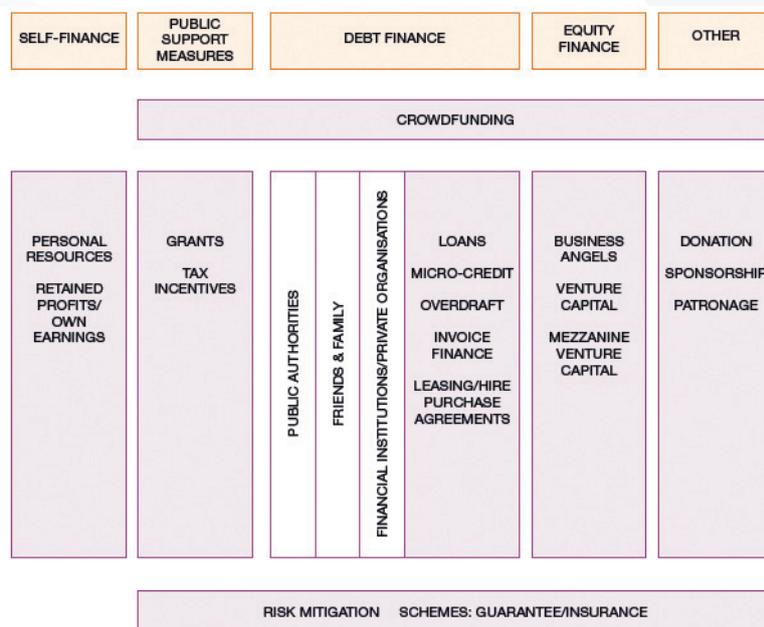
A continuación expondremos brevemente cómo se encuentra el proceso de financiación de las producciones y obtención de crédito en España y el impacto que está teniendo en el crédito, si es que efectivamente existe, la aprobación por parte del Parlamento español de la Ley que regula el *crowdfunding* de inversión y préstamo.

2. Breve panorama de la situación actual de la financiación cinematográfica en España

Las Industrias Creativas y Culturales (ICC), entre las cuales se encuentra la producción cinematográfica, se enfrentan a determinados desafíos que no solo pertenecen al ámbito español, sino que son comunes a toda la Unión Europea. Entre ellos, la **insuficiencia de financiación** y la violación de la propiedad intelectual y **ausencia de modelos para su valoración económica**.

La UE ha recomendado recientemente (1) una serie de medidas para superar los impedimentos de acceso de las ICC a la financiación. Entre ellas:

- Creación de nuevos instrumentos financieros, como el *crowdfunding*.
- Incrementar el acceso a la financiación a través del compromiso de los inversores.
- Impulsar la gestión de datos en las ICC y crear plataformas nacionales y europeas que permitan el acceso a la financiación.



(1) Fuente: *Good Practice Report Towards more efficient Financial Ecosystems: Innovative instruments to facilitate ACCES TO FINANCE for the Cultural and Creative Sectors (CCS). European Union. Nov. 2015*

En lo que se refiere a España, la producción cinematográfica siempre ha gozado de una especial atención por parte de los poderes públicos, tanto nacionales como regionales, por lo que se puede afirmar que sin dicho apoyo han sido escasos los proyectos finalizados. Asimismo, y de forma cada

vez más importante, las televisiones, y especialmente los operadores de televisión privados (dos grandes corporaciones, Antena 3 y Mediaset) son los que lideran la producción de los proyectos con mayor potencial comercial. La televisión pública nacional y regional (TVE y corporaciones autonómicas) ha asumido su papel de impulsar proyectos con un fin de servicio público, tal como le obligan sus estatutos y normas de funcionamiento.

Es muy importante señalar, que una obligación legal de inversión impuesta a los operadores de televisión privados (obligación con la que nunca han estado de acuerdo) les haya permitido desarrollar dentro de sus organizaciones, en principio centradas en los objetivos económicos de la captación de audiencias para su comercialización publicitaria, unas potentes máquinas de producción que ha convertido a sus productoras en lo más parecido a unos estudios cinematográficos de carácter nacional. Todo ello también tiene otras consecuencias, como es la clara disminución de protagonismo del productor independiente cinematográfico (clave en el esquema de protección de la producción cinematografía) en detrimento del poder financiero de los operadores de televisión, que a fin de cuentas son los que asumen el mayor riesgo financiero de la producción.

En estos momentos, se están añadiendo nuevos jugadores al campo, como son los operadores de internet y televisión mundiales (Netflix ya está produciendo y otras compañías como HBO o Amazon están en camino), que van a asumir el papel que hace años desempeñaron las televisiones de pago por satélite en España (Canal +, Vía Digital y Canal Satélite Digital) en la financiación de la producción española. Es de justicia señalar, que la principal compañía de telecomunicaciones española (Telefónica) también participa activamente en la producción española a través de Movistar TV, su televisión de pago directamente heredera de las plataformas de pago anteriormente indicadas.

Dicho lo anterior, el papel de los *business angels* y capital riesgo no es muy significativo en España, en lo que se refiere a la asunción de riesgo, que como hemos visto los asumen los operadores de televisión, reduciéndose su papel a instrumentar los posibles beneficios fiscales a través de las denominadas Agrupaciones de Interés Económico (AIE), pero asumiendo un riesgo financiero prácticamente nulo en la trayectoria comercial de la película. Hay que añadir que hoy por hoy no existe una legislación fiscal favorable a la inversión vía Fondos de Inversión.

Por otro parte, la financiación bancaria convencional se centra básicamente en la concesión de créditos garantizados por los contratos de venta a televisiones, subvenciones u otras fuentes de ingresos futuros, sin que su labor sea la de asumir ninguno de los riesgos de inversión. Lo cual es lógico en un esquema de banca comercial. Lo que ocurre es que el número de las entidades financieras se ha ido reduciendo de forma paulatina, tanto en España como en Europa, dando lugar a una concentración del riesgo en determinados sectores o proyectos no deseable por las mismas entidades, por mucho que la concentración pueda llevarles a mejorar sus márgenes operativos, por la falta de competencia. A ello, también hay que añadir, la tradicional falta de existencia de equipos de análisis de riesgo en dichas entidades, que, salvo contadas excepciones, no suelen contar con equipos dedicados dada la escasa magnitud que dichas operaciones representan para la totalidad de su negocio en España.

Es consecuencia de lo anterior, se llevó a cabo la creación, por parte del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, a través del Instituto de la Cinematografía y Artes Audiovisuales (ICAA) junto con la Entidad de Gestión de Derechos de los Productores Audiovisuales (EGEDA), ambos como promotores junto con otros agentes del sector, de una Sociedad de Garantía Recíproca especializada en la concesión de avales al sector de la producción cinematográfica, audiovisual y por extensión al sector audiovisual y cultural en general (AUDIOVISUAL AVAL SGR).

Desde 2006 AUDIOVISUAL AVAL SGR actúa como avalista en una proporción cada vez más alta de la producción cinematográfica, fusionándose en 2015 con FIANZAS Y SERVICIOS SGR dedicada a la financiación del ocio, dando lugar a la marca CREASGR. Gracias a la labor de CREASGR en 2016 se alcanzaron más de 50 millones de euros en operaciones avaladas, manteniendo las tasas de morosidad por debajo de la media de la banca comercial. El hecho de la reducción del número de las entidades bancarias comerciales no ha restado eficacia a la actividad avalista de CREASGR, pero es cierto que es una tendencia, por un lado la concentración bancaria y por otro la irrupción de inversores privados no bancarios, que, dadas las bajas tasas de interés, están dispuestos a actuar de inversores financiadores ocupando el espacio que antaño ocupara la banca comercial

Percibiendo estas realidades y dado el éxito de la iniciativa de creación de la SGR para el sector, EGEDA ha presentado ante las autoridades reguladoras, CNMV y Banco de España, una solicitud de creación de una Plataforma de Financiación Participativa (PFP) en su modalidad de préstamos. Es decir, lo que en el modelo europeo anteriormente expuesto se denomina *Lending Crowdfunding*, dirigida al sector de las industrias creativas y culturales.

3. Los nuevos canales de financiación. Las Plataformas de Financiación Participativa (PFP)

3.1. Panorama del crowdfunding. Casos de éxito.

El *crowdfunding*, denominación de la financiación colectiva o participativa a través de internet, es un fenómeno relativamente nuevo que ha irrumpido con fuerza en los últimos años y especialmente en el sector de los contenidos, especialmente de la música y cine.

Concretamente, en 2005 se funda Kiva en Estados Unidos y Zopa en Londres, en 2006, se lanza Prosper en Estados Unidos, Lending Club en Europa y en 2007, Communitae, en España. Posteriormente ven la luz las mundialmente conocidas estadounidenses Indigogo (2008) y Kickstarter (2009). En 2010, aparecen las españolas Verkami y Lánzanos, así como la francesa Ulule y la americana de donativos GoFu.

En el sector de las artes creativas, audiovisual en general y cinematográfico en particular está siendo muy activa esta modalidad de financiación alternativa, fundamentalmente para la obtención de cantidades relativamente pequeñas pero decisivas para desarrollar proyectos audiovisuales.

En Estados Unidos existen compañías tan importantes como INDIEGOGO y KICKSTARTER, en esta última, desde su fundación en 2009, más de 12 millones de personas han aportado más de 2.900 millones \$ en más de 119,000 proyectos.

Una de las plataformas europeas más exitosas es ULULE (creada en Francia en 2010) que ha llegado a los 71 millones de euros de recaudación para + 16.000 proyectos, con más de 25.000 propuestas de 1,4 millones miembros y 69% de tasa de éxito en 2017.

En España, existen ya plataformas nacionales en funcionamiento, como VERKAMI (2010) Con más de 13 millones de € de recaudación, procedentes de más de 330.000 contribuciones, con una tasa de éxito del 69%. En febrero 2017 llevaban más de 4,879 proyectos. Su carácter es de donación o donación/ recompensa.

Según el estudio de la Universidad de Cambridge (Cambridge University, 2nd Annual Alternative Finance Industry Study. Sustaining Momentum) España es el 6º país en volumen de *crowdfunding* (50 millones € recaudados en 2016). Y la mayoría (21 millones €) se destinan al préstamo entre empresas.

En el estudio citado se menciona que en el sector del cine lo más común es acudir al modelo de *crowdfunding* de donación/recompensa, aunque los importes manejados son muy escasos, son realmente importantes para el volumen de necesidades de los solicitantes de financiación.

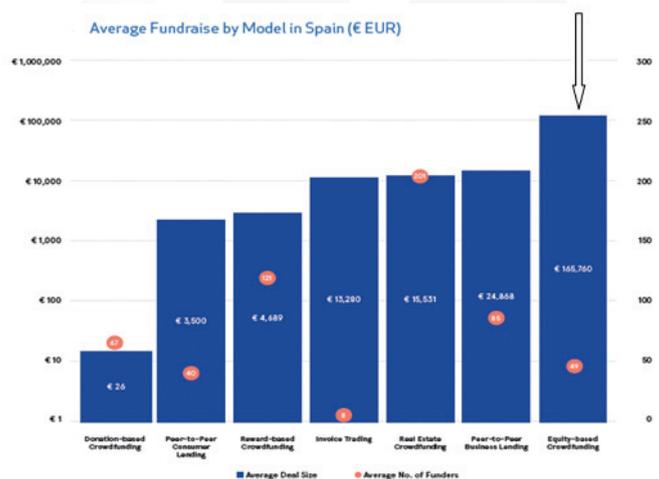
Most Funded Sectors by Model

Alternative Finance Model	1st	2nd	3rd
Peer-to-Peer Business Lending	Retail & Wholesale	Manufacturing & Engineering	Construction
Peer-to-Peer Consumer Lending*	Education & Research	Community & Social Enterprise	Health & Social Work
Equity-based Crowdfunding	Technology	Manufacturing & Engineering	Health & Social Work
Reward-based Crowdfunding	Arts, Music and Design	Film & Entertainment	Media & Publishing
Donation-based Crowdfunding	Charity & Philanthropy	Health & Social Work	Community & Social Enterprise
Real Estate Crowdfunding	Real Estate & Housing	Construction	
Invoice Trading	Retail & Wholesale	Business & Professional Services	Manufacturing & Engineering
Debt-based Securities	Retail & Wholesale	Energy & Mining	Agriculture
Balance Sheet Business Lending	Retail & Wholesale	Agriculture	Food & Drink
Profit Sharing Crowdfunding	Environment & Clean-Tech	Business & Professional Services	Health & Social Work

* Sectors or industries applicable to business borrowers

Fuente: Cambridge University, 2nd Annual Alternative Finance Industry Study. Sustaining Momentum

En cuanto a las medias de importe por modalidad de crowdfunding en España, la más significativa es la del préstamo a empresas (165.760€) frente a la donación/recompensa (4.689€) y a la simple donación (26€).



Fuente: Cambridge University, 2nd Annual Alternative Finance Industry Study. Sustaining Momentum

Fundamentalmente, los proyectos cinematográficos han acudido en busca de financiación a las plataformas de recompensa.

Un ejemplo español es el de la PFP VERKAMI que cuenta con varios proyectos con financiación completada en su página web <https://www.verkami.com/browse/category/41-largometraje>.

Como ejemplo expondremos tres de los más recientes.

- *Nove de Novembro*. Proyecto de largometraje gallego sobre temática LGTB que ha superado con creces (10.167€) sus objetivos de financiación (8.000€) <https://www.verkami.com/projects/16857-nove-de-novembro>
- *Hombre de ninguna parte*. Ópera prima colectiva protagonizada por Iñaki Mur, Joana Vilapuig y Artur Busquets. Que también ha superado (16.500€) sus objetivos de financiación (15.000€) <https://www.verkami.com/projects/17250-hombre-de-ninguna-parte>
- *Occidente*. ópera prima de Jorge Acebo Canedo, Que ha conseguido 8.340€ frente al objetivo de 8.000€. <https://www.verkami.com/projects/16926-occidente>

En el caso norteamericano, las cifras son mucho más sustanciales.

En Kicstarter podemos señalar tres proyectos como ejemplo:

- El proyecto de largometraje titulado “Bring Back MYSTERY SCIENCE THEATER 3000” alcanzó 5.764.229 \$ del objetivo de 2.000.000 \$ con 48.270 patrocinadores https://www.kickstarter.com/projects/mst3k/bringbackmst3k?ref=category_recommended
- El proyecto de largometraje denominado “The Veronica Mars Movie Project” alcanzó 5.702.153 \$ del objetivo de 2.000.000 \$ con 91.585 patrocinadores https://www.kickstarter.com/projects/559914737/the-veronica-mars-movie-project?ref=category_recommended
- El proyecto de largometraje denominado “WISH I WAS HERE” alcanzó 3.105.473 \$ del objetivo de 2.000.000 \$ con 46.520 patrocinadores https://www.kickstarter.com/projects/1869987317/wish-i-was-here-1?ref=category_recommended

En Indigogo, podemos indicar los siguientes ejemplos:

- El proyecto de largometraje titulado “Super Troopers 2” alcanzó 4,596,703 \$ (208% financiado) el 25 de abril de 2015 <https://www.indiegogo.com/projects/super-troopers-2#/>
- El proyecto de largometraje titulado “Lazer Team by Rooster Teeth” alcanzó 2,480,334 USD (382% financiado) recaudado por 37.493 patrocinadores <https://www.indiegogo.com/projects/lazer-team-by-rooster-teeth#/>
- El proyecto de largometraje titulado “Gosnell Movie” alcanzó \$2,363,483 USD (107% financiado) el 13 de mayo de 2014 <https://www.indiegogo.com/projects/gosnell-movie#/>

En todo caso, lo que es no es frecuente todavía es encontrar ejemplos de financiación de los proyectos de producción cinematográfica obtenida vía préstamo a través del *crowdfunding*. Fundamentalmente debido al protagonismo tanto de las fuentes habituales de financiación (bancaria o a través de inversores no bancarios) como de las garantías de recuperación del préstamo concedido, que, obviamente, en el caso del *crowdfunding* de recompensa no se precisan.

3.2. Definición legal

España se adelantó en la regulación del fenómeno de *crowdfunding*, con el fin de regular en la manera más eficaz posible lo que se ha denominado banca en la sombra (*shadowbanking*).

El artículo 46 de la Ley 5/2015, de 27 de abril, de fomento de la financiación empresarial define las denominadas plataformas de financiación participativa de la forma siguiente:

Artículo 46. Plataformas de financiación participativa.

1. Son plataformas de financiación participativa las empresas autorizadas cuya actividad consiste en poner en contacto, de manera profesional y a través de páginas web u otros medios electrónicos, a una pluralidad de personas físicas o jurídicas que ofrecen financiación a cambio de un rendimiento dinerario, denominados inversores, con personas físicas o jurídicas que solicitan financiación en nombre propio para destinarlo a un proyecto de financiación participativa, denominados promotores.
2. No tendrán la consideración de plataformas de financiación participativa las empresas que desarrollen la actividad prevista en el apartado anterior cuando la financiación captada por los promotores sea exclusivamente a través de:
 - a) Donaciones.
 - b) Venta de bienes y servicios.
 - c) Préstamos sin intereses.

Por tanto, el Gobierno decidió regular el *crowdfunding* de préstamo y el de inversión, dejando fuera de la regulación las modalidades de donación y recompensa.

La regulación es extremadamente detallada: todo un Título de la Ley, con 48 artículos dedicados al *crowdfunding* de inversión y préstamo.

3.3. Servicios de las PFP

De acuerdo con el artículo 51, las plataformas de financiación participativa prestarán los siguientes servicios:

- a) Recepción, selección y publicación de proyectos de financiación participativa.
- b) Desarrollo, establecimiento y explotación de canales de comunicación para facilitar la contratación de la financiación entre inversores y promotores.

Asimismo, las plataformas de financiación **participativa podrán prestar servicios auxiliares distintos a los previstos en el apartado anterior**. Dichos servicios podrán consistir, entre otros, en:

- a) El **asesoramiento a los promotores en relación con la publicación** del proyecto en la plataforma incluyendo la prestación de servicios y asesoramiento en las áreas de tecnología de la información, marketing, publicidad y diseño.
- b) El **análisis de los proyectos** de financiación participativa recibidos, la determinación del nivel de riesgo que implica cada proyecto para los inversores y la determinación de cualquier otra variable que resulte útil para que los inversores tomen la decisión de inversión. La publicación, clasificación y agrupación de tal información en términos objetivos, sin realizar recomendaciones personalizadas, no constituirá asesoramiento financiero.
- c) La **habilitación de canales de comunicación** a distancia para que usuarios, inversores y promotores contacten directamente entre sí antes, durante o después de las actuaciones que den lugar a la financiación del proyecto.
- d) La **puesta a disposición de las partes de los modelos de contratos** necesarios para la participación en los proyectos.
- e) La **transmisión a los inversores de la información** que sea facilitada por el promotor sobre la evolución del proyecto, así como sobre los acontecimientos societarios más relevantes.
- f) La **reclamación judicial y extrajudicial de los derechos de crédito**, actuando en representación de los inversores o en nombre propio si los inversores le cedieren su derecho de crédito.
- g) Aquellos otros que en su caso determine el Ministro de Economía y Competitividad o, con su habilitación expresa, la Comisión Nacional del Mercado de Valores.

Además de los servicios previstos en los apartados anteriores y en relación con las solicitudes previstas en el artículo 50.1.b) y c) de esta Ley, las plataformas de financiación participativa **podrán formalizar los contratos de préstamo y de suscripción de participaciones que se basen en un acuerdo de voluntades manifestado a través de la plataforma de financiación participativa, actuando en representación de los inversores**.

3.4. Requisitos de las PFP

- a) Tener por **objeto social exclusivo** la realización de las actividades que sean propias a las plataformas de financiación participativa; es decir la inversión y el préstamo.
- b) Tener su domicilio social en España o en otro Estado miembro de la **Unión Europea**.
- c) Revestir la forma de **sociedad de capital**, constituida por tiempo indefinido.
- d) Disponer del **capital social** al que se refiere el artículo 56 íntegramente desembolsado en efectivo y cumplir con los requisitos financieros a los que se refiere dicho artículo. Que son los siguientes:
 - 1) un **capital social íntegramente desembolsado de, al menos, 60.000 euros**, o
 - 2) un **seguro de responsabilidad civil profesional, un aval u otra garantía equivalente** que permita hacer frente a la responsabilidad por negligencia en el ejercicio de su actividad profesional.

Cuando la suma de la financiación obtenida en los últimos 12 meses por los proyectos publicados en la plataforma sea superior a dos millones de euros, las plataformas de financiación participativa deberán disponer de recursos propios como mínimo iguales a 120.000 euros.

Adicionalmente, sus recursos propios totales se verán incrementados en función de la suma de los conceptos, referidos al importe total de la financiación obtenida en los últimos 12 meses por los proyectos publicados en la plataforma.

- e) Que los **administradores** y directores generales o asimilados de la plataforma de financiación participativa sean personas de reconocida **honorabilidad empresarial o profesional** y posean conocimientos y experiencia adecuados en las materias necesarias para el ejercicio de sus funciones.
- f) Disponer de una **buena organización administrativa y contable** o de procedimientos de control interno adecuados.
- g) Disponer de los medios adecuados para garantizar la **seguridad, confidencialidad, fiabilidad y capacidad del servicio prestado por medios electrónicos**.
- h) Disponer de un **reglamento interno de conducta** que contemple, en particular, los posibles conflictos de interés y los términos de la participación de los consejeros, directivos, empleados y apoderados en las solicitudes de financiación que se instrumenten a través de la plataforma.
- i) Prever mecanismos para que, en caso de cese de su actividad, se sigan prestando todos o parte de los servicios a los que se comprometió para los proyectos de financiación participativa que hubieran obtenido financiación.

3.5. Límites del número de proyectos e inversión en las PFP

- Las plataformas de financiación participativa se asegurarán de que ningún promotor tiene publicado simultáneamente en la plataforma más de **un proyecto**. (art. 68.1 LFFE)

- El **importe máximo de captación de fondos por proyecto** de financiación participativa a través de cada una de las plataformas de financiación participativa **no podrá ser superior a 2.000.000 de euros**, siendo posible la realización de sucesivas rondas de financiación que no superen el citado importe en cómputo anual. Cuando los proyectos se dirijan exclusivamente a inversores acreditados, el importe máximo anterior podrá alcanzar los **5.000.000 de euros**. (art. 68.2 LFFE)

- Las plataformas de financiación participativa se asegurarán de que para cada proyecto de financiación participativa se establezca un objetivo de financiación y un plazo máximo para poder participar en la misma (art. 69.1. LFFE)

- Las plataformas de financiación participativa se asegurarán de que ningún **inversor no acreditado**:

- a) Se comprometa a invertir o invierta a través de ella más de 3.000 euros en el mismo proyecto publicado por una misma plataforma de financiación participativa.
- b) Se comprometa a invertir o invierta a través de ella más de 10.000 euros en un periodo de 12 meses, en proyectos publicados por una misma plataforma de financiación participativa. (art. 82 LFFE)

- Las plataformas de financiación participativa se asegurarán que para cada proyecto de financiación participativa se establezca un objetivo de financiación y un plazo máximo para poder participar en la misma (art. 69.1 LFFE)

- Las plataformas de financiación participativa podrán establecer en sus reglas de funcionamiento que el objetivo de financiación y el plazo máximo a los que se refiere el apartado 1 puedan ser superados hasta en un 25 por ciento siempre que se informe, con carácter previo a la inversión, de tal posibilidad y de los supuestos que dan lugar a la misma. (art. 69.2 LFF)

- La plataforma de financiación participativa garantizará que el objetivo de financiación y el plazo máximo a los que se refieren los apartados 1 y 2 no sean superados.

- Si no se alcanzara el objetivo de financiación dentro del plazo temporal fijado o, en su caso, superado de acuerdo con el apartado 2, se procederá a la devolución de las cantidades aportadas.

- No obstante lo dispuesto en el apartado 4, las plataformas de financiación participativa podrán establecer en sus reglas de funcionamiento que el proyecto reciba la financiación cuando se hubiere alcanzado al menos el 90 por ciento del objetivo de financiación, una vez descontada la participación en el proyecto que pudiera tener la propia plataforma de acuerdo con el artículo 63.1, y siempre que se informe, con carácter previo a la inversión, de tal posibilidad y de los supuestos que dan lugar a la misma

4. Conclusiones

- El *crowdfunding* como forma de financiación de la obra audiovisual es ya un hecho, tanto en el mercado internacional como en el nacional.

- En el sector de la producción cinematográfica, fundamentalmente se utiliza la modalidad de *crowdfunding* de donación/recompensa. Su importe es muy poco significativo en proporción al coste de las producciones, aunque decisivo en proyectos de importe inferior a 25.000€/50.000€ (cortometrajes, documentales, operas primas...).

- En España (6º país europeo en volumen en 2015) se encuentra regulado desde abril 2015 el *crowdfunding* de inversión y préstamo, necesitando desde entonces autorización previa de la CNMV la constitución de las plataformas de financiación participativa (PFP). Y todo ello con el correspondiente informe positivo vinculante del Banco de España.

- Creemos que el *crowdfunding* de préstamo tendrá un papel significativo en la financiación de las obras audiovisuales por cuanto supone una relación directa entre promotores (productores) e inversores (fundamentalmente cualificados) permitiendo no sólo la financiación de la producción sino acciones de marketing respecto de la misma.

- En consecuencia, opinamos que es preciso disponer de una PFP especializada en el análisis de los proyectos audiovisuales para dar la mayor confianza y seguridad en el análisis a los posibles inversores, dinamizando la captación de recursos para las producciones, y facilitando la máxima información económica y financiera de calidad.



Jesús Prieto Sacristán. Abogado, especialista en financiación del sector cinematográfico y audiovisual.

Actualmente Consejero de Audiovisual Fianzas SGR (CREA SGR), Consejero independiente de Egeda Perú y República Dominicana y miembro asociado de la Academia de Cine de España.





CAPITULO III

EL CINE IBEROAMERICANO MÁS ALLÁ DE SUS FRONTERAS

CAPITULO III

EL CINE IBEROAMERICANO MÁS ALLÁ DE SUS FRONTERAS

Por Departamento de Reparto y Documentación de EGEDA

INTRODUCCIÓN

El análisis del mercado cinematográfico mundial permite tener una idea exacta del peso que tiene cada territorio y de la posición que ocupa frente al resto. La importancia cuantitativa de cada parámetro dentro del mercado global depende en gran medida de la capacidad adquisitiva de la población. Los tres mercados analizados en esta introducción (Iberoamérica, Europa y Norteamérica) representan el 20,5% de la población mundial, más del 57,2% del número de salas de cine, el 58,2% de los ingresos y el 40,5% de los espectadores que asisten a estas salas (cuadro Intro 1).

Europa y Norteamérica tienen un gran peso en cuanto a los ingresos obtenidos por los exhibidores de cine puesto que el precio de la entrada al cine es mayor respecto al resto de territorios. Por su parte, Iberoamérica tiene un mayor peso en espectadores que en ingresos porque cuenta dos mercados cinematográficos muy grandes (México y Brasil) y el precio de la entrada es el más bajo en comparación con los otros territorios.

Cuadro Intro 1

Panorama cinematográfico mundial por territorios. Año 2016

Concepto	Mundial	Iberoamérica	Europa	Norteamérica
Población (millones)	7.433	648,6	515,0	360,2
PIB-PPA (billones USD)	119,4	11,3	19,2	20,2
Número de pantallas	163.928	18.242	31.983	43.531
Ingresos cine (millones USD)	38.600	3.270,5	7.790	11.400
Espectadores cine (millones)	7.913	894,1	991,1	1.320
Cuota cine nacional (%)	*	11,3	26,7	95,5
Asistencia anual por habitante	1,1	1,4	1,9	3,7
Precio medio entrada (USD)	4,9	4,5	7,9	8,6

Otro indicativo interesante de los mercados cinematográficos es la concentración de espectadores en el top-10 de estrenos. La cuota de espectadores acumulada por este ranking en el top-10 de mercados es del 22,7%. De los 10 territorios y mercados incluidos en el cuadro Intro 2, ocho superan ese porcentaje y tan solo dos están por debajo del mismo.

India es el mercado cinematográfico en el que el top-10 acumula el menor porcentaje de espectadores (12,7%). Este mercado se caracteriza porque sus habitantes tienen una gran afición al cine, por una gran oferta de cine autóctono (casi 2.000 películas anuales) y una apuesta decidida por el cine nacional (más de un 80% de cuota de mercado). Estas tres circunstancias provocan que el éxito solo se concentre de forma significativa en una o dos películas nacionales y que el resto de estrenos acumulen unas apreciables cifras de espectadores.

El otro país con un porcentaje de cuota de mercado para el top-10 inferior a la media del top-10 de mercados es Francia (18,3%), que también tiene una importante producción nacional (283 películas anuales), suma una cuota de cine francés superior al 35% y sus cines venden un volumen de entradas superior a la media europea (3,2 entradas por habitante y año).

Los top-10 de la mayoría de mercados y territorios registran unos porcentajes de cuota de espectadores situados entre un 30% y un 40%. Solo Europa y China se encuentran por debajo del 30% y en el otro extremo aparece Brasil, que se acerca al 40% de cuota de mercado, sin duda debido al gran éxito de una de sus producciones nacionales (*Moisés y los diez mandamientos*).

El cuadro Intro 2 incluye también el número de entradas vendidas y el equipamiento de pantallas de cine. Estos diez mercados superan de forma conjunta los 6.000 espectadores y las 122.000 pantallas de cine. Estas cifras representan un peso en torno al 75% del total de entradas vendidas y del número de salas en el mercado mundial.

Cuadro Intro 2
Ranking de los mercados cinematográfico por espectadores. Año 2016

Nº	Mercado	Pantallas de cine	Entradas (millones)	Cuota top-10 (%)
1	India	11.179	2.020,0	12,7
2	China	41.179	1.370,0	28,7
3	USA	40.392	1.195,0	32,2
4	México	6.225	321,0	31,6
5	Corea del Sur	2.492	217,0	35,3
6	Francia	5.842	213,1	18,3
7	Rusia	4.372	194,7	32,5
8	Brasil	3.160	184,3	38,2
9	Japón	3.472	180,2	35,6
10	Reino Unido	4.150	168,3	34,4

El cuadro Intro 3 refleja la posición de las películas del top-10 mundial en los territorios de Iberoamérica, Europa y Norteamérica, apreciándose diferencias en las posiciones en cada uno de ellos.

Como datos más destacados hay que señalar que las obras del top-10 se encuentran presentes en los tres territorios, en un rango comprendido entre la primera posición y la número 21 y los top 10 de Iberoamérica y Norteamérica son más parecidos entre sí y más diferentes que el de Europa. El top-2 mundial coincide en Iberoamérica e intercambian posiciones en el de Norteamérica.

Cuadro Intro 3

Posición del top-10 mundial de estrenos por territorios. Año 2016
(MD: Mundo; IB: Iberoamérica; UE: Unión Europea; NA: Norteamérica)

Nº	Título	MD	IB	UE	NA
1	Capitán América: Civil War	1	1	14	2
2	Buscando a Dory	2	2	2	1
3	Zootropolis	3	7	4	7
4	El libro de la selva	4	6	6	5
5	La vida secreta de tus mascotas	5	14	1	4
6	Batman Vs. Superman: El amanecer de la justicia	6	3	13	8
7	Rogue One: Una historia de Star Wars	7	21	5	3
8	Deadpool	8	8	7	6
9	Animales fantásticos y donde encontrarlos	9	11	3	12
10	Escuadrón suicida	10	4	9	9

La distribución del top-3 de estrenos más populares en los 10 mercados con más entradas vendidas es la siguiente: el top-1 mundial (*Capitán América: Civil War*) aparece en nueve mercados en diferentes posiciones; el top-2 (*Buscando a Dory*) se encuentra en seis mercados y el top-3 (*Zootropolis*) en nueve mercados (cuadro Intro 4). El top-1 mundial solo es primero en México, el top-2 en Estados Unidos y el top-3 en Francia.

Cuadro Intro 4

Posición del top-10 mundial de estrenos en el top-10 de los mercados. Año 2016
(IN: India; CN: China; US: USA; ME: México; CS: Corea del Sur; FR: Francia;
RU: Rusia; BR: Brasil; JA: Japón; UK: R. Unido)

Nº	Título	IN	CN	US	ME	CS	FR	RU	BR	JA	UK
1	Capitán América: Civil War	2	5	2	1	3	*	13	2	18	7
2	Buscando a Dory	*	*	1	4	*	10	*	4	5	5
3	Zootropolis	*	2	7	10	12	1	2	17	4	13
4	El libro de la selva	1	8	5	6	*	7	7	13	20	4
5	La vida secreta de tus mascotas	*	*	4	3	*	6	1	9	10	9
6	Batman Vs Superman: El amanecer de la justicia	4	*	8	2	*	17	20	3	*	8
7	Rogue One: Una historia de Star Wars	*	*	3	27	*	12	*	20	*	1
8	Deadpool	6	*	6	9	18	5	3	6	*	6
9	Animales fantásticos y donde encontrarlos	*	*	12	13	13	8	8	10	*	2
10	Escuadrón suicida	*	*	9	5	*	18	4	5	*	11

PANORAMA CINEMATOGRAFICO EN EL MUNDO

PANORAMA MUNDIAL

La información del Panorama cinematográfico mundial proviene del informe FOCUS-2017 (*World Film Market Trends*) publicado por el Observatorio Europeo del Audiovisual. La asistencia a los cines en el mundo en 2016 suma 7.913 millones de espectadores y 38.600 millones de dólares de recaudación. El número total de pantallas cinematográficas asciende a 163.928. La frecuencia de asistencia se sitúa en 1,1 películas por habitante y año y el precio medio de la entrada es de 4,9 dólares (cuadro 3.1.1).

La evolución de la asistencia a las salas cinematográficas en los últimos cinco años muestra una tendencia a la baja entre 2012 y 2013 en los que se pasó de 6.982 millones de espectadores a 6.527. Posteriormente, hubo un pequeño aumento en 2014 (6.671) y finalmente tuvo lugar un significativo incremento en 2015 y 2016, superando la barrera de los 7.000 espectadores y bordeando la de 8.000, respectivamente (gráfico 3.1.1).

Cuadro 3.1.1
Panorama cinematográfico mundial

Datos	2014	2015	2016
Población (millones)	7.300	7.376	7.433
PIB-PPA (billones USD)	112,5	116,0	119,4
PIB per capita (USD)	15.800	16.100	16.300
Número de pantallas	142.215	152.142	163.928
Ingresos cine (millones USD)	36.400	38.300	38.600
Espectadores cine (millones)	6.671	7.475	7.913
Producciones estrenadas	6.503	6.762	7.070
Precio entrada (USD)	5,5	5,2	4,9
Asistencia por habitante	0,9	1,0	1,1



En 2016 la película estadounidense *Capitán América: Civil War* fue la más vista en el mundo, con 227,5 millones de espectadores, seguida de *Buscando a Dory*, con 208,2 millones y *Zootrópolis* con 204,5 millones. Las tres producciones superan los 1.000 millones de dólares de recaudación (cuadro 3.1.2)

De los estrenos del top-20, 19 son estadounidenses (tres en coproducción con China, dos con Reino Unido y una con Japón) y una procede de China. La cuota de mercado del top-10 mundial supuso el 22,7% de la asistencia total de espectadores (1.789,8 millones).

Cuadro 3.1.2
Ranking mundial de estrenos cinematográficos por ingresos. Año 2016 (est. 4,9\$)

Nº	Título	Origen	Espectadores	Millones (\$)
1	Capitán América: Civil War	USA	227.551.020	1.115.000.000
2	Buscando a Dory	USA	208.163.265	1.020.000.000
3	Zootrópolis	USA	204.489.796	1.002.000.000
4	El libro de la selva	USA, UK	193.265.306	947.000.000
5	La vida secreta de tus mascotas	USA, Japón	176.530.612	865.000.000
6	Batman Vs. Supermán: El amanecer de la justicia	USA	169.795.918	832.000.000
7	Rogue One: Una historia de Star Wars	USA	158.367.347	776.000.000
8	Deadpool	USA	155.510.204	762.000.000
9	Animales fantásticos y donde encontrarlos	UK, USA	152.653.061	748.000.000
10	Escuadrón suicida	USA	143.469.388	703.000.000
11	Doctor Strange	USA	129.795.918	636.000.000
12	Star Wars: El despertar de la uerza	USA	120.408.163	590.000.000
13	Mei ren yu	China	107.755.102	528.000.000
14	X-Men: Apocalipsis	USA	105.510.204	517.000.000
15	El renacido	USA	105.306.122	516.000.000
16	Kung Fu Panda 3	USA, China	102.448.980	502.000.000
17	Warcraft: el origen	USA, China	84.693.878	415.000.000
18	Jason Bourne	USA, China	82.857.143	406.000.000
19	Vaiana (Moana)	USA	81.836.735	401.000.000
20	Ice Age: el gran cataclismo	USA	80.204.082	393.000.000

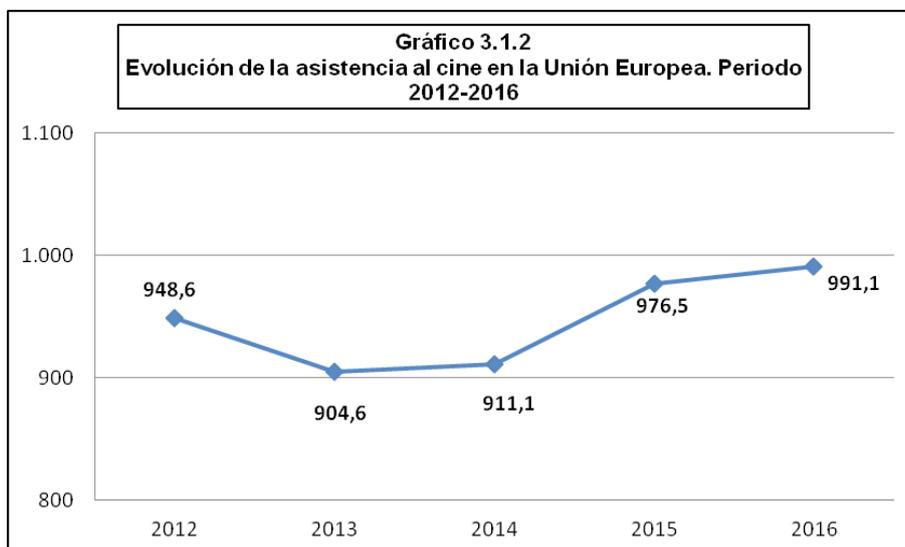
PANORAMA EN LA UNIÓN EUROPEA

La asistencia a los cines de los países de la Unión Europea suma 991,1 millones de espectadores y 7.790 millones de dólares de recaudación en 2016. El número total de pantallas cinematográficas asciende a 31.983. La frecuencia de asistencia se sitúa en 1,9 películas por habitante y año y el precio medio de la entrada fue de 7,9 dólares. La cuota de mercado del cine europeo representó el 26,7% (cuadro 3.1.3).

Cuadro 3.1.3
Panorama cinematográfico en la Unión Europea

Datos	2014	2015	2016
Población (millones)	507	508	515
PIB-PPA (billones USD)	18,64	18,08	19,18
PIB per capita (USD)	35.900	36.900	37.800
Pantallas	30.051	30.621	31.983
Ingresos cine (millones USD)	8.400	8.150	7.790
Espectadores cine (millones)	911,1	976,5	991,1
Cuota de mercado cine europeo (%)	33,6	26,1	26,7
Producciones (Films+Docs)	1.603	1.643	1.740
Precio entrada (USD)	9,2	8,3	7,9
Asistencia por habitante	1,8	1,9	1,9

La evolución de la asistencia a las salas cinematográficas europeas, en los últimos cinco años, muestra un descenso entre 2012 y 2013, en los que la asistencia cayó desde los 948,6 millones de espectadores a los 904,6 millones. En 2014 muestra un ligero repunte hasta los 911,1 millones y en 2015 y 2016 se observa un importante incremento hasta los 976,5 y 991,1 millones de espectadores, respectivamente (gráfico 3.1.2).



En 2016, al frente del top-10 de estrenos se encuentra la producción estadounidense *La vida secreta de tus mascotas* con 26,5 millones de espectadores, seguida de *Buscando a Dory* con 24,6 millones, la coproducción británica *Animales fantásticos y dónde encontrarlos*, con 23,4 millones, y *Zootrópolis* con 22,3 millones y *Rogue One: Una historia de Star Wars* con 21,6 millones de dólares (cuadro 3.1.4).

Todas las películas del top-10 europeo son estadounidenses (tres en coproducción con Reino Unido y una con Japón). La cuota de mercado de estos diez estrenos supuso el 21,3% del total de espectadores (210,9 millones).

Cuadro 3.1.4

Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2016. Unión Europea

Nº	Título	Origen	Espectadores
1	La vida secreta de tus mascotas	USA, Japón	26.514.137
2	Buscando a Dory	USA	24.650.635
3	Animales fantásticos y dónde encontrarlos	R. Unido, USA	23.429.613
4	Zootropolis	USA	22.271.827
5	Rogue One: Una historia de Star Wars	USA	21.673.965
6	El libro de la selva	USA, R. Unido	20.522.306
7	Deadpool	USA	19.822.778
8	El renacido	USA	18.981.078
9	Escuadrón suicida	USA	16.732.103
10	Bridget Jones's baby	R. Unido, Francia, USA	16.267.602

Aparte de la citada película de producción europea, *Animales fantásticos y dónde encontrarlos*, la siguiente película europea con más éxito es *Bridget Jones's baby* con 16,3 millones de espectadores (coproducción Reino Unido, Francia y Estados Unidos) y en tercer lugar, la producción italiana *Quo vado?* con 9,5 millones de espectadores.

En el top-10 europeo, las procedencias mayoritarias son Francia con cuatro películas y Reino Unido con tres. También hay que destacar la presencia de la obra española *Un monstruo viene a verme* (Juan Antonio Bayona), en quinto lugar, con 4,6 millones de espectadores (cuadro 3.1.5).

Cuadro 3.1.5
Ranking de estrenos cinematográficos europeos. Año 2016. Unión Europea

Nº	Título	Origen	Espectadores
1	Animales fantásticos y dónde encontrarlos	R. Unido, USA	23.429.613
2	Bridget Jones's baby	R. Unido, Francia, USA	16.267.602
3	Quo vado?	Italia	9.517.654
4	Les tuche 2 - Le rêve américain	Francia	4.619.884
5	Un monstruo viene a verme	España	4.609.272
6	La chica danesa	R. Unido, Dinamarca, USA	4.179.967
7	Camping 3	Francia, Bélgica	3.229.538
8	Willkommen bei den Hartmanns	Alemania	3.215.065
9	Radin!	Francia	2.994.049
10	Pitbull. Niebezpieczne kobiety	Polonia	2.901.238

PANORAMA EN NORTEAMÉRICA Y OCEANÍA

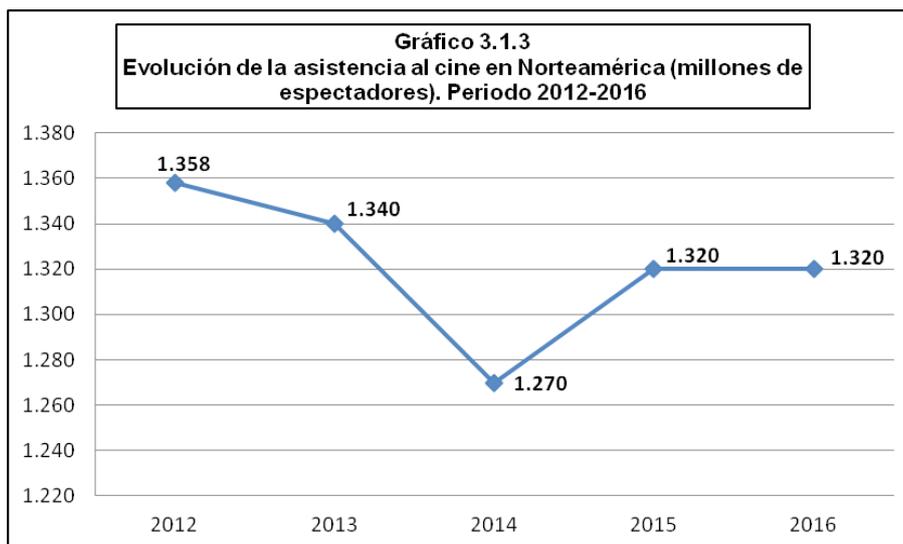
USA Y CANADÁ

La asistencia a los cines de Norteamérica (Estados Unidos y Canadá) en 2016 suma 1.320 millones de espectadores y 11.400 millones de dólares de recaudación. El número total de pantallas cinematográficas asciende a 43.531. La frecuencia de asistencia se sitúa en 3,7 películas por habitante y año y el precio medio de la entrada es de 8,6 dólares. La cuota de mercado del cine norteamericano representó el 95,5% (cuadro 3.1.6).

Cuadro 3.1.6
Panorama cinematográfico en Norteamérica (USA, Canadá)

Datos	2014	2015	2016
Población (millones)	354,0	357,2	360,2
PIB-PPA (billones USD)	19,03	19,60	20,23
PIB per capita (USD)	49.700	51.100	55.788
Pantallas	43.265	43.661	43.531
Ingresos (millones USD)	10.400	11.100	11.400
Espectadores cine (millones)	1.270	1.320	1.320
Cuota cine norteamericano (%)	96,2	98,1	95,5
Producciones (Films+Docs)	707	791	883
Precio entrada (USD)	8,2	8,4	8,6
Asistencia por habitante	3,6	3,7	3,7

La evolución de la asistencia a las salas cinematográficas en los últimos cinco años muestra un comportamiento irregular, con un máximo de 1.358 millones de espectadores en 2012 y un mínimo de 1.270 millones en 2014 (gráfico 3.1.3).



En 2016 la película estadounidense *Buscando a Dory* suma 52,2 millones de espectadores en Norteamérica, seguida de *Capitán América: Civil Wars* con 43,5 millones y *Rogue One: una historia de Star Wars* con 39,5 millones de espectadores (cuadro 3.1.7).

Todos los largometrajes del top-10 son estadounidenses (una coproducción con Japón y otra con Reino Unido). La cuota de mercado de estas diez producciones supuso el 29,2% del total de espectadores (385,2 millones de espectadores).

Cuadro 3.1.7

Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2016. Norteamérica

Nº	Título	Origen	Espectadores
1	Buscando a Dory	USA	52.249.446
2	Capitán América: Civil War	USA	43.472.089
3	Rogue One: Una historia de Star Wars	USA	39.550.679
4	La vida secreta de tus mascotas	USA, Japón	39.162.242
5	El libro de la selva	USA, R. Unido	38.401.970
6	Deadpool	USA	37.823.296
7	Zootrópolis	USA	36.040.368
8	Batman Vs Superman: El amanecer de la justicia	USA	35.229.611
9	Escuadrón suicida	USA	34.145.066
10	Star Wars: El despertar de la fuerza	USA	29.120.401

AUSTRALIA Y NUEVA ZELANDA

La asistencia a los cines de Australia en 2016 suma 91,3 millones de espectadores y 911,9 millones de dólares de recaudación. El número total de pantallas cinematográficas asciende a 2.121. La frecuencia de asistencia se sitúa en 3,7 películas por habitante y año y el precio medio de la entrada es de 10 dólares. La cuota de mercado del cine australiano representa el 1,9% (cuadro 3.1.8).

Cuadro 3.1.8
Panorama cinematográfico en Australia

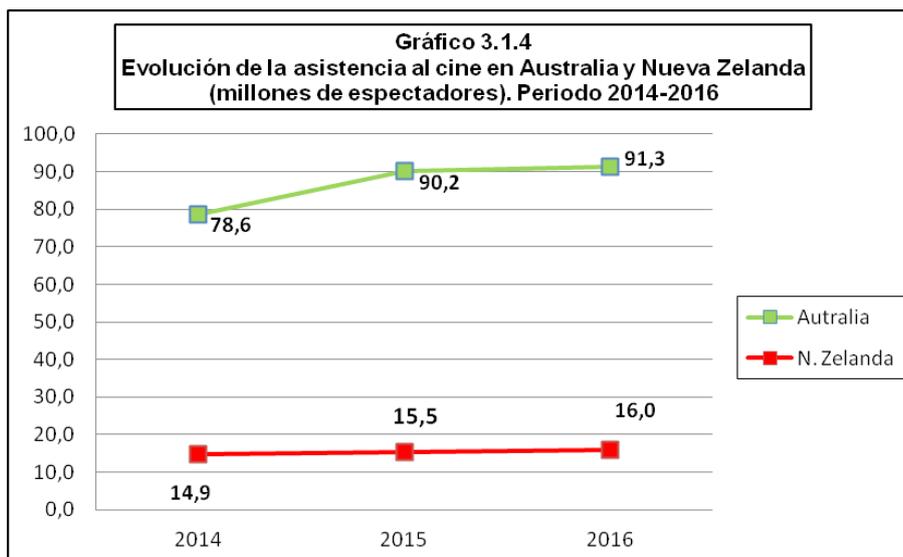
Datos	2014	2015	2016
Población (millones)	23,6	24,0	24,3
PIB-PPA (billones USD)	1,128	1,156	1,189
PIB per capita (USD)	47.800	48.300	48.800
Pantallas	2.041	2.041	2.121
Ingresos cine (millones USD)	873	888	911,9
Espectadores cine (millones)	78,6	90,2	91,3
Cuota cine nacional (%)	2,4	7,2	1,9
Producciones (Films+Docs)	35	35	28
Precio entrada (USD)	11,1	9,8	10,0
Asistencia por habitante	3,3	3,8	3,7

La asistencia a los cines de Nueva Zelanda en 2016 suma 16 millones de espectadores y 140,7 millones de dólares de recaudación. El número total de pantallas cinematográficas asciende a 407. La frecuencia de asistencia se sitúa en 3,4 películas por habitante y año y el precio medio de la entrada es de 8,8 dólares. La cuota de mercado del cine australiano representa el 8,7% (cuadro 3.1.9).

Cuadro 3.1.9
Panorama cinematográfico en Nueva Zelanda

Datos	2014	2015	2016
Población (millones)	4,5	4,6	4,7
PIB-PPA (billones USD)	0,165	0,170	0,174
PIB per capita (USD)	36.300	36.600	37.100
Pantallas	408	408	407
Ingresos cine (millones USD)	141,6	131,4	140,7
Espectadores cine (millones)	14,9	15,5	16,0
Cuota cine nacional (%)	3,6	0,9	8,7
Producciones (Films+Docs)	27	24	20
Precio entrada (USD)	9,5	8,5	8,8
Asistencia por habitante	3,3	3,3	3,4

La evolución de la asistencia a las salas cinematográficas en el periodo 2012-2016 en Australia muestra una tendencia uniformemente ascendente entre los 78,6 millones de 2014 y los 91,3 millones de 2016 (gráfico 3.1.4). En Nueva Zelanda se aprecia una tendencia estable entre 14,9 millones (2014) y 16 millones (2015).



En 2016 la producción estadounidense *Buscando a Dory* fue la más exitosa en Australia con 3,5 millones de espectadores, seguida de *Deadpool* con 3,1 millones y *Rogue One: Una historia de Star Wars* con 2,6 millones de espectadores (cuadro 3.1.10).

Las diez películas más vistas en Australia son estadounidenses (dos en coproducción con Reino Unido y una con Japón). La cuota de mercado de estas diez producciones supuso el 27,6% del total de espectadores (25,2 millones).

Cuadro 3.1.10

Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2016. Australia

Nº	Título original	Origen	Espectadores
1	Buscando a Dory	USA	3.518.740
2	Deadpool	USA	3.135.235
3	Rogue One: Una historia de Star Wars	USA	2.636.885
4	Escuadrón suicida	USA	2.483.637
5	Capitán América: Civil War	USA	2.444.459
6	Animales fantásticos y donde encontrarlos	R.Unido, USA	2.261.108
7	Star Wars: El despertar de la fuerza	USA	2.257.098
8	El libro de la selva	USA, R.Unido	2.158.292
9	Batman Vs. Superman: el amanecer de la justicia	USA	2.150.598
10	La vida secreta de tus mascotas	USA, Japón	2.141.829

En 2016 la producción autóctona *Hunt for the wilderpeople* fue la más exitosa en Nueva Zelanda con 944.309 espectadores, seguida de *Buscando a Dory* con 548.810, y *Star Wars VII: el despertar de la fuerza* con 424.542 espectadores (cuadro 3.1.11).

De las diez películas más vistas en Nueva Zelanda, nueve son estadounidenses (dos en coproducción con Reino Unido) y la citada producción nacional. La cuota de mercado de estas diez producciones supone el 28,7% del total de espectadores (4,6 millones).

Cuadro 3.1.11

Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2016. Nueva Zelanda

Nº	Título original	Origen	Espectadores
1	Hunt for the wilderpeople	Nueva Zelanda	944.309
2	Buscando a Dory	USA	548.810
3	Star Wars: El despertar de la fuerza	USA	424.542
4	Escuadrón suicida	USA	413.280
5	Deadpool	USA	402.119
6	El libro de la selva	USA, R.Unido	390.599
7	Capitán América: Civil War	USA	377.789
8	Batman Vs. Superman: el amanecer de la justicia	USA	374.301
9	Rogue One: Una historia de Star Wars	USA	360.687
10	Animales fantásticos y donde encontrarlos	R.Unido, USA	352.540

PANORAMA EN ASIA

CHINA Y LA INDIA

La asistencia a los cines de China en 2016 suma 1.370 millones de espectadores y 6.600 millones de dólares de recaudación. El número total de pantallas cinematográficas asciende a 41.179. La frecuencia de asistencia se sitúa en una película por habitante y año y el precio medio de la entrada es de 5,1 dólares. La cuota de mercado del cine chino representa el 58,3% (cuadro 3.1.12).

Cuadro 3.1.12

Panorama cinematográfico en China

Datos	2014	2015	2016
Población (millones)	1.367	1.375	1.379
PIB-PPA (billones USD)	1,867	1,995	2,127
PIB per capita (USD)	13.600	14.500	15.400
Pantallas	24.607	31.627	41.179
Ingresos (millones USD)	4.821	6.813	6.600
Espectadores cine (millones)	830	1.260	1.370
Cuota de mercado cine chino (%)	54,5	61,6	58,3
Producciones (Films+Docs)	618	686	944
Precio entrada (USD)	5,8	5,4	5,1
Asistencia por habitante	0,6	0,9	1,0

En 2016 la producción china *Mei ren yu* fue la más exitosa con 91,3 millones de espectadores, seguida de la producción estadounidense *Zootrópolis* con 44,7 millones y de la coproducción Estados Unidos-Canadá *Warcraft: el origen* con 38,7 millones de espectadores (cuadro 3.1.13).

De las diez películas más populares en China, cinco son nacionales (tres de ellas en coproducción con Hong Kong) y cinco estadounidenses (una en coproducción con Canadá, otra con Reino Unido y otra con China). La cuota de mercado de estas diez producciones supone el 28,7% del total de espectadores (393,5 millones).

Cuadro 3.1.13

Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2016. China (est. 5,1\$)

Nº	Título	Origen	Espectadores
1	Mei ren yu	China	91.256.633
2	Zootrópolis	USA	44.717.628
3	Warcraft: el origen	USA, Canadá	38.727.671
4	Mei gong he xing dong	China, Hong Kong	38.085.381
5	Capitán América: Civil War	USA	33.851.834
6	Xi jou ji zhi: sun wukong san da baigu jing	Hong Kong, China	32.318.716
7	Du cheng feng yun III	Hong Kong, China	30.700.308
8	El libro de la selva	USA, R.Unido	28.502.152
9	Time Raiders	China	27.860.776
10	Kung fu panda 3	USA, China	27.534.871

La asistencia a los cines de India en 2016 suma 2.020 millones de espectadores y 1.500 millones de dólares de recaudación. El número total de pantallas cinematográficas asciende a 11.179. La frecuencia de asistencia se sitúa en 1,5 películas por habitante y año y el precio medio de la entrada es de 0,8 dólares. La cuota de mercado del cine indio representa el 85% (cuadro 3.1.14).

Cuadro 3.1.14

Panorama cinematográfico en India

Datos	2014	2015	2016
Población (millones)	1.260	1.293	1.310
PIB-PPA (billones USD)	7,534	8,103	8,721
PIB per capita (USD)	5.900	6.300	6.700
Pantallas	11.139	11.100	11.179
Ingresos cine (millones USD)	1.500	1.500	1.500
Espectadores cine (millones)	1.900	2.016	2.020
Espectadores cine nacional (%)	91,5	85,0	85,0
Producciones (Films+Docs)	1.966	1.845	1903
Precio entrada (USD)	0,6	0,8	0,8
Asistencia por habitante	1,5	1,6	1,5

El *ranking* de largometrajes en India corresponde a producciones nacionales salvo una estadounidense. La cuota de espectadores del top-10 en 2016 supone el 12,7% del total de espectadores (256,5 millones).

En primer lugar se situó *Dangal* con casi 72 millones de espectadores, seguida de *Sultan* con 55,8 millones. En cuanto a las producciones extranjeras con más éxito en 2016, hay que mencionar a la coproducción Estados Unidos-Reino Unido *El libro de la selva*, con 45,4 millones de espectadores, seguida de las películas americanas *The conjuring 2* con 14,8 millones y *Capitán América: Civil War* con 14,3 millones de espectadores (cuadro 3.1.15).

