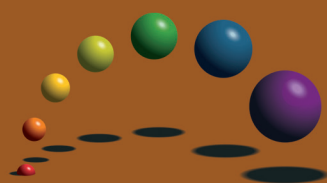




Panorama  
Audiovisual  
Iberoamericano

2021



egeda

 FIPCA



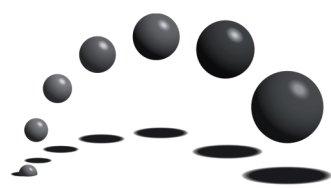
PANORAMA AUDIOVISUAL IBEROAMERICANO 2021





Panorama  
Audiovisual  
Iberoamericano

2021



**egeda**

 FIPCA

La elaboración, edición y comentarios de los datos del *Panorama Audiovisual Iberoamericano 2021* 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 todas las personas que han aportado sus experiencias y opiniones a través de sus textos y/o artículos (por orden alfabético):

**Adriana Castillo** (Coordinadora General de Platino Industria)  
**Antonio J. D'Jesus** (Director General EGEDA Venezuela)  
**Carlos Antón** (Directo Desarrollo de Negocio EGEDA)  
**Eduardo de la Parra Trujillo** (Secretario General EGEDA México)  
**Gabriel Salcedo** (Director de Asuntos Legales para América Latina de EGEDA)  
**Luis Caballero** (Redactor Jefe de la Revista Platino Educa)  
**Luis Villanueva** (Presidente y CEO de SOMOS GROUP)  
**María Priego** (Responsable de Proyectos de EGEDA)  
**Raúl Vázquez** (Gerente General EGEDA América Latina)  
**Steve Solot** (Asociado para Latinoamérica Olsberg-SPI)  
**Vanessa Velázquez** (Gerente Comercial de SPRING MEDIA)  
**Victor Sánchez** (Coordinador de la Unidad Técnica de Ibermedia)

Igualmente agradecemos a las instituciones y empresas que han colaborado con información, documentación o datos de relevancia para la edición de esta publicación (por orden alfabético):

**Barlovento Comunicación** ([www.barloventocomunicacion.es](http://www.barloventocomunicacion.es))  
**ComScore** ([www.comscore.com](http://www.comscore.com))  
**Fipca** (<http://www.fipca.com>)  
**Ibermedia** ([www.programaibermedia.com](http://www.programaibermedia.com))  
**Kantar Media** ([www.kantarmedia.com/es](http://www.kantarmedia.com/es))  
**Obitel** (<https://obitelar.wordpress.com/>)

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

@ EGEDA 2021. Entidad de Gestión de Derechos de los Productores Audiovisuales  
C/ Luis Buñuel, 2 – 3º (Edificio Egeda)  
Pozuelo de Alarcón, 28223 Madrid

Nº de depósito legal: M-26558-2014.



<i>INTRODUCCIÓN - Las industrias creativas y culturales y los fondos de recuperación</i>	11
<i>ARTÍCULO 1 - La mujer en el sector audiovisual</i>	23
<i>ARTÍCULO 2 - El papel de las comisiones filmicas para impulsar la actividad audiovisual y luchar contra los efectos de la pandemia</i>	29
<i>CAPÍTULO I - Producción Cinematográfica en Iberoamérica</i>	37
<i>ARTÍCULO 3 - La enseñanza del cine y el audiovisual en tiempos de pandemia. Entornos virtuales de formación (EVF)</i>	139
<i>CAPÍTULO II - La producción de ficción en Iberoamérica</i>	149
<i>ARTÍCULO 4 - Platino Educa: el cine y la educación como puentes para las culturas iberoamericanas</i>	227
<i>CAPÍTULO III - El cine iberoamericano más allá de sus fronteras</i>	235
<i>ARTÍCULO 5 - Viviendo tiempos interesantes. Tiempos de transición: la distribución y consumo de contenidos audiovisuales hoy y en el mundo postpandemia</i>	283
<i>CAPÍTULO IV - Una década de cine en Iberoamérica: 2011 - 2020</i>	291
<i>ARTÍCULO 6 - La gestión colectiva obligatoria. Alternativa para la observancia efectiva del derecho patrimonial de autor</i>	403
<i>CAPÍTULO V - Programa IBERMEDIA. Convocatoria 2020</i>	417
<i>ARTÍCULO 7 - ¿Es la banda sonora un elemento comercial en el audiovisual iberoamericano?</i>	489
<i>CAPÍTULO VI - Resumen y conclusiones</i>	497
<i>ARTÍCULO 8 - El derecho de comunicación pública de los productores audiovisuales frente a los hospedajes "Air BnB"</i>	525
<i>Nota metodológica</i>	531
<i>Fuentes y bibliografía</i>	539





2021

Celebremos el mejor de los  
**reencuentros**

VIII Edición  
**Premios PLATINO**





A dark brown silhouette of the continents of North and South America is positioned on the left side of the page, extending from the top to the bottom. The rest of the page has a solid, lighter brown background.

# INTRODUCCIÓN

LAS INDUSTRIAS CREATIVAS Y CULTURALES  
Y LOS FONDOS DE RECUPERACIÓN



## INTRODUCCIÓN

### LAS INDUSTRIAS CREATIVAS Y CULTURALES Y LOS FONDOS DE RECUPERACIÓN

*Por María Priego Velasco  
Carlos Antón Martínez*

A punto de cumplirse el primer cuarto del siglo XXI podemos decir que nuestra vida es comunicación, y que la comunicación es fundamentalmente audiovisual, ya que éste es el medio más utilizado y de mayor alcance. El sector audiovisual tiene un papel relevante en la economía y la sociedad, por su diversidad de oferta, el alcance de los productos y servicios relacionados, su capacidad para generar riqueza, influencia cultural, social y política. La industria audiovisual iberoamericana es un sector dinámico en expansión, que cada año mueve millones de euros y emplea a miles de personas.

Pero la cultura en general, y el audiovisual en particular, se han visto muy afectados por la crisis actual del coronavirus. Como todas las crisis, esta coyuntura puede significar una oportunidad para muchos sectores. En el presente artículo trataremos de analizar cómo aprovechar esta circunstancia en el sector creativo y cultural. Para ello, y con el ánimo de concretar, nos centraremos en España, sus datos pre-pandemia y, sobre todo, las opciones que se ofrecen al sector a partir de los planes estratégicos de recuperación y transformación económica establecidos por el gobierno de la nación.

Los resultados de la Cuenta Satélite de la Cultura (1) indican que, en 2018, la aportación del sector cultural al PIB español se cifró en el 2,4%, situándose en el 3,4% si se considera el conjunto de actividades económicas vinculadas con la propiedad intelectual, con una cifra de empleo de casi 700.000 personas (3,6% del empleo total en España). Las CCAA con mayor porcentaje de empleo cultural son Madrid (5,4%) y Cataluña (4,4%).

Por sectores culturales destaca el sector Audiovisual y multimedia con una aportación al PIB total en 2018 del 0,69%, lo que representa el 28,3% en el conjunto de actividades culturales, incluyendo entre otras las actividades de cine, vídeo, música grabada o televisión.

En 2018, el número de empresas cuya actividad principal es la cultura ascendió un 3,6 %, en la misma línea que el PIB, hasta alcanzar 122.673 empresas. Esta cifra representa el 3,7 % del total de empresas recogidas en el Directorio Central de Empresas del Instituto Nacional de Estadística. La mayor parte de ellas, el 82,2 %, 100.874, se corresponden con actividades de la industria o los servicios, tales como actividades de edición, de bibliotecas, archivos, museos, cinematográficas, de vídeo, de radio y televisión, o las artísticas y de espectáculos entre otras, y el 17,8 % restante, 21.799,

con actividades vinculadas al comercio o alquiler de bienes culturales. Casi todas estas empresas son PYMES o micro PYMES, pues menos del 1% tienen más de 50 trabajadores.

### EL AZOTE DE LA PANDEMIA

Según datos de la consultora Comscore, y tomando como referencia el audiovisual, la taquilla española **cerró 2020 con pérdidas de 446 millones respecto al año anterior**, una cifra que supone **un descenso del 72%**. La recaudación total fue de **169,7 millones de euros** y el año se cerró con **28,2 millones** de espectadores. Son números muy alejados del «gran año» 2019, así calificado por los exhibidores, con **105 millones de asistentes a las salas españolas** y **624,1 millones de euros** de recaudación, el mejor dato en los últimos diez años.

La crisis del COVID-19 ha supuesto la suspensión de un buen número de actividades sociales y de eventos populares. Desde abril de 2020, se calcula que se han cancelado o post-puesto más de 750 festivales en todo el mundo. De hecho, espectáculos y eventos de música en directo, cine y ferias profesionales han registrado su mayor bajada de la historia en 2020, llegando a desplomarse un -63,8%. No está previsto que se recuperen los niveles pre-pandemia hasta, al menos, 2024 (2).

Pero no todo son malos resultados, el confinamiento ha hecho que el consumo bajo demanda, tanto de video como de música y videojuegos, aumente de forma significativa. Ejemplos como Disney+, que fue lanzada en plena pandemia y que en unos meses ha llegado a más de 50 millones de suscriptores en el mundo, es un ejemplo de ello. Respecto al contenido audiovisual en línea, tanto las plataformas en streaming, como las OTT en sus diferentes modalidades, VOD, SVOD, TVoD presentan unas perspectivas de crecimiento que les harán multiplicar sus ingresos por una cifra que se sitúa entre 1,5 y 2,5 de aquí a 2025.

Respecto a la música, si esta ya se escuchaba en streaming, como consecuencia del confinamiento, el número de suscriptores se ha incrementado en un 35% en España. Esto nos sitúa en un escenario bien diferenciado entre el consumo cultural que se realiza como público de un espectáculo o el consumo cultural en el ámbito privado, del hogar y familiar. Si bien el primero se ha visto profundamente afectado y tardará en recuperarse, el segundo se ha visto potenciado, siendo calificado de “tabla de salvación” ante la falta de alternativas para emplear el tiempo libre.

### EL REGRESO A LA NORMALIDAD

Durante todo este tiempo se ha hablado repetidamente sobre la vuelta a la normalidad, pero ¿qué es la pretendida normalidad? Si por ello entendemos una situación pasada, que añoramos bajo el pensamiento de que “cualquier tiempo pasado fue mejor”, más vale que corriamos cuanto antes nuestras percepciones y nuestras expectativas, pues muchos de los recientes cambios en los hábitos del consumidor arraigarán y se consolidarán, haciendo que la situación pasada nunca vuelva a suceder, ni por contexto ni por respuesta de los consumidores.

Del mismo modo, en un sector, el de la cultura y el entretenimiento, que ya se encontraba en constante evolución antes de la pandemia, la crisis no ha hecho sino acelerar algunos cambios que ya se perfilaban en el horizonte y que se han visto acuciados por la necesidad, siendo programados, testados y puestos en circulación en tiempo récord. Quien ha logrado mejorar sus resultados por esta vía no va a dar marcha atrás. En este contexto, triunfarán las compañías capaces de abordar con agilidad los cambios y de capitalizar las nuevas oportunidades.

Por ello, en el nuevo panorama de “normalidad”, es imprescindible atender a una serie de factores clave, en los que el consumidor o usuario final tiene cada vez más protagonismo y poder de influencia y decisión sobre el éxito o fracaso de cada iniciativa.

En primer lugar, si ya era una reclamación generalizada la necesidad de flexibilizar los horarios, de pasar más tiempo en casa, de poder conciliar vida laboral y familiar, el confinamiento nos ha demostrado que la productividad de un importante porcentaje de la actividad laboral y profesional no depende de estar presencialmente en el puesto de trabajo asignado en una oficina. Hay casos tan significativos como el del Ayuntamiento de Madrid, que ha sido capaz de poner a miles de funcionarios en “modo teletrabajo” en poco tiempo, sin que se resienta el servicio prestado. Este cambio va a provocar que la oferta de productos y servicios culturales en el ámbito del hogar aumente.

Por otro lado, este aumento crea un gran problema al consumidor final, ya que la oferta es tan abrumadora (y va a seguir creciendo), que solo el tiempo que se emplea en decidir lo que se quiere consumir es en sí mismo una tarea ardua y que puede consumir mucho tiempo. Por ello, se abre una gran oportunidad para los sistemas basados en Inteligencia Artificial que sirven de ayuda para seleccionar y consumir.

Y finalmente, desde el punto de vista del usuario, y ante tanta oferta, de alguna manera habrá que diferenciarse, pues de otra forma solo aquellos capaces de invertir grandes sumas de dinero en promoción y publicidad y por tanto capaces de colocar ese impulso de compra en el subconsciente de sus clientes a través del mensaje repetido, tendrán una visibilidad suficiente para poder captar clientes. Los que no tengan esa fuerza y no tengan algo atractivo, diferente que ofrecer, caerán en el limbo de la oferta creativa y cultural, tropezando de vez en cuando con un consumidor, pero sin que ello sea suficiente para subsistir. Es decir, o eres grande o eres una “tienda gourmet en contenidos”.

## DESASTRE U OPORTUNIDAD

La crisis ha supuesto una gran oportunidad para los grandes operadores on demand. Alguno de ellos, como Netflix ya estaban, y otros han aprovechado para acelerar su llegada, sabiendo que era ahora o nunca. Los bares y restaurantes también se han tenido que reinventar, pero es transformarse o morir, y es en esta circunstancia donde el hombre es capaz de sacar lo mejor de sí mismo. ¿Quién podía imaginar hace dos años que, en San Sebastián, la antítesis de la comida rápida, la cuna del tapeo y de los bares de pinchos, te iban a servir en tu domicilio en forma de “tele-pincho” ante el cierre nocturno de la restauración? Iniciativas como Glovo han aprovechado esta circunstancia. El sector creativo y cultural tiene que encontrar igualmente sus oportunidades tras la crisis y utilizarlas para reinventarse.

## LA REACCIÓN DE LOS GOBIERNOS. LOS PLANES DE RECUPERACIÓN

El parón de la economía ha sido tan brusco, que nadie discute la necesidad de que los estados y las diferentes administraciones públicas empleen los recursos públicos en paliar las consecuencias de esta crisis. Sin embargo, y ante la magnitud de los recursos empleados, es necesario contar con unos criterios unificados que sirvan para dirigir los fondos aportados hacia una dirección que garantice el robustecimiento del tejido económico, empresarial y social a medio y largo plazo. Por ello, la Unión Europea busca proyectos de las siguientes características:

1. Innovadores y novedosos (no se va a financiar actividad ya existente), pues hay que aventurarse a nuevas formas de hacer, a emprender, a innovar, arriesgándose incluso a fracasar.
2. Con implicación inversora de sus promotores, como garantía para lograr la implicación del emprendedor.
3. Con un plan de negocio sostenible a medio plazo (3 años), pues se busca primar a los proyectos que no sean efímeros, ni en resultados ni en su duración en el tiempo.
4. En competencia competitiva, pues los recursos son limitados, se deben aplicar a los mejores proyectos, a los que más beneficio devuelvan a la sociedad en forma de resultados.

5. Favoreciendo los mecanismos de financiación preferencial como complemento a las ayudas directas.

A partir de estas premisas, España ha elaborado un Plan de Transformación, Recuperación y Resiliencia (PRTR), que se estructura en torno a cuatro ejes transversales alineados con las agendas estratégicas de la UE, la Agenda 2030 y los ODS de Naciones Unidas:

- Transición ecológica.
- Transformación digital.
- Cohesión social y territorial
- Igualdad de género.

Los cuatro ejes se concretan en 10 políticas palanca y 30 componentes, que articulan el programa de inversiones y reformas previstas para el periodo 2021-2023. Cada componente se centra en un reto u objetivo concreto e incluye reformas e inversiones que contribuyen a alcanzar dichos objetivos o superar los retos.

Respecto a las Industrias Creativas y Culturales, el PRTR dedica una de las 10 políticas palanca, concretamente la novena, que centrada en el impulso de la industria de la cultura y el deporte, se estructura en 3 componentes:

- Componente 24. Revalorización de la industria cultural,
- Componente 25. España Hub Audiovisual de Europa (Spain AVS Hub).
- Componente 26. Plan de fomento del sector del deporte.

Los fondos europeos para la recuperación económica ascienden a 750.000 millones de euros en el periodo 2021-2023, de los que 140.000 millones € corresponden a España a través El Plan de Transformación, Recuperación y Resiliencia (PRTR). Al Ministerio de Cultura le corresponden 825 millones, con el siguiente desglose:

- 325 millones: Componente 24, Revalorización de la industria cultural,
- 200 millones: Componente 25. España Hub Audiovisual de Europa (Spain AVS Hub). No obstante, este componente tendrá financiación adicional contando con un total de 1.603 millones € de inversión pública total, canalizada de forma transversal a través de otros ministerios.
- 300 millones: Componente 26. Plan de fomento del sector del deporte.

Los dos primeros componentes, que son los que tienen que ver directamente con las ICC, proponen una serie de reformas, como el desarrollo del estatuto del artista, el fomento de la inversión, el mecenazgo cultural y la participación, el refuerzo de los derechos de autor y los derechos conexos y la reforma de la ley audiovisual.

Para las inversiones, que preferentemente deberán estar alineadas con los ejes estratégicos y dar respuesta a las reformas planteadas, el gobierno español articula una serie de aspectos prácticos para regular su canalización:

1. Instrumentos legales de canalización:

- Concurrencia competitiva: Licitaciones de contratos públicos y convocatorias de subvenciones.
- Colaboración público-privada directa: convenios (normalmente entre Administraciones),



consorcios público-privados (entidades con personalidad jurídica propia para desarrollo de actividades de interés común) y sociedades de economía mixta (entidades con personalidad jurídica propia con un 51% de capital público).

· Planes Estratégicos de Recuperación y Transformación Económica (PERTE). Creado por el RD 36/2020 para canalizar fondos a través de proyectos estratégicos. Se prevé que se realicen 2 ó 3 PERTEs al año. Los PERTE se apoyarán en los instrumentos anteriores, es decir, convocatoria de subvenciones, convenio, etc.

2. Otros instrumentos utilizados por las Administraciones Públicas: Manifestaciones de interés (MDI). No se trata de convocatorias de ayudas ni un procedimiento administrativo reglado, sino un mecanismo para conocer las necesidades sectoriales de las empresas españolas, y poder orientar las futuras convocatorias en dicho sentido.

3. También es interesante destacar quien tendrá la competencia en ejecutar los fondos, ya que ésta recaerá en un 45% en el propio gobierno de la nación, dejando un 45% a las comunidades autónomas y el 10% restante a las corporaciones locales.

4. Como regla general, el Mecanismo de Recuperación y Resiliencia solo financiará gastos no recurrentes que supongan un cambio estructural y tengan un impacto duradero sobre la resiliencia económica y social, la sostenibilidad, la competitividad a largo plazo y el empleo. Abarca un amplio abanico de inversiones en capital humano (educación, formación, salud, protección social...), capital fijo (infraestructuras, I+D+i...) y capital natural (fuentes de energía renovable natural, protección y restauración del medio ambiente, mitigación o adaptación al cambio climático...). Todas estas inversiones pueden canalizarse a través de instrumentos financieros, esquemas de ayudas, subsidios u otros mecanismos (3).

## ¿QUÉ PAPEL JUEGAN LAS ICC EN LA RECUPERACION?

La obligación de clausurar temporalmente las actividades no esenciales, algo que no había sucedido en Europa desde hace casi un siglo, nos ha hecho conscientes de que la cultura es un bien de primera necesidad y que por tanto tenemos que incluir entre las prioridades de nuestra sociedad.

El arte y las humanidades nos proporcionan un esparcimiento que alivia la cotidianeidad, y sirven, además, para desarrollarnos como personas, reforzando los lazos que nos mantienen unidos como sociedad. En el confinamiento, aunque haya sido en el ámbito doméstico, la cultura nos ha salvado. A través de un libro, nuestra música, el cine, las series, hemos tenido un encierro un poco más llevadero. Pero la cultura no solo puede aportar a la sociedad desde el punto de vista del esparcimiento y el entretenimiento. En febrero de 2021 se celebró en Luxemburgo una conferencia sobre la convocatoria europea para la constitución de nuevos centros pertenecientes a la red europea de Digital Innovation Hubs (EDIH). En el discurso de apertura, Francesca Bria destacó que si bien las nuevas tecnologías digitales se desarrollan a una velocidad nunca vista y tienen un impacto en todos los aspectos de nuestra vida, siendo cruciales para desarrollar nuestra economía, crear nuevos puestos de trabajo y salvaguardar nuestras sociedades y nuestros valores, no basta con acelerar la digitalización, sino que es necesario dirigir el uso de las tecnologías digitales para lograr la sostenibilidad social y medioambiental. En este sentido instaba a la colaboración de la cultura y las artes, de forma transversal, con todos los sectores económicos y sociales, ya que la creatividad artística y el diseño pueden jugar un rol muy importante en la transformación sistémica.

La señora Bria destacaba como la experimentación artística permite un uso imprevisto de la tecnología y el arte, lo que puede hacernos reflexionar críticamente sobre el papel de lo digital en la sociedad, de cara a lograr que la tecnología se centre en lo que realmente importa a las personas. Desde su punto de vista, para que Europa sea competitiva hay que hacerlo desde nuestra fuerza cultural, nuestra historia y nuestros valores. En este aspecto, el rol de las artes es crucial y por eso la

Comisión Europea ha planteado la idea de incluir la cultura y las artes en los DIH en toda Europa, lo que representa una gran oportunidad para el sector.

Destacan las iniciativas específicas que la Comisión Europea ha desarrollado en los últimos años, como la iniciativa S+T+ARTS, relativa a la innovación en el ámbito de la ciencia, la tecnología y las artes, pues la consecución de los objetivos de desarrollo sostenible a través de la innovación requieren nuevas formas de adquisición de conocimientos, nuevos actores que contribuyan al ecosistema y nuevas formas de emprendimiento que pueden fomentarse, por ejemplo, integrando los enfoques START en los DIH.

Los métodos basados en prácticas artísticas son ideales para la innovación, deben trascender del entorno artístico e informar la innovación productiva ayudando a dar forma a los prototipos sostenibles del mañana, por ejemplo, mediante proyectos que impliquen artes e inteligencia artificial o computación de alto rendimiento, música, biotecnología, robótica y sus economías circulares.

El vínculo entre arte y sostenibilidad también fue promulgado por la presidenta de la Comisión Europea, Ursula von der Leyen, declarando que la transición climática necesita su propia estética distintiva. Y prometió crear un espacio de co-creación en el que arquitectos, artistas, estudiantes, ingenieros, científicos y diseñadores trabajasen juntos para combinar estilo con sostenibilidad.

### Y DESDE LAS ICC, ¿Qué PODEMOS APORTAR?

Las industrias culturales y creativas, además del importante papel que han asumido durante la pandemia, van a desempeñar un papel esencial en la recuperación económica del país, no sólo por su impacto directo y el impulso del consumo, sino también por la influencia que tiene la cultura en otras industrias, como el turismo.

Este alto potencial de contribuir a la recuperación del país que tienen las industrias culturales y creativas debe plasmarse en la formulación de propuestas o iniciativas que tengan un impacto duradero sobre la resiliencia económica y social, la sostenibilidad, la competitividad a largo plazo y el empleo y que estén alineadas con el Plan de Recuperación Transformación y Resiliencia y centradas principalmente en la “política 9: Impulso de la industria de la cultura y el deporte”, aunque estrechamente relacionadas con otras políticas palanca del Plan como la “5: Modernización y digitalización del tejido industrial y de la pyme, recuperación del turismo e impulso a una España nación emprendedora” o la “7: Educación y conocimiento, formación continua y desarrollo de capacidades”.

Por el carácter dinamizador de la economía, desde las ICC se puede impulsar la **creación de nuevas ferias y mercados** de referencia internacional en los ámbitos creativo y cultural, videojuegos, educación, desarrollo de iniciativas deportivas y desarrollo rural.

Estamos hablando de un **mercado audiovisual** de compra y venta de derechos de cine y series, y coproducción de contenidos, de un gran mercado de **turismo audiovisual**, capaz de generar oportunidades para los operadores turísticos, alrededor de las localizaciones de las series y películas de mayor audiencia y más seguidas, de un mercado de los **contenidos audiovisuales y videojuegos aplicados a la educación** en el que las distintas instituciones educativas puedan entrar en contacto con los desarrolladores y las distintas plataformas que ofrecen contenidos para la educación y formación, y de mercados de promoción del desarrollo de **iniciativas** culturales, creativas y deportivas en el **ámbito rural**, promoviendo la interacción entre los contenidos y los emprendedores locales.

El **emprendimiento** constituye una de las fuerzas más importantes del desarrollo económico en tiempos de crisis y en este contexto una posible línea de actuación sería la constitución de un espacio de emprendimiento en torno a los sectores creativo y cultural, videojuegos, desarrollo de iniciativas deportivas y desarrollo rural, que sirva además de actividad tractora del centro, con

una amplia oferta de servicios, incluida la capacitación, no sólo para las empresas del sector, sino también de otros sectores productivos.

La necesidad de adaptación de la educación a la realidad de nuestros jóvenes en la que el consumo del audiovisual y el videojuego se han convertido en sus herramientas de comunicación o medio formativo, genera otra propuesta para las empresas de desarrollar nuevas **herramientas educativas y dotarlas de contenidos**, conectando con los alumnos a través del cine, captando su atención, promoviendo el pensamiento crítico y la alfabetización audiovisual, y proporcionando herramientas de aprendizaje que los jóvenes entiendan y reciban mejor, al tiempo que se contribuye a la recuperación económica y generación de empleo.

El **fomento de nuevos festivales de cine y series y de música** constituyen una manifestación del consumo cultural de masas característico de la sociedad en que vivimos, por ello, son grandes dinamizadores del sector cultural que se han convertido en un potente factor de atracción turística con un fuerte impacto económico en el destino donde se celebran, y en el posicionamiento de la marca turística.

También se pueden desarrollar importantes iniciativas de **desarrollo cultural en entornos rurales** que contribuyen al desarrollo y recuperación económica de las comunidades rurales, como las relacionadas con la conservación del patrimonio.

Por otra parte, para llevar a cabo actuaciones y proyectos necesarios para impulsar la recuperación y transformación económica del país, las ICC deben ser conscientes de la importancia de participar en las diversas actuaciones, programas e iniciativas que se están llevando a cabo por las autoridades nacionales y europeas, y utilizar las herramientas disponibles que favorezcan su participación en proyectos impulsores de la economía.

En este sentido, cabría destacar la posibilidad de participación en las manifestaciones de interés o invitaciones cursadas por los diferentes Ministerios con el fin de identificar ideas y proyectos para articular las acciones previstas dentro del Plan de Recuperación, como, por ejemplo, la publicada por el Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital para las acciones previstas dentro del componente 25 “Spain Audiovisual Hub” del Plan de Recuperación.

Para las industrias creativas y culturales también resulta esencial pertenecer a entornos innovadores, por ejemplo organizándose en forma de clústeres sectoriales, de forma que a través de equipos y estrategias de trabajo conjuntas se generen nuevos modelos de negocio enfocados al mercado que puedan servir de eje transformador del sector y que además les permita obtener las ventajas y/o beneficios derivados de la ejecución de proyectos conjuntos de carácter innovador y les asegure la competitividad y visibilidad internacional de las empresas que lo constituyen.

Finalmente, debe ponerse de manifiesto la importancia de la integración de las artes con la ciencia y la tecnología en la promoción de la innovación digital. Los grandes retos a los que nos enfrentamos necesitan de ideas creativas e innovadoras, por ello la Comisión Europea ha planteado la idea de incluir las artes en los Centros de Innovación Digital (CID) o Digital Innovation Hubs (DIH), en toda Europa, concebidos como “ventanillas únicas” a través de las cuales, las empresas puedan acceder a la información, los servicios, y las instalaciones que precisan para abordar con éxito sus procesos de transformación digital.

También en esta línea, cabría citar las iniciativas específicas que la Comisión Europea ha desarrollado en esta materia en los últimos años, como la iniciativa S+T+ARTS (Science, Technology & the Arts) relativa precisamente a la innovación en el ámbito de la ciencia, la tecnología y las artes.

## CONCLUSIONES

La pandemia nos ha cambiado. El impacto ha sido tan importante que ha cambiado significativamente el mapa de la oferta y la demanda y, por tanto, de las empresas que se desenvuelven en el mismo. Unos han desaparecido, otros han quedado muy tocados, algunos se han robustecido y otros han llegado. Los gobiernos se han visto obligados a reaccionar para tratar de recuperar la competitividad y la actividad económica lo antes posible, y si bien en este artículo se analiza el caso español en relación con Europa, cada país iberoamericano ha establecido sus propios planes y mecanismos de ayuda para la recuperación. No obstante, hay algunos puntos comunes en dichas políticas de recuperación, y que tienen que ver con ayudar a aquellas empresas e instituciones que aporten proyectos de futuro, innovadores y capaces de pervivir en el tiempo.

La forma de ayudar también ha cambiado, pues las ayudas directas (subvenciones a fondo perdido), deberán estar complementadas con una coinversión significativa por parte de cada emprendedor y ante la falta de recursos, se está favoreciendo el acceso a la financiación en condiciones muy favorables, pero sin olvidar que estos recursos son un préstamo, no una subvención.

Respecto a las industrias creativas y culturales, tenemos que estar atentos a los cambios en los hábitos de consumo, que irán evolucionando y se irán asentando, no de forma estática, sino más bien en un equilibrio dinámico en constante transformación. Es algo que da un poco de vértigo, pero no es algo que podamos cambiar y por tanto lo debemos considerar una nueva regla de juego. Por el lado de las oportunidades, lo más destacable es la necesidad de que otros sectores se apoyen en la creatividad y expresividad de la cultura y las artes para favorecer su desarrollo. Por tanto, debemos ser resilientes ante la adversidad, pero a la vez muy flexibles a la hora de encontrar nuevas oportunidades y poner en valor nuestras capacidades en un mundo y una economía que cada vez nos necesitan más.

Por último, respecto a los fondos de recuperación, tanto en Europa, en España y el resto de los países iberoamericanos, se ha invertido mucho tiempo y recursos para tratar de diseñar los mejores mecanismos para su articulación. Los fondos son muy significativos y las convocatorias para acceder a los mismos van a ser muy numerosas y emitidas desde instituciones muy diversas. Ante la incertidumbre que esto pueda generar y la complejidad del procedimiento, la recomendación es centrarnos en lo que sabemos hacer, explorar las oportunidades de nuestro sector creativo y cultural, transformarnos, seguir a nuestras audiencias y ampliar nuestro campo de actuación a la colaboración con otros sectores. Una vez que tengamos claro donde queremos estar, y no antes, busquemos los recursos y las ayudas que pueden impulsar nuestros planes. De esta forma nuestro sector saldrá fortalecido de esta crisis.

## NOTAS

1. <http://www.culturaydeporte.gob.es/dam/jcr:17c40bc7-976c-4a55-a1d8-4e8f40a06c77/nota-resumen-cuenta-satelite-de-la-cultura-2020.pdf>
2. Informe PwC <https://www.pwc.es/es/entretenimiento-medios/entertainment-media-outlook-espana-2020-2024.html>
3. <https://www.ceoexeuropa.es/proyectos/>  
<https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/es/pdf/2021/01/guia-fondos-europeos-recuperacion.pdf>



**María Priego.** Responsable de Proyectos EGEDA.

Especialista en Fondos Estructurales y de Inversión Europeos, cuenta con 20 años de experiencia en proyectos de verificación y asesoramiento a las Administraciones Públicas, en particular, a las Autoridades de Gestión y Organismos Intermedios de los fondos europeos a lo largo de los distintos marcos financieros plurianuales de la Unión Europea, así como en trabajos relacionados con el control de los distintos tipos de ayudas y subvenciones otorgadas por organismos nacionales e internacionales, y en materia de contratación pública, tanto en su vertiente de verificación y control financiero, como en la de evaluación de sistemas de control y gestión.

Cuenta con formación específica en materias tales como la Ley General de Subvenciones, la Ley de Contratos del Sector Público y la normativa relativa a Fondos Estructurales de la Unión Europea. Certified Fraud Examiner (CFE).



**Carlos Antón.** Director de Desarrollo de Negocio de EGEDA.

Carlos Antón es Ingeniero Industrial por la Universidad Politécnica de Madrid y Master en Administración y Dirección de Empresas por el IESE (Universidad de Navarra). En la actualidad es Director de Desarrollo de Negocio en EGEDA, asumiendo responsabilidades en nuevos proyectos y negocios en los distintos ámbitos y territorios en los que trabaja EGEDA. Es consejero y Secretario del Consejo de Administración de CreA SGR (sociedad de garantía recíproca para el sector creativo y cultural). Es miembro del Patronato de la Fundación Cultural Oficina MEDIA España, del Consejo Directivo de ARIBSAN y forma parte del equipo de Dirección de los Premios PLATINO del cine iberoamericano y del Comité Ejecutivo de Platino Industria.

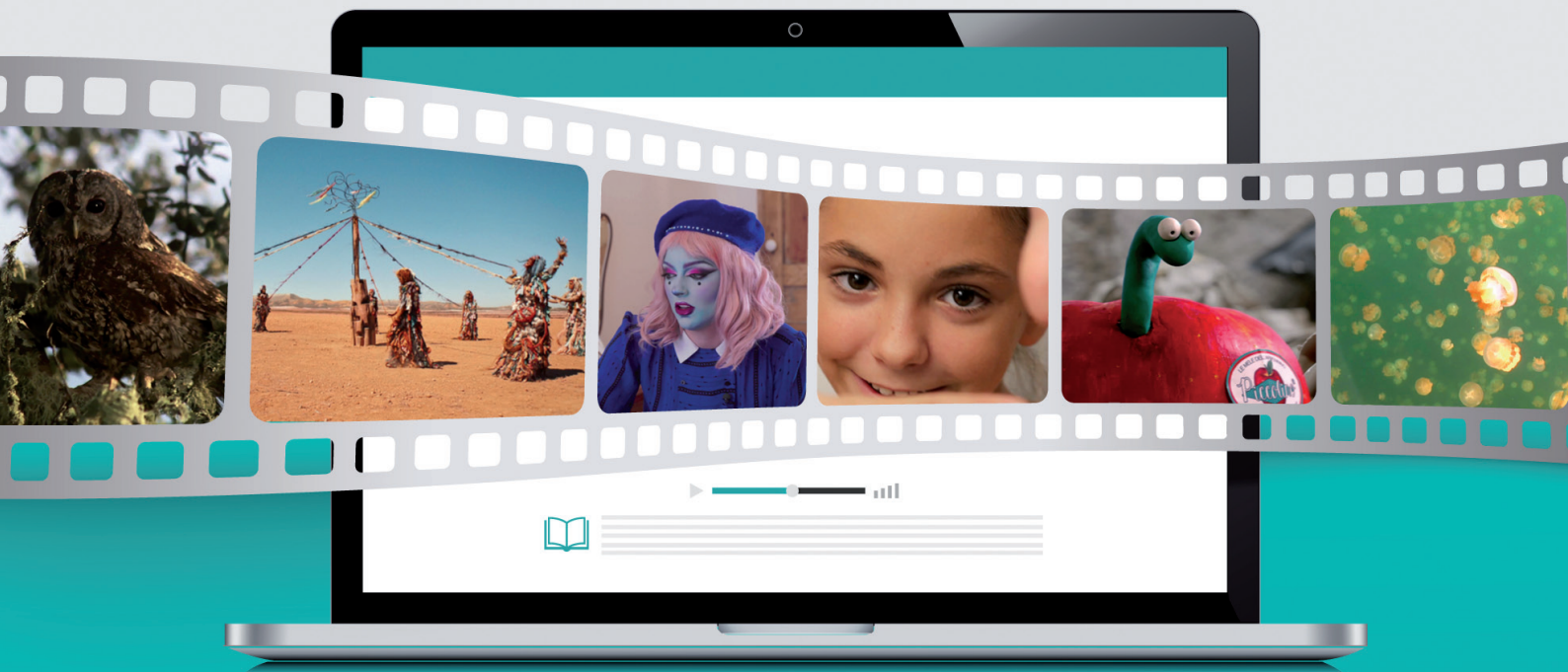
Anteriormente Carlos dirigió durante más de 10 años la unidad de Consultoría de Negocio en la multinacional GETRONICS.

Comprometidos con la  
AGENDA 2030



# platino EDUCA

Plataforma educativa



## CINE PARA EDUCAR

Descubre una nueva forma de impulsar  
el desarrollo en la educación a través del cine.

[www.platinoeduca.com](http://www.platinoeduca.com)  
[info@platinoeduca.com](mailto:info@platinoeduca.com)



egeda



# LA MUJER EN EL SECTOR AUDIOVISUAL





## LA MUJER EN EL SECTOR AUDIOVISUAL

*Por Vanessa Velázquez*



En la industria audiovisual la estructura corporativa y laboral está mayoritariamente integrada por hombres.

Basta recorrer algunas publicaciones especializadas del sector para dar cuenta de que quienes administran los presupuestos y, en definitiva, toman las decisiones en su mayoría son hombres y son quienes tienen más visibilidad.

En este mismo contexto, cuando una ejecutiva de la industria alcanza un cargo de cierta responsabilidad y jerarquía, por lo general, se encuentra bastante sola y rodeada de hombres. En muchos casos, no obtiene la misma difusión o apoyo.

En los últimos años, y de manera sostenida, la inclusión de las mujeres en altos cargos ejecutivos ha ido aumentando, y es cada vez más grande el número de mujeres que ocupan altos cargos ejecutivos en la industria latinoamericana. Y es en este contexto que nace **Worldwide Audiovisual Women's Association (WAWA)**

Worldwide Audiovisual Women's Association (WAWA) es una organización sin fines de lucro, que existe para ser una red activa de colaboración que refuerce el papel de la mujer y su desarrollo en la industria audiovisual.

Red de mujeres líderes de la industria audiovisual que comparten su experiencia y conocimiento para impulsar a las nuevas generaciones, promover el desarrollo de contenido propio y su distribución.

Liderazgo: Elevar nuestras capacidades y forjar un futuro mejor.

Colaboración: Potenciar nuestro talento colectivo.

Ética: Generar relaciones transparentes que permitan el crecimiento profesional positivo.

Calidad: Llevar a cabo objetivos con profesionalismo y ética.

Equidad: Generar una red de colaboración mundial para el desarrollo de la mujer en el sector audiovisual.

Compromiso: llevar a cabo esta labor con el mayor compromiso y entusiasmo para cumplir los objetivos planteados.

Aun cuando el mundo está atravesando una situación crítica que afecta a todas las industrias, a causa de la progresión del Covid-19, la organización **Worldwide Audiovisual Women's Association (WAWA)** asume una posición proactiva convocando a web conferences para trazar los caminos a seguir y compartir ideas que se transformen en soluciones integrales tanto para la organización como para la industria a la que pertenecen.

“Proactivas ante la adversidad”, es el nombre de la campaña que WAWA lanza desde distintos enfoques para incentivar encuentros, interacción y aportar ideas que construyan en la coyuntura actual.

Directoras del Board, *Mentoring Leaders* y colaboradoras de WAWA realizan eventos virtuales con la conexión de más de 300 mujeres de 11 países, bajo la organización de Roxana Rotundo, quien es parte de la junta directiva de la organización y CEO de VIP 2000 TV.

Una alianza sin precedentes con Lifetime TV, canal perteneciente a A&E Networks, cuyos alcances implican el impulso de ideas de cooperación en eventos, producciones y difusión de los objetivos de WAWA en distintas plataformas.

Cecilia Gómez de La Torre, una de las fundadoras de la organización y gerente general de Tondero Distribution en Perú, explica que en el marco de este importante acuerdo con Lifetime se plantean dos proyectos: “Mujeres siendo mujeres”, y “Juguemos igual en pantalla”, con los cuales se realizan acciones colaborativas estratégicas.

Vanessa Velázquez, gerente comercial de Spring Media en México, y parte de la junta directiva de WAWA, comenta que la alianza con Lifetime es muy significativa, ya que, a pesar de la suspensión de muchas actividades por la coyuntura relacionada con el Covid-19, siguen trabajando para consolidar otros proyectos de gran envergadura, como la participación conjunta en eventos como los premios Emmys, y los premios Ariel en México.

María Elena Useche, presidenta de High Hill Entertainment y miembro de la junta directiva de WAWA, dio a conocer el desarrollo de un plan de comunicaciones cuyo objetivo será difundir con mayor profundidad las labores de esta organización, involucrando no solamente a los medios de comunicación, sino generando contenidos que narren las historias de éxito y liderazgo de cada mujer ejecutiva que es parte de esta asociación.

Los esfuerzos locales que desarrollan las líderes WAWA en cada país, suman para construir una palestra mucho más sólida en la que podrán apoyarse quienes forman parte de la organización, así como también estudiantes, creativas y toda aquella persona involucrada con la industria audiovisual que tenga interés en ser parte de la historia que escriben estas mujeres.

Esta crisis nos ha unido más en la asociación”, destacó Liliam Hernández, fundadora de WAWA, quien usa el slogan “Unidas somos más fuertes”.

La Convocatoria de Proyectos WAWA, concurso a través del cual se impulsa a las mujeres de la industria audiovisual, nuevas cineastas, y estudiantes de todo el mundo a la difusión de sus proyectos, bien sean cortometrajes, películas, unitarios o documentales. Tuvo como base, buscar y destacar la equidad de la mujer dentro de la industria, se realizó a través de la web y canales digitales de comunicación de WAWA.

De cara al 2021 y transformando el lema de 2020, en “proactivas ante la adversidad”, WAWA comienza el año con el anuncio de su primer **WAWA Business Forum**, un encuentro de producción,

debate y networking, en el que sus asociadas podrán presentar sus contenidos a diversos tomadores de decisiones, y ejecutivos clave de la industria con miras a la realización de sus proyectos. Esta es una de las tantas acciones que obedecen a la misión fundamental de WAWA.

WAWA se constituye como un espacio de encuentro y de unión de mujeres ejecutivas de la industria para generar y promover oportunidades de negocio.

Y en ese mismo sentido, la organización ya cuenta con una serie de eventos programados para el primer semestre de 2021, como por ejemplo, alianza con Academy of Televisión, Arts & Sciences en el que un grupo de socias representará a la asociación como jurado en la próxima edición de los premios EMMY Awards.

Lograr la equidad de género es una demanda social que se ve reflejada en cada industria, crece, se consolida y se sostiene año tras año. La comisión directiva de WAWA comprende que la mejor manera de lograrla es construir y tender puentes. Y esto se refleja en sus objetivos trazados.

Todas las mujeres que conforman la asociación han logrado en solitario llegar a ocupar altos cargos ejecutivos dentro de la industria, WAWA ha demostrado que la unión hace la fuerza y en la actualidad ya cuenta con más de 400 socias activas. Esto la ha llevado a convertirse a lo largo de sus casi cinco años de existencia en un caso de éxito dentro de la industria audiovisual por ser un espacio en el que se gestan, proponen y consolidan negocios entre sus asociadas.





## 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](http://www.egeda.com)



[www.youtube.com/veoclips](http://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](mailto:octavio.dapena@egeda.com) o [juan.alia@egeda.com](mailto:juan.alia@egeda.com)



EL PAPEL DE LAS COMISIONES FÍLMICAS PARA  
IMPULSAR LA ACTIVIDAD AUDIOVISUAL Y LUCHAR CONTRA  
LOS EFECTOS DE LA PANDEMIA



## EL PAPEL DE LAS COMISIONES FÍLMICAS PARA IMPULSAR LA ACTIVIDAD AUDIOVISUAL Y Luchar CONTRA LOS EFECTOS DE LA PANDEMIA

*Por Steve Solot*

### **¿Qué es una comisión fílmica y para qué sirve?**

Una comisión fílmica, normalmente, es una organización pública con un mandato gubernamental, sin fines de lucro, que atraen equipos de producción de contenido audiovisual (incluidas películas, series de televisión, documentales, anuncios comerciales. etc.) para filmar en su respectiva jurisdicción, y ofrecen apoyo para que las producciones puedan realizar su trabajo de forma más eficiente.

La comisión fílmica también ofrece un valor agregado para todo el sector audiovisual, y todas las industrias locales relacionadas en las áreas de economía, cultura y turismo, destacando como un instrumento fundamental en la cadena de valor de políticas públicas. Por lo tanto, como se explica con detalle más abajo, la comisión fílmica como componente integral de la industria audiovisual, tiene un papel significativo también en la recuperación económica de los efectos devastadores y la parálisis de la producción en la industria audiovisual de la pandemia del Covid-19.

### **¿Cuáles son las funciones de una comisión fílmica?**

La comisión fílmica tiene el mandato formal de representar a su jurisdicción en todos los asuntos relacionados con los rodajes y, por lo tanto, actuar como enlace entre los gobiernos locales y las comunidades, con las entidades de producción mediante la educación, el establecimiento de estándares de profesionalismo y la centralización de la información de producción. La mayoría de las comisiones fílmicas realizan un conjunto de funciones que incluyen:

- Actuar como asesor oficial del gobierno sobre política, legislación y regulaciones necesarias para la producción y promoción del cine, la televisión y las industrias multimedia relacionadas.
- Actuar como intermediario oficial en representación del gobierno con el sector audiovisual, y viceversa.
- Comercializar y promover su región como un lugar rentable y de calidad para producciones locales e internacionales utilizando una variedad de herramientas.

- Crear catálogos que compilen una base de datos de personal, talentos, servicios, instalaciones y equipos disponibles localmente en la región, y promover su uso entre los cineastas locales e internacionales.
- Asesorar a los productores sobre cualquier otro aspecto de la producción, incluidos, entre otros, los estatutos municipales, reglamentos de movilidad y de tráfico, la legislación y prácticas responsables con el medio ambiente y la legislación y las prácticas laborales.
- Apoyar las oportunidades de aprendizaje y formación para desarrollar habilidades en el sector.
- Realizar y coordinar investigaciones en todas las áreas de producciones cinematográficas, televisivas y multimedia a nivel local e internacional, y estar informado sobre las mejores prácticas dentro del desarrollo y la gestión de la industria audiovisual, no solo a nivel regional o nacional, sino a nivel global.
- Recopilar datos estadísticos y preparar informes robustos que respaldan y visibilizan el quehacer de la industria audiovisual en su jurisdicción.
- Recaudar fondos para los programas y proyectos de la organización (cuando sea necesario).
- Realizar la promoción de expresiones y valores culturales y étnicos, activos históricos locales, y talentos artísticos de la región.
- Promover la capacitación de técnicos del sector audiovisual.
- Valorar la imagen local y la percepción nacional e internacional de la jurisdicción.

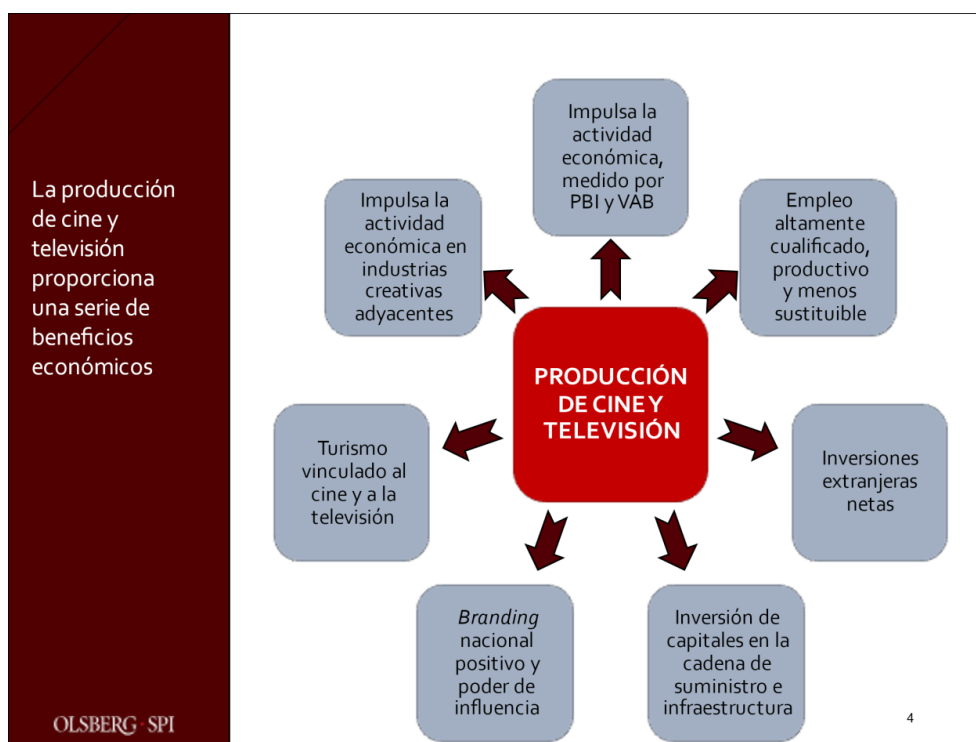
### ¿Cuál es la relación de la comisión fílmica y la industria audiovisual con el desarrollo económico?

Las comisiones fílmicas pueden desempeñar un papel importante en la estrategia de desarrollo económico de una ciudad o estado. No es una coincidencia que en los EE.UU., como en muchos otros países, las comisiones fílmicas sean parte de las oficinas de desarrollo económico de una entidad gubernamental en su respectiva región. En América Latina en general, las comisiones fílmicas están normalmente subordinadas a un Ministerio o Secretaría de Cultura, pero eso no impide que tengan un efecto positivo en la economía local.

La metodología empleada para medir los beneficios económicos de los rodajes se conoce como **Estudio de Impacto Económico**, y es la herramienta más importante para determinar los beneficios económicos y laborales precisos que genera la filmación en una región determinada. El impacto económico total es la suma de los gastos directos, indirectos e inducidos generados por el rodaje, económicamente conocido como el nivel de encadenamiento económico. Así, el motivo más importante para crear una comisión fílmica es, sin duda, la captura de esos beneficios económicos.

Estos estudios se utilizan para “validar” las actividades de las comisiones fílmicas dentro de una estrategia de desarrollo económico, y para demostrar la importante contribución que puede brindar una comisión fílmica a una ciudad o estado que busca consolidar una posición competitiva en el panorama audiovisual global. Los beneficios económicos en diversos segmentos de la economía, como se muestra en el cuadro abajo del [estudio](#) de 2020 de Olsberg-SPI, “*Producción audiovisual global - El impacto de la producción de cine y televisión en la recuperación económica de COVID-19*”, también pueden utilizarse para recomendar políticas públicas y la creación de incentivos económicos y fiscales a través de la legislación adecuada.





### ¿Cuáles son las principales organizaciones de las comisiones fílmicas en el mundo?

Fundada en 1975, la Association of Film Commissioners International-[AFCI](#) (Asociación Internacional de Comisiones Fílmicas) es la organización profesional mundial sin fines de lucro que representa a los miembros de las comisiones fílmicas a nivel de ciudad, estado, región, provincia y país en los seis continentes. La AFCI proporciona la promoción, la conectividad y la educación necesaria para que las comisiones fílmicas y las empresas del sector audiovisual fomenten el crecimiento económico, inicien el trabajo preliminar para una infraestructura sólida y proporcionen los elementos esenciales para el desarrollo profesional de una manera justa, sostenible y socialmente diversa en todo el mundo.

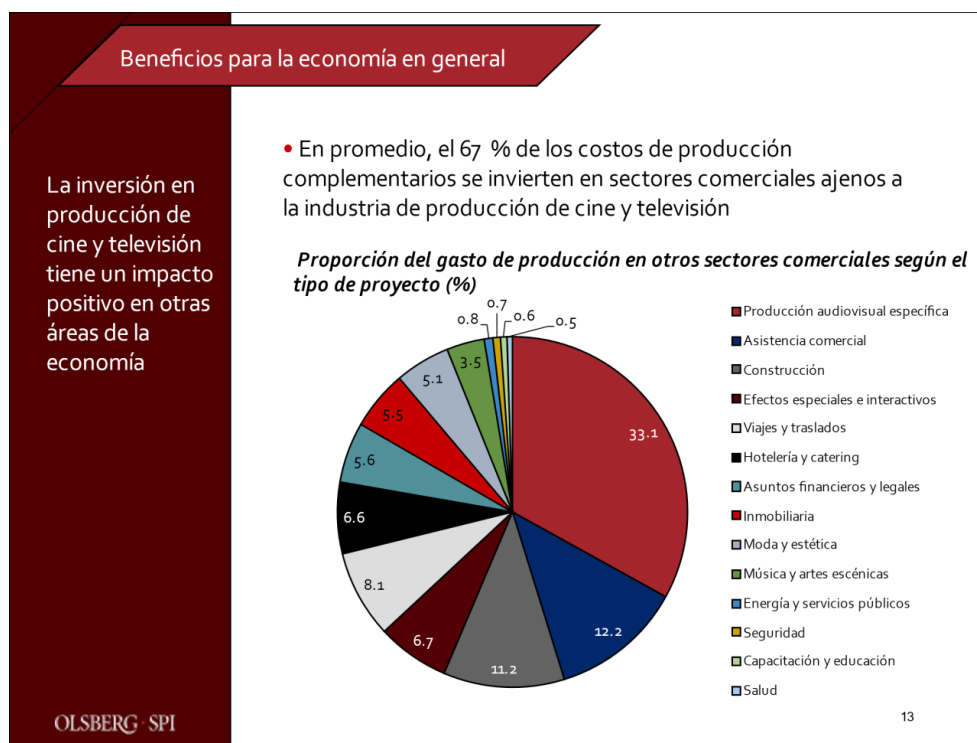
En todas las regiones del mundo, las comisiones fílmicas han unido esfuerzos para formar entidades regionales como es el caso de la European Film Commission Network-[EUFCN](#) y la Asian Film Commission Network-[AFCNET](#). Latinoamérica también cuenta con una organización similar que es la Latin American & Caribbean Film Commission Network-[LAFCN](#).

Actualmente la LAFCN es una organización sin fines de lucro que reúne comisiones fílmicas de 13 países de América Latina y el Caribe. La LAFCN es la puerta de entrada para conectar los contenidos audiovisuales del mundo con las comisiones fílmicas de América Latina y el Caribe ofreciendo un acceso eficiente a los incentivos, la información, la creatividad y a los proveedores y servicios de talento en cada país miembro.

### ¿Cuál es el impacto de la industria audiovisual en la economía como un todo?

La industria de producción de contenido audiovisual se encuentra en una posición única para generar importantes beneficios económicos en muy poco tiempo. El análisis detallado de los presupuestos de producción y los informes de costos realizados por Olsberg SPI muestra que los proyectos pueden inyectar grandes gastos muy rápidamente en una economía. Por ejemplo, una película importante analizada por SPI gastó un promedio de U\$10 millones por semana durante un rodaje de 16 semanas.

Pocos sectores pueden tener un impacto en este grado, particularmente durante la pandemia actual. De hecho, la mayor parte del gasto de los presupuestos de producción fluye realmente fuera del sector de producción de cine y televisión. Según el estudio de Olsberg-SPI mencionado arriba, en promedio, la proporción de los costos de producción gastados **en la economía general fue del 67%**, mientras que el 33% permaneció específicamente en el sector de producción de contenido audiovisual. De este 67%, una cantidad significativa de impacto fluyó hacia los sectores que se vieron particularmente perjudicados durante la pandemia, como los viajes y la hostelería, así como los trabajadores autónomos, como se muestra en el siguiente gráfico.



Antes de la pandemia, muchos gobiernos comenzaban a centrarse en la producción de contenido audiovisual como una industria de crecimiento estratégico. Dados los desafíos de la COVID-19, este enfoque ha aumentado, dada la capacidad del sector para generar impactos económicos significativos rápidamente, incluida la inversión interna. De hecho, el análisis de SPI del gasto global en la producción de contenido audiovisual en 2019 muestra que todas las regiones fuera de los EEUU mostraron un saldo de inversión positivo, es decir, la cantidad total de gasto realizado es mayor que la inversión procedente de la región. Por ejemplo, América Latina origina el 2% del gasto global, pero recibe el 3%, una diferencia positiva de más de U\$ 1.6 mil millones.

### ¿Cómo pueden las comisiones fílmicas y la industria audiovisual impulsar la recuperación económica pos-COVID?

Al igual que muchos otros sectores, la actividad de la industria audiovisual se redujo drásticamente durante 2020 a medida que los impactos de la pandemia Covid-19 comenzaron a escalar. Los proyectos se detuvieron y los estudios se apagaron cuando las nuevas restricciones en muchos países cerraron la producción de contenido audiovisual. El empleo y la estabilidad económica se vieron gravemente afectados y seguirán teniendo consecuencias durante los próximos años.

Sin embargo, muchos gobiernos aún no comprenden el potencial económico estratégico de la industria audiovisual, incluidas las actividades de las comisiones fílmicas, y su capacidad para ayudar a impulsar la recuperación económica del COVID-19.

Según el mencionado estudio de Olsberg-SPI, en 2019, el valor del gasto en largometrajes y series de televisión alcanzó U\$177 mil millones en todo el mundo. Este total, que no incluye el gasto en géneros como deportes, comerciales o noticias, se traduce en un impacto económico total de alrededor de U\$414 mil millones el año pasado, creando alrededor de 14 millones de empleos equivalentes a tiempo completo (*full-time equivalent-FTE*). Muchos de estos empleos requieren habilidades específicas. Debido a esto, se puede considerar que el sector generará “empleos del futuro”, ya que tienen menos riesgo de automatización que otros roles de fabricación dadas las habilidades humanas creativas requeridas.

Como parte del estudio mencionado anteriormente, Olsberg-SPI llevó a cabo una encuesta detallada de las comisiones fílmicas de todo el mundo, a quienes se les preguntó sobre sus expectativas para 2020 antes de COVID-19. El 97% respondió “igual” o “más alto” o “significativamente más alto”, lo que indica la trayectoria ascendente de la producción para 2020. Los datos de la encuesta también muestran que COVID-19 interrumpió drásticamente este crecimiento anticipado. Los resultados de la encuesta mostraron una disminución promedio en la producción del 70% durante los primeros seis meses de 2020.

A pesar de esta disrupción, la demanda global de cine y series de televisión por parte de consumidores e inversores se encuentra en niveles sin precedentes y, por lo tanto, la producción de contenido audiovisual se encuentra en una posición única para impulsar la recuperación económica pos-COVID. Tal es la escala de la demanda que es probable que se superen los impactos de 2019 en los próximos años.

### **¿Es posible mantener la producción de contenido audiovisual y los incentivos en el ambiente pos-covid?**

Como reflejo de esto, varios centros de producción clave implementaron reglas específicas para permitir que la producción continúe. Estos incluían la definición del sector audiovisual como una “industria esencial” que permitía la continuación de la producción, incluso durante cierres estrictos en países como Irlanda y Grecia, o exenciones a las prohibiciones de viaje para permitir que los trabajadores internacionales ingresen y se muevan por un país, como se ve en mercados como Reino Unido, Nueva Zelanda e Islandia. Además, los robustos protocolos introducidos han permitido que la producción continúe ininterrumpidamente en muchos territorios. Es importante señalar que las comisiones fílmicas en todos los países jugaron un papel crucial en la implementación de estos protocolos, su frecuente modificación y eventual relajación para permitir la reanudación de la filmación.

También debe tenerse en cuenta que ningún mercado importante ha eliminado o desactivado sus incentivos desde el inicio de la pandemia; de hecho, ha ocurrido lo contrario, con varios mercados aumentando las tasas de financiación o incentivos. Esto incluye Australia, que anunció un aumento de \$400 millones de dólares australianos, así como Grecia, Uruguay y España.

Si indudablemente hubo una pérdida significativa, estimada por SPI en U\$145 mil millones en impacto económico a nivel mundial durante los primeros seis meses de 2020, y una pérdida de 10 millones de empleos de tiempo completo en la cadena de valor del sector audiovisual global, es probable que este impacto sea temporal, a medida que se reanuda la producción mundial.



**Steve Solot.** Asociado para Latinoamérica Olsberg·SPI

Presidente, Latin American Training Center - LATC

Centro Latinoamericano de Capacitación y Asesoría Audiovisual Rio de Janeiro, Brasil

Es Asociado-América Latina en [Olsberg SPI](#), la consultora internacional de industrias creativas con sede en Londres, donde se enfoca principalmente en clientes LATAM en las industrias audiovisuales y creativas, así como en la capacitación de la fuerza laboral, incentivos de producción y estrategias generales para guiar políticas públicas. También es fundador y presidente del Latin American Training Center - [LATC](#), un centro regional de capacitación, editorial y consultoría audiovisual en Río de Janeiro, especializado en programas de capacitación creativa para productores de contenido audiovisual y profesionales de abajo de la línea (BTL) en América Latina.

Anteriormente desempeñó durante dos años como gerente de políticas de producción para América Latina de Netflix; Vicepresidente Senior de Operaciones Latinoamericanas de la Motion Picture Association (MPA) entre 1995 y 2008; siete años como presidente de la Rio Film Commission, y fundador de la Red Brasileña de Film Commissions.