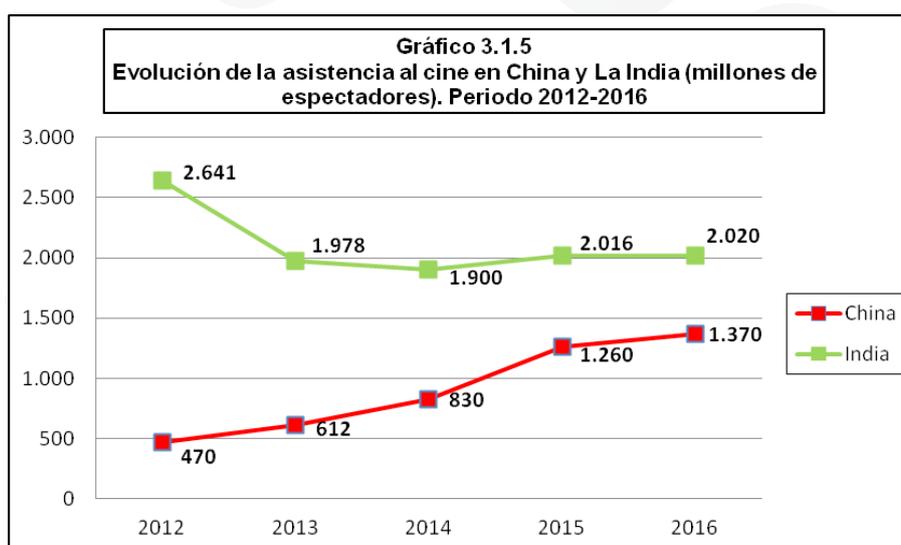
Cuadro 3.1.15
Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2016. India (est. 0,8\$)

Nº	Título original	Origen	Espectadores
1	Dangal	India	71.987.500
2	Sultan	India	55.825.000
3	Dhoni: the untold story	India	24.725.000
4	Airlift	India	23.975.000
5	Rustom	India	23.675.000

Ranking de estrenos cinematográficos extranjeros. Año 2015. India (est. 0,8\$)

Nº	Título original	Origen	Espectadores
1	El libro de la selva	USA, R. Unido	45.412.500
2	The conjuring 2	USA	14.850.000
3	Capitán América: Civil War	USA	14.325.000
4	Batman Vs. Superman: El amanecer de la justicia	USA	12.325.000
5	X-Men: Apocalipsis	USA	7.850.000

La evolución de la asistencia a las salas cinematográficas en India en el periodo 2012-2016 muestra una tendencia descendente entre 2012 y 2014, entre los 2.600 y los 1.900 millones de espectadores, y ascendente hasta superar los 2.000 millones en 2015 y 2016. En China se aprecia una tendencia continua creciente desde los 470 millones de 2012 hasta los 1.370 de 2016 (gráfico 3.1.5).



JAPÓN Y COREA DEL SUR

La asistencia a los cines de Japón en 2016 suma 180,2 millones de espectadores y 2.170 millones de dólares de recaudación. El número total de pantallas cinematográficas asciende a 3.472. La frecuencia de asistencia se sitúa en 1,4 películas por habitante y año y el precio medio de la entrada es de 12 dólares. La cuota de mercado del cine japonés fue del 63,1% (cuadro 3.1.16).

Cuadro 3.1.16
Panorama cinematográfico en Japón

Datos	2014	2015	2016
Población (millones)	127,1	126,7	126,8
PIB-PPA (billones USD)	4,881	4,907	4,932
PIB per capita (USD)	38.400	38.600	38.900
Pantallas	3.364	3.437	3.472
Ingresos (millones USD)	1.700	1.800	2.170
Espectadores cine (millones)	161,1	166,6	180,2
Cuota de mercado cine chino (%)	58,3	55,4	63,1
Producciones (Films+Docs)	1.184	1.136	1.149
Precio entrada (USD)	10,7	10,8	12,0
Asistencia por habitante	1,3	1,3	1,4

El top-10 de películas en Japón en 2016 está liderado por la película nipona *Your name* con 18 millones de espectadores, seguida de la americana *Star Wars VII: El despertar de la fuerza* con 8,9 millones. A continuación se situó la producción japonesa *Shin godzillas* con 6,3 millones de espectadores (cuadro 3.1.17).

De los diez estrenos más populares, seis son japoneses y cuatro estadounidenses (una en coproducción con Japón). La cuota de espectadores del top-10 en 2016 supone el 35,6% del total de espectadores (64,1 millones).

Cuadro 3.1.17
Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2016. Japón

Nº	Título	Origen	Espectadores
1	Your name	Japón	18.026.014
2	Star Wars: El despertar de la fuerza	USA	8.898.240
3	Shin godzillas	Japón	6.312.165
4	Zootrópolis	USA	5.837.796
5	Buscando a Dory	USA	5.225.708
6	Detective Conan: The darkest nightmare	Japón	4.843.152
7	Yo-kai watch 2: Five tales from beyond...	Japón	4.231.064
8	One Piece Film: Gold	Japón	3.963.275
9	Npbunaga concerto	Japón	3.527.161
10	La vida secreta de tus mascotas	USA, Japón	3.244.070

La asistencia a los cines de Corea del Sur suma 217 millones de espectadores y 1.450 millones de dólares de recaudación en 2016. El número de pantallas cinematográficas asciende a 2.492. La frecuencia de asistencia se sitúa en 4,3 películas por habitante y año y el precio medio de la entrada es de 6,7 dólares. La cuota de mercado del cine coreano fue del 53,7% (cuadro 3.1.18).

Cuadro 3.1.18
Panorama cinematográfico en Corea del Sur

Datos	2014	2015	2016
Población (millones)	50,4	50,6	50,8
PIB-PPA (billones USD)	1,830	1,878	1,929
PIB per capita (USD)	36.300	37.100	37.900
Pantallas	2.381	2.492	2.492
Ingresos cine (millones USD)	1.490	1.370	1.450
Espectadores cine (millones)	215,1	217,3	217,0
Espectadores cine nacional (%)	50,1	52,2	53,7
Producciones (Films+Docs)	248	269	339
Precio entrada (USD)	6,9	6,3	6,7
Asistencia por habitante	4,3	4,3	4,3

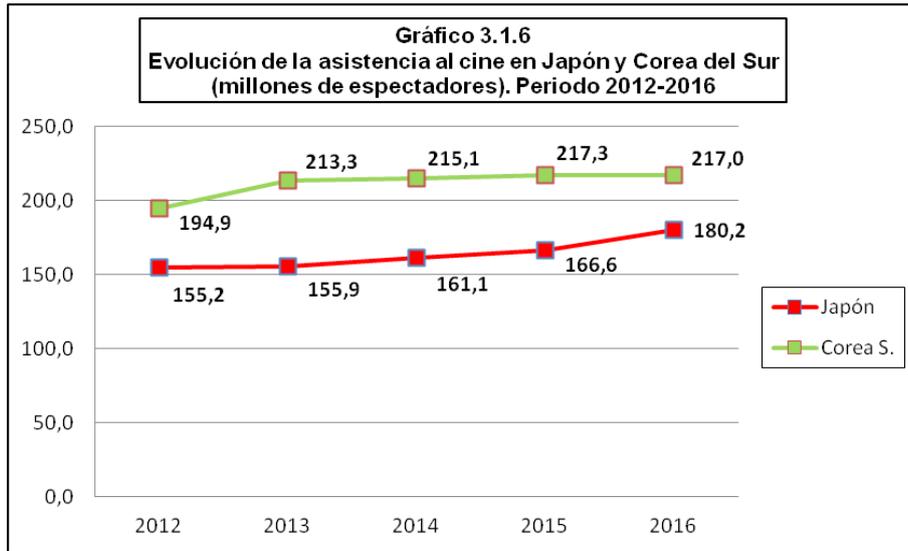
El top-10 cinematográfico en Corea del Sur en 2016 está liderado por las producciones coreanas *Invasión Zombie*, con 11,6 millones de espectadores, y *A violent prosecutor* con 9,7 millones. A continuación se sitúa la obra americana *Capitán América: Civil War* con 8,7 millones (cuadro 3.1.19).

De los diez estrenos del ranking, ocho son coreanos y dos estadounidenses. La cuota de mercado del top-10 en 2016 supuso el 35,3% del total de espectadores (76,6 millones).

Cuadro 3.1.19
Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2016. Corea del Sur

Nº	Título original	Origen	Espectadores
1	Invasión Zombie	Corea	11.565.479
2	A violent prosecutor	Corea	9.707.581
3	Capitán América: Civil War	USA	8.677.249
4	El imperio de las sombras	Corea	7.500.420
5	Tunnel	Corea	7.120.508
6	Operación Chromite	Corea	7.049.643
7	Luck-Key	Corea	6.975.291
8	El extraño	Corea	6.879.908
9	The last Princess	Corea	5.599.229
10	Doctor Strange	USA	5.446.241

La evolución de la asistencia a las salas cinematográficas en Corea y Japón sigue una línea progresiva ascendente en ambos países durante el periodo 2012-2016. En Corea del Sur hubo un aumento de 22,1 millones de espectadores entre 2012 y 2016, pasando de los 194,9 millones de 2012 a los 217 millones de 2016. En Japón, el aumento fue de 25 millones espectadores en dicho periodo, desde los 155,2 millones de 2012 a los 180,2 de 2016 (gráfico 3.1.6).



EL CINE IBEROAMERICANO EN EUROPA

DATOS TOTALES

El Panorama Audiovisual 2016 incluye un análisis del top-10 iberoamericano en los principales mercados europeos a partir de la información suministrada por ComScore-Rentrak. Los mercados analizados son: Alemania, Austria, Francia, Italia, Países Bajos, Reino Unido, Rusia y Turquía (cuadro 3.2.1).

Esta muestra abarca un total de 80 estrenos, se corresponde con 37 títulos, suma una asistencia de 6,6 millones de espectadores y 46,6 millones de dólares de recaudación. El porcentaje de coproducción se sitúa en el 65% (24 títulos) y solo un tercio se realizan entre países iberoamericanos (cuadro 3.2.1).

Cuadro 3.2.1

Muestra de estrenos iberoamericanos en mercados europeos. Año 2016

Mercados Analizados	8	Número de títulos muestra	37
Nº estrenos top-10	80	Número de coproducciones	24
Espectadores top-10	6.658.583	Coproducciones internacionales	16
Ingresos top-10 (\$)	46.654.475	Coproducciones iberoamericanas	8

El número total de estrenos iberoamericanos en los países de la muestra asciende a 233, siendo Francia (65), Italia (42) y Alemania (36) los que estrenaron un mayor número de producciones en 2016 (cuadro 3.2.2). Los países con un mayor número de espectadores consumidores de cine iberoamericano son Francia (2,4 millones), Italia (1,9 millones) y Alemania (1,1 millones)

Cuadro 3.2.2

Distribución de los estrenos iberoamericanos por mercados europeos. Año 2016

Nº	País de estreno	Estrenos totales	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Alemania	36	1.114.631	8.954.595
2	Austria	22	167.908	1.433.613
3	Francia	65	2.402.031	16.665.682
4	Italia	42	1.916.452	12.282.873
5	Países Bajos	13	276.694	2.573.254
6	Reino Unido	28	940.075	9.306.743
7	Rusia	10	786.489	2.527.334
8	Turquía	17	190.718	830.432
	Total	233	7.794.998	54.574.526

El mayor volumen de asistencia y recaudación acumulados por el top-10 de estos ocho mercados también se produjo en Francia (1,7 millones de espectadores y 12,1 millones de dólares), Italia (1,5 millones de espectadores y 10,1 millones de dólares) y Alemania (un millón de espectadores y 8,3 millones de dólares), si bien las cifras son más parejas que en la muestra total (cuadro 3.2.3).

Cuadro 3.2.3

Espectadores e ingresos del top-10 de los estrenos iberoamericanos por mercados europeos. Año 2016

Nº	País de estreno	Estrenos Top-10	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Alemania	10	1.034.616	8.330.924
2	Austria	10	151.116	1.289.566
3	Francia	10	1.763.737	12.101.101
4	Italia	10	1.572.447	10.174.581
5	Países Bajos	10	265.501	2.469.156
6	Reino Unido	10	907.189	8.981.171
7	Rusia	10	786.489	2.527.334
8	Turquía	10	177.488	780.641
Total		80	6.658.583	46.654.475

El mayor número de estrenos iberoamericanos presentes en el top-10 de los mercados analizados provino de España (17), acumulando un total de 3,6 millones de espectadores y con representación en todos los países (cuadro 3.2.4).

Los siguientes países iberoamericanos en número de estrenos son: México con cinco (849.175 espectadores) y las coproducciones entre Argentina y España con cuatro estrenos (1,1 millones de espectadores). Brasil y Chile suman tres títulos cada uno en la muestra. Colombia cuenta con dos estrenos (uno en coproducción con Argentina y otro con Chile)

Cuadro 3.2.4

Distribución de los títulos iberoamericanos del top-10 de mercados europeos por países de origen. Año 2016

Nº	País de origen	Nº títulos IB	Espectadores totales	Mercados de estreno
1	Argentina	3	136.090	AL-AT-PB-UK
2	Argentina, España	4	1.139.896	AL-AT-FR-IT-PB-RU-UK
3	Brasil	3	719.234	AL-FR-IT-UK
4	Chile	3	86.965	FR-TQ-UK
5	Chile, España	2	137.472	IT-PB-UK
6	España	17	3.589.751	AL-AT-FR-IT-PB-RU-TQ-UK
7	México	5	849.175	AL-AT-FR-IT-PB-RU-TQ-UK
Total		37	6.658.583	

El número total de títulos de estrenos iberoamericanos de la muestra suma 37. Los cuatro títulos con más éxito acumulado son la película española *Julieta*, con 1,5 millones de espectadores; la coproducción hispano-argentina *Tini – El gran cambio de Violetta*, con 754.667; la película de animación española *Atrapa la bandera*, con 658.620 espectadores, y la coproducción mexicana *Esperando al Rey* con 488.868 (cuadro 3.2.5).

Cuadro 3.2.5

Títulos iberoamericanos presentes en el top-10 de los mercados europeos. Año 2016

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Julieta	ES	1.523.600	10.878.016
2	Tini - El gran cambio de Violetta	AR, ES	754.667	5.473.411
3	Atrapa la bandera	ES	658.620	5.059.929
4	Esperando al Rey	ME, AL, FR, UK	488.868	3.936.363
5	La bruja	BR, UK, US	479.097	4.048.285
6	Ozzy	ES, CA	360.078	1.082.250
7	Mine	ES, IT, US	250.577	1.555.689
8	Escobar: Paraíso perdido	ES, FR, BE	200.930	1.317.542
9	El Clan	ES, AR	186.488	1.446.980
10	Aquarius	BR, FR	171.605	1.227.185
11	Un gallo con muchos huevos	ME	131.071	764.982
12	Truman	ES, AR	130.905	938.854
13	Neruda	ES, AR, CL	129.017	793.764
14	Mi panadería en Brooklyn	ES, US	116.169	616.566
15	El olivo	ES, AL	106.836	843.614
16	Desierto	ME, FR	100.193	716.502
17	Un día perfecto	ES	82.370	501.042
18	Don Gato y su Pandilla 2	ME	82.162	680.204
19	Regresión	ES, CA	75.738	236.099
20	Poesía sin fin	CL, FR, UK	74.650	533.839
21	El Bosco - El jardín de los sueños	ES	71.155	508.845
22	Bach in Brazil	BR, AL	68.532	539.298
23	Francisco, el Padre Jorge	ES, AR	67.836	485.110
24	Un tango más	AR, AL, IT	60.942	508.642
25	El abrazo de la serpiente	AR, CO, VE	56.351	546.736
26	Kiki, el amor se hace	ES	54.053	355.699
27	El americano	ME	46.881	130.855
28	En el corazón del mar	ES, CA, UK, US	45.736	238.052
29	Tierra de María	ES	27.154	239.369
30	El ídolo	AR, UK	18.797	178.377
31	Los 33	CL, CO, US	8.814	87.262
32	El botón de Nácar	CL, ES, FR	8.455	83.705
33	Summer Camp	ES, US	7.491	27.463
34	La isla mínima	ES	4.843	42.162
35	El Club	CL	3.501	12.227
36	Palmeras en la Nieve	ES	3.160	16.439
37	Incidencias	ES	1.241	3.118
Total			6.658.583	46.654.475

La distribución de los 37 títulos iberoamericanos presentes en los top-10 de los mercados analizados pone de manifiesto que la producción española *Julieta* fue la más popular, estando presente en el top-10 de los ocho países de la muestra y con dos primeros puestos (Francia e Italia) y dos segundos (Países Bajos y Reino Unido).

En cuanto al resto, *Esperando al Rey* aparece en seis mercados con dos segundos puestos (Alemania y Turquía). *Atrapa la bandera* (top-1 en Países Bajos y Reino Unido) y *El Clan* y *Tini – El gran cambio de Violetta* (top-1 en Alemania y Austria) se encuentran en los ranking de cinco países. Por último, hay que señalar que hay 19 títulos presentes en un solo mercado (cuadro 3.2.6).

Cuadro 3.2.6

Posición de los títulos iberoamericanos en el top-10 de los mercados europeos. Año 2016

Nº	Título	Mercados	AL	AT	FR	IT	PB	UK	RU	TQ
1	Julieta	8	5º	4º	1º	1º	2º	2º	5º	4º
2	Esperando al Rey	6	2º	5º	*	*	4º	4º	3º	2
3	Atrapa la bandera	5	3º	3º	*	*	1º	1º	2º	*
4	El Clan	5	10º	*	5º	*	5º	7º	9º	*
5	Tini - El gran cambio de Violetta	5	1º	1º	2º	2º	3º	*	*	*
6	La bruja	4	4º	*	4º	8º	*	3º	*	*
7	Truman	4	9º	8º	*	9º	6º	*	*	*
8	El abrazo de la serpiente	3	*	9º	*	*	9º	6º	*	*
9	El olivo	3	6º	6º	*	*	10º	*	*	*
10	Don Gato y su Pandilla 2	2	*	*	*	*	*	5º	*	5º
11	El americano	2	*	*	*	*	*	*	6º	6º
12	El ídolo	2	*	*	*	*	8º	10º	*	*
13	Kiki, el amor se hace	2	*	*	*	10º	*	*	8º	*
14	Mi panadería en Brooklyn	2	*	*	*	7º	*	*	*	8º
15	Neruda	2	*	*	*	5º	7º	*	*	*
16	Un gallo con muchos huevos	2	*	*	*	6º	*	*	*	3º
17	Un día perfecto	2	*	*	10º	*	*	*	*	9º
18	Un tango más	2	8º	7º	*	*	*	*	*	*
19	Aquarius	1	*	*	3º	*	*	*	*	*
20	Bach in Brazil	1	7º	*	*	*	*	*	*	*
21	Desierto	1	*	*	6º	*	*	*	*	*
22	El Bosco - El jardín de los sueños	1	*	*	8º	*	*	*	*	*
23	El botón de Nacar	1	*	*	*	*	*	9º	*	*
24	El Club	1	*	*	*	*	*	*	*	10º
25	En el corazón del mar	1	*	*	*	*	*	*	*	1º
26	Escobar: Paraíso perdido	1	*	*	*	4º	*	*	*	*
27	Francisco, el Padre Jorge	1	*	*	9º	*	*	*	*	*
28	Incidencias	1	*	*	*	*	*	*	10º	*
29	La isla mínima	1	*	10º	*	*	*	*	*	*
30	Los 33	1	*	*	*	*	*	8º	*	*
31	Mine	1	*	*	*	3º	*	*	*	*
32	Ozzy	1	*	*	*	*	*	*	1º	*
33	Palmeras en la Nieve	1	*	*	*	*	*	*	7º	*
34	Poesía sin fin	1	*	*	7º	*	*	*	*	*
35	Regresión	1	*	*	*	*	*	*	4º	*
36	Summer Camp	1	*	*	*	*	*	*	*	7º
37	Tierra de María	1	*	2º	*	*	*	*	*	*

ALEMANIA

La asistencia a los cines de Alemania en 2016 suma 121,1 millones de espectadores y 1.130 millones de dólares de recaudación. El número total de pantallas cinematográficas asciende a 4.739. La frecuencia de asistencia se sitúa en 1,5 películas por habitante y año y el precio medio de la entrada es de 9,3 dólares. La cuota de mercado del cine nacional representa el 22,7% (cuadro 3.2.7).

Cuadro 3.2.7
Panorama cinematográfico en Alemania

Datos	2014	2015	2016
Población (millones)	80,8	81,2	82,2
PIB-PPA (billones USD)	3,785	3,842	3,979
PIB per capita (USD)	46.700	47.400	48.200
Número de pantallas	4.637	4.692	4.739
Ingresos cine (millones USD)	1.300	1.290	1.130
Espectadores cine (millones)	121,7	139,2	121,1
Cuota de cine nacional (%)	26,7	27,5	22,7
Producciones (Films+Docs)	234	236	256
Precio entrada (USD)	10,7	9,3	9,3
Asistencia por habitante	1,5	1,7	1,5

El top-10 de películas en Alemania en 2016 está liderado por la producción estadounidense *Zootrópolis* y la coproducción entre Estados Unidos y Japón *La vida secreta de tus mascotas* con 3,8 millones de espectadores. A continuación se sitúan las también producciones americanas *Buscando a Dory* con 3,7 millones y *Star Wars VII: El despertar de la fuerza* con 3,4 millones (cuadro 3.2.8).

Del *ranking* de estrenos de 2016, nueve fueron estadounidenses (uno en coproducción con Japón y uno en coproducción con Reino Unido) y uno alemán. La cuota de mercado del top-10 supuso el 27,2% del total de espectadores (32,9 millones).

Cuadro 3.2.8
Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2016. Alemania

Nº	Título original	Origen	Espectadores
1	Zootrópolis	USA	3.831.921
2	La vida secreta de tus mascotas	USA, Japón	3.816.088
3	Buscando a Dory	USA	3.789.985
4	Star Wars Episodio VII: El despertar de la fuerza	USA	3.397.099
5	Rogue One: Una historia de Star Wars	USA	3.362.768
6	Animales fantásticos y donde encontrarlos	R. Unido, USA	3.146.764
7	Willkommen bei den Hartmanns	Alemania	3.079.425
8	Ice Age: el gran cataclismo	USA	2.913.737
9	El renacido	USA	2.826.169
10	Deadpool	USA	2.711.055

Dentro del *ranking* de estrenos iberoamericanos en Alemania, en primer lugar hay que destacar la coproducción hispano-argentina *Tini – El gran cambio de Violetta* con 263.318 espectadores y casi 2 millones de dólares de recaudación. A continuación se situaron la coproducción mexicana *Esperando al Rey* con más de 207.616 espectadores y la película española *Atrapa la bandera* con 105.831 espectadores (cuadro 3.2.9).

Cuadro 3.2.9

Ranking de estrenos Iberoamericanos. Año 2016. Alemania

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Tini - El gran cambio de Violetta	Argentina, España	263.318	1.968.191
2	Esperando al Rey	México, UK, USA	207.616	1.824.318
3	Atrapa la bandera	España	105.831	800.537
4	La bruja	Brasil, UK, USA	93.411	849.336
5	Julieta	España	87.995	730.792
6	El olivo	España, Alemania	86.008	660.679
7	Bach in Brazil	Brasil, Alemania	68.532	539.298
8	Un tango más	Argentina, Alemania	50.226	416.995
9	Truman	Argentina, España	36.568	278.551
10	El Clan	Argentina, España	35.111	262.228

AUSTRIA

La asistencia a los cines de Austria en 2016 suma 15,1 millones de espectadores y 148 millones de dólares de recaudación. El número total de pantallas cinematográficas asciende a 556. La frecuencia de asistencia se sitúa en 1,7 películas por habitante y año y el precio medio de la entrada es de 9,8 dólares. La cuota de mercado del cine nacional representa el 4,9% (cuadro 3.2.10).

Cuadro 3.2.10

Panorama cinematográfico en Austria

Datos	2014	2015	2016
Población (millones)	8,5	8,6	8,7
PIB-PPA (billones USD)	0,400	0,403	0,415
PIB per capita (USD)	47.100	47.500	47.900
Número de pantallas	556	557	556
Ingresos cine (millones USD)	157	152	148
Espectadores cine (millones)	14,1	15,9	15,1
Cuota de cine nacional (%)	4,6	5,3	4,9
Producciones (Films+Docs)	44	40	44
Precio entrada (USD)	11,1	9,5	9,8
Asistencia por habitante	1,7	1,9	1,7

El top-10 de películas en Austria en 2016 está liderado por la producción de animación estadounidense *La vida secreta de tus mascotas*, con 538.988 espectadores, y por la también americana *Buscando a Dory* con 479.255. A continuación se situó *Ice Age: el gran cataclismo* con 438.472 (cuadro 3.2.11).

Del top-10 de los estrenos, todos son estadounidenses (uno en coproducción con Japón y otro en coproducción con Reino Unido). La cuota de mercado del top-10 en 2016 supuso el 25,2% del total de espectadores (3,8 millones).

Cuadro 3.2.11

Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2016. Austria

Nº	Título original	Origen	Espectadores
1	La vida secreta de tus mascotas	USA, Japón	538.988
2	Buscando a Dory	USA	479.255
3	Ice Age: el gran cataclismo	USA	438.472
4	Zootrópolis	USA	397.066
5	El renacido	USA	352.216
6	Deadpool	USA	334.421
7	Rogue One: Una historia de Star Wars	USA	329.993
8	Malas madres	USA	312.669
9	Animales fantásticos y donde encontrarlos	R. Unido, USA	294.454
10	Mi abuelo es un peligro	USA	289.590

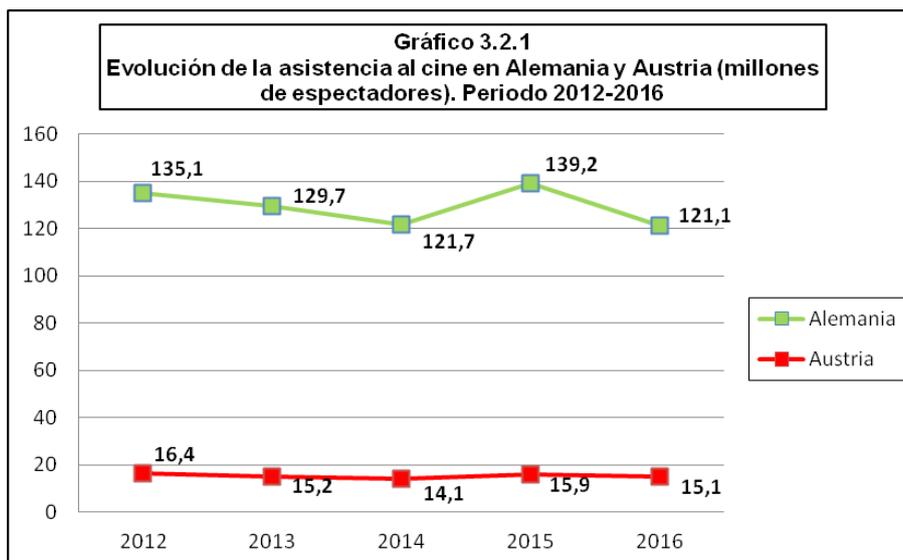
Dentro del *ranking* de estrenos iberoamericanos en Austria, en primer lugar cabe destacar la coproducción hispano-argentina *Tini – El gran cambio de Violetta* con 38.219 espectadores, seguida de la película española *Tierra de María* con 27.154 espectadores (cuadro 3.2.12).

Cuadro 3.2.12

Ranking de estrenos Iberoamericanos. Año 2016. Austria

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Tini - El gran cambio de Violetta	Argentina, España	38.219	315.663
2	Tierra de María	España	27.154	239.369
3	Atrapa la bandera	España	18.946	154.445
4	Julieta	España	13.468	117.669
5	Esperando al Rey	México, UK, USA	12.320	110.977
6	El olivo	España, Alemania	11.036	91.868
7	Un tango más	Argentina, Alemania	10.716	91.647
8	Truman	Argentina, España	7.636	63.258
9	El abrazo de la serpiente	Argentina, Colombia	6.778	62.508
10	La isla mínima	España	4.843	42.162

La evolución de la asistencia a los cines en Alemania fue descendente en los tres primeros años, desde los 135,1 millones de 2012 hasta los 121,7 de 2014 e irregular los dos siguientes, con un pico de 139,2 millones en 2015 y un nuevo descenso a 121,1 millones en 2016. Por su parte, Austria sigue una evolución más estable y se mantiene en un rango comprendido entre 16,4 millones (2012) y 14,1 (2014) (gráfico 3.2.1).



FRANCIA

La asistencia a los cines de Francia en 2016 suma 213,1 millones de espectadores y 1.540 millones de dólares de recaudación. El número de pantallas cinematográficas asciende a 5.842. La frecuencia de asistencia se sitúa en 3,2 películas por habitante y año y el precio medio de la entrada es de 7,2 dólares. La cuota de mercado del cine nacional representa el 35,8% (cuadro 3.2.13).

Cuadro 3.2.13
Panorama cinematográfico en Francia

Datos	2014	2015	2016
Población (millones)	65,8	66,4	66,7
PIB-PPA (billones USD)	2,617	2,647	2,737
PIB per capita (USD)	41.700	42.000	42.400
Número de pantallas	5.653	5.741	5.842
Ingresos cine (millones USD)	1.770	1.480	1.540
Espectadores cine (millones)	209,0	205,3	213,1
Cuota de cine nacional (%)	44,4	35,5	35,8
Producciones (Films+Docs)	258	300	283
Precio entrada (USD)	8,5	7,2	7,2
Asistencia por habitante	3,2	3,1	3,2

El top-10 de películas en Francia en 2016 está liderado por la estadounidense *Zootrópolis* con 4,8 millones de espectadores, la francesa *Les tuche 2 – Le reve americain* con 4,6 millones y la producción americana *Vaiana* con 3,8 millones de espectadores (cuadro 3.2.14).

De los diez primeros estrenos, nueve fueron estadounidenses y uno francés. La cuota de mercado del top-10 en 2016 supuso el 18,3% del total de espectadores (39 millones).

Cuadro 3.2.14

Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2016. Francia

Nº	Título	Origen	Espectadores
1	Zootrópolis	USA	4.843.529
2	Les tuche 2 - Le rêve américain	Francia	4.619.884
3	Vaiana (Moana)	USA	3.855.391
4	El renacido	USA	3.845.641
5	Deadpool	USA	3.763.642
6	La vida secreta de tus mascotas	USA, Japón	3.745.575
7	El libro de la selva	USA, R. Unido	3.717.982
8	Animales fantásticos y donde encontrarlos	R. Unido, USA	3.654.457
9	Ice Age: el gran cataclismo	USA	3.498.421
10	Buscando a Dory	USA	3.434.392

Dentro del *ranking* de estrenos iberoamericanos en Francia, en primer lugar cabe destacar la presencia de la película española *Julieta* con 774.065 espectadores y 5,2 millones de dólares de recaudación. A continuación se sitúa la coproducción hispano-argentina *Tini – El gran cambio de Violetta* con 189.243 espectadores y casi 1,3 millones de recaudación (cuadro 3.2.15).

Cuadro 3.2.15

Ranking de estrenos Iberoamericanos. Año 2016. Francia

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Julieta	España	774.065	5.184.584
2	Tini - El gran cambio de Violetta	Argentina, España	189.243	1.298.118
3	Aquarius	Brasil, Francia	171.605	1.227.185
4	La bruja	Brasil, UK, USA	130.098	897.235
5	El Clan	Argentina, España	106.917	764.587
6	Desierto	México, Francia	100.193	716.502
7	Un día perfecto	España	77.975	485.096
8	Poesía sin fin	Chile, Francia, UK	74.650	533.839
9	El Bosco - El jardín de los sueños	España	71.155	508.845
10	Francisco, el Padre Jorge	Argentina, España	67.836	485.110

ITALIA

La asistencia a los cines de Italia en 2016 suma 112,5 millones de espectadores y 762 millones de dólares de recaudación. La frecuencia de asistencia se sitúa en 1,9 películas por habitante y año y el precio medio de la entrada es de 6,8 dólares. La cuota de mercado del cine nacional representa el 29,1% (cuadro 3.2.16).

Cuadro 3.2.16

Panorama cinematográfico en Italia

Datos	2014	2015	2016
Población (millones)	60,8	60,8	60,8
PIB-PPA (billones USD)	2,187	2,204	2,221
PIB per capita (USD)	36.000	36.300	36.300
Número de pantallas	3.852	4.874	4.936

Ingresos cine (millones USD)	798	738	762
Espectadores cine (millones)	99,3	107,0	112,5
Cuota de cine nacional (%)	27,8	21,3	29,1
Producciones (Films+Docs)	201	186	224
Precio entrada (USD)	8,0	6,9	6,8
Asistencia por habitante	1,6	1,8	1,9

El top-10 de películas en Italia en 2016 está liderado por las italianas *Quo Vado?* con 4 millones de espectadores y *Perfetti sconosciuti* con 3,5 millones y la producción americana *Buscando a Dory* con 2,8 millones de espectadores (cuadro 3.2.17).

Del ranking de estrenos, ocho son estadounidenses (uno en coproducción con Reino Unido, uno en coproducción con Japón y otro con Hungría) y dos italianos. La cuota de mercado del top-10 en 2016 supone el 24,7% del total de espectadores (27,8 millones).

Cuadro 3.2.17

Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2016. Italia

Nº	Título original	Origen	Espectadores
1	Quo vado?	Italia	4.062.788
2	Perfetti sconosciuti (Perfect strangers)	Italia	3.568.348
3	Buscando a Dory	USA	2.832.587
4	La vida secreta de tus mascotas	USA, Japón	2.814.462
5	Animales fantásticos y donde encontrarlos	R. Unido, USA	2.696.055
6	El renacido	USA	2.629.969
7	Inferno	USA, Hungría	2.416.987
8	Escuadrón suicida	USA	2.353.256
9	Zootrópolis	USA	2.310.509
10	Capitán América: Civil War	USA	2.104.996

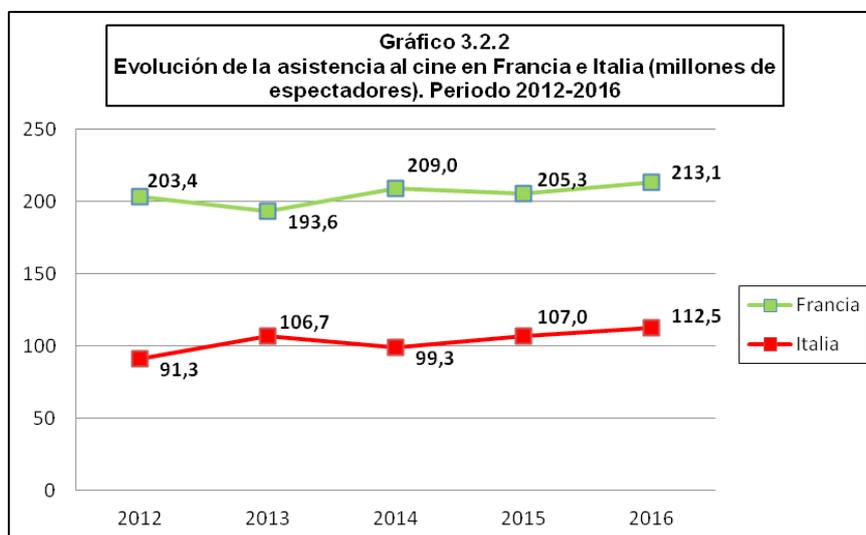
Dentro del ranking de estrenos iberoamericanos en Italia, cabe destacar la presencia de la película española *Julieta* con 364.903 espectadores y 2,5 millones de dólares de recaudación. A continuación se sitúa la coproducción *Mine* con 250.577 espectadores y la coproducción hispano-argentina *Tini - El gran cambio de Violetta* con 233.100 espectadores (cuadro 3.2.18).

Cuadro 3.2.18

Ranking de estrenos Iberoamericanos. Año 2016. Italia

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Julieta	España	364.903	2.461.029
2	Mine	España, Italia, USA	250.577	1.555.689
3	Tini - El gran cambio de Violetta	Argentina, España	233.100	1.605.120
4	Escobar: Paraíso perdido	España, Bélgica, Francia	200.930	1.317.542
5	Neruda	Argentina, Chile, España	115.197	665.234
6	Mi panadería en Brooklyn	España, USA	109.158	588.429
7	Un gallo con muchos huevos	México	100.317	657.238
8	La bruja	Brasil, UK, USA	78.511	548.647
9	Truman	Argentina, España	69.298	435.200
10	Kiki, el amor se hace	España	50.456	340.452

La evolución de la asistencia a los cines de Francia e Italia siguió una pauta general bastante estable durante el periodo 2012-2016. En Francia, la asistencia aumentó desde los 203,4 millones de 2012 hasta los 213,1 de 2016, con un mínimo de 193,6 millones en 2013. En Italia se pasó desde los 91,3 millones de 2012 hasta los 112,5 millones de 2016 (gráfico 3.2.2).



PAÍSES BAJOS

La asistencia a los cines de Países Bajos en 2016 suma 34,2 millones de espectadores y 318 millones de dólares de recaudación. El número total de pantallas cinematográficas asciende a 888. La frecuencia de asistencia se sitúa en 2 películas por habitante y año y el precio medio de la entrada es de 9,3 dólares. La cuota de pantalla del cine nacional representa el 12,3% (cuadro 3.2.19).

Cuadro 3.2.19

Panorama cinematográfico en Países Bajos

Datos	2014	2015	2016
Población (millones)	16,8	16,9	17,0
PIB-PPA (billones USD)	0,835	0,851	0,865
PIB per capita (USD)	49.500	50.300	50.800
Número de pantallas	741	888	888
Ingresos cine (millones USD)	332	306	318
Espectadores cine (millones)	30,8	33,0	34,2
Cuota de cine nacional (%)	20,8	18,7	12,3
Producciones (Films+Docs)	84	82	80
Precio entrada (USD)	10,8	9,3	9,3
Asistencia por habitante	1,8	1,9	2,0

El top-10 de películas en Países Bajos en 2016 está liderado por la coproducción anglo-americana *Bridget Jones's baby* con 1,2 millones de espectadores, seguida de las obras estadounidenses *Buscando a Dory* y *La vida secreta de tus mascotas*, ambas con más de un millón de espectadores (cuadro 3.2.20).

De los diez primeros estrenos, todos son estadounidenses (tres en coproducción con Reino Unido, uno en coproducción con China, otro con Hungría, otro con Japón). La cuota de mercado del top-10 en 2016 supone el 24% del total de espectadores (8,2 millones).

Cuadro 3.2.20
Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2016. Países Bajos

Nº	Título original	Origen	Espectadores
1	Bridget Jones's baby	R. Unido, Francia, USA	1.196.748
2	Buscando a Dory	USA	1.082.779
3	La vida secreta de tus mascotas	USA, Japón	1.024.205
4	El libro de la selva	USA, R. Unido	967.434
5	Animales fantásticos y donde encontrarlos	R. Unido, USA	830.810
6	El renacido	USA	725.565
7	Zootrópolis	USA	675.501
8	Escuadrón suicida	USA	574.072
9	Jason Bourne	USA, China	565.104
10	Inferno	USA, Hungría	562.382

Dentro del *ranking* de estrenos iberoamericanos en Países Bajos, hay que mencionar en primer lugar a la película española *Atrapa la bandera* con 86.318 espectadores y 802.761 dólares de recaudación, seguida de *Julieta* (España) y *Tini - El gran cambio de Violetta* (Argentina, España) con más de 30.000 espectadores cada una (cuadro 3.2.21).

Cuadro 3.2.21
Ranking de estrenos Iberoamericanos. Año 2016. Países Bajos

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Atrapa la bandera	España	86.318	802.761
2	Julieta	España	30.807	286.505
3	Tini - El gran cambio de Violetta	Argentina, España	30.787	286.319
4	Esperando al Rey	México, UK, USA	29.740	276.585
5	El Clan	Argentina, España	23.084	214.681
6	Truman	Argentina, España	17.403	161.845
7	Neruda	Argentina, Chile, España	13.820	128.529
8	El ídolo	Argentina, Palestina, UK	12.833	119.347
9	El abrazo de la serpiente	Argentina, Colombia, Venezuela	10.916	101.517
10	El olivo	España, Alemania	9.792	91.067

REINO UNIDO

La asistencia a los cines de Reino Unido en 2016 suma 168,3 millones de espectadores y 1.660 millones de dólares de recaudación. El número total de pantallas cinematográficas asciende a 4.150. La frecuencia de asistencia se sitúa en 2,6 películas por habitante y año y el precio medio de la entrada es de 9,9 dólares. La cuota de mercado del cine británico representa el 34,9% (cuadro 3.2.22).

Cuadro 3.2.22
Panorama cinematográfico en Reino Unido

Datos	2014	2015	2016
Población (millones)	64,3	64,8	65,4
PIB-PPA (billones USD)	2,677	2,737	2,788
PIB per capita (USD)	41.400	42.000	42.500
Número de pantallas	3.909	4.046	4.150

Ingresos cine (millones USD)	1.740	1.900	1.660
Espectadores cine (millones)	157,5	171,9	168,3
Cuota de cine nacional (%)	26,0	44,5	34,9
Producciones (Films+Docs)	223	201	200
Precio entrada (USD)	11,2	11,0	9,9
Asistencia por habitante	2,4	2,7	2,6

El top-10 de películas en Reino Unido en 2016 está liderado por la producción americana *Rogue One: Una historia de Star Wars* y la coproducción británica *Animales fantásticos y dónde encontrarlos*, ambas con 6,9 millones de espectadores, seguidas de la coproducción *Bridget Jones's baby* con 6,5 millones de espectadores (cuadro 3.2.23).

El ranking de estrenos estuvo copado por películas estadounidenses (tres en coproducción con Reino Unido y otra con Japón). La cuota de mercado del top-10 en 2016 supone el 34,4% del total de espectadores (57,9 millones).

Cuadro 3.2.23

Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2016. Reino Unido

Nº	Título original	Origen	Espectadores
1	Rogue One: Una historia de Star Wars	USA	6.948.971
2	Animales fantásticos y donde encontrarlos	R. Unido, USA	6.943.691
3	Bridget Jones's baby	R. Unido, Francia, USA	6.583.302
4	El libro de la selva	USA, R. Unido	6.333.484
5	Buscando a Dory	USA	5.884.457
6	Deadpool	USA	5.190.697
7	Capitán América: Civil War	USA	5.068.397
8	Batman V Superman: El amanecer de la justicia	USA	5.019.211
9	La vida secreta de tus mascotas	USA, Japón	4.966.472
10	Star Wars Episodio VII: El despertar de la fuerza	USA	4.921.163

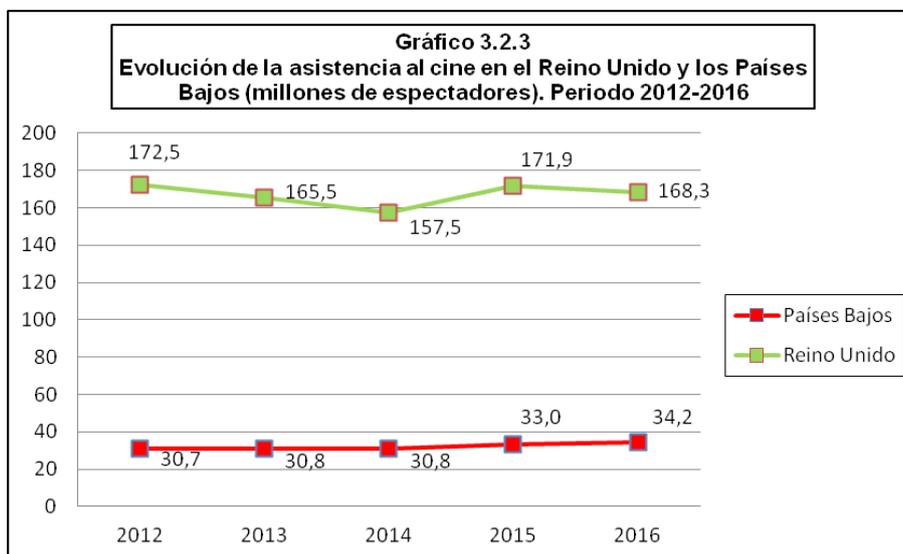
Dentro del *ranking* de estrenos iberoamericanos en Reino Unido, en los dos primeros lugares hay que mencionar las producciones españolas *Atrapa la bandera* con 292.553 espectadores y 2,9 millones de dólares de recaudación y *Julietta* con 174.828 espectadores y 1,7 millones de recaudación. A continuación se sitúan la coproducción brasileña *La bruja*, con 177.077 espectadores, y la coproducción mexicana *Esperando al Rey*, con 119.781 espectadores (cuadro 3.2.24).

Cuadro 3.2.24

Ranking de estrenos Iberoamericanos. Año 2016. Reino Unido

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Atrapa la bandera	España	292.553	2.896.279
2	Julietta	España	174.828	1.730.797
3	La bruja	Brasil, UK, USA	177.077	1.753.067
4	Esperando al Rey	México, UK, USA	119.781	1.185.833
5	Don Gato y su Pandilla 2	México	60.814	602.060
6	El abrazo de la serpiente	Argentina, Colombia	38.658	382.711
7	El Clan	Argentina, España	20.245	200.428
8	Los 33	Chile, Colombia, USA	8.814	87.262
9	El botón de Nacar	Chile, España, Francia	8.455	83.705
10	El ídolo	Argentina, Palestina, UK	5.963	59.031

La evolución de la asistencia a los cines en Reino Unido durante el periodo 2012-2016 estuvo comprendida entre los 172,5 millones de espectadores de 2012 y los 168,3 millones de 2016, con un mínimo de 157,5 millones en 2014. Sin embargo, en los Países Bajos la evolución de la asistencia fue bastante regular y en ligero ascenso, desde los 30,7 millones de espectadores de 2012 hasta los 34,2 millones de 2016 (gráfico 3.2.3).



RUSIA

La asistencia a los cines de Rusia en 2016 suma 194,7 millones de espectadores y 712 millones de dólares de recaudación. El número de pantallas cinematográficas asciende a 4.372. La frecuencia de asistencia se sitúa en 1,4 películas por habitante y año y el precio medio de la entrada es de 3,7 dólares. La cuota de mercado del cine nacional representa el 17,6% del total de espectadores (cuadro 3.2.25).

Cuadro 3.2.25

Panorama cinematográfico en Rusia

Datos	2014	2015	2016
Población (millones)	146,2	146,5	143,4
PIB-PPA (billones USD)	3,92	3,77	3,74
PIB per capita (USD)	27.300	26.300	26.100
Número de pantallas	3.829	4.021	4.372
Ingresos (millones USD)	1.150	728	712
Espectadores (millones)	176,1	174,1	194,7
Cuota de cine nacional (%)	18,7	17,4	17,6
Producciones (Films+Docs)	123	121	130
Precio entrada (USD)	6,5	4,2	3,7
Asistencia por habitante	1,2	1,2	1,4

El top-10 de películas en Rusia en 2016 está liderado por la coproducción de Estados Unidos con Japón *La vida secreta de tus mascotas* con 9,5 millones de espectadores, seguida por las producciones americanas *Zootrópolis*, con 9,4 millones, y *Deadpool*, con 6,8 millones de espectadores (cuadro 3.2.26).

Los estrenos del ranking proceden en su totalidad de Estados Unidos. La cuota de mercado del top-10 en 2016 supuso el 32,5% del total de espectadores (63,2 millones).

Cuadro 3.2.26
Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2016. Rusia

Nº	Título original	Origen	Espectadores
1	La vida secreta de tus mascotas	USA, Japón	9.514.702
2	Zootrópolis	USA	9.388.485
3	Deadpool	USA	6.784.778
4	Escuadrón suicida	USA	6.334.247
5	Warcraft: el origen	USA	5.523.747
6	Ekípazh (The crew)	Rusia	5.383.436
7	El libro de la selva	USA, R. Unido	5.294.908
8	Animales fantásticos y donde encontrarlos	R. Unido, USA	5.271.671
9	Doctor Strange	USA	5.155.548
10	Ice Age: el gran cataclismo	USA	4.578.013

Respecto al *ranking* de estrenos iberoamericanos en Rusia, hay que señalar que en primer lugar se encuentra la coproducción España-Canadá *Ozzy* con 360.000 espectadores y 1,1 millones de dólares de recaudación. A continuación, pero a bastante distancia, aparece la película de animación española *Atrapa la bandera* con 154.971 espectadores y la coproducción entre México, Reino Unido y USA *Esperando al Rey* con 91.424 espectadores (cuadro 3.2.27).

Cuadro 3.2.27
Ranking de estrenos Iberoamericanos. Año 2016. Rusia

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Ozzy	España, Canadá	360.078	1.082.250
2	Atrapa la bandera	España	154.971	405.906
3	Esperando al Rey	México, UK, USA	91.424	401.202
4	Regresión	España, Canadá	75.738	236.099
5	Julieta	España	59.399	271.665
6	El americano	México	35.750	90.350
7	Kiki, el amor se hace	España	3.597	15.247
8	Palmeras en la nieve	España	3.160	16.439
9	El Clan	Argentina, España	1.131	5.057
10	Incidencias	España	1.241	3.118

TURQUÍA

La asistencia a los cines de Turquía en 2016 suma 58,3 millones de espectadores y 230 millones de dólares de recaudación. El número total de pantallas cinematográficas asciende a 2.826. La frecuencia de asistencia se sitúa en 0,7 películas por habitante y año y el precio medio de la entrada es de 3,9 dólares. La cuota de mercado del cine nacional representa el 53,4% del total de espectadores (cuadro 3.2.28).

Cuadro 3.2.28
Panorama cinematográfico en Turquía

Datos	2014	2015	2016
Población (millones)	76,7	77,7	78,7
PIB-PPA (billones USD)	1,550	1,617	1,670
PIB per capita (USD)	19.900	20.500	21.100
Número de pantallas	2.483	2.648	2.826
Ingresos cine (millones USD)	300	251	230
Espectadores cine (millones)	61,4	60,5	58,3
Cuota de cine nacional (%)	59,3	56,8	53,4
Producciones (Films+Docs)	108	137	138
Precio entrada (USD)	4,9	4,2	3,9
Asistencia por habitante	0,8	0,8	0,7

El top-10 de películas en Turquía en 2016 está liderado por las producciones turcas *Dag 2 (The mountain 2)* con 2,9 millones de espectadores, *Kardesim Benim* con 2,1 millones y *Dedemin Fisi* con 2 millones. La única película no nacional presente en el ranking es *Batman Vs. Superman: el amanecer de la justicia*, con 1,4 millones de espectadores (cuadro 3.2.29).

La cuota de mercado del top-10 en 2016 supuso el 29,8% del total de espectadores (17,4 millones).

Cuadro 3.2.29
Ranking de estrenos cinematográfico. Año 2016. Turquía

Nº	Título original	Origen	Espectadores
1	Dag 2 (The mountain 2)	Turquía	2.859.173
2	Kardesim Benim	Turquía	2.070.008
3	Dedemin Fisi	Turquía	2.015.665
4	Osman Pazarlama	Turquía	1.983.777
5	Gorumce	Turquía	1.628.513
6	Batman Vs. Superman: el amanecer de la justicia	USA	1.461.576
7	Kolpaçino 3. Devre	Turquía	1.412.639
8	Ikimizin Yerine	Turquía	1.372.971
9	Kocan Kadar Konus: Dirilis (Husban Factor...)	Turquía	1.332.907
10	Çakallarla dans 4	Turquía	1.311.228

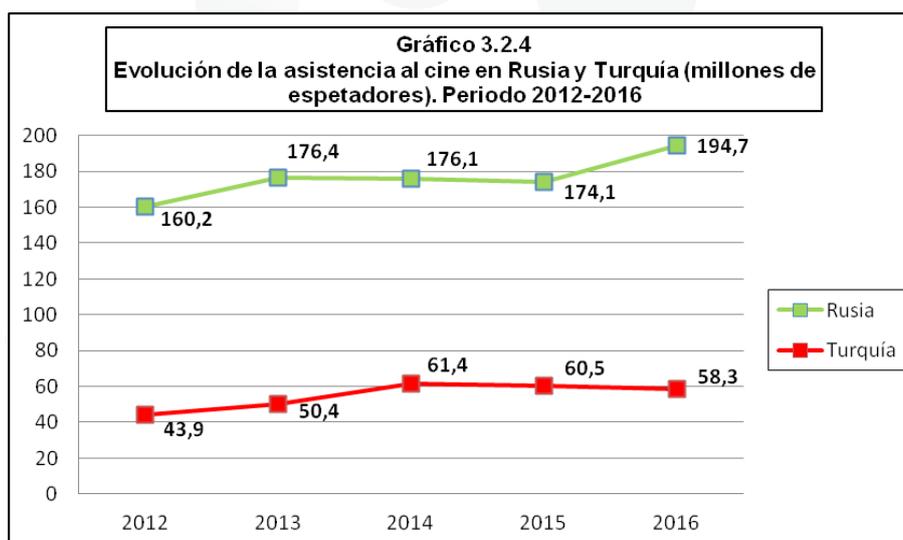
Dentro del ranking de estrenos iberoamericanos en Turquía en 2016, cabe destacar la coproducción española *En el corazón del mar* con 45.736 espectadores y 238.052 dólares de recaudación. A continuación, se sitúa la película mexicana *Un gallo con muchos huevos* con 30.754 espectadores y 107.745 dólares de recaudación (cuadro 3.2.30).

Cuadro 3.2.30

Ranking de estrenos Iberoamericanos. Año 2016. Turquía

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	En el corazón del mar	España, Canadá, UK, USA	45.736	238.052
2	Un gallo con muchos huevos	México	30.754	107.745
3	Esperando al Rey	México, UK, USA	27.987	137.447
4	Don Gato y su Pandilla 2	México	21.347	78.144
5	Julieta	España	18.135	94.976
6	El americano	México	11.131	40.505
7	Summer Camp	España, USA	7.491	27.463
8	Mi panadería en Brooklyn	España, USA	7.011	28.137
9	Un día perfecto	España	4.395	15.945
10	El Club	Chile	3.501	12.227

La evolución de la asistencia al cine en Rusia y Turquía sigue una tendencia ligeramente ascendente en el periodo 2012-2016. En Rusia, se pasaron de los 160,2 millones de espectadores en 2012 a los 194,7 en 2016. Asimismo, en Turquía, la asistencia de espectadores aumentó desde los 43,9 millones en 2012 hasta los 61,4 en 2014 y, posteriormente se produjo una ligera disminución hasta los 58,3 millones en 2016 (gráfico 3.2.4).



EL CINE IBEROAMERICANO EN IBEROAMÉRICA Y USA

IBEROAMÉRICA

La muestra proviene del análisis de los estrenos que forman parte de los top-100 de 20 países iberoamericanos, a partir de la información suministrada por ComScore-Rentrak (en el caso de España se analizan todos los estrenos y la información de República Dominicana de su propio Ministerio de Cultura). Las producciones seleccionadas no se contabilizan en su mercado de origen.

El número total de estrenos de los 20 países incluidos en este estudio suma 65 (solo se contabilizan por país los estrenos iberoamericanos no nacionales). Este número de producciones se corresponde con 45 títulos, acumulan una asistencia de 4,3 millones de espectadores y 14,9 millones de dólares de recaudación. El porcentaje de coproducción se sitúa en el 28,9% (13 títulos) y algo más de la mitad se realizan entre países iberoamericanos (7 títulos).

Cuadro 3.3.1

<i>Muestra de estrenos iberoamericanos en mercados iberoamericanos. Año 2016</i>			
Mercados Analizados	20	Número de títulos de la muestra	45
Nº estrenos de la muestra	65	Número de coproducciones	13
Espectadores totales	4.352.511	Coproducciones internacionales	6
Ingresos totales (\$)	14.859.382	Coproducciones iberoamericanas	7

La distribución de los 65 estrenos iberoamericanos por mercados de estreno refleja que España y Uruguay (12) son los países que más obras iberoamericanas exhibieron, si bien, en el caso de España, como hemos comentado anteriormente, su muestra incluye todas las películas exhibidas en sus salas de cine en 2016. En cuanto al resto de mercados, donde más producciones iberoamericanas se registran dentro del top-100 son Bolivia (6 estrenos) y Ecuador (5 estrenos).

Por espectadores, los mercados que aglutinan una mayor asistencia a producciones iberoamericanas son México (1,9 millones) y Argentina (542.843). Otros mercados con cifras significativas son Perú, con 420.412 espectadores y Uruguay, con 409.132 (cuadro 3.3.2).

Cuadro 3.3.2

Distribución de los estrenos iberoamericanos en Iberoamérica por países. Año 2016

Nº	País estreno	Estrenos	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Argentina	3	542.843	3.156.542
2	Bolivia	6	143.188	823.794
3	Brasil	1	198.537	960.676
4	Chile	3	164.507	745.233
5	Costa Rica	1	27.827	126.960
6	Ecuador	5	155.279	640.159
7	El Salvador	3	13.833	49.730
8	España	12	84.952	564.230
9	Guatemala	2	17.753	74.760
10	Honduras	1	5.103	17.778
11	México	2	1.919.186	4.148.563
12	Nicaragua	2	11.855	46.012
13	Panamá	1	16.442	68.670
14	Paraguay	3	29.440	144.569

15	Perú	3	420.412	1.177.463
16	R. Dominicana	2	12.251	48.351
17	Uruguay	12	409.132	2.065.892
18	Venezuela	3	179.971	*
Total		65	4.352.511	14.859.382

La distribución de los estrenos en los mercados iberoamericanos por países de origen refleja que España (25 estrenos-9 títulos), Argentina (15 estrenos-12 títulos), México (11 estrenos-8 títulos) y Perú (5 estrenos-4 títulos) son los mercados que más obras iberoamericanas no nacionales distribuyeron en los 20 países analizados (cuadro 3.3.3). El país con una mayor presencia en Iberoamérica es España, con presencia en 17 países.

Cuadro 3.3.3

Distribución de los estrenos iberoamericanos en Iberoamérica por países de origen. Año 2016

Nº	País origen	Estrenos	Títulos	Espectadores	Mercados de estreno
1	Argentina	15	12	1.797.617	CL, ES, ME, PG, UG
2	Brasil	2	2	36.575	ES
3	Colombia	2	2	23.730	ES, PG
4	España	25	9	1.840.904	AR, BR, BO, CL, CR, EL, EQ, GU, HN, ME, NI, PA, PE, PG, RD, UG, VE
5	México	11	8	332.396	BO, EQ, ES, GU, NI
6	Panamá	1	1	84.912	VE
7	Perú	5	4	103.834	BO, EQ, RD
8	Portugal	2	2	4.414	ES
9	R. Dominicana	1	1	120.007	PE
10	Venezuela	1	1	8.122	ES
Total		65	42	4.352.511	

Los estrenos iberoamericanos presentes en los top-100 de un mayor número de mercados en 2016 son *Atrapa la bandera* (11 países), *En el corazón del mar* (4 países) y *Julieta* y *El hilo rojo* (3 países).

La película argentina *Un novio para mi mujer* acumuló 1.288.352 millones de espectadores y 2,7 millones de dólares de recaudación en el mercado de México, seguida de la producción española *Summer Camp*, con 730.689 espectadores y 1,7 millones de dólares en los mercados de México y Perú.

En 2016 hubo nueve estrenos iberoamericanos que acumularon más de 100.000 espectadores en la muestra: *Un novio para mi mujer*, *Summer Camp*, *En el corazón del mar*, *Julieta*, *Atrapa la bandera*, *Don gato 2: el inicio de la pandilla*, *El hilo rojo*, *Me casé con un boludo* y *Todos los hombres son iguales* (cuadro 3.3.4).

Cuadro 3.3.4
Distribución de los títulos estrenados en Iberoamérica por espectadores. Año 2016

N°	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)	País de estreno
1	Un novio para mi mujer	Argentina	1.288.352	2.696.605	ME
2	Summer Camp	España	730.689	1.717.783	ME, PE
3	En el corazón del mar	España	467.695	2.415.871	AR, BO, PG, VE
4	Julieta	España	334.560	1.702.937	AR, BR, UG
5	Atrapa la bandera	España	229.968	1.085.776	AR, BO, CL, CR, EL, GU, HN, NI, PA, RD, UG
6	Don gato 2: el inicio de la pandilla	México	228.748	700.806	EQ, PE
7	El hilo rojo	Argentina	153.807	735.326	CL, PG, UG
8	Me casé con un boludo	Argentina	129.272	593.401	UG
9	Todos los hombres son iguales	R. Dominicana	120.007	324.709	PE
10	Gilda, no me arrepiento de este amor	Argentina	94.272	502.666	UG
11	Manos de piedra	Panamá	84.912	*	VE
12	No estamos solos	Perú	58.183	250.275	BO, EQ
13	Al final del túnel	Argentina	43.152	206.988	CL, UG
14	No manches, Frida	México	40.746	189.218	BO, NI
15	Sin muertos no hay carnaval	México	39.155	173.335	EQ
16	Permitidos	Argentina	36.016	199.923	UG
17	El profesor de violín	Brasil	35.539	237.683	ES
18	Tiny, el gran cambio de Violetta	España	24.220	98.425	EQ
19	Locos de amor	Perú	23.885	103.123	EQ
20	Ocho apellidos catalanes	España	20.813	108.761	UG
21	All Roads Lead To Rome	España	18.518	*	VE
22	El abrazo de la serpiente	Colombia	17.161	116.448	ES
23	El ciudadano ilustre	Argentina	16.936	92.405	UG
24	Cementerio general 2	Perú	16.465	88.961	BO
25	Capitán Kóblíc	Argentina	16.372	69.944	UG
26	Treintona, soltera y fantástica	México	11.535	49.554	EL, GU
27	Mortadelo y Filemón contra Jimmy el Cachondo	España	9.566	52.292	BO
28	Desde allá	Venezuela	8.122	55.136	ES
29	Encerrada	Colombia	6.569	27.329	PG
30	Inseparables	Argentina	6.520	34.237	UG
31	La última fiesta	Argentina	6.450	38.466	UG
32	El cascanueces	Perú	5.301	18.977	RD
33	Cantinflas	México	4.992	33.387	ES
34	El pastor	España	4.875	17.058	EL
35	600 Millas	México	3.743	24.675	ES
36	El inventor de Juegos	Argentina	3.323	20.035	ES
37	El espejo de los otros	Argentina	3.145	21.447	ES
38	Las mil y una noches Vol.1: El Inquieto	Portugal	3.096	20.280	ES
39	Eisenstein en Guanajuato	México	1.918	13.706	ES
40	Little Boy	México	1.559	6.026	ES
41	Las mil y una noches Vol.2: El Desolado	Portugal	1.318	8.421	ES
42	El niño y el mundo	Brasil	1.036	6.987	ES
Total			4.352.511	14.859.382	

ARGENTINA

Un total de 15 estrenos argentinos se contabilizaron en los top-100 de los diferentes países iberoamericanos. El mayor número de estrenos tiene lugar en Uruguay (nueve), España (dos) y Chile (dos). Además, las producciones argentinas tienen presencia en México y Paraguay (cuadro 3.3.5).

La asistencia acumulada por las películas argentinas en esta muestra suma casi 1,8 millones de espectadores con un total de 12 títulos.

La película argentina con más éxito en 2016 es *Un novio para mi mujer* (Juan Taratuto), con casi 1,3 millones de espectadores en México, seguida de *Me casé con un boludo* (Juan Taratuto) con 129.272 espectadores en Uruguay.

Cuadro 3.3.5

Películas argentinas estrenadas en países iberoamericanos. Año 2016			
Nº	País estreno	Título	Espectadores
1	Chile	Al final del túnel	28.960
2	Chile	El hilo rojo	96.730
3	España	El inventor de Juegos	3.323
4	España	El espejo de los otros	3.145
5	México	Un novio para mi mujer	1.288.352
6	Paraguay	El hilo rojo	14.735
7	Uruguay	El ciudadano ilustre	16.936
8	Uruguay	Capitán Kóblie	16.372
9	Uruguay	Al final del túnel	14.192
10	Uruguay	Me casé con un boludo	129.272
11	Uruguay	El hilo rojo	42.342
12	Uruguay	Permitidos	36.016
13	Uruguay	Inseparables	6.520
14	Uruguay	Gilda, no me arrepiento de este amor	94.272
15	Uruguay	La última fiesta	6.450
			1.797.617

ESPAÑA

Un total de 25 estrenos españoles se registraron en los top-100 de los diferentes países iberoamericanos. El mayor número de estrenos de las películas españolas se dio en Uruguay, Argentina y Bolivia (tres en cada país). El número total de mercados con representación de películas españolas sumó 17 (cuadro 3.3.6).

La asistencia acumulada por las películas españolas en esta muestra suma 1,84 millones de espectadores, con un total de 9 títulos

La película *Atrapa la bandera* (Enrique Gato) se estrenó en un total de once países iberoamericanos, *Julieta* (Pedro Almodóvar) en tres países, y *En el corazón del mar* (Ron Howard) en tres también.

Las películas españolas más populares en 2016 en los mercados iberoamericanos son *Summer Camp* en México, con 630.834 espectadores, *En el corazón del mar* en Argentina, con 326.715, y *Julieta* en Brasil, con 198.537 espectadores.

Cuadro 3.3.6
Películas españolas estrenadas en países iberoamericanos. Año 2016

Nº	País estreno	Título	Espectadores
1	Argentina	Atrapa la bandera	98.674
2	Argentina	En el corazón del mar	326.715
3	Argentina	Julieta	117.454
4	Bolivia	Atrapa la bandera	8.090
5	Bolivia	En el corazón del mar	56.303
6	Bolivia	Mortadelo y Filemón contra Jimmy el Cachondo	9.566
7	Brasil	Julieta	198.537
8	Chile	Atrapa la bandera	38.817
9	Costa Rica	Atrapa la bandera	27.827
10	Ecuador	Tiny, el gran cambio de Violetta	24.220
11	El Salvador	Atrapa la bandera	4.687
12	El Salvador	El pastor	4.875
13	Guatemala	Atrapa la bandera	10.489
14	Honduras	Atrapa la bandera	5.103
15	México	Summer Camp	630.834
16	Nicaragua	Atrapa la bandera	5.511
17	Panamá	Atrapa la bandera	16.442
18	Perú	Summer Camp	99.855
19	Paraguay	En el corazón del mar	8.136
20	R. Dominicana	Atrapa la bandera	6.950
21	Uruguay	Atrapa la bandera	7.378
22	Uruguay	Julieta	18.569
23	Uruguay	Ocho apellidos catalanes	20.813
24	Venezuela	En el corazón del mar	76.541
25	Venezuela	All roads lead to Rome	18.518
			1.840.904

MÉXICO

Un total de 11 estrenos mexicanos se situaron en los top-100 de los diferentes países iberoamericanos. El mayor número de estrenos se produjo en España (cuatro) y Ecuador (dos). Los mercados con representación de producciones mexicanas suman siete (cuadro 3.3.7).

La asistencia acumulada por las películas mexicanas en esta muestra asciende a un total de 332.396 espectadores. El *ranking* de estrenos mexicanos se corresponde con 8 títulos.

Las producciones *No manches, Frida*, *Don gato 2: el inicio de la pandilla y Treintona, soltera y fantástica* se situaron en los top-100 de dos países. La segunda obtuvo el mayor éxito con más de 200.000 espectadores en Perú.

Otros estrenos con registros significativos son *Sin muertos no hay carnaval* (Sebastián Cordero), con 39.155 espectadores en Ecuador, *No manches, Frida* (Nacho G. Velilla) con 34.402 espectadores en Bolivia, y *Don gato 2: el inicio de la pandilla* (Andrés Couturier), con 28.198 espectadores en Ecuador.

Cuadro 3.3.7

Películas mexicanas estrenadas en países iberoamericanos. Año 2016

Nº	País de estreno	Título	Espectadores
1	Bolivia	No manches, Frida	34.402
2	Ecuador	Don gato 2: El inicio de la pandilla	28.198
3	Ecuador	Sin muertos no hay carnaval	39.155
4	El Salvador	Treintona, soltera y fantástica	4.271
5	España	600 Millas	3.743
6	España	Cantinflas	4.992
7	España	Eisenstein en Guanajuato	1.918
8	España	Little Boy	1.559
9	Guatemala	Treintona, soltera y fantástica	7.264
10	Nicaragua	No manches, Frida	6.344
11	Perú	Don gato 2: El inicio de la pandilla	200.550
			332.396

PERÚ

Un total de cinco estrenos peruanos se situaron en los top-100 de tres países iberoamericanos. El mayor número de estrenos de películas peruanas se dio en Bolivia y Ecuador con dos (cuadro 3.3.8).

La asistencia acumulada por las películas peruanas suma 103.000 espectadores. El *ranking* de estrenos peruanos se corresponde con cuatro títulos.

La película peruana más popular en 2016 en los mercados iberoamericanos es la obra *No estamos solos* (Daniel Rodríguez Nispe), con 39.821 espectadores, seguida de *Locos de amor* (Frank Pérez-Garland), con 23.885 espectadores, ambas estrenadas en Ecuador.

Cuadro 3.3.8

Películas peruanas estrenadas en países iberoamericanos. Año 2016

Nº	País de estreno	Título	Espectadores
1	Bolivia	Cementerio general 2	16.465
2	Bolivia	No estamos solos	18.362
3	Ecuador	Locos de amor	23.885
4	Ecuador	No estamos solos	39.821
5	R. Dominicana	El cascanueces	5.301
			103.834

OTROS PAÍSES IBEROAMERICANOS

Un total de 9 estrenos de otros países iberoamericanos se registraron en los top-100 de la muestra de mercados iberoamericanos analizada. Los países con producciones exhibidas en 2016 son: Brasil, Colombia, Panamá, Portugal, República Dominicana y Venezuela. El mayor número de estos estrenos se contabiliza en España (seis) y el número de mercados representados se eleva a cuatro (España, Paraguay, Venezuela y Perú).

La asistencia acumulada por los nueve estrenos del cuadro 3.3.9 en esta muestra suma 277.760 espectadores. Este *ranking* de estrenos se corresponde con nueve títulos.

Las producciones más populares son la dominicana *Todos los hombres son iguales* (Manuel Gómez Pereira), con 120.007 espectadores en Perú; la coproducción Panamá-Estados Unidos *Manos de piedra* (Jonathan Jakubowicz), con 84.912 espectadores en Venezuela y la obra brasileña *El profesor de violín* (Sergio Machado), con 35.539 espectadores en España.

Cuadro 3.3.9

Películas iberoamericanas estrenadas en países iberoamericanos. Año 2016

Nº	País estreno	Título	Origen	Espectadores
1	España	El niño y el mundo	Brasil	1.036
2	España	El profesor de violín	Brasil	35.539
3	España	El abrazo de la serpiente	Colombia	17.161
4	Paraguay	Encerrada	Colombia	6.569
5	Venezuela	Manos de piedra	Panamá	84.912
6	España	Las Mil y una noches Vol.1: El inquieto	Portugal	3.096
7	España	Las Mil y una noches Vol.2: El desolado	Portugal	1.318
8	Perú	Todos los hombres son iguales	R. Dominicana	120.007
9	España	Desde allá	Venezuela	8.122
				277.760

USA

Este capítulo del cine iberoamericano en mercados internacionales se complementa con el rendimiento de las producciones iberoamericanas en el mercado USA, a partir de la información suministrada por ComScore-Rentrak. En este caso la muestra abarca todos los estrenos exhibidos en los cines estadounidenses en 2016 (cuadro 3.3.10).

El número total de estrenos iberoamericanos suma 45, acumulan una asistencia de 3,9 millones de espectadores y 33,8 millones de dólares de recaudación. El porcentaje de coproducción se sitúa en el 62,2% (28 títulos) y las realizadas entre países iberoamericanos suman el 14,3% (4 títulos)

Cuadro 3.3.10

Estrenos iberoamericanos en el mercado USA

Nº estrenos iberoamericanos	45	Número de títulos iberoamericanos	45
Espectadores totales	3.934.577	Número de coproducciones	28
Ingresos totales (USD)	33.837.364	Coproducciones internacionales	24
Cuota del Cine Iberoamericano (%)	0,3	Coproducciones iberoamericanas	4

La distribución de los 45 estrenos iberoamericanos en USA por países de origen refleja que España (16) y México (10) son los países con más obras exhibidas (cuadro 3.3.11). En cuanto al resto de procedencias cabe mencionar las obras de Argentina (7 estrenos), Brasil (7 estrenos), Portugal (4 estrenos) y Chile (4 estrenos).

Cuadro 3.3.11
Distribución de los estrenos por países de origen

Nº	Países de origen	Estrenos
1	Argentina	7
2	Brasil	7
3	Chile	3
4	Colombia	1
5	Cuba	1
6	España	16
7	Guatemala	1
8	México	10
9	Panamá	1
10	Portugal	4
11	Uruguay	1
12	Venezuela	2

La coproducción México-USA *No manches, Frida*, con 1.325.136 millones de espectadores y 11,4 millones de dólares de recaudación, seguida de la coproducción Panamá-USA *Manos de piedra* con 537.448 espectadores y 4,6 millones de dólares en total son las obras iberoamericanas más populares en los cines de Estados Unidos en 2016.

Otros seis estrenos iberoamericanos acumularon más de 100.000 espectadores en el mercado de Estados Unidos: *Esperando al rey*, *Compadres*, *Desierto*, *En el corazón del mar*, *Un novio para mi mujer* y *El abrazo de la serpiente* (cuadro 3.3.12).

Cuadro 3.3.12
Títulos iberoamericanos estrenados en el mercado USA

Nº	Título	Origen	Espectadores (est. 8,6\$)	Ingresos (\$)
1	No manches, Frida	México, USA	1.325.136	11.396.173
2	Manos de piedra	Panamá, USA	537.448	4.622.049
3	Esperando al rey	México, UK, USA	480.249	4.130.144
4	Compadres	México	356.585	3.066.628
5	Desierto	México, Francia	233.248	2.005.932
6	En el corazón del mar	España, Canadá, USA	230.164	1.979.411
7	Un novio para mi mujer	Argentina	201.844	1.735.862
8	El abrazo de la serpiente	Argentina, Colombia, Venezuela	153.546	1.320.492
9	El Jeremías	México	76.609	658.837
10	Remember	México, Canadá	73.433	631.522
11	Aquarius	Brasil	33.312	286.486
12	Ixcanul	Guatemala, Francia	30.854	265.346
13	Julieta	España	30.453	261.896
14	El Clan	Argentina, España	22.890	196.855
15	Neruda	Argentina, Chile, España	21.173	182.088
16	Viva	Cuba, Irlanda	20.176	173.511
17	Campanadas a medianoche	España, Suiza	15.022	129.192
18	O menino e o mundo	Brasil	13.158	113.160
19	Un tango más	Argentina, Alemania, Italia	11.433	98.321
20	Un monstruo viene a verme	España	11.283	97.033
21	Regresión	España, Canadá	6.326	54.404

22	El Club	Chile	6.064	52.152
23	El Rey del Once	Argentina	5.799	49.874
24	Ma Ma	España, Francia	5.429	46.692
25	Eisenstein en Guanajuato	México, Bélgica, Países Bajos	3.940	33.887
26	Rio, eu te amo	Brasil, USA	3.653	31.418
27	Desde allá	México, Venezuela	3.470	29.838
28	Boi Neon	Brasil, Uruguay, Países Bajos	2.988	25.696
29	Evolution	España, Bélgica, Francia	2.869	24.676
30	Un monstruo de mil cabezas	México	2.813	24.189
31	Cosmos	Portugal, Francia	2.645	22.744
32	Zonda: Folclore argentino	Argentina, España	1.700	14.622
33	Kiki, el amor se hace	España	1.391	11.964
34	Loreak (Flores)	España	1.295	11.136
35	Madre solo hay una	Brasil	1.072	9.216
36	El último paciente: Chronic	México, Francia	1.038	8.929
37	Gabo: la magia de lo real	España	870	7.480
38	O caseiro	Brasil	706	6.075
39	El botón de nácar	Chile, España, Francia	607	5.221
40	Un día perfecto	España	593	5.100
41	Pet	España, USA	584	5.018
42	Las mil y una noches 1 - Inquieto	Portugal, Alemania, Francia	322	2.765
43	Las mil y una noches 2 - El desolado	Portugal, Alemania, Francia	148	1.274
44	Las mil y una noches 3 - O encantado	Portugal, Alemania, Francia	123	1.057
45	This is Bossa Nova	Brasil	116	999
Total			3.934.577	33.837.364

safeCreative 

INFORMACIÓN Y PROTECCIÓN
DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL

El registro de autoría, producción y demás derechos específicos y conexos es la mejor protección frente a:

PLAGIO
USO INDEBIDO
USURPACIÓN
DISTRIBUCIÓN Y DIFUSIÓN
NO AUTORIZADA
COMPETENCIA
DESLEAL



www.safecreative.org





EL PROGRAMA MEDIA

EL PROGRAMA MEDIA

Por Peter Andermatt

El origen y la misión del Programa MEDIA

Fundado en 1991, MEDIA (cuyas siglas significan: *Medidas Excepcionales para el Desarrollo de las Industrias Audiovisuales*) es desde 2014 un subprograma de Europa Creativa que nace desde la Comisión Europea para dar apoyo a la industria audiovisual europea. Es un instrumento de intervención de mercado que sirve para hacer más competitivas las empresas y para impulsar su internacionalización.

El subprograma MEDIA depende así de la Agencia Ejecutiva de Educación, Audiovisual y Cultura (EACEA). Concretamente, la organización es así:

- La **Comisión Europea** es responsable de la comunicación, la evaluación estratégica, la política institucional y el presupuesto del subprograma MEDIA del programa Europa Creativa. Lo hace a través de la Dirección General de Economía Digital (DG Connect).
- La **Agencia Ejecutiva (EACEA)** asegura la gestión operativa de determinados programas de la UE, en los ámbitos de la educación, la cultura y el sector audiovisual - incluyendo el programa Europa Creativa y el subprograma MEDIA.
- Los **MEDIA Desks** conforman la red de oficinas de información en los países miembros del programa. Hay más de 50 en toda Europa. Tienen la misión de informar a los profesionales sobre las posibilidades ofrecidas por el programa y prestar ayuda técnica al sector. También hacen de ojos y oídos de la Comisión Europea en cada mercado. Son la línea directa si cualquier colectivo industrial/artístico de cualquier país miembro quiere mandar un mensaje a Bruselas.

En España, la **Oficina MEDIA España** es una Fundación Cultural que tiene como patronos al ICAA (Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales de España), a FAPAE (Federación de Asociaciones de Productores Audiovisuales Españoles), a EGEDA (Entidad de Gestión de Derechos de los Productores Audiovisuales), a CulturArts-IVAC (Instituto Valenciano del Audiovisual y de la Cinematografía) y a AGADIC (Agencia Gallega de las Industrias Culturales). Además de Oficina MEDIA España, en nuestro país existen otras tres oficinas MEDIA para los territorios de Cataluña, Andalucía y Euskadi.

A través de Europa Creativa, MEDIA dispone de un presupuesto de 817,6 millones de euros para el período comprendido entre 2014 y 2020. Ello supone el 56% del presupuesto del programa multi-anual de siete años Europa Creativa 2014-2020 (1.460 millones de euros). Las líneas de apoyo por parte de MEDIA se destinan a formación, desarrollo, distribución, agentes de ventas, promoción (mercados y festivales) y redes de exhibidores.

Concretamente, existen catorce líneas de ayudas que se convocan todos los años, y en algún caso cada dos años.

APOYO AL PRODUCTOR	DISTRIBUCIÓN	FORMACIÓN Y REDES	DESARROLLO DE AUDIENCIAS
Desarrollo de contenido Single Project	Distribución Selectiva	Formación	Red de cines
Desarrollo de contenido Slate Funding	Distribución Automática	Acceso a mercados	Educación Cinematográfica
Desarrollo de videojuegos	Distribución Online	Fondos de coproducción internacional	Festivales
Difusión televisiva	Agentes de ventas		

El impacto del Programa MEDIA

El impacto del programa es importante y variado. Desde su creación, MEDIA ha invertido 2.400 millones de euros en la industria audiovisual europea. Los efectos de este impulso son varios. Por ejemplo, la cuota de mercado del cine europeo se ha duplicado dentro de Europa pasando de un 14% a finales de los años 80 a una media que oscila entre el 25% y el 33% en los últimos tres años.

Gracias a las ayudas de MEDIA, unos 400 proyectos competitivos llegan al mercado todos los años después de haber recibido las ayudas al desarrollo. Estos proyectos no solamente cuentan con un impulso financiero, la propia subvención, sino con el sello de calidad de MEDIA. Si un proyecto ha pasado por nuestro filtro, es posible que sea una ventaja a la hora de asegurar otras fuentes de financiación. Según nuestras estadísticas, más de la mitad de estos proyectos acaban produciéndose. En paralelo, unas 400 películas terminadas se estrenan todos los años en cines con el apoyo de MEDIA. Muchas de ellas se verán en salas que operan bajo la marca Europa Cinemas, una red que dispone de 2.350 pantallas en 977 cines en 596 ciudades de 42 países. En estas pantallas se generan 59 millones de admisiones todos los años.

Más del 80% de los proyectos beneficiarios de las ayudas al desarrollo suelen ser coproducciones internacionales. Según nuestro entendimiento, una coproducción internacional añade casi siempre valor a un proyecto, ya sea mediante un presupuesto más ambicioso, y/o bien porque se juntan empresas y profesionales de primer nivel de distintos países. Esto se refleja luego en la calidad y en la visibilidad de los proyectos, así como en su reconocimiento. Solamente desde el año 2000, trece Palmas de Oro en Cannes y ocho premios Óscar a la mejor película de habla no inglesa han sido largometrajes apoyados por MEDIA.

El impacto del Programa MEDIA no se limita a Europa. Para que una obra sea elegible en nuestras ayudas al desarrollo, uno de los requisitos es que la empresa que pida la ayuda sea europea e independiente. Los coproductores pueden ser europeos, pero también pueden ser de cualquier otro país. Es frecuente que los coproductores sean de países de América Latina, Estados Unidos, Asia o África, por ejemplo. Lo mismo pasa en el caso de las ayudas a la distribución. Incluso muchos de nuestros talleres de formación y networking están abiertos a alumnos de países no europeos.

Diversos mercados y foros de coproducción apoyados por MEDIA como CineLink Co-Production Market, Animation Production Day, Sunny Side of the Doc, Visegrad Animation Forum, Series Mania, el foro de coproducción Pitching du reel o el evento de coproducción CPH Forum, permiten el acceso y la participación de cineastas europeos e internacionales.

El pasado año cuatro de los seis fondos europeos de coproducción internacional destinaron financiación para apoyar proyectos europeos que se realizaban en coproducción con algún país iberoamericano.

El fondo HBF+ Europe del Festival Internacional de Cine de Rotterdam (Países Bajos) destinó parte de sus fondos a dos proyectos coproducidos con Iberoamérica, dotándolos de 55.000 Euros cada uno: *'Fireflies'* (de las productoras Zensky Cine de México y Haos Film de Grecia); y *'Rojo'*, (de Pucará Cine en Argentina, de Desvia en Brasil, de Viking Film en Países Bajos, de Ecce Films en Francia y de Sutor Kolonko en Alemania).

En Países Bajos también, el IDFA Bertha Fund Europe del Festival Internacional de Cine Documental de Amsterdam seleccionó tres proyectos donde participaban países iberoamericanos para apoyarlos con 40.000 Euros cada uno. Estos son *'The last year of Congo Mirador'* (producida por Sancocho Publico de Venezuela, Polo de Imagem de Brasil y Spiraleye Productions de Reino Unido), *'Los reyes'* (de Perut + Osnovikoff Ltda. en Chile y de Dirk Manthey Film en Alemania) y *'Veterans, Memories of war'* (realizada por Gema Films en Argentina y Bettina Walter Production de España).

El fondo noruego de coproducción Sorfond+ del Instituto de Cine Noruego ayudó en la financiación a seis proyectos con un máximo de 130.000 Euros para cada uno: *'Map of Latin American Dreams'* (de Maravillacine en Argentina y Lightsource Film Production AS de Noruega), *'The Heiresses'* (producida por La Babosa Cine de Paraguay y Norsk Filmproduksjon AS de Noruega), *'Where Life is Born'* (realizada por Mantarraya Producciones de México y MER Film AS de Noruega), *'Retablo'* (de Siri prod en Perú y Dag Hoel Filmprod AS en Noruega), *'Candelaria'* (coproducción de Antocha Films de Colombia y Dag Hoel Filmprod AS de Noruega) y *'The Immersed Family'* (producción de Pasto en Argentina y 4 1/2 Fiksjon AS de Noruega).

En último lugar, ACM Distribution del CNC francés destinó parte de sus fondos al proyecto *'Neruda'*, coproducido por Fábula (Chile), AZ Films (Argentina), Setembro Cine (España) y Funny Balloons (Francia).



MEDIA intenta adaptarse al mercado y a la situación general que afecta al tejido industrial en los distintos países. No es fácil modificar un programa tan grande y complejo como MEDIA, pero se puede conseguir. Una prueba de ello es que en 2014 se crearon nuevas ayudas al desarrollo de videojuegos, y que en 2016 pasaron a ser elegibles los proyectos de realidad virtual. La transformación del programa pretende estar en sintonía con las diferentes transformaciones que se hacen notar en el mercado. De forma sistemática, MEDIA marca presencia en los festivales y más importantes del mundo, organizando sesiones del Thinktank permanente European Film Forum.



(European Film Forum, Berlinale 2016)

Uno de los grandes desafíos de MEDIA consiste en contribuir a la erradicación de la piratería. La ambición de la Comisión Europea de crear un Mercado Único Digital (Digital Single Market / DSM) se explica en primer lugar con el deseo de acabar con un problema que hace perder al sector miles de millones de Euros todos los años. La implementación de este nuevo marco legal se hace gradualmente y en colaboración con los distintos representantes de la industria. En paralelo, desde Europa Creativa se ha activado una nueva herramienta financiera, el Fondo de Garantías para Industrias Culturales. Este proyecto que nació de la colaboración entre Europa Creativa y el Fondo Europeo de Inversiones es complementario a las ayudas de MEDIA y su razón de ser consiste en facilitar financiación bancaria a las pymes del sector.

¿Cómo utilizan MEDIA los profesionales?

El mercado europeo audiovisual se caracteriza por muchas cosas positivas. La diversidad cultural es quizás la más importante. Pero hay muchos más puntos positivos, como el derecho de libre expresión, la seguridad, la transparencia, etc. Lógicamente, el mercado europeo también ofrece una serie de desafíos que dificultan el trabajo. Quizás lo más grave sea la fragmentación múltiple en cuanto a factores tan críticos como los marcos legales de los distintos países que ralentizan el acceso a la financiación y a la distribución de las obras a nivel internacional. Las dificultades lingüísticas son otro factor que complica las tareas. Dicho esto, a veces presumimos que dentro de este panorama de fragmentación hay al menos una estructura sólida y consolidada que cubre todos los países europeos, y esa es precisamente el Programa MEDIA. Hay otras, pero hablemos de lo que conocemos, que es MEDIA.

¿Cómo se pueden aprovechar los profesionales de esta estructura? ¿Cómo se deben enganchar a ella? Todavía existe el falso concepto de que MEDIA es un lugar donde se va a pedir una subvención. Naturalmente, eso se puede hacer. Pero MEDIA no es solamente eso y empieza realmente por otro lado.

A raíz de lo de “estructura sólida”, se nos ocurre como metáfora visual, recomendar que uno/a se imagine MEDIA como una gran tubería, con tubos del tamaño de un túnel de autopista, que cubren toda Europa pasando por los lugares donde se hace y se distribuye el cine o la televisión europea. Y ahora también los videojuegos.

Dentro de esta tubería confluyen tres cables de alta tensión: el primero transmite **información**. La Comisión Europea, MEDIA y sus propias oficinas, el Observatorio Audiovisual Europeo, el portal Cineuropa.org, y otras entidades manejan datos cuantitativos o cualitativos y los procesan. De ahí sale la información de primer nivel, puesta a disposición de los profesionales y las empresas de la industria.

El segundo cable transmite **formación y networking** para profesionales, la llamada formación continua. Gracias al apoyo de MEDIA, los profesionales tienen a su disposición unos 60 talleres que

se desarrollan a lo largo de todo el año en distintas partes de Europa y que cubren prácticamente toda la cadena de valor de la industria audiovisual. En estos talleres uno adquiere una ampliación muy útil de su horizonte, una aceleración de su proyecto y una dinamización de su agenda. Desde que el Programa MEDIA fue constituido, más de 20.000 profesionales se han formado en estos talleres. Se puede decir que la combinación de estos dos cables, la información y la formación, son la base del conocimiento necesario si uno/a aspira a conectarse con éxito al tercer cable, el que transmite los **estímulos financieros** (las subvenciones y el acceso a los créditos que se activan mediante el fondo de garantías bancarias para las industrias culturales).

La financiación que ofrece MEDIA es cotizada. Hay mucho más demanda que oferta. Competir por una subvención MEDIA es medirse con los mejores del sector. Conviene ir a competir informado y preparado, así como con proyectos adecuados a nuestra misión principal, que es aumentar la coproducción y la distribución internacional de obras europeas.

Otra manera muy recomendable para profesionales y empresas independientes europeas de beneficiarse de las distintas energías de MEDIA consiste en inscribirse en los pabellones que ofrece el programa en los mercados de Cannes (MIF, MIP-TV y MIPCOM) y Berlín (EFM), bajo la marca MEDIA Stands. Estos pabellones no solamente reúnen a cientos de empresas, sino también a expertos en distintas materias que ponen su conocimiento y sus contactos a servicio de los interesados. Además, en los pabellones se organizan talleres y conferencias sobre temas relevantes, y se presentan casos de estudio de éxito con proyectos beneficiarios de MEDIA como ejemplos.



(MEDIA Stands, Mip-TV 2017)

En resumidas cuentas, los que saben utilizar MEDIA como una herramienta de trabajo tienen un conocimiento amplio y profundo de la industria, conocen a gente con poder para hacer realidad sus proyectos, y tienen la ambición de conquistar con sus obras los premios más prestigiosos y un público amplio. En la pasada edición de los premios Goya de 2017 participaron diez películas que tuvieron el apoyo de MEDIA. En el Festival de Cine de Berlín de 2017 compitieron nada menos que 24 películas beneficiarias de MEDIA, ocho de las cuales en competición. En los Óscars de 2017 compitieron diez películas que contaron con nuestro apoyo. La última Palma de Oro de 2016 fue para Ken Loach con una película apoyada por MEDIA. Detrás de la mayoría de estos éxitos hay profesionales que un día empezaron a informarse, a formarse y a relacionarse, y que decidieron que eso era un buen camino.



Peter Andermatt. Director de la Fundación Cultural Oficina MEDIA España.

Diplomado en Gestión Comercial, lleva más de 25 años trabajando en la industria audiovisual, fundamentalmente en el desarrollo de proyectos, distribución y formación. Aporta una visión internacional y transversal de todos los ámbitos que son claves para el Programa MEDIA. Durante cuatro años fue director de ventas internacionales de la distribuidora suiza Cactus Film y durante diez años fue miembro del consejo de administración de la productora T&C Film. Experto en el sector audiovisual español, ha sido consultor en áreas de desarrollo y formación profesional, además de guionista y editor de guiones, así como experto de internacionalización para los programas PIPE e ICEX Next. Durante su larga trayectoria en España ha trabajado con numerosas instituciones y empresas activas en la producción y las ventas de documentales, obras de ficción y animación.





CAPITULO IV

PORTUGAL: UNA DE DÉCADA DE CINE (2007-2016)

CAPITULO IV

PORTUGAL: UNA DÉCADA DE CINE (2007-2016)

Por Departamento de Reparto y Documentación de EGEDA

INTRODUCCIÓN

El Panorama Audiovisual Iberoamericano de 2016 incluyó un capítulo dedicado a una década de cine en Colombia con el fin de desarrollar de manera más exhaustiva algunos aspectos de la organización e industria cinematográfica de dicho país. En la presente publicación el **país elegido es Portugal**.

Portugal junto con España son los dos países que representan el nexo común entre los dos continentes que conforman el territorio iberoamericano: América y Europa. Además, aparte de la pertenencia de ambos a la Unión Europea y la cooperación oficial entre este organismo y el resto de países de Iberoamérica, en la Cumbre Luso Española de 2017, de forma bilateral, Portugal y España se comprometen a establecer relaciones conjuntas con los países del Mercosur. Uno de los pilares de esta relación es la *Cultura* y dentro de la cultura el audiovisual es uno de los puntos de mayor relevancia.

El cine en Portugal siempre ha sido un elemento cultural de vanguardia, de hecho la primera exhibición data de junio de 1896 y en ese mismo año también se produjo el rodaje de las primeras escenas en movimiento por parte de un director portugués (Aurélio Paz dos Reis), replicando las realizadas por los hermanos Lumière en Francia. A partir de ese momento la evolución del cine y el audiovisual en Portugal ha ido en paralelo con el desarrollo mundial de este arte, conjugando periodos de creatividad con crisis de producción.

Un breve recorrido por la historia cinematográfica de Portugal pone de manifiesto unos periodos muy definidos en el tiempo. El primero que comprende desde los años 20 a los 40 es un periodo de incorporación de nuevos temas (melodrama), nuevas tecnologías (cine sonoro), desarrollo industrial (nuevos estudios) y expansión creativa. Fruto de esta expansión, el icono del cine portugués, Manoel de Oliveira dirige su primera película, hoy considerado como un clásico de la cinematografía lusa: *Aniki-Bobó* (1942).

Siguiendo con el recorrido, en los años 50 se sucede un periodo de crisis productiva, debido a la censura política, que se prorroga hasta 1974 (Revolución de los Claveles), año en que comienza un nuevo periodo de expansión creativa y apertura internacional del cine portugués protagonizado de nuevo por Manoel de Oliveira. A finales de los 90, con la irrupción de los canales privados de televisión, el cine portugués se encuentra con un enemigo para su desarrollo: las telenovelas y los telefilms.

El siglo XXI comienza con la competencia audiovisual de la televisión y de las nuevas pantallas con el cine portugués de la gran pantalla. Y como en los países del entorno, gracias a las políticas oficiales de apoyo a la industria y la financiación de las televisiones, tiene lugar la aparición de nuevos directores, se exploran nuevos formatos y se incorporan nuevos temas y tendencias. En definitiva, aunque el cine portugués no consigue tener una base de grandes cifras de espectadores en el circuito comercial, si se muestra bastante competitivo en los festivales internacionales.

Un reciente estudio publicado por la Associação dos Produtores Independentes de Televisão (APIT), titulado *Produção de Conteúdos Audiovisuais em Portugal* expone como principal conclusión que “conforme a la dimensión del país, Portugal puede desarrollar una verdadera industria audiovisual”. Para ello aporta una serie de recetas que son necesarias para llevar a cabo este desarrollo: estímulo de la producción nacional para hacerla competitiva a nivel nacional e internacional, reformulación de la ley de televisión y la ley de cine y audiovisual que permita aumentar la protección de la empresa nacional frente a la competencia desleal de los contenidos importados y, por último, la defensa efectiva de los derechos de propiedad intelectual de los autores de las obras para evitar la pérdida de valor en los diferentes estadios de la cadena de explotación.

LEGISLACIÓN CINEMATOGRAFICA EN PORTUGAL

El marco legal relativo al sector cinematográfico y del audiovisual en Portugal se sustenta en la Ley 55/2012 aprobada por la Assembleia Da República el 6 de septiembre en sustitución de la anterior ley de 2004. Esta ley establece los principios de acción del Estado en cuanto al fomento, desarrollo y protección de las artes cinematográficas y las actividades audiovisuales.

Los principios de la ley del Cine portuguesa son los siguientes:

- a) Apoyo a la creación, producción, distribución, exhibición, difusión y promoción de obras audiovisuales como instrumentos de la expresión y diversidad cultural y afirmación de la identidad nacional.
- b) Protección y promoción de las artes cinematográficas.
- c) Adopción de medidas y programas de apoyo que fomenten el desarrollo de un tejido empresarial y un mercado de obras audiovisuales.
- d) Promoción de la interacción entre los agentes de los sectores cinematográficos e industria audiovisual, comunicación social, educación y telecomunicaciones.
- e) Promoción de la conservación del patrimonio cinematográfico y audiovisual.

Los objetivos que persigue el estado con la ley del Cine son los siguientes:

- a) Aumento de la creación, producción, distribución, exhibición, difusión y edición de obras audiovisuales nacionales con apoyo público.
- b) Promoción de los autores y productores de las obras así como los de los artistas, intérpretes y ejecutantes.
- c) Promoción de la lengua y cultura portuguesa.
- d) Promoción de la coproducción internacional de obras a través de acuerdos bilaterales y convenios internacionales.
- e) Contribución para la internacionalización de obras portuguesas.
- f) Fomento a través de apoyo a festivales, cineclubes, circuitos de exhibición municipal y de asociaciones culturales y promoción en el sector educativo.
- g) Promoción de la conservación del patrimonio fílmico nacional.
- h) Contribución para el desarrollo de la formación profesional en el sector audiovisual.

El estado portugués asegura a través de la ley del Cine la financiación de los incentivos y apoyos al sector audiovisual mediante el cobro de tasas a los agentes implicados y el establecimiento de obligaciones de inversión. Las tasas y los obligados a su pago son los siguientes:

- a) Tasa de exhibición: Los anunciantes que exhiben publicidad comercial en salas de cine o la difunden a través de cualquier plataforma de televisión están obligados al pago del 4% sobre el precio total del anuncio.
- b) Tasa de suscripción: Los operadores de televisión que ofrezcan servicios audiovisuales de pago están obligados al devengo anual de 3,5 euros por cada abonado. Esta tasa a través de la Ley 28/2014, de 19 de mayo, se fija en 1,75€ por cada abonado suscrito para el periodo 2014-2019.

Con la tasa por exhibición el ICA (Instituto do Cinema e do Audiovisual) recibe el 3,2% de sus ingresos de explotación y la Cinemateca Portuguesa el 0,8%. Los ingresos provenientes de la tasa sobre los subscriptores de la televisión de pago también forman parte de la financiación propia del ICA. El ICA tiene que destinar el 80% de sus ingresos (deducidos los gastos de gestión) al apoyo de las artes cinematográficas y el 20% a la producción audiovisual y multimedia.

La ley también fija una serie de obligaciones de inversión en la producción de obras nacionales a los diferentes agentes:

- a) Operadores de televisión en abierto: tienen la obligación de invertir el 0,75% de sus ingresos totales en el caso de operadores privados y el 8% en el caso de los operadores públicos. La participación en las obras no puede ser inferior al 50% del coste total de la producción.
- b) Distribuidores: tienen la obligación de invertir el 3% de sus ingresos totales. Las modalidades de inversión pueden ser a través de una participación financiera, producción directa, adelantos de mínimos garantizados, adquisición de derechos de distribución o apoyo a la restauración fílmica de otras obras nacionales.
- c) Operadores de televisión de pago: tienen la obligación de invertir el 1% de sus ingresos y sus modalidades de inversión son las mismas que en el caso de los distribuidores.
- d) Exhibidores: tienen la obligación de retener el 7,5% del precio de venta de la entrada al cine. Estos ingresos tienen que destinarse a las siguientes actividades: el 5% al fomento de la exhibición cinematográfica y al mantenimiento de las salas y el 2,5% se tiene que emplear en la exhibición de obras europeas y dentro de este montante un mínimo del 25% se tiene que emplear en la exhibición de obras nacionales.

Sobre el marco legal de la Ley del Cine de Portugal se han ido desarrollando decretos y reglamentos para el cumplimiento de las obligaciones presentes en dicha ley. El primero es el Decreto-Ley 124/2013, de 30 de agosto, en el que se fijan las reglas de distribución de los apoyos financieros para la producción de obras cinematográfica y el organismo competente para la ejecución de los programas de apoyo (ICA).

Las características más significativas de los programas de apoyo son las siguientes:

- a) Su naturaleza es no reembolsable.
- b) La atribución depende de los recursos existentes.
- c) El apoyo financiero no puede exceder del 80% del coste total de la obra.
- d) Los proyectos beneficiarios son aprobados por un Jurado independiente formado en la sección especializada de cine del Consejo Nacional de Cultura.
- e) La asignación de los importes para cada beneficiario la realiza el ICA.

El Consejo Nacional de Cultura, como órgano consultivo del Ministerio de Cultura se instaura a través del Decreto-Ley 132/2013, de 13 de septiembre, con la misión de emitir recomendaciones relativas a los objetivos de la política cultural e indicar medidas para su desarrollo, mediante la solicitud de los miembros de Gobierno del área de cultura. El consejo está formado por secciones especializadas y, en concreto, la de cine y audiovisuales es el órgano independiente que aprueba los proyectos beneficiarios de las ayudas estatales para la producción de obras otorgadas por el ICA.

El ICA aparte de la distribución de los apoyos financieros tiene la competencia de proceder a la fiscalización de las tasas y de los agentes obligados al pago conforme a la Ley de Cine. La regulación de esta actividad se fija en el Decreto-Ley 9/2013, de 24 de enero.

Aparte de los apoyos públicos directos para la financiación de producciones audiovisuales, en 2017 se aprueba el Decreto-ley 22/2017 que incluye incentivos fiscales para la producción que estarán vigentes hasta 2021. Las características de estos créditos fiscales son:

- a) El coste de la producción no puede ser inferior a un millón de euros.
- b) El incentivo fiscal por producción no puede ser superior a 4 millones de euros.
- c) El programa de créditos fiscales es el siguiente: En 2017, 7 millones de euros; en 2018, 10 millones de euros y de 2019 a 2021, 12 millones de euros en cada ejercicio.
- d) Los beneficiarios disponen de un crédito fiscal del 20% sobre el coste total de la producción. Este porcentaje puede llegar al 25% en el caso de obras realizadas en versión original, obras con especial relevancia cultural o cuya producción tenga un impacto muy significativo en la cinematografía nacional.
- e) Las obras cinematográficas beneficiarias pueden ser: producciones portuguesas, coproducciones internacionales portuguesas o producciones extranjeras realizadas en Portugal.

PANORAMA CINEMATOGRAFICO

Portugal es un país cuya población está sufriendo una ligera reducción durante estos últimos años. En concreto, desde 2007 los censos indican que se han perdido más de 250.000 habitantes (2,4%) hasta 2016. Los más de diez millones de población sitúan al país luso en la mitad de la tabla entre los países que conforman Iberoamérica.

La evolución de la infraestructura en Portugal muestra una ligera pérdida de capacidad a lo largo de la década 2007-2016. El número de complejos de cine alcanzó el máximo en 2008 con 182 y el mínimo tiene lugar en 2016 con 162. El número de pantallas se sitúa en su máximo en 2009 (577) y en el mínimo en 2013 (544). La capacidad en butacas también muestra una pérdida de unas 10.000 entre 2008 y 2016, lo que representa una reducción de casi el 9% (cuadro 4.2.1).

En cuanto a la frecuencia de asistencia, la población lusa asistió al cine de forma más asidua en 2010 (1,6 películas por habitante). Los mínimos de asistencia se produjeron en 2013 y 2014 con 1,2 películas por habitante y año. Respecto al rango evolutivo del precio de la entrada, se sitúa en el inicio de la década en el valor más bajo (4,2 euros/4,7 dólares) y en mitad de la década en su valor más alto (5,3 euros/5,9 dólares).

Cuadro 4.2.1

Infraestructura cinematográfica en Portugal

Año	Población	Cines	Pantallas	Butacas	Asistencia	Entrada (€)
2007	10.599.095	176	546	109.820	1,5	4,2
2008	10.617.575	182	572	113.792	1,5	4,4
2009	10.627.250	174	577	110.914	1,5	4,7
2010	10.637.713	167	564	109.349	1,6	4,9
2011	10.562.178	165	558	108.732	1,5	5,0
2012	10.542.398	160	551	107.822	1,3	5,3
2013	10.487.289	158	544	105.364	1,2	5,2
2014	10.427.301	163	545	105.058	1,2	5,1
2015	10.344.072	165	547	104.462	1,4	5,1
2016	10.341.330	162	549	103.583	1,4	5,1

Las cifras acumuladas de estrenos, asistencia y recaudación indican que en la década 2007-2016 se exhibieron en las salas cinematográficas un total 3.021 films, de los cuales 234 fueron portugueses (7,7%). Los espectadores que pasaron por los cines lusos en el periodo 2007-2016 suman 148,1 millones y los ingresos acumulados se elevan a casi 729 millones de euros (815 millones de dólares).

El año en que más entradas de cine se vendieron fue 2010 superando los 16,5 millones (cuadro 4.2.2). Este año también fue el que acumuló más ingresos, con más de 82 millones de euros (91 millones de dólares).

Cuadro 4.2.2
Estrenos, espectadores e ingresos cinematográficos en Portugal

Año	Estrenos (LM)	Estrenos PT (LM)	Espectadores	Recaudación (€)
2007	274	17	16.318.335	69.120.845
2008	235	15	15.979.240	69.894.632
2009	271	22	15.704.690	73.841.610
2010	264	23	16.559.731	82.243.157
2011	284	23	15.701.649	79.938.685
2012	288	26	13.810.572	73.954.671
2013	348	20	12.546.745	65.495.272
2014	313	35	12.090.667	62.741.557
2015	355	28	14.566.066	75.012.776
2016	389	25	14.890.813	76.679.836
Total	3.021	234	148.168.508	728.923.041

La distribución de espectadores por el origen de los estrenos refleja que las producciones americanas son las dominadoras del panorama cinematográfico luso en la década 2007-2016, seguida de las producciones europeas y portuguesas (cuadro 4.2.3).

El año en el que más espectadores acumularon las obras americanas fue 2010 con 15,2 millones. Las obras portuguesas, durante el año 2015, alcanzaron un máximo de casi 950.000 espectadores y las europeas en 2013 superaron los 2 millones de espectadores.

Cuadro 4.2.3
Asistencia de espectadores por el origen de los estrenos en Portugal

Año	USA	Portugal	Europa	Otros	Total
2007	14.317.038	447.847	1.253.405	300.045	16.318.335
2008	13.978.359	406.387	1.424.635	169.859	15.979.240
2009	14.361.924	426.173	848.627	67.966	15.704.690
2010	15.243.881	306.990	984.405	24.455	16.559.731
2011	14.748.757	104.442	720.314	128.136	15.701.649
2012	11.492.825	734.264	1.535.474	48.009	13.810.572
2013	9.859.981	431.346	2.030.067	225.351	12.546.745
2014	10.383.954	578.501	1.031.515	96.697	12.090.667
2015	11.551.767	946.082	1.960.262	107.955	14.566.066
2016	13.395.076	348.319	971.769	175.649	14.890.813
Total	129.333.562	4.730.351	12.760.473	1.344.122	148.168.508

La distribución de ingresos por el origen de los estrenos, al igual que en el caso de los espectadores, manifiesta el dominio americano. El año con mayor recaudación también fue 2010 con casi 76 millones euros. Las obras portuguesas, durante el año 2015, alcanzaron un máximo de ingresos de 4,6 millones de euros y las europeas en 2013 rebasaron los 10 millones de euros (cuadro 4.2.4).

Cuadro 4.2.4
Ingresos cinematográficos por el origen de los estrenos en Portugal (€)

Año	USA	Portugal	Europa	Otros	Total
2007	60.689.300	1.906.019	5.250.599	1.274.927	69.120.845
2008	61.256.859	1.740.664	6.144.462	752.647	69.894.632
2009	67.869.942	1.852.502	3.829.986	289.180	73.841.610
2010	75.913.507	1.322.838	4.900.632	106.180	82.243.157
2011	75.397.738	415.953	3.488.282	636.712	79.938.685
2012	62.209.388	3.630.992	7.901.916	212.375	73.954.671
2013	52.101.332	2.147.338	10.180.352	1.066.250	65.495.272
2014	54.064.622	2.834.903	5.263.601	578.431	62.741.557
2015	60.139.186	4.678.849	9.660.178	534.563	75.012.776
2016	69.409.904	1.640.457	4.803.194	826.281	76.679.836
Total	639.051.778	22.170.515	61.423.202	6.277.546	728.923.041

El dominio estadounidense en los cines portugueses durante la década 2007-2016 se corresponde con la cuota promedio obtenida en este periodo. En concreto, los estrenos USA acumularon una cuota de espectadores del 87,3%, los europeos del 8,6% y el cine portugués el 3,2% (cuadro 4.2.5).

El porcentaje máximo para las producciones USA se alcanzó en 2011 con casi un 94% de cuota de espectadores. Por su parte, los estrenos portugueses alcanzaron su cuota más elevada en 2015 con un 6,5% y las europeas en 2013 con un 16,2%.

Cuadro 4.2.5
Cuota de espectadores por el origen de los estrenos (%)

Año	USA	Portugal	Europa	Otros
2007	87,7	2,7	7,7	1,8
2008	87,5	2,5	8,9	1,1
2009	91,4	2,7	5,4	0,4
2010	92,1	1,9	5,9	0,1
2011	93,9	0,7	4,6	0,8
2012	83,2	5,3	11,1	0,3
2013	78,6	3,4	16,2	1,8
2014	85,9	4,8	8,5	0,8
2015	79,3	6,5	13,5	0,7
2016	90,0	2,3	6,5	1,2
Promedio	87,3	3,2	8,6	0,9

El número total de obras portuguesas producidas con apoyo financiero del ICA en la década 2007-2016 suma 459. De este total, casi un 30% son largometrajes, el 27% cortometrajes, el 25% documentales y el 18% son obras de animación (cuadro 4.2.6).

El año de este periodo en que más proyectos apoyó financieramente el ICA fue 2010 (66). La producción de largometrajes se situó entre los 6 de 2014 y los 22 de 2010 y la de cortometrajes entre los 18 de 2010 y los 7 de 2013 y 2014.

Cuadro 4.2.6

Obras portuguesas producidas con apoyo financiero del ICA

Año	Largometrajes	Cortometrajes	Documentales	Animación	Total
2007	13	17	11	11	52
2008	14	17	7	7	45
2009	14	13	12	11	50
2010	22	18	15	11	66
2011	19	12	16	10	57
2012	8	11	9	11	39
2013	8	7	6	3	24
2014	6	7	10	4	27
2015	17	12	17	6	52
2016	16	10	12	9	47
Total	137	124	115	83	459

El número total de obras estrenadas en cine en la década 2007-2016 suma 284. De este total, casi un 60% son largometrajes, un 26% son documentales, un 11,6% son cortometrajes y solo un 2,5% son obras de animación. En comparación con las obras financiadas por el ICA, solo el porcentaje de obras documentales coincide con las estrenadas (25-26%). En el caso de los largometrajes el porcentaje de películas exhibidas es el doble que el de las apoyadas por el ICA (cuadro 4.2.7).

El año de este periodo en que más producciones portuguesas se estrenaron en salas fue 2014 (38). El estreno de largometrajes se situó entre los 14 de 2007 y 2008 y los 23 de 2014. Por otra parte, en el trienio 2014-2016 se estrenaron 12 documentales en cada año.

Cuadro 4.2.7

Producciones portuguesas estrenadas en cines comerciales de Portugal

Año	Largometrajes	Cortometrajes	Documentales	Animación	Total
2007	14	2	3	2	21
2008	14	0	1	0	15
2009	18	3	3	1	25
2010	15	5	9	1	30
2011	16	3	11	0	30
2012	21	3	5	0	29
2013	16	11	6	1	34
2014	23	3	12	0	38
2015	17	2	12	1	32
2016	16	1	12	1	30
Total	170	33	74	7	284

En cuanto a la distribución, a lo largo de la década 2007-2016, las empresas que han tenido una actividad significativa superan la veintena (cuadro 4.2.8). Las distribuidoras asociadas a los *Estudios* americanos acumulan casi el 90% de la cuota de espectadores (Nos Lusomundo, Columbia Tristar Warner, Big Picture 2 Films y Castello Lopes Multimedia).

La empresa con más entradas vendidas en este periodo es Lusomundo (UIP) con más de 86 millones (426,2 millones de euros), seguida de Columbia Tristar Warner con 24,1 millones (116,2 millones de euros) y Big Picture 2 Films (TCF) con 12,6 millones de entradas vendidas (65,6 millones de euros). La distribuidora independiente con más éxito es Pris Audiovisuais (Lionsgate) con 8,3 millones de entradas y 41,5 millones de euros de ingresos.

Cuadro 4.2.8

Datos acumulados por las distribuidoras en Portugal. Periodo 2007-2016

Nº	Distribuidora	Estrenos	Espectadores	Ingresos (€)
1	Nos Lusomundo (UIP)	1.393	86.254.072	426.265.130
2	Columbia Tristar Warner	193	24.181.135	116.284.411
3	Big Picture 2 Films (TCF)	117	12.639.011	65.655.192
4	Castello Lopes Multimedia (TCF)	107	9.495.427	45.060.848
5	Pris Audiovisuais (Lionsgate)	268	8.376.242	41.594.737
6	LNK Audiovisuais	43	1.238.086	5.297.707
7	Valentim de Carvalho Multimédia	30	813.363	3.818.058
8	Outsider Films	41	738.008	3.681.516
9	Leopardo filmes	115	588.253	2.782.792
10	Midas Filmes	103	520.822	2.492.567
11	Atalanta Filmes	71	462.813	1.985.885
12	Cinemundo	54	416.998	2.051.610
13	Alambique	125	390.203	1.916.669
14	New Lineo Cinemas	12	287.492	1.255.624
15	Bworld Entertainment	1	228.481	1.004.896
16	Clap Filmes	54	206.445	983.961
17	Lanterna de Pedra Filmes	36	117.313	560.007
18	Pepperview	9	92.553	490.180
19	Ukbar Filmes	2	42.619	228.012
20	FilmS4You	18	38.838	185.530
21	Vendetta	8	21.403	111.724
22	Otros	221	1.018.931	5.215.986
Total		3.021	148.168.508	728.923.041

La película con más éxito en la década 2007-2016 fue *Avatar*, con 1,2 millones de espectadores y casi 7 millones de ingresos. El resto no superó la barrera del millón de espectadores. En segunda posición aparece la película de animación *Mínimos (Minions)* con 939.069 espectadores y en tercer lugar *Mamma Mia!* con 851.681 espectadores (cuadro 4.2.9).

El top-20 de estrenos con más éxito en Portugal en este periodo está compuesto por 18 películas estadounidenses (2 en coproducción Reino Unido, 2 con Japón y una con Canadá), una película francesa (*A gaiola dourada*) y una portuguesa (*O pátio das Cantigas*).

Cuadro 4.2.9

Ranking de estrenos cinematográficos. Portugal. Periodo 2007-2016

Nº	Título	Origen	Fh. Estreno	Espectadores	Ingresos (€)
1	Avatar	US, UK	17/12/2009	1.206.162	6.912.555
2	Mínimos	US	23/07/2015	939.069	4.731.354
3	Mamma Mia!	US, UK	04/09/2008	851.681	3.764.144
4	Velocidade furiosa 7	US, JP	02/04/2015	832.800	4.423.888
5	Shrek O Terceiro	US	21/06/2007	824.646	3.473.242
6	Madagáscar 2	US	27/11/2008	813.802	3.528.119
7	A gaiola dourada	FR	01/08/2013	761.113	3.892.221
8	Shrek para sempre!	US	08/07/2010	747.504	4.610.748
9	Ratatui	US	15/08/2007	669.292	2.802.982
10	A Idade do Gelo 3	US	02/07/2009	668.797	3.769.843
11	Madagáscar 3	US	26/07/2012	637.653	3.738.197
12	O pátio das Cantigas	PT	30/07/2015	607.976	3.098.818
13	A vida secreta dos nossos bichos	US, JP	18/08/2016	606.409	2.984.861
14	O Panda do Kung Fu	US	03/07/2008	605.124	2.638.957
15	Star Wars: O despertar da força	US	17/12/2015	587.651	3.580.030
16	Indiana Jones 4	US	22/05/2008	573.017	2.551.258
17	2012	US, CA	12/11/2009	547.717	2.544.631
18	A Saga Twilight: Lua Nova	US	26/11/2009	544.098	2.509.479
19	A Saga Twilight: Amanhecer 2	US	15/11/2012	534.149	2.754.855
20	A História de Uma Abelha	US	13/12/2007	530.262	2.263.142

La película portuguesa con más éxito en la década 2007-2016 fue *O pátio das Cantigas* con más de 600.000 espectadores y 3 millones de euros de ingresos (cuadro 4.2.10). En segundo lugar aparece *7 pecados rurais* con 324.113 espectadores y a continuación cinco filmes que superan los 200.000 espectadores (*Bala & Bolinhos – O último capítulo*, *Morangos com açúcar – O filme*, *Call Girl*, *Corrupção* y *Amália – O filme*).