Es originario de Tucson, Arizona y tiene una maestría en Economía de la Universidad de Boston, y en Estudios Latinoamericanos de la Universidad del Pacífico. Es consultor y conferencista frecuente en seminarios y reuniones multilaterales sobre legislación audiovisual, derechos de propiedad intelectual, tecnología y contenidos digitales, film commissions y temas generales de la industria cinematográfica.

A dark brown silhouette map of Iberoamerica, including the Iberian Peninsula, the Canary Islands, and the continents of South and Central America, set against a lighter brown background.

# CAPITULO I

## PRODUCCION CINEMATOGRAFICA EN IBEROAMERICA



# CAPITULO I

## PRODUCCION CINEMATOGRAFICA EN IBEROAMERICA

Por Departamento de Reparto y Documentación de EGEDA

### INTRODUCCIÓN

La actividad cinematográfica en 2020 en Iberoamérica ha estado marcada por la incidencia de la pandemia mundial provocada por el coronavirus. El estudio de las salas de cine en funcionamiento en cada país no se ha realizado de forma exhaustiva a la espera de la evolución del sector en 2021 y 2022. El número de pantallas solo se ha ajustado en algunos países en los que los organismos oficiales han publicado registros cinematográficos. El número total supera las 20.400, el cual es ligeramente inferior al de 2019.

Los ingresos de los cines iberoamericanos en 2020 superan los 716 millones de dólares y los espectadores que asistieron a las salas alcanzaron los 186 millones. Estas cifras quedan lejos de los más 3.500 millones de dólares de ingresos y los casi 935 millones de entradas/boletos que se vendieron en las taquillas de los cines en 2019.

El cine nacional acumula casi 30 millones de espectadores en 2020, por los 86,2 millones de espectadores de 2019. En este caso, aunque la reducción de afluencia se sitúa en el 65,6%, la cuota de mercado representa casi un 16% sobre el total, lo que significa un crecimiento de casi siete puntos porcentuales.

El número de estrenos totales asciende a 2.790 y el porcentaje de estrenos nacionales representa el 15,5% (432 estrenos). En esta edición del Panorama no se disponen de los datos de exhibición de Venezuela (cuadro Introducción 1.1).

*Cuadro Introducción 1.1*  
*Panorama cinematográfico. Año 2020. Iberoamérica*

País	Pantallas	Número de estrenos		Espectadores cine		Ingresos (\$)
		Totales	Nacionales	Total	Nacional	
Argentina	982	68	28	8.981.915	2.122.162	33.000.109
Bolivia	124	140	6	1.853.224	26.768	9.036.091

Brasil	3.477	175	60	40.066.526	8.700.993	154.074.766
Chile	472	62	7	4.691.678	362.778	18.807.792
Colombia	1.208	125	27	12.609.563	852.843	35.809.583
Costa Rica	151	134	6	1.361.648	13.824	6.942.126
Ecuador	356	135	7	4.129.812	39.824	18.081.229
El Salvador	66	99	2	649.872	4.057	2.595.000
España	3.593	673	184	28.996.444	7.379.125	198.385.492
Guatemala	172	93	3	899.534	8.017	4.159.933
Honduras	111	89	3	765.182	30.804	2.573.690
México	7.525	255	46	62.733.806	7.600.000	164.829.212
Nicaragua	55	84	0	308.536	289	1.202.971
Panamá	167	89	0	1.151.635	0	5.797.480
Paraguay	76	74	3	332.905	6.824	1.404.847
Perú	661	74	8	9.862.741	2.373.227	29.923.580
Portugal	561	235	24	3.927.672	133.847	23.727.592
R. Dominicana	197	86	10	533.239	46.046	2.373.013
Uruguay	105	96	4	607.915	5.845	3.396.852
Venezuela	379	4	4	1.600.000	*	*
<b>Totales</b>	<b>20.438</b>	<b>2.790</b>	<b>432</b>	<b>186.063.847</b>	<b>29.707.273</b>	<b>716.121.357</b>

La pandemia mundial ha afectado a todos los sectores relacionados con la movilidad, y la asistencia a las salas de cine no es una excepción. En primer lugar, las distribuidoras lanzaron un 51,1% menos de estrenos en el conjunto de países iberoamericanos en 2020 respecto a 2019. El país con una reducción más drástica fue Argentina (85,9%) y el que menos España (12,5%).

La actividad económica de los complejos cinematográficos estuvo mermada en un 80%, aproximadamente, tanto en la venta de entradas como en los ingresos. Los países que tuvieron una reducción de su actividad por debajo de ese 80% pero nunca menor del 70% son: España, Portugal, Bolivia, Brasil y Ecuador (cuadro Introducción 1.2)

*Cuadro introducción 1.2*

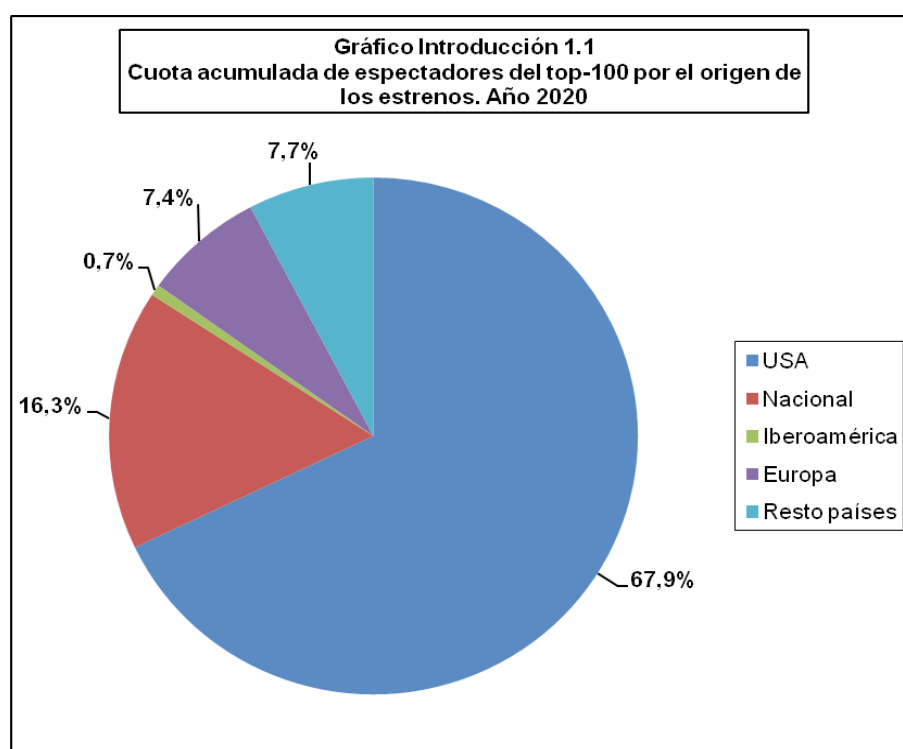
*Reducción de la actividad cinematográfica en 2020 (%)*

País	Reapertura	Estrenos	Espectadores	Ingresos
Argentina	feb-21	85,9	81,6	82,1
Bolivia	sep-20	47,4	76,8	77,6
Brasil	oct-20	59,6	77,2	77,1
Chile	feb-21	73,2	83,9	86,6
Colombia	nov-20	67,8	82,8	81,8
Costa Rica	sep-20	42,2	83,3	83,3
Ecuador	jul-20	41,3	79,4	80,9
El Salvador	ago-20	43,4	84,6	84,9
España	jun-20	12,5	72,9	71,8
Guatemala	oct-20	50,7	87,5	87,8
Honduras	oct-20	46,7	84,1	84,4
México	ago-20	48,7	82,0	83,3
Nicaragua	ago-20	42,8	82,3	82,1
Panamá	oct-20	59,5	83,9	83,9
Paraguay	nov-20	58,9	84,9	86,6



Perú	dic-20	74,4	81,5	83,2
Portugal	jun-20	41,0	76,2	75,7
R. Dominicana	oct-20	55,2	88,5	88,7
Uruguay	ago-20	53,8	81,1	81,5

La cuota de espectadores acumulada por los estrenos del top-100 de los 19 países analizados refleja el dominio estadounidense con el 67,9% del total en 2020, seguido por el cine nacional con el 16,3%. El cine iberoamericano solo obtuvo un porcentaje del 0,7% de espectadores y las cinematografías europeas y del resto del mundo superaron el 7% en ambos casos (gráfico Introducción 1.1).



La cuota de espectadores acumulada por los estrenos del top-10 marca una media de casi el 63% en los 19 países analizados, superando el 48,5% de 2019. Esto es una consecuencia directa de la menor oferta disponible en títulos y las restricciones para el acceso a los complejos de cine (cuadro Introducción 1.3).

Los países con mayor concentración del éxito son Argentina (81,1%), R. Dominicana (77,5%), Brasil (76,9%), Panamá (70,6%) y Chile (70,5%). Los países con una mayor distribución de la popularidad de los estrenos, en relación con el éxito del top-10 son: España (40,5%), Portugal (42,8%), Ecuador (46,8%) y México (47,4%).

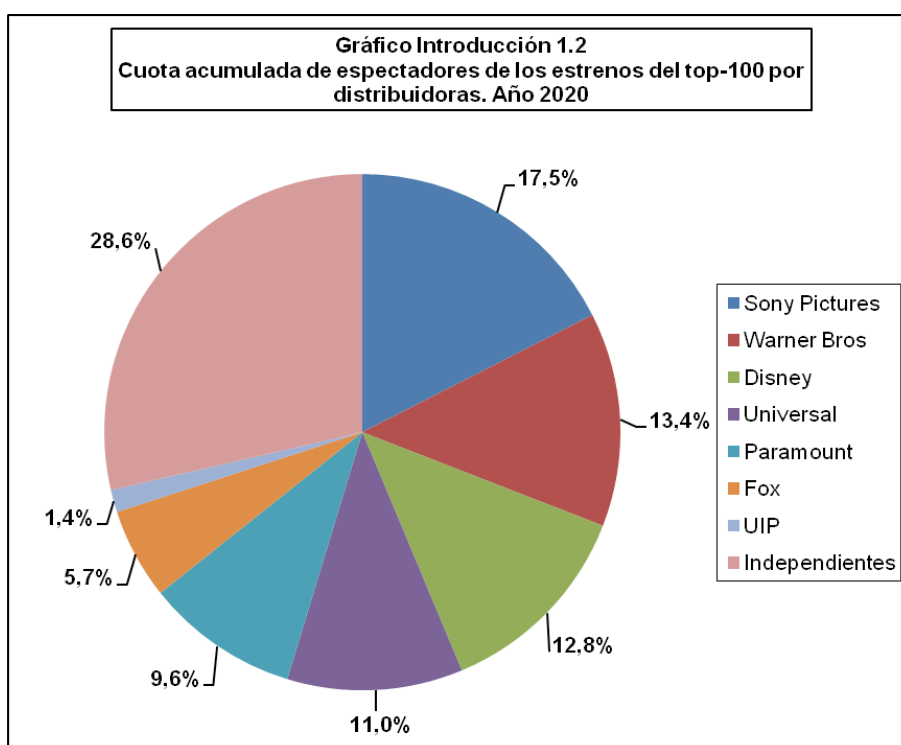
*Cuatro introducción 1.3*

*Cuota de espectadores de los estrenos del top-10 sobre el total de espectadores (%)*

Nº	País	2019	2020	Diferencia
1	Argentina	52,4	81,1	28,7
2	Bolivia	50,0	58,7	8,7
3	Brasil	51,7	76,9	25,2

4	Chile	55,7	70,5	14,8
5	Colombia	46,0	66,4	20,4
6	Costa Rica	56,8	61,2	4,4
7	Ecuador	45,5	46,8	1,3
8	El Salvador	52,4	63,5	11,1
9	España	35,0	40,5	5,5
10	Guatemala	55,5	68,6	13,1
11	Honduras	50,0	66,5	16,5
12	México	41,4	47,4	6,0
13	Nicaragua	52,9	57,1	4,2
14	Panamá	45,0	70,6	25,6
15	Paraguay	54,5	68,6	14,1
16	Perú	43,4	65,2	21,8
17	Portugal	35,1	42,8	7,7
18	R. Dominicana	51,5	77,5	26
19	Uruguay	46,9	65,3	18,4
	<b>Media</b>	<b>48,5</b>	<b>62,9</b>	<b>14,4</b>

Las distribuidoras americanas en 2020 acumularon un 71,4% del total de los espectadores asistentes a los estrenos del top-100. Los Estudios con más éxito son Sony Pictures (17,5%), Warner (13,4%) y Disney (12,8%). Las distribuidoras independientes aglutinaron el 28,6% restante (gráfico Introducción 1.2).



En comparación con 2019, la singularidad de la pandemia en cuanto a los cierres temporales de los cines, el menor número de estrenos disponibles y la limitación del aforo de las salas provoca que el cine USA pierda parte de su dominio en 2020, con una reducción de 18,4 puntos porcentuales.

Por otra parte el cine nacional casi duplica el porcentaje registrado el año anterior y las cinematografías europeas y de otros países aumentan su mercado conjunto desde un 2,5% en 2019 hasta un 15,1% en 2020. El cine iberoamericano pierde 1,8 puntos porcentuales en el año de la pandemia (cuadro Introducción 1.4).

Al igual que en el caso del origen de los estrenos, las distribuidoras americanas perdieron mercado en el top-100 cinematográfico en los diferentes países iberoamericanos. En 2019 la cuota de espectadores acumulada por las *Majors* se situó en un 86,4% y en 2020 en un 71,4%, lo cual, representa un descenso de 15 puntos porcentuales. De esta forma, las distribuidoras independientes pasaron del 13,6% en 2019 al 28,6% en 2020 (cuadro 1.4).

La distribuidora que más cuota de mercado perdió fue Disney, con casi 29 puntos porcentuales, seguida muy de lejos por Warner que solo perdió tres puntos en 2020. Por el contrario, los *Estudios* más beneficiados por las circunstancias fueron Sony, con un incremento de 8,6 puntos, y Paramount, con una subida de seis puntos porcentuales.

**Cuadro Introducción 1.4**  
*Distribución de espectadores por el origen de los estrenos y distribuidoras del top-100 (%)*

Origen	2019	2020	Diferencia
USA	86,3	67,9	-18,4
Nacional	8,7	16,3	7,6
Iberoamérica	2,5	0,7	-1,8
Europa	1,8	7,4	5,6
Resto países	0,7	7,7	7,0
Distribuidoras	2019	2020	Diferencia
Disney	41,6	12,8	-28,8
Warner Bros	16,4	13,4	-3,0
Universal	9,3	11	1,7
Sony Pictures	8,9	17,5	8,6
Fox	5,4	5,7	0,3
Paramount	3,6	9,6	6,0
UIP	1,2	1,4	0,2
Independientes	13,6	28,6	15,0

Sonic the Hedgehog es el título más exitoso de 2020 dominando el top-1 en 6 países, seguido de *Jumanji: Siguiente nivel* siendo el más preferido por el público en 4 países y *Bad boys for life* en 3 países (cuadro Introducción 1.5).

*Minha mae é uma peça 3* y *Padre no hay más que uno 2* son los títulos más vistos en los cines brasileños y españoles y la producción argentina *El robo del siglo* la obra más popular en las salas uruguayas. Además, como novedad, hay que destacar la presencia, en casi todos los top-10 de los 19 países analizados, de la película surcoreana *Parásitos*.

**Cuadro introducción 1.5**  
*Top-1 cinematográfico en cada país. Año 2020. Iberoamérica*

País estreno	Título	Origen	Espectadores
Argentina	Frozen 2	USA	2.076.831
Bolivia	Frozen 2	USA	279.455

Brasil	Minha mae é uma peça 3	Brasil	9.000.102
Chile	Sonic the Hedgehog	USA	628.204
Colombia	Jumanji: Siguiente nivel	USA	1.806.233
Costa Rica	Jumanji: Siguiente nivel	USA	199.840
Ecuador	Sonic the Hedgehog	USA	468.813
El Salvador	Sonic the Hedgehog	USA	91.412
España	Padre no hay mas que uno 2	España	2.317.917
Guatemala	Sonic the Hedgehog	USA	136.848
Honduras	Bad boys for life	USA, México	113.701
México	Sonic the Hedgehog	USA	6.811.679
Nicaragua	Sonic the Hedgehog	USA	33.263
Panamá	Bad boys for life	USA, México	176.192
Paraguay	Jumanji: Siguiente nivel	USA	51.390
Perú	Jumanji: Siguiente nivel	USA	1.039.004
Portugal	1917	UK, USA	330.995
R. Dominicana	Bad boys for life	USA, México	177.309
Uruguay	El robo del siglo	Argentina	103.999

En cuanto al top-1 iberoamericano, en 2020, en 8 de los 19 países analizados hubo presencia de cine nacional en el top-10, lo cual supone el doble de títulos que en 2020 (cuadro Introducción 1.6). Estos estrenos son: *El robo del siglo* (Argentina), *Minha mae é uma peça 3* (Brasil), *Pacto de fuga* (Chile), *La fiesta* (Colombia), *Padre no hay más que uno 2* (España), *Cindy la Regia* (México), *Locos de amor 3* (Perú) y *Me gusta la tuya* (R. Dominicana).

Cuadro introducción 1.6

## Top-1 del cine iberoamericano en cada país. Año 2020. Iberoamérica

País estreno	Título	Origen	Espectadores
Argentina	El robo del siglo	Argentina	2.030.778
Bolivia	Mi Socio 2.0	Bolivia	10.627
Brasil	Minha mae é uma peça 3	Brasil	9.000.102
Chile	Pacto de fuga	Chile	228.656
Colombia	La fiesta	Colombia	391.483
Costa Rica	La boda del tigre	Costa Rica	9.925
Ecuador	Dedicada a mi ex	Ecuador, Colombia	18.835
El Salvador	Cachada	El Salvador	3.995
España	Padre no hay mas que uno 2	España	2.317.917
Guatemala	La Llorona	Guatemala, Francia	4.871
Honduras	Locuras de amor	Honduras	16.819
México	Cindy la Regia	México	1.876.683
Nicaragua	*	*	*
Panamá	*	*	*
Paraguay	Matar a un muerto	Paraguay, Argentina	6.102
Perú	Locos de amor 3	Perú	648.484
Portugal	Listen	Portugal, UK	42.024
R. Dominicana	Me gusta la tuya	R. Dominicana	41.594
Uruguay	Aleli	Uruguay, Argentina	2.433

## PANORAMA CINEMATOGRAFICO EN LOS PAISES IBEROAMERICANOS



### ARGENTINA

Los cines argentinos en 2020 suman una asistencia de 8,9 millones de espectadores y recaudan 33 millones de dólares. La pandemia mundial reduce la actividad cinematográfica en un 81,6% en cuanto a la venta de entradas y un 82,1% en cuanto a los ingresos respecto al año 2019.

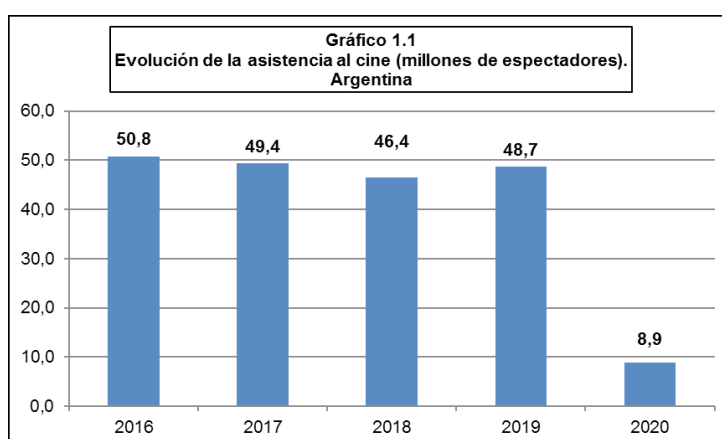
La audiencia anual se sitúa en 0,2 películas por habitante y el precio medio de la entrada asciende a 3,2 dólares. El número de estrenos nacionales representa el 41,2% y la cuota de espectadores el 23,6%. La exhibición de estrenos cinematográficos se reduce casi en un 86% (cuadro 1.1).

La evolución de la venta de entradas en los últimos cinco años muestra un máximo de 50,8 millones de espectadores en 2016 y un mínimo de 8,9 en 2020 debido a la covid-19 (gráfico 1.1).

Cuadro 1.1

*Panorama cinematográfico en Argentina*

Concepto	2016	2017	2018	2019	2020
Población (millones)	43,5	44,0	44,4	44,9	45,3
PIB-PPA (billones USD)	0,885	1,039	1,036	1,033	0,924
PIB-PPA per capita (USD)	20.100	20.800	20.600	20.500	20.300
Número de pantallas de cine	933	963	978	982	982
Ingresos cine (millones USD)	270,1	297,2	214,1	185,0	33,0
Espectadores cine (millones)	50,8	49,4	46,4	48,7	8,9
Espectadores cine nacional (millones)	7,32	6,37	6,82	3,93	2,12
Cuota de mercado cine nacional (%)	14,4	12,8	14,7	8,0	23,6
Número de estrenos totales	445	504	533	485	68
Número de estrenos extranjeros	246	284	310	268	40
Número de estrenos nacionales	199	220	223	217	28
Asistencia anual por habitante	1,1	1,1	1,0	1,1	0,2
Precio medio entrada (USD)	5,3	5,7	4,7	3,8	3,2



La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en 2020 en un 65,8% del total de espectadores, la del cine nacional en el 24% y la del iberoamericano en el 0,2% (cuadro 1.2).

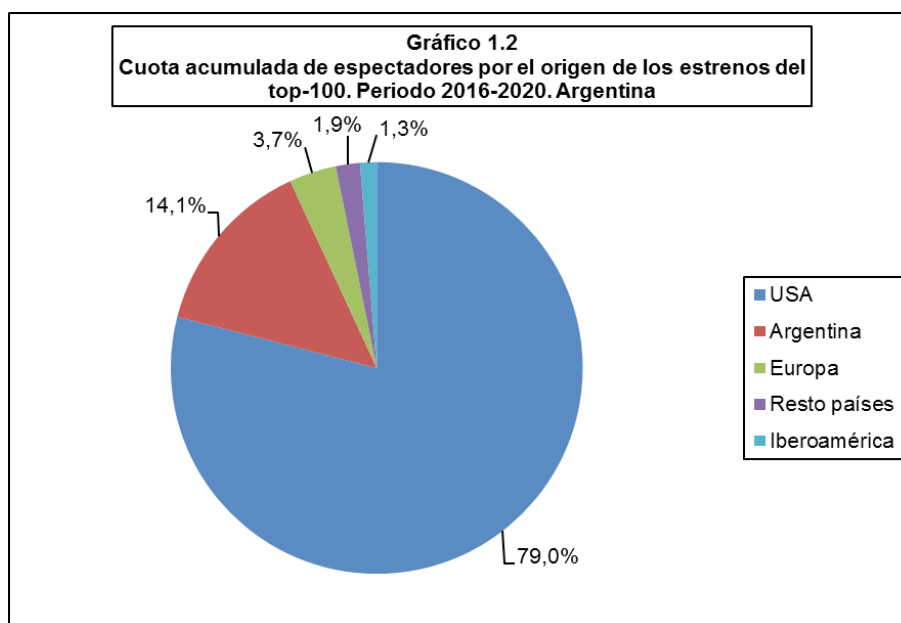
La cuota acumulada de espectadores en el quinquenio 2016-2020 refleja el dominio del cine USA, con un 79% del mercado, seguido del cine argentino con un 14,1% y del cine europeo con un 3,7%. El cine iberoamericano registra una cuota de mercado del 1,3% (gráfico 1.2).

**Cuadro 1.2**  
*Distribución por el origen de los estrenos del Top-100. Argentina*

ESPECTADORES						
Origen	2018	%	2019	%	2020	%
USA	31.428.627	76,1	39.238.776	87,6	5.678.680	65,8
Argentina	5.708.940	13,8	3.082.297	6,9	2.076.098	24,0
Iberoamérica	931.633	2,3	739.107	1,7	14.522	0,2
Europa	3.003.220	7,3	722.197	1,6	364.562	4,2
Resto países	203.418	0,5	1.003.153	2,2	499.809	5,8
<b>Total</b>	<b>41.275.838</b>		<b>44.785.530</b>		<b>8.633.671</b>	

INGRESOS						
Origen	2018	%	2019	%	2020	%
USA	161.666.632	79,5	160.686.598	89,2	21.821.287	66,3
Argentina	23.736.022	11,7	10.246.463	5,7	7.682.604	23,3
Iberoamérica	3.551.521	1,7	2.368.860	1,3	35.044	0,1
Europa	13.347.843	6,6	2.949.517	1,6	1.450.142	4,4
Resto países	1.121.290	0,6	3.947.807	2,2	1.937.734	5,9
<b>Total</b>	<b>203.423.308</b>		<b>180.199.245</b>		<b>32.926.811</b>	

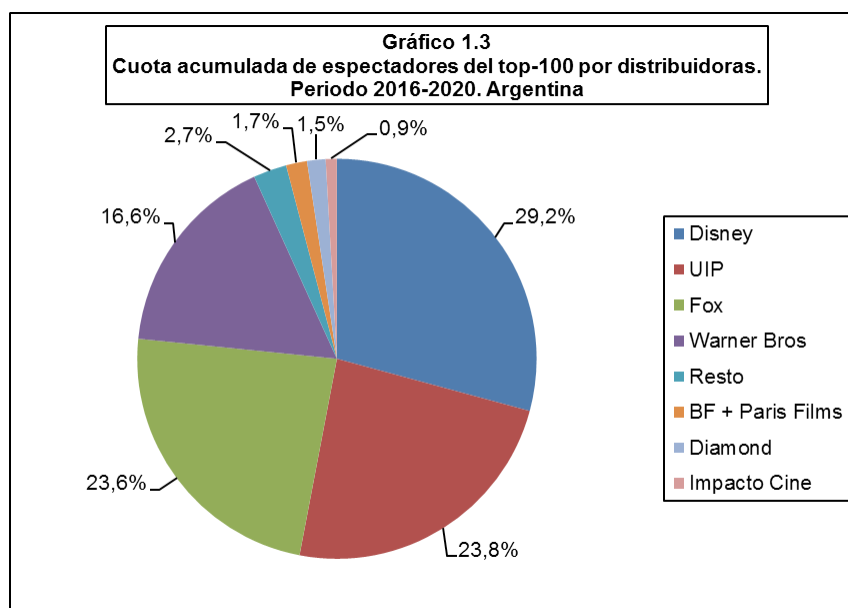


Las distribuidoras americanas, en 2020, representan en el *top-100* una cuota conjunta de espectadores del 92,3% y las independientes el 7,7% restante. Los *Estudios* con más entradas vendidas son Disney y UIP (Universal, Paramount) con 2,5 millones (cuadro 1.3).

En el periodo 2016-2020, el porcentaje de espectadores acumulado por las *Majors* se sitúa en un 93,2% y el de las independientes en el 6,8% restante (gráfico 1.3). Las distribuidoras con más cuota de mercado son Disney (29,2%), UIP (23,8%) y Fox (23,6%). Entre las independientes destaca BF+Paris Films (1,7%).

**Cuadro 1.3**  
**Cuota de espectadores por distribuidoras del Top-100. Argentina**

Distribuidoras	2018	%	2019	%	2020	%
UIP	13.582.361	32,9	8.077.357	18,0	2.519.781	29,2
Disney	14.228.756	34,5	22.329.095	49,9	2.528.074	29,3
Warner Bros	5.244.420	12,7	9.221.964	20,6	2.421.589	28,0
Fox	5.775.849	14,0	2.104.593	4,7	426.605	4,9
Diamond	348.323	0,8	662.364	1,5	74.239	0,9
BF + Paris Films	1.304.943	3,2	1.689.025	3,8	146.360	1,7
Digicine	0	0,0	0	0,0	55.085	0,6
Impacto Cine	0	0,0	0	0,0	370.797	4,3
Tren Cine	0	0,0	0	0,0	20.441	0,2
Energia	603.158	1,5	337.580	0,8	0	0,0
Resto distribuidoras	188.028	0,5	363.552	0,8	70.700	0,8
<b>Total</b>	<b>41.275.838</b>		<b>44.785.530</b>		<b>8.633.671</b>	



En 2020, el ranking de audiencia está liderado por la película estadounidense *Frozen 2* y por la producción nacional *El robo del siglo* (Ariel Winograd), ambas con más de 2 millones de espectadores (cuadro 1.4).

Las producciones del *ranking* de estrenos provienen, casi en su totalidad, de Estados Unidos, con un total de ocho películas (una en coproducción con Reino Unido y Canadá y otra con México).

Las dos obras restantes son la citada producción argentina y la obra surcoreana *Parásitos* (Bong Joon-Ho) con más de 370.000 espectadores en el quinto puesto. La cuota de mercado de las diez producciones (7,2 millones de espectadores) supone un 81,1% del total de espectadores.

**Cuadro 1.4**  
*Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2020. Argentina*

N°	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Frozen 2	USA	2.076.831	7.723.965
2	El robo del siglo	Argentina	2.030.778	7.633.187
3	Jumanji: Siguiendo nivel	USA	784.248	3.134.055
4	Sonic the Hedgehog	USA	688.620	2.660.407
5	Parásitos	Corea del Sur	370.797	1.442.661
6	Aves de presa	USA	300.067	1.150.149
7	Espías con disfraz	USA	295.001	1.120.965
8	1917	UK, Canadá, USA	273.261	1.098.011
9	Bad boys for life	USA, México	245.374	957.624
10	Star Wars: El ascenso de Skywalker	USA	227.290	916.827

En el *ranking* nacional, aparte de la producción anteriormente mencionada, en segundo lugar y a bastante distancia figura *La muerte no existe y el amor tampoco* (Fernando Salem) con 11.622 espectadores. En este *ranking*, todas las obras son íntegramente argentinas salvo una coproducción con Uruguay (cuadro 1.5).