Cuadro 4.2.10

Ranking de estrenos nacionales. Portugal. Periodo 2007-2016

Nº	Título	Fh. Estreno	Espectadores	Ingresos (€)
1	O pátio das Cantigas	30/07/2015	607.976	3.098.818
2	7 pecados rurais	21/11/2013	324.113	1.676.689
3	Balas & Bolinhos - O último capítulo	06/09/2012	256.179	1.298.128
4	Morangos com açúcar - O filme	30/08/2012	238.323	1.233.020
5	Call Girl	27/12/2007	232.581	1.034.687
6	Corrupção	01/11/2007	230.741	1.010.975
7	Amália - O Filme	04/12/2008	214.614	929.681
8	O leão da Estrela	26/11/2015	198.624	1.013.648
9	A canção de Lisboa	14/07/2016	188.013	945.678
10	Uma aventura na casa assombrada	03/12/2009	124.938	558.478
11	Os Maias - Cenas da vida romântica	11/09/2014	122.630	599.241
12	Virados do Avesso	27/11/2014	113.188	580.017
13	A Bela e o paparazzo	28/01/2010	99.117	435.415
14	Os gatos não têm vertigens	25/09/2014	94.277	478.376
15	Second life	29/01/2009	90.194	403.962

El **ANEXO 1** de este capítulo incluye los estrenos de producciones portuguesas tanto en salas comerciales como no comerciales en la década 2007-2016.

Por último, según figura en los informes de actividades del ICA se indica el presupuesto ejecutado y los importes dedicados a las diferentes áreas del cine y audiovisual y el apoyo exclusivo a la producción del cine. En el periodo de 6 años que va desde 2011 a 2016 el ICA ha ejecutado un presupuesto total de 82,6 millones de euros, de los cuales, 62,3 millones se han empleado en financiar proyectos cinematográficos en diferentes áreas (Producción, promoción, formación, exhibición). Los proyectos de producción en estos seis años suman un importe de 50,5 millones de euros.

Cuadro 4.2.11
Informe de apoyos financieros del ICA. Periodo 2011-2016

Año	Presupuesto ejecutado	Apoyo Financiero Total	Apoyo Financiero Cine
2011	13.879.065	9.654.539	7.963.061
2012	10.344.742	6.908.883	6.205.047
2013	9.274.579	6.684.293	5.166.731
2014	15.567.038	10.023.081	8.641.016
2015	15.125.422	12.077.956	9.647.154
2016	18.418.750	17.027.858	12.943.832
Total	82.609.596	62.376.610	50.566.841

El cuadro 4.2.12 refleja los ingresos por las tasas de exhibición y suscripción fiscalizadas por el ICA y que están reflejadas en la legislación portuguesa. El importe total recaudado de 2011 a 2016 asciende a 112 millones de euros.

Cuadro 4.2.12
Ingresos por tasas obligatorias del ICA. Periodo 2011-2016

Año	Tasa de exhibición	Tasa de suscripción	Total Tasas
2011	10.733.349	*	10.733.349
2012	8.905.786	10.779.865	19.685.651
2013	7.678.982	11.099.375	18.778.357
2014	7.100.000	13.038.231	20.138.231
2015	8.739.796	12.124.777	20.864.573
2016	9.099.961	12.713.258	21.813.219
Total	52.257.874	59.755.506	112.013.380

PROMOCIÓN INTERNACIONAL

La industria cinematográfica portuguesa tiene una producción anual que no suele exceder de los 20 largometrajes, pero a pesar de ello el cine portugués ha logrado un enorme prestigio en el panorama cinematográfico internacional. Este prestigio se debe en gran parte a un exclusivo número de directores cuyas obras siempre aparecen en el circuito de los principales festivales de cine del mundo.

La figura más importante del cine portugués es sin duda Manoel de Oliveira (1908-2015) y que en cada película que ha dirigido ha ratificado su posición como uno de los más importantes realizadores europeos. A su estela se han situado otros directores veteranos con un prestigio consolidado como son Joao César Monteiro (1939-2003) y Joao Botelho (1949).

En la actualidad el cine portugués está dominado por los directores cuyas realizaciones se iniciaron en la década de los 90, a través de una corriente documentalista (Pedro Sena Nunes, Susana de Sousa Dias), otra corriente que da un protagonismo especial a la crisis social (Joao Canijo, Pedro Costa o Joao Pedro Rodrigues) o también otra que se desmarca del realismo para pasar a una especie de terreno fantástico (Teresa Villaverde). También, hay que señalar a la llamada "generación del corto" que utiliza este metraje como medio de expresión y como fórmula para acceder al largometraje (Miguel Gomes, Gonçalo Tocha)

El desarrollo de las nuevas formas de narrar, algo alejado de las convenciones comerciales, y la unión de la identidad nacional con la filiación internacional han reforzado el cine portugués dentro del circuito mundial de la promoción cinematográfica. El ejemplo de ello es el top-25 de los premios en los festivales clase A que figuran en el cuadro 4.3.1, conseguidos durante la década 2007-2016.

El ANEXO 2 de este capítulo incluye los premios más destacados obtenidos por las producciones portuguesas durante el periodo 2007-2016. A modo de resumen este cuadro incluye 94 producciones que han recibido 145 premios en festivales de 29 países. Los países en los que las películas portuguesas han obtenido más premios son Francia (24 premios), USA (18 premios) y España (17 premios).

Las obras con más premios en este periodo son: *Aquele querido mes de agosto* (Miguel Gomes), con 6 galardones y *Até ao tecto do Mundo* (Vitor Lopes), *Cavalo Dinheiro* (Pedro Costa) y *E agora? Lembra-Me* (Joaquim Pinto) con 5 galardones. Pero sin duda los premios más importantes son la Concha de Oro para *Fados* (Carlos Saura) en el Festival de Cine de San Sebastián (2007) y la Palma de Oro para el cortometraje *Arena* (Joao Salaviza) en el Festival de Cannes (2009).

Cuadro 4.3.1

Premios de las películas portuguesas en festivales clase A. Periodo 2007-2016

Nº	Año	Título	Festival	País	Premio
1	2007	A outra Margem	Festival de Cine de Montreal	Canadá	Premio Mejor Actor: Tomás Almeida
2	2007	Cristóvão Colombo - O enigma	Festival de Venecia	Italia	Premio Bisato de Oro Mejor Película - Premio de la crítica Independiente
3	2007	Fados	Festival de Cine de San Sebastián	España	Concha de Oro
4	2009	Arena	Festival de Cannes	Francia	Palma de Oro
5	2010	A history of Mutual respect	Festival del Film Locarno	Suiza	Pardino d'oro for the Best International Short Film
6	2010	Mistérios de Lisboa	Festival de Cine de San Sebastián	España	Concha de Plata al mejor Director
7	2010	O estranho caso de Angélica	Festival de Cannes	Francia	Mention Speciale du Jury
8	2011	É na Terra nao é na luna	Festival del Film Locarno	Suiza	Menzione speciale della giuria
9	2011	Sangue de Meu sangue	Festival de Cine de San Sebastián	España	Premio TVE Otra Mirada - Mención Especial del Jurado y Premio FIPRESCI

10	2012	A última vez que vi Macau	Festival del Film Locarno	Suiza	Special Mention Concorso Internazionale
11	2012	Estrada de Palha	Karlovy Vary Film Festival	R. Checa	Jury Award: Special Mention Competition of Feature Film
12	2012	Rafa	Berlinale	Alemania	Golden Bear for the best Short Film - Berlinale shorts III
13	2012	Tabu	Berlinale	Alemania	Alfred Bauer Prize and Fipresci Prize Winner Competition
14	2013	A batalha de Tabato	Berlinale	Alemania	Best First Feature Award - Special Mention of the Jury
15	2013	E agora? Lembra-Me	Festival del Film Locarno	Suiza	Premio speciale della Giura, Special Mention FIPRESCI, Secondo premio miglior regista
16	2013	Tabato	Berlinale	Alemania	DAAD Short Film Award
17	2014	Cavalo Dinheiro	Festival del Film Locarno	Suiza	Pardo per la Migliore Regia e Premio FICC/IFFS - Concorso Internazionale
18	2014	Cavalo Dinheiro	Festival de Cine de Mar del Plata	Argentina	Mención Especial Jurado a la Fotografía - Sección Oficial
19	2014	Songs from the North	Festival del Film Locarno	Suiza	Pardo per la Migliore opera prima - Concorso Cineasti del Presente
20	2015	Cosmos	Festival del Film Locarno	Suiza	Pardo per la miglior regia: Andrzej Zulawski - Concorso internazionale
21	2016	Ama-San	Karlovy Vary Film Festival	R. Checa	Special mention - Documentary Films - Competition
22	2016	Balada de um Batraquão	Berlinale	Alemania	Goldener Bär für den Besten Kurzfilm - Berlinale Shorts
23	2016	El auge del humano	Festival del Film Locarno	Suiza	Pardo d'Oro Cineasti del Presente Premio Nescens e Special Mention First Feature
24	2016	El auge del humano	Festival de Cine de Mar del Plata	Argentina	Premio especial Jurado - Competencia Lationamericana
25	2016	O Ornitólogo	Festival del Film Locarno	Suiza	Pardo per la Miglior Regia: Joao Pedro Rodrigues - Concorso Internazionale

ANEXOS

ANEXO 1

Filmes nacionais estrenados en cine. Portugal. Periodo 2007-2016

Nº	Título	Director	Fecha	Espectadores
1	Call Girl	Antonio Pedro Vasconcelos	27/12/2007	232.581
2	Corrupção	Joao Botelho	01/11/2007	230.741
3	Fados	Carlos saura	04/10/2007	34.382
4	O misterio da Estrada Sintra	Jorge Paixao Da Costa	03/05/2007	29.406
5	Dot.com	Luis Galvao Teles	05/04/2007	28.179
6	A outra margem	Luis Filipe Rocha	25/10/2007	13.221
7	Julgamento	Leonel Vieira	11/10/2007	10.974
8	Atrás das nuvens	Jorge Queiroga	31/05/2007	9.815
9	A vida interior de Martin Frost	Paul Auster	11/10/2007	8.526
10	Floripes	Miguel Gonçalves Mendes	20/12/2007	6.175
11	O capacete dourado	Jorge Cramez	20/09/2007	5.587
12	Torre Bela	Thomas Harlan	02/08/2007	4.637
13	Belle toujours	Manoel De Oliveira	05/07/2007	4.329
14	Body rice	Hugo Vieira Da Silva	11/01/2007	3.113
15	Suicídio Encomendado	Artur Serra Araujo	15/03/2007	2.878
16	A educação das fadas	José Luis Cuerda	10/05/2007	2.422
17	Brava dança	Jorge Pires, José Câmara	08/03/2007	1.182
Nº	Título	Director	Fecha	Espectadores
1	Amália - O Filme	Carlos Coelho da Silva	04/12/2008	214.614
2	Arte de roubar	Leonel Vieira	06/11/2008	29.361
3	Aquele querido mes de agosto	Miguel Gomes	21/08/2008	20.562
4	Cristóvão Colombo - O enigma	Manoel de Oliveira	10/01/2008	5.761
5	Entre os dedos	Tiago Guedes, Frederico Serra	23/10/2008	3.903
6	Goodnight Irene	Paolo Marinou-Blanco	15/05/2008	3.141
7	The Lovebirds	Bruno de Almeida	13/03/2008	2.578
8	A ilha dos escravos	Francisco Manso	08/05/2008	2.470
9	Cartas a uma Ditadura	Inês de Medeiros	08/05/2008	2.227
10	Lobos	José Nascimento	13/03/2008	2.178
11	Daqui p'ra frente	Catarina Ruivo	24/01/2008	2.142
12	Mal nascida	João Canijo	09/10/2008	1.982
13	Terra Sonâmbula	Teresa Prata	08/05/2008	1.593
14	1ª Vez 16mm	Rui Goulart	13/11/2008	1.237
15	Treze badaladas	Xavier Villaverde	19/06/2008	460
16	Porque é que Clara se apaixonou?	Miguel Marques	19/12/2008	139
Nº	Título	Director	Fecha	Espectadores
1	Uma aventura na casa assombrada	Carlos Coelho da Silva	03/12/2009	124.938
2	Second life	Alexandre Cebrian Valente, Miguel Gaudêncio	29/01/2009	90.194
3	Contrato	Nicolau Breyner	15/01/2009	45.570
4	A esperança está onde menos se espera	Joaquim Leitão	17/09/2009	41.135
5	Star Crossed - Amor em jogo	Mark Heller	04/06/2009	12.659
6	100 Volta	Daniel Souza	19/03/2009	7.685
7	Singularidades de uma rapariga Loura	Manoel de Oliveira	30/04/2009	6.184
8	Morrer como um homem	João Pedro Rodrigues	15/10/2009	6.071
9	Um amor de perdição	Mário Barroso	23/04/2009	5.357
10	A corte do norte	João Botelho	19/03/2009	2.979

11	Ne change rien	Pedro Costa	19/11/2009	2.890
12	Salazar - A vida privada	Jorge Queiroga	30/04/2009	2.881
13	La Caja - Quatro mulheres e um morto	Juan Carlos Falcón	23/04/2009	2.778
14	Os sorrisos do destino	Fernando Lopes	12/11/2009	2.722
15	4 copas	Manuel Mozos	20/08/2009	2.705
16	Veneno cura	Raquel Freire	15/01/2009	2.555
17	O último condenado à morte	Francisco Manso	28/05/2009	2.388
18	As operações Saal	João Dias	07/05/2009	1.843
19	Esta noite	Werner Schroeter	22/01/2009	1.190
20	Ruas da amargura	Rui Simões	05/11/2009	1.117
21	A Zona	Sandro Aguilar	07/05/2009	732
22	Deus não quis	António Ferreira	15/10/2009	421
23	De profundis	Miguelanxo Prado	30/07/2009	314
24	3x3	Nuno Rocha	12/03/2009	19
Nº	Título	Director	Fecha	Espectadores
1	A Bela e o paparazzo	António-Pedro Vasconcelos	28/01/2010	99.117
2	Contraluz	Fernando Fragata	22/07/2010	83.724
3	Filme do desassossego	João Botelho	29/09/2010	28.870
4	José e Pilar	Miguel Gonçalves Mendes	18/11/2010	27.279
5	Mistérios de Lisboa	Raúl Ruiz	21/10/2010	15.201
6	Um funeral à chuva	Telmo Martins	03/06/2010	9.349
7	Assalto ao Santa Maria	Francisco Manso	23/09/2010	5.073
8	Embargo	António Ferreira	30/09/2010	5.033
9	Fantasia lusitana	João Canijo	29/04/2010	4.403
10	Pare, escute, olhe	Jorge Pelicano	08/04/2010	4.134
11	Marginais	Hugo Diogo	16/09/2010	3.877
12	Duas mulheres	João Mário Grilo	24/06/2010	3.394
13	Quero ser uma estrela	José Carlos de Oliveira	28/10/2010	3.001
14	Ruínas	Manuel Mozos	01/04/2010	2.896
15	O último voo do Flamingo	João Ribeiro	16/09/2010	2.855
16	Como desenhar um círculo perfeito	Marco Martins	06/05/2010	2.485
17	Ilha da cova da moura	Rui Simões	13/05/2010	1.392
18	Lisboa domiciliária	Marta Pessoa	16/09/2010	987
19	A religiosa portuguesa	Eugène Green	06/05/2010	830
20	Cinerama	Inês Oliveira	11/03/2010	814
21	Muitos dias tem o mês	Margarida Leitão	10/06/2010	510
22	O inimigo sem rosto	José Farinha	05/08/2010	457
23	Vai com o vento	Ivo M. Ferreira	07/10/2010	445
24	History of mutual respect	Gabriel Abrantes, Daniel Schmidt	22/04/2010	15
Nº	Título	Director	Fecha	Espectadores
1	Sangue do meu sangue	João Canijo	05/10/2011	21.977
2	Complexo - Universo paralelo	Mário Patrocínio	13/01/2011	17.052
3	A cidade dos mortos	Sérgio Tréfaut	14/04/2011	7.027
4	48	Susana de Sousa Dias	21/04/2011	5.423
5	Cisne	Teresa Villaverde	08/09/2011	3.241
6	A morte de Carlos Gardel	Solveig Nordlund	22/09/2011	3.212
7	O estranho caso de Angélica	Manoel de Oliveira	28/04/2011	2.921
8	Budapeste	Walter Carvalho	17/02/2011	2.348
9	Viagem a Portugal	Sérgio Tréfaut	16/06/2011	2.252
10	Com que voz	Nicholas Oulman	27/01/2011	2.145

11	O Barão	Edgar Pêra	20/10/2011	2.089
12	América	João Nuno Pinto	26/05/2011	1.837
13	Quinze pontos na alma	Vicente Alves do Ó	07/04/2011	1.657
14	A espada e a rosa	João Nicolau	07/04/2011	1.005
15	E o tempo passa	Alberto Seixas Santos	10/03/2011	776
16	Efeitos secundários	Paulo Rebelo	14/12/2011	725
17	Quem vai à guerra	Marta Pessoa	16/06/2011	693
18	Águas mil	Ivo M. Ferreira	12/05/2011	604
19	Sinfonia imaterial	Tiago Pereira	26/05/2011	445
20	Até onde?	Carlos M. Barros	11/06/2011	427
21	The North Canyon	Garrett McNamara, Paulo Caldeira	21/10/2011	361
22	Durante o fim	João Trabulo	23/06/2011	172
23	Perdida Mente	Margarida Gil	01/11/2011	167
24	No meu lugar	Eduardo Valente	13/10/2011	69
25	O meu Raúl	Patricia Vasconcelos	27/10/2011	51
26	Os Milionários	Mário Gajo de Carvalho	06/05/2011	40
Nº	Título	Director	Fecha	Espectadores
1	Balas & Bolinhos - O último capítulo	Luís Ismael	06/09/2012	256.179
2	Morangos com açúcar - O filme	Hugo de Sousa	30/08/2012	238.323
3	O cônsul de Bordéus	Francisco Manso, João Correia	08/11/2012	55.383
4	Linhas de Wellington	Valeria Sarmiento	04/10/2012	51.346
5	Floribela	Vicente Alves do Ó	08/03/2012	42.283
6	Tabu	Miguel Gomes	05/04/2012	23.773
7	Assim Assim	Sérgio Graciano	19/04/2012	11.726
8	Capitães da Areia	Cecília Amado, Guy Gonçalves	19/04/2012	11.691
9	Operação Outono	Bruno de Almeida	22/11/2012	8.193
10	O gebo e a sombra	Manoel de Oliveira	11/10/2012	6.342
11	A teia de gelo	Nicolau Breynier	03/05/2012	5.085
12	É na terra não é na lua	Gonçalo Tocha	29/03/2012	4.480
13	Um gato sem nome e outros filmes	Sérgio Nogueira, Cláudio Sá, Carlos Cruz, Francisco Lança, Cláudio Jordão, Vitor Lopes	03/01/2012	3.500
14	O que há de novo no amor?	Mónica Santana Baptista, Rui Santos, Hugo Martins, Tiago Nunes, Hugo Alves	09/02/2012	3.146
15	Estrada de Palha	Rodrigo Areias	28/06/2012	3.039
16	Linha vermelha	José Filipe Costa	12/04/2012	2.993
17	Deste lado da ressurreição	Joaquim Sapinho	15/11/2012	2.583
18	A moral conjugal	Artur Serra Araújo	01/11/2012	1.372
19	Em câmara lenta	Fernando Lopes	08/03/2012	1.299
20	A vingança de uma mulher	Rita Azevedo Gomes	29/03/2012	1.248
21	Bonsai	Cristián Jiménez	30/08/2012	1.019
22	Paixão	Margarida Gil	09/02/2012	846
23	Desalinhado	Bruno Santana	22/01/2012	774
24	A ria, a água, o homem...	Manuel Matos Barbosa	10/06/2012	486
25	Cartas de Angola	Dulce Fernandes	17/05/2012	447
26	Orquestra Geração	João Miller Guerra, Filipa Reis	04/10/2012	350
27	Kolá San Jon é Festa di Kau Berdi	Rui Simões	17/05/2012	294
28	Ensaio	Dinis M. Costa	22/11/2012	237
29	Rafa	João Salaviza	10/05/2012	176
30	Swans	Hugo Vieira da Silva	22/03/2012	157
31	A guerra dos vizinhos	Rubens Xavier	05/03/2012	155

32	País do desejo	Paulo Caldas	26/01/2012	107
33	Enquanto esta língua for Cantada	João Botelho	22/10/2012	63
34	Dá-me luz	Sérgio Nogueira	26/02/2012	45
35	Berlenga - A ilha do Farol	Paulo César Fajardo	18/01/2012	26
36	Para que este mundo não acabe	João Botelho	08/10/2012	23
37	O dia mais feliz da tua vida	Adriano Luz	08/03/2012	20
38	Dom	Luís Pereira, João Traveira	18/07/2012	5
Nº	Título	Director	Fecha	Espectadores
1	7 pecados rurais	Nicolau Breyner	21/11/2013	324.113
2	Comboio noturno para Lisboa	Bille August	21/03/2013	58.903
3	RPG	Tino Navarro, David Rebordão	29/08/2013	22.855
4	Bairro	Jorge Cardoso, Lourenço Mello, José Manuel Fernandes, Ricardo Inácio	27/06/2013	18.911
5	Quarta divisão	Joaquim Leitão	28/02/2013	4.993
6	É o amor	João Canijo	25/04/2013	4.206
7	Até amanhã camaradas	Joaquim Leitão	07/11/2013	2.901
8	A última vez que vi Macau	João P. Rodrigues, João Rui Guerra da Mata	14/03/2013	2.408
9	Collider	Jason Butler	14/11/2013	1.507
10	Um fim do Mundo	Pedro Pinho	07/11/2013	1.378
11	Cama de gato (Bela Vista)	João Miller Guerra, Filipa Reis	07/11/2013	1.122
12	O frágil som do meu motor	Leonardo António	25/04/2013	974
13	A batalha de Tabatô	João Viana	11/07/2013	922
14	Virgem Margarida	Licínio Azevedo	21/11/2013	823
15	Terra de Ninguém	Salomé Lamas	28/11/2013	810
16	Em Segunda Mão	Catarina Ruivo	20/06/2013	637
17	A República di Mininus	Flora Gomes	16/05/2013	623
18	Beat Girl	Mairtín de Barra	09/05/2013	538
19	Na escola+Entrecampos+Gambozinos+R ei inútil	Jorge Cramez, João Rosas, Telmo Churro	17/10/2013	482
20	Insensíveis	Juan Carlos Medina	19/09/2013	470
21	Ophiussa - Uma cidade de Fernando Pessoa	Fernando Carrilho	13/06/2013	257
22	Além de ti	João Marco	09/05/2013	179
23	Redemption (Terra de ninguém)	Miguel Gomes	28/11/2013	46
24	Mahjong (Interior. Leather Bar)	João Pedro Rodrigues, João Rui Guerra da Mata	03/10/2013	18
Nº	Título	Director	Fecha	Espectadores
1	Os Maias - Cenas da vida romântica	João Botelho	11/09/2014	122.630
2	Virados do Avesso	Edgar Pêra	27/11/2014	113.188
3	Os gatos não têm vertigens	António-Pedro Vasconcelos	25/09/2014	94.277
4	Sei lá	Joaquim Leitão	03/04/2014	61.730
5	Mau Mau Maria	José Alberto Pinheiro	30/10/2014	51.865
6	Ruas rivais	Márcio Loureiro	31/07/2014	36.392
7	Alentejo, Alentejo	Sérgio Tréfaut	18/09/2014	13.637
8	Eclipse em Portugal	Alexandre Cebrian Valente, Edgar Alberto	20/02/2014	11.773
9	Cavalo dinheiro	Pedro Costa	04/12/2014	5.180
10	Variações de Casanova	Michael Sturminger	04/12/2014	4.374
11	Getúlio	João Jardim	23/10/2014	3.762
12	E Agora? Lembra-me	Joaquim Pinto	28/08/2014	3.504
13	O sonho certo	Kristjan Knigge	18/09/2014	3.226
14	Famel Top Secret	Jorge Monte Real	04/12/2014	2.813
15	Pecado fatal	Luís Diogo	24/04/2014	2.336

16	As ondas de abril	Lionel Baier	08/05/2014	2.270
17	Fado camané	Bruno de Almeida	23/10/2014	1.854
18	Cadências obstinadas	Fanny Ardant	27/03/2014	1.585
19	Fátima no mundo	Miguel Tiago Guedes Mendes de Carvalho	08/05/2014	1.585
20	A vida invisível	Vítor Gonçalves	05/06/2014	1.576
21	I love Kuduro	Mário Patrocínio	18/09/2014	1.439
22	1960	Rodrigo Areias	26/06/2014	1.168
23	A parede	Carlos Costa	29/05/2014	1.009
24	Guerra ou paz	Rui Simões	21/04/2014	884
25	Estrada da revolução	Dânia Lucas	13/02/2014	715
26	A mãe e o mar	Gonçalo Tocha	29/05/2014	686
27	Pontes de Sarajevo	Jean-Luc Godard, Teresa Villaverde, Ursula Meier, Sergei Loznitsa, Cristi Puiu, Angela Schanelec, Leonardo di Costanzo, Kamen Kalev, Isild Le Besco, Vincenzo Marra, Vladimir Perisic, Marc Recha	13/11/2014	605
28	Nirvana	Tiago Pedro de Carvalho	08/05/2014	603
29	Campo de flamingos sem flamingos	André Príncipe	20/11/2014	504
30	Papel de natal	José Miguel Ribeiro	21/12/2014	427
31	Lacrau	João Vladimiro	25/09/2014	294
32	Vida activa	Susana Nobre	08/05/2014	275
33	Diamantes negros	Miguel Alcantud	12/06/2014	264
34	Doce amargo amor	Imanol Uribe	09/10/2014	236
35	Rincón de Darwin	Diego Fernández	06/03/2014	216
36	Primária (Lições de Harmonia)	Hugo Pedro	06/03/2014	165
37	Jogo Duplo: James Benning and Richard Linklater	Gabe Klinger	04/12/2014	153
38	O grande Kilapy	Zéze Gamboa	30/10/2014	149
39	Yama no Anata - Para além das montanhas	Aya Koretzky	26/06/2014	119
40	Cativeiro	André Gil Mata, Joana Gusmão	26/06/2014	118
41	O velho do restelo	Manoel de Oliveira	11/12/2014	101
42	J.A.C.E.	Menelaos Karamaghiolis	27/03/2014	94
Nº	Título	Director	Fecha	Espectadores
1	O pátio das Cantigas	Leonel Vieira	30/07/2015	607.976
2	O leão da Estrela	Leonel Vieira	26/11/2015	198.624
3	Amor Impossível	António-Pedro Vasconcelos	24/12/2015	35.980
4	Capitão Falcão	João Leitão	23/04/2015	27.345
5	As mil e uma noites: Volume 1 - O inquieto	Miguel Gomes	27/08/2015	19.447
6	Vontade de vencer	André Banza	03/09/2015	12.723
7	As mil e uma noites: Volume 2 - O desolado	Miguel Gomes	24/09/2015	9.154
8	Pára-me de repente o pensamento	Jorge Pelicano	07/05/2015	6.961
9	As mil e uma noites: Volume 3 - O encantado	Miguel Gomes	08/10/2015	6.453
10	Montanha	João Salaviza	19/11/2015	5.478
11	Yvone Kane	Margarida Cardoso	26/02/2015	2.849
12	A uma hora incerta	Carlos Saboga	15/10/2015	2.313
13	Volta à Terra	João Pedro Plácido	09/07/2015	2.196
14	Outro país	Sérgio Tréfaut	16/04/2015	2.025
15	João Bénard da Costa	Manuel Mozos	08/10/2015	1.772
16	Cosmos	Andrzej Zulawski	03/12/2015	1.591
17	Nós na Rua	Luís Margalhau	25/06/2015	1.555
18	Portugal - Um dia de cada vez	João Canijo, Anabela Moreira	05/11/2015	875

19	Alto Bairro	Rui Simões	18/06/2015	849
20	O primeiro verão	Adriano Mendes	09/07/2015	760
21	Se eu fosse ladrão, Roubava	Paulo Rocha	14/05/2015	741
22	Canções do Norte	Soon-Mi Yoo	20/08/2015	717
23	Rasgar o céu	Horacio Alcalá	18/06/2015	625
24	Carlos do Carmo: Um homem no mundo	Ivan Dias	09/04/2015	541
25	Alda e Maria – Por aqui tudo bem	Pocas Pascoal	24/09/2015	403
26	Timor Loro Sae (Nós na Rua)	Vitor Lopes	25/06/2015	182
27	Outra forma de luta	João Pinto Nogueira (Pinconé)	16/04/2015	180
28	O indispensável treino da vagueza (Fora da Vida)	João Miller Guerra, Filipa Reis	28/05/2015	176
29	Bobô	Inês Oliveira	14/05/2015	169
30	Wole Soyinka e Léopold Senghor (Um Diálogo sobre a negritude)	Manthia Diawara	21/09/2015	127
31	Crime	Rui Filipe Torres	28/05/2015	48
32	Coro dos Amantes (A Uma Hora Incerta)	Tiago Guedes	15/10/2015	21
Nº	Título	Director	Fecha	Espectadores
1	A canção de Lisboa	Pedro Varela	14/07/2016	188.013
2	O amor é lindo ... Porque Sim!	Vicente Alves do Ó	10/03/2016	31.508
3	Cartas da guerra	Ivo M. Ferreira	01/09/2016	22.297
4	Refrigerantes e canções de amor	Luís Galvão Teles	25/08/2016	11.999
5	A mãe é que sabe	Nuno Rocha	08/12/2016	11.189
6	Jogo de damas	Patrícia Sequeira	28/01/2016	6.973
7	Axilas	José Fonseca e Costa	05/05/2016	4.702
8	O ornitólogo	João Pedro Rodrigues	20/10/2016	4.572
9	Os belos dias de Aranjuez	Wim Wenders	15/12/2016	3.794
10	Cinzento e Negro	Luís Filipe Rocha	19/05/2016	2.638
11	A toca do lobo	Catarina Mourão	03/11/2016	2.117
12	John From	João Nicolau	31/03/2016	1.715
13	Posto-Avançado do progresso	Hugo Vieira da Silva	17/03/2016	1.630
14	Gelo	Luís Galvão Teles, Gonçalo Galvão Teles	03/03/2016	1.589
15	Mudar de vida, José Mario Branco, vida e obra	Nelson Guerreiro, Pedro Fidalgo	05/05/2016	1.386
16	Balada de um Batráquio (Todos Querem o Mesmo)	Leonor Teles	28/04/2016	1.173
17	Até nunca	Benoît Jacquot	29/12/2016	1.077
18	Rasgar o passado	Cláudio Jordão, Luís Diogo, João Costa	20/10/2016	1.030
19	Grandes esperanças	Miguel Marques	16/06/2016	650
20	O Cinema, Manoel de Oliveira e Eu	João Botelho	13/10/2016	587
21	Olmo e a Gaivota	Petra Costa, Lea Glob	30/06/2016	526
22	Lisbon Revisited	Edgar Pêra	11/02/2016	515
23	SACA - O filme de Tiago Pires	Júlio Adler	10/11/2016	514
24	Rio Corgo	Sérgio da Costa, Maya Kosa	05/05/2016	438
25	Estive em Lisboa e lembrei de você	José Barahona	01/12/2016	405
26	Quatro	João Botelho	28/01/2016	380
27	Gesto	António Borges Correia	21/04/2016	316
28	Eis o Admirável Mundo em Rede	Gabriel Abrantes	24/11/2016	212
29	Aqui, em Lisboa: Episódios da vida da cidade	Gabriel Abrantes, Denis Côté	19/05/2016	254
30	Amateur	Olga Ramos	08/09/2016	189
31	Ainda Não Acabámos como se fosse uma carta	Jorge Silva Melo	14/04/2016	181
32	O Acidente (Grandes esperanças)	André Marques	16/06/2016	126

ANEXO 2

Premios más destacados en Festivales Internacionales de las películas portuguesas. Periodo 2007-2016

AÑO 2007

Nº	TÍTULO	DIRECTOR	FESTIVAL	PAÍS	PREMIO
1	A outra Margem	Luis Filipe Rocha	Festival de Cine de Montreal	Canadá	Premio Mejor Actor: Tomás Almeida
2	Atrás das nuvens	Jorge Queiroga	Toronto International Film festival	Canadá	Best Film
3	Body Rice	Hugo Vieira Da Silva	México City Film festival	México	Mejor director: Hugo Vieira
4	Body Rice	Hugo Vieira Da Silva	Festival Internacional de Buenos Aires	Argentina	Mejor director: Hugo Vieira
5	China China	Joao Pedro Rodrigues	Entrevues Festival Du Film Belfort	Francia	Grand Prix
6	Cristóvão Colombo - O enigma	Manoel de Oliveira	Festival de Venecia	Italia	Premio Bisato de Oro Mejor Película - Premio de la crítica Independiente
7	Daqui p'ra frente	Catarina Ruivo	Rio de Janeiro International Film festival	Brasil	Mejor largometraje
8	Fados	Carlos Saura	Festival de Cine de San Sebastián	España	Concha de Oro
9	Juventude em Marcha	Pedro Costa	LAFCA AWARDS - Asociación de Críticos de Los Ángeles	USA	Mejor película experimental
10	Suicídio encomendado	Artur Serra Araújo	FICVALDIVIA - Festival Internacional de Cine de Valdivia	Chile	Premio del Público
11	Transe	Teresa Villaverde	Lecce Festival of European Cinema	Italia	Premio Especial del Jurado

AÑO 2008

Nº	TÍTULO	DIRECTOR	FESTIVAL	PAÍS	PREMIO
1	A core do Norte	Joao Botelho	Rome Film Festival	Italia	Mención de Honor
2	A outra Margem	Luis Filipe Rocha	Festival de Cine de Guadalajara	México	Premio Especial del Jurado - Premio Mejor Actriz: Maria D'Aires
3	Aquele querido mes de Agosto	Miguel Gomes	FICVALDIVIA - Festival Internacional de Cine de Valdivia	Chile	Mejor largometraje Internacional
4	Aquele querido mes de Agosto	Miguel Gomes	Festival Internacional de Cine de Viena (Viennale)	Austria	Mejor Film Internacional - Premio Internacional de la Crítica
5	Aquele querido mes de Agosto	Miguel Gomes	Sao Paulo International Film Festival	Brasil	Premio de la Crítica
6	Até ao tecto do Mundo	Vitor Lopes	Bridge Fest Vancouver	Canadá	2st. Best Film
7	Até ao tecto do Mundo	Vitor Lopes	Indie Fest	USA	Best Film
8	Candido	Jose Pedro Cavalheiro	Adana Golden Boll International Short Film	Turquía	Mejor cortometraje de animación
9	Candido	Jose Pedro Cavalheiro	Hiroshima International Animation Festival	Japón	Mejor cortometraje de animación
10	China China	Joao Pedro Rodrigues	Mediterranean festival of New Film Makers	Grecia	Mención Especial del Jurado
11	Entre os dedos	Tiago Guedes	Torino Film festival	Italia	Premio Cipputi (Miglior Film sul mondo del lavoro)
12	Goodnight Irene	Paolo Marinou-Blanco	Mostra Internazionale del Cinema d'Essai	Italia	Silver Rosa Camuna
13	Goodnight Irene	Paolo Marinou-Blanco	Festival de Cinema de New Orleans	USA	Mejor Largometraje
14	O misterio da Estrada Sintra	Jorge Paixao	Detective Fest	Rusia	Mejor Largometraje

15	Terra Sonambula	Teresa Prata	International Film Festival Kerala	India	Premio FIPRESCI
<i>AÑO 2009</i>					
Nº	TÍTULO	DIRECTOR	FESTIVAL	PAÍS	PREMIO
1	A meio da noite	Fernando José Saraiva	Adana Golden Boll international Short Film Competition for Mediterranean Countries	Turquía	Prémio para a Melhor Curta de Animação
2	Aquele querido mes de Agosto	Miguel Gomes	BAFICI - Buenos Aires Festival internacional de Cine Independiente	Argentina	Prémio de Melhor Films
3	Aquele querido mes de Agosto	Miguel Gomes	Festival Internacional de Cine de Guadalajara	México	Prémio Especial do Juri
4	Aquele querido mes de Agosto	Miguel Gomes	Festival Internacional de Cine Las Palmas de Gran Canaria	España	Menção Especial Som - Premio Melhor realizador - Premio Lady Harimaguada de Prata
5	Arena	Joao Salaviza	Festival de Cannes	Francia	Palma de Oro
6	Até ao tecto do Mundo	Vitor Lopes	George Lindsey UNA Film Festival	USA	Premio Leao de Ouro de Animação Profissional
7	Até ao tecto do Mundo	Vitor Lopes	Honolulu International Film Festival	USA	Premio Aloha Accolade (Competição de Animação)
8	Canção de amor a saude	Joao Nicolau	Festival Internacional du Film de Belfort-Entrevues	Francia	Grande Prémio de Curta metragem de Ficção
9	Heiko	David Bonneville	Copenhagen Gay & lesbian film festival	Dinamarca	Melhor Curta metragem
10	Jantar em Lisboa	André Carrilho	ANIMA - Brussels cartoon and Animation Film Festival	Bélgica	Menção Especial do Júri da Competição Internacional
11	Mi vida en tus manos	Nuno Beato	FESTICURTS - Festival internacional de Curtmetrages de Fugueres	España	Prémio Melhor Curta Metragem de Animação
12	Morrer como um homem	Joao Pedro Rodrigues	Mezipatra Queer Film Festival	R. Checa	Premio para Melhor Longa Metragem
13	O acidente	André Marques, Carlos Silva	Twin River Media festival	USA	2º Premio de Animação
14	Ruínas	Manuel Mozos	FIDMarseille-Festival international du Documentaire de Marseille	Francia	Prémio Internacional Georges de Beaugard
15	Um dia frio	Cláudia Varejao	CINEMED - Festival International du Cinéma Méditerranéen de Montpellier	Francia	Prémio para Melhor Curta Metragem
16	Um dia frio	Cláudia Varejao	Festival du court Métrage Méditerranéen de Tanger	Marruecos	Prémio para Melhor Curta Metragem
17	Um dia frio	Cláudia Varejao	Festival International du Court Métrage de Lille	Francia	Grande Prémio Internacional

AÑO 2010

Nº	TÍTULO	DIRECTOR	FESTIVAL	PAÍS	PREMIO
1	48	Susana de Sousa Dias	Jihlava International Documentary Film festival	R. Checa	Best international Documentary Film
2	48	Susana de Sousa Dias	DokLeipzig-International Festival for Documentary and Animated Film	Alemania	Prize of the FIPRESCI
3	48	Susana de Sousa Dias	Cinéma du Réel	Francia	Le Grand Prix Cinéma du Réel
4	A history of Mutual respect	Gabriel Abrantes	International Experimental Film Festival of Bucharest	Rumanía	Second Prize
5	A history of Mutual respect	Gabriel Abrantes	Festival del Film Locarno	Suiza	Pardino d'oro for the Best International Short Film
6	A religiosa Portuguesa	Eugéne Green	Festival de Cine Internacional de Ourense	España	Gran Premio Calpurnia al Mejor Largometraje

7	As maltratadas	Ana Campina	HBRFEST - Hollywood Brazilian Film Festival	USA	Best Short Film
8	Café	Joao Fazenda	ÉCU - The European Independent Film festival	USA	Best Short Film
9	Canção de amor a saude	Joao Nicolau	Festival du Cinéma de Brive	Francia	Gran prix Europe
10	Mistérios de Lisboa	Raoul Ruiz	Festival de San Sebastián	España	Concha de Plata al mejor Director
11	Mistérios de Lisboa	Raoul Ruiz	Mostra Internacional de Cinema de Sao Paulo	Brasil	Premio da Crítica: Melhor Filme
12	O espelho lento	solweig Nordlund	NYC Downtown Short Film Festival	USA	Best Drama
13	O estranho caso de Angélica	Manoel de Oliveira	Cineuropa	España	Premio Cineuropa a Pilar López de Ayala
14	O estranho caso de Angélica	Manoel de Oliveira	Festival del Cinema Agave di Cristallo	Italia	Premio Agave di Cristallo alla Carriera
15	O estranho caso de Angélica	Manoel de Oliveira	Festival de Cannes	Francia	Mention Speciale du Jury
16	Os olhos do farol	Pedro Serrazima	ANIMADRID	España	Mención especial del Jurado de Cortometrages
17	Shoot Me	André Badalo	MIFF - Film Festival Internazionale di Milano	Italia	Miglior Corto Fino - Premio del Pubblico
18	Shoot Me	André Badalo	Los Ángeles Movie Awards	USA	Honorable Mention
19	Snack bar Aquário	Sérgio da Costa	ENTREVUES - Festival international du Film du Belfort	Francia	Grand Prix du court Métrage Documentaire

AÑO 2011

Nº	TÍTULO	DIRECTOR	FESTIVAL	PAÍS	PREMIO
1	48	Susana de Sousa Dias	MARFICI - Festival internacional de Cine Independiente de Mar del Plata	Argentina	Premio de la Competencia Internacional de Documentales
2	Alfama	Joao de Viana	Festival International du Film d'Aubagne	Francia	Grand Prix de la Meilleure Creation Sonore: Mario Dias
3	Alfama	Joao de Viana	Lago Film Fest - Festival Internazionale di cortometraggi	Italia	Menzione speciale della giuria
4	Angst	Graça Castanheira	CINEMED - festival International du Cinéma Méditerranéen de Montpellier	Francia	Prix Ulysse
5	Até ao tecto do Mundo	Vitor Lopes	Los Angeles New Wave International Film Festival	USA	Fall festival Winners - Animated Films - Honorable Mention
6	É na Terra nao é na luna	Gonçalo Tocha	Festival del Film Locarno	Suiza	Menzione speciale della giuria
7	Mistérios de Lisboa	Raúl Ruiz	Toronto Film Critics Association's Awards	Canadá	Best Foreign-Language Film
8	Mistérios de Lisboa	Raúl Ruiz	International Press Academy Satellite Awards	USA	Best Foreign Language Film
9	Os olhos do farol	Pedro Serrazina	Lucas Internationales Kinderfilmfestival	Alemania	Lucas-Preis Bester Animierter Kurzfilm
10	Sangue de Meu sangue	Joao Canijo	Festival de San Sebastián	España	Premio TVE Otra Mirada - Mención Especial del Jurado y Premio FIPRESCI
11	Sangue de Meu sangue	Joao Canijo	Le Festival International du Film de Pau	Francia	Pyrénnée du Meilleur Film
12	Traces of a Diary	André Príncipe	DOCUMENTA - Festival Internacional de Documentales de Madrid	España	Premio Honorífico del Jurado

AÑO 2012					
Nº	TÍTULO	DIRECTOR	FESTIVAL	PAÍS	PREMIO
1	A nossa forma de vida	Pedro Filipe Marques	Cinéma du Réel - Festival international de Films Documentaires	Francia	Mention Spéciale du Prix Joris Ivens Compétition Internationale Premiers Films
2	A nossa forma de vida	Pedro Filipe Marques	DOCUMENTA - Festival Internacional de Documentales de Madrid	España	Premio Honorífico del Jurado - Largometraje de Creación
3	A última vez que vi Macau	Joao Pedro Rodrigues	Festival del Film Locarno	Suiza	Special Mention Concorso Internazionale
4	A última vez que vi Macau	Joao Pedro Rodrigues	Torino Film Festival	Italia	Best Film TFFdoc
5	As ondas	Miguel Fonseca	Bucharest International Experimental Film festival	Rumanía	Best Cinematography Award International Competition
6	Água fria	Pedro Neves	DOCUMENTA - Festival Internacional de Documentales de Madrid	España	Premio Honorífico del Jurado - Cortometraje Internacional
7	É na Terra nao é na luna	Gonçalo Tocha	DOCUMENTA - Festival Internacional de Documentales de Madrid	España	Primer Premio - Largometraje de Creación
8	É na Terra nao é na luna	Gonçalo Tocha	San Francisco International Film festival	USA	Golden Gate Award - Documentary Feature Competition
9	Estrada de Palha	Rodrigo Areias	Karlovy Vary International Film Festival	R. Checa	Jury Award: Special Mention Competition of Feature Film
10	Kali, o pequeno vampiro	Regina Pessoa	Chicago International Children's Film festival	USA	1st Prize - Animated Short Film
11	Kali, o pequeno vampiro	Regina Pessoa	Hiroshima International Animation Festival	Japón	Hiroshima Prize Competition
12	Montemor	Ignasi Duarte	Fidmarseille - Festival International de Cinéma	Francia	Prix Premier: Mention Spéciale Compétition Internationale
13	O circo	Egas Moniz	Anifest - International Film of Animated Films	R. Checa	Main Prize - Films made by children up to 12 years
14	Rafa	Joao Salaviza	Berlinale	Alemania	Golden Bear for the best Short Film - Berlinale shorts III
15	Tabu	Miguel Gomes	Berlinale	Alemania	Alfred Bauer Prize and Fipresci Prize Winner Competition

AÑO 2013					
Nº	TÍTULO	DIRECTOR	FESTIVAL	PAÍS	PREMIO
1	A batalha de Tabato	Joao Viana	Berlinale	Alemania	Best First Feature Award - Special Mention of the Jury
2	Bela Vista	Filipa Reis, Joao Miller Guerra	FIDOCs - Festival Internacional de Documentales de Santiago	Chile	Mejor cortometraje competencia Internacional "Monsieur Guillaume"
3	Cativeiro	André Gil Mata	Doc Alliance Selection	Francia	Doc Alliance Selection
4	E agora? Lembra-Me	Joaquim Pinto	Festival del Film Locarno	Suiza	Premio speciale della Giura, Special Mention FIPRESCI, Secondo premio miglior regista
5	E agora? Lembra-Me	Joaquim Pinto	FICVALDIVIA - Festival Internacional de Cine de Valdivia	Chile	Mejor largometraje Internacional
6	E agora? Lembra-Me	Joaquim Pinto	RIDM - Rencontres Internationales du Documentaire de Montréal	Canadá	Grand Prix de la compétition internationale longs métrages
7	Gambozinos	Joao Nicolau	Quinzaine des Réalisateurs	Francia	Prix Illy du Court Métrage
8	Kali, o pequeno vampiro	Regina Pessoa	San Francisco International Film festival	USA	Golden Gate Award For Best Animated Short

9	Outro homem qualquer	Luís Soares	ZINEBI - Festival Internacional de Cine Documental y Cortometraje de Bilbao	España	Mikeldi de Oro de Animación - Sección Oficial
10	Sizígia	Luís Urbano	Festival International du Court Métrage de Clermont-Ferrand	Francia	Prix Spécial du Jury Labo
11	Tabato	Joao Viana	Berlinale	Alemania	DAAD Short Film Award
12	Tabu	Miguel Gomes	Festival Internacional de Cine de Cartagena	Colombia	Mejor Película: Premio Cinecolombia - sección Oficial
13	Tabu	Miguel Gomes	International Cinephile Society Awards	USA	Best Original Screenplay
14	Terra de Ninguém	Salomé Lamas	DOCUMENTA - Festival Internacional de Documentales de Madrid	España	Mención Especial Jurado - Sección Oficial

AÑO 2014

Nº	TÍTULO	DIRECTOR	FESTIVAL	PAÍS	PREMIO
1	A campanha Do Creoula	André Valentim Almeida	Doc Alliance Selection	Francia	Doc Alliance Selection
2	Cavalo Dinheiro	Pedro Costa	Festival del Film Locarno	Suiza	Pardo per la Migliore Regia e Premio FICC/IFFS - Concorso Internazionale
3	Cavalo Dinheiro	Pedro Costa	Festival Internacional de Cine de Mar del Plata	Argentina	Mención Especial Jurado a la Fotografía - Sección Oficial
4	Cavalo Dinheiro	Pedro Costa	Athens Avant-Garde Film festival	Grecia	Grand Prize - International Competition
5	Coro dos amantes	Tiago Guedes	Leeds International Film festival	R. Unido	Special Mention - Louis le Prince International Short Film Competition
6	E agora? Lembra-Me	Joaquim Pinto	festival Internacional de Cine de cartagena	Colombia	Premio especial Jurado - Competición Oficial
7	E agora? Lembra-Me	Joaquim Pinto	L'Age d'Or Festival	Bélgica	Prix L'Age d'Or
8	Ennui Ennui	Gabriel Abrantes	Les Lutins du Court Métrage	Francia	Le Lutin du Meilleur Scénario
9	Metáfora ou a tristeza virada do Avesso	Catarina Vasconcelos	Cinéma du Réel - Festival international de Films Documentaires	Francia	Prix du Court Métrage - Compétition Internationale
10	Metáfora ou a tristeza virada do Avesso	Catarina Vasconcelos	RIDM - Recontres Internationales du Documentaire de Montréal	Canadá	Prix du Meilleur Moyen Métrage International
11	Redemption	Miguel Gomes	BAFICI - Buenos Aires festival Internacional de Cine Independiente	Argentina	Mejor cortometraje - Vanguardia y género
12	Songs from the North	Soon-Mi Yoo	Festival del Film Locarno	Suiza	Pardo per la Migliore opera prima - Concorso Cineasti del Presente
13	Tabu	Miguel Gomes	Premio Abraccine - Associação Brasileira de críticos de Cinema para Melhores Filmes	Brasil	Melhor Longa-Metragem Estrangeiro
14	Tres semanas em dezembro	Laura Gonçalves	FEMINA - Festival Internacional de Cinema Feminino	Brasil	Melhor Destaque Feminino internacional

AÑO 2015

Nº	TÍTULO	DIRECTOR	FESTIVAL	PAÍS	PREMIO
1	A uma hora incerta	Carlos Saboga	Viennale	Austria	Standard Viennale Publikumpreis
2	As mil e uma noites - VOL 1, 2, 3	Miguel Gomes	Sydney Film festival	Australia	Sydney Film festival Prize

3	As mil e uma noites - VOL 1, 2, 3	Miguel Gomes	European Film Awards	Alemania	Best sound Designer
4	Cavalo Dinheiro	Pedro Costa	FilmFest München	Alemania	ARRI/OSRAM Award - CineMasters
5	Cavalo Dinheiro	Pedro Costa	Yamagata International Documentary Film festival	Japón	The Robert and Frances Flaherty Prize - International Competition
6	Cosmos	Andrzej Zulawski	Festival del Film Locarno	Suiza	Pardo per la migliori regia: Andrzej Zulawski - Concorso internazionale
7	Getúlio	Joao jardim	Grande Prémio do cinema Brasileiro	Brasil	Premio Melhor Ator, Melhor Direcção de Arte e Melhor maquiagem
8	Montanha	Joao Salavisa	CINEMED - Festival International du Cinéma Méditerranéen de Montpellier	Francia	Antigone d'Or Montpellier Méditerranée Métropole - Long Métrages Compétition
9	Amélia & Duarte	Alice Guimaraes	ANIMAFEST Zagreb - World Festival of Animated Film	Croacia	Zlatko Grgic Award for best First film
10	Fuligem	David Doutel, Vasco Sá	Adana Golden Boll Mediterranean Short Film Competition	Turquía	Best Short Animated Film Award
11	Fuligem	David Doutel, Vasco Sá	Etiuda&Anima - International Film festival	Polonia	Honorable Mention - Anima Competition
12	Gipsofila	Margarida Leitao	Torino Film Festival	Italia	Premio Speciale della Giura per Internazionale.doc TFFDoc
13	Rabo de Peixe (Director's Cut)	Joaquim Pinto	Filmer á Tout Prix: Festival Cinéma Documentaire	Bélgica	Prix du Jury Long Métrage International
14	Vola á terra	Joao Pedro Plácido	CINEMED - Festival International du Cinéma Méditerranéen de Montpellier	Francia	Prix Ulysse CCAS - Agglomération de Montpellier e Prix Étudiant de la Première Oeuvre

AÑO 2016

Nº	TÍTULO	DIRECTOR	FESTIVAL	PAÍS	PREMIO
1	El auge del humano	Eduardo Williams	Festival del Film Locarno	Suiza	Pardo d'Oro Cineasti del Presente Premio Nescens e Special Mention First Feature
2	El auge del humano	Eduardo Williams	Festival Internacional de Cine de Mar del Plata	Argentina	Premio especial Jurado - Competencia Lationamericana
3	John From	Joao Nicolau	FILMADRID - Festival Internacional de Cine	España	Premio del Jurado Oficial: Mejor Película y Premio Jurado Joven: Mejor Película - Competición Oficial
4	O Ornólogo	Joao Pedro Rodrigues	Festival del Film Locarno	Suiza	Pardo per la Miglior Regia: Joao Pedro Rodrigues - Concorso Internazionale
5	Sao Jorge	Marco Martins	Mostra internazionale d'Arte Cinematográfica	Italia	Premio Orizzonti per il Miglior Attore: Nuno Lopes - Orizzonti
6	Ascensao	Pedro Peralta	The Cinema of Tomorrow International Competition	Egipto	Special Mention
7	Noite sem distancia	Lois Patiño	San Francisco International Film festival	USA	Golden Gate Award for Best Narrative Short
8	Balada de um Batraquão	Leonor Teles	Berlinale	Alemania	Goldener Bär für den Besten Kurzfilm - Berlinale Shorts
9	Blood brothers	Marco Espírito Santo	Tempere International Short Film festival	Finlandia	Best Documentary Film - International Competition: Animals
10	Penúmbria	Eduardo Brito	ZINEBI - Festival Internacional de Cine Documental y Cortometraje de Bilbao	España	Mikeldi de Oro a la Mejor Película de Ficción

11	Chatear-Me-Ia morrer tao joveeeem...	Filipe Abranches	Sommets du Cinéma d'Animation	Canadá	Grand Prix des Sommets - Compétition Internationale
12	Um campo de aviação	Joana Pimenta	ZINEBI - Festival Internacional de Cine Documental y Cortometraje de Bilbao	España	Gran Premio del Festival de Bilbao - Sección oficial-Concurso Internacional
13	Ama-San	Cláudia Varejao	Karlovy Vary International Film Festival	R. Checa	Special mention - Documentary Films - Compettion
14	Kako sam se zaljubio u eva ras	André Gil Mata	FIDMARSEILLE- Festival International de Cinéma	Francia	Mention Spéciale - Compétition Internationale





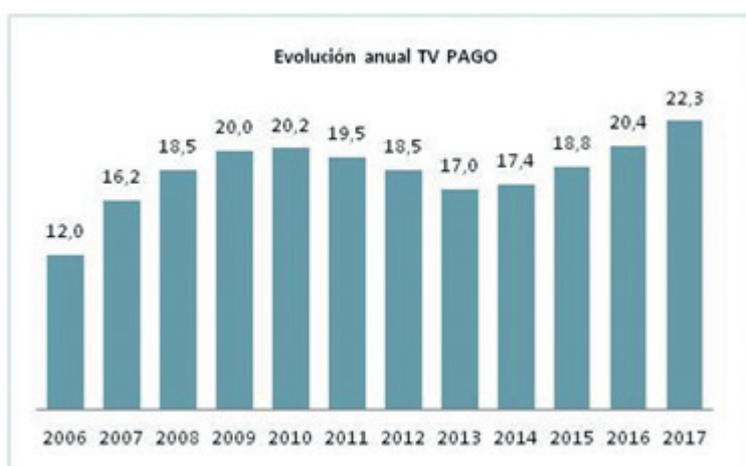
TEMÁTICAS DE PAGO EN ESPAÑA (2016/2017)

TEMÁTICAS DE PAGO EN ESPAÑA (2016/2017)

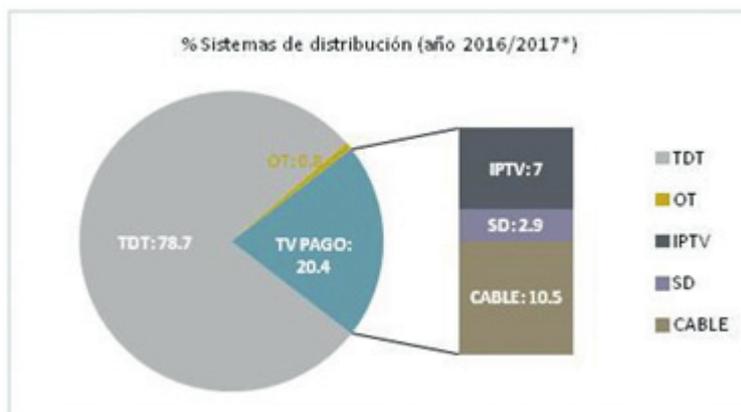
Por Ricardo Vaca García

NOTABLE CRECIMIENTO DE LA TELEVISION DE PAGO

El consumo televisivo a través de alguna de las modalidades de pago representa el **21%** en el promedio del periodo de análisis * (1 enero 2016 a 31 mayo 2017), lo que supone su máximo histórico. Además, la evolución mensual muestra una tendencia creciente y la TV de Pago promedia en los 5 primeros meses del año 2017 el 22,3%.

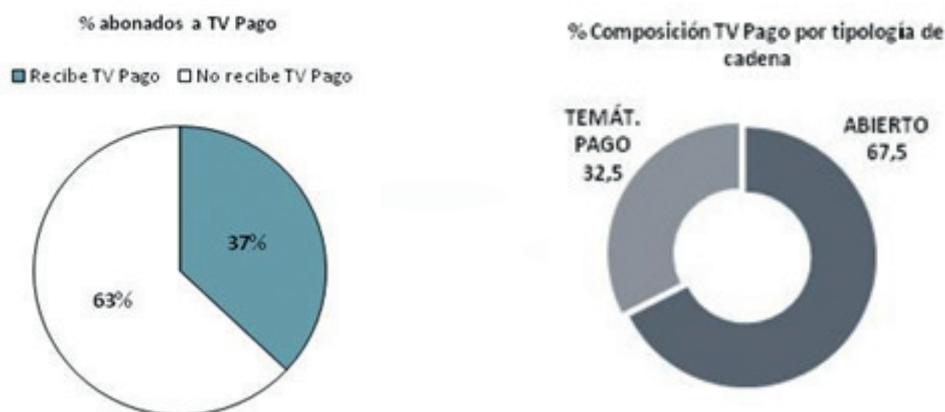


La TV de Pago engloba las audiencias de todas las cadenas que se integran en las distintas plataformas de pago: **Cable** (Telecable, Mundo-R, Euskaltel...), **IPTV** (MovistarTV, Jazztel, Vodafone, Orange TV) y **Satélite Digital** (Movistar+) y suma las cuotas de televisiones Nacionales, Autonómicas y Temáticas.



AUMENTO DE ABONADOS

En el periodo 2016/2017*, la penetración de la TV de Pago ha sido de 16,3 millones de españoles, es decir, el 37% de los individuos de 4 ó más años de edad de España están o han estado abonados/ reciben alguna de las modalidades de TV de pago; Cable, IPTV o Satélite Digital.



LA TV DE PAGO REPRESENTA EL 21% DEL CONSUMO TV EN ESPAÑA EN 2016/2017*

DENTRO DE LA CUOTA DE TV PAGO, LAS CADENAS EN ABIERTO REPRESENTAN EL 67,5% Y LAS "TEMÁTICAS DE PAGO" EL 32,5% (7,3% DEL TOTAL TELEVISIÓN).

CADENAS TEMÁTICAS DE PAGO

El grupo de "Temáticas de Pago" (en torno a 90 cadenas) supone el 7,3% del total de la audiencia de televisión, con una cobertura diaria de **6,6 millones y 21 millones** en el total del 2016/2017*, es decir, el 15% de la población ve al menos un minuto de Temáticas de Pago al día y en el acumulado del periodo la audiencia acumulada es del 46,5%.

El ranking de las cadenas temáticas de Pago está encabezado en el último año por Fox (6,2% de cuota sobre el mercado de Temáticas de Pago), TNT (4,7%), AXN (4,3%), Being Liga (4,3%) y Canal Hollywood (3,8%) y entre las cinco primeras.

EMISIÓN Y PELÍCULAS MÁS VISTAS EN LINEAL Y DIFERIDO DEL 2016/2017

- **La emisión más vista en lineal** de las temáticas de Pago corresponde al partido del **Real Madrid-Barcelona** (Movistar, 23 abril 2017) con 2.563.000 espectadores de audiencia media y el 71,6% de cuota de pantalla sobre el mercado de temáticas de Pago.
- **La emisión más vista en diferido** de las temáticas de Pago es **“The Walking dead”** (Fox, 5 diciembre 2016) con 422.000 espectadores de audiencia media.
- **La película más vista en diferido** de las cadenas Temáticas de Pago es **“Buscando a Dory”** (Movistar Estrenos, 3 febrero 2017) con 224.000 espectadores de audiencia media.
- En la suma de lineal más diferido, la película más vista es **“Escuadrón Suicida”** (Movistar Estrenos, 28 abril 2017) que acumuló una audiencia media de 331.000 espectadores en el total de dimensiones de visionado.

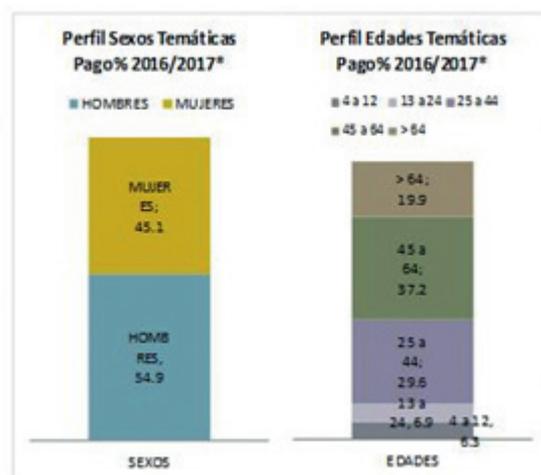
TEMÁTICAS DE PAGO EN CIFRAS

La catalogación de Kantar Media de la programación de las cadenas Temáticas de Pago, nos dejan las siguientes cifras:



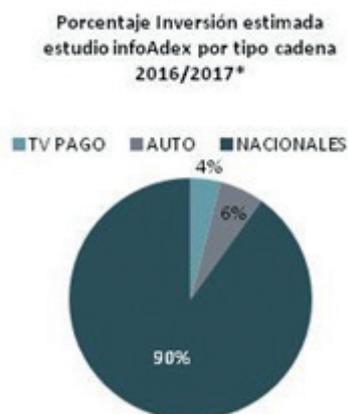
PERFIL DE AUDIENCIA

La composición de la audiencia de las Temáticas de Pago por sexos y edades muestra que su perfil es mayoritariamente masculino y de individuos de 25 a 64 años, que significa 2 de cada 3 espectadores e Temáticas de Pago.



INVERSIÓN PUBLICITARIA

Según el último Estudio de Inversión Publicitaria Estimada de InfoAdex correspondiente al año 2016, la TV Pago supone el 4% de la tarta publicitaria.

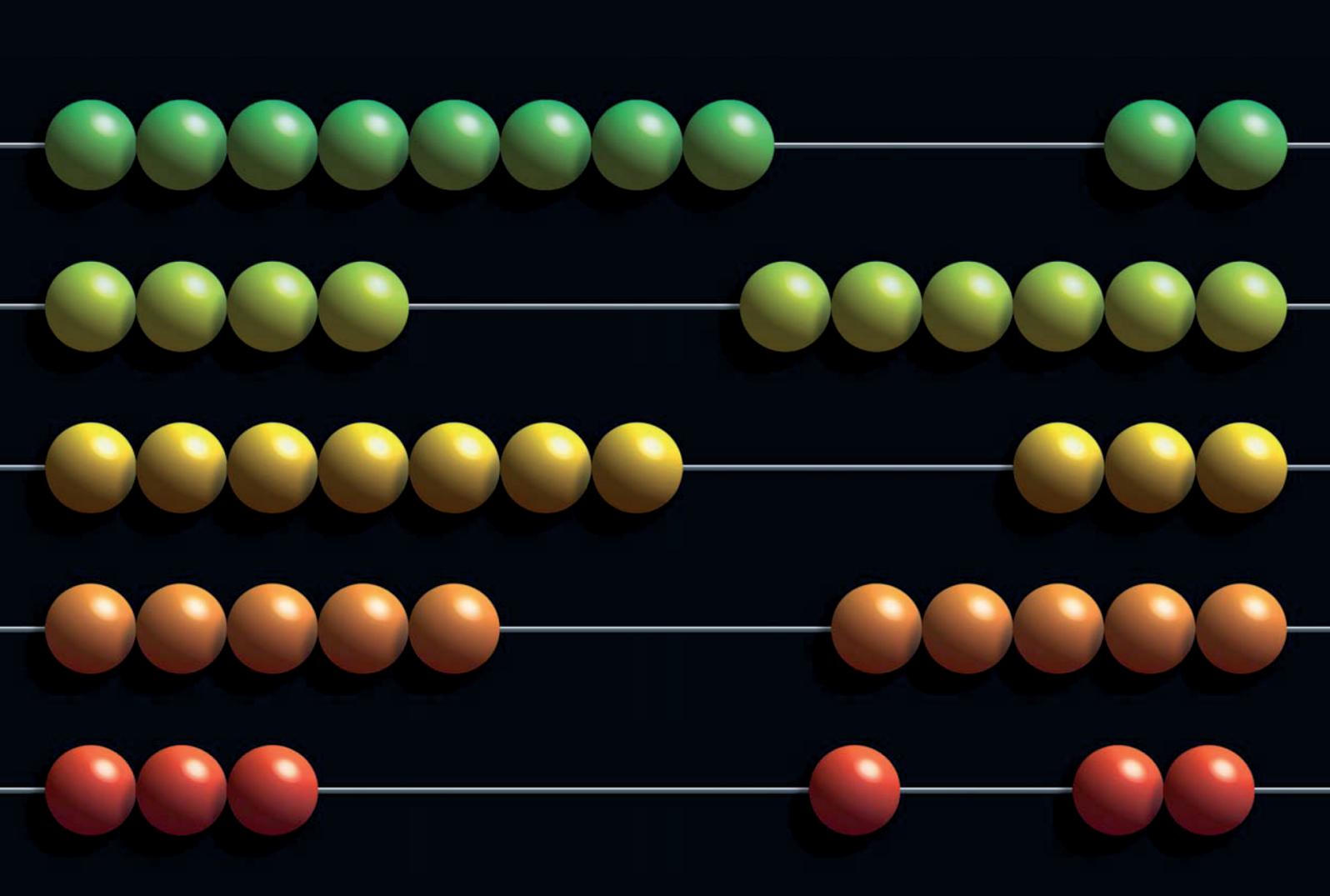




Ricardo Vaca García. Responsable de Nuevos Proyectos de Barlovento Comunicación.

Trabaja en Barlovento Comunicación desde el año 2005. Compatibiliza su labor de consultoría audiovisual en la empresa con la vida académica. Es profesor en la Universidad CEU San Pablo de Madrid, así como en diversos posgrados. Además, es doctor en la propia Universidad CEU San Pablo.





Una sociedad de servicios



egeda

Entidad de Gestión de Derechos
de los Productores Audiovisuales

Luis Buñuel, 2 - 3º. Edificio Egeda
Ciudad de la Imagen. Pozuelo de Alarcón
28223 Madrid

Teléfono: 91 512 16 10
Fax: 91 512 16 19
www.egeda.es





EL PAPEL DE LOS FESTIVALES EN EL DESARROLLO
DEL AUDIOVISUAL IBEROAMERICANO

EL PAPEL DE LOS FESTIVALES EN EL DESARROLLO DEL AUDIOVISUAL IBEROAMERICANO

Por Lucy Virgen

Es imposible hacer una evaluación cuantitativa del impacto de los festivales de cine en cualquier industria audiovisual. La ruta de una película, serie o programa y su meta en número de espectadores o en recaudación es muy variable para poder hacer generalizaciones. Sin embargo los festivales influyen tanto en los productos audiovisuales que ningún plan de promoción y distribución estaría completo sin ellos. Los festivales de cine han sustituido a las salas de cine especializadas, que a su vez sustituyeron a los cines clubes, es decir son espacios para ver “otras” cinematografías que no son la de Hollywood.

Algunos festivales, privilegian la asistencia de profesionales a sus proyecciones, pero cada vez son más los que tienen funciones restringidas para prensa e industria y facilitan la entrada al público en general a sus funciones. Y aquí empiezan las diferencias, en los países europeos, los precios de los boletos en un festival son más altos que en las funciones comunes haciendo estas funciones algo especial. En cambio, en América Latina los festivales reducen los precios o hacen funciones gratis para incentivar la asistencia del público a un cine que se percibe como difícil. La presencia de directores y actores, debería hacerlo especial pero no hace diferencia en el precio.

El director mexicano Everardo González dijo en la presentación de su película *La libertad del diablo* en el Festival Internacional de cine en Guadalajara en marzo, 2017: “Los cineastas latinoamericanos necesitamos el aval de los festivales europeos; si aprobaron la película en Berlín, entonces tenemos más posibilidades de exhibirla aquí. Espero poder estrenarla al menos en diciembre en México”.

González es un director muy conocido en el circuito de festivales como un documentalista sólido, *Ladrones viejos*, *Cielo abierto* y *Cuates de Australia* han ganado premios, lo que hace innecesario un aval—las tres funciones de *La libertad del diablo* agotaron los boletos- pero tampoco es una oportunidad que se pueda despreciar, así es que el estreno mundial de la película fue en Berlín. Y si bien el director habló de los directores latinoamericanos, en esto están incluidos también los españoles y portugueses; sus posibilidades de distribución mundial en cualquier plataforma aumentan al recibir el sello de aprobación de un festival de primer nivel.

Este “visto bueno” por parte de un festival reconocido es un valor agregado a la producción, muy apreciado en Iberoamérica, y uno que ha existido desde hace tiempo -Berlín celebró en 2017 su 67^a. Edición; Cannes celebrará la 70^a., Venecia la 74^o y San Sebastián la 65^a. Cartagena llegó a su 57^o. año y Chicago al 53 -. Sin embargo este valor no empezó a ser significativo sino hasta más o menos 30 años,

que coincide con la explosión del número de festivales en América Latina y de los especializados en Europa: el Festival de Guadalajara tuvo su 32ª edición este año, el Festival International du film d'Amiens celebrará su 36º cumpleaños, el Internacional Documentary Filmfestival Amsterdam IDFA el 30º y el Festival International du Court Métrage Clermont-Ferrand su 39º.

Los festivales de cine tuvieron un repunte en este periodo pero empezaron a ser un fenómeno cultural hace más o menos quince años. Según asienta el periodista británico Stephen Follows en su portal (<https://stephenfollows.com/>) el 75% de los festivales de cine activos en el momento de la publicación fueron creados a partir de 2003. En ese punto los festivales comenzaron a ser un atractivo turístico para la ciudad o región en donde se celebraban no sólo por las películas sino por los actores o simplemente “celebridades” sin relación con la industria pero que aseguran cobertura en los medios. El impacto de un festival y la derrama económica se extiende entonces al turismo y sus prestadores de servicio. Para dar relevancia a la participación de la comunidad, la mayoría de los festivales tienen ahora un premio de la audiencia que es muy apreciado por los cineastas que pueden decir a los posibles distribuidores que su película le gusta al público.

Este factor “cool”, la atracción hacia el público es una razón por la que han proliferado más festivales que mercados de cine separados de un festival. En los mercados, los profesionales de la industria hacen negocios sin tropezarse con estrellas o sus admiradores; son particularmente importantes para los iberoamericanos porque en ellos pueden romper la burbuja que los protege y aísla para relacionarse con compradores y vendedores de todo el mundo. De esta manera el cine iberoamericano deja de estar aislado para ser “de nicho”. El American Film Market, brazo comercial de la Independent Film & Television Alliance (IFTA), y por lo tanto comercializa tanto largometrajes como series de televisión, es el mayor mercado audiovisual con compra y venta de derechos multiplataforma con producciones de todo el mundo. Se anuncia como “más centralizado que Cannes, mejor clima que Berlín” y reúne alrededor de 8.000 profesionales en cada edición; lamentablemente sus estadísticas están relacionadas con el país de origen de la compañía y no de las producciones así es que no se puede deducir el volumen de ventas de material iberoamericano. Entre los mercados especializados destaca Ventana Sur en Argentina, ya en su octava edición, que está reservado para producciones latinoamericanas por lo que no acepta producciones exclusivas de España ni Portugal.

Para las producciones iberoamericanas la participación en festivales ha sido decisiva para llegar al mundo. Por principio empujan a los productores a traducir y subtítular o doblar sus productos para que sean entendidos en otros idiomas además de español o portugués. Esta característica que ahora parece obvia, no lo era hace 15 años, en las copias de 35 mm. Y tampoco lo era antes de que se quisiera presentar las obras a públicos extranjeros. Se solía incluso subtítular una copia en video para presentarla a los comités de selección pero no la copia de exhibición. Ahora prácticamente todas las producciones iberoamericanas al terminar la postproducción están listas para mostrarse al mundo.

Algunas ciudades del mundo -digamos Nueva York, París, Madrid- tienen salas especializadas en las que se proyecta gran variedad de películas subtítuladas y tienen cinematecas que hacen exhibiciones de películas históricamente importantes. Sus afortunados habitantes no tienen necesidad de un festival de cine que concentre en unos días lo mejor de la cinematografía. Pero para el resto, la mayoría los festivales de cine son la vía -muchas veces la única- para que los habitantes de países fuera de Iberoamérica, o los expatriados, vean nuestro cine.

Los festivales de cine no sólo “descubren” nuestros cineastas al mundo sino en muchas ocasiones lo presentan dentro de su país. Cada vez es más común que directores debuten en festivales internacionales -en especial en europeos- antes de ser siquiera conocidos en su país de origen. Alejandro González Iñárritu es un prototipo de esto; no es que fuera un desconocido en México, pero su área era la televisión y la publicidad. A los 37 años, su participación en la Semana de la crítica en Cannes con *Amores perros* lo convirtió en una celebridad mundial; lanzando también a Gael García Bernal, a la fecha uno de los más cotizados actores en Iberoamérica.

Carlos Reygadas, que ahora es difícil concebirlo en una profesión distinta a la de director, trabajaba en el servicio diplomático mexicano y vivía en Bruselas hasta dos años antes que la Quincena de los realizadores de Cannes, exhibiera *Japón*.

Jairo Bustamante por su parte había dirigido cortometrajes, pero fue beneficiado por el circuito de Festivales desde el momento en el que Cine en Construcción del Festival de San Sebastián seleccionó *Ixcanul*. Cuando su película fue la de mayor recaudación en Guatemala, según el Panorama Audiovisual 2016 con 27.000 espectadores, había ya ganado un Oso de Plata en Berlín y fue galardonada en varios festivales más.

¿Hubieran lanzado su carrera estos directores desde sus países de origen? Sin duda, pero su desarrollo hubiera sido diferente, mucho más lento aún con el mismo talento.

Pero los tres los principales europeos que están fuera de Iberoamérica -Cannes, Berlín y Venecia- seleccionan para sus respectivas competencias un promedio de 2 películas iberoamericanas por año.

En los últimos 10 años han competido 17 películas en Cannes y sólo de Brasil, España, México y Argentina.

	2016	2015	2014	2013	2012	2011	2010	2009	2008	2007	Total por país
Brasil	1				1				2		4
España	1					1		2	1		5
México		1		1	1		1			1	5
Argentina			1						2		3
Total por año	2	1	1	1	2	1	1	2	5	1	17

Berlín ha tenido una selección más amplia: 24 películas, además de los países ya mencionados, han participado Chile, Guatemala, Portugal y Uruguay.

	2016	2015	2014	2013	2012	2011	2010	2009	2008	2007	Total por país
Brasil			1						1	1	3
España		1	1		2			1			5
México	1	1				1	1		1		5
Argentina			2			1				1	4
Chile		2		1						1	4
Guatemala		1									1
Portugal					1						1
Uruguay								1			1
Total por año	1	5	4	1	3	2	1	2	2	3	24

Por su parte, Venecia en los últimos ocho años ha tenido en concurso 10 películas de España, México, Argentina, Chile, Venezuela, Portugal.

	2016	2015	2014	2013	2012	2011	2010	2009	Total por país
España						1	1		2
México	1								1
Argentina	1	1							2
Chile	2						1		3
Venezuela		1							1
Portugal					1				1
Total por año	4	2	-	-	1	1	2	-	10

¿Vale la pena intentar participar para un número tan pequeño de seleccionadas? Sin duda, porque estos números son sólo para la sección en concurso y las películas latinoamericanas en particular son buscadas para las secciones paralelas. La promoción, difusión y prestigio -con la probable consecuencia de distribución y ventas en otros mercados- que se obtiene de participar en ellas es mucho mayor que la que se obtiene en otros festivales.

Por otra parte, no es casualidad que las cinematografías con mayor desarrollo -en cuanto a cantidad y nivel de producciones- en Iberoamérica son las que logren llegar con más frecuencia a estos festivales, a pesar de los cambios de programadores y directores en ellos. Los festivales favorecen la difusión de películas de su "estilo", que pudieron ser producidas pensando en ellos. Se forma así un círculo virtuoso en el que se tendrán productos de mayor calidad que podrán ser seleccionados con mayor frecuencia. Los críticos de estas prácticas suelen decir que no son películas "auténticas"; pero en la actualidad es tal la cantidad de festivales y están tan diversificados que se puede perseguir un estilo o un tema y si hace con calidad, será seleccionado para ser exhibido a un público.

Proimágenes Colombia -dependiente del Consejo Nacional de las Artes y la Cultura en Cinematografía- ha logrado perfeccionar un sistema para la entrega de sus fondos con equidad y transparencia. Reúne anualmente a un grupo de profesionales nacionales con igual número de extranjeros para que decidan entre los concursantes en diversas categorías. Pero aún este sistema que ha probado su eficiencia durante 12 años, no puede decidir a quién darle un fondo para asistir a un festival. Entonces los equipos de programación de cada festival hacen esta tarea para Colombia y prácticamente todos los países de Iberoamérica. En casi todos ellos la institución a cargo de la cinematografía nacional ofrece apoyos para que parte del equipo representando a la película asistan al festival, o cuenten con una copia subtitulada o material para promoción.

El reglamento varía mucho de país en país, en Argentina por ejemplo hay una lista de 33 festivales ordenados en categorías y a su vez organizados por tipo de participación. En el nivel más alto los participantes en competencia en Cannes, Berlín, San Sebastián o Venecia pueden recibir 3 pasajes en clase económica, subtitulado, envío de materiales e impresión de material gráfico. En el otro extremo las participaciones fuera de competencia en secciones paralelas en festivales como el de documentales de Amsterdam, Annecy, Clermont Ferrand o Sitges podrán recibir subtitulado, envío de materiales e impresión de material gráfico en una cantidad menor. El INCAA no hace distinciones entre cortos y largometrajes, ficción o documental. Aún los países más pequeños como los de Centroamérica pueden obtener fondos para asistir a festivales mediante secretarías diferentes a las dedicadas a la cinematografía como la de Turismo.

España y Portugal además de la posibilidad de ser apoyados por sus respectivos institutos cinematográficos, pueden recurrir a los fondos europeos. Por ejemplo la European Film Promotion a través de su *Sales Office*, da apoyo para que los agentes de ventas asistan a determinados festivales.

¿Qué tanto influye la participación en festivales en la taquilla local? Hay variaciones importantes de país en país. Según los datos aportados por el Panorama Audiovisual Iberoamericano 2016, sólo dos películas que fueron las más taquilleras en sus respectivos países debutaron antes en festivales de primer nivel: *Ixcanul* de Guatemala que debutó en Berlín y *El clan* de Argentina estrenada en Venecia. Las también taquilleras en sus países *El bosque de Karaima* (Chile), *Boquerón* (Bolivia) y *Una noche sin luna* (Uruguay) también se exhibieron en festivales menores. El resto no es conocido fuera de su país, en el que fueron el número uno en espectadores.

El papel de los festivales puede acotarse en los siguientes rubros:

- Valor agregado a la producción
- Difusión de las cinematografías fuera de su país de origen
- Descubrimiento de cineastas dentro y fuera de sus países de origen
- Subsidio institucional para ampliar la difusión.
- Difusión que apoya la taquilla local.



Lucy Virgen. Crítica cinematográfica y programadora.

Fue parte del grupo fundador del CIEC de la Universidad de Guadalajara; directora de programación del Festival Internacional de cine de Guadalajara 2005-2010. Ha trabajado con varios diarios y revistas en América Latina. En este momento es Coordinadora para México y América Central, de Ventana Sur y programadora para el Festival Internacional de cine de América y Festival Internacional de Cine de Mérida y Yucatán.



CAPITULO V

REPÚBLICA DOMINICANA: 6 AÑOS DE LA LEY DE FOMENTO
A LA ACTIVIDAD CINEMATOGRAFICA

CAPITULO V

REPÚBLICA DOMINICANA: 6 AÑOS DE LA LEY DE FOMENTO A LA ACTIVIDAD CINEMATOGRAFICA

Por Yvette Marichal y Boni Guerrero

Desde el año 2010, la República Dominicana cuenta con una Ley de Promoción a la Actividad Cinematográfica, la cual ha permitido el aprovechamiento de parte de los productores de cine de cuantiosos fondos a través de inversiones privadas que se benefician de incentivos fiscales. Lo anterior ha provocado un incremento en la producción de filmes dominicanos en alrededor de un 900% en pocos años. De igual forma, a través del mecanismo de un crédito fiscal transferible la producción de filmes extranjeros en el país ha tenido un marcado crecimiento, acumulando a la fecha los incentivos otorgados por dicha ley una suma cercana a los 80 millones de dólares. El objetivo principal de dicha normativa era convertir el país en uno de los principales destinos fílmicos de la región, con una industria cinematográfica capaz de atraer inversión extranjera, crear una economía en cadena alrededor de la misma, elevar el nivel cultural nacional y aportar al patrimonio cultural de la nación. Existen posturas encontradas respecto a la efectividad de la norma. Por una parte ha recibido fuertes críticas de quienes no la ven más que como un mero instrumento de evasión fiscal que sólo hace derrochar el dinero público en una actividad insostenible por sí misma. Mientras que por otro lado, sus defensores ven la misma como la única herramienta capaz de fomentar de una manera adecuada a la actividad cultural más concurrida en el país catalogándola como una normativa modelo para otros países. En muchas ocasiones, los análisis que se hacen de la referida ley no se sustentan en datos ni estadísticas ciertas, por lo que el objetivo de presente trabajo es realizar un análisis económico sobre si la Ley de Cine dominicana en cuanto a la producción fílmica es una normativa eficiente, o si por el contrario, los incentivos fiscales de la misma no son justificados por lo que una medida más eficiente por parte del Estado Dominicano sería destinar dichos fondos a otras áreas de la economía.

Introducción

Desde hace varios años, el sector cinematográfico ha estado experimentando un notable crecimiento en cuanto a la producción de contenido audiovisual, impulsado principalmente por el aumento en el gasto en entretenimiento cinematográfico de parte de los ciudadanos (*especialmente en América Latina, donde en apenas 4 años aumentó en 11% dichos gastos*)¹, los cuales, como buenos

1 McKinsey&Company. *Global Media Report 2015 – Global Industry Overview*. P. 8. Disponible en: http://www.mckinsey.com/~media/mckinsey/dotcom/client_service/Media%20and%20Entertainment/PDFs/Global_Media_Report_2015.ashx

consumidores, exigen cada vez más calidad e innovación en estas obras. Esto último ha provocado el gran aumento en los presupuestos existentes actualmente para el desarrollo de obras fílmicas, creándose la necesidad de parte de los productores fílmicos de buscar mercados donde les sea más barato poder realizar sus rodajes y más fácil conseguir la inversión requerida.

En este contexto, varios países empezaron a crear incentivos fiscales para atraer a estos productores, ofertándoles jugosos beneficios y creando con esto condiciones ventajosas frente a los que podrían en su momento ser los destinos originales. A medida que se han ido estableciendo incentivos en varios estados, las producciones se han ido estableciendo donde entienden mejores beneficios económicos puedan obtener. Este fenómeno inclusive ha sido catalogado como “*runaway productions*”², que no son más que aquellas producciones concebidas para ser proyectadas en un país, pero que se realizan en otro.

Los incentivos fiscales a la producción se han convertido, especialmente por esto, en uno de los principales requisitos para una producción decidir si realiza su proyecto en el País A o el País B³. En este sentido, y dado a que era un reclamo de larga data de parte de los agentes cinematográficos dominicanos de contar con una ley de cine, el país inició a partir del año 2010 un camino que ha cambiado radicalmente la forma en la que se hace cine en el país, pero con un fuerte ingrediente de incentivo fiscal, que de no existir probablemente no se hubiera producido.

Desde su promulgación en el 2010 la Ley de Cine ha sido la responsable del gran cambio suscitado en el país en la industria del cine. Lo anterior es la razón principal de análisis de este trabajo, que identificará las características particulares de esta industria, los mecanismos de incentivos, estadísticas actuales del mercado de cine dominicano con algunas comparaciones y la viabilidad o no de la Ley No. 108-10 en la República Dominicana en cuanto al fomento de las producciones a través de mecanismos fiscales.

I. La industria fílmica

La industria del cine forma parte de las industrias culturales y creativas, las cuales “*son aquellas que combinan la creación, la producción y la comercialización de contenidos creativos que sean intangibles y de naturaleza cultural. Estos contenidos están normalmente protegidos por el derecho de autor y pueden tomar la forma de un bien o servicio. Incluyen además toda producción artística o cultural, la arquitectura y la publicidad.*”⁴. Se les considera parte de la llamada “*economía naranja*”⁵, la cual es además una de las economías más fuertes del mundo, llegándose incluso a comparar que de ser un país, sería la cuarta economía más grande del mundo.⁶

Esta industria tiene características especiales que la diferencian de las industrias tradicionales, porque es una de las pocas actividades que tiene la capacidad de gastar sumas bastante considerables de dinero en poco tiempo y no dejar ni un solo bien tangible en el que se pueda apreciar todo el gasto realizado⁷, los consumidores al final de cuentas sólo se llevan un recuerdo de aquello que ven.

2 STEVENS. Georgina. *An Analysis of the Runaway Production Phenomena on the Film and Television Production Industries in the United States and California*. European School of Economics. (2013).

3 MCDONALD. Adrian. “*Down the Rabbit Hole: The Madness of State Film Incentives as a “Solution” to Runaway Production.*” University of Pennsylvania Law School Journal of Business Law (2011) y Entertainment Partners. <https://www.ep.com/home/managing-production/production-incentives/>

4 Conferencia de las Naciones Unidas para el Comercio y el Desarrollo (UNCTAD). *Creative Economy Report 2010*. Naciones Unidas (2010). Disponible en: http://unctad.org/en/Docs/ditctab20103_en.pdf

5 Definida como la economía que representa una riqueza basada en el talento, la propiedad intelectual, la conectividad y la herencia cultural.

6 BUITRAGO. Felipe y DUQUE. Iván. *La Economía Naranja*. Banco Interamericano de Desarrollo (BID). Washington, D.C. (2013).

7 CROWELL. Thomas. *The Pocket Lawyer for Filmmakers: A Legal Toolkit for Independent Producers*. Focal Press. New York (2013).

Consumen el producto pero no se quedan con él, ni lo disfrutan más allá de la duración del mismo⁸. Tampoco es una industria en la que sea frecuente la construcción de establecimientos (*más allá de los estudios de filmación y los cines*⁹), y con una alta movilidad territorial, debido a que por lo general eligen un escenario para rodar y luego de estar unos pocos meses, se van.

Al tener estas condiciones tan particulares, de rápida ejecución presupuestaria, la industria fílmica es una especie de joya deseada por varios países para atraer inversión extranjera, y generar más recursos y empleos, así como poder utilizar esta plataforma para publicidad del mismo país, pudiéndose colocar potencialmente la imagen de esa nación, en miles de pantallas a nivel mundial con una inversión relativamente baja de parte del Gobierno.

Otra consideración importante es que la competitividad dentro de la industria fílmica es volátil, por la frecuente asimetría de información que existe entre el público y los productores de cine en una gran cantidad de obras que no logran llevar muchos asistentes a las salas de cine por no interesarles el producto que se les está ofertando, pero que a la vez tiene la particularidad de poder generar por una sola obra, una cantidad enorme de ingresos¹⁰, siendo bastante difícil en muchas ocasiones poder realizar análisis económicos de la misma.

El cine como una herramienta cultural y económica, necesita ir evolucionando cada vez, y una de estas formas es encontrando mecanismos de financiamiento que permitan su desarrollo y expansión. Durante décadas se han visto constantes movimientos y cambios en esta multimillonaria industria, que busca cada vez obtener mayores beneficios de sus actividades, y en esta búsqueda implacable encontró en el uso del incentivo fiscal a la producción, una de las herramientas más recientes, baratas y de mayor uso de financiar las películas¹¹.

Parece ser casi un requisito *sine qua non* la existencia de un incentivo fiscal para desarrollar una industria del cine en cualquier lugar.

II. Definición y generalidades de los incentivos fiscales

La economía global está estructurada cada vez más con un componente de liberalismo comercial, y en un mundo interconectado como tenemos actualmente, los inversionistas realizan análisis sobre los regímenes tributarios de distintos territorios, a los fines de elegir cuál es más conveniente, ya sea por políticas tributarias más flexibles o bien por contar con menores cargas laborales.

En este “lucha” librada en los mercados internacionales buscando la mayor cantidad de inversión extranjera posible, es necesario ofrecer incentivos que disuadan a los inversionistas y coloquen a un determinado país como un potencial receptor de dichos recursos, pero evitando crear beneficios fiscales ineficientes que por informaciones imperfectas hagan más daño a la economía, porque al final de cuentas cada programa de incentivos dependerá del contexto realizado¹² y de si uno de los competidores tiene una ventaja comparativa¹³ sobre los demás.

8 SQUIRE. James et al. *Todo Sobre el Negocio del Cine*. T&B Editores. Madrid (2013) P. 24

9 Cabe destacar que la inversión en infraestructura de estudios y cines luego de la ley de cine supera los 80 millones de dólares, con la construcción de uno de los estudios más modernos de toda Latinoamérica (*Pinewood Dominican Republic*), y la construcción de varios complejos de salas de cine, con un considerable aumento de pantallas de cine, a diferencia de la tendencia mundial reducción de cines y aumento de la visualización por plataformas digitales.

10 POKORNY. Michael y SEDGWICK. John. *The Long-Run Characteristics of the US Film Industry*. London Metropolitan University London, England

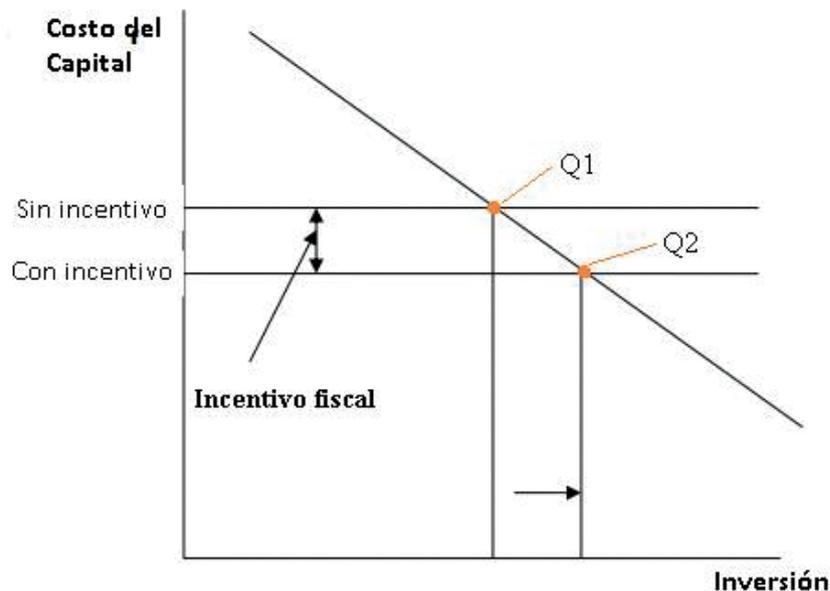
11 MOORE. Schuyler. *The Biz: The basic business, legal and financial aspect of the film industry*. 4th Edition. Silman-James Press. (2011).

12 OECD. *Tax Incentives for Investment – A Global Perspective: experiences in MENA and non-MENA countries*. (2007). Disponible en: <http://www.oecd.org/mena/competitiveness/38758855.pdf>

13 Teoría desarrollada por David Ricardo y que fundamenta al comercio exterior, explicando que a los fines de lograr economías cada vez más eficientes que permitan a los países obtener mayores beneficios de los bienes que producen, es necesario que los países se especialicen en producir aquellos bienes que pueden crear y exportar a menor costo.

Los incentivos son mecanismos que inducen a las personas a actuar de una determinada manera, ya sea porque el mismo induce a una recompensa o porque crea un castigo¹⁴. Dentro de éstos están los incentivos fiscales contenidos en disposiciones que permiten reducir la carga tributaria efectiva para un contribuyente o proyecto concreto. El mismo puede estar creado de diferentes formas (*exenciones, aplazamiento de obligaciones tributarias, deducciones, créditos, reducciones impositivas, entre otros*), y se le tiene como un potenciador de las inversiones en el sector que se le aplique, pero sólo si el beneficio social que crean supera el costo de los mismos¹⁵.

Son muchos los beneficios que se pueden obtener de los incentivos, como aumento de la inversión; desarrollo de regiones atrasadas; promoción de exportaciones; industrialización; transferencias de *know-how* y tecnología, generación de empleo y mejora de la calidad del trabajo, diversificación de la estructura económica (*como el establecimiento de una industria del cine*), entre otras¹⁶. Cada Estado elige los incentivos que quiere, buscando beneficiar un sector en específico, pero sin hacer en algunas ocasiones estudios ni análisis que permitan evaluar la viabilidad o eficiencia de un determinado incentivo fiscal.



La gráfica anterior ejemplifica cuál es la función ideal de un incentivo, en la cual a medida que se reduce el costo del capital (*inducido por un incentivo fiscal que reduce los impuestos a pagar*), aumenta la inversión realizada, explicado esto a través de la Ley de Demanda, en la cual a medida que el precio disminuye, aumenta la demanda del bien (inversión en este caso) en cuestión, pasando de Q1 a Q2.

Al momento de diseñar los incentivos fiscales hay que tener en cuenta si esos incentivos fortalecerán la economía y aumentarán el bienestar social, a través del incremento y expansión en la inversión en el área que se trate, buscando por lo general un crecimiento económico rápido y sostenible, lo cual sólo será posible si el incentivo es eficiente¹⁷.

14 MANKIWI. Gregory. *Principios de Economía*. 5ta Edición. Cengage Learning Editores, S.A. (2009).

15 ZOLT. Eric. *Deliberación sobre las cuestiones sustantivas relacionadas con la cooperación internacional en cuestiones de tributación: otras cuestiones: creación de capacidad preparado* para el Comité de Expertos sobre Cooperación Internacional en Cuestiones de Tributación. Consejo Económico y Social (ECOSOC). (2015, Agosto 10.).

16 JIMÉNEZ. Juan Pablo. *Inversión, incentivos fiscales y gastos tributarios en América Latina*. CEPAL, Santiago de Chile. (2009).

17 USAID. *Effectiveness and Economic Impact of Tax Incentives in the SADC Region*. (2004). Disponible en: http://pdf.usaid.gov/pdf_docs/Pnacy929.pdf

A la hora de determinar si un incentivo es o no beneficioso se debe realizar un análisis que abarca los 4 criterios siguientes: 1- efectividad en estimular la inversión; 2- Impacto en los ingresos; 3- eficiencia económica; y, 4- impacto en la administración tributaria¹⁸.

Los incentivos además envían señales al mercado de inversión, indicando que un determinado país cuenta con un clima de inversión amigable, pero necesitan demostrar una eficacia en el cumplimiento del mismo. Aunque un país ofrezca mejor incentivo fiscal en una norma que otro, si los costos de transacción (*incluyendo la realidad de entrega del incentivo de parte de las autoridades*) son superiores a la diferencia porcentual entre los dos incentivos, pues se espera que elija el país que además de ofrecer un incentivo competitivo, tenga menores costos transaccionales¹⁹.

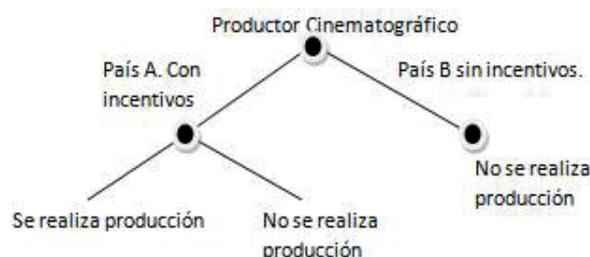
III. Incentivos fiscales a la producción fílmica

En cuanto a estos incentivos fiscales destinados al área fílmica, han sido durante mucho tiempo utilizados porque contienen ciertas ventajas sobre otros tipos de incentivos, ya que, esta industria es de rápida movilidad, medioambientalmente limpia, que necesita por lo general una gran *empleomanía* y además una herramienta efectiva de promoción turística²⁰.

Debido a los grandes costos que tienen las producciones fílmicas, es muy frecuente en las actuales circunstancias que producciones con medianos presupuestos elijan las locaciones de su obra basándose en el incentivo fiscal que le es ofertado en esa jurisdicción. Inclusive, se ha llegado al punto en el cual los proyectos son elegidos por los estudios dependiendo de si encajan o no en un programa de incentivo fiscal, buscándose además mantener cierta coherencia con el escenario natural o cultural en el que se basa la idea²¹ (*no se puede rodar una película basada en Inglaterra en el Caribe, pero sí se podría realizar una ubicada en el Desierto del Sahara*).

Sería imposible en las condiciones actuales que República Dominicana se consolidara como un destino fílmico si no tuviera incentivos fiscales enfocados en la producción local y extranjera, especialmente en un mercado global con numerosos países con condiciones similares a las dominicanas ofertando incentivos. Estos incentivos colocan barreras de entrada muy grandes para algunos países colocarse en el radar de producciones internacionales. Aquí la ecuación es simple, sin incentivos no hay producción fílmica²².

Estructurado como un juego, actualmente el productor se coloca en la situación de tener dos países, uno con incentivos fiscales y otro sin incentivos fiscales, y actuando racionalmente (*porque a fin de cuentas en condiciones normales el hecho de tener un incentivo fiscal reduciría los costos de producción*), analiza sólo aquel con incentivos fiscales para determinar si se embarca o no en el proyecto fílmico:



18 Ibid.

19 VAN PARYS. Stefan y JAMES. Sebastian. "Why Tax Incentives May be an Ineffective Tool to Encouraging Investment? — The Role of Investment Climate", International Monetary Fund (IMF) and World Bank Group. (2009). Disponible en http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1568296

20 Entertainment Partners FS. *Production Incentives*. Disponible en: https://www.epfinancialsolutions.com/faq_glossary/

21 STEVENS. Georgina. *Ob. Cit.*

22 MCDONALD. Adrian. *Ob Cit.*

Un ejemplo claro de la diferencia entre tener incentivos fiscales y no tener (o de menores ventajas) fue lo sucedido en la década de los 90 entre Estados Unidos y Canadá, cuando este último implementó uno de los primeros sistemas de incentivos fiscales fílmicos del mundo, generando una pérdida en el año 1998 para la industria fílmica estadounidense calculada en unos 2,8 billones de dólares y 23.500 empleos²³.

A la hora de determinar una política de incentivo fiscal cinematográfico se tiene que tener en cuenta la necesidad de lograr una productividad eficiente que permita estimular las inversiones, así como incrementar el intercambio de nuevas tecnologías y conocimientos entre la industria nacional y la industria extranjera que se establece temporalmente en Rep. Dominicana.

IV. Incentivo Fiscal a la producción de películas dominicanas (Art. 34 de la ley de cine)

La Ley de Cine dominicana en su Art. 34, estableció un atractivo incentivo fiscal el cual permite que una empresa pueda invertir hasta el 25% de lo que le corresponde pagar de Impuesto Sobre la Renta de personas jurídicas²⁴ (en lo adelante "ISR") en la producción de una obra cinematográfica de largometraje dominicana²⁵, pudiendo deducirse dicho monto de su correspondiente pago del ISR, luego de ejecutada dicha suma en la referida producción, siempre y cuando la inversión y el gasto de ésta, se realicen en el mismo período fiscal del inversionista.

Esto permite que la totalidad del presupuesto aprobado²⁶ de una película pueda provenir de estas inversiones, lo que hace que en principio al productor la película no le cueste nada (o le cueste muy poco). El objetivo principal que tiene este incentivo es la de crear una industria nacional cinematográfica permanente que le genere beneficios a la economía local, que brinde productos de mayor calidad cultural a los dominicanos y que además de esto, sirva como mecanismo de promoción internacional del país.

Este mecanismo, establecido con el objetivo de fomentar y crear una industria nacional de cine, es el método más utilizado en el país actualmente, al cual se destinan cada año varios millones de dólares²⁷, y que ha permitido un incremento en la producción de filmes dominicanos en porcentajes sorprendentes. Entre los años 1988 al 2010 (*antes de la Ley de Cine*), en el país se produjeron 48 películas dominicanas²⁸, apenas unas 2 películas por año. Pero, desde el año 2011 hasta el 2016, se han exhibido (*la producción es mayor, pero sólo se está teniendo en cuenta datos de exhibición*), un total de 68 filmes dominicanos²⁹.

23 YALE. Camille. *Runaway Film Production: A Critical History of Hollywood's Outsourcing Discourse*. Dissertation submitted in partial fulfillment of the requirements for the degree of Doctor of Philosophy in Communications in the Graduate College of the University of Illinois at Urbana-Champaign. (2010). Disponible en: https://www.ideals.illinois.edu/bitstream/handle/2142/18481/yale_camille.pdf?sequence=1

24 Según TALEVA. Orlando. *Diccionario Tributario*. Valleta Ediciones (2009). Es Aquel que grava la renta, ingreso, utilidad o beneficio obtenido en un período fiscal determinado de una persona jurídica. La tasa actual de dicho impuesto corporativo asciende a un 27% de conformidad con el Art. 296 del Código Tributario Dominicano.

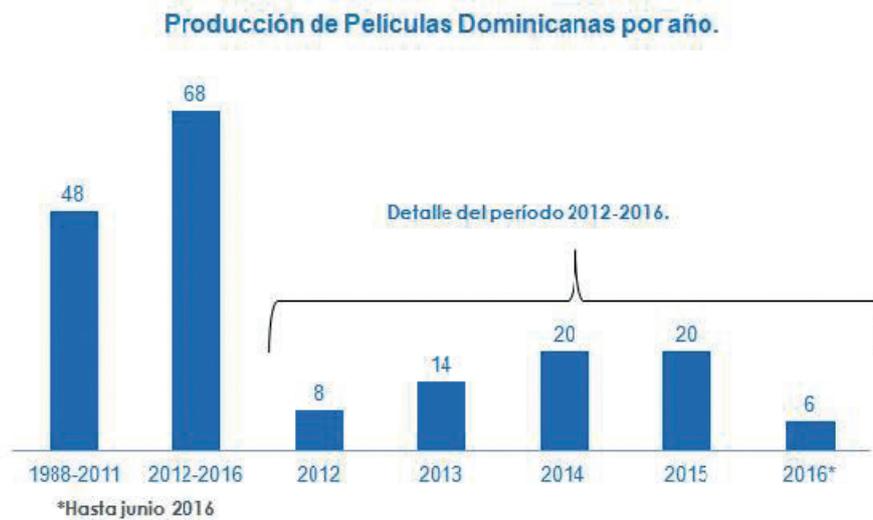
25 Una obra producida por una compañía dominicana para ser proyectadas en cines, que tenga más de 70 minutos de duración, en idioma español, con la mayoría de los gastos realizados en Rep. Dominicana y con una composición del personal técnico, creativo y artístico mayoritariamente dominicana, entre otros.

26 Existe un procedimiento de aprobación previa presupuestaria de los gastos que se pueden validar como inversión, para ser descontados del ISR.

27 Aún cuando los datos originales se tengan en otra moneda, este trabajo se presentan las cifras en dólares de los Estados Unidos de América.

28 LORA. Félix Manuel. *Cine Dominicano en la mira: Catálogo 1963-2014*. Santo Domingo (2015).

29 Dirección General de Cine (DGCINE). (2015). "Cómo Someter tu Proyecto". Consultada el 23 de junio de 2016 en: http://www.dgcine.gob.do/descargas/Como_Someter_Tu_Proyecto.pdf



Como se puede apreciar, el salto en la producción ha sido muy notorio, e inclusive se puede valorar que con estos datos uno de los objetivos de la Ley de Cine (*de incrementar la producción de filmes dominicanos*) fue cumplido. Sin embargo, este “objetivo cumplido”, puede que sea solamente artificial y temporal, porque depende inequívocamente y en gran manera de los incentivos fiscales creados por la ley:



Es entendible el hecho de que alrededor del 80% de las películas dominicanas se realicen amparándose bajo la sombrilla del incentivo fiscal del art. 34 de la Ley de Cine, porque si a fin de cuentas un productor cuenta con una herramienta a su alcance que le permite financiar con bajos costos y pocos riesgos³⁰, la totalidad de su presupuesto, actuando racionalmente no tendrá incentivo alguno a gestionar otros mecanismos de financiamiento (*especialmente en Entidades de Intermediación Financiera*), ni mucho menos colocará fondos de su propio bolsillo en la realización de un proyecto que por el gran costo³¹ y la envergadura que tiene, en caso de tener un fracaso, pudiera llevar al productor a una ruina económica.

30 Según datos de la DGCINE, el 99% del total de solicitudes de validación de inversión en producciones cinematográficas, que suman alrededor de 450, fueron resueltas positivamente.

31 El presupuesto promedio de las películas dominicanas ronda el millón de dólares estadounidenses.

Mediante este incentivo fiscal, el sector privado dominicano ha invertido unos 70 millones de dólares a la fecha, para realizar películas, con un monto acumulado que va aumentando de forma sorprendente desde la entrada en vigencia de la ley, como se puede ver en el siguiente gráfico:



Este monto como gasto tributario, representa apenas un 0.02% del PIB dominicano³², por lo que el impacto del mismo en las recaudaciones tributarias no debería representar una amenaza todavía, siempre y cuando se mantenga en esos niveles, porque de la gráfica se puede apreciar cómo ha ido creciendo vertiginosamente este monto durante los últimos años, y de seguir este ritmo pudiera llegar a una cifra que no fuera sostenible ni real para la industria del cine.

De las estadísticas que se tienen de asistencia a las salas de cines, se identifica que en realidad los montos de recaudación de estas películas (*en los cuales por cierto sólo tiene participación en la ganancia el productor, exhibidor, distribuidor y a favor de quien adicionalmente pueda el productor establecer*), han ido aumentando año tras año, pero en porcentajes mucho menores que el incremento de los montos convertidos en incentivos fiscales. Esto genera un problema porque el mercado dominicano, por el tamaño que tiene³³, no es capaz aún, de llevar a las salas de cine del país, una cantidad de asistentes de tamaño tal que permita superar en recaudación lo gastado en las películas:



32 Ministerio de Hacienda de la República Dominicana. "Gastos Tributarios en República Dominicana: Estimación para el Presupuesto General del Estado del año 2016". Santo Domingo (2015).

33 Una población de aproximadamente 10 millones de habitantes, y una asistencia de 5 millones de personal al año. Datos suministrados de las estadísticas recabadas por la DGCINE.

Como se puede apreciar, el único año hasta la fecha³⁴, en el cual la balanza fue positiva en términos de recaudación, fue en el año 2012, paradójicamente, el primer año completo de aplicación de la Ley de Cine, y el único desde la creación de ésta, en el cual la producción sin acogerse a incentivos supera la de aquellas que sí se acogieron a este beneficio. Estos datos crudos, nos arrojan una diferencia negativa de **US\$31,355,365.34**, por lo que pudiera interpretarse que el argumento de que el incentivo no es más que un derroche de dinero público sin aporte a la economía, pudiera de entrada ser cierto.

A pesar de lo anterior, parte de la diferencia que aporta este incentivo, está vinculada directamente a la creación de una real oferta de mano de obra cinematográfica que anteriormente no existía en el país, porque al ser tan baja la cantidad de producciones, el personal normalmente se dedicaba a laborar en el mercado publicitario, pero ahora puede dedicarse tiempo completo al área cinematográfica³⁵, es decir, que este incentivo permitió que además de producirse más películas dominicanas, se creara todo un mercado de trabajo a su alrededor que tan sólo en el año 2014, representó 1,782 empleos directos creados y casi 1,000 empleos indirectos o inducidos, todos estos muy por encima del salario mínimo en el país, y con un potencial de creación de hasta 15,500 empleos para el año 2025³⁶. De igual forma, y según datos del Sistema de Información y Registro Cinematográfico (SIRECINE), existen actualmente inscritos un total de 2,626 personas, capacitadas para trabajar en la industria fílmica dominicana.

Indudablemente que para poder sostener una industria cinematográfica, cualquier país debe contar especialmente con 3 buenas ofertas a los productores: 1- buenos incentivos, 2- personal capacitado, y 3- infraestructura necesaria y adaptable a los requerimientos de los productores³⁷.

En cuanto a este empleo, la Ley de Cine ha permitido la formalización de los partícipes en la industria, creando mecanismos de control que anteriormente no existían. Las solicitudes deben ser auditadas por auditores independientes, y luego la ejecución completa del proyecto es revisada en distintas fases por la Dirección General de Cine (DGCINE)³⁸, el Ministerio de Hacienda y por último, la Dirección General de Impuestos Internos (DGII).

Es necesario para beneficiarse del incentivo fiscal, que todo el gasto realizado para validación de inversión cuente con los soportes de pagos y retenciones tributarias y a la Seguridad Social³⁹, y se hace obligatorio que todo el personal tribute de conformidad con las normativas legales dominicanas, disminuyendo con esto cualquier forma de evasión fiscal existente previamente, y transparentando las declaraciones impositivas del personal creativo, técnico y artístico y de los suplidores de servicios a las producciones⁴⁰.

Partiendo de la base ya expuesta de los **US\$31,355,365.34**, que en principio sería un saldo negativo, se puede también considerar la creación de una economía encadenada que fomenta este incentivo, al crear algunos espacios de intercambios comerciales que previamente no existían, como el gran monto destinado a publicidad estimado en unos US\$ 100,000.00 por cada producción⁴¹, y esto por

34 No está incluido el año 2016 por no contar con la información aún de asistencia definitiva de los filmes exhibidos.

35 Severino. Jairon. (2015, Mayo 19). *El cine dominicano tiene un potencial "de película"*. El Dinero. Disponible en: <http://www.eldinero.com.do/12458/cine-dominicano-tiene-potencial-de-pelicula/>

36 Oxford Economics. *The Film Industry's Contribution to the Economy of The Dominican Republic*. (2016).

37 STEVENS. Georgina. *Ob. Cit.*

38 Es el órgano estatal encargado de coordinar y regular la ejecución de las políticas para las actividades cinematográficas y audiovisuales en Rep. Dominicana;

39 Ver Art. 138 del Reglamento de Aplicación de la Ley No. 108-10, para el Fomento de la Actividad Cinematográfica en la República Dominicana, instaurado mediante el Decreto No. 370-11.

40 Según datos entregados por la Dirección General de Impuestos Internos (DGII), tan sólo por concepto de Impuesto a la Transferencia de Bienes y Servicios (ITBIS), denominado Impuesto al Valor Añadido (IVA) en otros países, se incrementó en un 300% las recaudaciones en Rep. Dominicana.

41 DE LOS SANTOS. Maribel. *República Dominicana, ¿una sorpresa para la industria de cine?* Forbes México. (2015). Disponible en: <http://www.forbes.com.mx/república-dominicana-una-sorpresa-para-la-industria-de-cine/>

no decir la gran cantidad de recursos invertidos en áreas como alimentos y bebidas, contabilidad, auditoría o trámites legales, que aunque no pertenecen directamente a fases obligatorias de producción de un filme, son partidas presupuestarias de importancia en éstos.

Una mayor presencia de filmes dominicanos en los cines del país, ha ayudado a elevar la asistencia a los cines, por el fuerte respaldo que normalmente tienen las películas dominicanas, las cuales aunque sólo representan un 7% de toda la cartelera de los cines, representan alrededor del 35% de las ventas de taquillas⁴², a la par de lo sucedido en Francia⁴³, y muy por encima de países como España con un 19.8%⁴⁴ y Colombia con 5.8%⁴⁵. No por nada en el año 2015, dentro de las 10 películas más vistas en el país, 5 fueron dominicanas, incluyendo la número 1⁴⁶.

Por tanto, las películas dominicanas son responsables en gran parte de los ingresos percibidos por las exhibiciones en el país, y cabe destacar que las películas como un bien del comercio, a fin de cuentas lo que buscan es ser consumidas, principalmente con la asistencia a los cines, lo cual genera ingresos en la economía no solamente en términos de boletas vendidas, sino también toda una economía alrededor del mismo porque los asistentes consumen en el concesionario del cine⁴⁷, y en algunas ocasiones también salen a cenar. Por lo que mientras más personas asistan a los cines, más empleados y establecimientos se necesitarán. Tan sólo en términos de los concesionarios de cine, se añadió al Valor Agregado Bruto (VAB) nacional un total de 4.5 millones de dólares, y alrededor de 350 empleos, generándose ingresos fiscales cercanos a los 2.6 millones de dólares⁴⁸.

Otros aspectos intangibles también se han visto beneficiados por este incentivo fiscal, como el caso del respeto de la Propiedad Intelectual en temas cinematográficos, porque para poderse beneficiar del incentivo, la Ley de Cine requiere que el productor pueda demostrar que cuenta con los permisos de derecho autor sobre el guión, música, imágenes y demás para poder fijarlos dentro de la obra⁴⁹.

Según el informe de contribución a la economía dominicana de la industria del cine, realizado por *Oxford Economics*, el sector de la producción de películas contribuyó al Valor Agregado Bruto (VAB) en 2015, alrededor de 70 millones de dólares, suma que de seguir el crecimiento pudiera dispararse hasta los 175 millones en el año 2025⁵⁰. Una suma nada despreciable considerando que el tamaño de la economía dominicana representa unos 64 mil millones de dólares⁵¹.

En algo que sí puede generar inconvenientes es que el mismo, al plantear la devolución del 100% de lo invertido (*quedando de plano vetado elevar este porcentaje fijo, salvo en recaudaciones de boletería*), cree un incentivo perverso para la creación de un mercado ilegal de financiamiento con tasas de intereses o montos de devolución disfrazados de incentivos fiscales, siempre y cuando el interés

42 Ibid.

43 Centre national du cinéma et de l'image animée (CNC). *Les principaux chiffres du cinéma en 2015*. Disponible en: <http://www.cnc.fr/web/fr/publications/-/ressources/9217650>

44 Federación de Asociaciones de Productores Audiovisuales de España (FAPAE). *Balance FAPAE: 25 años del Cine Español (1991-2015)*. Disponible en: <http://fapae.es/publicStore/Balance%20FAPAE.pdf>

45 Proimágenes Colombia. "Cine en Cifras 2015" / Disponible en: http://www.proimagenescolombia.com/secciones/cine_colombiano/cine_en_cifras/cine_en_cifras_2015-4/espanol/index.html

46 Datos obtenidos del Sistema de Información y Registro Cinematográfico (SIRECINE).

47 El área dentro del cine destinada al expendio de bebidas, palomitas de maíz, chocolates y otros. También denominada "Candy Bar".

48 Con datos hasta el 2014 provenientes de: Oxford Economics. *The Film Industry's Contribution to the Economy of The Dominican Republic*. (2016), datos de 2015 suministrados por la Subdirección de Recaudaciones Fiscales de la Dirección General de Impuestos Internos (DGII).

49 Ver Art. 138 del Reglamento de Aplicación de la Ley No. 108-10, para el Fomento de la Actividad Cinematográfica en la República Dominicana, instaurado mediante el Decreto No. 370-11.