**Cuadro 1.5**  
*Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Año 2020. Argentina*

N°	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	El robo del siglo	Argentina	2.030.778	7.633.187
2	La muerte no existe y el amor tampoco	Argentina	11.622	10.467
3	Rumbo al mar	Argentina	4.753	10.793
4	Las buenas intenciones	Argentina	4.133	2.289
5	El navegante solitario	Argentina	3.277	1.309
6	Los sonámbulos	Argentina, Uruguay	3.154	2.509
7	Amor de película	Argentina	2.609	1.341
8	4 Lonkos	Argentina	1.782	644
9	Respira	Argentina	1.679	4.593
10	La protagonista	Argentina	1.503	571

El estreno iberoamericano más exitoso en 2020 en Argentina es la producción brasileña *Bacurau* (Kleber Mendonça Filho y Juliano Dornelles), con 6.802 espectadores. Las películas del resto de países más populares son la ya mencionada *Parásitos* y la británica *1917* con 273.261 espectadores (cuadro 1.6).



**Cuadro 1.6**  
**Ranking de estrenos cinematográficos de otros países. Año 2020. Argentina**

<i>Iberoamérica</i>				
<b>Nº</b>	<b>Título</b>	<b>Origen</b>	<b>Espectadores</b>	<b>Ingresos (\$)</b>
1	Bacurau	Brasil, Francia	6.802	21.316
2	Araña	Chile, Argentina, Brasil	2.597	6.841
3	Monos	Colombia, Argentina, Uruguay	1.790	893
4	El Príncipe	Chile, Argentina, Bélgica	1.196	1.033
5	Lectura según Justino	Paraguay, Argentina	889	411
<i>Europa y resto de países</i>				
<b>Nº</b>	<b>Título</b>	<b>Origen</b>	<b>Espectadores</b>	<b>Ingresos (\$)</b>
1	Parásitos	Corea del Sur	370.797	1.442.661
2	1917	R. Unido, Canadá, USA	273.261	1.098.011
3	Jojo Rabbit	N. Zelanda, USA	58.724	239.368
4	Judy	R. Unido	28.483	116.515
5	Gretel y Hansel	Canadá, USA	27.253	102.320



## BOLIVIA

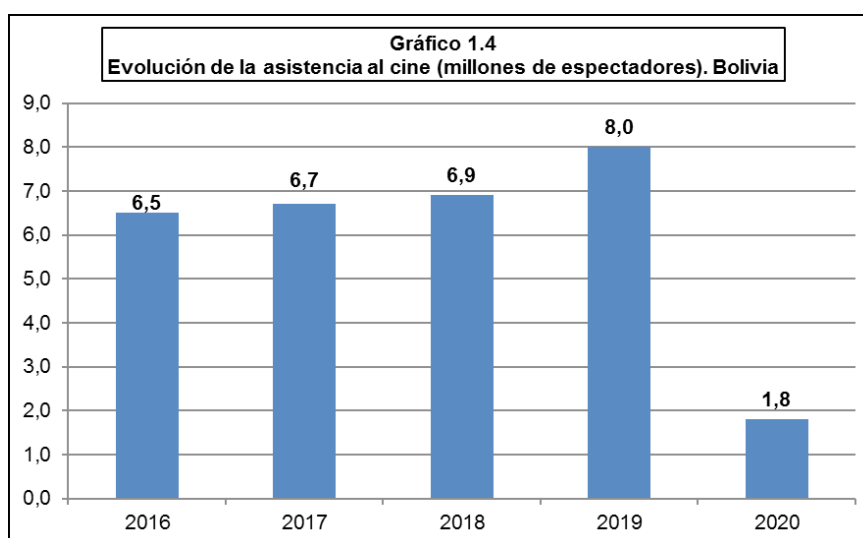
Los cines bolivianos en 2020 suman una asistencia de 1,8 millones de espectadores y recaudan 9 millones de dólares. La pandemia mundial reduce la actividad cinematográfica en un 76,8% en cuanto a la venta de entradas y un 77,6% en cuanto a los ingresos respecto al año 2019.

La audiencia anual se sitúa en 0,2 películas por habitante y el precio medio de la entrada asciende a 4,8 dólares. El número de estrenos de cine nacional representa el 4,3% y la cuota de espectadores el 1,4%. La exhibición de estrenos se reduce en un 47,4% (cuadro 1.7).

La evolución de la venta de entradas en los últimos cinco años muestra un máximo de 8 millones de espectadores en 2019 y un mínimo de 1,8 en 2020 debido a la pandemia (gráfico 1.4).

*Cuadro 1.7*  
*Panorama cinematográfico en Bolivia*

Datos	2016	2017	2018	2019	2020
Población (millones)	10,9	11,1	11,3	11,4	11,6
PIB-PPA (billones USD)	0,082	0,094	0,101	0,104	0,097
PIB-PPA per capita (USD)	7.500	8.400	8.800	9.000	8.300
Número de pantallas de cine	109	122	123	124	124
Ingresos cine (millones USD)	36,7	38,7	38,3	40,3	9,0
Espectadores cine (millones)	6,5	6,7	6,9	8,0	1,8
Espectadores cine nacional (millones)	0,08	0,05	0,09	0,06	0,02
Cuota de mercado cine nacional (%)	0,2	0,8	1,3	0,9	1,4
Número de estrenos totales	318	256	291	266	140
Número de estrenos extranjeros	302	246	271	248	134
Número de estrenos nacionales	16	10	20	18	6
Asistencia anual por habitante	0,6	0,6	0,6	0,7	0,2
Precio medio entrada (USD)	5,6	5,7	5,5	5,0	4,8



La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en 2020 en un 81,7% del total de espectadores, la del cine nacional en el 1,4% y la del iberoamericano en el 2,1% (cuadro 1.8).

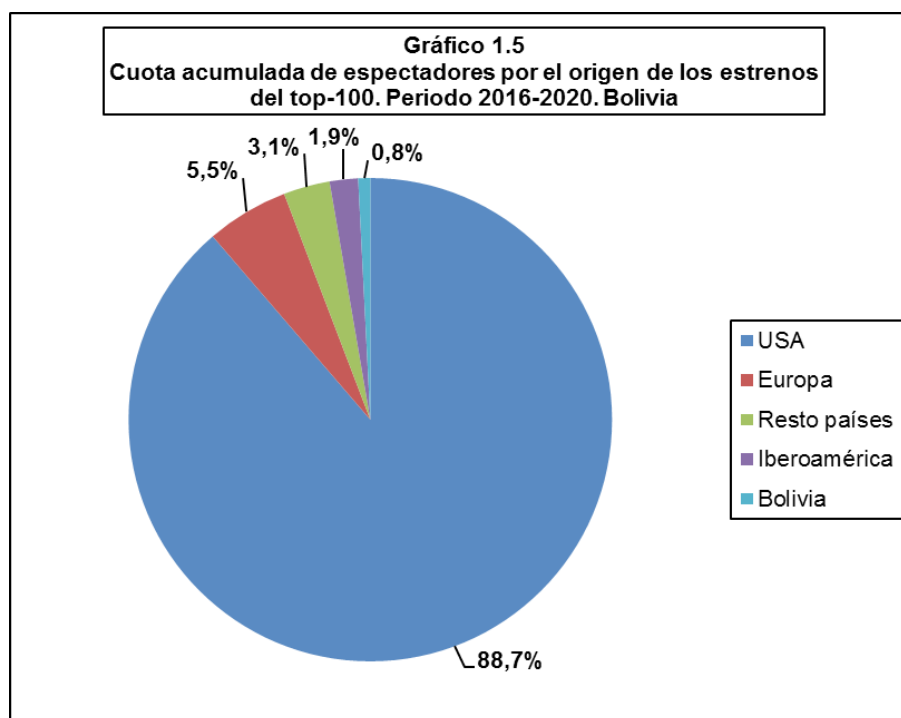
La cuota acumulada de espectadores en el quinquenio 2016-2020 refleja el dominio del cine USA, con un 88,7% del mercado, seguido del cine europeo con un 5,5% y del resto de países con un 3,1%. El cine iberoamericano registra una cuota de mercado del 1,9% (gráfico 1.5).

**Cuadro 1.8**  
*Distribución por el origen de los estrenos del top-100. Bolivia*

ESPECTADORES						
Origen	2018	%	2019	%	2020	%
USA	5.753.263	89,3	6.991.610	92,2	1.499.991	81,7
Bolivia	64.882	1,0	39.636	0,5	25.231	1,4
Iberoamérica	70.225	1,1	150.993	2,0	39.320	2,1
Europa	451.713	7,0	145.095	1,9	141.842	7,7
Resto países	100.233	1,6	257.181	3,4	130.384	7,1
<b>Total</b>	<b>6.440.316</b>		<b>7.584.515</b>		<b>1.836.768</b>	

INGRESOS						
Origen	2018	%	2019	%	2020	%
USA	32.059.764	89,6	35.647.436	92,8	7.383.303	82,4
Bolivia	324.785	0,9	183.882	0,5	124.666	1,4
Iberoamérica	343.489	1,0	699.250	1,8	177.566	2,0
Europa	2.506.982	7,0	689.007	1,8	665.086	7,4
Resto países	527.164	1,5	1.195.883	3,1	612.831	6,8
<b>Total</b>	<b>35.762.184</b>		<b>38.415.458</b>		<b>8.963.452</b>	

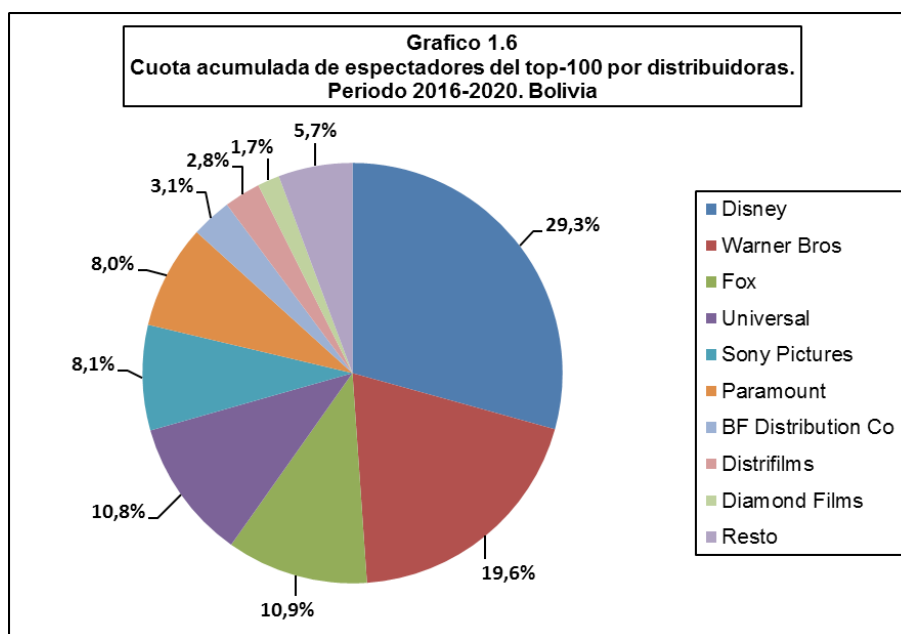


Las distribuidoras americanas, en 2020, representan en el *top-100* una cuota conjunta de espectadores del 74,8% y las independientes el 25,2% restante. Los *Estudios* con más entradas vendidas son Disney y Warner con 381.548 y 281.148, respectivamente (cuadro 1.9).

En el periodo 2016-2020, el porcentaje de espectadores acumulado por las *Majors* se sitúa en un 86,7% y el de las independientes en el 13,3% restante (gráfico 1.6). Las distribuidoras con más cuota de mercado son Disney (29,3%), Warner (19,6%) y Fox (10,9%). Entre las independientes destaca BF Distribution (3,1%).

**Cuadro 1.9**  
**Cuota de espectadores por distribuidoras del top 100. Bolivia**

Origen	2018	%	2019	%	2020	%
Disney	2.070.359	32,1	3.296.554	43,5	381.548	20,8
Warner Bros	1.109.010	17,2	1.550.451	20,4	281.148	15,3
Universal	963.128	15,0	756.110	10,0	179.942	9,8
Sony Pictures	922.132	14,3	584.213	7,7	252.180	13,7
Fox	583.728	9,1	364.259	4,8	103.927	5,7
Paramount	180.068	2,8	347.089	4,6	174.154	9,5
BF Distribution	45.796	0,7	257.373	3,4	179.582	9,8
Independiente	35.737	0,6	55.572	0,7	33.417	1,8
Distrifilms	141.612	2,2	143.762	1,9	106.665	5,8
Diamond films	65.944	1,0	146.580	1,9	106.234	5,8
Resto	322.802	5,0	82.552	1,1	37.971	2,1
<b>Total</b>	<b>6.440.316</b>		<b>7.584.515</b>		<b>1.836.768</b>	



En 2020, el ranking de audiencia está liderado por las películas estadounidenses *Frozen 2* con 279.455 espectadores y por *Jumanji: Siguiente nivel* con 133.685 espectadores (cuadro 1.10).

Las producciones del *ranking* de estrenos provienen en su totalidad, de Estados Unidos, con un total de cuatro coproducciones (tres con Reino Unido, una con México y una con Canadá).

La cuota de mercado de las diez producciones (5,5 millones de espectadores) supone un 58,7% del total de espectadores.

**Cuadro 1.10**  
*Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2020. Bolivia*

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Frozen 2	USA	279.455	1.427.905
2	Jumanji: Siguiete nivel	USA	133.685	641.707
3	Sonic the Hedgehog	USA	116.260	609.807
4	Aves de presa	USA	99.701	527.654
5	Las aventuras del Doctor Dolittle	USA, China, R. Unido	99.290	541.810
6	Wonder Woman 1984	USA, R. Unido	95.231	476.804
7	Bad boys for life	USA, México	83.293	405.198
8	Greenland	USA, R. Unido	77.404	336.998
9	Star Wars: El ascenso de Skywalker	USA	53.620	263.552
10	Jugando con fuego	USA, Canadá	51.352	243.045

En el *ranking* nacional, las dos obras más vistas son *Mi socio 2.0* (Paolo Agazzi) con más de 10.000 espectadores y *Santa Clara* (Pedro Antonio Gutiérrez) con casi 9.000 (cuadro 1.11).

**Cuadro 1.11**  
*Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Año 2020. Bolivia*

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Mi Socio 2.0	Bolivia	10.627	56.317
2	Santa Clara	Bolivia	8.758	43.542
3	Chaco	Bolivia, Argentina	4.423	18.442
4	Fuertes	Bolivia, USA	1.423	6.365
5	Patrulla 111	Bolivia	527	2.797
6	Unay	Bolivia	114	469
7	Compañía	Bolivia	59	263
8	Palomitay	Bolivia	8	29

El estreno iberoamericano más exitoso en 2020 en Bolivia es la producción española *Malasaña 32* (Albert Pintó) con 5.619 espectadores. Las películas del resto de países más populares son la coreana *Península (Train to Busan 2)* y la rusa *Invasión 2 (Prityazhenie 2)* con más de 48.000 y 38.000 espectadores, respectivamente (cuadro 1.12).

**Cuadro 1.12**  
**Ranking de estrenos cinematográficos de otros países. Año 2020. Bolivia**

---

**Iberoamérica**

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Malasaña 32	España	5.619	26.715
2	Escuela de miedo	México, R. Unido	4.891	15.768
3	Rock N' Cola	Colombia, Ecuador	4.533	18.172
4	El robo del siglo	Argentina	4.452	32.420
5	Los Leones	R. Dominicana	4.240	17.868

---

**Europa y resto de países**

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Península	Corea del Sur	48.426	207.485
2	Invasión 2	Rusia	38.218	181.531
3	1917	R. Unido, Canadá, USA	26.302	151.688
4	Parásitos	Corea del Sur	25.493	146.774
5	Pinocho	Italia, Francia, R. Unido	18.071	73.365



## BRASIL

Los cines brasileños en 2020 suman una asistencia de 40 millones de espectadores y recaudan 154 millones de dólares. La pandemia mundial reduce la actividad cinematográfica en un 77,1% en cuanto a la venta de entradas y un 78,2% en cuanto a los ingresos respecto al año 2019.

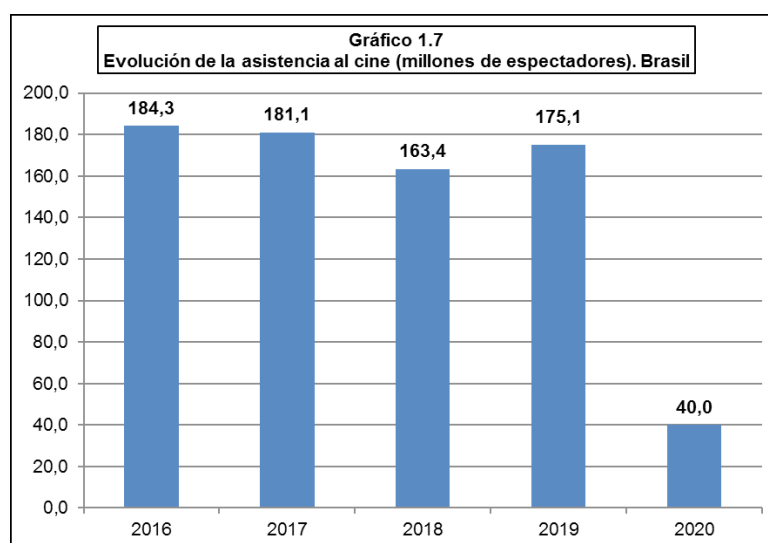
La audiencia anual se sitúa en 0,2 películas por habitante y el precio medio de la entrada asciende a 3,1 dólares. El número de estrenos de cine nacional representa el 34,3% y la cuota de espectadores el 21,7%. La exhibición de estrenos se reduce en un 59,6% (cuadro 1.13).

La evolución de la venta de entradas en los últimos cinco años muestra un máximo de 184,3 millones de espectadores en 2016 y un mínimo de 40 en 2020 debido a la covid-19 (gráfico 1.7).

Cuadro 1.13

*Panorama cinematográfico en Brasil*

Datos	2016	2017	2018	2019	2020
Población (millones)	205,8	207,5	209,1	210,7	212,5
PIB-PPA (billones USD)	2,939	3,017	3,130	3,222	3,078
PIB-PPA per capita (USD)	14.300	14.500	15.000	15.300	14.500
Número de pantallas de cine	3.168	3.220	3.356	3.477	3.477
Ingresos cine (millones USD)	746,2	851,3	672,0	706,3	154,0
Asistencia espectadores (millones)	184,3	181,1	163,4	175,1	40,0
Espectadores cine nacional (millones)	30,41	17,41	24,23	23,86	8,70
Cuota de mercado cine nacional (%)	16,5	9,6	15,0	13,6	21,7
Número de estrenos totales	458	460	479	433	175
Número de estrenos extranjeros	316	300	294	262	115
Número de estrenos nacionales	142	160	185	171	60
Asistencia anual por habitante	0,9	0,9	0,8	0,8	0,2
Precio medio entrada (USD)	4,0	4,7	4,1	4,0	3,1



La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en 2020 en un 66,6% del total de espectadores, la del cine nacional en el 23% y la del iberoamericano en el 0,6% (cuadro 1.14).

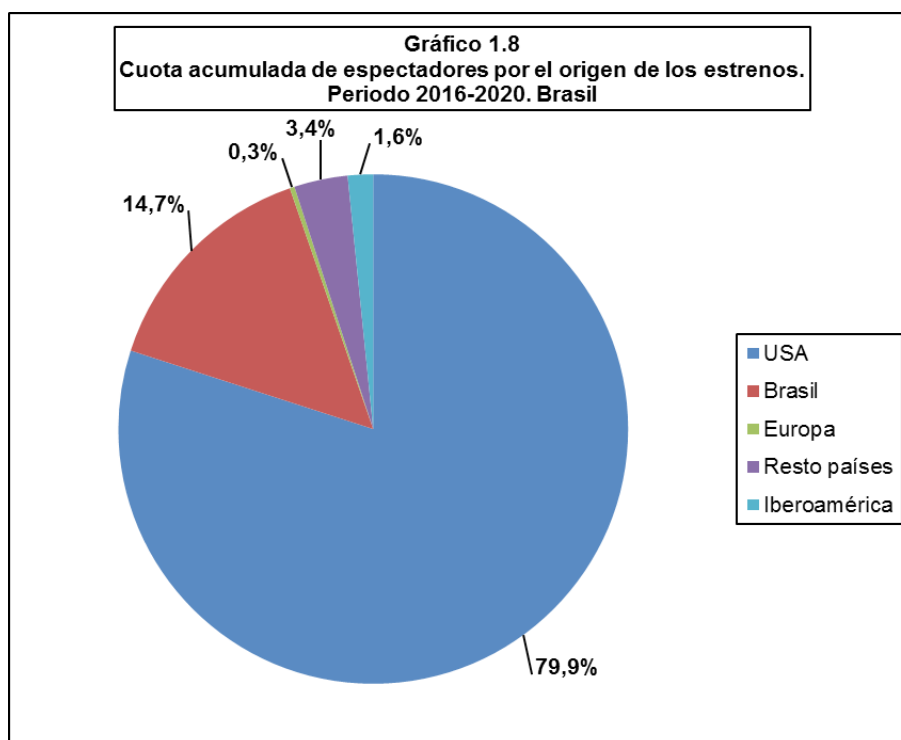
La cuota acumulada de espectadores en el quinquenio 2016-2020 refleja el dominio del cine USA, con un 79,9% del mercado, seguido del cine brasileño con un 14,7% y del resto de países con un 3,4%. El cine iberoamericano registra una cuota de mercado del 1,6% (gráfico 1.8).

**Cuadro 1.14**  
**Distribución por el origen de los estrenos del Top-100. Brasil**

ESPECTADORES						
Origen	2018	%	2019	%	2020	%
USA	121.804.929	79,5	141.607.157	83,8	26.494.019	66,6
Brasil	20.864.351	13,6	21.642.040	12,8	9.138.633	23,0
Iberoamérica	348.640	0,2	1.015.021	0,6	228.915	0,6
Europa	9.344.412	6,1	2.832.957	1,7	1.729.382	4,3
Resto países	926.147	0,6	1.797.380	1,1	2.196.876	5,5
<b>Total</b>	<b>153.288.479</b>		<b>168.894.555</b>		<b>39.787.825</b>	

INGRESOS						
Origen	2018	%	2019	%	2020	%
USA	520.373.633	81,3	582.942.806	85,7	99.603.894	65,1
Brasil	69.593.499	10,9	74.044.845	10,9	35.709.087	23,4
Iberoamérica	1.310.265	0,2	4.209.088	0,6	652.674	0,4
Europa	44.924.130	7,0	11.921.336	1,8	7.859.135	5,1
Resto países	3.867.105	0,6	6.899.743	1,0	9.103.543	6,0
<b>Total</b>	<b>640.068.632</b>		<b>680.017.818</b>		<b>152.928.333</b>	



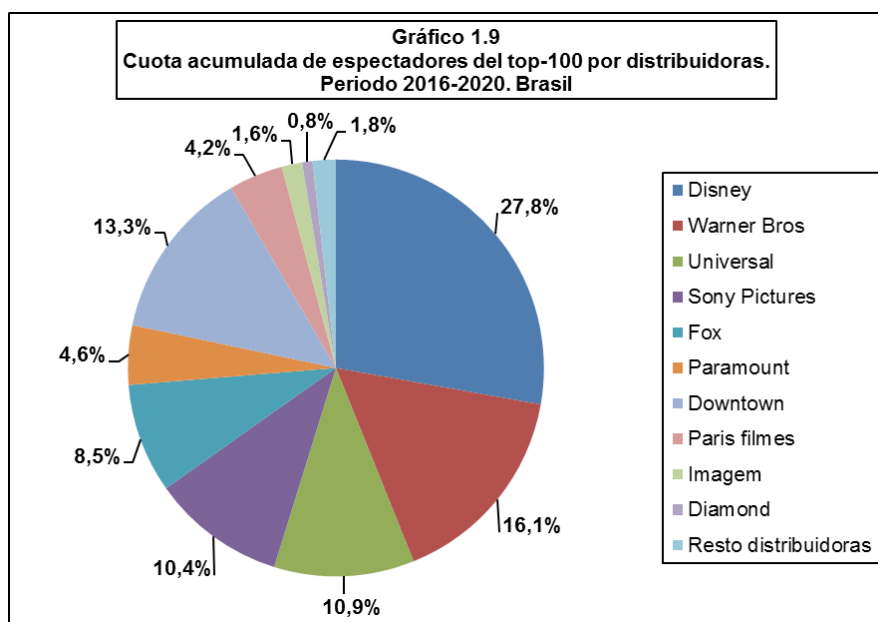


Las distribuidoras americanas, en 2020, representan en el *top-100* una cuota conjunta de espectadores del 67,8% y las independientes el 32,2% restante. El *Estudio* con más entradas vendidas es Disney con 10.399.160 (cuadro 1.15).

En el periodo 2016-2020, el porcentaje de espectadores acumulado por las *Majors* se sitúa en un 78,3% y el de las independientes en el 21,7% restante (gráfico 1.9). Las distribuidoras con más cuota de mercado son Disney (27,8%), Warner (16,1%) y Downtown (13,3%).

**Cuadro 1.15**  
**Cuota de espectadores por distribuidoras del Top-100. Brasil**

Distribuidoras	2018	%	2019	%	2020	%
Disney	39.574.855	25,8	75.753.774	44,9	10.399.160	26,1
Universal	17.197.727	11,2	14.240.822	8,4	3.214.216	8,1
Warner Bros	25.603.166	16,7	23.795.352	14,1	4.575.497	11,5
Fox	15.774.869	10,3	6.365.731	3,8	0	0,0
Paramount	5.970.965	3,9	4.745.340	2,8	3.008.915	7,6
Sony Pictures	20.393.366	13,3	14.288.214	8,5	5.752.495	14,5
Imagem	1.573.976	1,0	2.019.094	1,2	1.004.447	2,5
Paris Filmes	5.097.080	3,3	4.080.528	2,4	1.027.756	2,6
Downtown	19.919.949	13,0	17.699.917	10,5	9.044.744	22,7
California	1.350.006	0,9	1.266.140	0,7	42.135	0,1
H2O Films	0	0,0	845.006	0,5	0	0,0
Diamond	483.880	0,3	1.276.964	0,8	490.461	1,2
Alpha	0	0,0	0	0,0	794.836	2,0
Otros	348.640	0,2	2.517.673	1,5	433.163	1,1
<b>Total</b>	<b>153.288.479</b>		<b>168.894.555</b>		<b>39.787.825</b>	



En 2020, el ranking de audiencia está liderado por la película brasileña *Minha mãe é uma peça 3* (Susana García) con 9 millones de espectadores y por la estadounidense *Frozen 2* con 7,8 millones (cuadro 1.16).

Las producciones del *ranking* de estrenos provienen en su mayoría de Estados Unidos (8), con cuatro coproducciones (tres con Reino Unido y una con México). Completan el cuadro la citada película brasileña y la coreana *Parásitos*.

La cuota de mercado de las diez producciones (30,8 millones de espectadores) supone un 76,9% del total de espectadores.

**Cuadro 1.16**  
*Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2020. Brasil*

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Minha mae é uma peça 3	Brasil	9.000.102	35.247.429
2	Frozen 2	USA	7.844.943	30.939.598
3	Jumanji: Siguiente nivel	USA	3.354.234	13.179.514
4	Sonic the Hedgehog	USA	2.996.043	10.832.366
5	Aves de presa	USA	1.999.810	7.563.538
6	Bad boys for life	USA, México	1.388.284	5.392.004
7	Wonder Woman 1984	USA, R. Unido	1.345.628	3.953.857
8	1917	R. Unido, USA	1.230.514	5.909.868
9	Las aventuras del Doctor Dolittle	USA, China, R. Unido	858.410	3.331.377
10	Parásitos	Corea del Sur	794.836	3.896.471

En el *ranking* nacional, aparte de la producción anteriormente mencionada, en segundo lugar y a bastante distancia figura *O melhor verao das nossas vidas* (Adolfo Knauth) con 40.543 espectadores. En este *ranking*, todas las obras son íntegramente brasileñas salvo una coproducción con Alemania (cuadro 1.17).

**Cuadro 1.17**  
*Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Año 2020. Brasil*

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Minha mae é uma peça 3	Brasil	9.000.102	35.247.429
2	O melhor verao das nossas vidas	Brasil	40.543	138.747
3	10 horas para o natal	Brasil	31.316	88.875
4	Solteira quase surtando	Brasil	19.297	68.327
5	A vida invisível	Brasil, Alemania	19.259	70.397
6	M8	Brasil	8.794	29.234
7	A divisao - O filme	Brasil	7.472	23.750
8	Bacurau	Brasil	6.709	16.306
9	Adoniran, meu nome é Joao Rubinato	Brasil	6.640	22.111
10	Os Parças 2	Brasil	6.366	18.041

El estreno iberoamericano más exitoso en 2020 en Brasil es la producción española *Malasaña* 32 (Albert Pintó), con 198.425 espectadores. Las películas del resto de países más populares son la británica *1917* (Sam Mendes), con 1,2 millones de espectadores, y la coreana *Parásitos* (Bong Joon Ho) con 794.836, ambas en el top-10 cinematográfico de 2020 (cuadro 1.18).

*Cuadro 1.18**Ranking de estrenos cinematográficos de otros países. Año 2020. Brasil*

<i>Iberoamérica</i>				
<b>N°</b>	<b>Título</b>	<b>Origen</b>	<b>Espectadores</b>	<b>Ingresos (\$)</b>
1	Malasaña 32	España	198.425	511.481
2	El robo del siglo	Argentina	14.626	56.211
3	Frankie	Portugal, Francia	12.068	54.999
4	El parque mágico	España, USA	3.796	29.983
<i>Europa y resto de países</i>				
<b>N°</b>	<b>Título</b>	<b>Origen</b>	<b>Espectadores</b>	<b>Ingresos (\$)</b>
1	1917	R. Unido, USA	1.230.514	5.909.868
2	Parásitos	Corea del Sur	794.836	3.896.471
3	Gretel y Hansel	Canadá, USA	794.037	2.898.418
4	Jojo Rabbit	N. Zelanda, USA	271.447	1.357.897
5	Z	Canadá	141.249	384.320



## CHILE

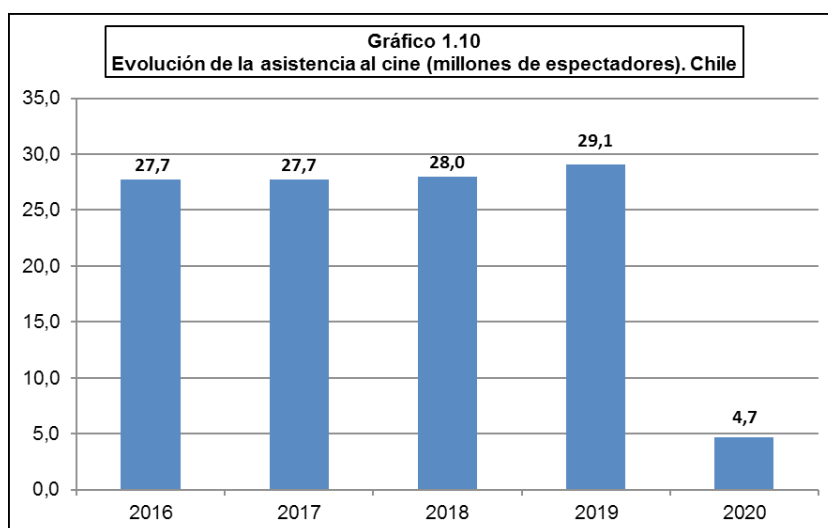
Los cines chilenos en 2020 suman una asistencia de 4,7 millones de espectadores y recaudan 18,8 millones de dólares. La pandemia mundial reduce la actividad cinematográfica en un 83,9% en cuanto a la venta de entradas y un 86,6% en cuanto a los ingresos respecto al año 2019.