50 Ibid.

51 Banco Mundial Indicadores de Desarrollo Mundial. Disponible en: <http://databank.worldbank.org/data/reports.aspx?source=2&country=DOM&series=&period=>

a percibir sea menor que el monto a pagar en una EIF. Es hasta cierto punto lógico pensar, que si una empresa entrega una cantidad X de dinero a un productor con el cual quizás no tenga ningún vínculo, a inicios de su año fiscal, esta no sólo querrá la devolución de la misma cantidad, toda vez que puede entender que por simple hecho de deshacerse hoy de un dinero que tiene que pagar en varios meses, puede gestionarlo de manera eficiente y hacer que le brinde utilidades mayores.

En este punto el incentivo plantea una debilidad muy seria y que en su momento tendrá que ser abordada por el legislador para buscar un mecanismo más real y que evite la creación de un mercado paralelo, así como la limitación en el tiempo del mismo, porque un incentivo sin límite temporal se termina convirtiendo en un mecanismo ineficiente de subsidio.

De todas formas, hay que recalcar que sería muy difícil que un incentivo fiscal establecido desde hace solo 5 años, y con el objetivo de crear toda una industria pueda dejar beneficios económicos superiores al costo que tiene el mismo incentivo. El hecho de ser la cultura además una inversión y no un gasto, y que el cine sea la actividad preferida por el 45% de los dominicanos que asisten a actividades culturales⁵², le da un gran impulso a la pertinencia de este incentivo.

En el punto que se debe enfocar cualquier análisis es sobre la efectividad o no de los mismos en cuanto a las metas propuestas, y si no hay otra alternativa más barata a los mismos⁵³, lo cual a decir verdad se hace cuesta arriba dados los datos sumamente positivos que ha tenido para la República Dominicana este incentivo, el cual además tiene un componente de atracción de producciones extranjeras que será tratado a continuación.

V. Crédito Fiscal Transferible (Art. 39 de la ley de cine)

A diferencia de lo sucedido en el incentivo anterior, este es un Crédito Fiscal Transferible (CFT) el cual se le otorga al productor dominicano o extranjero, luego de culminada la producción de la obra audiovisual⁵⁴, por un valor del 25% de todos los gastos admisibles⁵⁵ realizados en la República Dominicana, siempre y cuando superen los US\$ 500,000.000, a los fines de aplicarlo al pago del ISR en el país. Tiene la particularidad de que al ser transferible permite que pueda ser vendido a un tercero, por un valor que supere el 60% de éste.

A modo de ejemplo, si la productora X ejecuta un total de 1 millón de dólares en gastos admisibles en la producción Y, se le entrega el CFT por valor de US\$ 250,000.00, como probablemente esta productora no tenga una obligación de pago tan grande⁵⁶ (o es extranjera y no tributa en el país), preferirá venderlo a un tercero por unos US\$ 200,000.00. A la productora le cuesta al final sólo US\$ 800,000.00 su proyecto, y el comprador del CFT recibe una ganancia de US\$ 50,000.00 por adquirir algo de un monto inferior al valor que tiene. Este mecanismo presente una clara convergencia de una relación eficiente ganar- ganar entre las partes.

Pero, hay que destacar que este incentivo solamente funciona si en la República Dominicana existe una industria cinematográfica establecida y de funcionamiento permanente, por lo cual el

52 Banco Central de la República Dominicana. Cuenta Satélite de Cultura: Primer Informe de Resultados. Santo Domingo (2016).

53 OECD. *Tax and development: principles to enhance the transparency and governance of tax incentives for investment in developing countries*. Disponible en: <http://www.oecd.org/ctp/tax-global/transparency-and-governance-principles.pdf>

54 Nótese que en el Art. 34 solo se benefician películas dominicanas. En este puede ser películas dominicanas o extranjeras, películas para televisión, series y miniseries de televisión para distribución nacional o internacional, documentales, telenovelas y videos musicales.

55 Costos de desarrollo y preproducción de obras cinematográficas y audiovisuales, construcción y operación de escenarios, compras o alquileres de vestuarios, accesorios, comida, material de oficina, transporte, equipo y servicios relacionados, servicios de producción ejecutiva de obras cinematográficas y audiovisuales, salarios del reparto, técnicos y músicos, sincronización de sonido, iluminación, edición, efectos visuales, animación, música y otros servicios de postproducción, transportación, alojamiento, alimentos y bebidas, seguros, fianzas entre otros.

56 Lo normal en las producciones dominicanas es constituir una empresa productora por proyecto.

éxito de este incentivo está muy ligado al Art. 34, porque a fin de cuentas este último es el único mecanismo contemplado en las circunstancias actuales que contiene las flexibilidades y beneficios necesarios para un desarrollo rápido y sostenido. La seguridad jurídica y confianza de desarrollo de proyectos es una clara señal además que necesita el país para demostrar que está en condiciones de poder recibir obras extranjeras de mediano y gran presupuesto.

Una de las ventajas que encuentran las producciones extranjeras para moverse a otro país tiene que ver con menores costos en la contratación del personal local que además debe tener cierto grado de especialización en la industria del cine, porque de lo contrario no sería para nada eficiente moverse a un país en el cual no se pueda conseguir ningún trabajador capacitado. Existen casos como Georgia, Estados Unidos de América, que luego de tener una pujante industria fílmica, se enfrentaron a serios problemas con algunas producciones por no tener el personal capacitado necesario para hacer frente a los requerimientos demandados⁵⁷.

Es innegable que el aumento de las producciones extranjeras en el país se ha incrementado gracias a la Ley de Cine (*excluyendo los datos existentes la posibilidad de invocar la Falacia del Nirvana*⁵⁸ para establecer que sin incentivos quizás contáramos con la misma cantidad de producciones), y especialmente positivo para la economía el presupuesto gastado en el país:



En la tabla anterior solo constan los proyectos extranjeros que se beneficiaron de la Ley de Cine y que han validado incentivos, pero ya en este año 2016, se sobrepasarán esos montos con creces y puede denominarse como el año más exitoso de la aplicación de la Ley porque se realizaron dos producciones a principios de año que en conjunto suman otros **35 millones de dólares**⁵⁹, en lo que bien pudiera ser el despegue definitivo de la República Dominicana como locación fílmica para películas extranjeras. Y además de estos proyectos, existen otros 3 proyectos internacionales más pautados para rodarse en el país este año⁶⁰, que pudieran rondar montos similares a los 35 millones ya descritos.

57 MCWHIRTER. Cameron. *Georgia's Booming Film Industry Produces Shortage of Crew Members*. *The Wall Street Journal* (2015, Febrero 6). Disponible en: <http://www.wsj.com/articles/georgias-booming-film-industry-produces-shortage-of-crew-members-1423242778>

58 La Falacia del Nirvana consiste en un error lógico de comparar situaciones reales contra situaciones utópicas, irrealizables e idealizadas.

59 RIVERA. Severo. *Películas dominicanas recaudaron en el año 2015 RD\$260 millones*. *Diario Libre* (2015, Marzo 10). Disponible en: <http://www.diariolibre.com/revista/cine/peliculas-dominicanas-recaudaron-en-el-ano-2015-rd-260-millones-NB2982780>

60 KIT. Borys. *'Zorro' to Get Post-Apocalyptic Reboot Film (Exclusive)*. *The Hollywood Reporter*. (2015, Agosto 18). Disponible en: <http://www.hollywoodreporter.com/heat-vision/zorro-get-post-apocalyptic-reboot-815937>

Y no es sólo el beneficio directo de lo gastado como parte del presupuesto a ser sometido a validación de gastos, porque el personal técnico, creativo y artístico que se desplaza al país por esta producción gasta una buena parte de sus ingresos en su país, siendo hasta probable la llegada de familiares como turistas, y sobre el turismo es sumamente positivo la imagen que puede recibir el país, con una economía que depende en un 16% de este sector⁶¹.

Es precisamente sobre el sector turismo donde más se puede beneficiar un territorio que sirva como locación fílmica de una producción que de una u otra forma trascienda logrando un turismo inducido que genere grandes beneficios económicos. Algunas producciones han logrado disparar el turismo en las regiones donde se filman, como la saga *Harry Potter* que logró disparar en un 50% las visitas turísticas a algunas de las locaciones del rodaje; *Braveheart (Corazón Valiente)* que incrementó en un 300% las visitas al *Wallace Monument* en Escocia en apenas un año⁶², El caso de Miami que vio incrementarse en un 150% la llegada de turistas alemanas gracias a la serie *Miami Vice*⁶³ o el emblemático caso de *Lord of the Rings (El Señor de los Anillos)*, que le sigue generando unos beneficios anuales sólo por turismo a Nueva Zelanda, cercano a los 27 millones de dólares⁶⁴.

Es decir, que en algunas ocasiones es más rentable contar con un incentivo fiscal que te asegure la proyección de áreas de ese país en salas de cines y en televisión durante varios años, que quizás comprar un costoso espacio publicitario en un evento deportivo que sólo verán una vez los televidentes.

Sin lugar a dudas, el CFT está llamado a ser el incentivo fiscal que se mantenga durante más tiempo, porque es el que mejores beneficios puede aportar a la economía dominicana en cuanto a la producción audiovisual, pero, todo dependerá de la importancia que desde el Gobierno se le preste a la atracción de producciones fílmicas de grandes presupuestos, que puedan inyectar cientos de millones de dólares a la economía del país, en períodos relativamente cortos de tiempo, logrando con esto diversificar además la inversión extranjera en el país.

61 The Authority on World Travel & Tourism. *Travel & Tourism Economic Impact 2015: Dominican Republic*. Disponible en: <http://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic%20impact%20research/countries%202015/dominicanrepublic2015.pdf>

62 REWTRAKUNPHAIBOON. Walaiporn. *Film-induced Tourism: Inventing a Vacation to a Location* (2009). Disponible en: http://www.bu.ac.th/knowledgecenter/epaper/jan_june2009/pdf/Walaiporn.pdf

63 HUDSON, Simon and J.R.Brent Ritchie. "Promoting Destinations via Film Tourism: An Empirical Identification of Supporting Marketing Initiatives".

64 PINCHEFSKI. Carol. *The Impact (Economic and Otherwise) of Lord of the Rings/The Hobbit on New Zealand*. Forbes. (2012. Diciembre 14). Disponible en: <http://www.forbes.com/sites/carolpinchefskey/2012/12/14/the-impact-economic-and-otherwise-of-lord-of-the-ringsthe-hobbit-on-new-zealand/#578ef8e163e6>

Conclusión

Con los datos ya conocidos, se podría indicar que hasta el momento los incentivos fiscales a la producción fílmica y audiovisual en la República Dominicana han tenido éxito en muy poco tiempo en cuanto al establecimiento de las bases de una industria fílmica, permitiendo establecer y flexibilizar los requisitos regulatorios y eliminando muchas de las principales barreras de entradas a esta industria, permitiendo la creación de puestos de trabajo sostenibles, el fortalecimiento del sector cultural dominicano y la colocación del país dentro del radar de las producciones extranjeras. Lo cual, sin lugar a dudas genera beneficios económicos que el país debe aprovechar, intentando además articular una política pública eficiente de promoción de la *marca país* a través del cine y las obras audiovisuales.

En cuanto al monto validado como incentivo fiscal a la producción de películas dominicanas, la suma es considerablemente más grande que inclusive las recaudaciones que dichas películas realizan, por lo que el cine dominicano deberá o llevar aún muchos más asistentes a las salas de cine para aumentar las ventas quizás reduciendo la cantidad de producciones pero aumentando la calidad ofrecida, o bien internacionalizarse intentando conseguir nuevos consumidores para sus productos, porque de lo contrario sería insostenible la producción actual de películas en caso de que en el corto o mediano plazo el referido desaparezca. Aquí el principal reto será mejorar aún más la convergencia entre la iniciativa privada y la inversión del sector público.

Sobre este incentivo, el mismo no puede tampoco pretenderse perpetuarlo porque generaría efectos adversos a la producción dominicana, creando un mercado artificial fuertemente subsidiado con el único fin de sostener una industria que por falta de inversión en diversificación de productos y aumento de la calidad presentada al consumidor, no es rentable. Una disminución gradual del monto total validable que actualmente es de un 100%, pudiera ser un buen mecanismo para ir desmontando poco a poco este incentivo fiscal sin dejar un vacío repentino de financiamiento a la producción.

Indudablemente el futuro y enfoque de la industria del cine dominicana debe estar puesta en el fomento del país como locación fílmica internacional, promoviendo la existencia de un Crédito Fiscal Transferible bastante competitivo, y que logre además reducir los tiempos de transacción para la emisión del mismo, y contar cada vez con más y mejores profesionales del cine así como con la tecnología necesaria para producir las obras.

De conformidad con los datos obtenidos y el análisis realizado a los mismos, actualmente el Estado Dominicano no está derrochando dinero público para financiar una actividad ineficiente, sino que está intentando fomentar una industria que puede generar grandes recursos económicos y numerosos puestos de trabajo en el futuro cercano. A fin de cuentas el mercado de producción fílmica es demasiado volátil y eliminando los incentivos fiscales que se tienen lo único que haría sería destrozar completamente la incipiente industria cinematográfica y audiovisual en el país, colocando al país nuevamente fuera de los luminosos y sumamente rentables focos de las películas.

Bibliografía

- Banco Central de la República Dominicana. Cuenta Satélite de Cultura: Primer Informe de Resultados. Santo Domingo (2016).
- Banco Mundial Indicadores de Desarrollo Mundial. Disponible en: <http://databank.worldbank.org/data/reports.aspx?source=2&country=DOM&series=&period=>.
- BUITRAGO. Felipe y DUQUE. Iván. *La Economía Naranja*. Banco Interamericano de Desarrollo (BID). Washington, D.C. (2013).
- Centre national du cinéma et de l'image animée (CNC). *Les principaux chiffres du cinéma en 2015*. Disponible en: <http://www.cnc.fr/web/fr/publications/-/ressources/9217650>
- Conferencia de las Naciones Unidas para el Comercio y el Desarrollo (UNCTAD). *Creative Economy Report 2010*. Naciones Unidas (2010). Disponible en: http://unctad.org/en/Docs/ditctab20103_en.pdf
- CROWELL. Thomas. *The Pocket Lawyer for Filmmakers: A Legal Toolkit for Independent Producers*. Focal Press. New York (2013).
- DE LOS SANTOS. Maribel. *República Dominicana, ¿una sorpresa para la industria de cine?* Forbes México. (2015). Disponible en: <http://www.forbes.com.mx/republica-dominicana-una-sorpresa-para-la-industria-de-cine/>
- Dirección General de Cine (DGCINE). (2015). "Cómo Someter tu Proyecto". Consultada el 23 de junio de 2016 en: http://www.dgcine.gob.do/descargas/Como_Someter_Tu_Proyecto.pdf
- Entertainment Partners Financial Solutions. *Production Incentives*. Disponible en: https://www.epfinancialsolutions.com/faq_glossary/
- Federación de Asociaciones de Productores Audiovisuales de España (FAPAE). *Balance FAPAE: 25 años del Cine Español (1991-2015)*. Disponible en: <http://fapae.es/publicStore/Balance%20FAPAE.pdf>
- HUDSON, Simon and J.R.Brent Ritchie. "Promoting Destinations via Film Tourism: An Empirical Identification of Supporting Marketing Initiatives".
- JIMÉNEZ. Juan Pablo. *Inversión, incentivos fiscales y gastos tributarios en América Latina*. CEPAL, Santiago de Chile. (2009).
- KIT. Borys. 'Zorro' to Get Post-Apocalyptic Reboot Film (Exclusive). The Hollywood Reporter. (2015, Agosto 18). Disponible en: <http://www.hollywoodreporter.com/heat-vision/zorro-get-post-apocalyptic-reboot-815937>
- LORA. Félix Manuel. *Cine Dominicano en la mira: Catálogo 1963-2014*. Santo Domingo (2015).
- MANKIW. Gregory. *Principios de Economía*. 5ta Edición. Cengage Learning Editores, S.A. (2009).
- MCDONALD. Adrian. "Down the Rabbit Hole: The Madness of State Film Incentives as a "Solution" to Runaway Production." University of Pennsylvania Law School Journal of Business Law (2011) y Entertainment Partners. <https://www.ep.com/home/managing-production/production-incentives/>
- Mckinsey&Company. *Global Media Report 2015 – Global Industry Overview*. P. 8. Disponible en: http://www.mckinsey.com/~media/mckinsey/dotcom/client_service/Media%20and%20Entertainment/PDFs/Global_Media_Report_2015.ashx
- MCWHIRTER. Cameron. *Georgia's Booming Film Industry Produces Shortage of Crew Members*. The Wall Street Journal (2015, Febrero 6). Disponible en: <http://www.wsj.com/articles/georgias-booming-film-industry-produces-shortage-of-crew-members-1423242778>

MOORE. Schuyler. *The Biz: The basic business, legal and financial aspect of the film industry*. 4th Edition. Silman-James Press. (2011).

OECD. *Tax and development: principles to enhance the transparency and governance of tax incentives for investment in developing countries*. Disponible en: <http://www.oecd.org/ctp/tax-global/transparency-and-governance-principles.pdf>

OECD. *Tax Incentives for Investment – A Global Perspective: experiences in MENA and non-MENA countries*. (2007). Disponible en: <http://www.oecd.org/mena/competitiveness/38758855.pdf>

OXFORD ECONOMICS. *The Film Industry's Contribution to the Economy of The Dominican Republic*. (2016).

PINCHEFSKI. Carol. *The Impact (Economic and Otherwise) of Lord of the Rings/The Hobbit on New Zealand*. Forbes. (2012. Diciembre 14). Disponible en: <http://www.forbes.com/sites/carolpinchefskey/2012/12/14/the-impact-economic-and-otherwise-of-lord-of-the-rings-the-hobbit-on-new-zealand/#578ef8e163e6>

POKORNY. Michael y SEDGWICK. John. *The Long-Run Characteristics of the US Film Industry*. London Metropolitan University London, England

PROIMÁGENESCOLOMBIA. "Cine en Cifras 2015"/Disponible en: http://www.proimagenescolumbia.com/secciones/cine_colombiano/cine_en_cifras/cine_en_cifras_2015-4/espanol/index.html

Reglamento de Aplicación de la Ley No. 108-10, para el Fomento de la Actividad Cinematográfica en la República Dominicana, instaurado mediante el Decreto No. 370-11.

REWTRAKUNPHAIBOON. Walaiporn. *Film-induced Tourism: Inventing a Vacation to a Location* (2009). Disponible en: http://www.bu.ac.th/knowledgecenter/epaper/jan_june2009/pdf/Walaiporn.pdf

RIVERA. Severo. *Películas dominicanas recaudaron en el año 2015 RD\$260 millones*. Diario Libre (2015, Marzo 10). Disponible en: <http://www.diariolibre.com/revista/cine/peliculas-dominicanas-recaudaron-en-el-ano-2015-rd-260-millones-NB2982780>

Severino. Jairon. (2015, Mayo 19). *El cine dominicano tiene un potencial "de película"*. El Dinero. Disponible en: <http://www.eldinero.com.do/12458/cine-dominicano-tiene-potencial-de-pelicula/>

SQUIRE. James et al. *Todo Sobre el Negocio del Cine*. T&B Editores. Madrid (2013) P. 24

STEVENS. Georgina. *An Analysis of the Runaway Production Phenomena on the Film and Television Production Industries in the United States and California*. European School of Economics. (2013).

TALEVA. Orlando. *Diccionario Tributario*. Valleta Ediciones (2009)..

The Authority on World Travel & Tourism. *Travel & Tourism Economic Impact 2015: Dominican Republic*. Disponible en: <http://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic%20impact%20research/countries%202015/dominicanrepublic2015.pdf>

USAID. *Effectiveness and Economic Impact of Tax Incentives in the SADC Region*. (2004). Disponible en: http://pdf.usaid.gov/pdf_docs/Pnacy929.pdf

VAN PARYS. Stefan y JAMES. Sebastian. "Why Tax Incentives May be an Ineffective Tool to Encouraging Investment? — The Role of Investment Climate", International Monetary Fund (IMF) and World Bank Group. (2009). Disponible en http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1568296

YALE. Camille. *Runaway Film Production: A Critical History of Hollywood's Outsourcing Discourse*. Dissertation submitted in partial fulfillment of the requirements for the degree of Doctor of Philosophy in Communications in the Graduate College of the University of Illinois at Urbana-Champaign.

(2010). Disponible en: https://www.ideals.illinois.edu/bitstream/handle/2142/18481/yale_camille.pdf?sequence=1

ZOLT. Eric. *Deliberación sobre las cuestiones sustantivas relacionadas con la cooperación internacional en cuestiones de tributación: otras cuestiones: creación de capacidad preparado para el Comité de Expertos sobre Cooperación Internacional en Cuestiones de Tributación*. Consejo Económico y Social (ECOSOC). (2015, Agosto 10.).



Yvette Marichal: Directora General de Cine

Yvette Marichal actualmente ocupa el cargo de Directora General de Cine de la República Dominicana, una posición dedicada al desarrollo y promoción de la industria del cine dominicano. Marichal se graduó de la Universidad de San Francisco con una licenciatura en Artes de la Comunicación. Continuó sus estudios en la Universidad de Boston, donde obtuvo una maestría en periodismo. Desde entonces, ha trabajado como editora de revistas y en una serie de programas de televisión como presentadora y productora. Marichal también fungió como directora creativa y de comunicaciones del Festival de Cine Global de la República Dominicana hasta 2014 cuando fue nombrado Directora General de Cine de la República Dominicana por el presidente Danilo Medina. Bajo la dirección de Marichal, la industria cinematográfica de la República Dominicana ha experimentado un crecimiento significativo y ha contribuido notablemente a la economía de la República Dominicana.

Al asegurar condiciones favorables para los productores extranjeros, el impacto económico a la economía dominicana a través de la producción de películas extranjeras ha pasado de 1 millón de dólares estadounidenses en 2013 a 52 millones de dólares en el primer trimestre del 2016. En 2017 bajo su gestión, es celebrado el Primer Congreso Nacional de Cine en el país.



EGEDA protege y rentabiliza tus obras en YouTube



Desde EGEDA realizaremos las acciones necesarias para el bloqueo y retirada de los contenidos no autorizados

No dejes que otros se aprovechen de tus obras
Percibe los ingresos que generen tus contenidos



Promociona y rentabiliza tus obras a través de VEOCLIPS, un canal de YouTube especializado en cine en español

www.egeda.com



www.youtube.com/veoclips

... sólo tú decides qué hacer con tus obras

Para más información puedes ponerte en contacto con Octavio Dapena o Juan Alía a través del teléfono de EGEDA (91 512 16 10) o del correo octavio.dapena@egeda.com o juan.alia@egeda.com



LATINOAMÉRICA Y EL CINE

LATINOAMÉRICA Y EL CINE

Por Angel Durández

Escribo este artículo en mi doble condición de Vicepresidente de la Fundación Euroamérica y de productor de cine (casi incipiente... no, no, ya más de 10 años). La Fundación, creada en 1999, tiene por misión, entre otros aspectos, el fomento del diálogo entre Europa (en gran medida España) y el mundo iberoamericano del otro lado del Atlántico. A lo largo de estos años de funcionamiento creo sinceramente que estamos cubriendo con creces nuestra misión a través de los foros de distinta índole y localización que estamos llevando a cabo desde nuestro nacimiento. A efectos de lo que nos ocupa, una buena parte de nuestros foros de encuentro han contemplado, además de aspectos políticos, financieros, industriales o tecnológicos, una gran dedicación a asuntos culturales, en los que lógicamente el cine ocupa un lugar relevante. Baste decir que entre nuestras empresas colaboradoras se encuentra EGEDA, y que recientemente estamos colaborando en el lanzamiento de un grupo de reflexión sobre el impacto de la globalización en el sector audiovisual Iberoamericano, el Seminario IAG.

A uno, que ya cuenta con unos años en su haber y una dedicación en espíritu y de facto que abarca la mayor parte de su existencia, siempre le ha causado (me ha causado, vaya) una enorme frustración observar cómo a lo largo de décadas (casi podríamos hablar de un siglo) la industria cinematográfica española, salvando algunas honrosas excepciones que después mencionaré, no se ha distinguido por su preocupación por aquellos enormes territorios y población que hablan nuestro idioma y que deberían haber constituido el mercado natural de nuestra producción audiovisual. Con cierta ironía no pierdo oportunidad para mencionar qué hubiera hecho un país como Francia y su industria cultural de haber tenido un territorio francófono semejante al nuestro... Ahora bien, si hablamos de mercado cultural, en honor a la verdad, la consideración como mercado propio a Latinoamérica sí se ha dado en el caso editorial y musical. Diversas razones sociológicas, políticas, industriales y de oportunidad se dieron en esas dos industrias.

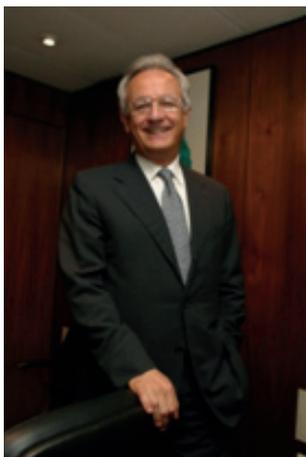
En el caso del cine, el planteamiento industrial no ha sido lo común en nuestro país. Recuerdo, siendo yo un chaval, que hubo un inquieto productor y hombre de negocios allá por los 50 que se le ocurrió la idea de funcionar como una "major" de USA. Se llamaba Cesáreo González. Por aquel entonces propiciaba un cine – benditamente – comercial (con algunas incursiones en mundos intelectualmente más elevados) que firmaba contratos en exclusiva con "estrellas" generalmente del folklore español (Lola Flores, Carmen Sevilla, Joselito...), contratos que incluían la visita "in person" de esas estrellas a los estudios de televisión, salas teatrales, etc. de distintos países latinoamericanos (Argentina, México, Cuba, Venezuela, Brasil, etc.), países que inmediatamente

después o simultáneamente eran receptores de los filmes protagonizados por esas estrellas (no solo de “folklóricas” se nutría su nómina de exclusivas, gente como María Félix o Emma Penella fueron también parte de sus “artistas”). Bueno, pues un planteamiento industrial, de conquista de territorios, como ese, con esa visión de continuidad, no se ha vuelto a repetir. Bien es verdad que, salvo Hollywood, donde cada día es más impactante, el star system, no solo en España, sino también en Europa, dejó de tener trascendencia para los mercados a los que debería dirigirse. Así la mayoría de las películas europeas “viajan” muy mal intra-Europa. Pero, claro, es que ya casi nadie (sin casi) entre el así llamado gran público conoce a las grandes estrellas francesas, italianas, alemanas... Ya sé que se me puede tildar de retrógrado si me atrevo a afirmar (y me atrevo) que la pérdida de ese star system europeo que en los años 50 y casi 60 era una realidad (se seguían con interés y se estrenaban las pelis de Sofía Loren, de Mastroianni, de De Sica, Lollobrigida, la Bardot, Delon, Michele Morgan, Martine Carol, Gerard Philippe,... hasta los austriacos, Romy Schneider, OW Fisher, María Schell, provocaban el interés del público) se desvaneció, bien cuando esas estrellas emigraron a Hollywood, o lo que fue peor, cuando la influencia de la “nouvelle vague”, tan absolutamente trascendental para cambiar el lenguaje cinematográfico y olvidarse del acartonamiento formalista que era la regla del juego, y su manifiesto ataque a ese sistema de estrellas (actores y actrices) y centrarse más en el director o “autor”, quienes en tantas ocasiones lograron unas obras absolutamente geniales, pero que fue provocando un alejamiento del gran público de las salas donde se exhibía producto europeo y, por ende, cercenó la capacidad de intercambio comercial entre todos esos mercados europeos. He dicho que estas afirmaciones son un atrevimiento y seguramente, en aras a la generalización, estoy siendo enormemente injusto con los grandes creadores, pero en mi perspectiva “grosso modo” creo que fue así.

El hecho de centrarme tanto en los mercados europeos no quiero me haga perder perspectiva de lo que ocurre con la producción latinoamericana. Ahora mismo y salvo contadas excepciones, está limitada la exhibición de esa producción, fronteras adentro de sus respectivos países. También remontándonos a los años 50 (incluso 40), se daban estructuras de distribución (siempre echaremos en falta una gran distribuidora iberoamericana) que propiciaba que filmes argentinos, mejicanos, algún brasileño que viajaban a España (alguno a Francia o Italia), con estrellas como Cantinflas, Dolores del Río (en su etapa post Hollywood), la mencionada María Félix, Mirta Legrand... y un largo etcétera fueran reclamados y seguidos por una amplia parte del público iberoamericano.

Por favor, no quisiera dar a entender que no existe una dignísima y, en muchos casos, excepcional producción en los países iberoamericanos (también en los europeos), con magníficos directores y actores. Lo que he querido resaltar es lo que en mi opinión ha sido un abandono de ese gran mercado, posiblemente por las modestas capacidades productivas, pero sobre todo por la carencia, repito, de unas grandes empresas distribuidoras que abarquen ambos lados del Atlántico y que sean capaces de atraer al público a las salas (o a la exhibición digital), con técnicas efectivas de marketing que generen la “ansiedad” por consumir el producto que se promociona (no olvidemos el carácter de producto de consumo – en el sentido más positivo del término – que debe tener la producción cinematográfica dirigida al gran público).

Por eso, movimientos como los Premios PLATINO son un aliciente, un escaparate y un elemento de marketing para conseguir esa internacionalización de la producción audiovisual iberoamericana. Desde la Fundación Euroamérica no nos cabe duda de que debemos apoyarlos en la medida de nuestras posibilidades. La tarea es ardua, pero no hay peor gestión que la que no se hace. Así que con el apoyo, la crítica y la generación de conocimiento necesarios estos premios deben no solo consolidarse sino constituirse ellos mismos como el mercado por antonomasia del mundo audiovisual iberoamericano.



Angel Durández Adeva. Vicepresidente Fundación Euroamérica.

Licenciado en Ciencias Económicas, Profesor Mercantil, Censor Jurado de Cuentas y miembro fundador del Registro de Economistas Auditores. Se incorporó a Arthur Andersen en 1965 y fue socio de la misma desde 1976 hasta 2000. Hasta marzo de 2004 ha dirigido la Fundación Euroamérica, de la que fue patrono fundador, entidad dedicada al fomento de las relaciones empresariales, políticas y culturales entre la Unión Europea y los distintos países Iberoamericanos. Actualmente es Consejero de Mediaset España, S.A. y Presidente de la Comisión de Auditoría de dicha entidad; Consejero de Repsol, S.A. y miembro de la Comisión de Auditoría de la misma; Consejero de Quántica Producciones, S.L., Consejero de Ideas4all, S.L., Presidente de Arcadia Capital, S.L., Miembro del Consejo Asesor de la Fundación Germán Sánchez Ruipérez y Vicepresidente de la Fundación Euroamérica.



HISTORIA DE UNA PELÍCULA "FALLING"

HISTORIA DE UNA PELÍCULA “FALLING”

Por Ana Rodríguez Rosell



Carlos Antón, director de Desarrollo de Negocio de Egeda, a quien aprecio mucho me pidió que escribiera unas páginas sobre lo que supuso para nosotros rodar nuestra película “Falling” en Las Terrenas, que se establece como la primera (o una de las primerísimas) coproducción entre España y República Dominicana.

“Falling” nació del deseo de rodar con Emma Suarez y Birol Ünel en un proyecto que diera a los actores espacio suficiente para poder construir y experimentar.

Tras el rodaje de “Buscando a Eimish”, mi primera película, en la que ya rodé con Emma y Birol, los tres sentimos las ganas de poder trabajar juntos de verdad. Y escribí este guión para ellos. Sobre este deseo sellamos una alianza. Alianza a la que se sumó más tarde Gabriel Tineo, el productor dominicano.

Emma Suarez y Birol Ünel se cayeron bien desde el principio. Y la admiración y respeto que sienten son mutuos. Sin duda son dos grandes actores, según mi humilde criterio, los mejores del mundo.

Birol Ünel, controvertido actor turco, con una leyenda de “enfant terrible” que le precede y poderosos papeles en su haber, entre ellos el protagonista masculino de «Contra la pared», de Faith Akim, con la que se ganó la admiración eterna de muchos seguidores.

Y Emma Suarez, que lleva conquistando corazones con su dulzura desde que empezó de niña en «Memorias de Leticia Valle», y no ha dejado de ofrecernos grandes personajes desde entonces.

Verles juntos era poderoso y “Falling” debería captar esta sensación.



Buscando a Eimish en Santo Domingo y al poco homenaje a Emma. Entra Gabriel Tineo

Emma conoció a Gabriel Tineo en Santo Domingo, donde le hacían un homenaje.

Gabriel ya era un productor importante en República Dominicana, y Emma le habló de nuestro proyecto.

Unas semanas más tarde me reuní con Gabriel en Madrid, que había leído el guión y le había gustado. Además había oído hablar de “Buscando a Eimish”, que se acababa de presentar en la Muestra de Cine Dominicana, dirigida por Lydia Bastos, una mujer muy inteligente y lúcida. Y donde conocí a Brando Hidalgo y Oscar Logroño, que luego fueron amigos.

“Sólo una pequeña objeción”, me dijo Gabriel: “¿podríamos cambiar la nieve por la arena?”.

El guión no estaba pensado para ser rodado en el Caribe, sino en el norte de Europa. Y tuvimos que adaptarlo al nuevo set.

Comenzamos a localizar



"Falling" es una historia de amor mágica, a pesar de todo.

A pesar de todo, para ALMA, ASLAN es una fuerza de la naturaleza a la que no se puede resistir.

ASLAN, León en turco y ALMA, corazón, estuvieron diecisiete años casados. Hace dos años que ALMA le dejó y ASLAN, fue capaz de ver sus errores. Ahora quiere remediarlos. Cambiar el pasado y cambiar el final.

Le ofrece la casa y todos los bienes materiales a cambio de una cita que dura 24 horas en un lugar muy especial de la República Dominicana.

Comienza la cuenta atrás.

Buscábamos un lugar mágico, con mucha energía y muchas estrellas, donde se pudiera "cambiar el pasado", "cambiar los recuerdos", que es el objetivo de nuestro León Birol, que necesita que su Emma sienta que "vivió una gran vida", que "estar con él mereció la pena".



Según guión buscábamos una casa "muy lejos de los hombres" y "muy cerca del cielo". Una montaña alta era la idea original, que pudiera aislar a los personajes del resto del mundo.

Sin embargo Gabriel nos llevó a Las Terrenas, y se acabaron las dudas. Un auténtico paraíso, con la fuerza del universo muy presente en ese mar vivo y en ese cielo cambiante y estrellado.

Añadiré además que en ese mar, a altas horas de la noche, cuando celebrábamos que habíamos encontrado "el sitio" yo tuve una experiencia mágica que nunca olvidaré. Ni los que me acompañaban. Gabriel Tineo, Sarah Pérez, Marta Miró y Migue Amoedo entre otros.

Quizás esa experiencia tuvo la culpa de que el 80% del rodaje transcurriera por la noche. Ya no podía concebir *Falling* sin estrellas.

República Dominicana nos recibió con los brazos abiertos. Y nos ofreció lo que la película necesitaba. Fue crucial el apoyo de la Dirección General de Cine de República Dominicana, que se mantuvo en seguimiento al proyecto de co-producción y a la obtención de los permisos para financiar la parte dominicana a través de los incentivos de la Ley de Cine.

Agradezco especialmente el cariño y la ayuda de Yvette Marichal y Omar de la Cruz.

Rodar con Birol



Los cineastas que han tenido el honor de compartir set con Birol Ünel pueden imaginar que no fue un rodaje sencillo. Birol no es un actor dócil ni «al uso». Tras largas charlas sobre su personaje y la película, sigue sus propios instintos. Se convierte literalmente en el personaje.

El hecho de que el 60% de la película debiera rodarse en lengua española, tampoco le ayudó, ya que Birol no habla ni entiende el español.

Y su personaje no era fácil.

La gran confianza que había entre nosotros, el apoyo incondicional de Emma, que se ponía siempre de su parte, y la seguridad que nos transmitía Gabriel fueron las armas que tuvimos para ir sacando la película adelante.

El pacto que sellamos al principio aquí cobró vida y se hizo efectivo.

Y debo decir que Birol nos regaló muchas anécdotas divertidas y locas con las que nos reímos mucho. Pronto instauramos el término “Birolada”, que sigo manteniendo en mi vocabulario en honor a este gran actor.



Equipo dominicano al completo

Para rodar “Falling” necesitábamos un equipo reducido.

Todos los técnicos eran dominicanos, a excepción de Marta Miró, directora de producción española, y Laura Renau, figurinista española con la que ya trabajé en “Buscando a Eimish”, que eligió el vestuario de los actores principales en Madrid, pero no vino a rodaje porque ya estaba Gina Terc, la figurinista dominicana.

Elegimos los jefes de equipo pensando en el tipo de película que queríamos rodar. Debían ser profesionales flexibles, con gran capacidad de adaptación y sensibilidad.

Todos teníamos que ser conscientes de que los grandes protagonistas eran los actores.

Por eso decidimos prescindir de tener mucha iluminación, para controlar los tiempos, y que el director de foto, Jaime Guerra llevara la cámara en mano para que pudiera seguirles en todo momento.

Debía de ser un rodaje muy íntimo para captar momentos de verdad, que sabíamos que estos dos grandes actores nos iban a brindar.

Y cuando Emma y Birol entraban en el set no se escuchaba ni una mosca.

El respeto y apoyo que mostró el equipo fue vital.

Esto se combinó con el mágico set en el que rodábamos, "Casa del río" frente a una playa paradisíaca en Portillo. La casa y la playa eran un personaje más, y emanaban una energía poderosa. El personaje de la "Tata" dominicana formaba parte del universo de esa casa y acabó de aportar el toque étnico y misterioso y situó la historia en República Dominicana, al igual que los demás actores secundarios dominicanos.

Ahora, con la distancia que da el tiempo me doy cuenta de que rodar con este equipo dominicano en este paraje mágico fue definitivo.

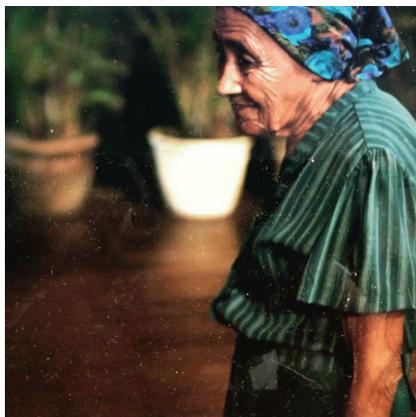
Debo añadir que el músico dominicano Anthony Ocaña, fue candidato a Mejor Música Original en los Premios PLATINO 2017.

La entrada de Sigur Ros

Otra gran anécdota de *Falling* es la entrada de la conocida banda islandesa Sigur Ros, admiradores de Birol Ünel, que nos cedieron su "Sin título 4", sin la cual ya no se puede concebir la noche estrellada de la película.

Tras el rodaje: de FALLING APART a FALLING IN LOVE

La postproducción de *Falling* se alargó bastante. No habíamos rodado el guión de forma específica, y ahora había que reconstruir la historia. No fue un montaje fácil.



En esta fase de la película entró la productora marroquí Apostrophe Films, encargándose de la supervisión de últimos retoques de montaje y postproducción.

Me costó mucho salir de esta historia.

Ayudó la entrada de Lucía Gonzalez Barandarian y Filomeno Martínez Aspe, European Dreams Factory, los distribuidores de "Buscando a Eimish", y ya amigos, que seguían este proyecto desde el principio y querían distribuirlo en España.

Ellos entendían que *Falling* tenía mucha luz, y quisieron que esa luz se percibiera desde el título.

Nos sugirieron pasar de "FALLING APART" A "FALLING" para poder acabar en FALLING IN LOVE, pasando por las estrellas (FALLING APART), y recoger las distintas fases por las que pasan los personajes en la historia. Falling APART, Falling STAR, Falling IN LOVE.

FALLING se estrenó por fin en las salas de cine españolas el 16 de diciembre.

Fue una de las cuatro películas que estrenó Emma Suarez en el 2016, entre las que estaba "Julietta", de Pedro Almodovar.



E inauguró la sección oficial del Festival de Cine de Huelva tras ser proyectada en festivales internacionales (Sección oficial de Bogocine, sección oficial de Nueva Delhi, Marfici, London Spanish Film Festival...).

Y en los Premios PLATINO 2017 estuvo preseleccionada en tres categorías: Mejor película, Mejor Actriz y Mejor música original. Y finalmente candidatos por la música original del dominicano Anthony Ocaña.

De todo lo que se escribió sobre "Falling" me quedo con la reflexión que hace Marta de la Calzada: *"entre caer en picado y enamorarse a veces no hay tanta distancia"*.

"Coproducción Dominico-española llena de simbolismo y meticulosidad en la que todos los elementos están conectados" (Alba Díaz. El Mundo)

"Las dos interpretaciones son muy brillantes" (Jerónimo José Martín. Estrenos destacados de la COPE)

"Drama mágico, contado en tres idiomas, mezclados y sugerentes" "Tremenda historia de amor, que acaba con dos vencedores" (Alicia G Arribas. La Vanguardia)

"Falling" no da tregua ni ningún asidero al espectador al no posicionarse jamás con ninguno de los dos protagonista. *"Las heridas se ven, el daño se percibe, como se adviña asimismo el amor que alguna vez estuvo allí poniendo a flote algo que está cayendo ("Falling")"*. (Fausto Fernández "Fotogramas")

"Falling is a very intimate film where the enormous talent of the actors thrives under the perceptive and sensitive direction of Rodríguez Rosell" (Joana Granero. London Spanish Film Festival)

"Todos deberíamos disfrutar y entrar en esta ensoñación espiritual". (Pablo Parrilla "Cine en serio")

"Intimista, poética, simbólica...¡y con música de Sigur Ros!" (Marta de la Calzada. Telva)



Ana Rodríguez Rosell. Productora

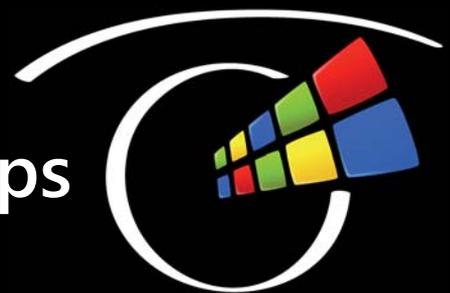
Licenciada en periodismo, trabajó en el Gabinete de Comunicación del Ayuntamiento de Boadilla del Monte, en el de la Universidad San Pablo-CEU y como copywriter en DEC (del grupo BBDO).

En 2007 fundó la productora Jana Films SL en la que esta profundamente involucrada en labores de realización y producción. Desde entonces ha rodado cortos, documentales y publicidad, hasta que en 2011 estreno "Buscando a Eimish", su primer largo. Y en 2016, "Falling", co-producido con Republica Dominicana y protagonizado por Emma Suarez y Birol Ünel.



**Promociona y rentabiliza tus obras
a través de VEOCLIPS
un canal de YouTube
especializado en cine español**

www.youtube.com/veoclips



Para más información puedes ponerte en contacto con Octavio Dapena o Juan Alía a través del teléfono de EGEDA (91 512 16 10) o del correo octavio.dapena@egeda.com o juan.alia@egeda.com



CUENTA SATÉLITE DE CULTURA DE BOGOTÁ:
APROXIMACIONES A LA MEDICIÓN ECONÓMICA DEL SEGMENTO AUDIOVISUAL

CUENTA SATÉLITE DE CULTURA DE BOGOTÁ: APROXIMACIONES A LA MEDICIÓN ECONÓMICA DEL SEGMENTO AUDIOVISUAL

*Por Dirección de Asuntos Locales y Participación.
Equipo Cuenta Satélite de Cultura de Bogotá,
Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte*

Introducción

En Bogotá D.C., instituciones del ámbito público y privado se han interesado por impulsar investigaciones específicas, con el propósito de analizar los vínculos entre los fenómenos económicos y culturales en el territorio. Por un lado, éstas dan cuenta de las particularidades de las artes dentro de escenarios dinámicos de producción de contenidos simbólicos, ligados a diferentes intencionalidades en la construcción de sentidos. De otra parte, algunas buscan examinar el impacto de estas expresiones en el desarrollo económico de la ciudad y así consolidar insumos para evaluar las problemáticas y oportunidades que se presentan en el sector.

Para las instancias rectoras de la política cultural, el desarrollo de estos estudios se encamina a la optimización de los programas institucionales, la formulación de nuevos proyectos que respondan al contexto y dinámicas socio-económicas de los agentes, la toma de decisiones y una planificación estratégica idónea. Por parte del sector privado, se requiere de información pertinente y oportuna que les permita tomar decisiones en temas de inversión y desinversión, y para la apropiación y transformación de la misma en conocimientos específicos que incrementen la productividad de las empresas.

El Plan Distrital de Desarrollo “Bogotá Mejor para Todos 2016 – 2020” en su segundo eje transversal, “*Desarrollo económico basado en el conocimiento*”, le apuesta a consolidar estrategias de “mejoramiento de la productividad de las empresas, de tal manera que se apoye su sostenibilidad, se potencie su crecimiento productivo y se alcancen mayores niveles de valor agregado en la oferta productiva de la ciudad.¹” Articulado con este componente y con el pilar “*Igualdad de calidad de vida*”, la Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte -SCRD-, tiene como metas la formulación de una política pública dirigida a incentivar y fortalecer los emprendimientos culturales y las industrias culturales y creativas, al igual que implementar la Cuenta Satélite de Cultura para Bogotá.

Para el cumplimiento de estas dos metas se realizará un diagnóstico sectorial en los niveles económicos y sociales, examinando las vocaciones, oportunidades, necesidades y debilidades del ecosistema cultural, y así generar herramientas eficientes y eficaces con el objetivo de transformar el entorno en el que se movilizan las prácticas artísticas y patrimoniales que emergen en las distintas

1 Alcaldía Mayor de Bogotá D.C. Proyecto del Plan de Desarrollo Distrital, Bogotá 2016-2020. Pág. 269.

localidades. Partiendo de este ejercicio, la primera Política Pública de Emprendimiento e Industrias Culturales y Creativas para la ciudad, propondrá estrategias que incentiven el emprendimiento cultural como la capacidad de transformar ideas en negocios sostenibles, se promoverán la eficiencia, la productividad y la innovación, y se fortalecerán diversos sectores.

Por su parte, el Capítulo Bogotá de la Cuenta Satélite de Cultura se presenta como una herramienta relevante para estudiar y dar a conocer el aporte de la cultura en el desarrollo económico y social del de la ciudad. El análisis de las variables objeto de medición permitirá comprender los retos de esta industria en las dinámicas de mercado. Igualmente, ofrecerá argumentos sólidos y válidos para posicionar en la agenda pública la necesidad de fomentar un entorno que reconozca, fortalezca e incentive a los agentes que participan en este ecosistema, generando estímulos para la creación de nuevos empleos y el consumo de las expresiones artísticas y culturales.

Cuenta Satélite de Cultura de Bogotá, CSCB

Desde el año 2009, el Grupo de Emprendimiento Cultural del Ministerio de Cultura de Colombia, de la mano con otras entidades públicas y privadas, viene realizando mediciones económicas de las actividades y productos asociados a las artes y el patrimonio. En este tiempo de trabajo, Colombia se ha convertido en un referente importante en la región, como resultado de la experiencia en el desarrollo de Cuenta Satélite de Cultura, llevando a cabo asesorías técnicas de cooperación internacional para implementar esta metodología en países como Costa Rica, Honduras, El Salvador, Bolivia, Perú, Ecuador y República Dominicana. Adicionalmente, en el desarrollo de estas investigaciones, tanto el ente rector de la cultura en el país, como el Departamento Administrativo Nacional de Estadística -DANE-, han posicionado en el nivel nacional la relevancia de seguir mejorando los sistemas de información del sector, logrando incidir en la construcción de instrumentos como la Encuesta de Consumo Cultural, así como en la actualización de otros registros administrativos.

La necesidad de comprender el comportamiento económico de las actividades y productos culturales en el contexto bogotano, junto con las apuestas del Plan Distrital de Desarrollo, llevó a la SCRCD a implementar en el 2016 la metodología de Cuenta Satélite de Cultura, la cual se encuentra diseñada bajo los parámetros del Sistema de Cuentas Nacionales -SCN- de las Naciones Unidas, con el fin de construir un sistema de información económica que cumpliera con criterios de comparabilidad, confiabilidad y continuidad. Siendo esta la primera apuesta a nivel local en el mundo, fue imprescindible considerar la *Metodología General Cuentas Departamentales Anuales*, así como el *Documento de diagnóstico sobre la información existente y la faltante para el cálculo del PIB trimestral*, con el propósito de tener un marco de referencia adecuado para el tratamiento de los flujos monetarios sectoriales. Para este ejercicio también se consideró la Clasificación Industrial Internacional Uniforme revisión 4, adaptada para Colombia -CIU Rev. 4 A.C.- y la Clasificación Central de Productos revisión 2, adaptada para Colombia -CPC Rev. 2 A.C.-.

De esta manera, la Dirección de Asuntos Locales y Participación de la SCRCD, encargada de elaborar esta investigación, se encuentra identificando y consolidando las estadísticas disponibles en diferentes encuestas y registros administrativos, conformando mesas técnicas con las entidades públicas y privadas que la producen, y con ello, estableciendo los criterios de medición para las mediciones sectoriales. Como consecuencia del interés por emitir cifras oficiales, se ha conformado un equipo de trabajo con el DANE y se encuentra en suscripción un convenio que tiene como finalidad *aunar esfuerzos técnicos, humanos, logísticos, para la definición, construcción de la metodología y consolidación de resultados de la Cuenta Satélite de Cultura – Capítulo Bogotá*.

Tomando como objeto de estudio el *campo cultural*, entendido como aquellas “actividades humanas y sus manifestaciones cuya razón de ser consiste en la creación, producción, difusión, transmisión, consumo y apropiación de contenidos simbólicos relacionados a las artes y el patrimonio²”, el equipo de la CSCB construyó una hoja de ruta que detallara las etapas requeridas

2 Convenio Andrés Bello (2015). Guía metodológica para la implementación de Cuentas Satélite de Cultura en Iberoamérica. Página 42.

para garantizar las metas de la investigación y cumplir con los procedimientos adecuados en el *diseño, producción estadística, análisis y difusión* de la información.

En cuanto a la fase de *diseño*, es necesario definir el marco teórico y metodológico de los cálculos sectoriales, al igual que determinar y preparar la información económica disponible para cada uno de ellos. Posteriormente, se consolidarán los datos obtenidos en la primera etapa, dando paso a la *producción estadística*, en la cual se revisan y depuran las bases obtenidas para empezar a desarrollar la medición de los cuadros de salida (cuentas de producción, cuenta de generación del ingreso, balance oferta – utilización, cuadro del gasto y matriz de trabajo). Este ejercicio le da continuidad a la etapa de *análisis* de los resultados, donde se examinan los procedimientos y tratamiento técnico de los procedimientos utilizados dentro de la investigación. Finalmente, en la etapa de discusión, se presentarán los resultados en comités internos y externos en el DANE, con el fin de validar con la Dirección de Cuentas Nacionales de esta Entidad y con agentes del sector artístico.

Adicionalmente, dentro de la construcción del cronograma de trabajo, fue necesario priorizar los segmentos a medir para cada uno de los años del cuatrienio y limitar la serie de tiempo de la investigación (Tabla 1).

Tabla 1. Campo Cultural

Año	Segmentos a medir	Serie a medir
2017	Música Artes Escénicas Audiovisual y Radio Libros y Publicaciones	2010-2016
2018	Creación Artes Visuales Juegos y Juguetería Educación Cultural	+ 4 primeros 2010-2017
2019	Diseño Patrimonio Material Patrimonio Inmaterial	+ 8 primeros 2010-2018
2020	Medición del campo cultural completo (11 segmentos) Y análisis crítico de los resultados.	2010-2019

Nota: Elaboración propia

¿De esta manera, la CSCB ofrece información del comportamiento económico cultural de Bogotá, desde diferentes ópticas y en el tiempo? Este sistema permite conocer el estado de la economía y la dinámica de las actividades características de las expresiones artísticas y patrimoniales, mediante cálculos de las siguientes variables: el valor generado, los ingresos y los costos de producción relativos a las actividades; el consumo, los gastos, la inversión y los beneficiarios de los productos, desde los diferentes sectores institucionales. En este sentido “visibiliza la importancia de las industrias culturales en el desarrollo económico, y promueve sinergias entre empresarios, consumidores, políticos y gobierno en el diseño de políticas que tengan como objetivo la utilización eficiente de los recursos culturales”.³

3 Agudelo, M (2017). Revisión de la serie de años 2005-2013 y construcción de año 2014 para el sector música de la Cuenta Satélite de Cultura de Colombia. Página 1.

Aproximaciones a la medición económica del segmento Audiovisual

Dentro del campo cultural contemplado por la *Guía Metodológica para la implementación de las Cuentas Satélite de Cultura en Iberoamérica*, se encuentran agrupadas las actividades y productos asociados a las prácticas audiovisuales, las cuales por su naturaleza “comprenden una serie de imágenes asociadas, con o sin sonidos reproducibles, que se caracterizan por el hecho de que su producción, difusión, transmisión y exhibición requieren habitualmente de un dispositivo tecnológico, independiente del tipo de soporte que los contiene.”⁴ Es importante resaltar que dentro de esta propuesta de delimitación se consideraron los *subsegmentos* de cine y video (incluye animación), radio, televisión, juegos on-line y videojuegos, como parte del segmento Audiovisual.

Para efectos de los cálculos económicos, y tomando como referente la Clasificación Internacional Industrial Uniforme (CIIU Rev. 4), la *Guía Metodológica* determina las siguientes actividades como parte del segmento Audiovisual. Este ejercicio identifica los criterios de selección de las unidades productivas que serán objeto de medición.

Gráfico 1. Actividades características del segmento Audiovisual



Fuente: Clasificación Industrial Internacional Uniforme revisión 4, adaptada para Colombia -CIIU Rev. 4 A.C-.
Nota: Elaboración propia.

Si bien la CSCB se enmarca dentro de una metodología específica, su carácter práctico es flexible y puede adaptarse a las dinámicas del sector y responder a las prioridades políticas de análisis crítico por parte de las entidades que la elaboran. Para el caso específico de las actividades asociadas al cine y el video, se realizará una medición separada de los otros componentes que se incluyen en estas clasificaciones (programas, anuncios y comerciales de televisión). Es por esto que se llevará a cabo un ejercicio de depuración de las bases de datos y directorio de agentes, con el objetivo de medir de manera diferenciada cada una de las unidades productivas. El interés por desagregar esta información responde a la necesidad de la SCRD por elaborar un análisis crítico sectorial de las películas cinematográficas en el distrito.

4 Convenio Andrés Bello (2015). Guía metodológica para la implementación de Cuentas Satélite de Cultura en Iberoamérica. Pág. 86.

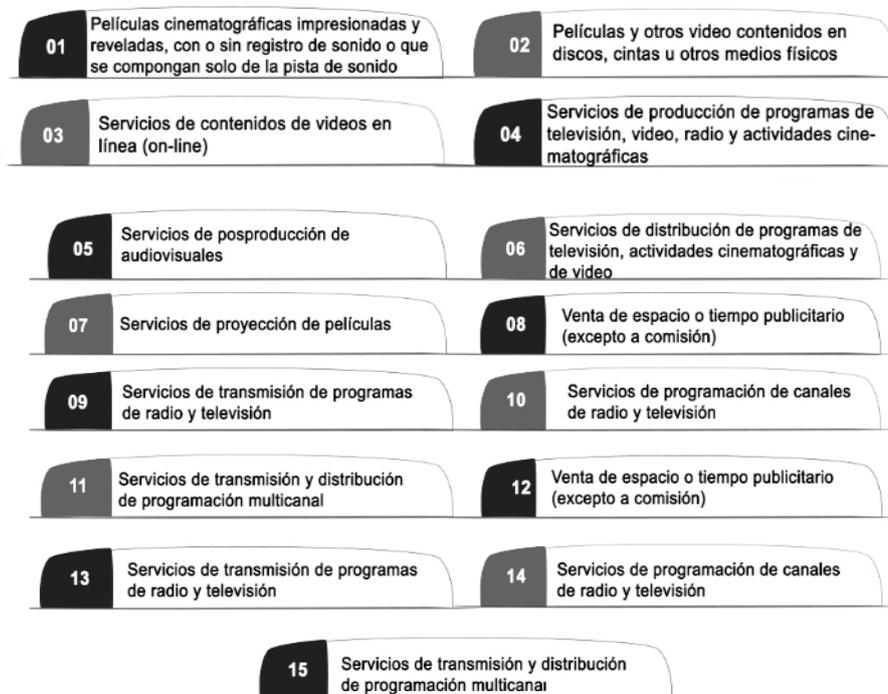
Cuentas de producción

Las cuentas de producción “permiten conocer cuantitativamente el resultado de los procesos productivos característicos del sector cultural y el valor que agregan estos procesos a la economía en su conjunto”.⁵ De esta manera, el equipo de Cuenta Satélite de Cultura de Bogotá, ha venido aproximándose y examinando fuentes de información que detallen los *ingresos* (principales y secundarios, así como los montos por concepto de derechos conexos) y *consumos intermedios* (costos operacionales), de los establecimientos que tengan como actividad principal trabajos asociados a las prácticas audiovisuales. La diferencia de estas dos variables permitirá conocer el aporte del valor agregado de este segmento en el PIB distrital, así como el porcentaje de participación en la economía nacional. De igual manera, este ejercicio faculta la realización de comparaciones con otros sectores económicos, lo que posibilita mecanismos para visibilizar y posicionar a las expresiones artísticas y patrimoniales como actividades económicas productivas generadoras de valor.

Balances Oferta - Utilización

En cuanto a los productos derivados de las actividades características mencionadas en el Gráfico 1, la Clasificación Central de Productos (CPC rev 2) establece una delimitación, donde su estructura abarca estadísticas relacionadas con la producción, el consumo final e intermedio, la formación de capital, el comercio exterior y los precios de los bienes y servicios. Este análisis permite comprender los flujos económicos que se realizan sobre los productos audiovisuales, visibilizando el comportamiento de la oferta y demanda de los mismos. Dada la multiplicidad de categorías que se proponen para este segmento en los documentos metodológicos de Cuenta Satélite de Cultura, el equipo distrital de la CSCB se encuentra revisando la disponibilidad de la información que conlleve a valorizar tanto la oferta como la demanda de los mismos.

Gráfico 2. Productos característicos del segmento Audiovisual



Fuente: Clasificación Central de Productos revisión 2, adaptada para Colombia –CPC Rev. 2 A.C.-

Nota: Elaboración propia.

⁵ Convenio Andrés Bello (2015). Guía metodológica para la implementación de Cuentas Satélite de Cultura en Iberoamérica. Pág. 108.

Cuenta del gasto

Este cuadro particular tiene como propósito “mostrar cuál es el gasto en cultura, quiénes son los beneficiarios últimos de este gasto, y quién está pagando por este”.⁶ Este análisis permite identificar la importancia de las transacciones económicas realizadas por las entidades públicas (nacional, regional y distrital), las empresas privadas y las instituciones privadas sin fines de lucro que sirven a los hogares (IPSFLSH), al igual que las preferencias e inversión de los consumos de los hogares. Para llevar a cabo dicho ejercicio, es necesario contar con múltiples fuentes de información que den cuenta de las especificidades y mecanismos de financiación (estímulos, fondos concursables, subvenciones, donaciones, patrocinios y pauta publicitaria, entre otros) para el desarrollo de actividades, bienes y servicios audiovisuales. Razón por la cual cabe resaltar que esta matriz incluye productos conexos o gastos relacionados con infraestructura.

Matriz de trabajo

Otro de los intereses de la SCRD radica en tener un estado de los puestos de trabajo que generan las actividades económicas de las expresiones artísticas y patrimoniales. Esta matriz aborda el empleo de forma equivalente a puestos de trabajo de tiempo completo, es decir, la cantidad de horas efectivamente trabajadas se divide entre el número de horas que se trabajan en puestos de tiempo completo (de acuerdo con la legislación colombiana corresponde a 48 horas semanales). Este procedimiento garantiza la comparabilidad con otras ciudades y países del mundo, al ser compatible con la metodología utilizada por la Organización Internacional del Trabajo -OIT-. En este ejercicio se tiene contemplado realizar los cálculos por segmentos del campo cultural, dando cuenta de las categorías ocupacionales (asalariado y cuenta propia), así como del empleo no observado por medio del balance entre la oferta y demanda laboral, de quienes llevan a cabo actividades relacionadas con el cine, video, radio, televisión, videojuegos y juegos on-line. Para llevar a cabo este ejercicio en el segmento audiovisual, se hará uso de la Gran Encuesta Integrada de Hogares -GEIH- elaborada por el DANE, así como de los datos de empleo provenientes de las encuestas económicas y de los registros administrativos pertinentes.

Indicadores no monetarios

Las cuentas satélites de cultura hacen uso de diversos indicadores no monetarios, con el propósito de complementar el análisis de la información monetaria resultante. De este modo, se abre la posibilidad de contextualizar el comportamiento de las actividades y productos culturales, identificando y visibilizando otros elementos involucrados en los diferentes eslabones de las cadenas de valor y del consumo cultural (entendido desde el acceso, la apropiación y hábitos). Vale señalar que este tipo de datos se pueden obtener de manera directa a través de otras investigaciones, así como de las fuentes con las cuales se realizan los cálculos monetarios.

Es por ello que los indicadores no monetarios permitirán contrastar el estado económico del segmento audiovisual, mediante el número de espectadores, salas de cine, salas alternas exhibidores, películas exhibidas, proyectos de producción cinematográfica, películas con reconocimientos, asistencia a cine y motivos de no asistencia, género de las películas vistas, frecuencia, exhibiciones gratuitas, no gratuitas y montos; horas de difusión para la televisión, cadenas nacionales de televisión abierta privadas y públicas, consumo de televisión por los hogares, películas colombianas vistas en televisión, cantidad y frecuencia de estas; cantidad de emisoras tradicionales, emisoras online, escucha de radio y frecuencia, motivos de no escucha, tipo de emisoras, programas de radio y radioescuchas; consumo de videos, tipo, género y frecuencia, motivos de no consumo de estos, consumo gratuito, pago y montos pagados; además, se indaga por utilización de videojuegos, asistencia a eventos relacionados, educación y formación en actividades asociadas a lo audiovisual.

6 Convenio Andrés Bello (2008). Cuentas satélites de cultura en Latinoamérica. Consolidación de un manual metodológico para la implementación. Pág. 143.

Retos

La medición económica del segmento audiovisual tiene diferentes retos que se enmarcan en la consecución de información, la confiabilidad de los registros administrativos y en la forma de realizar los cálculos, como resultado de las particularidades del mismo. Por un lado, es necesario crear alianzas y articulación con las entidades a nivel local y nacional, que garanticen el acceso oportuno a la información económica producida en cada una de ellas, al igual que los conocimientos sectoriales de quienes están a cargo. Ahora bien, en muchos casos estos registros no se encuentran organizados o digitalizados, lo que conlleva a realizar un ejercicio exhaustivo de recopilación, revisión y depuración de los archivos físicos. Adicionalmente, se hace indispensable evaluar los vacíos en los contenidos y confiabilidad de las bases de datos a utilizar, ya que en algunas ocasiones no existen exigencias, soportes o justificaciones para incluirlas dentro de determinados sistemas estadísticos.

Por otra parte, las mediciones deben considerar las especificidades y lógicas productivas de cada una de las actividades características del sector. Como consecuencia, es importante tener en cuenta las etapas de las producciones audiovisuales (en especial las películas cinematográficas), las cuales son elaboradas en un periodo de tiempo superior a una vigencia en términos contables. En este sentido, implican costos distribuidos en los años de preproducción, producción, posproducción, donde es importante redistribuir estos gastos en los cuadros de salida. En el caso de las actividades asociadas a la televisión y radio, es común que las grandes productoras se encuentren localizadas en Bogotá, pero su producción se realice en el nivel nacional. De esta manera, desagregar la información económica se convierte en un reto del equipo de CSCB, para garantizar un estado real de los comportamientos de las dinámicas sectoriales en el Distrito.

Con la puesta en marcha del Capítulo de Bogotá en la Cuenta Satélite de Cultura, la ciudad se pone a la vanguardia de las mediciones del sector y manifiesta el compromiso político de la administración distrital en la generación de condiciones para el desarrollo de la cultura y la creatividad del Distrito Capital, como pilares de mejoramiento de la calidad de vida de sus habitantes y su reconocimiento a la diversidad cultural como una de las mayores riquezas de Bogotá.

Bibliografía.

Agudelo, M (2017). Revisión de la serie de años 2005-2013 y construcción de año 2014 para el sector música de la Cuenta Satélite de Cultura de Colombia.

Alcaldía Mayor de Bogotá D.C. Proyecto del Plan de Desarrollo Distrital, Bogotá 2016-2020.

Convenio Andrés Bello (2008). Cuentas satélites de cultura en Latinoamérica. Consolidación de un manual metodológico para la implementación

Convenio Andrés Bello (2015). Guía metodológica para la implementación de Cuentas Satélite de Cultura en Iberoamérica.

Departamento Administrativo Nacional de Estadística (2013). Clasificación Central de Productos – CPC Rev. 2 A.C.

Departamento Administrativo Nacional de Estadística (2012). Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas Revisión 4, Adaptada para Colombia – CIIU Rev. 4 A.C.

Ministerio de Cultura de Colombia (2016). Revista Cultura a la medida: Derechos de autor. Número 1.

Ministerio de Cultura de Colombia (2015). Cultura a la medida: Análisis de la Cuenta Satélite de Cultura de Colombia.

Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte – SCR D -.

Es un organismo de la administración de Bogotá Distrito Capital, que lidera el sector cultura, recreación y deporte, y propende por los derechos culturales deportivos y recreativos de los habitantes de la ciudad, a través de la formulación de políticas públicas, ejecución, evaluación y seguimiento a programas sectoriales, poblacionales y locales. Dentro de esta, se encuentra la Subsecretaría de Gobernanza, que se encarga de la formulación de políticas públicas orientadas a garantizar y restablecer los derechos culturales y a contribuir al desarrollo de la cultura de los derechos, entre otras funciones, cuyo trabajo se soporta en la Dirección de Asuntos Locales y Participación -DALP-, dependencia a cargo del diseño de dispositivos de información para garantizar un conocimiento objetivo de la problemática de las localidades, y de la articulación entre las entidades del sector en el proceso de implementación de políticas públicas, estrategias, planes, programas y proyectos locales relacionados con el cumplimiento de la misión sectorial (Decreto 037 de 2017). Al interior de la DALP se encuentra el grupo de profesionales en diferentes áreas y especialidades del equipo de Emprendimiento Cultural, quienes adelantan, por una parte, la formulación de la primera Política Pública de Emprendimiento e Industrias Culturales y Creativas para el Distrito, y por otra, la implementación de la Cuenta Satélite de Cultura de Bogotá



CAPITULO VI

COSTES DE PRODUCCIÓN DE PELÍCULAS IBEROAMERICANAS

CAPITULO VI

COSTES DE PRODUCCIÓN DE PELÍCULAS IBEROAMERICANAS

Por Departamento de Reparto y Documentación de EGEDA

DATOS GLOBALES DE LA MUESTRA

Este capítulo se ha configurado con los datos aportados por las productoras de ocho películas procedentes de Argentina, Chile, Colombia y España. Los costes de producción se han unificado en una plantilla estándar y los importes de cada fase y concepto se presentan en dólares USA.

El rango presupuestario de las producciones analizadas está comprendido entre 600.000 y 6 millones de dólares. La suma total de costes de las ocho películas asciende a 22,6 millones de dólares, los espectadores de cine superan los 6,5 millones y la recaudación se sitúa en 36,6 millones de dólares (cuadro 6.1.1).

<i>Cuadro 6.1.1</i>			
<i>Producciones iberoamericanas analizadas</i>			
Nº	Título	Director	País de origen
1	Cien años de perdón	Daniel Calparsoro	España, Argentina
2	El ciudadano ilustre	Mario Cohn, Gastón Duprat	Argentina, España
3	El hombre de las mil caras	Alberto Rodríguez	España
4	El olivo	Icíar Bollaín	España
5	El soborno del cielo	Lisandro Duque	Colombia
6	Me casé con un boludo	Juan Taratuto	Argentina
7	No culpes al karma...	María Ripoll	España
8	Sin filtro	Nicolás López	Chile

La producción de mayor coste del estudio es *El hombre de las mil caras* (España) con 6,1 millones de dólares, seguida de *Cien años de perdón* (España, Argentina) con 4,3 millones de dólares (cuadro 6.1.2). La película con mayor éxito en los cines en 2016 es *Me casé con un boludo* (Argentina) con casi 2 millones de espectadores y con 9,7 millones de dólares de recaudación.

Otras dos películas superan el millón de espectadores en cine: *Cien años de perdón* (1,4 millones) y la producción chilena *Sin filtro* (casi 1,3 millones). La primera tiene un coste de producción de 4,3 millones de dólares y su recaudación en las salas alcanza los 9,7 millones de dólares y la segunda tiene un coste de 612.933 dólares y su recaudación es de 5,4 millones de dólares.

Cuadro 6.1.2
Características de las producciones analizadas

Nº	Título	Coste Producción (\$)	Espectadores cine	Recaudación cine (\$)
1	Cien años de perdón	4.375.594	1.420.352	9.719.976
2	El ciudadano ilustre	1.365.431	753.333	4.300.531
3	El hombre de las mil caras	6.110.907	410.391	3.183.717
4	El olivo	3.884.606	322.501	1.836.926
5	El soborno del cielo	1.088.127	44.497	111.243
6	Me casé con un boludo	1.376.442	1.969.182	9.734.704
7	No culpes al karma...	3.850.811	347.882	2.306.291
8	Sin filtro	612.933	1.290.916	5.476.534
Total		22.664.851	6.559.054	36.669.922

La distribución acumulada de costes de producción por fases en la muestra refleja que la fase de producción representa el 55% del presupuesto total. En segundo lugar la fase de distribución y publicidad supone el 22,7% y la de preproducción el 10,4% (cuadro 6.1.3).

Cuadro 6.1.3
Costes acumulados de las producciones analizadas por fases

Fase	Importe (\$)	%
Preproducción	2.346.115	10,4
Producción	12.454.823	55,0
Postproducción	809.314	3,6
Varios Producción	1.900.395	8,4
Distribución y Publicidad	5.154.204	22,7
Total	22.664.851	

Los porcentajes conjuntos de las fases de preproducción y producción representan el mayor coste de la película. En el análisis de todas las producciones este porcentaje supone más del 65% y película por película el resultado es el siguiente (cuadros 6.1.4 y 6.1.5):

- El hombre de las mil caras: 69,8%.
- Cien años de perdón: 65,6%.
- El olivo: 61,3%.
- No culpes al karma...: 61,7%.
- Me casé con un boludo: 64,2%.
- El ciudadano ilustre: 85,8%
- El soborno del cielo: 61,3%.
- Sin filtro: 41,2%.

La única producción en la que los costes de Preproducción + Producción no supera el 60% es la película chilena *Sin filtro*. En cuanto al concepto de distribución, en una obra los costes superan el 30% del montante total (El soborno del cielo) y en cinco obras este concepto se sitúa entre el 20% y el 30%.

Cuadro 6.1.4
Peso de cada fase por películas (1)

FASE	EL HOMBRE DE LAS MIL CARAS	CIEN AÑOS DE PERDÓN	EL OLIVO	NO CULPES AL KARMA...
Preproducción	4,9	20,5	15,0	3,5
Producción	64,9	45,1	46,3	58,2
Postproducción	2,9	1,3	1,8	3,8
Varios Producción	9,2	10,9	7,9	7,0
Distribución y Publicidad	18,2	22,1	28,9	27,6

Cuadro 6.1.5
Peso de cada fase por películas (2)

FASE	ME CASÉ CON UN BOLUDO	EL CIUDADANO ILUSTRE	EL SOBORNO DEL CIELO	SIN FILTRO
Preproducción	10,5	3,3	13,2	16,8
Producción	53,7	82,5	42,2	24,4
Postproducción	2,9	3,1	10,5	26,7
Varios Producción	3,5	9,7	3,7	10,7
Distribución y Publicidad	29,4	1,5	30,5	21,5

ESTUDIO DE COSTES DE PRODUCCIÓN POR PELÍCULAS

Las dos películas con mayor coste de producción incluidas en el Panorama son *El hombre de las mil caras* (Alberto Rodríguez), con más de 6 millones de dólares, y *Cien años de perdón* (Daniel Calparsoro), con 4,3 millones de dólares. Los costes desglosados de ambas obras se presentan en el cuadro 6.2.1 y las fichas técnico-artísticas y su palmarés se incorporan a continuación.

Ambas obras tienen una distribución de costes bastante pareja, puesto que las fases de preproducción + producción en la primera supone casi un 70% y en la segunda casi un 66% y la fase de distribución en la película dirigida por Alberto Rodríguez representa un 18,2% del coste total y en la de Calparsoro un 22,1%.

Cuadro 6.2.1
Costes desglosados 1

CONCEPTO	EL HOMBRE DE LAS MIL CARAS (ESP)	CIEN AÑOS DE PERDÓN (ESP-ARG)
COSTE FASE PRE-PRODUCCIÓN		
Cap. 01.- Guion y Música	\$296.470,10	\$149.272,40
Cap. 02.- Director y Productor	\$0,00	\$332.100,00
Cap. 03.- Actores principales	\$0,00	\$411.966,21
Cap. 04.- Desarrollo	\$0,00	\$4.620,74
Total Fase Preproducción	\$296.470,10	\$897.959,35
COSTE FASE PRODUCCIÓN		
Cap. 05.- Equipo artístico	\$431.170,97	\$411.966,21
Cap. 06.- Equipo técnico	\$1.910.476,10	\$422.317,16
Cap. 07.- Escenografía, Decoración, Vestuario y Maquillaje	\$541.670,60	\$507.657,95
Cap. 08.- Maquinaria y rodaje	\$818.008,79	\$278.800,95

Cap. 09.- Localizaciones	\$0,00	\$21.345,27
Cap. 10.- Viajes, Dietas, Alojamiento y Transporte	\$264.455,66	\$275.274,41
Cap. 11.- Otros gastos	\$0,00	\$57.329,68
Total Fase Producción	\$3.965.782,11	\$1.974.691,63
COSTE FASE POST PRODUCCIÓN		
Cap. 12.- Alquiler de espacios, Material y Música	\$174.683,49	\$57.720,02
Total Fase Postproducción	\$174.683,49	\$57.720,02
COSTE VARIOS PRODUCCIÓN		
Cap. 13.- Seguros, Financieros, Legales y Otros	\$502.313,43	\$322.875,15
Cap. 14.- Gastos Generales	\$58.609,01	\$153.722,59
Total Fase Varios Producción	\$560.922,44	\$476.597,74
COSTE DE DISTRIBUCIÓN Y PUBLICIDAD		
Cap. 15.- Gastos Explotación Comercial	\$1.113.048,65	\$968.625,00
Total Fase de Distribución	\$1.113.048,65	\$968.625,00
Total Producción Película	\$6.110.906,79	\$4.375.593,73

EL HOMBRE DE LAS MIL CARAS

<i>Género</i>	Ficción. Suspense
<i>Productora</i>	Atresmedia Cine, Zeta Audiovisual, Sacromonte Films, Atípica Films
<i>Distribuidora</i>	Warner Bros
<i>Dirección</i>	Alberto Rodríguez
<i>Intérpretes</i>	José Coronado, Eduard Fernández
<i>País de origen</i>	España
<i>Fecha de estreno Cine</i>	23/09/2016
<i>Nº Espectadores</i>	410.391
<i>Recaudación (USD)</i>	3.183.717

Trayectoria

Premio Feroz Cinemaldia - Festival de San Sebastián - Ganadora

Mejor Película - Premios Goya - Nominada

Mejor Actor Protagonista - Premios Goya - Nominado

Mejor Actor revelación - Premios Goya - Ganador

Mejor Guión Adaptado - Premios Goya - Ganador

Mejor Música Original - Premios Goya - Nominada

Mejor Película - Premios Forqué - Nominada

Mejor Interpretación Masculina - Premios Forqué - Nominado

Mejor Película Dramática - Premios Feroz - Nominada

Mejor Actor Protagonista - Premios Feroz - Nominado

Mejor Actriz de Reparto - Premios Feroz - Nominada

Mejor Actor de Reparto - Premios Feroz - Nominado

Mejor Guión Adaptado - Premios Feroz - Nominada

Mejor Música Original - Premios Feroz - Nominada

Mejor Película - Círculo Escritores Cine - Nominada

Mejor Director - Círculo Escritores Cine - Ganador

Mejor Actor - Círculo Escritores Cine - Ganador

Mejor Actor Secundario - Círculo Escritores Cine - Nominado

Mejor Actor Revelación - Círculo Escritores Cine - Ganador
 Mejor Guion Adaptado - Círculo Escritores Cine - Ganador
 Mejor Música - Círculo Escritores Cine - Nominada
 Mejor Película de Ficción - Premios PLATINO - Nominada
 Mejor Guion - Premios PLATINO - Nominada
 Mejor Interpretación Masculina - Premios PLATINO - Nominado

<i>CIEN AÑOS DE PERDÓN</i>	
<i>Género</i>	Ficción. Suspense
<i>Productora</i>	Telefónica Studios, Vaca Films, Morena Film
<i>Distribuidora</i>	Hispano Foxfilm
<i>Dirección</i>	Daniel Calparsoro
<i>Intérpretes</i>	Luis Tosar, Rodrigo de la Serna, Raúl Arevalo
<i>País de origen</i>	España, Argentina, Francia
<i>Fecha de estreno Cine</i>	España: 04/03/2016; Argentina: 03/03/2016
<i>Nº Espectadores</i>	España: 1.073.974; Argentina: 346.378
<i>Recaudación (USD)</i>	España: 8.181.239; Argentina: 1.538.737
<i>Trayectoria</i>	
	Mejor Actor revelación - Premios Goya - Nominado
	Mejor Guion Adaptado - Premios Goya - Nominado
	Mejor Actor Reparto - Premios Sur - Nominado

Las dos películas con un coste de producción intermedio incluidas en el Panorama (3,8 millones de dólares son *El olivo* (Iciar Bollaín) y *No culpes al karma de lo que te pasa por gilipollas* (María Ripoll). Los costes desglosados de ambas obras se presentan en el cuadro 6.2.2 y las fichas técnico-artísticas y su palmarés se incorporan a continuación.

Al igual que las anteriores obras, estas también tienen una distribución de costes bastante pareja, puesto que las fases de preproducción + producción superan el 61% tanto en una como en otra y la fase de distribución en la película dirigida por Iciar Bollaín representa un 28,9% del coste total y en la de María Ripoll un 27,6%.

<i>Cuadro 6.2.2</i>		
<i>Costes desglosados 2</i>		
CONCEPTO	EL OLIVO (ESP)	NO CULPES AL KARMA... (ESP)
<i>COSTE FASE PRE-PRODUCCIÓN</i>		
Cap. 01.- Guion y Música	\$81.112,99	\$133.361,30
Cap. 02.- Director y Productor	\$196.995,53	\$0,00
Cap. 03.- Actores principales	\$0,00	\$0,00
Cap. 04.- Desarrollo	\$305.124,31	\$0,00
Total Fase Preproducción	\$583.232,84	\$133.361,30
<i>COSTE FASE PRODUCCIÓN</i>		
Cap .05.- Equipo artístico	\$203.022,84	\$448.118,84
Cap. 06.- Equipo técnico	\$725.776,53	\$1.003.874,02
Cap. 07.- Escenografía, Decoración, Vestuario y Maquillaje	\$328.062,49	\$256.282,02

Cap. 08.- Maquinaria y rodaje	\$307.422,29	\$428.236,46
Cap. 09.- Localizaciones	\$11.405,56	\$0,00
Cap. 10.- Viajes, Dietas, Alojamiento y Transporte	\$135.488,32	\$105.534,16
Cap. 11.- Otros gastos	\$87.114,70	\$0,00
Total Fase Producción	\$1.798.292,74	\$2.242.045,50
COSTE FASE POST PRODUCCIÓN		
Cap. 12.- Alquiler de espacios, Material y Música	\$71.754,91	\$145.266,60
Total Fase Postproducción	\$71.754,91	\$145.266,60
COSTE VARIOS PRODUCCIÓN		
Cap. 13.- Seguros, Financieros, Legales y Otros	\$191.421,20	\$248.345,08
Cap. 14.- Gastos Generales	\$117.169,50	\$19.726,93
Total Fase Varios Producción	\$308.590,70	\$268.072,01
COSTE DE DISTRIBUCIÓN Y PUBLICIDAD		
Cap. 15.- Gastos Explotación Comercial	\$1.122.734,63	\$1.062.065,86
Total Fase de Distribución	\$1.122.734,63	\$1.062.065,86
Total Producción Película	\$3.884.605,81	\$3.850.811,26

EL OLIVO

<i>Género</i>	Ficción. Drama
<i>Productora</i>	Morena Films, Match Factory Productions
<i>Distribuidora</i>	Aurum Producciones
<i>Dirección</i>	Icía Bollaín
<i>Intérpretes</i>	Anna Castillo, Javier Gutiérrez, Pep Ambròs
<i>País de origen</i>	España, Alemania
<i>Fecha de Estreno Cine</i>	03/05/2016
<i>Nº Espectadores</i>	322.501
<i>Recaudación (USD)</i>	1.836.926

Trayectoria

Mejor Actriz revelación - Premios Goya - Ganadora
 Mejor Actor Reparto - Premios Goya - Nominado
 Mejor Guión Original - Premios Goya - Nominada
 Mejor Música Original - Premios Goya - Nominada
 Mejor Interpretación Femenina - Premios Forqué - Nominada
 Premio al Cine y Educación en Valores - Premios Forqué - Nominada
 Mejor Actriz Protagonista - Premios Feroz - Nominada
 Mejor Película - Círculo Escritores Cine - Nominada
 Mejor Director - Círculo Escritores Cine - Nominado
 Mejor Actor Secundario - Círculo Escritores Cine - Nominado
 Mejor Actriz Revelación - Círculo Escritores Cine - Ganador
 Mejor Guión Original - Círculo Escritores Cine - Nominada

NO CULPES AL KARMA DE LO QUE TE PASA POR GILIPOLLAS	
<i>Género</i>	Ficción. Comedia
<i>Productora</i>	Zeta Cinema
<i>Distribuidora</i>	Sony Pictures Spain
<i>Dirección</i>	María Ripoll
<i>Intérpretes</i>	Verónica Echegui, Alex García, David Verdaguer
<i>País de origen</i>	España
<i>Fecha de estreno Cine</i>	11/11/2016
<i>Nº Espectadores</i>	347.882
<i>Recaudación (USD)</i>	2.306.291
Trayectoria	
Mejor Diseño Vestuario - Premios Goya - Nominada	

Las dos películas incluidas en el análisis con un coste de producción de 1,3 millones de dólares son *Me casé con un boludo* (Juan Taratuto) y *El ciudadano ilustre* (Mariano Cohn, Gastón Duprat). Los costes desglosados de ambas obras se presentan en el cuadro 6.2.3 y las fichas técnico-artísticas y su palmarés se incorporan a continuación.

En este caso, la distribución de costes diferente, puesto que la fase de preproducción + producción en la primera supone un 65,2% y en la segunda un 85,8% y la fase de distribución en la película dirigida por Juan Taratuto representa un 29,4% del coste total y en la de Mariano Cohn y Gastón Duprat tan solo un 1,5%.

Cuadro 6.2.3

Costes desglosados 3

CONCEPTO	ME CASÉ CON UN BOLUDO (ARG)	EL CIUDADANO ILUSTRE (ARG-ESP)
COSTE FASE PRE-PRODUCCIÓN		
Cap. 01.- Guion y Música	\$52.532,76	\$44.509,79
Cap. 02.- Director y Productor	\$47.390,00	\$0,00
Cap. 03.- Actores principales	\$44.075,14	\$0,00
Cap. 04.- Desarrollo	\$0,00	\$0,00
Total Fase Preproducción	\$143.997,90	\$44.509,79
COSTE FASE PRODUCCIÓN		
Cap .05.- Equipo artístico	\$78.835,63	\$293.047,96
Cap. 06.- Equipo técnico	\$308.151,92	\$456.533,87
Cap. 07.- Escenografía, Decoración, Vestuario y Maquillaje	\$71.240,51	\$125.063,33
Cap. 08.- Maquinaria y rodaje	\$94.694,63	\$145.220,68
Cap. 09.- Localizaciones	\$55.053,44	\$0,00
Cap. 10.- Viajes, Dietas, Alojamiento y Transporte	\$107.269,16	\$106.214,72
Cap. 11.- Otros gastos	\$24.316,49	\$0,00
Total Fase Producción	\$739.561,77	\$1.126.080,56
COSTE FASE POST PRODUCCIÓN		
Cap. 12.- Alquiler de espacios, Material y Música	\$40.238,58	\$42.436,85
Total Fase Postproducción	\$40.238,58	\$42.436,85

COSTE VARIOS PRODUCCIÓN		
Cap. 13.- Seguros, Financieros, Legales y Otros	\$48.502,11	\$77.072,46
Cap. 14.- Gastos Generales	\$0,00	\$55.405,69
Total Fase Varios Producción	\$48.502,11	\$132.478,15
COSTE DE DISTRIBUCIÓN Y PUBLICIDAD		
Cap. 15.- Gastos Explotación Comercial	\$404.142,06	\$19.926,00
Total Fase de Distribución	\$404.142,06	\$19.926,00
Total Producción Película	\$1.376.442,41	\$1.365.431,35

ME CASÉ CON UN BOLUDO	
<i>Género</i>	Ficción. Comedia
<i>Productora</i>	Patagonik Film Group
<i>Distribuidora</i>	Buena Vista International
<i>Dirección</i>	Juan Taratuto
<i>Intérpretes</i>	Adrián Suar, Valeria Bertuccelli, Gerardo Romano
<i>País de origen</i>	Argentina
<i>Fecha de estreno Cine</i>	17/03/2016
<i>Nº Espectadores</i>	1.969.182
<i>Recaudación (USD)</i>	9.734.704
Trayectoria	
Cine Nacional - Pantalla Pinamar - Selección de éxitos	
Fuera de concurso - Festival de Málaga - Sección Oficial	
Selección comedias - BCN Film Fest - Cinema amb Gràcia	

EL CIUDADANO ILUSTRE	
<i>Género</i>	Ficción. Comedia
<i>Productora</i>	Arco Libre, Aleph Media, Magma Cine, televisión Abierta, A Contracorriente Films, INCAA, ICA, TVE
<i>Distribuidora</i>	Buena Vista International, A Contracorriente Films
<i>Dirección</i>	Mariano Cohn, Gastón Duprat
<i>Intérpretes</i>	Óscar Martínez, Dady Brieva, Andrea Frigerio
<i>País de origen</i>	Argentina, España
<i>Fecha de estreno Cine</i>	Argentina: 8/09/2016; España: 11/11/2016
<i>Nº Espectadores</i>	Argentina: 628.294; España: 125.039
<i>Recaudación (USD)</i>	Argentina: 3.412.956; España: 887.575
Trayectoria	
León de Oro Mejor Película - Festival de Venecia - Nominada	
Copa Volpi Mejor Actor - Festival de Venecia - Ganador	
Premio del Jurado - Festival de Venecia - Ganadora	
Carmel Mejor Película - Festival de Haifa - Ganador	
Mejor Guión - Festival de La Habana - Ganador	
Premio de la Prensa - Festival de La Habana - Ganador	
Espiga Plata Mejor Película - Seminci - Ganador	
Premio Miguel Delibes Mejor Guion - Seminci - Ganador	
Mejor Película - Premios Sur - Nominada	

Mejor Director - Premios Sur - Nominado
 Mejor Actor - Premios Sur - Ganador
 Mejor Actor de Reparto - Premios Sur - Ganador
 Mejor Actriz de Reparto - Premios Sur - Nominada
 Mejor Guión Original - Premios Sur - Ganador
 Mejor Película Iberoamericana - Premios Goya - Ganadora
 Mejor Película Iberoamericana - Premios Forqué - Ganadora
 Mejor Película de Ficción - Premios PLATINO - Nominada
 Mejor Dirección - Premios PLATINO - Nominado
 Mejor Guión - Premios PLATINO - Nominado
 Mejor Interpretación Masculina - Premios PLATINO - Nominado

Las dos películas incluidas en el análisis con el coste de producción más bajo son la obra colombiana *El soborno del cielo* (Lisandro Duque) con un coste total de un millón de dólares y la obra chilena *Sin filtro* (Nicolás López) con más de 600.000 dólares. Los costes desglosados de ambas obras se presentan en el cuadro 6.2.4 y las fichas técnico-artísticas y su palmarés se incorporan a continuación.

Ambas obras también tienen una distribución de costes diferente, puesto que la fase de preproducción + producción en la primera supone un 61,3% y en la segunda un 41,2% del coste total y la fase de distribución en la película dirigida por Lisandro Duque representa un 30,5% del coste total y en la de Nicolás López un 21,5%.

Cuadro 6.2.4

Costes desglosados 4

CONCEPTO	EL SOBORNO DEL CIELO (CO)	SIN FILTRO (CL)
COSTE FASE PRE-PRODUCCIÓN		
Cap. 01.- Guion y Música	\$17.690,70	\$13.867,00
Cap. 02.- Director y Productor	\$65.432,70	\$35.520,00
Cap. 03.- Actores principales	\$2.534,25	\$53.333,00
Cap. 04.- Desarrollo	\$58.206,00	\$0,00
Total Fase Preproducción	\$143.863,65	\$102.720,00
COSTE FASE PRODUCCIÓN		
Cap. 05.- Equipo artístico	\$107.354,10	\$6.978,00
Cap. 06.- Equipo técnico	\$41.298,47	\$14.222,00
Cap. 07.- Escenografía, Decoración, Vestuario y Maquillaje	\$20.110,50	\$28.587,00
Cap. 08.- Maquinaria y rodaje	\$172.002,00	\$45.574,00
Cap. 09.- Localizaciones	\$12.426,00	\$18.774,00
Cap. 10.- Viajes, Dietas, Alojamiento y Transporte	\$101.206,50	\$15.666,00
Cap. 11.- Otros gastos	\$4.251,00	\$19.919,00
Total Fase Producción	\$458.648,57	\$149.720,00
COSTE FASE POST PRODUCCIÓN		
Cap. 12.- Alquiler de espacios, Material y Música	\$113.796,00	\$163.418,00
Total Fase Postproducción	\$113.796,00	\$163.418,00

COSTE VARIOS PRODUCCIÓN		
Cap. 13.- Seguros, Financieros, Legales y Otros	\$20.764,50	\$19.040,00
Cap. 14.- Gastos Generales	\$19.149,12	\$46.278,00
Total Fase Varios Producción	\$39.913,62	\$65.318,00
COSTE DE DISTRIBUCIÓN Y PUBLICIDAD		
Cap. 15.- Gastos Explotación Comercial	\$331.905,00	\$131.757,00
Total Fase de Distribución	\$331.905,00	\$131.757,00
Total Producción Película	\$1.088.126,84	\$612.933,00

EL SOBORNO DEL CIELO

<i>Género</i>	Ficción. Comedia
<i>Productora</i>	Gestionarte Cine
<i>Distribuidora</i>	Cine Colombia
<i>Dirección</i>	Lisandro Duque
<i>Intérpretes</i>	Germán Jaramillo, Guillermo García
<i>País de origen</i>	Colombia
<i>Fecha de estreno Cine</i>	17/03/2016
<i>Nº Espectadores</i>	44.497
<i>Recaudación (USD)</i>	111.243

Trayectoria

Mejor Banda Sonora - Premios Macondo - Nominada

SIN FILTRO

<i>Género</i>	Ficción. Comedia
<i>Productora</i>	Sobras International Pictures
<i>Distribuidora</i>	BF Distribution
<i>Dirección</i>	Nicolás López
<i>Intérpretes</i>	Paz Bascuñán, Ignacia Allamand, Paulo Brunetti
<i>País de origen</i>	Chile
<i>Fecha de estreno Cine</i>	07/01/2016
<i>Nº Espectadores</i>	1.290.916
<i>Recaudación (USD)</i>	5.476.534

En este capítulo exponemos los datos facilitados por los productores sin ningún filtro, a los cuales les agradecemos su colaboración en facilitar dicha información.

La diversidad es la nota común, tanto en costes de producción, como en recaudación o premios o nominaciones. Podemos ver cómo *Sin filtro*, la película con el coste más bajo (\$612.933), logra el tercer mayor número de espectadores (1.290.916).

Pero también como películas con alto presupuesto (\$4.375.594), *Cien años de perdón*, consiguen unos muy buenos resultados de recaudación (\$9.719.976) y espectadores (1.420.352).

Y también podemos ver como películas con presupuestos dispares tienen una gran trayectoria en festivales y premios, como son *El hombre de las mil caras*, *El olivo* o *El ciudadano ilustre*.

Por otra parte, podemos comprobar que las coproducciones son un buen recurso para las películas objeto del estudio, ya que consiguen buenos resultados tanto de espectadores como recaudación.





AUDIOVISUAL

CINE Y TV

- Producción
- Distribución
- Exhibición
- Industria técnica
- Otras actividades



CULTURA

INDUSTRIA CULTURAL Y CREATIVA

- Videojuegos
- Teatro
- Música
- Editorial
- Otras actividades

EL AVAL EN POSITIVO



OCIO Y JUEGO

OCIO Y ENTRETENIMIENTO

- Operadoras - Salones
- Bingos - Casinos
- Apuestas deportivas
- Juego on-line
- Otras actividades



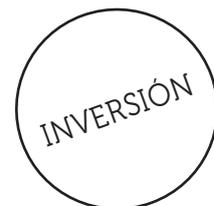
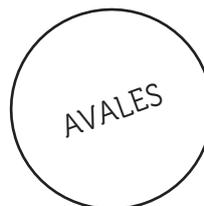
TURISMO

TURISMO INNOVADOR

- Turismo cultural
- Desarrollo digital
- I+D+i
- Otras actividades

En CREA trabajamos para mejorar la financiación y la obtención de fianzas y avales para facilitarte la realización de tu proyecto.

FINANCIACIÓN PREFERENTE



C/ Luis Buñuel, 2 · 2ª Planta
(Ciudad de la Imagen)
28223 Pozuelo de Alarcón (Madrid)
Tel.: 91 512 30 48
Fax: 91 711 24 00



www.creasgr.com





NUEVO MODELO DE AYUDAS PÚBLICAS A LA CINEMATOGRAFÍA
DEL INSTITUTO DE LA CINEMATOGRAFÍA Y ARTES AUDIOVISUALES
A LA LUZ DE LA NORMATIVA EUROPEA

NUEVO MODELO DE AYUDAS PÚBLICAS A LA CINEMATOGRAFÍA DEL INSTITUTO DE LA CINEMATOGRAFÍA Y ARTES AUDIOVISUALES A LA LUZ DE LA NORMATIVA EUROPEA

Por Mabel Klimt

1. Introducción

El año 2015 ha implicado una nueva vuelta de tuerca al modelo de financiación audiovisual en España.

En contra de lo esperado, la reforma no ha supuesto un cambio completo del modelo existente (el establecido por la Ley del Cine de 2007 y su normativa reglamentaria), sino la aplicación de reformas parciales.

No obstante, los cambios normativos impuestos por el Real Decreto-ley 6/2015 si constatan el cambio de una era, industrialmente hablando: la reforma a cuyo análisis dedicaremos el presente artículo ha supuesto la fijación de una fecha de caducidad para el sistema de ayudas a la amortización, a la vez que la eliminación de manera definitiva de los plazos legales de explotación de derechos (las llamadas ventanas de explotación).

Mucho se ha comentado sobre los cambios, sobre su conveniencia u oportunidad. Sin embargo, un análisis más en profundidad pone de manifiesto que muchas de las modificaciones responden a criterios generales establecidos por normativa de la Unión Europea. El presente busca desbrozar, en lo que la extensión lo permite, estos pormenores.

2. Ayudas públicas estatales: el estado de la cuestión

El cuerpo normativo que ahora regula a las ayudas públicas concedidas por el ICAA para la industria audiovisual es complejo, al haberse optado por una reforma parcial de la normativa.

En resumen, el esquema de modificaciones queda regulado como sigue:

NORMATIVA VIGENTE HASTA LA REFORMA	NUEVO MODELO
Ley 55/2007, de 28 de diciembre, del Cine.	Ley 55/2007, de 28 de diciembre, del Cine, con las modificaciones del Real Decreto-ley 6/2015, de 14 de mayo, por el que se modifica la Ley 55/2007, se conceden varios créditos extraordinarios y suplementos de créditos en el presupuesto del Estado y se adoptan medidas de carácter tributario.
Real Decreto 2062/2008, de 12 de diciembre, por el que se desarrolla la Ley 55/2007.	Real Decreto 1084/2015, por el que se desarrolla la Ley 55/2007, de 28 de diciembre, del cine.
Orden CUL/2834/2009, de 19 de octubre, por la que se dictan normas en las materias de reconocimiento del coste de una película e inversión del productor, establecimiento de las bases reguladoras de las ayudas estatales y estructura del Registro Administrativo de Empresas Cinematográficas y Audiovisuales.	Orden ECD/2784/2015, de 18 de diciembre, por la que se regula el reconocimiento del coste de una película y la inversión del productor. Orden ECD/2796/2015, de 18 de diciembre, por la que se establecen las bases reguladoras de las ayudas previstas en el Capítulo III de la Ley 55/2007, de 28 de diciembre, del Cine, y se determina la estructura del Registro Administrativo de Empresas Cinematográficas y Audiovisuales. Orden CUL/2834/2009, de 19 de octubre, por la que se dictan normas en las materias de reconocimiento del coste de una película e inversión del productor, establecimiento de las bases reguladoras de las ayudas estatales y estructura del Registro Administrativo de Empresas Cinematográficas y Audiovisuales / únicamente artículos 1 y 2 (objeto y ámbito de aplicación), 19 al 37 (ayudas para la elaboración de guiones de largometraje, ayudas para el desarrollo de proyectos de películas cinematográficas de largometraje y ayudas para proyectos culturales y de formación no reglada), 46 al 55 (ayudas para la producción de películas y documentales para televisión sobre proyecto, ayudas para la producción de series de animación sobre proyecto y normas comunes para ambas ayudas) 78 al 81 (ayudas a la conservación) y 96 al 103 (ayudas para la realización de obras audiovisuales con empleo de nuevas tecnologías y ayudas a la financiación).

3. Trasposición de Normativa Europea

Varias de las novedades incorporadas, responden a exigencias de la normativa comunitaria.

La comunicación de la Comisión sobre la ayuda estatal a las obras cinematográficas y otras producciones del sector audiovisual (Texto pertinente a efectos del EEE) (2013/C 332/01)¹, la llamada Comunicación CINE, establece los criterios que sigue la Unión Europea a la hora de establecer la compatibilidad de las ayudas a obras cinematográficas y a otras obras audiovisuales de un Estado miembro.

En primer lugar, que se cumple el requisito de “legalidad general” en cuanto a los principios de los tratados de la Unión Europea, que, en palabras de la normativa citada “...prohíben la discriminación por motivos de nacionalidad y garantizan la libre circulación de mercancías, la libre circulación de trabajadores, la libertad de establecimiento, la libre prestación de servicios y la libre circulación de capitales”². En base a estos principios, por ejemplo, es que nuestra normativa incluye previsiones en cuanto a que entidades de

1 Diario Oficial de la Unión Europea C 332/1 de 15 de noviembre de 2013.

2 Apartado 48.

otros países de la Unión Europea pero con establecimiento permanente en España puedan acceder a las ayudas, o porque el elemento europeo se tiene en cuenta a la hora de autorizar coproducciones.

Superado dicho requisito, se analizan aspectos específicos. En el caso de la normativa española, ello ha supuesto dos singulares cambios en la normativa nacional:

a) Límites a la intensidad de las ayudas

Las reglas establecidas por la Comunicación CINE en este punto son:

- Debe limitarse, en principio, al **50% del presupuesto de producción**.
- Las **producciones transfronterizas** financiadas por más de un Estado miembro en las que participen productores de más de un Estado miembro podrán llegar al **60% del presupuesto de producción**.
- Los porcentajes anteriores no se aplican a:
 - Las obras audiovisuales consideraras “**difíciles**”, esto es, cortometrajes, películas que sean la primera o segunda obra de un director, obras de bajo presupuesto o aquellas obras que por otros motivos encuentran dificultades para entrar en el mercado. Es cada estado miembro quien debe fijar el contenido de esta definición para su legislación nacional. Las películas cuya única versión original sea en lengua oficial de un Estado miembro cuyo territorio, población o región lingüística sean limitados podrán considerarse obras audiovisuales “difíciles” en este contexto.
 - A las **coproducciones en las que participen países de la lista del Comité de Ayudas al Desarrollo de la OCDE**. La lista incluye a todos los países y territorios que pueden recibir ayuda oficial al desarrollo, es decir todos los países de renta baja o media que aparecen en la lista del Banco Mundial, salvo miembros del G8, estados miembros de la Unión Europea y los países con fecha fija de incorporación a la UE.
- Para el cálculo de la **intensidad máxima de la ayuda**, se tendrá en cuenta el importe total de las medidas de ayuda pública de los Estados miembros a la actividad o proyecto subvencionado, independientemente de si la subvención se financia con fondos locales, regionales, nacionales o de la Unión.

La traslación literal de estos principios básicos a la normativa española, a través del artículo 23 del Real Decreto 1084/2015, que textualmente dice:

“1. El total de la cuantía de las ayudas a la producción no podrá superar el 50 por 100 del presupuesto de producción, entendiéndose por tal, a estos efectos, el coste de la película reconocido por el Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales, de acuerdo con la normativa reguladora de dicha materia, excepto en las producciones transfronterizas financiadas por más de un Estado miembro de la Unión Europea y en las que participen productores de más de un Estado miembro en las que el total de las ayudas podrá alcanzar el 60 por 100 del coste reconocido.

2. De acuerdo con las disposiciones de la Unión Europea en esta materia, se exceptúan de la aplicación de estos límites las producciones que tengan la consideración de obra audiovisual difícil. Tendrán la consideración de obra audiovisual difícil:

- a) Los cortometrajes, que podrán recibir ayudas públicas hasta el 75 por 100 del coste reconocido.*
- b) Las producciones dirigidas por un nuevo realizador cuyo presupuesto de producción no supere los 300.000 euros, que podrán recibir ayudas públicas hasta el 70 por 100 del coste reconocido.*
- c) Las obras audiovisuales rodadas en alguna de las lenguas cooficiales distintas al castellano que se proyecten en España en dicho idioma cooficial o subtulado, que podrán recibir ayudas públicas hasta el 60 por 100 del coste reconocido.”*

En un análisis comparativo de ambos cuerpos legales, comprobamos algunas diferencias:

COMUNICACIÓN CINE	NORMATIVA ESPAÑOLA
50% del presupuesto de producción como regla general	50% del coste reconocido como regla general
60% del presupuesto de producción para coproducciones transfronterizas (financiadas y en las que participen más de un Estado miembro)	60% del presupuesto de producción para coproducciones transfronterizas (financiadas y en las que participen más de un Estado miembro)
Límites no aplicables a obras audiovisuales consideradas “difíciles” y a coproducciones en las que participen países de la lista del Comité de Ayudas al Desarrollo de la OCDE	Límites no aplicables a obra “difícil”.
Las obras audiovisuales consideraras “difíciles” à cortometrajes, películas que sean la primera o segunda obra de un director, obras de bajo presupuesto o aquéllas obras que por otros motivos encuentran dificultades para entrar en el mercado. <i>Es cada estado miembro quien debe fijar el contenido de esta definición para su legislación nacional. Las películas cuya única versión original sea en lengua oficial de un Estado miembro cuyo territorio, población o región lingüística sean limitados podrán considerarse obras audiovisuales “difíciles” en este contexto.</i>	Tendrán la consideración de obra audiovisual difícil: <ul style="list-style-type: none"> a) Los cortometrajes, que podrán recibir ayudas públicas hasta el 75 por 100 del coste reconocido. b) Las producciones dirigidas por un nuevo realizador cuyo presupuesto de producción no supere los 300.000 euros, que podrán recibir ayudas públicas hasta el 70 por 100 del coste reconocido. c) Las obras audiovisuales rodadas en alguna de las lenguas cooficiales distintas al castellano que se proyecten en España en dicho idioma cooficial o subtítulo, que podrán recibir ayudas públicas hasta el 60 por 100 del coste reconocido.

Echamos de menos una mayor valentía en el legislador español, en cuanto a exprimir las opciones que establecía la Comunicación CINE citada y que no se han visto reflejadas en la normativa nacional, que podría haber aprovechado:

- La fijación de una base de cálculo más amplia, admitiendo el total de los gastos de la producción, lo que nos evitaría contradicciones con los límites que aplica la normativa fiscal³.
- Las obras de nuevos realizadores, sin asignarles un presupuesto específico.
- La definición de obra de bajo presupuesto, no asociándola a la noción de nuevo realizador, por un lado, y por otro, incrementando el presupuesto de producción indicado. Los convenios colectivos de aplicación al sector establecen como bajo presupuesto las producciones con un presupuesto inferior a 750.000 euros o incluso habilitando que todos los posibles aspirantes a ayudas selectivas pudieran aplicar esta noción, algo que tampoco está muy alejado de la realidad.
- El aprovechamiento de la exención de coproducciones en las que participen países de la lista del Comité de Ayudas al Desarrollo de la OCDE, con las restricciones establecidas. Aún eliminando a los países de la Unión Europea (por contar con reglas específicas) y a los del G-8, siguen siendo unos pocos países⁴ en los que se facilitado al menos en parte, el acceso a coproducciones, máxime cuando todos los demás países de la Unión Europea pueden disponer de esa flexibilidad.

Comentario aparte merece el tema competencial.

La normativa europea indica que, en cuanto a la definición de obra difícil que “*Es cada estado miembro quien debe fijar el contenido de esta definición para su legislación nacional*”.

Sin embargo, acto seguido, señala que “*Las películas cuya única versión original sea en lengua oficial de un Estado miembro cuyo territorio, población o región lingüística sean limitados podrán considerarse obras audiovisuales “difíciles” en este contexto*”.

³ Y sin entrar a considerar que la normativa fiscal no admite otro límite de cómputo que el 50%, lo que de por sí es un problema al que es necesario dar solución.

⁴ Los países son Australia, Nueva Zelanda y Suiza.

¿Cómo encaja esta situación con los preceptos constitucionales que atribuyen competencias en materia de lenguas co-oficiales⁵ a las Comunidades Autónomas? ¿Puede la Administración Central, como ha hecho, en su definición de obra difícil incluir a las lenguas autonómicas y fijar un porcentaje?

Si bien a la vista de la Comunicación CINE, la respuesta pudiera parecer un rotundo sí, la realidad no es tan sencilla. En nuestra opinión, la Administración Central posee competencias, sí, para definir la noción de obra difícil. Pero no para aplicar esa referencia a una lengua autonómica.

Y aún cuando ello resulta claro de la Constitución Española, como decíamos, creemos que también resulta claro de la Comunicación CINE. De su redacción, deducimos que (i) la referencia a las lenguas autonómicas no está dentro de la definición de obra difícil *per se*, (ii) la referencia a las atribuciones de los Estados miembros es anterior a la referencia a las lenguas co-oficiales lo que innegablemente, sólo puede referirse a la definición previa y no a lo que luego se pueda decir y (iii) en cuanto a las lenguas autonómicas, la referencia es, expresamente, en el “contexto” de territorios, poblaciones o regiones lingüísticas concretas, de lo que se deduce también, que según las reglas que resulten aplicables en los mismos.

En base a estas premisas, por tanto, las normativas autonómicas dictadas como correlato de la Comunicación CINE⁶ y que incluyen definiciones de obra difícil vinculadas al uso de la lengua co-oficial sobre la que tienen competencias, serán plenamente válidas.

b) Territorialización del gasto

En cuanto a este aspecto, también de nueva incorporación en la normativa española, la Comunicación CINE establece que los regímenes de ayuda de los Estados miembros, en materia audiovisual, pueden:

- a. Exigir que hasta el **160% del importe de la ayuda concedida** a la producción de una determinada obra audiovisual se gaste en el territorio del Estado miembro que la concede.
- b. Calcular el importe de la ayuda concedida a la producción de una determinada obra audiovisual como **porcentaje de los gastos de producción cinematográfica** realizados en el Estado miembro que la concede (generalmente, incentivos fiscales).
- c. En cualquiera de los casos anteriores, el Estado miembro puede exigir que una parte mínima de la actividad de producción sea realizada en su territorio para que los proyectos puedan recibir ayudas. Sin embargo, este nivel no puede rebasar en ningún caso el 50% del presupuesto de producción global. Además, el vínculo territorial no superará el 80% del presupuesto total de producción.

La normativa española ha optado por la tercera de las opciones, en tanto:

- (i) Exige “*que, al menos, el 50% de los gastos presupuestados del largometraje [o de la parte española, en caso de coproducciones internacionales] se realicen en España o reviertan en autores o en equipos técnicos, artísticos o de servicios españoles*” (artículo 1.c) de la Orden ECD/2796/2015).
- (ii) Premia con mayor puntuación a aquéllos proyectos que realicen una inversión mayor en España (para ayudas generales, el apartado 4.1 del Anexo I y para ayudas selectivas el Anexo II, ambos de la Orden ECD/2796/2015) siendo que sería contrario a la normativa europea exigir en el apartado anterior un porcentaje superior al indicado.

4. Autorización del sistema de ayudas ante la Unión Europea

Como posiblemente se recuerde, sobre todo por la redacción de la Disposición adicional única de la Orden Ministerial CUL/2834/2009, la anterior normativa mantuvo su vigencia en suspenso

⁵ El juego de los artículos 3 y 148.1.17ª de la Constitución Española.

⁶ Por ejemplo, el apartado 2 de la nueva disposición adicional novena al Reglamento del Impuesto sobre Sociedades, aprobado por el Decreto Foral de la Diputación Foral de Bizkaia 203/2013, de 23 de diciembre.

por trámites de notificación de las ayudas a la Comisión Europea. Sin embargo, estas nuevas ayudas no han seguido este mismo trámite y cabe preguntarse el porqué.

Ante todo, se comprueba que, entre uno y otro texto legal, se ha publicado el Reglamento UE N°651/2014, de 17 de junio, de la Comisión, por el que se declaran determinadas categorías de ayudas compatibles con el mercado interior en aplicación de los artículos 107 y 108 del Tratado (Texto pertinente a efectos del EEE), que complementa a las recomendaciones de la Comunicación CINE.

Y el cambio no es menor, pues, como es sabido, las comunicaciones de la Comisión Europea son un instrumento de “soft law” comunitario, o lo que es lo mismo, documentos no vinculantes a través de los cuales la Comisión presenta los principios que presidirán sus actuaciones en un determinado sector, aportando precisiones y ayudando a interpretar una determinada normativa.

Los reglamentos europeos, en cambio, son normas jurídicas de derecho comunitario con alcance general y eficacia directa. Esto implica que son directamente aplicable en todos los Estados de la Unión por cualquier autoridad o particular, sin que sea precisa ninguna norma jurídica de origen interno o nacional que la transponga para completar su eficacia plena.

En la práctica, que mientras un Estado miembro puede decidir o no seguir las pautas de una comunicación (aún cuando sea muy recomendable hacerlo), no hay decisión posible en cuanto al contenido de los reglamentos, que son de cumplimiento obligatorio.

El nuevo texto legal busca actualizar los procesos internos de validación de las ayudas de Estado ante la Unión Europea, perfilando muy precisamente las ayudas que están exentas de notificación.

En lo que al audiovisual compete, artículo 54.1 del reglamento indica que

“Los regímenes de ayudas concebidos para apoyar la elaboración de guiones, y el desarrollo, la producción, la distribución y la promoción de obras audiovisuales serán compatibles con el mercado interior con arreglo al artículo 107, apartado 3, del Tratado, y quedarán exentos de la obligación de notificación prevista en el artículo 108, apartado 3, del Tratado, siempre que se cumplan las condiciones previstas en el presente artículo y en el capítulo I.”

Se comprueba, por lo tanto, que la regla general en este caso, es la exención de la obligación de notificación, tal y como ha procedido el ICAA.

Sin embargo, dentro del contenido del capítulo I del reglamento indicado se establece un requisito que, cuanto menos, lleva a la reflexión: el efecto incentivador. Y es que el artículo 6.2 del reglamento (incluido en el capítulo I) establece que

“Se considerará que las ayudas tienen un efecto incentivador si, antes de comenzar a trabajar en el proyecto o actividad, el beneficiario ha presentado por escrito una solicitud de ayuda al Estado miembro de que se trate.”

Traducido dicho requisito al mundo audiovisual, sólo se cumpliría el efecto incentivador (requerido para la exención de la notificación a la Unión Europea) en el caso de solicitudes presentadas antes del inicio de rodaje del proyecto de que se trate, debiendo descartarse que en la noción “comenzar a trabajar en el proyecto” se incluyan las labores previas de pre-producción. Refuerza esta conclusión los expositivos previos del reglamento, en tanto el considerando 18 refiere que

“Con objeto de garantizar que las ayudas son necesarias y sirven de incentivo para desarrollar determinadas actividades o proyectos, el presente Reglamento no debe aplicarse a aquellas ayudas destinadas a actividades que el beneficiario llevaría a cabo de todas formas, incluso en ausencia de las ayudas. Las ayudas solo deben quedar exentas de notificación en virtud del presente Reglamento si el trabajo en el proyecto o actividad subvencionados empieza después de que el beneficiario haya presentado por escrito una solicitud de ayuda.”

Cabría entender, por lo tanto, que en el ánimo de encuadrar el sistema de ayudas en marcha dentro de los requisitos exigidos por el reglamento (tal y como ha sucedido en el caso de alguna normativa autonómica⁷), se procediera a limitar el acceso a las líneas de ayuda sólo para rodajes no iniciados.

Sin embargo, en el caso de las ayudas generales (Artículo 20.2 Orden ECD/2796/2015), se admite la posibilidad de la acumulación de los dos primeros tramos del pago de la ayuda

“Cuando excepcionalmente y por motivos inherentes al proceso de producción del largometraje hubiera resultado necesario iniciar el rodaje del mismo con anterioridad a la fecha de convocatoria de la ayuda, y se hubiera comunicado dicho inicio al Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales...”

La potencial consecuencia de alejarse del criterio general, es la necesidad de que el sistema de ayudas deba ser notificado a la Unión Europea, simplemente en aras de dotar de máxima seguridad al sistema de ayudas en cuestión, aún cuando la circunstancia de aplicación del criterio sea debido a circunstancias excepcionales y justificadas.

5. Conclusiones

Considerando la posibilidad de que el nuevo sistema de ayudas pueda, en el corto plazo, perfeccionar su contenido, sirvan estas líneas como inicio de un análisis en profundidad, con el único ánimo de dotar al sistema de ayudas vigente, la seguridad jurídica con la que, sin duda, toda la comunidad audiovisual ansía contar.

⁷ Por ejemplo, la Orden de 1 de agosto de 2016, por la que se establecen las bases reguladoras de concesión de subvenciones, en régimen de concurrencia competitiva, a la producción de largometrajes en Andalucía (BOJA nº 151 de 08/08/2016).



Mabel Klimt. Abogada.

Socio del área de Cultura, Deporte y Entretenimiento de Andersen Tax & Legal.

Licenciada en Derecho con mención Cum Laude y Máster en Cine, Televisión y Medios Interactivos.

Posee una dilatada experiencia en el asesoramiento integral de la producción audiovisual, principalmente en cine, televisión y animación, y ha trabajado para un gran número de compañías nacionales y extranjeras ofreciendo soporte jurídico en materia de contratación, subvenciones, gestión de patrocinadores y publicidad, gestión de reclamaciones de consumo, seguros, licencias y autorizaciones administrativas, derechos de imagen o licencias y cesiones de derechos con contenido nacional e internacional, entre otros.

También dispone de una larga trayectoria en asesoramiento en materia de protección de datos de carácter personal, así como en el ámbito de Internet y Nuevas Tecnologías (transferencia de dominios web, contratación para soporte técnico en internet).