La audiencia anual se sitúa en 0,2 películas por habitante y el precio medio de la entrada asciende a 4 dólares. El número de estrenos de cine nacional representa el 11,3% y la cuota de espectadores el 7,7%. La exhibición de estrenos se reduce en un 73,2% (cuadro 1.19).

La evolución de la venta de entradas en los últimos cinco años muestra un máximo de 29,1 millones de espectadores en 2019 y un mínimo de 4,7 en 2020 debido a la covid-19 (gráfico 1.10).

*Cuadro 1.19*  
*Panorama cinematográfico en Chile*

	2016	2017	2018	2019	2020
Población (millones)	18,1	18,3	18,7	19,1	19,6
PIB-PPA (billones USD)	0,413	0,436	0,465	0,478	0,456
PIB-PPA per capita (USD)	22.700	23.700	24.800	25.100	23.500
Número de pantallas de cine	388	426	455	472	472
Ingresos cine (millones USD)	133,6	134,3	141,2	141,1	18,8
Espectadores cine (millones)	27,7	27,7	28,0	29,1	4,7
Espectadores cine nacional (millones)	1,73	0,24	0,78	0,29	0,36
Cuota de mercado cine nacional (%)	6,5	1,0	2,8	1,0	7,7
Número de estrenos totales	216	230	254	232	62
Número de estrenos extranjeros	199	204	234	212	55
Número de estrenos nacionales	17	26	22	20	7
Asistencia anual por habitante	1,5	1,5	1,5	1,5	0,2
Precio medio entrada (USD)	4,8	4,9	5,0	4,8	4,0



La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en 2020 en un 74,2% del total de espectadores, la del cine nacional en el 7,7% y la del iberoamericano en el 0,3% (cuadro 1.20).

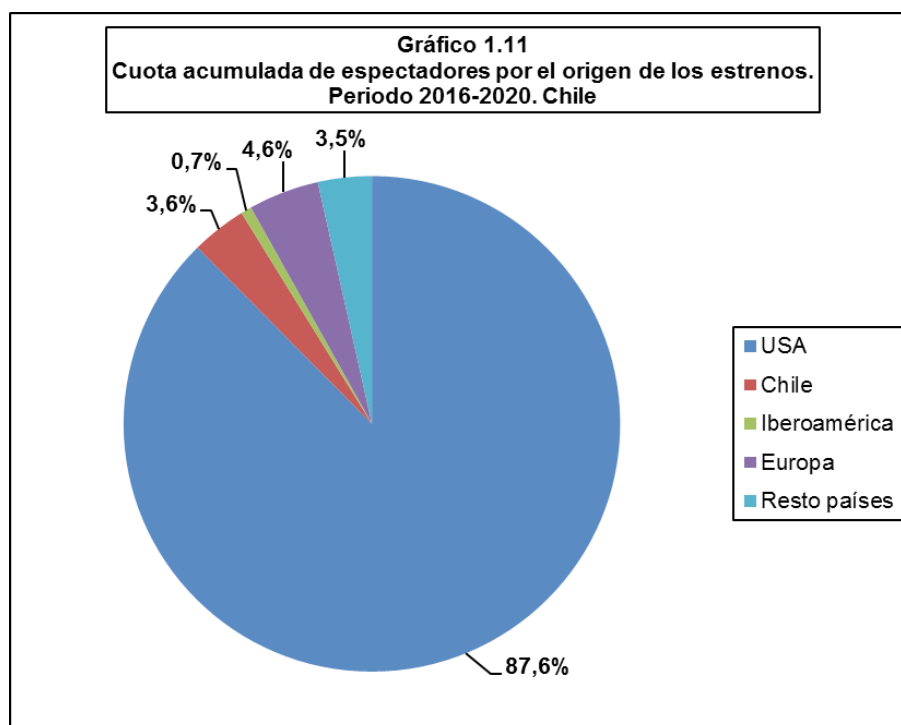
La cuota acumulada de espectadores en el quinquenio 2016-2020 refleja el dominio del cine USA, con un 87,6% del mercado, seguido del cine europeo con un 4,6% y del cine chileno con el 3,6%. El cine iberoamericano registra una cuota de mercado del 0,7% (gráfico 1.11).

**Cuadro 1.20**  
*Distribución por el origen de los estrenos del Top-100. Chile*

ESPECTADORES						
Origen	2018	%	2019	%	2020	%
USA	23.505.904	87,4	26.732.188	93,3	3.481.985	74,2
Chile	681.532	2,5	268.119	0,9	362.786	7,7
Iberoamérica	110.348	0,4	139.480	0,5	13.506	0,3
Europa	2.271.763	8,4	603.355	2,1	296.144	6,3
Resto países	332.462	1,2	916.274	3,2	537.257	11,5
<b>Total</b>	<b>26.902.009</b>		<b>28.659.416</b>		<b>4.691.678</b>	

INGRESOS						
Origen	2018	%	2019	%	2020	%
USA	120.197.056	87,8	130.127.180	93,6	13.917.187	74,0
Chile	3.262.343	2,4	1.166.426	0,8	1.383.921	7,4
Iberoamérica	558.056	0,4	661.101	0,5	60.485	0,3
Europa	11.471.094	8,4	2.720.984	2,0	1.293.562	6,9
Resto países	1.459.800	1,1	4.319.823	3,1	2.152.637	11,4
<b>Total</b>	<b>136.948.349</b>		<b>138.995.514</b>		<b>18.807.792</b>	

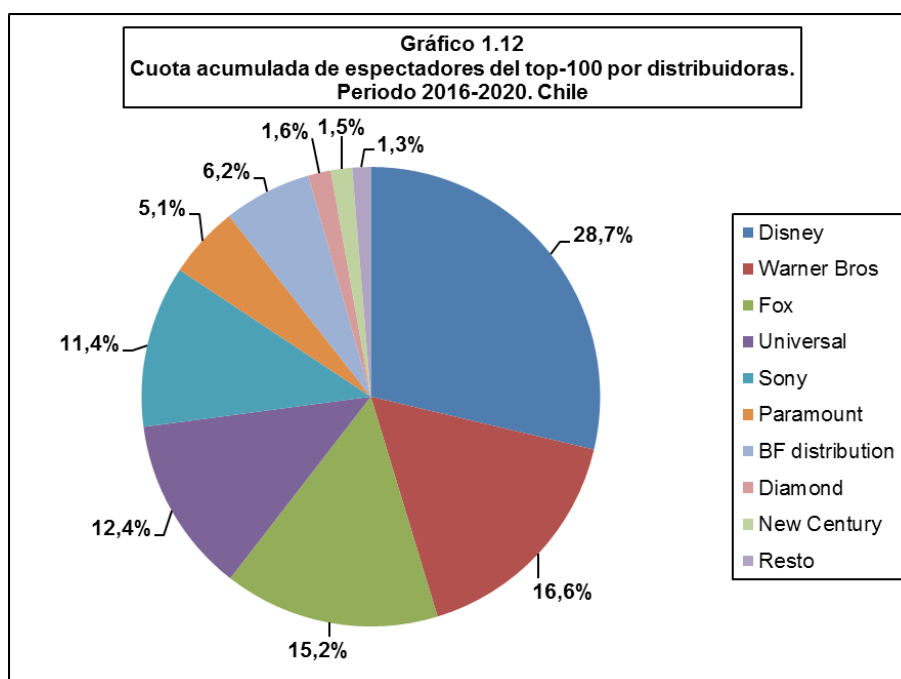


Las distribuidoras americanas, en 2020, representan en el *top-100* una cuota conjunta de espectadores del 83,5% y las independientes el 16,5% restante. Los *Estudios* con más entradas vendidas son Sony con 909.000 y Fox con 751.000 respectivamente (cuadro 1.21).

En el periodo 2016-2020, el porcentaje de espectadores acumulado por las *Majors* se sitúa en un 89,4% y el de las independientes en el 10,6% restante (gráfico 1.12). Las distribuidoras con más cuota de mercado son Disney (28,7%), Warner (16,6%) y Fox (15,2%). Entre las independientes destaca BF Distribution (6,2%).

**Cuadro 1.21**  
**Cuota de espectadores por distribuidoras del top-100. Chile**

Origen	2018	%	2019	%	2020	%
Fox	4.123.157	15,3	1.869.757	6,5	751.140	16,0
Warner Bros	4.638.831	17,2	5.323.002	18,6	353.370	7,5
Disney	7.993.997	29,7	13.635.449	47,6	766.624	16,3
Paramount	689.755	2,6	668.113	2,3	647.858	13,8
Sony	3.758.611	14,0	2.275.922	7,9	909.972	19,4
Universal	3.644.415	13,5	2.931.481	10,2	490.922	10,5
BF distribution	1.463.377	5,4	1.099.800	3,8	244.822	5,2
Diamond	262.207	1,0	451.759	1,6	75.255	1,6
Andes films	105.474	0,4	31.832	0,1	29.000	0,6
Cinecolor	163.045	0,6	36.022	0,1	0	0,0
New Century	0	0,0	0	0,0	348.177	7,4
Resto	59.140	0,2	336.279	1,2	74.538	1,6
<b>Total</b>	<b>26.902.009</b>		<b>28.659.416</b>		<b>4.691.678</b>	



En 2020, el ranking de audiencia está liderado por las películas estadounidenses *Sonic the Hedgehog* con 628.204 espectadores y *Jumanji: Siguiente nivel* con 609.262 espectadores (cuadro 1.22).

Las producciones del *ranking* de estrenos provienen en su mayoría de Estados Unidos (8), con un total de seis películas 100% americanas y dos coproducciones (con Reino Unido y con China). Completan el cuadro la película chilena *Pacto de fuga* (David Albala) y la coreana *Parásitos*.

La cuota de mercado de las diez producciones (3,3 millones de espectadores) supone un 70,5% del total de espectadores.

**Cuadro 1.22**  
**Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2020. Chile**

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Sonic the Hedgehog	USA	628.204	2.514.014
2	Jumanji: Siguiendo nivel	USA	609.262	2.535.000
3	Frozen 2	USA	364.704	1.294.718
4	Parásitos	Corea del Sur	308.298	1.271.215
5	Aves de presa	USA	276.061	1.131.712
6	Espías con disfraz	USA	249.343	950.206
7	Star Wars: El ascenso de Skywalker	USA	244.045	1.121.623
8	Pacto de fuga	Chile	228.656	886.034
9	1917	R. Unido, Canadá, USA	216.635	970.441
10	Las aventuras del Doctor Dolittle	USA, China	183.698	727.958

En el *ranking* nacional, figura en primer lugar la mencionada *Pacto de fuga* con 228.656 espectadores. En este *ranking*, todas las obras son íntegramente chilenas salvo una coproducción con Argentina y Colombia (cuadro 1.23).

**Cuadro 1.23**  
**Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Año 2020. Chile**

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Pacto de fuga	Chile	228.656	886.034
2	Mujeres arriba	Chile	97.131	354.910
3	Cosas de hombres	Chile	23.635	91.378
4	La casa	Chile	12.770	49.318
5	Los fuertes	Chile	361	1.396
6	El estreno (HRA)	Chile	130	558
7	Los Reyes	Chile	86	284
8	Las cruces	Chile	9	24
9	Monos	Chile, Argentina, Colombia	8	20

El estreno iberoamericano más exitoso en 2020 en Chile es la producción argentina *El robo del siglo* (Ariel Winograd), con 11.664 espectadores. Las películas del resto de países más populares son la coreana *Parásitos* con 308.298 espectadores y la británica *1917* con 216.635 (cuadro 1.24).

<i>Cuadro 1.24</i>				
<i>Ranking de estrenos cinematográficos de otros países. Año 2020. Chile</i>				
<i>Iberoamérica</i>				
<b>Nº</b>	<b>Título</b>	<b>Origen</b>	<b>Espectadores</b>	<b>Ingresos (\$)</b>
1	El robo del siglo	Argentina	11.664	52.453
2	Frankie	Portugal, Francia	1.580	6.839
3	Salvador Dalí	España	262	1.193
<i>Europa y resto de países</i>				
<b>Nº</b>	<b>Título</b>	<b>Origen</b>	<b>Espectadores</b>	<b>Ingresos (\$)</b>
1	Parásitos	Corea del Sur	308.298	1.271.215
2	1917	R. Unido, Canadá, USA	216.635	970.441
3	Jojo Rabbit	N. Zelanda, USA	101.194	398.289
4	Gretel y Hansel	Canadá, USA	62.919	229.223
5	El aro: Capítulo final	Japón	37.210	142.071





## COLOMBIA

Los cines colombianos en 2020 suman una asistencia de 12,6 millones de espectadores y recaudan 35,8 millones de dólares. La pandemia mundial reduce la actividad cinematográfica en un 82,8% en cuanto a la venta de entradas y un 82% en cuanto a los ingresos respecto a 2019.

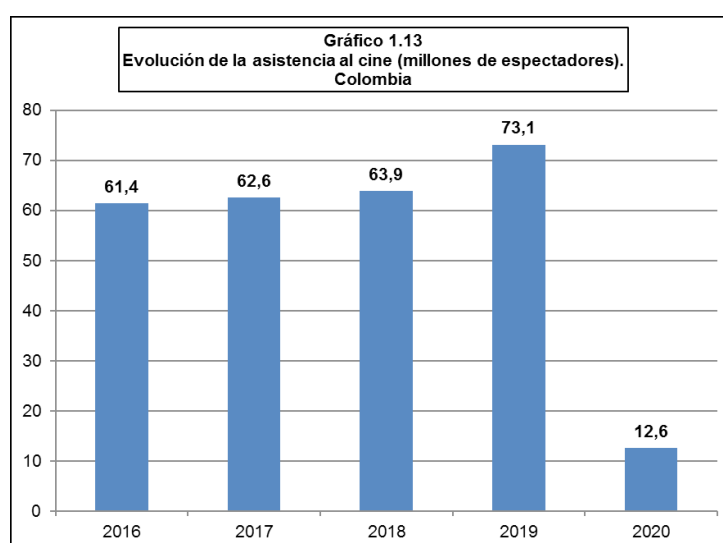
La audiencia anual se sitúa en 0,2 películas por habitante y el precio medio de la entrada asciende a 2,4 dólares. El número de estrenos de cine nacional representa el 21,6% y la cuota de espectadores el 6,8%. La exhibición de estrenos se reduce en un 67,8% (cuadro 1.25).

La evolución de la venta de entradas en los últimos cinco años muestra un máximo de 73,1 millones de espectadores en 2019 y un mínimo de 12,6 en 2020 debido a la covid-19 (gráfico 1.13).

Cuadro 1.25

*Panorama cinematográfico en Colombia*

Datos	2016	2017	2018	2019	2020
Población (millones)	48,2	48,7	49,2	49,8	50,3
PIB-PPA (billones USD)	0,672	0,700	0,734	0,772	0,719
PIB-PPA per capita (USD)	13.700	14.200	14.700	15.300	14.100
Número de pantallas de cine	1.003	1.081	1.172	1.227	1.208
Ingresos cine (millones USD)	173,9	182,2	187,3	199,0	35,8
Espectadores cine (millones)	61,4	62,6	63,9	73,1	12,6
Espectadores cine nacional (millones)	4,78	3,72	2,18	2,51	0,85
Cuota de mercado cine nacional (%)	7,8	6,0	3,4	3,4	6,8
Número de estrenos totales	312	314	356	352	125
Número de estrenos extranjeros	271	270	319	304	98
Número de estrenos nacionales	41	44	37	48	27
Asistencia anual por habitante	1,2	1,2	1,3	1,5	0,2
Precio medio entrada (USD)	2,8	2,9	2,9	2,8	2,4



La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en 2020 en un 80,4% del total de espectadores, la del cine nacional en el 6,1% y la del iberoamericano en el 0,3% (cuadro 1.26).

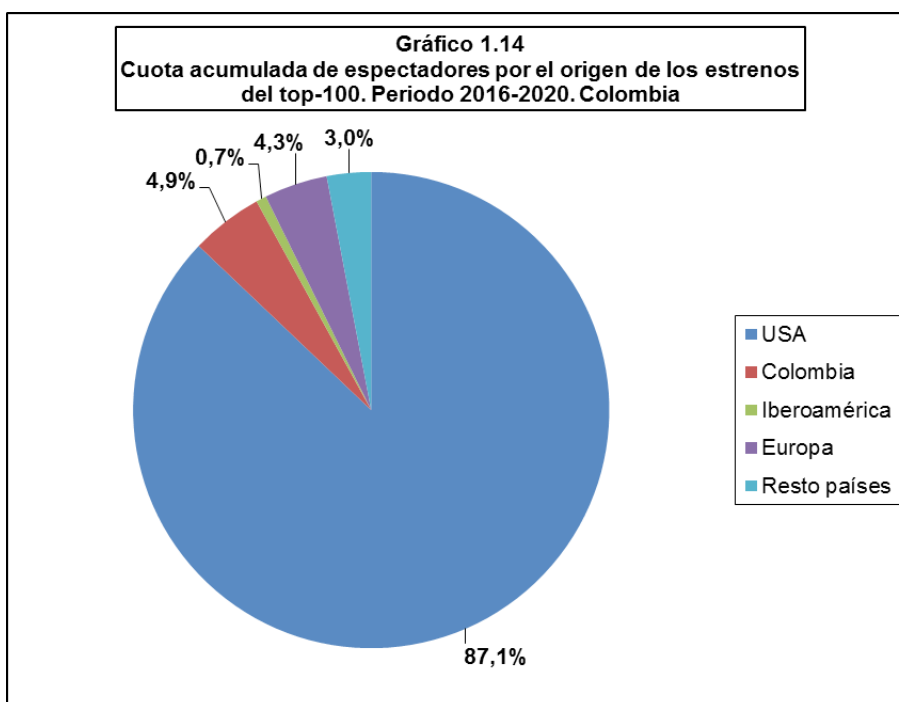
La cuota acumulada de espectadores en el quinquenio 2016-2020 refleja el dominio del cine USA, con un 87,1% del mercado, seguido del cine colombiano con un 4,9% y del cine europeo con el 4,3%. El cine iberoamericano registra una cuota de mercado del 0,7% (gráfico 1.14).

**Cuadro 1.26**  
*Distribución por el origen de los estrenos del top-100. Colombia*

<b>ESPECTADORES</b>						
<b>Origen</b>	<b>2018</b>	<b>%</b>	<b>2019</b>	<b>%</b>	<b>2020</b>	<b>%</b>
USA	51.920.482	87,3	61.870.506	90,3	9.973.455	80,4
Colombia	1.832.699	3,1	1.942.585	2,8	756.036	6,1
Iberoamérica	196.576	0,3	463.688	0,7	35.137	0,3
Europa	4.470.215	7,5	2.265.152	3,3	555.827	4,5
Resto países	1.079.871	1,8	2.007.476	2,9	1.079.691	8,7
<b>Total</b>	<b>59.499.843</b>		<b>68.549.407</b>		<b>12.400.146</b>	

<b>INGRESOS</b>						
<b>Origen</b>	<b>2017</b>	<b>%</b>	<b>2018</b>	<b>%</b>	<b>2020</b>	<b>%</b>
USA	155.664.173	89,8	153.424.538	87,9	28.287.408	79,6
Colombia	6.856.624	4,0	4.942.997	2,8	2.038.714	5,7
Iberoamérica	3.614.166	2,1	460.112	0,3	102.616	0,3
Europa	4.510.151	2,6	12.816.182	7,3	1.756.247	4,9
Resto países	2.708.205	1,6	2.848.658	1,6	3.373.204	9,5
<b>Total</b>	<b>173.353.319</b>		<b>174.492.487</b>		<b>35.558.189</b>	

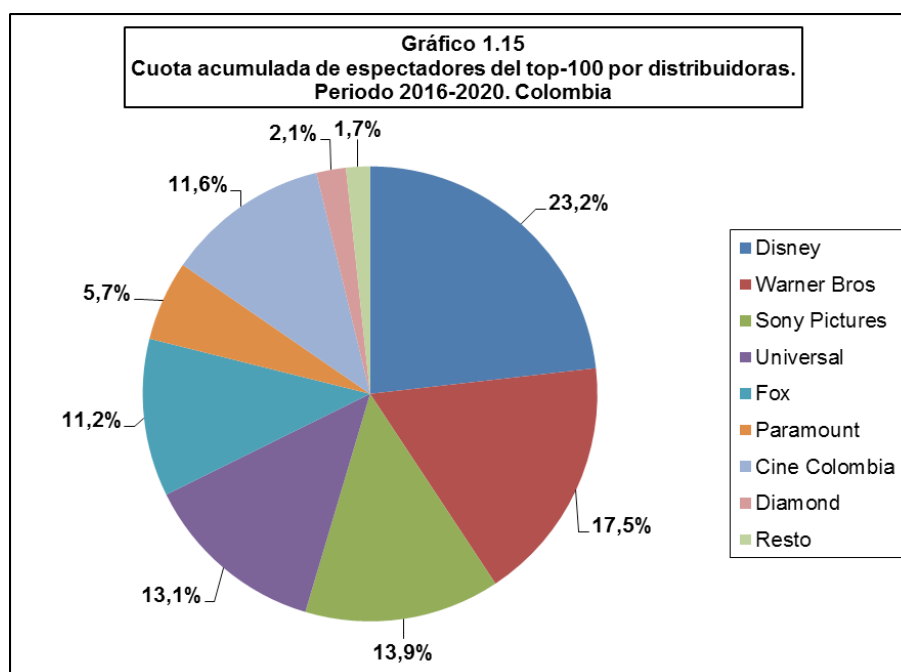


Las distribuidoras americanas, en 2020, representan en el *top-100* una cuota conjunta de espectadores del 79,4% y las independientes el 20,6% restante. Los *Estudios* con más entradas vendidas son Sony con 3,9 millones y Universal con 1,7 millones y la distribuidora independiente con más éxito es Cine Colombia con 1,9 (cuadro 1.27).

En el periodo 2016-2020, el porcentaje de espectadores acumulado por las *Majors* se sitúa en un 84,7% y el de las independientes en el 15,3% restante (gráfico 1.15). Las distribuidoras con más cuota de mercado son Disney (23,2%), Warner (17,5%) y Sony (13,9%). Entre las independientes destaca Cine Colombia (11,6%).

**Cuadro 1.27**  
**Cuota de espectadores por distribuidoras del top-100. Colombia**

Origen	2018	%	2019	%	2020	%
Fox	5.918.415	9,9	5.132.243	7,5	1.124.175	9,1
Disney	15.113.084	25,4	29.264.855	42,7	699.379	5,6
Warner Bros	11.363.629	19,1	12.381.852	18,1	1.126.239	9,1
Paramount	1.841.072	3,1	2.706.997	3,9	1.198.930	9,7
Universal	8.546.534	14,4	6.356.526	9,3	1.720.652	13,9
Sony Pictures	8.943.288	15,0	4.702.679	6,9	3.963.440	32,0
Cine Colombia	6.607.273	11,1	5.983.546	8,7	1.967.743	15,9
Cinecolor	260.941	0,4	449.599	0,7	30.600	0,2
Cineplex	0	0,0	0	0,0	198.129	1,6
Diamond	905.607	1,5	1.182.851	1,7	202.439	1,6
Santa Bárbara	0	0,0	0	0,0	94.914	0,8
Resto distribuidoras	0	0,0	388.259	0,6	73.506	0,6
<b>Total</b>	<b>59.499.843</b>		<b>68.549.407</b>		<b>12.400.146</b>	



En 2020, el ranking de audiencia está liderado por la película estadounidense *Jumanji: Siguiendo nivel* con 1.806.233 espectadores, seguido de la coproducción USA-México *Bad boys for life* con 1.697.213 espectadores (cuadro 1.28).

Las producciones del ranking de estrenos provienen en su mayoría de Estados Unidos (8), con un total de cuatro películas 100% americanas y 4 coproducciones. Completan el cuadro la película colombiana *La fiesta* (Juan Carlos Mazo) y la coreana *Parásitos*.

La cuota de mercado de las diez producciones (8,4 millones de espectadores) supone un 66,4% del total de espectadores.

**Cuadro 1.28**  
**Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2020. Colombia**

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Jumanji: Siguiendo nivel	USA	1.806.233	5.231.506
2	Bad boys for life	USA, México	1.697.213	4.930.886
3	Sonic the Hedgehog	USA	1.198.930	3.204.738
4	Las aventuras del Doctor Dolittle	USA, China	959.230	2.713.916
5	Parásitos	Corea del Sur	675.870	2.195.082
6	Aves de presa	USA	521.824	1.506.774
7	Onward	USA	405.827	1.215.419
8	La fiesta	Colombia	391.483	1.041.104
9	La llamada de lo salvaje	USA, Canadá	367.922	1.046.006
10	El hombre invisible	USA, Australia, Canadá	345.914	954.654

En el ranking nacional, figura en primer lugar la mencionada *La fiesta* con 391.483 espectadores, seguida de *No andaba muerto, estaba de parranda* (Fernando Ayllón) con más de 224.000. En este ranking, hay dos coproducciones, una con EE.UU. y otra con Francia (cuadro 1.29).

**Cuadro 1.29**  
**Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Año 2020. Colombia**

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	La fiesta	Colombia	391.483	1.041.104
2	No andaba muerto, estaba de parranda	Colombia	224.331	588.567
3	Loco por vos	Colombia	89.200	270.178
4	Sobre ruedas	Colombia	8.510	19.120
5	La fortaleza	Colombia	8.080	17.089
6	Bendita rebeldía	Colombia	7.386	22.581
7	El baño	Colombia	7.034	18.017
8	Fortuna Lake	Colombia, USA	6.156	16.892
9	Litigante	Colombia, Francia	4.873	10.829
10	Después de Norma	Colombia	4.339	12.543

El estreno iberoamericano más exitoso en 2020 en Colombia es la coproducción hispanoamericana *Escuadrón de la muerte* (Dan Krauss), con 17.348 espectadores. Las películas del resto de países más populares son la coreana *Parásitos* con 675.870 y la británica *1917* con 289.214 espectadores (cuadro 1.30).

Cuadro 1.30

*Ranking de estrenos cinematográficos de otros países. Año 2020. Colombia*

<i>Iberoamérica</i>				
Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Escuadrón de la muerte	España, USA	17.348	48.649
2	Corazón ardiente	España	4.248	9.878
3	Frankie	Portugal, Francia	4.189	13.544
4	Renacidos	España, Francia, Italia	3.831	9.767
5	Dolor y gloria	España	3.725	10.527
<i>Europa y resto de países</i>				
Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Parásitos	Corea del Sur	675.870	2.195.082
2	1917	R. Unido, Canadá, USA	289.214	941.978
3	Gretel y Hansel	Canadá, USA	145.059	373.658
4	Jojo Rabbit	N. Zelanda, USA	123.966	408.151
5	The Gentlemen	R. Unido, USA	70.452	224.733



## COSTA RICA

Los cines costarricenses en 2020 suman una asistencia de 1,3 millones de espectadores y recaudan 6,9 millones de dólares. La pandemia mundial reduce la actividad cinematográfica en un 83,3% en cuanto a la venta de entradas e ingresos respecto a 2019.

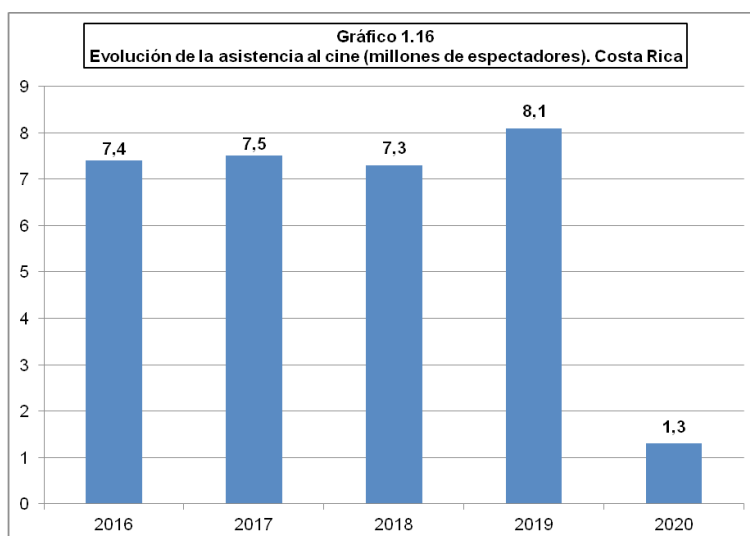
La audiencia anual se sitúa en 0,2 películas por habitante y el precio medio de la entrada asciende a 5 dólares. El número de estrenos de cine nacional representa el 4,5% y la cuota de espectadores el 1%. La exhibición de estrenos se reduce en un 42,2% (cuadro 1.31).

La evolución de la venta de entradas en los últimos cinco años muestra un máximo de 8,1 millones de espectadores en 2019 y un mínimo de 1,3 en 2020 debido a la covid-19 (gráfico 1.16).

*Cuadro 1.31*

*Panorama cinematográfico en Costa Rica*

Datos	2016	2017	2018	2019	2020
Población (millones)	4,8	4,9	5,0	5,1	5,1
PIB-PPA (billones USD)	0,088	0,094	0,099	0,103	0,099
PIB-PPA per capita (USD)	17.900	19.000	19.800	20.300	19.300
Número de pantallas de cine	145	148	150	151	151
Ingresos cine (millones USD)	41,6	40,2	37,0	41,7	6,9
Espectadores cine (millones)	7,4	7,5	7,3	8,1	1,3
Espectadores cine nacional (millones)	0,12	0,18	0,37	0,12	0,01
Cuota de mercado cine nacional (%)	1,7	2,4	5,1	1,5	1,0
Número de estrenos totales	230	240	253	232	134
Número de estrenos extranjeros	227	226	242	219	128
Número de estrenos nacionales	3	14	11	13	6
Asistencia anual por habitante	1,5	1,5	1,5	1,6	0,2
Precio medio entrada (USD)	5,6	5,4	5,1	5,1	5,0



La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en 2020 en un 85,2% del total de espectadores, la del cine nacional en el 1,3% y la del iberoamericano en el 0,6% (cuadro 1.32).

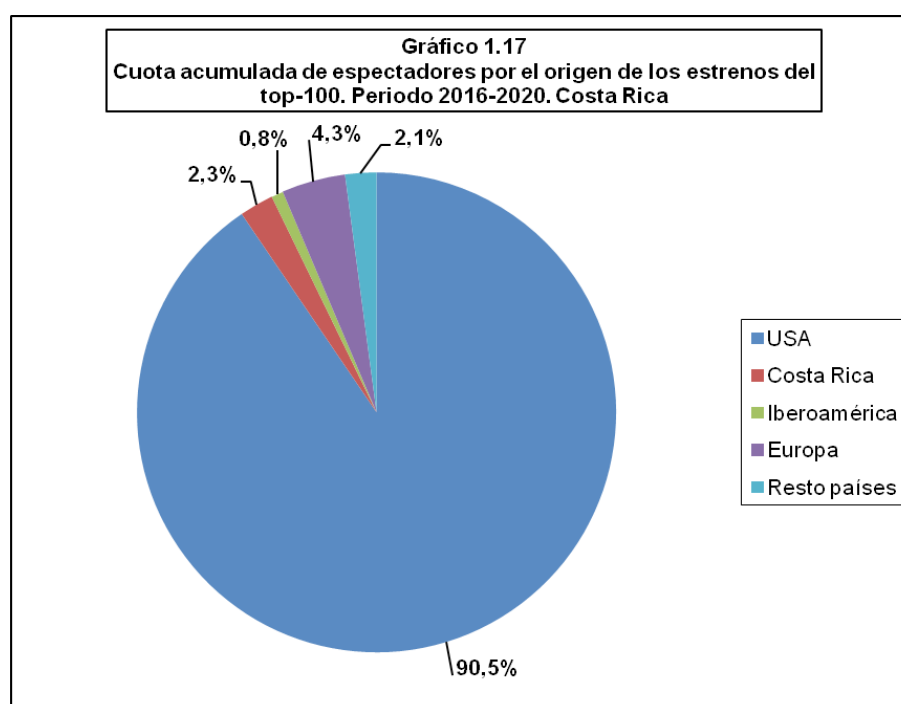
La cuota acumulada de espectadores en el quinquenio 2016-2020 refleja el dominio del cine USA, con un 90,5% del mercado, seguido del cine europeo con un 4,3% y del cine costarricense con el 2,3%. El cine iberoamericano registra una cuota de mercado del 0,8% (gráfico 1.17).

**Cuadro 1.32**  
*Distribución por el origen de los estrenos del top-100. Costa Rica*

<b>ESPECTADORES</b>						
<b>Origen</b>	<b>2018</b>	<b>%</b>	<b>2019</b>	<b>%</b>	<b>2020</b>	<b>%</b>
USA	6.096.062	86,4	7.487.465	94,4	1.149.632	85,2
Costa Rica	365.435	5,2	107.788	1,4	16.980	1,3
Iberoamérica	23.901	0,3	57.259	0,7	8.667	0,6
Europa	529.069	7,5	99.428	1,3	88.492	6,6
Resto países	43.293	0,6	179.515	2,3	85.748	6,4
<b>Total</b>	<b>7.057.760</b>		<b>7.931.455</b>		<b>1.349.519</b>	

<b>INGRESOS</b>						
<b>Origen</b>	<b>2018</b>	<b>%</b>	<b>2019</b>	<b>%</b>	<b>2020</b>	<b>%</b>
USA	30.973.563	86,5	38.675.195	95,1	5.844.499	84,9
Costa Rica	1.691.511	4,7	453.591	1,1	82.227	1,2
Iberoamérica	119.667	0,3	251.190	0,6	43.079	0,6
Europa	2.815.663	7,9	493.702	1,2	475.635	6,9
Resto países	193.897	0,5	803.809	2,0	438.961	6,4
<b>Total</b>	<b>35.794.301</b>		<b>40.677.487</b>		<b>6.884.401</b>	

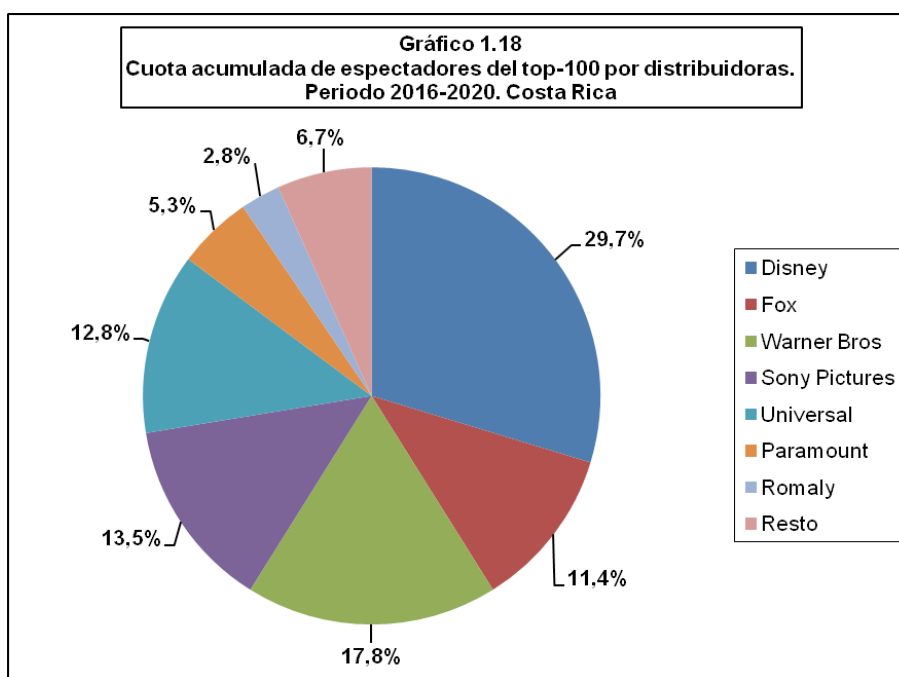


Las distribuidoras americanas, en 2020, representan en el *top-100* una cuota conjunta de espectadores del 84,7% y las independientes el 15,3% restante. Los *Estudios* con más entradas vendidas son Sony con 335.046 y Warner con 222.553, respectivamente (cuadro 1.33).

En el periodo 2016-2020, el porcentaje de espectadores acumulado por las *Majors* se sitúa en un 90,6% y el de las independientes en el 9,4% restante (gráfico 1.18). Las distribuidoras con más cuota de mercado son Disney (29,7%), Warner (17,8%) y Sony (13,5%). Entre las independientes destaca Romaly (2,8%).

**Cuadro 1.33**  
*Cuota de espectadores por distribuidoras del top-100. Costa Rica*

Origen	2018	%	2019	%	2020	%
Fox	819.851	11,6	442.313	5,6	97.728	7,2
Disney	2.112.219	29,9	4.062.250	51,2	120.372	8,9
Warner Bros	1.193.346	16,9	1.309.928	16,5	222.553	16,5
Paramount	217.415	3,1	244.682	3,1	151.056	11,2
Sony Pictures	1.081.203	15,3	730.152	9,2	335.046	24,8
Universal	996.265	14,1	640.582	8,1	216.835	16,1
Romaly	332.931	4,7	138.455	1,7	12.369	0,9
Resto	304.530	4,3	363.093	4,6	193.560	14,3
<b>Total</b>	<b>7.057.760</b>		<b>7.931.455</b>		<b>1.349.519</b>	



En 2020, el ranking de audiencia está liderado por las películas estadounidenses *Jumanji: Siguiente nivel* con 199.840 espectadores y *Sonic the Hedgehog* con 133.376 (cuadro 1.34).



Las producciones del *ranking* de estrenos provienen en su mayoría de Estados Unidos (9), con un total de cinco películas 100% americanas y cuatro coproducciones (dos con Reino Unido, una con China y otra con México) Completa el cuadro la película coreana *Parásitos*.

La cuota de mercado de las diez producciones (832.750 espectadores) supone un 61,2% del total de espectadores.

**Cuadro 1.34**  
*Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2020. Costa Rica*

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Jumanji: Siguiendo nivel	USA	199.840	1.000.953
2	Sonic the Hedgehog	USA	133.376	663.940
3	Las aventuras del Doctor Dolittle	USA, China	100.754	497.208
4	Wonder Woman 1984	USA, R. Unido	82.710	446.886
5	Bad boys for life	USA, México	69.965	391.869
6	Aves de presa	USA	59.800	335.556
7	Star Wars: El ascenso de Skywalker	USA	49.153	286.828
8	Parásitos	Corea del Sur	47.918	257.257
9	Espías con disfraz	USA	44.948	203.975
10	1917	R. Unido, Canadá, USA	44.286	263.268

En el *ranking* nacional, figura en primer lugar *La boda del tigre* (Esteban Ramírez) con 9.925 espectadores. En este *ranking*, todas las obras son costarricenses en su totalidad (cuadro 1.35).

**Cuadro 1.35**  
*Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Año 2020. Costa Rica*

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	La boda del tigre	Costa Rica	9.925	51.419
2	El psicópata	Costa Rica	1.971	8.789
3	Ceniza negra	Costa Rica	1.204	5.467
4	El mito blanco	Costa Rica	418	1.808
5	Río sucio	Costa Rica	241	1.060
6	¿Justicia y olvido?	Costa Rica	65	376

El estreno iberoamericano más exitoso en 2020 en Costa Rica es la producción paraguaya *Morgue* (Hugo Cardozo), con 2.094 espectadores. Las películas del resto de países más populares son la coreana *Parásitos* con 47.918 y la británica *1917* con 44.286 espectadores, ambas en el ranking cinematográfico del país (cuadro 1.36).

**Cuadro 1.36**  
**Ranking de estrenos cinematográficos de otros países. Año 2020. Costa Rica**

---

**Iberoamérica**

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Morgue	Paraguay	2.094	9.486
2	La Llorona	Guatemala, Francia	1.781	7.729
2	El robo del siglo	Argentina	1.344	7.899
3	Malasaña 32	España	1.384	7.276
4	El mejor verano de mi vida	España	1.261	6.811

---

**Europa y resto de países**

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Parásitos	Corea del Sur	47.918	257.257
2	1917	R. Unido, Canadá, USA	44.286	263.268
3	Jojo Rabbit	N. Zelanda, USA	16.622	88.385
4	Zapatos Rojos y los siete Trolls	Corea del Sur	4.973	18.783
5	Prityazhenie 2	Rusia	4.939	21.156



## ECUADOR

Los cines ecuatorianos en 2020 suman una asistencia de 4,1 millones de espectadores y recaudan 18,1 millones de dólares. La pandemia mundial reduce la actividad cinematográfica en un 79,4% en cuanto a la venta de entradas y un 80,9% en cuanto a los ingresos respecto a 2019.

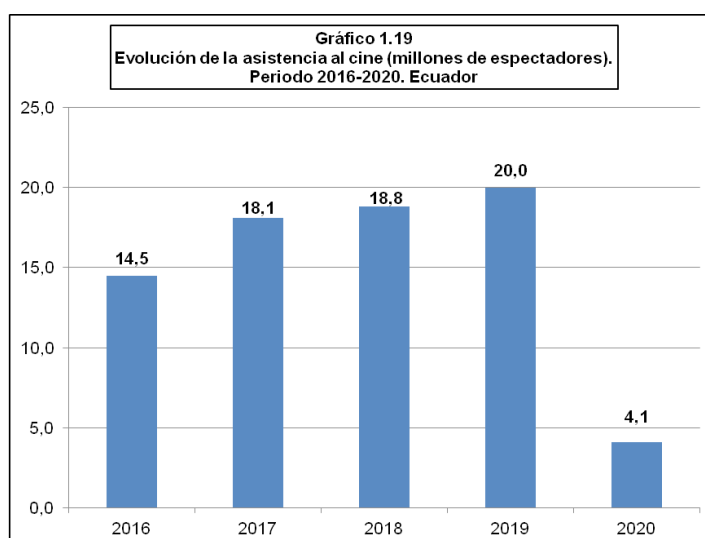
La audiencia anual se sitúa en 0,2 películas por habitante y el precio medio de la entrada asciende a 4,4 dólares. El número de estrenos de cine nacional representa el 5,2% y la cuota de espectadores el 1%. La exhibición de estrenos se reduce en un 41,3% (cuadro 1.37).

La evolución de la venta de entradas en los últimos cinco años muestra un máximo de 20 millones de espectadores en 2019 y un mínimo de 4,1 en 2020 debido a la pandemia (gráfico 1.19).

Cuadro 1.37

*Panorama cinematográfico en Ecuador*

Datos	2016	2017	2018	2019	2020
Población (millones)	16,5	16,7	17,0	17,2	17,5
PIB-PPA (billones USD)	0,182	0,195	0,202	0,206	0,186
PIB-PPA per capita (USD)	11.200	11.600	11.800	11.900	10.600
Número de pantallas de cine	302	302	324	356	356
Ingresos cine (millones USD)	67,5	82,5	84,7	94,9	18,1
Asistencia espectadores (millones)	14,5	18,1	18,8	20,0	4,1
Espectadores cine nacional (millones)	0,13	0,10	0,12	0,37	0,03
Cuota de mercado cine nacional (%)	0,9	0,6	0,7	1,9	1,0
Número de estrenos totales	258	243	250	230	135
Número de estrenos extranjeros	248	229	232	220	128
Número de estrenos nacionales	10	14	18	10	7
Asistencia anual por habitante	0,9	1,1	1,1	1,2	0,2
Precio medio entrada (USD)	4,6	4,6	4,5	4,7	4,4



La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en 2020 en un 79% del total de espectadores, la del cine nacional en el 0,9% y la del iberoamericano en el 2,3% (cuadro 1.38).

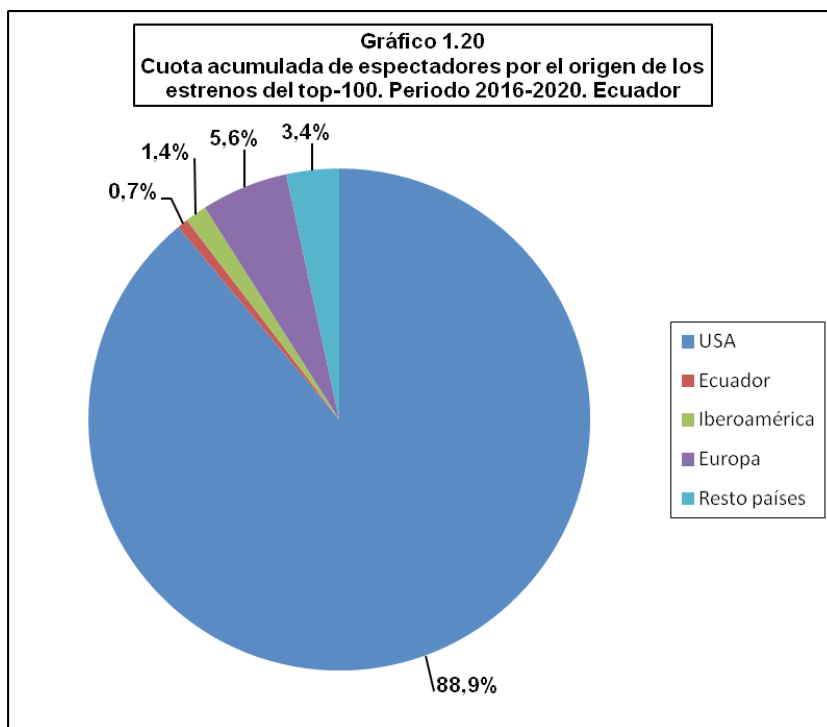
La cuota acumulada de espectadores en el quinquenio 2016-2020 refleja el dominio del cine USA, con un 88,9% del mercado, seguido del cine europeo con un 5,6% y del resto de países con el 3,4%. El cine ecuatoriano registra una cuota de mercado del 0,7% (gráfico 1.20).

**Cuadro 1.38**  
*Distribución por el origen de los estrenos del top-100. Ecuador*

<b>ESPECTADORES</b>						
<b>Origen</b>	<b>2018</b>	<b>%</b>	<b>2019</b>	<b>%</b>	<b>2020</b>	<b>%</b>
USA	15.400.852	88,6	16.939.673	89,8	3.129.065	79,0
Ecuador	0	0,0	338.442	1,8	34.122	0,9
Iberoamérica	281.606	1,6	203.674	1,1	92.414	2,3
Europa	1.246.618	7,2	717.480	3,8	368.402	9,3
Resto países	447.576	2,6	658.856	3,5	338.409	8,5
<b>Total</b>	<b>17.376.652</b>		<b>18.858.125</b>		<b>3.962.412</b>	

<b>INGRESOS</b>						
<b>Origen</b>	<b>2018</b>	<b>%</b>	<b>2019</b>	<b>%</b>	<b>2020</b>	<b>%</b>
USA	70.636.141	89,5	81.967.448	90,9	14.192.666	80,4
Ecuador	0	0,0	1.462.521	1,6	149.852	0,8
Iberoamérica	1.032.616	1,3	817.006	0,9	369.108	2,1
Europa	5.504.698	7,0	2.887.209	3,2	1.542.800	8,7
Resto países	1.752.149	2,2	3.017.410	3,3	1.397.059	7,9
<b>Total</b>	<b>78.925.604</b>		<b>90.151.594</b>		<b>17.651.485</b>	



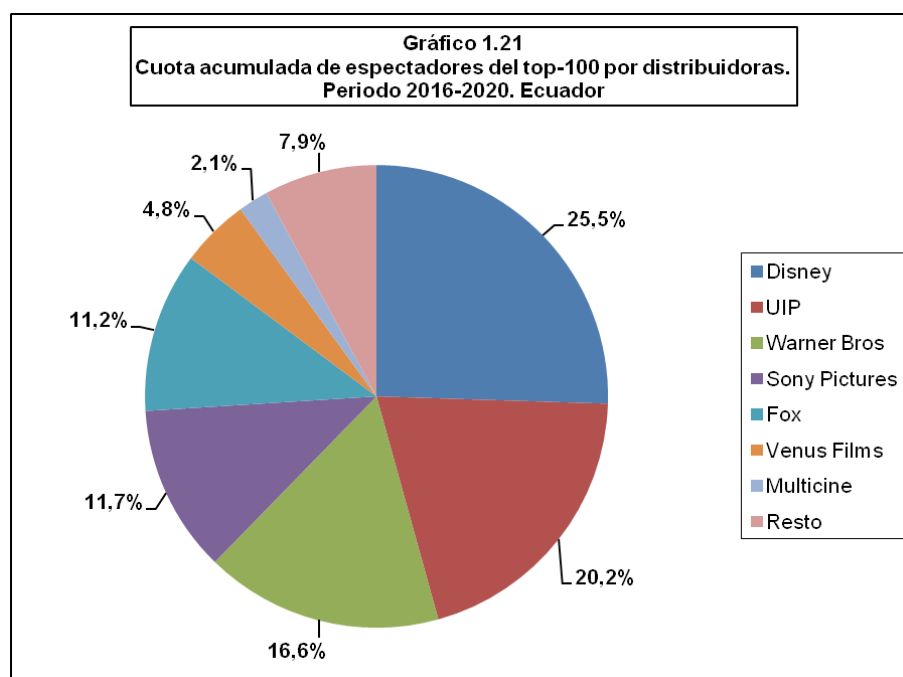
Las distribuidoras americanas, en 2020, representan en el *top-100* una cuota conjunta de espectadores del 72,8% y las independientes el 27,2% restante. Los *Estudios* con más entradas vendidas son Sony con 705.615 y Paramount con 656.713, respectivamente (cuadro 1.39).

En el periodo 2016-2020, el porcentaje de espectadores acumulado por las *Majors* se sitúa en un 85,1% y el de las independientes en el 14,9% restante (gráfico 1.21). Las distribuidoras con más cuota de mercado son Disney (25,5%), UIP (20,2%) y Warner (16,6%). Entre las independientes destaca Venus Films (4,8%).

Cuadro 1.39

Cuota de espectadores por distribuidoras del top 100. Ecuador

Origen	2018	%	2019	%	2020	%
Fox	1.666.311	9,6	1.336.231	7,1	322.851	8,1
Disney	5.354.960	30,8	8.173.525	43,3	205.457	5,2
UIP	3.197.021	18,4	2.776.979	14,7	0	0,0
Warner Bros	2.769.093	15,9	2.950.304	15,6	463.544	11,7
Sony Pictures	2.203.024	12,7	1.534.674	8,1	705.615	17,8
Paramount	0	0,0	0	0,0	656.713	16,6
Universal	0	0,0	0	0,0	532.164	13,4
Venus Films	541.528	3,1	644.371	3,4	130.628	3,3
Multicine	217.849	1,3	337.155	1,8	235.197	5,9
Cineplex	0	0,0	0	0,0	154.308	3,9
Independent	683.649	3,9	431.432	2,3	59.330	1,5
Zocalo	0	0,0	0	0,0	282.895	7,1
Discovery	0	0,0	0	0,0	170.000	4,3
Resto Distribuidoras	743.217	4,3	673.454	3,6	43.710	1,1
<b>Total</b>	<b>17.376.652</b>		<b>18.858.125</b>		<b>3.962.412</b>	



En 2020, el ranking de audiencia está liderado por las películas estadounidenses *Sonic the Hedgehog* con 468.813 espectadores y *Jumanji: Siguiendo nivel* con 299.970 espectadores (cuadro 1.40).

Las producciones del ranking de estrenos provienen en su mayoría de Estados Unidos (9), con un total de cuatro películas 100% americanas y cinco en coproducción (2 con Canadá, una con China, una con R. Unido y una con México). Completa el cuadro la película coreana *Parásitos*.

La cuota de mercado de las diez producciones (1.934.268 espectadores) supone un 46,8% del total de espectadores.

**Cuadro 1.40**  
**Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2020. Ecuador**

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Sonic the Hedgehog	USA	468.813	2.184.450
2	Jumanji: Siguiendo nivel	USA	299.970	1.393.228
3	Las aventuras del Doctor Dolittle	USA, China	224.298	998.826
4	Bad boys for life	USA, México	178.952	867.922
5	Aves de presa	USA	176.297	880.016
6	Jugando con fuego	USA, Canadá	158.458	704.991
7	Onward	USA	117.660	625.943
8	La llamada de los salvajes	USA, Canadá	113.790	535.639
9	Wonder Woman 1984	USA, UK	104.935	520.361
10	Parásitos	Corea del Sur	91.095	417.358

En el ranking nacional, figura en primer lugar *Dedicada a mi ex* (Jorge Ulloa) con 18.835 espectadores. En este ranking, cinco obras son ecuatorianas en su totalidad y tres están en coproducción con Colombia, Uruguay y con España y México (cuadro 1.41).

**Cuadro 1.41**  
**Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Año 2020. Ecuador**

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Dedicada a mi ex	Ecuador, Colombia	18.835	78.605
2	Cuando ellos se fueron	Ecuador	5.821	26.602
3	Vacío	Ecuador, Uruguay	5.344	24.017
4	Tzantza: cabezas encogidas	Ecuador	4.122	20.629
5	Panamá	Ecuador	2.250	10.416
6	ADH - "Alguien debe hacerlo"	Ecuador	288	1.221
7	Hypnotic, la película	Ecuador	165	759
8	A nosotros tu reino	Ecuador, España, México	204	614

El estreno iberoamericano más exitoso en 2020 en Ecuador es la producción mexicana *Día de Muertos* (Carlos Gutiérrez), con 20.449 espectadores, seguido de la obra española *Padre no hay más que uno* con 18.068 (Santiago Segura). Las películas del resto de países más populares son la coreana *Parásitos* con 91.095 y la británica *1917* con 61.894 espectadores (cuadro 1.42).

**Cuadro 1.42**  
**Ranking de estrenos cinematográficos de otros países. Año 2020. Ecuador**  
**Iberoamérica**

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Día de Muertos	México	20.449	88.754
2	Padre no hay más que uno	España	18.068	71.866
3	Scary Show	México, Canadá, UK	12.599	52.063
4	Cuidado con lo que deseas	España, México	10.675	37.777
5	Hasta que la boda nos separe	España	10.090	38.322
<b>Europa y resto de países</b>				
Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Parásitos	Corea del Sur	91.095	417.358
2	1917	UK, Canadá, USA	61.894	319.460
3	Pinocho	Italia, Francia, UK	45.892	181.770
4	The Jack in the Box	R. Unido	38.537	149.002
5	Gretel y Hansel	Canadá, USA	36.099	148.422



## EL SALVADOR

Los cines salvadoreños en 2020 suman una asistencia de 0,6 millones de espectadores y recaudan 2,5 millones de dólares. La pandemia mundial reduce la actividad cinematográfica en un 84,6% en cuanto a la venta de entradas y un 84,9% en cuanto a los ingresos, respecto a 2019.

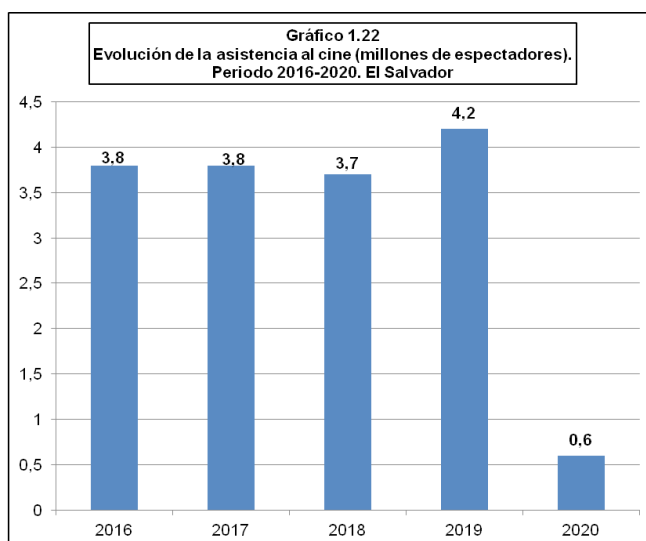
La audiencia anual se sitúa en 0,1 películas por habitante y el precio medio de la entrada asciende a 4 dólares. El número de estrenos de cine nacional representa el 2% y la cuota de espectadores el 0,6%. La exhibición de estrenos se reduce en un 43,4% (cuadro 1.43).

La evolución de la venta de entradas en los últimos cinco años muestra un máximo de 4,2 millones de espectadores en 2019 y un mínimo de 0,6 en 2020 debido a la covid-19 (gráfico 1.22).

Cuadro 1.43

*Panorama cinematográfico en El Salvador*

Datos	2016	2017	2018	2019	2020
Población (millones)	6,4	6,5	6,5	6,6	6,7
PIB-PPA (billones USD)	0,051	0,054	0,056	0,059	0,054
PIB-PPA per capita (USD)	8.000	8.400	8.800	9.100	8.400
Número de pantallas de cine	68	68	68	66	66
Ingresos cine (millones USD)	14,8	14,9	14,4	17,2	2,5
Asistencia espectadores (millones)	3,8	3,8	3,7	4,2	0,6
Espectadores cine nacional (millones)	0,0004	0	0,005	0,004	0,004
Cuota de mercado cine nacional (%)	0,01	0	0,1	0,1	0,6
Número de estrenos totales	194	204	212	175	99
Número de estrenos extranjeros	192	204	211	174	97
Número de estrenos nacionales	2	0	1	1	2
Asistencia anual por habitante	0,6	0,6	0,6	0,6	0,1
Precio medio entrada (USD)	3,9	3,9	3,9	4,0	4,0





La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en 2020 en un 89% del total de espectadores, la del cine nacional en el 0,6% y la del iberoamericano en el 0,8% (cuadro 1.44).

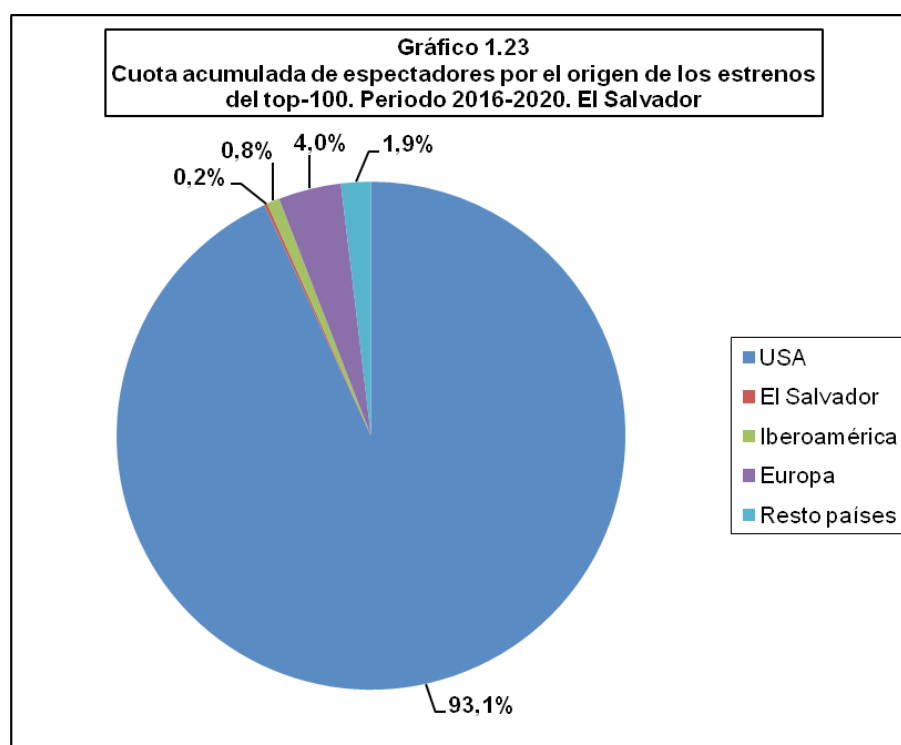
La cuota acumulada de espectadores en el quinquenio 2016-2020 refleja el dominio del cine USA, con un 93,1% del mercado, seguido del cine europeo con un 4% y del resto de países con el 1,9%. El cine salvadoreño registra una cuota de mercado del 0,2% (gráfico 1.23).