Es, además, conferenciante habitual en jornadas y seminarios y ha sido profesora del Máster de Producción Audiovisual de la Universidad de Alcalá de Henares.



CAPITULO VII

RESUMEN Y CONCLUSIONES

CAPITULO VII

RESUMEN Y CONCLUSIONES

Por Departamento de Reparto y Documentación de EGEDA

CAPÍTULO 1. PRODUCCIÓN CINEMATOGRAFICA EN IBEROAMERICA

Panorama cinematográfico iberoamericano global (2016)

- Muestra de países analizados (**Fuente: ComScore-Rentrak**): Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, España, Guatemala, Honduras, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, Portugal, Uruguay, Venezuela y Estados Unidos. La información de la República Dominicana proviene de la Dirección General de Cine.
- El peso mundial del mercado cinematográfico iberoamericano es de un 11,1% en cuanto a pantallas y de un 11,3% en cuanto a espectadores.
- Los países iberoamericanos suman una población de 648,6 millones de personas, un PIB de 11,3 billones de dólares y más de 18.200 pantallas cinematográficas.
- Los países iberoamericanos estrenaron 5.786 películas en las salas de cine durante 2016. Estos estrenos recaudaron de forma conjunta un total de 3.270,5 millones de dólares y acumularon una asistencia de 894,1 millones de espectadores.
- La frecuencia anual de asistencia se sitúa en 1,4 películas por habitante y el precio medio de la entrada en 4,5 dólares.
- El porcentaje de estrenos nacionales representa el 14,1% (822 estrenos) y la cuota de espectadores del cine nacional supone el 11,3% (101,3 millones).
- La cuota cinematográfica de espectadores acumulada por el top-100 de los países de la muestra por el origen de los estrenos es la siguiente: el cine USA representa el 84,8%, el cine iberoamericano (nacional y no nacional) supone el 11% y el cine europeo el 3,9%.
- El 45,8% de los títulos del top-100 de los países de la muestra pertenecen a obras estadounidenses, el 41,7% a títulos iberoamericanos y el 10,5% a títulos europeos.

- El porcentaje de coproducciones de los títulos iberoamericanos se sitúa en el 20,3%.
- Los *Estudios* americanos obtuvieron una cuota conjunta de espectadores del 83,8% en la muestra del top-100, frente al 16,2% de las distribuidoras independientes.
- La cuota de espectadores acumulada por el top-10 de los países iberoamericanos analizados se sitúa en casi un 32,2% del total.
- Las tres producciones con más éxito en 2016 en Iberoamérica son: *Capitán América: Civil War* (36,2 millones de espectadores), *Buscando a Dory* (33,9 millones de espectadores) y *Batman Vs. Superman: el amanecer de la justicia* (33,1 millones de espectadores).
- Las tres producciones iberoamericanas con más éxito son la producción brasileña *Moisés y los diez mandamientos: la película* (11,1 millones de espectadores) y las obras mexicanas *¿Qué culpa tiene el niño?* (5,9 millones de espectadores) y *No manches, Frida* (5,1 millones de espectadores).
- Las tres producciones europeas con más éxito son: *Animales fantásticos y dónde encontrarlos* (17 millones de espectadores), *Objetivo: Londres* (cuatro millones de espectadores) y *La chica danesa* (2,9 millones de espectadores).
- Tres producciones nacionales dominan el ranking de cine en su propio país: *Moisés y los diez mandamientos: la película* (Brasil), *Un monstruo viene a verme* (España) y *Tubérculo presidente* (República Dominicana).
- El título iberoamericano que aparece en el top-100 de más países es la producción española *Atrapa la bandera* (11 países).

Panorama cinematográfico iberoamericano por países (2016)

- **Argentina:** La asistencia a los cines sumó 50,8 millones de espectadores. La cuota del cine nacional representó el 14,4% respecto al total. En el top-100, la cuota del cine USA supuso el 82%, frente al 14,8% del cine iberoamericano (nacional y no nacional). La producción más popular fue *Buscando a Dory*, con 2,9 millones de espectadores, y el estreno argentino con más éxito fue *Me casé con un boludo* con casi 2 millones de espectadores.
- **Bolivia:** La asistencia a los cines sumó 6,5 millones de espectadores. La cuota del cine nacional representó el 0,2% respecto al total. En el top-100, la cuota del cine USA supuso el 90,7%, frente al 3,1% del cine iberoamericano (nacional y no nacional). La película más popular fue *Capitán América: Civil War*, con 391.233 espectadores, y el estreno boliviano con más éxito fue *Engaño a primera vista* con 30.178 espectadores.
- **Brasil:** La asistencia a los cines sumó 184,3 millones de espectadores. La cuota del cine nacional representó el 16,5% respecto al total. En el top-100, la cuota del cine USA supuso el 81,1%, frente al 15,4% del cine iberoamericano (nacional y no nacional). La película más popular fue el estreno nacional *Moisés y los diez mandamientos: la película*, con 11,1 millones de espectadores, seguida de la película estadounidense *Capitán América: Civil War* con 9,4 millones.
- **Chile:** La asistencia a los cines sumó 27,7 millones de espectadores. La cuota del cine nacional representó el 6,5% respecto al total. En el top-100, la cuota del cine USA supuso el 89%, frente al 6,9% del cine iberoamericano (nacional y no nacional). La película más popular fue *Ice Age: El gran cataclismo*, con 1,5 millones de espectadores, y el estreno chileno con más éxito fue *Sin filtro* con casi 1,3 millones de espectadores.
- **Colombia:** La asistencia a los cines sumó 61,4 millones de espectadores. La cuota del cine nacional representó el 7,8% respecto al total. En el top-100, la cuota del cine USA supuso el 88,7%, frente al 7,8% del cine iberoamericano (nacional y no nacional). La película más popular fue *Buscando a Dory*, con casi 2,8 millones de espectadores, y el estreno colombiano con más éxito fue *El coco* con 1,1 millones de espectadores.

- **Costa Rica:** La asistencia a los cines sumó 7,4 millones de espectadores. La cuota del cine nacional representó el 1,7% respecto al total. En el top-100, la cuota del cine USA supuso el 93,3%, frente al 2,2% del cine iberoamericano (nacional y no nacional). La película más popular fue la producción norteamericana *Buscando a Dory* con más de 439.000 espectadores y en el ámbito nacional, *Entonces nosotros* con 116.791.
- **Ecuador:** La asistencia a los cines se estima en torno a 14,5 millones de espectadores. La cuota del cine nacional representó el 0,9% respecto al total. En el top-100, la cuota del cine USA supuso el 93,9%, frente al 1,5% del cine Iberoamericano (nacional y no nacional). La película más popular fue la película estadounidense *Capitán América: Civil War* con 799.681 espectadores y el estreno ecuatoriano más popular fue *Con alas pa' volar* con 46.375 espectadores.
- **El Salvador:** La asistencia a los cines sumó 3,8 millones de espectadores. La cuota del cine nacional representó el 0,01% respecto al total. En el top-100, la cuota del cine USA supuso un 94,9%, frente al 0,4% del cine iberoamericano (nacional y no nacional). La película más popular fue la producción estadounidense *Capitán América: Civil war* con 204.821 espectadores y el estreno salvadoreño con más éxito fue *Comandos* con tan solo 420 espectadores.
- **España:** La asistencia a los cines sumó 103,3 millones de espectadores. La cuota del cine nacional representó el 17,7% respecto al total. En el top-100, la cuota del cine USA supuso el 77,4%, frente al 17,2% del cine español. La película más popular fue la producción española *Un monstruo viene a verme* con más de 4,6 millones de espectadores, seguida de la obra de animación *Mascotas* con más de 3,9 millones de espectadores.
- **Guatemala:** La asistencia a los cines sumó 5,9 millones de espectadores. La cuota del cine nacional representó el 0,1% respecto al total. En el top-100, la cuota del cine USA supuso el 95,5%, frente al 0,3% del cine iberoamericano. La película más popular fue *Capitán América: Civil War* con 342.223 espectadores, y el estreno guatemalteco con más éxito fue *Otros 4 litros* con 2.634 espectadores.
- **Honduras:** La asistencia a los cines sumó 3,5 millones de espectadores. La cuota del cine nacional representó el 4,6% respecto al total. En el top-100, la cuota del cine USA supuso el 92%, frente al 4,6% del cine iberoamericano (nacional y no nacional). La película más popular fue *Capitán América: Civil War* con 185.824 espectadores, y el estreno hondureño con más éxito fue *Historia de héroes* con 79.202 espectadores.
- **México:** La asistencia a los cines sumó 321,2 millones de espectadores. La cuota del cine nacional representó el 10,6% respecto al total. En el top-100, la cuota del cine USA supuso el 87%, frente al 9% del cine iberoamericano (nacional y no nacional). La película más popular fue *Capitán América: Civil War* con 14,5 millones de espectadores, y el estreno mexicano con más éxito fue *¿Qué culpa tiene el niño?* Con casi 5,9 millones de espectadores.
- **Nicaragua:** La asistencia a los cines sumó 2,1 millones de espectadores. La cuota de mercado supuso el 0,1%. En el top-100, la cuota del cine USA supuso el 94,4%, frente al 0,8% del cine iberoamericano (nacional y no nacional). La película más popular fue *Capitán América: Civil War* con más de 100.000 espectadores y el estreno nacional más exitoso fue *Sueños de birrete* con 2.186.
- **Panamá:** La asistencia a los cines sumó 6,5 millones de espectadores. La cuota del cine nacional representó el 0,3% respecto al total. En el top-100, la cuota del cine USA supuso el 92,3%, frente al 3,1% del cine iberoamericano (nacional y no nacional). La película más popular fue *Capitán América: Civil War* con 262.587 espectadores, y el estreno panameño con más éxito fue la coproducción con Estados Unidos *Manos de piedra* con 152.179 espectadores.
- **Paraguay:** La asistencia a los cines sumó 1,4 millones de espectadores. La cuota del cine nacional representó el 4,5% respecto al total. En el top-100, la cuota del cine USA supuso el 90,1%, frente al 6,4% del cine iberoamericano (nacional y no nacional). La película más popular fue *Expediente Warren: El caso Enfield* con 77.762 espectadores, y el estreno paraguayo con más éxito fue *Gritos del monday* con 31.381 espectadores.

· **Perú:** La asistencia a los cines sumó 51,1 millones de espectadores. La cuota del cine nacional representó el 11,2% respecto al total. En el top-100, la cuota del cine USA supuso el 80,6%, frente al 12,6% del cine iberoamericano (nacional y no nacional). La película más popular fue la estadounidense *Ice Age: el gran cataclismo* con 2,2 millones de espectadores, y el estreno nacional más exitoso fue *Locos de amor* con 1,2 millones y se situó en el octavo puesto del *ranking*.

· **Portugal:** La asistencia a los cines sumó 14,8 millones de espectadores. La cuota del cine nacional representó el 2,3% respecto al total. En el top-100, la cuota del cine USA supuso el 91,2%, frente al 1,3% del cine iberoamericano (nacional y no nacional). La película más popular fue *La vida secreta de tus mascotas*, con 621.471 espectadores, y el estreno portugués con más éxito fue *A Canção de Lisboa* con 187.596 espectadores.

· **República Dominicana:** La asistencia a los cines sumó 4,9 millones de espectadores. La cuota del cine nacional supuso el 22,9% del total de espectadores. En el top-100, la cuota del cine USA supuso el 74,3%, frente al 23,3% del cine iberoamericano (nacional y no nacional). La película con más éxito fue la producción dominicana *Tubérculo presidente* con 284.126 espectadores, y la obra extranjera más popular fue la estadounidense *Batman Vs. Superman: El amanecer de la justicia* con 232.393 espectadores y se situó en el tercer puesto del *ranking*.

· **Uruguay:** La asistencia a los cines sumó 3,3 millones de espectadores. La cuota del cine nacional representó el 1,4% respecto al total. En el top-100, la cuota del cine USA supuso el 79,4%, frente al 14,6% del cine iberoamericano (nacional y no nacional). La película más popular fue *Ice Age: el gran cataclismo*, con 193.875 espectadores, y el estreno uruguayo con más éxito fue *Maramba-Rombai El Viaje* con 13.610 espectadores.

· **Venezuela:** La asistencia a los cines sumó 18,9 millones de espectadores. La cuota del cine nacional representó el 2,3% respecto al total. En el top-100, la cuota del cine USA supuso el 94,4%, frente al 2,6% del cine iberoamericano (nacional y no nacional). La película más popular fue *Zootrópolis* con más de 1 millón de espectadores, y el estreno venezolano con más éxito fue *El malquerido* con 217.205 espectadores.

CAPÍTULO 2. LA PRODUCCIÓN DE FICCIÓN EN IBEROAMÉRICA

Panorama global en los países iberoamericanos (2011-2015)

· Muestra de países analizados (Fuente **OBITEL**): Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, España, México, Perú, Portugal, Uruguay, Venezuela y Estados Unidos (habla hispana).

· La muestra de países abarca el estudio de la programación en 77 canales de televisión (53 privados y 24 públicos), 2.747 títulos de obras de ficción de estreno, 184.033 emisiones y más de 154.000 horas de difusión acumuladas entre 2011 y 2015.

· El promedio de tiempo dedicado por las cadenas de los países iberoamericanos a la ficción televisiva se sitúa en el 26,1% del tiempo total de emisión.

· Los países cuyos canales dedican más tiempo de programación a Ficción son: Estados Unidos (44,5%), Perú (38,6%), Chile (36,8%) y Ecuador (34%).

· El peso de la ficción nacional de estreno frente a la ficción iberoamericana (no nacional) en el periodo 2011-2015 representa el 35,8% en títulos, el 36,2% en emisiones y el 33% en horas de programación.

· La distribución de los títulos de ficción por géneros en el periodo 2011-2015 es el siguiente: Telenovela un 56,8%, series un 24,4% y miniserie un 7,8%.

· Los países con el mayor volumen de Ficción de estreno difundida en la muestra son Chile (339

títulos, 24.650 emisiones y 17.608 horas), Ecuador (297 títulos, 18.117 emisiones y 18.646 horas) y Estados Unidos (264 títulos, 17.827 emisiones y 18.401 horas).

- Los países que más Ficción de estreno aportaron a los canales de la muestra son: México (665 títulos, 57.491 emisiones y 50.792 horas), Brasil (386 títulos, 25.212 emisiones y 20.722 horas) y Colombia (346 títulos, 22.905 emisiones y 19.527 horas).

- Las franjas de tarde (39,4%) y de *prime time* (43,8%) acumularon el 83,2% del total del tiempo de Ficción de estreno en los canales de la muestra.

- Los países con más carga de estrenos de ficción en la franja de tarde son Chile (16.263 emisiones) y Venezuela (7.592 emisiones).

- Los países con más carga de estrenos de ficción en la franja de *prime time* son Estados Unidos (11.119 emisiones) y Ecuador (10.732).

- Las series que consiguieron los porcentajes de audiencia más elevados en 2015 son: *Imperio* (Globo, 36,7%), *A regra do jogo* (Globo, 26,9%), *Babilonia* (Globo, 26,2%), *Alto astral* (Globo, 25,2%) y *Totalmente demais* (Globo, 25%).

- La distribución de títulos del top-20 de audiencia por países de origen en 2015 es la siguiente: 11 pertenecen a series producidas en Brasil, seis a series de Perú y tres a series de Chile. Por país de emisión: 10 son de Brasil, seis son de Perú, dos de Chile, una de Uruguay y otra de México.

- Respecto al *top-1* de cada país en 2015, siete series fueron líderes en sus países de origen: Argentina (*Esperanza mía*), Brasil (*Imperio*) Chile (*Pituca sin Lucas*), Colombia (*Diomedes, el cacique de la Junta*), España (*El príncipe*), Perú (*Al fondo hay sitio*), Portugal (*Mar Salgado*).

Panorama de la Ficción por países (Periodo 2013-2015)

- **Argentina:** la Ficción aportó un promedio del 17,3% del tiempo total de emisión a los canales de televisión. La Ficción nacional de estreno supuso el 45,4% del tiempo total de programación. Argentina y México fueron los que más ficción aportaron a los canales argentinos. En 2015, el 57,6% de las emisiones de la ficción de estreno se ubicó en la franja de tarde y un 91,1% de la ficción nacional se estrenó en *prime time*. Las series emitidas en El Trece y Telefé fueron las más populares. El *ranking* de audiencia estuvo dominado por *Esperanza mía* (14,1%) y *Rastros de mentiras* (12,7%).

- **Brasil:** la Ficción aportó un promedio del 14,6% del tiempo total de emisión a los canales de televisión. La Ficción nacional de estreno supuso el 88,6% del tiempo total de programación. Después de Brasil, el país que más ficción aportó fue México. En 2015, el 59,9% de la ficción de estreno se ubicó en la franja de máxima audiencia (en su totalidad emisiones de series nacionales). Las producciones brasileñas emitidas en Globo fueron las más populares. El *ranking* de audiencia estuvo dominado por *Imperio* (36,7%) y *A regra do jogo* (26,9%).

- **Chile:** la Ficción aportó un promedio del 36,9% del tiempo total de emisión de los canales de televisión. La Ficción nacional de estreno supuso el 23,7% del tiempo total de programación. El país que más ficción aportó fue México. En 2015, el 59,8% de las emisiones y el 65,3% del tiempo de la ficción de estreno se ubicó en la franja de tarde y la ficción nacional se repartió entre las franjas de tarde y *prime time*. Las series emitidas en Canal 13, Mega, Chilevision y TVN fueron las más populares. El *ranking* de audiencia estuvo dominado por *Pituca sin Lucas* (24,7%) y *Papá a la deriva* (22,9%).

- **Colombia:** la Ficción aportó un promedio del 13,9% del tiempo total de emisión a los canales de televisión. La Ficción nacional de estreno supuso el 52% del tiempo total de programación. Después de Colombia, el país que más ficción aportó fue México. En 2015, el 53,8% de la ficción de estreno se ubicó en la franja de *prime time* y el 100% de la ficción nacional se programó en dicho horario. Las producciones colombianas en Caracol y RCN fueron las más populares. El *ranking* de audiencia estuvo dominado por *Diomedes, el cacique de la Junta* (13,1%) y *Lady, la vendedora de rosas* (13%).

- **Ecuador:** la Ficción aportó un promedio del 27% del tiempo total de emisión a los canales de televisión. La Ficción nacional de estreno supuso el 10,9% del tiempo total de programación. Los países que más ficción aportaron a los canales ecuatorianos fueron México, Colombia y Ecuador. *En 2015*, el 58,6% de la ficción de estreno se ubicó en la franja *prime time* y la ficción nacional se programó exclusivamente en dicho horario. Las producciones brasileñas, estadounidenses, ecuatorianas y colombianas en Ecuavisa y TC Televisión fueron las más populares. El *ranking* de audiencia estuvo dominado por las brasileñas *Rastros de mentiras* (14,5%) y *La guerrera* (14,3%).

- **España:** la Ficción aportó un promedio del 28,1% del tiempo total de emisión a los canales de televisión. La Ficción nacional de estreno supuso el 88,9% del tiempo total de programación. Aparte de España, el país que más ficción aportó fue México. *En 2015*, el 64,6% de la ficción nacional de estreno se ubicó en la franja de tarde. Las producciones españolas en Antena 3, Telecinco y La 1 (TVE) fueron las más populares. El *ranking* de audiencia estuvo dominado por *El Príncipe* (10,4%) y *Allí abajo* (9,6%).

- **México:** la Ficción aportó un promedio del 15% del tiempo total de emisión a los canales de televisión. La Ficción nacional de estreno supuso el 53,3% del tiempo total de programación. Aparte de México, los países que más ficción aportaron a los canales mexicanos fueron Estados Unidos, Colombia y Venezuela. El 45,1% de la ficción de estreno se ubicó en la franja de *prime time* y el 52,6% de las emisiones de ficción nacional se programó en la franja de tarde. Las series en el Canal 2 (Televisa) fueron las más populares. El *ranking* de audiencia estuvo dominado por *Amores con trampa* (19,1%) y *Lo imperdonable* (18,2%).

- **Perú:** la Ficción aportó un promedio del 39% del tiempo total de emisión a los canales de televisión. La Ficción nacional de estreno supuso el 17% del tiempo total de programación. Los países que más ficción aportaron a los canales peruanos fueron México, Perú, Estados Unidos, Brasil y Colombia. *En 2015*, el 41,5% de la ficción de estreno se ubicó en la franja *prime time* y un 91,7% de la ficción nacional se programó en dicho horario. Las producciones en América TV y ATV fueron las más populares. El *ranking* de audiencia estuvo dominado por las series peruanas *Al fondo hay sitio* (24,4%), y *Amor de madre* (23,5%).

- **Portugal:** la Ficción aportó un promedio del 22,8% del tiempo total de emisión a los canales de televisión. La Ficción nacional de estreno supuso el 60,9% del tiempo total de programación. Los países que más ficción aportaron fueron Portugal y Brasil. *En 2015*, el 69,2% de la ficción de estreno se ubicó en la franja de *prime time* y el 83,6% de la ficción nacional se programó en dicha franja. Las producciones portuguesas en SIC, TVI y RTP fueron las más populares. El *ranking* de audiencia estuvo dominado por las series *Mar Salgado* (15,3%) y *Única mulher* (14,2%).

- **Uruguay:** la Ficción aportó un promedio del 29% del tiempo total de emisión a los canales de televisión. La Ficción nacional de estreno supuso el 0,4% del tiempo total de programación. Los países que más ficción aportaron a los canales uruguayos fueron Argentina, Brasil, España y México. *En 2015*, el 47,4% de la ficción iberoamericana de estreno se ubicó en la franja de tarde y el 69% de la ficción nacional en el mismo horario. Las producciones brasileñas y argentinas en Teledoce fueron las más populares. El *ranking* de audiencia estuvo dominado por las series brasileñas *Rastros de mentiras* (20,2%) y *El canto de la sirena* (16%).

- **Venezuela:** la Ficción aportó un promedio del 21,6% de las emisiones totales de los canales de televisión. La Ficción nacional de estreno supuso el 20,4% del tiempo total de programación. Los países que más ficción aportaron a los canales venezolanos fueron México, Colombia y Venezuela. *En 2015*, el 45,5% de la ficción de estreno se programó en *prime time* y un 99,4% de la ficción nacional se programó en dicha franja. Las producciones mexicanas, brasileñas y venezolanas en Venevisión y Televen fueron las más populares. El *ranking* de audiencia estuvo dominado por la serie mexicana *Lo que la vida me robó* (4,7%) y la brasileña *Avenida Brasil* (4,2%).

- **USA (habla hispana):** la Ficción nacional aportó un promedio del 44,7% de las emisiones totales de los canales de televisión. La Ficción nacional de estreno supuso el 27,5% del tiempo total de programación. Los países que más ficción aportaron a los canales estadounidenses fueron México,

Estados Unidos, Colombia y Brasil. En 2015, el 62,3% de la ficción de estreno se ubicó en la franja de *prime time* y el 90,4% de la ficción nacional se programó en dicha franja. Las series mexicanas difundidas en Univisión y Telemundo fueron las más populares. El *ranking* de audiencia estuvo dominado por *Mi corazón es tuyo* (14,1%) y *Hasta el fin del mundo* (13,1%).

CAPÍTULO 3. EL CINE IBEROAMERICANO MÁS ALLÁ DE SUS FRONTERAS

Panorama cinematográfico mundial (2016)

- La asistencia mundial al cine sumó 7.913 millones de espectadores y 38.600 millones de dólares de recaudación.
- Las pantallas cinematográficas suman casi 164.000 en todo el mundo, la frecuencia de asistencia se sitúa en 1,1 películas por habitante y año y el precio medio de la entrada es de 4,9 dólares.
- Los diez estrenos más vistos del año fueron estadounidenses (dos en coproducción con Reino Unido y uno con Japón) y la cuota de mercado del top-10 mundial supuso el 22,7% de la asistencia total de espectadores.
- Las tres producciones que en 2016 superan los 1.000 millones de dólares de recaudación son: *Capitán América: Civil War*, *Buscando a Dory* y *Zootrópolis*.
- La asistencia a los cines de la Unión Europea en 2016 suma 991,1 millones de espectadores y 7.790 millones de dólares de recaudación.
- El número de pantallas cinematográficas en la U.E. suma 31.983, la frecuencia de asistencia se sitúa en 1,9 películas por habitante y año y el precio medio de la entrada es de 7,9 dólares.
- La cuota de espectadores del cine europeo representa el 26,7%, y la cuota de mercado del top-10 supuso el 21,3% de la asistencia total de espectadores europeos.
- Las tres producciones con más éxito en Europa en 2016 son *La vida secreta de tus mascotas* (26,5 millones de espectadores), *Buscando a Dory* (24,6 millones) y *Animales fantásticos y dónde encontrarlos* (23,4 millones).
- Aparte de *Animales fantásticos y dónde encontrarlos* (coproducción entre Reino Unido y USA), las dos películas europeas con más éxito en 2016 son *El libro de la selva* (20,5 millones de espectadores) y *Bridget Jones's baby 2* (16,3 millones), ambas también son coproducciones entre Reino Unido y USA.
- Las producciones con más éxito en los mercados anglosajones son:

Top	Mercado	Título original	Origen	Espectadores
1	Norteamérica	Buscando a Dory	USA	52.249.446
2	Norteamérica	Capitán América: Civil War	USA	43.472.089
1	Australia	Buscando a Dory	USA	3.518.740
2	Australia	Deadpool	USA	3.135.235
1	N. Zelanda	Hunt for the wilderpeople	N. Zelanda	944.309
2	N. Zelanda	Buscando a Dory	USA	548.810

- Las producciones no nacionales con más éxito en los mercados asiáticos son:

Top	Mercado	Título original	Origen	Espectadores
1	China	Zootrópolis	USA	44.717.628
2	China	Warcraft: el origen	USA, Canadá	38.727.671
1	India	El libro de la selva	USA, R. Unido	45.412.500
2	India	The conjuring 2	USA	14.850.000
1	Japón	Star Wars: El despertar de la fuerza	USA	8.898.240
2	Japón	Zootrópolis	USA	5.837.796
1	Corea del S.	Capitán América: Civil War	USA	8.677.249
2	Corea del S.	Doctor Strange	R. Unido, USA	5.446.241

Panorama del cine iberoamericano en los mercados europeos (2016)

- Muestra de países analizados (**Fuente: ComScore-Rentrak**): Alemania, Austria, Francia, Italia, Países Bajos, Reino Unido, Rusia y Turquía.
- El número total de estrenos en los ocho mercados analizados suma 233, los ingresos ascienden 54,5 millones de dólares y los espectadores alcanzan casi los 8 millones.
- Los estrenos iberoamericanos del top-10 de estos ocho mercados europeos suman 80 y se corresponden con 37 títulos. La recaudación suma 46,6 millones de dólares y la asistencia acumulada asciende a 6,6 millones de espectadores
- Los países con los datos más elevados en el estudio del top-10 son Francia (12,1 millones de dólares y 1,7 millones de espectadores), Italia (10,1 millones de dólares y 1,5 millones de espectadores y Alemania (8,3 millones de dólares y un millón de espectadores).
- España es el país con más títulos presentes en los top-10 de la muestra (17) y con el mayor número de espectadores (3,6 millones). Otros países que también muestran cifras significativas son las coproducciones España-Argentina (4 títulos y 1,1 millones de espectadores), México (5 títulos y 849.175 espectadores) y Brasil (3 títulos y 719.234 espectadores).
- Los títulos con más éxito acumulado en la muestra son la película española *Julieta* (1,5 millones de espectadores), la hispano-argentina *Tini – El gran cambio de Violetta* (754.667 espectadores), la producción española *Atrapa la bandera* (658.620 espectadores) y la coproducción de México con varios países europeos, *Esperando al Rey* (488.868 espectadores).
- 13 de los 37 títulos presentes en los top-10 europeos están producidos por un solo país iberoamericano, con lo que el porcentaje de coproducción es casi del 64,9%.
- El título con más presencia en los top-10 europeos es *Julieta* (8 mercados), seguido de *Esperando al rey* (6 mercados). Presentes en cinco mercados se encuentran *Atrapa la bandera*, *El Clan* y *Tini – El gran cambio de Violetta*.
- Los top-3 de los ocho mercados europeos analizados son los siguientes:

<i>Top-3 de estrenos iberoamericanos en mercados europeos</i>				
Top	Mercado	Título	Origen	Espectadores
1	Alemania	Tini - El gran cambio de Violetta	Argentina, España	263.318
2	Alemania	Esperando al Rey	México, R. Unido, USA	207.616
3	Alemania	Atrapa la bandera	España	105.831
1	Austria	Tini - El gran cambio de Violetta	Argentina, España	38.219
2	Austria	Tierra de María	España	27.154
3	Austria	Atrapa la bandera	España	18.946
1	Francia	Julieta	España	774.065
2	Francia	Tini - El gran cambio de Violetta	Argentina, España	189.243
3	Francia	Aquarius	Brasil, Francia	171.605
1	Italia	Julieta	España	364.903
2	Italia	Mine	España, Italia, USA	250.577
3	Italia	Tini - El gran cambio de Violetta	Argentina, España	233.100
1	Países Bajos	Atrapa la bandera	España	86.318
2	Países Bajos	Julieta	España	30.807
3	Países Bajos	Tini - El gran cambio de Violetta	Argentina, España	30.787
1	R. Unido	Atrapa la bandera	España	292.553
2	R. Unido	Julieta	España	174.828
3	R. Unido	La bruja	Brasil, R. Unido, USA	177.077
1	Rusia	Ozzy	España, Canadá	360.078
2	Rusia	Atrapa la bandera	España	154.971
3	Rusia	Esperando al Rey	México, R. Unido, USA	91.424
1	Turquía	En el corazón del mar	España, R. Unido, USA	45.736
2	Turquía	Un gallo con muchos huevos	México	30.754
3	Turquía	Esperando al Rey	México, R. Unido, USA	27.987

Panorama del cine iberoamericano (no nacional) en el mercado iberoamericano (2016)

- Muestra de países analizados (**Fuente: ComScore-Rentrak**): Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, España, Guatemala, Honduras, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, Portugal, República Dominicana, Uruguay, Venezuela y Estados Unidos.
- El total de estrenos iberoamericanos presentes en los 20 mercados iberoamericanos suma 65 y se corresponden con 45 títulos.
- La recaudación de los 45 títulos suma 14,8 millones de dólares y la asistencia acumulada asciende a 4,3 millones de espectadores. El porcentaje de coproducción se sitúa en el 28,9% (13 títulos) y la mitad se realizan entre países iberoamericanos (7 títulos).
- Los mercados que suman una mayor asistencia de espectadores a producciones iberoamericanas son México (1,9 millones) y Argentina (542.843).
- Los países que distribuyeron un mayor número de producciones en los mercados iberoamericanos son: España (25 estrenos-9 títulos), Argentina (15 estrenos-12 títulos), México (11 estrenos-8 títulos) y Perú (5 estrenos-4 títulos).
- Los títulos presentes en un mayor número de mercados iberoamericanos son *Atrapa la bandera* (11 países), *En el corazón del mar* (4 países), *El hilo rojo* (3 países) y *Julieta* (3 países).

- Los títulos con más espectadores acumulados en la muestra son *Un novio para mi mujer* (1,2 millones), *Summer Camp* (730.689) y *En el corazón del mar* (467.695).
- Los top-2 por países de origen en el mercado iberoamericano y USA son:

Top	Origen	Título	País estreno	Espectadores
1	Argentina	Un novio para mi mujer	México	1.288.352
2	Argentina	Me casé con un boludo	Uruguay	129.272
1	Brasil	El profesor de violín	España	35.539
2	Brasil	El niño y el mundo	España	1.036
1	Colombia	El abrazo de la serpiente	España	17.161
2	Colombia	Encerrada	Paraguay	6.569
1	España	Summer Camp	México	630.834
2	España	En el corazón del mar	Argentina	326.715
1	México	Don gato 2: El inicio de la pandilla	Perú	200.550
2	México	Sin muertos no hay carnaval	Ecuador	39.155
1	Perú	No estamos solos	Ecuador	39.821
2	Perú	Locos de amor	Ecuador	23.885

- El porcentaje de coproducción en cada una de las muestras analizadas indica que, cuanto más diferente es el mercado de estreno más aumenta el porcentaje total de coproducción y, dentro de este grupo, también se aprecia una reducción del número de coproducciones iberoamericanas cuánto más diferente es el mercado.

Porcentaje de coproducción de los estrenos iberoamericanos en la muestra de mercados analizados. Año 2016			
Mercado	Títulos muestra	Coproducciones totales	Coproducciones iberoamericanas
Nacional	123	20,30%	52,00%
Iberoamericano	45	28,90%	53,80%
USA	45	62,20%	14,30%
Europeo	37	64,90%	33,30%

CAPÍTULO 4. PORTUGAL: UNA DÉCADA DE CINE (2007-2016)

- El marco legal relativo al sector cinematográfico y del audiovisual en Portugal se sustenta en la Ley 55/2012 aprobada por la *Assembleia Da República* el 6 de septiembre en sustitución de la anterior ley de 2004. Esta ley establece los principios de acción del Estado en cuanto al fomento, desarrollo y protección de las artes cinematográficas y las actividades audiovisuales.
- La infraestructura cinematográfica en Portugal ha disminuido ligeramente en la década 2007-2016: el número de pantallas se sitúa en su máximo en 2009 (577) y en el mínimo en 2013 (544). La capacidad en butacas también muestra una pérdida de unas 10.000 entre 2008 y 2016, lo que representa una reducción de casi el 9%.
- Las cifras acumuladas de estrenos, asistencia y recaudación indican que en la década 2007-2016 se exhibieron en las salas cinematográficas un total 3.021 films, de los cuales 234 fueron portugueses

(7,7%). Los espectadores que pasaron por los cines lusos en el periodo 2007-2016 suman 148,1 millones y los ingresos acumulados se elevan a casi 729 millones de euros (815 millones de dólares).

· Los espectadores de películas de cine luso, en el periodo 2007-2016, suman 4,7 millones. El año con la cifra más alta es 2015 con casi 950.000 espectadores.

· El año en que más entradas de cine se vendieron fue 2010 superando los 16,5 millones. Este año también fue el que acumuló más ingresos, con más de 82 millones de euros (91 millones de dólares).

· El organismo público encargado de la gestión cinematográfica en Portugal es el ICA (*Instituto do Cinema e do Audiovisual*). El número total de obras portuguesas producidas con apoyo financiero del ICA en la década 2007-2016 suma 459. De este total, casi un 30% son largometrajes, el 27% cortometrajes, el 25% documentales y el 18% son obras de animación.

· Las distribuidoras asociadas a los *Estudios* americanos acumulan casi el 90% de la cuota de espectadores (Nos Lusomundo, Columbia Tristar Warner, Big Picture 2 Films y Castello Lopes Multimedia). La empresa con más entradas vendidas en este periodo es Lusomundo (UIP) (426,2 millones de euros).

· La película con más éxito en la década 2007-2016 fue *Avatar*, estrenada en 2009, con 1,2 millones de espectadores y casi 7 millones de ingresos. El resto no superó la barrera del millón de espectadores.

· La película portuguesa con más éxito en la década 2007-2016 fue *O pátio das Cantigas*, estrenada en 2015, con más de 600.000 espectadores y 3 millones de euros de ingresos.

· En el periodo de seis años que va desde 2011 a 2016 el ICA ha ejecutado un presupuesto total de 82,6 millones de euros, de los cuales, 62,3 millones se han empleado en financiar proyectos cinematográficos en diferentes áreas (Producción, promoción, formación, exhibición). Los proyectos de producción de películas en estos seis años suman un importe de 50,5 millones de euros.

· El importe total recaudado de 2011 a 2016 por las tasas de exhibición y suscripción fiscalizadas por el ICA asciende a 112 millones de euros.

CAPÍTULO 5. REPÚBLICA DOMINICANA: 6 AÑOS DE LA LEY DE FOMENTO DE LA ACTIVIDAD CINEMATOGRÁFICA

· Los incentivos fiscales a la producción cinematográfica y audiovisual en la República Dominicana han tenido éxito en poco tiempo, permitiendo la flexibilización de los requisitos regulatorios, eliminando las principales barreras de entradas a esta industria, creando puestos de trabajo sostenibles y colocando al país dentro del radar de las producciones extranjeras.

· El monto validado como incentivo fiscal a la producción de películas dominicanas es considerablemente más grande que las recaudaciones que dichas películas tienen en las salas de cine por lo que, el cine dominicano deberá atraer a más espectadores a las salas, o bien se deberá reducir la cantidad de producciones estrenadas aumentando la calidad o bien deberán internacionalizarse intentando conseguir nuevos consumidores.

· El incentivo fiscal no puede perpetuarse en el tiempo porque generaría efectos adversos a la producción dominicana, creando un mercado artificial fuertemente subsidiado con el único fin de sostener una industria que por falta de inversión no es rentable.

· El enfoque de la industria del cine dominicano debe estar puesto en el fomento del país como locación fílmica internacional. La industria también debe promover la formación de más y mejores profesionales del cine, así como con la mejora de la tecnología necesaria para producir las obras.

· El Estado Dominicano no está derrochando dinero público para financiar una actividad indeficiente, sino que está fomentando una industria que puede generar recursos económicos y puestos de trabajo.

CAPÍTULO 6. COSTE DE PRODUCCIÓN DE PELÍCULAS IBEROAMERICANAS

· La muestra de producciones analizada tiene un tamaño de 8 películas procedentes de Argentina, Chile, Colombia y España, con un rango de coste comprendido entre 600.000 dólares y 6 millones de dólares. Las características de las producciones son las siguientes:

<i>Características de las producciones analizadas</i>				
Nº	Título	País de origen	Coste Producción (\$)	Espectadores cine
1	Cien años de perdón	España, Argentina	4.375.594	1.420.352
2	El ciudadano ilustre	Argentina, España	1.365.431	753.333
3	El hombre de las mil caras	España	6.110.907	410.391
4	El olivo	España	3.884.606	322.501
5	El soborno del cielo	Colombia	1.088.127	44.497
6	Me casé con un boludo	Argentina	1.376.442	1.969.182
7	No culpes al karma...	España	3.850.811	347.882
8	Sin filtro	Chile	612.933	1.290.916
Total			22.664.851	6.559.054

· La suma total de costes de las ocho películas analizadas asciende a 22,6 millones de dólares, los espectadores de cine superan los 6,5 millones y la recaudación se sitúa en 36,6 millones de dólares.

· La producción de mayor coste del estudio es *El hombre de las mil caras* (España) con 6,1 millones de dólares, seguida de *Cien años de perdón* (España, Argentina) con 4,3 millones de dólares.

· La distribución acumulada de costes de producción por fases en la muestra refleja que la fase de producción representa el 55% del presupuesto total. En segundo lugar la fase de distribución y publicidad supone el 22,7%

· Los porcentajes conjuntos de las fases de preproducción y producción representan el mayor coste de la película. Salvo en el caso de una película, el porcentaje mínimo asciende al 61,3% y el máximo al 85,8%.

· En cuanto la fase de distribución, en una obra los costes superan el 30% del montante total y en cinco obras este concepto se sitúa entre el 20% y el 30% del total.



aribsan

Agencia Iberoamericana
del Registro ISAN

Identificamos
tus obras

Luis Buñuel, 2. 3.º
Edificio EGEDA
Ciudad de la Imagen
Pozuelo de Alarcón
28223 Madrid

Teléfono: (34) 91 512 16 10
Fax: (34) 91 512 16 19

correo@aribsan.org
www.aribsan.org



NOTA METODOLÓGICA

NOTA METODOLÓGICA

El *Panorama Audiovisual Iberoamericano* editado por **EGEDA** conforma un estudio global sobre la producción audiovisual iberoamericana y constituye un valor añadido a las numerosas actividades de la Entidad. Esta publicación surge para documentar la evolución de la política y legislación audiovisual iberoamericana, la producción y exhibición de las obras audiovisuales en las diferentes *pantallas* de difusión y el avance tecnológico al servicio de los nuevos modelos de explotación de las producciones audiovisuales.

El contenido del *Panorama* siempre presta especial atención tanto a los retos del audiovisual iberoamericano y su potencial futuro, como a la consolidación de las iniciativas para la financiación de las obras audiovisuales, la mejora de la distribución regional e internacional, la protección de los derechos de propiedad intelectual y el reconocimiento de la Industria hacia sus producciones y profesionales a través de los **Premios PLATINO del Cine Iberoamericano**.

El alcance del *Panorama Audiovisual Iberoamericano* emana del gentilicio *iberoamericano* que, según la RAE, hace referencia a los países americanos en los que se habla la lengua española y portuguesa. En el eje iberoamericano los países son (20): **Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Cuba, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Honduras, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, Puerto Rico, República Dominicana, Uruguay y Venezuela**. Esta designación incluye lo perteneciente a **España y Portugal** (eje europeo). El estudio también incluye, puntualmente, a los **Estados Unidos** de América porque tiene un 15% de su población hispana y por la influencia mundial en la industria audiovisual.

La profundidad del alcance de los estudios depende de la información disponible para **EGEDA**: mediciones de proveedores independientes adquiridas para su uso en el estudio, informes estadísticos e históricos publicados por los organismos oficiales de cada país, estudios y artículos audiovisuales de empresas o profesionales del sector audiovisual e informaciones de los medios de comunicación sectoriales y sitios web específicos.

El *Panorama Audiovisual Iberoamericano 2017* está estructurado en siete capítulos:

- 1) Producción cinematográfica en Iberoamérica.
- 2) La producción de ficción en Iberoamérica.
- 3) El Cine Iberoamericano más allá de sus fronteras.

- 4) Portugal: una década de cine (2007-2016).
- 5) República Dominicana: 6 años de la ley de fomento a la actividad cinematográfica.
- 6) Costes de producción de películas iberoamericanas.
- 7) Conclusiones.

El capítulo 1 sobre el mercado cinematográfico en Iberoamérica se configura sobre los datos de **COMSCORE-RENTRAK** correspondientes al top-100 de Argentina, Brasil, Bolivia, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, España, Guatemala, Honduras, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, Portugal, Uruguay y Venezuela. Los datos de la República Dominicana provienen de las fuentes oficiales del propio país (Dirección General de Cine - Ministerio de Cultura). El análisis abarca un total de 20 países.

El capítulo 2 sobre la difusión de la Ficción iberoamericana en televisión tiene su fuente en los datos de la publicación anual del **Observatorio Iberoamericano de Ficción Televisiva (OBITEL)** y abarca un total de 12 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, España, México, Perú, Portugal, Uruguay, Venezuela y Estados Unidos (habla hispana).

El capítulo 3 sobre el Cine Iberoamericano más allá de sus fronteras está estructurado en tres partes. La primera aporta los datos globales más significativos de la exhibición cinematográfica mundial. La fuente utilizada para la configuración de la información es el **FOCUS 2017** publicado por el Observatorio Europeo del Audiovisual. La segunda parte analiza el top-10 de los estrenos iberoamericanos en los cines de los principales mercados europeos y la tercera ofrece el rendimiento de las producciones iberoamericanas en el mercado iberoamericano no nacional y en Estados Unidos. Los datos de la segunda y tercera parte de este capítulo proceden de **COMSCORE-RENTRAK**.

El capítulo 4 sobre la actividad cinematográfica en Portugal durante la década 2007-2016 ofrece datos específicos de legislación, infraestructura, producción, exhibición y distribución a través de la documentación disponible a través de **COMSCORE** y el Instituto do Cinema e do Audiovisual de Portugal (**ICA**).

El capítulo 5 sobre los seis años de funcionamiento de la Ley de Fomento a la Actividad Cinematográfica en la República Dominicana, elaborado por la Directora General de Cine Yvette Marichal, muestra las particularidades de esta industria en el país, los mecanismos de incentivos fiscales en vigor, las estadísticas actuales del mercado de cine dominicano y la viabilidad de la ley en cuanto al fomento de las producciones a través de dichos mecanismos fiscales.

El capítulo 6 sobre los costes de producción de una muestra de obras audiovisuales iberoamericanas, son datos aportados por las propias productoras. Estos datos se han procesado tanto de forma conjunta, como de forma individual, para ofrecer una aproximación a las similitudes y diferencias en las diferentes fases que conforman la producción de las obras audiovisuales

El capítulo 7 aglutina un resumen de los principales datos que conforman los seis capítulos anteriores y las conclusiones más evidentes de los mismos.

La estructura del *Panorama Audiovisual Iberoamericano 2017* se completa con artículos realizados por profesionales de reconocido prestigio que aportan temas de actualidad, enriqueciendo con sus experiencias y conocimientos la publicación.

La **metodología** del *Panorama Audiovisual Iberoamericano 2017* depende del enfoque de los autores participantes y de la disponibilidad de los datos sectoriales. Los detalles operativos principales son los siguientes:

Capítulo 1: El orden de presentación de la información tanto para los datos acumulados como para el análisis por países es el siguiente:

- Panorama cinematográfico
- Espectadores e ingresos cinematográficos del top-100
- Cuota de mercado por países del top-100

- Ranking de distribuidoras
- Ranking de estrenos

El tratamiento de los datos **COMSCORE-RENTRAK** se ha sistematizado en función del origen de las producciones de la siguiente forma:

- **USA:** producciones americanas y coproducciones con el resto del mundo, excepto con países iberoamericanos.
- **Nacional:** producciones del país analizado y coproducciones con el resto de países del mundo.
- **Iberoamérica:** producciones de países iberoamericanos (no nacionales) y coproducciones de países iberoamericanos (no nacionales) con los países del resto del mundo.
- **Europa:** producciones europeas y coproducciones con el resto de países del mundo, excepto con USA y/o países iberoamericanos.
- **Resto países:** producciones o coproducciones de países diferentes a las incluidas en los grupos anteriores.

Los datos económicos siempre están expresados en dólares USA (USD) y para la conversión de euros a dólares se utiliza el cambio medio anual oficial (FMI/Banco Central Europeo). Esta conversión puede producir una desviación respecto a los datos de los Institutos Oficiales de cada país.

Las cifras cuyo orden de magnitud alcanzan el *billón* se corresponden con la anotación continental europea de escala larga (10 elevado a 12), equivalente al *trillion* anglosajón en la escala corta.

Los datos estimados (*est.*) se configuran cuando no se dispone de datos económicos o de asistencia de espectadores y se calcula en función del precio medio anual de la entrada al cine en dólares USA.

Capítulo 2: El esquema genérico del capítulo utilizado tanto para la introducción general como en el análisis de los países es el siguiente:

- Distribución del tiempo emisión de los subgéneros de Ficción.
- Distribución de la Ficción de estreno por territorios y países de origen.
- Distribución de la Ficción de estreno por franjas horarias.
- Distribución de la Ficción de estreno por subgéneros de ficción.
- Ranking de audiencia de la Ficción.

Los datos del anuario de OBITEL se han utilizado para elaborar un estudio acumulativo del conjunto de países iberoamericanos incluidos en el mismo. Para una correcta estandarización de los datos los subgéneros de ficción específicos, como los *unitarios* o *dramatizados*, se han incluido directamente en el subgénero *series*. Los tres subgéneros que constituyen el estudio acumulativo de ficción son: el *serial* (serie con continuidad argumental), la *serie* (serie sin continuidad argumental), las *telenovelas* y las *comedias* (series de humor y *sitcoms*).

Los rangos de duración de las franjas horarias pueden variar de un país a otro. Los intervalos de horarios más frecuentes son los siguientes:

- Mañana: 6:00-12:00
- Tarde: 12:00-21:00
- Prime time: 21:00-00:00
- Nocturno: 00:00-06:00

Capítulo 3: El orden de presentación de la información tanto para los datos acumulados como para el análisis por países es el siguiente:

- Panorama cinematográfico mundial y europeo
- Ranking de estrenos mundiales
- Ranking de estrenos europeos
- Ranking de estrenos iberoamericanos en mercados europeos

- Ranking de estrenos iberoamericanos no nacionales en Iberoamérica
- Ranking de estrenos iberoamericanos en USA

En los apartados correspondientes a los mercados europeos, iberoamericanos y USA se indica el tamaño de la muestra analizada y los datos acumulados por la muestra.

Capítulo 4: El orden de presentación de la información es el siguiente:

- Legislación cinematográfica en Portugal
- Panorama cinematográfico en la década 2007-2016
- Promoción internacional de las producciones portuguesas

Los datos económicos en este capítulo están expresados en Euros (€).

Capítulo 5: El orden de presentación de la información es el siguiente:

- La industria fílmica en República Dominicana
- Definición y generalidades de los incentivos fiscales
- Incentivos fiscales a la producción fílmica
- Incentivos fiscales a la producción de películas dominicanas
- Crédito fiscal transferible

Capítulo 6: los datos económicos de las películas expresados en dólares USA, han sido aportados por las propias productoras en la moneda propia de cada país. Estos datos están desglosados en una plantilla común a todas las producciones. Los epígrafes principales de la plantilla son los siguientes:

- Fase de Preproducción (costes *Above the Line*/Por encima de línea)
- Fase de Producción (costes *Below the line*/Por debajo de línea)
- Fase de Postproducción (costes *Below the line*/Por debajo de línea)
- Fase varios producción (cotes *Below the line*/Por debajo de línea)
- Fase de distribución y publicidad.

El orden de presentación de la información es el siguiente:

- Datos globales de la muestra de películas
- Estudio de costes de producción por películas

El contenido, la realización y las fuentes citadas en los artículos que completan el *Panorama Audiovisual Iberoamericano 2017* es responsabilidad exclusiva de su autor, el cual, está convenientemente citado en la cabecera de cada artículo.



FUENTES

FUENTES

CAPÍTULO 1: Producción Cinematográfica en Iberoamérica

Panorama Global

Base de datos Erato. EGEDA
Base de datos COMSCORE-RENTRAK 2016
The World Factbook 2015. Central Intelligence Agency. USA
Focus 2017. Marché du Film. Observatorio Europeo del Audiovisual
Observatorio Iberoamericano del Audiovisual (OIA-CACI)
Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales. INCAA. Argentina
Consejo Nacional de Cine. CONACINE. Bolivia
Agencia Nacional do Cinema. ANCINE. Brasil
Consejo Nacional de la Cultura y las Artes. CNCA. Chile
Cámara de Exhibidores Multisala. CAEM. Chile
Sistema de Información y Registro Cinematográfico. Dirección de Cinematografía del Ministerio de Cultura de Colombia (SIREC) y Asociación Colombiana de Distribuidores de Películas Cinematográficas (CADOX)
Cine en cifras. Proimágenes. Colombia
Consejo Nacional de Cinematografía. CNCINE. Ecuador
Instituto de Cinematografía y de las Artes Audiovisuales. ICAA. España
Consejo Nacional para la Cultura y las Artes. CONACULTA. México
Instituto Mexicano de Cinematografía. IMCINE. México
Dirección del Audiovisual, la Fonografía y los Nuevos Medios. DAFO. Perú
Instituto do Cinema y do Audiovisual. ICA. Portugal
Sistema de Información y Registro Cinematográfico. SIRECINE. Dirección General de Cine. DGCINE. República Dominicana
Instituto de Cine y Audiovisual. ICAU. Uruguay
Centro Nacional Autónomo de Cinematografía. CNAC. Venezuela
Asociación de la Industria de Cine. Asoinci A.C. Venezuela
Fondo Monetario Internacional (FMI) y Banco Central Europeo.

Argentina

Base de datos Erato. EGEDA
 Base de datos COMSCORE-RENTRAK 2016
 The World Factbook 2015. Central Intelligence Agency. USA
 Anuario de la industria cinematográfica 2016. INCAA. Argentina
 Focus 2017. Marché du Film. Observatorio Europeo del Audiovisual

Bolivia

Base de datos Erato. EGEDA
 Base de datos COMSCORE-RENTRAK 2016
 The World Factbook 2016. Central Intelligence Agency. USA

Brasil

Base de datos Erato. EGEDA
 Base de datos COMSCORE-RENTRAK 2016
 The World Factbook 2016. Central Intelligence Agency. USA
 Informe do acompanhamento do mercado 2016. ANCINE. Brasil
 Longas-metragens brasileiros lançados em salas de exibição 2016. Superintendencia de Analise de Mercado (SAM). Observatorio Brasileiro do Cinema e do audiovisual (OCA). Brasil
 Focus 2016. Marché du Film. Observatorio Europeo del Audiovisual

Chile

Base de datos Erato. EGEDA
 Base de datos de COMSCORE-RENTRAK 2016
 The World Factbook 2015. Central Intelligence Agency. USA
 El cine en Chile en el 2016. Cámara de Exhibidores Multisalas (CAEM). Chile
 Anuario de Cine 2015. Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (CNCA). Chile

Colombia

Base de datos Erato. EGEDA
 Base de datos COMSCORE-RENTRAK 2016
 The World Factbook 2015. Central Intelligence Agency. USA
 Boletín de Estadísticas Cinematográficas. Proimágenes. Colombia
 Histórico de Espectadores de Cine en Colombia. SIREC – CADOX. Colombia.
 Históricos de películas colombianas estrenadas 1996-2016. SIREC. Colombia
 Evolución del Mercado Cinematográfico. Proimágenes. Colombia

Costa Rica

Base de datos Erato. EGEDA
 Base de datos COMSCORE-RENTRAK 2016
 The World Factbook 2016. Central Intelligence Agency. USA

Ecuador

Base de datos Erato. EGEDA
 Base de datos COMSCORE-RENTRAK 2016
 The World Factbook 2016. Central Intelligence Agency. USA

El Salvador

Base de datos Erato. EGEDA
 Base de datos COMSCORE-RENTRAK 2016
 The World Factbook 2016. Central Intelligence Agency. USA

España

Base de datos Erato. EGEDA
 Base de datos COMSCORE-RENTRAK 2016
 The World Factbook 2016. Central Intelligence Agency. USA
 Instituto Nacional de Estadística. INE. España
 Estrenos de cine español en salas 2016. ICAA. Ministerio de Educación, Cultura y Deporte

Censo de salas de cine 2017. Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC)

Guatemala

Base de datos Erato. EGEDA
Base de datos COMSCORE-RENTRAK 2016
The World Factbook 2016. Central Intelligence Agency. USA

Honduras

Base de datos Erato. EGEDA
Base de datos COMSCORE-RENTRAK 2016
The World Factbook 2016. Central Intelligence Agency. USA

México

Base de datos Erato. EGEDA
Base de datos COMSCORE-RENTRAK 2016
The World Factbook 2016. Central Intelligence Agency
Anuario Estadístico del Cine Mexicano 2016. CONACULTA. Secretaría de Educación Pública
Focus 2017. Marché du Film. Observatorio Europeo del Audiovisual

Nicaragua

Base de datos Erato. EGEDA
Base de datos COMSCORE-RENTRAK 2016
The World Factbook 2016. Central Intelligence Agency. USA

Panamá

Base de datos Erato. EGEDA
Base de datos COMSCORE-RENTRAK 2016
The World Factbook 2016. Central Intelligence Agency. USA

Paraguay

Base de datos Erato. EGEDA
Base de datos COMSCORE-RENTRAK 2016
The World Factbook 2016. Central Intelligence Agency. USA

Perú

Base de datos Erato. EGEDA
Base de datos COMSCORE-RENTRAK 2016
The World Factbook 2016. Central Intelligence Agency. USA
Focus 2017. Marché du Film. Observatorio Europeo del Audiovisual
Taquilla del Cine Peruano 2016. www.cineencuentro.com.

Portugal

Base de datos Erato. EGEDA
Base de datos COMSCORE-RENTRAK 2016
The World Factbook 2016. Central Intelligence Agency. USA
Cinema de Portugal 2016. ICA. Ministerio de Cultura

República Dominicana

Base de datos Erato. EGEDA
The World Factbook 2016. Central Intelligence Agency. USA
Datos Cine 2016. SIRECINE-DGCINE. República Dominicana

Uruguay

Base de datos Erato. EGEDA
Base de datos COMSCORE-RENTRAK 2016
The World Factbook 2016. Central Intelligence Agency. USA
Focus 2017. Marché du Film. Observatorio Europeo del Audiovisual

Venezuela

Base de datos Erato. EGEDA

Base de datos COMSCORE-RENTRAK 2016

The World Factbook 2016. Central Intelligence Agency. USA

Focus 2016. Marché du Film. Observatorio Europeo del Audiovisual

CAPÍTULO 2: La producción de ficción en Iberoamérica

Anuario OBITEL 2011-2016

Base de datos Erato. EGEDA

CAPÍTULO 3: El cine iberoamericano más allá de sus fronteras

Base de datos Erato. EGEDA

Base de datos COMSCORE-RENTRAK 2016

FOCUS-2017. Marché du Film. Observatorio Europeo del Audiovisual

CAPÍTULO 4: Portugal: una década de cine (2007-2016)

Base de datos Erato. EGEDA

Base de datos COMSCORE-RENTRAK 2016

Anuarios Cinema de Portugal 2007-2016. ICA

Portal web ICA. Instrumentos de Gestao y Legislaçao

CAPÍTULO 5: República Dominicana: 6 años de la Ley de Fomento a la Actividad Cinematográfica

Fuentes y bibliografía indicadas en el capítulo

CAPÍTULO 6: Costes de producción de películas iberoamericanas*Cien años de perdón*: Vaca Films y Kramer & Sigman Films*El ciudadano ilustre*: A Contracorriente Films*El hombre de las mil caras*: Atresmedia Cine*El olivo*: Morena Films*El soborno del cielo*: Gestionarte Cine*Me casé con un boludo*: Patagonik Films*No culpes al karma de los que te pasa por gilipollas*: Zeta Cinema*Sin filtro*: Sobras International

SUBPROGRAMA MEDIA 2014-2020

817,6 M DE €

DIVERSIDAD CULTURAL Y
COMPETITIVIDAD



LA LLAVE HACIA
EUROPA Y MÁS ALLÁ
FORMACIÓN CONTÍNUA
DESARROLLO DE
PROYECTOS
DISTRIBUCIÓN Y
PROMOCIÓN

www.oficinamediaespana.eu

Síguenos:



MEDIA Desk Spain



@mediadeskspain



Creative
Europe
MEDIA

Fundación Cultural Oficina MEDIA España