**Cuadro 1.44**  
*Distribución por el origen de los estrenos del Top-100. El Salvador*

ESPECTADORES						
Origen	2018	%	2019	%	2020	%
USA	3.351.327	91,9	3.908.075	94,4	578.090	89,0
El Salvador	4.909	0,1	3.986	0,1	4.057	0,6
Iberoamérica	28.874	0,8	28.629	0,7	4.879	0,8
Europa	217.202	6,0	80.507	1,9	33.781	5,2
Resto países	45.672	1,3	118.429	2,9	28.974	4,5
<b>Total</b>	<b>3.647.984</b>		<b>4.139.626</b>		<b>649.781</b>	

INGRESOS						
Origen	2018	%	2019	%	2020	%
USA	12.917.528	91,8	16.086.359	94,8	2.308.719	89,0
El Salvador	19.151	0,1	16.755	0,1	16.812	0,6
Iberoamérica	89.815	0,6	107.519	0,6	19.296	0,7
Europa	888.426	6,3	308.300	1,8	133.727	5,2
Resto países	157.794	1,1	454.310	2,7	116.062	4,5
<b>Total</b>	<b>14.072.714</b>		<b>16.973.243</b>		<b>2.594.616</b>	

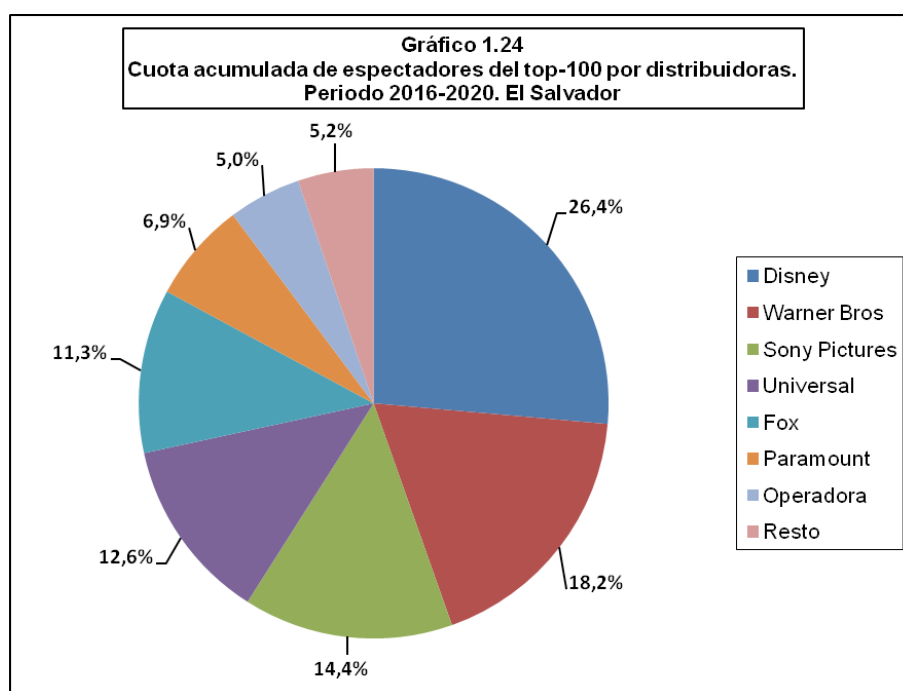


Las distribuidoras americanas, en 2020, representan en el *top-100* una cuota conjunta de espectadores del 82,6% y las independientes el 17,4%. Las que vendieron más entradas son Sony con 183.620 y Warner con 104.030, respectivamente (cuadro 1.45).

En el periodo 2016-2020, el porcentaje de espectadores acumulado por las *Majors* se sitúa en un 89,7% y el de las independientes en el 10,3% restante (gráfico 1.24). Las distribuidoras con más cuota de mercado son Disney (26,4%), Warner (18,2%) y Sony (14,4%). Entre las independientes destaca Operadora (5%).

**Cuadro 1.45**  
*Cuota de espectadores por distribuidoras del top-100. El Salvador*

Origen	2018	%	2019	%	2020	%
Fox	340.070	9,3	250.188	6,0	37.869	5,8
Disney	1.051.703	28,8	1.946.163	47,0	44.100	6,8
Warner Bros	664.182	18,2	721.671	17,4	104.030	16,0
Paramount	133.987	3,7	157.603	3,8	100.737	15,5
Sony Pictures	600.047	16,4	362.223	8,8	183.620	28,3
Universal	560.516	15,4	375.461	9,1	66.296	10,2
Operadora	122.253	3,4	174.268	4,2	66.053	10,2
Canzion	7.781	0,2	4.782	0,1	0	0,0
Resto	167.445	4,6	147.267	3,6	47.076	7,2
<b>Total</b>	<b>3.647.984</b>		<b>4.139.626</b>		<b>649.781</b>	



En 2020, el ranking de audiencia está liderado por la película estadounidense *Sonic the Hedgehog* con 91.412 espectadores, seguida de la coproducción USA- México *Bad boys for life* con 80.546 espectadores (cuadro 1.46).

Las producciones del *ranking* de estrenos provienen en su mayoría de Estados Unidos (9), con un total de cinco películas 100% americanas y cuatro coproducciones (2 con R. Unido, una con China y otra con México). Completa el cuadro la película coreana *Parásitos*.

La cuota de mercado de las diez producciones (412.535 espectadores) supone un 63,5% del total de espectadores.

**Cuadro 1.46**  
*Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2020. El Salvador*

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Sonic the Hedgehog	USA	91.412	371.000
2	Bad boys for life	USA, México	80.546	330.607
3	Jumanji: Siguiente nivel	USA	73.631	290.603
4	Wonder Woman 1984	USA, UK	38.102	157.466
5	Aves de presa	USA	37.584	156.943
6	Las aventuras del Doctor Dolittle	USA, China	28.379	112.914
7	Espías con disfraz	USA	16.878	65.262
8	Star Wars: El ascenso de Skywalker	USA	16.112	67.906
9	Greenland	USA, UK	15.012	57.540
10	Parásitos	Corea del Sur	14.879	60.653

El *ranking* nacional solo está compuesto por dos estrenos, figurando en primer lugar *Cachada* (Marlén Viñayo) con 3.995 espectadores (cuadro 1.47)

**Cuadro 1.47**  
*Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Año 2020. El Salvador*

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Cachada	El Salvador	3.995	16.540
2	El cruce de Guatemala	El Salvador	62	271

El estreno iberoamericano más exitoso en 2020 en El Salvador es la producción paraguaya *Morgue* (Hugo Cardozo), con 2.320 espectadores. Las películas del resto de países más populares son la coreana *Parásitos* con 14.879 y la británica *1917* con 10.713 espectadores (cuadro 1.48).

*Cuadro 1.48**Ranking de estrenos cinematográficos de otros países. Año 2020. El Salvador**Iberoamérica*

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Morgue	Paraguay	2.320	8.989
2	Malasaña 32	España	1.085	4.433
3	El mejor verano de mi vida	España	616	2.348
4	Padre no hay más que uno	España	361	1.550
5	Renacidos	España, Francia, Italia	302	1.258

*Europa y resto de países*

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Parásitos	Corea del Sur	14.879	60.653
2	1917	UK, USA	10.713	47.538
3	Apocalipsis Zombie	UK	4.069	14.753
4	Prityazhenie 2	Rusia	3.646	15.288
5	Jojo Rabbit	N. Zelanda, USA	2.942	12.400



## ESPAÑA

Los cines españoles en 2020 suman una asistencia de 28,9 millones de espectadores y recaudan 198,3 millones de dólares. La pandemia mundial reduce la actividad cinematográfica en un 72,9% en cuanto a la venta de entradas y un 71,8% en cuanto a los ingresos, respecto a 2019.

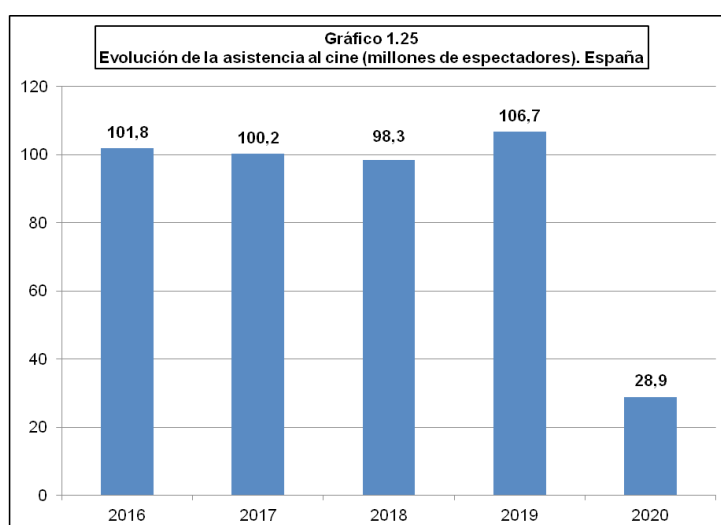
La audiencia anual se sitúa en 0,6 películas por habitante y el precio medio de la entrada asciende a 6,8 dólares. El número de estrenos de cine nacional representa el 27,3% y la cuota de espectadores el 25,4%. La exhibición de estrenos se reduce en un 12,5% (cuadro 1.49).

La evolución de la venta de entradas en los últimos cinco años muestra un máximo de 106,7 millones de espectadores en 2019 y un mínimo de 28,9 en 2020 debido a la covid-19 (gráfico 1.25).

Cuadro 1.49

*Panorama cinematográfico en España*

Concepto	2016	2017	2018	2019	2020
Población (millones)	46,4	46,5	46,7	46,9	47,3
PIB-PPA (billones USD)	1,733	1,843	1,932	2,006	1,773
PIB-PPA per capita (USD)	37.300	39.700	41.600	43.100	38.100
Número de pantallas de cine	3.554	3.534	3.518	3.593	3.593
Ingresos cine (millones USD)	666,4	676,1	695,9	705,5	198,3
Espectadores cine (millones)	101,8	100,2	98,3	106,7	28,9
Espectadores cine nacional (millones)	18,84	17,29	17,62	16,05	7,37
Cuota de mercado cine nacional (%)	18,5	17,2	17,9	15,0	25,4
Número de estrenos totales	628	688	847	770	673
Número de estrenos extranjeros	460	500	633	579	489
Número de estrenos nacionales	168	188	214	191	184
Asistencia anual por habitante	2,2	2,1	2,1	2,2	0,6
Precio medio entrada (USD)	6,6	6,7	7,0	6,7	6,8



La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en 2020 en un 48,6% del total de espectadores, la del cine nacional en el 25,7%, la del europeo en el 18,5% y la del cine de otros países en el 7,2% (cuadro 1.50). El éxito del cine europeo se debe fundamentalmente a las dos obras británicas en coproducción con Estados Unidos, *1917* y *Tenet*.

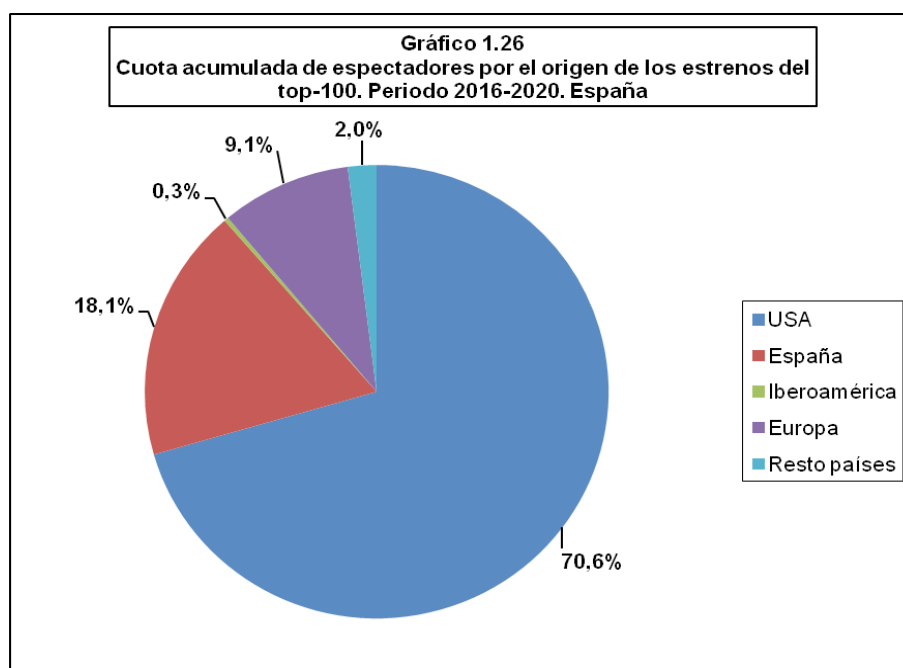
La cuota acumulada de espectadores en el quinquenio 2016-2020 refleja el dominio del cine USA, con un 70,6% del mercado, seguido del cine español con un 18,1% y del cine europeo con el 9,1%. El cine iberoamericano registra una cuota de mercado del 0,3% (gráfico 1.26).

**Cuadro 1.50**  
*Distribución por el origen de los estrenos del top-100. España*

ESPECTADORES						
Origen	2018	%	2019	%	2020	%
USA	59.196.569	69,0	76.566.044	79,7	13.087.401	48,6
España	14.329.823	16,7	14.045.315	14,6	6.920.141	25,7
Iberoamérica	1.142.054	1,3	0	0,0	0	0,0
Europa	10.526.329	12,3	4.913.249	5,1	4.972.105	18,5
Resto países	575.986	0,7	554.801	0,6	1.934.443	7,2
<b>Total</b>	<b>85.770.761</b>		<b>96.079.409</b>		<b>26.914.090</b>	

INGRESOS						
Origen	2018	%	2019	%	2020	%
USA	420.667.735	69,1	505.733.718	79,6	90.722.366	49,1
España	99.869.060	16,4	92.437.382	14,5	46.134.648	25,0
Iberoamérica	7.657.951	1,3	0	0,0	0	0,0
Europa	76.325.182	12,5	33.592.437	5,3	34.725.968	18,8
Resto países	4.222.670	0,7	3.760.867	0,6	13.287.747	7,2
<b>Total</b>	<b>608.742.598</b>		<b>635.524.404</b>		<b>184.870.729</b>	

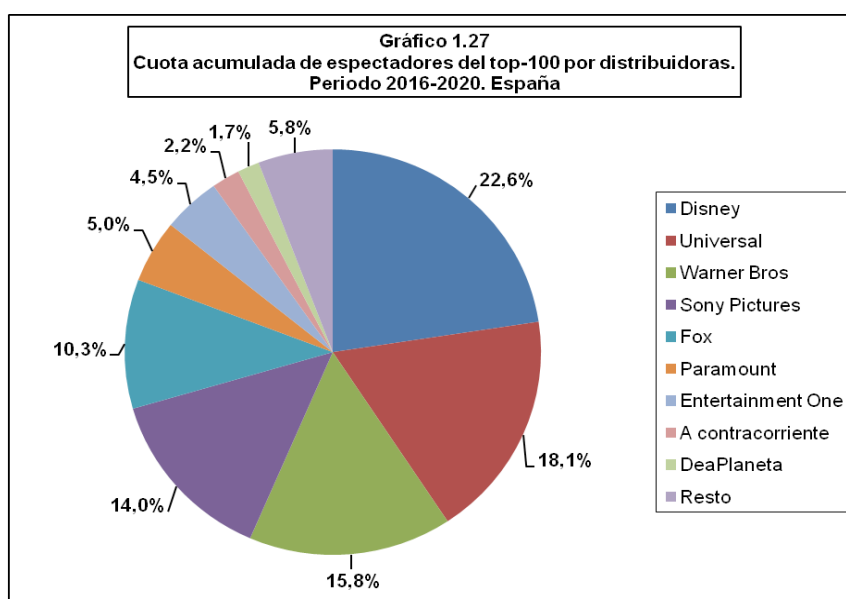


Las distribuidoras americanas, en 2020, representan en el *top-100* una cuota conjunta de espectadores del 67,7% y las independientes el 32,3%. Las que vendieron más entradas son Sony con 5,3 millones de espectadores y Warner con 4,7 espectadores, respectivamente (cuadro 1.51).

En el periodo 2016-2020, el porcentaje de espectadores acumulado por las *Majors* se sitúa en un 85,9% y el de las independientes en el 14,1% restante (gráfico 1.27). Las distribuidoras con más cuota de mercado son Disney (22,6%), Universal (18,1%) y Warner (15,8%). Entre las independientes destaca Entertainment One (4,5%).

**Cuadro 1.51**  
**Cuota de espectadores por distribuidoras del top 100. España**

Origen	2018	%	2019	%	2020	%
Universal	19.467.062	22,7	11.197.444	11,7	2.807.105	10,4
Fox	14.924.375	17,4	4.497.024	4,7	0	0,0
Warner Bros	11.341.744	13,2	14.620.859	15,2	4.742.228	17,6
Disney	18.753.274	21,9	36.460.508	37,9	3.179.652	11,8
Sony Pictures	10.502.672	12,2	15.100.737	15,7	5.368.885	19,9
Paramount	2.673.306	3,1	4.718.470	4,9	2.151.521	8,0
Entertainment One	2.040.269	2,4	3.804.139	4,0	2.200.455	8,2
DeaPlaneta	793.287	0,9	908.397	0,9	610.289	2,3
Tri Pictures	494.547	0,6	0	0,0	108.927	0,4
A contracorriente	2.470.217	2,9	1.582.559	1,6	1.077.506	4,0
Vertigo Films	181.588	0,2	0	0,0	48.761	0,2
Filmax	676.198	0,8	228.302	0,2	600.429	2,2
Diamond	0	0,0	0	0,0	1.267.029	4,7
Aventura	0	0,0	0	0,0	987.384	3,7
Caramel	0	0,0	0	0,0	274.234	1,0
Flins	0	0,0	0	0,0	380.794	1,4
Vertice	0	0,0	0	0,0	469.923	1,7
Resto productoras	1.452.222	1,7	2.960.970	3,1	638.968	2,4
<b>Total</b>	<b>85.770.761</b>		<b>96.079.409</b>		<b>26.914.090</b>	



En 2020, el ranking de audiencia está liderado por la película española *Padre no hay más que uno 2* con 2.317.917 espectadores, seguido de las dos coproducciones británicas *1917*, con 1,5 millones de espectadores y *Tenet* con 1,2 millones (cuadro 1.52).

En cuanto a las producciones del ranking de estrenos, cinco provienen de Estados Unidos, de las cuales dos están en coproducción con China y México, respectivamente. Otras dos obras provienen de Reino Unido, ambas en coproducción con Estados Unidos. Y completan el cuadro dos producciones españolas, la mencionada *Padre no hay mas que uno 2* y *Adú* (Salvador Calvo) y la película coreana *Parásitos*.

La cuota de mercado de las diez producciones (11,7 millones espectadores) supone un 40,5% del total de espectadores.

**Cuadro 1.52**  
*Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2020. España*

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Padre no hay más que uno 2	España	2.317.917	14.763.062
2	1917	UK, USA	1.573.320	11.023.724
3	Tenet	UK, USA	1.207.812	8.677.510
4	Adú	España	1.088.560	7.270.546
5	Bad boys for life	USA, México	1.077.075	7.659.939
6	Las aventuras del Doctor Dolittle	USA, China	1.036.289	7.036.052
7	Parásitos	Corea del Sur	987.384	6.899.110
8	Sonic the Hedgehog	USA	870.482	5.872.740
9	Jumanji: Siguiente nivel	USA	800.400	5.557.571
10	Star Wars: El ascenso de Skywalker	USA	793.857	5.898.440

En el ranking nacional, además de la citada película situada en el *top-1* anual, figura con más de un millón de espectadores *Adú*, a continuación se coloca *Malasaña 32* con más de 600.000 y *Hasta que la boda nos separe* (Daniel de la Orden) con casi medio millón de espectadores. Todas las películas del top-10 son íntegramente españolas (cuadro 1.53).

**Cuadro 1.53**  
*Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Año 2020. España*

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Padre no hay mas que uno 2	España	2.317.917	14.763.062
2	Adú	España	1.088.560	7.270.546
3	Malasaña 32	España	610.057	4.291.233
4	Hasta que la boda nos separe	España	452.401	3.110.792
5	Superagente Makey	España	328.633	2.086.013
6	Eso que tú me das	España	245.052	1.614.651
7	Si yo fuera rico	España	192.479	1.360.603
8	Hasta el cielo	España	177.475	1.239.027
9	El verano que vivimos	España	176.122	1.262.596
10	La boda de Rosa	España	149.555	1.015.386



El estreno iberoamericano más exitoso es la coproducción hispanoargentina *La gallina Turuleca* (Víctor Monigote y Eduardo Gondell), con 131.185 espectadores y entre los estrenos 100% iberoamericanos destaca la producción chilena *Ema* (Pablo Larraín) con casi 16.000 espectadores.

Respecto a las películas del resto de países, las más populares son las británicas *1917* (1,5 millones de espectadores) y *Tenet* (1,2 millones). También tuvieron bastante éxito, la producción coreana *Parásitos*, con casi un millón de espectadores, la neozelandesa *Jojo Rabbit*, con más de medio millón y la coproducción europea *Pinocho* que casi alcanza los 500.000 espectadores (cuadro 1.54).

<i>Cuadro 1.54</i>				
<i>Ranking de estrenos cinematográficos de otros países. Año 2020. España</i>				
<i>España en coproducción con Iberoamérica</i>				
<b>Nº</b>	<b>Título</b>	<b>Origen</b>	<b>Espectadores</b>	<b>Ingresos (\$)</b>
1	La gallina Turuleca	España, Argentina	131.185	885.856
2	Ni de coña	España, Colombia	63.104	444.929
3	Akelarre	España, Argentina	48.542	314.346
4	La odisea de los Giles	España, Argentina	21.089	148.774
<i>Iberoamérica</i>				
<b>Nº</b>	<b>Título</b>	<b>Origen</b>	<b>Espectadores</b>	<b>Ingresos (\$)</b>
1	Ema	Chile	15.708	104.229
2	Monos	Argentina, Colombia	9.261	60.338
3	Sin señas particulares	México	3.083	19.489
4	Vitalina Varela	Portugal	2.814	18.052
5	La Llorona	Guatemala, Francia	2.140	14.558
<i>Europa y resto de países</i>				
<b>Nº</b>	<b>Título</b>	<b>Origen</b>	<b>Espectadores</b>	<b>Ingresos (\$)</b>
1	1917	UK, USA	1.573.320	11.023.724
2	Tenet	UK, USA	1.207.812	8.677.510
3	Parásitos	Corea del Sur	987.384	6.899.110
4	Jojo Rabbit	N. Zelanda, USA	519.917	3.577.663
5	Pinocho	Francia, Italia, UK	487.402	3.330.265



## GUATEMALA

Los cines guatemaltecos en 2020 suman una asistencia de 0,9 millones de espectadores y recaudan 4,1 millones de dólares. La pandemia mundial reduce la actividad cinematográfica en un 87,5% en cuanto a la venta de entradas y un 87,8% en cuanto a los ingresos, respecto a 2019.

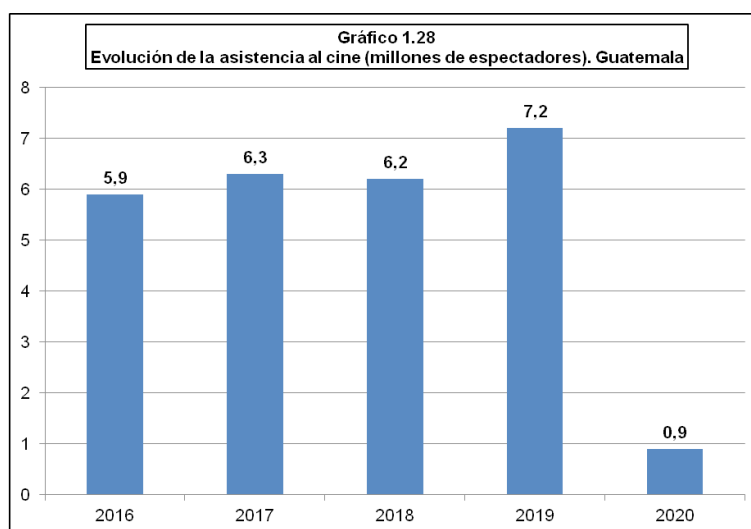
La audiencia anual se sitúa en 0,1 películas por habitante y el precio medio de la entrada asciende a 4,6 dólares. El número de estrenos de cine nacional representa el 3,2% y la cuota de espectadores el 0,9%. La exhibición de estrenos se reduce en un 50,7% (cuadro 1.55).

La evolución de la venta de entradas en los últimos cinco años muestra un máximo de 7,2 millones de espectadores en 2019 y un mínimo de 0,9 en 2020 debido a la covid-19 (gráfico 1.28).

Cuadro 1.55

*Panorama cinematográfico en Guatemala*

Datos	2016	2017	2018	2019	2020
Población (millones)	15,8	16,0	16,3	16,6	16,9
PIB-PPA (billones USD)	0,130	0,134	0,141	0,149	0,148
PIB-PPA per capita (USD)	7.800	7.900	8.200	8.500	8.200
Número de pantallas de cine	131	154	160	172	172
Ingresos cine (millones USD)	28,7	29,9	29,2	34,1	4,1
Espectadores cine (millones)	5,9	6,3	6,2	7,2	0,9
Espectadores cine nacional (millones)	0,005	0,008	0,002	0,01	0,01
Cuota de mercado cine nacional (%)	0,1	0,1	0,04	0,2	0,9
Número de estrenos totales	202	205	211	189	93
Número de estrenos extranjeros	199	202	209	184	90
Número de estrenos nacionales	3	3	2	5	3
Asistencia anual por habitante	0,4	0,4	0,4	0,4	0,1
Precio medio entrada (USD)	4,9	4,7	4,6	4,7	4,6



La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en 2020 en un 89,8% del total de espectadores, la del cine nacional casi en un 1% y la del europeo en el 4,4% (cuadro 1.56).

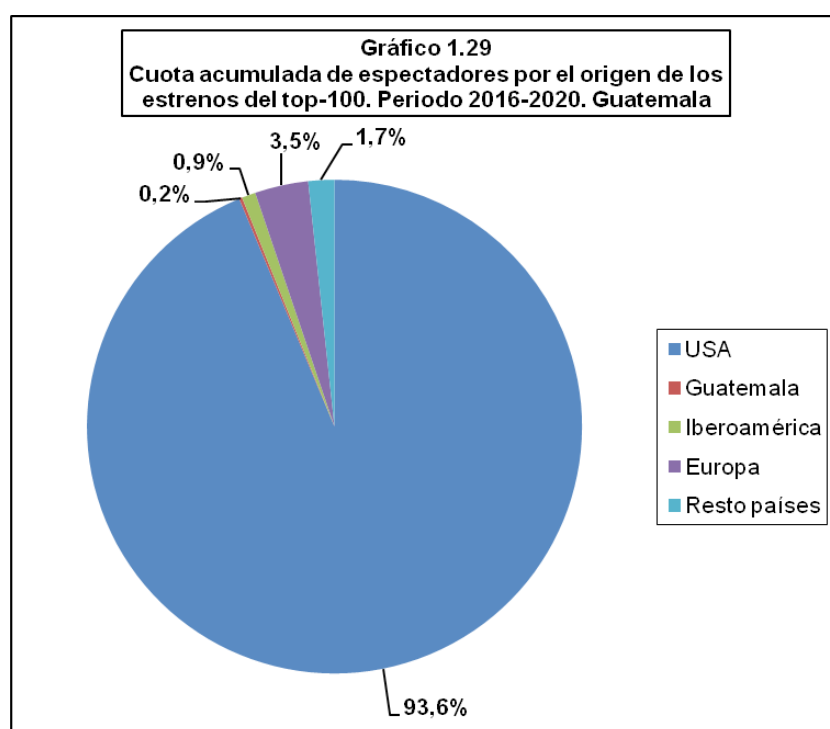
La cuota acumulada de espectadores en el quinquenio 2016-2020 refleja el dominio del cine USA, con un 93,6% del mercado, seguido del cine europeo con el 3,5%. El cine iberoamericano registra una cuota de mercado del 0,9% (gráfico 1.29).

**Cuadro 1.56**  
*Distribución por el origen de los estrenos del Top-100. Guatemala*

<b>ESPECTADORES</b>						
<b>Origen</b>	<b>2018</b>	<b>%</b>	<b>2019</b>	<b>%</b>	<b>2020</b>	<b>%</b>
USA	5.665.114	92,8	6.742.300	95,1	807.777	89,8
Guatemala	0	0,0	15.711	0,2	8.017	0,9
Iberoamérica	16.356	0,3	42.969	0,6	4.416	0,5
Europa	370.864	6,1	116.040	1,6	39.217	4,4
Resto países	50.350	0,8	169.103	2,4	40.097	4,5
<b>Total</b>	<b>6.102.684</b>		<b>7.086.123</b>		<b>899.524</b>	

<b>INGRESOS</b>						
<b>Origen</b>	<b>2018</b>	<b>%</b>	<b>2019</b>	<b>%</b>	<b>2020</b>	<b>%</b>
USA	26.391.931	92,8	32.085.064	95,6	3.732.338	89,7
Guatemala	0	0,0	68.760	0,2	36.634	0,9
Iberoamérica	74.700	0,3	188.646	0,6	18.649	0,4
Europa	1.759.054	6,2	515.856	1,5	192.153	4,6
Resto países	209.886	0,7	718.566	2,1	180.107	4,3
<b>Total</b>	<b>28.435.571</b>		<b>33.576.892</b>		<b>4.159.881</b>	

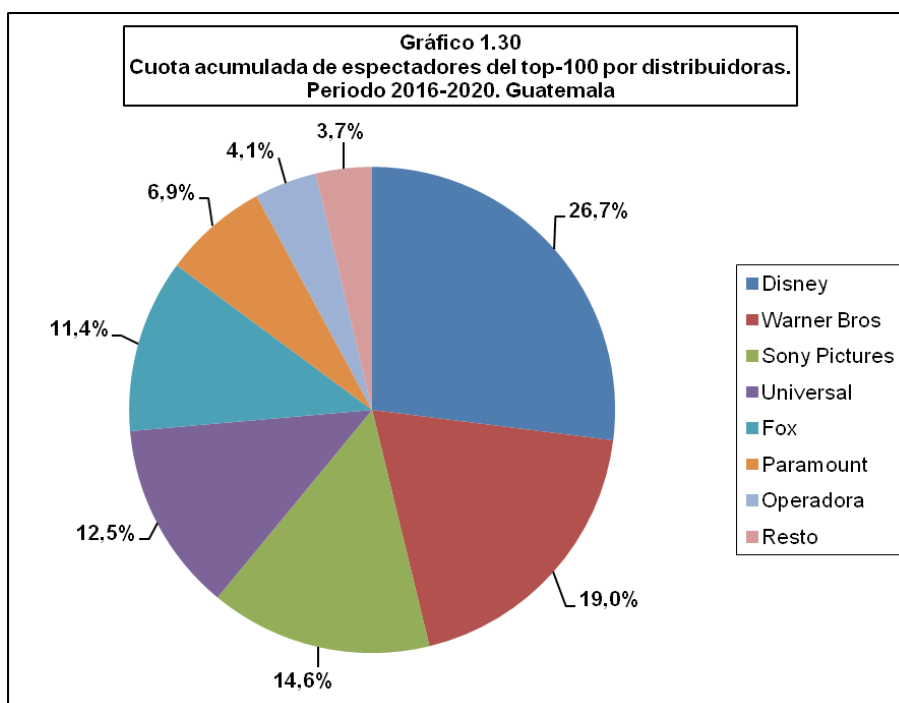


Las distribuidoras americanas, en 2020, representan en el *top-100* una cuota conjunta de espectadores del 86,4% y las independientes el 13,6%. Las que vendieron más entradas son Sony con 257.426 espectadores y Paramount con 153.830 espectadores, respectivamente (cuadro 1.57).

En el periodo 2016-2020, el porcentaje de espectadores acumulado por las *Majors* se sitúa en un 91% y el de las independientes en el 9% restante (gráfico 1.30). Las distribuidoras con más cuota de mercado son Disney (26,7%), Warner (19%) y Sony (14,6%). Entre las independientes destaca Operadora (4,1%).

**Cuadro 1.57**  
*Cuota de espectadores por distribuidoras del top 100. Guatemala*

Origen	2018	%	2019	%	2020	%
Fox	556.130	9,1	460.468	6,5	61.214	6,8
Warner Bros	1.192.427	19,5	1.304.123	18,4	125.009	13,9
Disney	1.726.634	28,3	3.448.630	48,7	68.010	7,6
Paramount	217.592	3,6	243.770	3,4	153.830	17,1
Sony Pictures	914.344	15,0	624.532	8,8	257.426	28,6
Universal	970.083	15,9	555.206	7,8	111.679	12,4
Operadora	213.825	3,5	250.199	3,5	55.335	6,2
Independent CA	0	0,0	0	0,0	51.924	5,8
Resto	311.649	5,1	199.195	2,8	15.097	1,7
<b>Total</b>	<b>6.102.684</b>		<b>7.086.123</b>		<b>899.524</b>	



En 2020, el ranking de audiencia está liderado por las películas americanas *Sonic the Hedgehog* con 136.848 espectadores y *Jumanji: Siguiente nivel* con 114.538 (cuadro 1.58).

Las producciones del *ranking* de estrenos provienen en su totalidad de Estados Unidos, con un total de seis películas 100% americanas y cuatro coproducciones (una con Australia y Canadá, una con China, una con México y otra con R. Unido).

La cuota de mercado de las diez producciones (617.749 espectadores) supone un 68,6% del total de espectadores.

*Cuadro 1.58*  
*Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2020. Guatemala*

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Sonic the Hedgehog	USA	136.848	622.640
2	Jumanji: Siguiendo nivel	USA	114.538	512.854
3	Bad boys for life	USA, México	97.380	446.724
4	Las aventuras del Doctor Dolittle	USA, China	62.501	289.650
5	Aves de presa	USA	60.553	291.698
6	Wonder Woman 1984	USA, UK	44.971	218.077
7	Onward	USA	38.445	186.063
8	Espías con disfraz	USA	22.337	100.015
9	El hombre invisible	USA, Australia, Canadá	21.294	100.439
10	Star Wars: El ascenso de Skywalker	USA	18.882	97.942

En el *ranking* nacional, figura en primer *La Llorona* (Jayro Bustamante) con 4.871 espectadores seguido de *Hogar seguro* (Elías Jiménez) con 2.387 espectadores (cuadro 1.59).

*Cuadro 1.59*  
*Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Año 2020. Guatemala*

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	La Llorona	Guatemala, Francia	4.871	22.349
2	Hogar seguro	Guatemala	2.387	10.812
3	El juego del muerto	Guatemala	759	3.474

El estreno iberoamericano más exitoso en 2020 en Guatemala es la película paraguaya *Morgue* (Hugo Cardozo), con 1.617 espectadores. Las películas del resto de países más populares son la coreana *Parásitos* con 17.973 espectadores, seguida de la británica *1917* con 17.422 (cuadro 1.60).

*Cuadro 1.60**Ranking de estrenos cinematográficos de otros países. Año 2020. Guatemala*

<i>Iberoamérica</i>				
<b>Nº</b>	<b>Título</b>	<b>Origen</b>	<b>Espectadores</b>	<b>Ingresos (\$)</b>
1	Morgue	Paraguay	1.617	6.977
2	Locos de amor 3	Perú	1.123	4.074
3	Malasaña 32	España	777	3.430
4	Padre no hay más que uno	España	305	1.378
5	Renacidos	España, Francia, Italia	295	1.452
<i>Europa y resto de países</i>				
<b>Nº</b>	<b>Título</b>	<b>Origen</b>	<b>Espectadores</b>	<b>Ingresos (\$)</b>
1	Parásitos	Corea del Sur	17.973	89.623
2	1917	UK, USA, Canadá	17.422	93.097
3	Otryv	Rusia	9.441	40.943
4	Jojo Rabbit	N. Zelanda, USA	5.019	24.966
5	Siembamba	Sudáfrica	3.571	15.211



## HONDURAS

Los cines hondureños en 2020 suman una asistencia de 0,7 millones de espectadores y recaudan 2,5 millones de dólares. La pandemia mundial reduce la actividad cinematográfica en un 84,1% en cuanto a la venta de entradas y un 84,8% en cuanto a los ingresos, respecto a 2019.

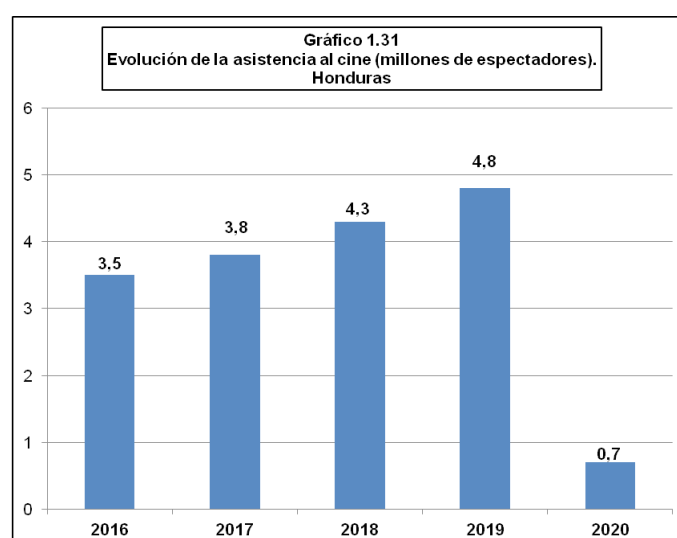
La audiencia anual se sitúa en 0,1 películas por habitante y el precio medio de la entrada asciende a 3,3 dólares. El número de estrenos de cine nacional representa el 3,4% y la cuota de espectadores el 4%. La exhibición de estrenos se reduce en un 46,7% (cuadro 1.61).

La evolución de la venta de entradas en los últimos cinco años muestra un máximo de 4,8 millones de espectadores en 2019 y un mínimo de 0,7 en 2020 debido a la covid-19 (gráfico 1.31).

Cuadro 1.61

*Panorama cinematográfico en Honduras*

Datos	2016	2017	2018	2019	2020
Población (millones)	8,7	8,8	9,0	9,1	9,3
PIB-PPA (billones USD)	0,047	0,052	0,055	0,058	0,055
PIB per capita (USD)	5.100	5.500	5.700	5.900	5.500
Número de pantallas de cine	88	99	106	111	111
Ingresos cine (millones USD)	13,5	13,4	14,5	16,5	2,5
Asistencia espectadores (millones)	3,5	3,8	4,2	4,8	0,7
Espectadores cine nacional (millones)	0,16	0,21	0,03	0,05	0,03
Cuota de mercado cine nacional (%)	4,6	5,5	0,9	1,2	4,0
Número de estrenos totales	169	177	198	167	89
Número de estrenos extranjeros	162	164	191	164	86
Número de estrenos nacionales	7	13	7	3	3
Asistencia anual por habitante	0,4	0,4	0,5	0,5	0,1
Precio medio entrada (USD)	3,8	3,5	3,4	3,4	3,3



La cuota de mercado del cine USA en el top-100 de Honduras se sitúa en 2020 en un 88,1% del total de espectadores, la del cine nacional en el 4% y la del europeo en el 3,9%. La representación iberoamericana es del 0,7% (cuadro 1.62).

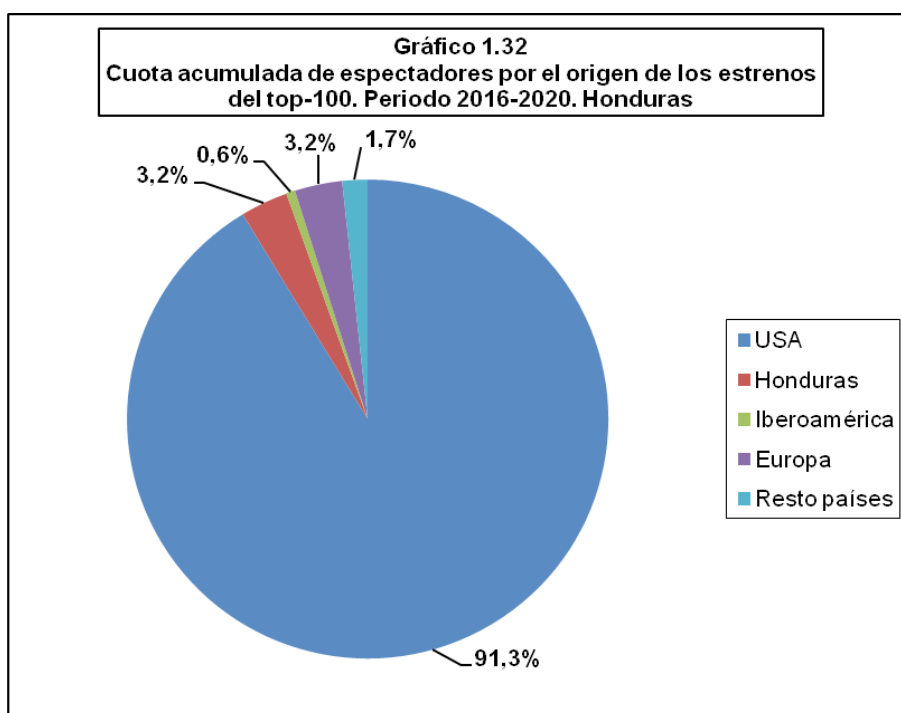
La cuota acumulada de espectadores en el quinquenio 2016-2020 refleja el dominio del cine USA, con un 91,3% del mercado, seguido del cine hondureño y europeo con el 3,2%. El cine iberoamericano registra una cuota de mercado del 0,6% (gráfico 1.32).

**Cuadro 1.62**  
*Distribución por el origen de los estrenos del Top-100. Honduras*

<b>ESPECTADORES</b>						
<b>Origen</b>	<b>2018</b>	<b>%</b>	<b>2019</b>	<b>%</b>	<b>2020</b>	<b>%</b>
USA	3.820.846	92,4	4.413.313	93,1	674.009	88,1
Honduras	26.546	0,6	57.277	1,2	30.985	4,0
Iberoamérica	31.784	0,8	30.998	0,7	5.299	0,7
Europa	228.750	5,5	101.093	2,1	29.874	3,9
Resto países	28.743	0,7	138.636	2,9	24.986	3,3
<b>Total</b>	<b>4.136.669</b>		<b>4.741.317</b>		<b>765.153</b>	

<b>INGRESOS</b>						
<b>Origen</b>	<b>2018</b>	<b>%</b>	<b>2019</b>	<b>%</b>	<b>2020</b>	<b>%</b>
USA	13.058.170	92,3	15.309.104	93,8	2.275.856	88,4
Honduras	74.201	0,5	158.667	1,0	92.556	3,6
Iberoamérica	93.644	0,7	86.406	0,5	16.559	0,6
Europa	835.275	5,9	329.580	2,0	102.739	4,0
Resto países	85.030	0,6	443.281	2,7	85.908	3,3
<b>Total</b>	<b>14.146.320</b>		<b>16.327.038</b>		<b>2.573.618</b>	



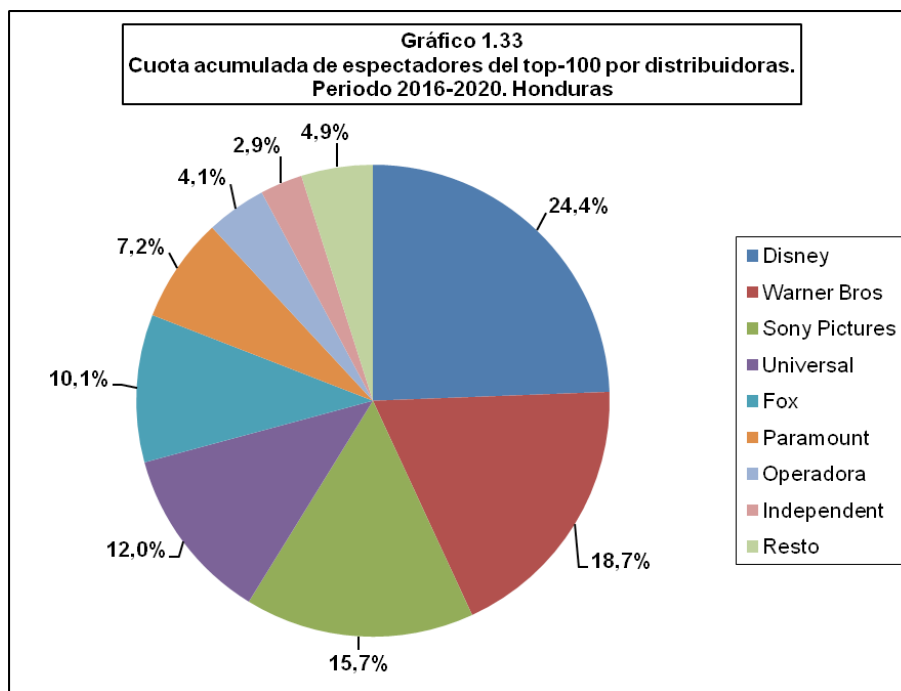


Las distribuidoras americanas, en 2020, representan en el *top-100* una cuota conjunta de espectadores del 83% y las independientes el 17%. Las que vendieron más entradas son Sony con 250.751 espectadores, Paramount con 111.801 y Warner con 104.958 espectadores (cuadro 1.63).

En el periodo 2016-2020, el porcentaje de espectadores acumulado por las *Majors* se sitúa en un 88% y el de las independientes en el 12% restante (gráfico 1.33). Las distribuidoras con más cuota de mercado son Disney (24,4%), Warner (18,7%) y Sony (15,7%). Entre las independientes destaca Operadora (4,1%).

**Cuadro 1.63**  
**Cuota de espectadores por distribuidoras del top 100. Honduras**

Origen	2018	%	2019	%	2020	%
Fox	350.000	8,5	316.342	6,7	38.347	5,0
Warner Bros	791.167	19,1	823.298	17,4	104.958	13,7
Disney	1.080.434	26,1	2.110.727	44,5	41.090	5,4
Paramount	175.208	4,2	192.936	4,1	111.801	14,6
Sony Pictures	704.415	17,0	435.894	9,2	250.751	32,8
Universal	712.459	17,2	424.594	9,0	88.228	11,5
Independent	40.337	1,0	69.202	1,5	34.675	4,5
Canzion	6.180	0,1	14.537	0,3	0	0,0
Operadora	132.792	3,2	192.575	4,1	68.639	9,0
Resto	143.677	3,5	161.212	3,4	26.664	3,5
<b>Total</b>	<b>4.136.669</b>		<b>4.741.317</b>		<b>765.153</b>	



En 2020, el ranking de audiencia está liderado por las películas americanas *Bad boys for life* con 113.701 espectadores y *Jumanji: Siguiente nivel* con 99.566 (cuadro 1.64).

Las producciones del *ranking* de estrenos provienen en su totalidad de Estados Unidos, con un total de seis películas 100% americanas y cuatro coproducciones (una con Australia y Canadá, una con China, una con México y otra con R. Unido)

La cuota de mercado de las diez producciones (509.163 espectadores) supone un 66,5% del total de espectadores.

**Cuadro 1.64**  
*Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2020. Honduras*

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Bad boys for life	USA, México	113.701	397.868
2	Jumanji: Siguiendo nivel	USA	99.566	328.842
3	Sonic the Hedgehog	USA	93.690	311.306
4	Las aventuras del Doctor Dolittle	USA, China	45.404	154.152
5	Aves de presa	USA	43.866	156.019
6	Wonder Woman 1984	USA, UK	39.243	137.601
7	Onward	USA	19.268	69.675
8	Los ángeles de Charlie	USA	19.238	64.503
9	El hombre invisible	USA, Australia, Canadá	17.740	62.783
10	Ouija House	USA	17.447	53.098

En el *ranking* nacional, figura en primer lugar *Locuras de amor* (Joshe Villanueva) con 16.819 espectadores seguida de *100 horas de furia* (Walter Hernández) con 13.137 espectadores (cuadro 1.65).

**Cuadro 1.65**  
*Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Año 2020. Honduras*

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Locuras de amor	Honduras	16.819	50.971,91
2	100 horas de furia	Honduras	13.137	38.107,86
3	Zona prohibida	Honduras	848	3.004,39

El estreno iberoamericano más exitoso en 2020 en Honduras es la película paraguaya *Morgue* (Hugo Cardozo), con 3.760 espectadores. Las películas del resto de países más populares son la coreana *Parásitos* con 14.170 espectadores, seguida de la británica *1917* con 13.397 (cuadro 1.66).

Cuadro 1.66

*Ranking de estrenos cinematográficos de otros países. Año 2020. Honduras*

<i>Iberoamérica</i>				
Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Morgue	Paraguay	3.760	11.733
2	Malasaña 32	España	650	2.252
3	Renacidos	España, Francia, Italia	568	1.780
4	Locos de Amor 3	Perú	247	612
5	Padre no hay mas que uno	España	46	108
<i>Europa y resto de países</i>				
Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Parásitos	Corea del Sur	14.170	51.072
2	1917	UK, USA	13.397	51.098
3	Otryv	Rusia	3.238	10.388
4	Jojo Rabbit	N. Zelanda, USA	3.224	11.501
5	La familia Bigfoot	Bélgica, Francia	2.975	8.752



## MÉXICO

Los cines mexicanos en 2020 suman una asistencia de 62,7 millones de espectadores y recaudan 188 millones de dólares. La pandemia mundial reduce la actividad cinematográfica en un 82% en cuanto a la venta de entradas y un 83,3% en cuanto a los ingresos por taquilla, respecto a 2019.

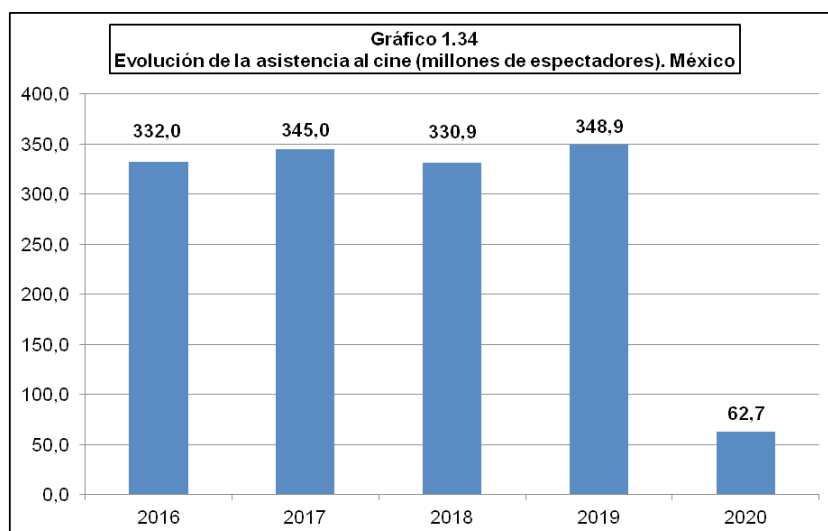
La audiencia anual se sitúa en 0,5 películas por habitante y el precio medio de la entrada asciende a 2,7 dólares. El número de estrenos de cine nacional representa el 22% y la cuota de espectadores el 12,1%. La exhibición de estrenos se reduce en un 48,7% (cuadro 1.67).

La evolución de la venta de entradas en los últimos cinco años muestra un máximo de 348,9 millones de espectadores en 2019 y un mínimo de 62,7 en 2020 debido a la covid-19 (gráfico 1.34).

*Cuadro 1.67*

*Panorama cinematográfico en México*

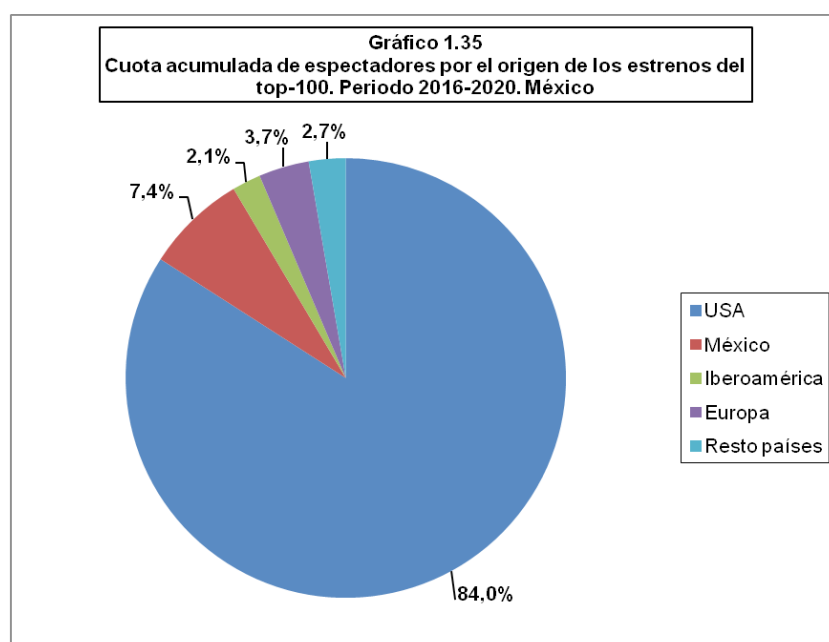
Datos	2016	2017	2018	2019	2020
Población (millones)	122,7	124,0	125,3	126,5	127,7
PIB-PPA (billones USD)	2,356	2,423	2,504	2,658	2,424
PIB-PPA per capita (USD)	19.300	19.800	20.500	20.600	18.800
Número de pantallas de cine	6.225	6.633	7.106	7.619	7.525
Ingresos cine (millones USD)	824,9	878,2	871,6	988,2	188,0
Asistencia espectadores (millones)	332,0	345,0	330,9	348,9	62,7
Espectadores cine nacional (millones)	30,51	22,41	29,50	34,60	7,60
Cuota de mercado cine nacional (%)	10,6	6,6	8,9	9,9	12,1
Número de estrenos totales	407	424	523	497	255
Número de estrenos extranjeros	317	336	407	389	209
Número de estrenos nacionales	90	88	116	108	46
Asistencia anual por habitante	2,6	2,8	2,7	2,8	0,5
Precio medio entrada (USD)	2,5	2,5	2,6	2,7	2,7



La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en 2020 en un 72,2% del total de espectadores, la del cine nacional en el 12% y la del europeo en el 5,3%. La representación iberoamericana es del 1% (cuadro 1.68).

La cuota acumulada de espectadores en el quinquenio 2016-2020 refleja el dominio del cine USA, con un 84% del mercado, seguido del cine mexicano con el 7,4%. El cine iberoamericano registra una cuota de mercado del 2,1% (gráfico 1.35).

Cuadro 1.68						
Distribución por el origen de los estrenos del Top-100. México						
ESPECTADORES						
Origen	2018	%	2019	%	2020	%
USA	255.074.077	85,3	280.715.656	86,6	44.106.508	72,2
México	21.315.751	7,1	30.269.949	9,3	7.341.029	12,0
Iberoamérica	3.737.542	1,2	2.399.526	0,7	595.282	1,0
Europa	16.286.483	5,4	5.043.096	1,6	3.217.187	5,3
Resto países	2.667.213	0,9	5.539.525	1,7	5.812.838	9,5
<b>Total</b>	<b>299.081.066</b>		<b>323.967.752</b>		<b>61.072.844</b>	
INGRESOS						
Origen	2018	%	2019	%	2020	%
USA	669.078.216	85,2	801.191.845	87,5	129.509.056	70,7
México	52.586.299	6,7	79.796.847	8,7	21.632.069	11,8
Iberoamérica	9.725.595	1,2	6.294.426	0,7	1.556.587	0,8
Europa	46.785.868	6,0	14.307.310	1,6	11.254.086	6,1
Resto países	7.111.885	0,9	14.061.168	1,5	19.216.149	10,5
<b>Total</b>	<b>785.287.863</b>		<b>915.651.596</b>		<b>183.167.947</b>	



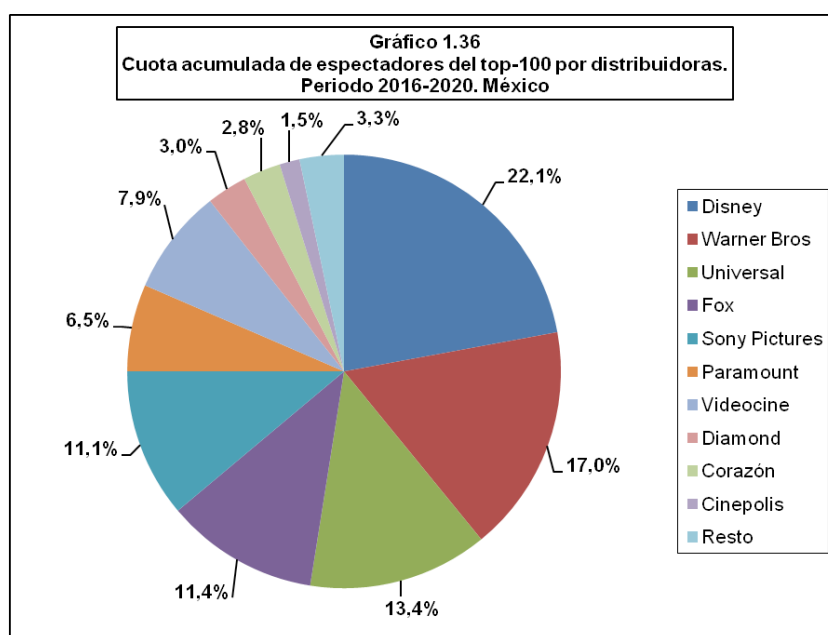
Las distribuidoras americanas, en 2020, representan en el *top-100* una cuota conjunta de espectadores del 71,1% y las independientes el 28,9%. Las que vendieron más entradas son Sony

con 10,2 millones de espectadores, Universal con 8,7 millones y Warner con 8,1 millones de espectadores (cuadro 1.69).

En el periodo 2016-2020, el porcentaje de espectadores acumulado por las *Majors* se sitúa en un 81,5% y el de las independientes en el 18,5% restante (gráfico 1.36). Las distribuidoras con más cuota de mercado son Disney (22,1%), Warner (17%) y Universal (13,4%). Entre las independientes destaca Videocine (7,9%).

**Cuadro 1.69**  
**Cuota de espectadores por distribuidoras del top 100. México**

Origen	2018	%	2019	%	2020	%
Fox	34.387.676	11,5	18.185.741	5,6	5.880.922	9,6
Warner Bros	49.380.341	16,5	54.823.936	16,9	8.108.296	13,3
Disney	68.354.985	22,9	126.007.289	38,9	3.493.939	5,7
Paramount	14.109.797	4,7	13.158.939	4,1	7.050.801	11,5
Sony Pictures	38.327.035	12,8	29.863.582	9,2	10.207.691	16,7
Universal	44.173.205	14,8	33.078.172	10,2	8.706.383	14,3
Videocine	29.981.455	10,0	22.585.378	7,0	5.076.241	8,3
Diamond	5.359.269	1,8	8.370.491	2,6	1.939.362	3,2
Gussi	4.246.858	1,4	2.874.830	0,9	734.060	1,2
Zima	800.509	0,3	790.791	0,2	1.459.550	2,4
Corazón	6.941.597	2,3	8.071.326	2,5	2.219.171	3,6
Cinopolis	2.399.471	0,8	4.431.525	1,4	1.584.784	2,6
SDA	0	0,0	0	0,0	2.099.229	3,4
Imagen	0	0,0	0	0,0	797.855	1,3
Dark Side	0	0,0	0	0,0	400.290	0,7
Star	0	0,0	0	0,0	366.640	0,6
Canibal	0	0,0	0	0,0	301.639	0,5
Resto	618.868	0,2	1.725.752	0,5	645.991	1,1
<b>Total</b>	<b>299.081.066</b>		<b>323.967.752</b>		<b>61.072.844</b>	



En 2020, el ranking de audiencia está liderado por las películas americanas *Sonic the Hedgehog*, con 6,8 millones de espectadores, *Bad boys for life* con 4,3 millones y *Aves de presa* con 3,8 millones de espectadores (cuadro 1.70).

Las producciones del ranking de estrenos provienen mayoritariamente de Estados Unidos, con un total de ocho películas, de las que cuatro están en coproducción (una con Australia y Canadá, una con R. Unido y Canadá, una con China y otra con México). El cuadro lo completan la película coreana *Parásitos* y la producción mexicana *Cindy La Regia* (Catalina Aguilar y Santiago Limón).

La cuota de mercado de las diez producciones (29,7 millones de espectadores) supone un 47,4% del total de espectadores.

**Cuadro 1.70**  
*Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2020. México*

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Sonic the Hedgehog	USA	6.811.679	19.898.341
2	Bad boys for life	USA, México	4.373.492	12.860.826
3	Aves de presa	USA	3.819.116	11.879.842
4	Las aventuras del Doctor Dolittle	USA, China	3.169.952	9.626.585
5	Jumanji: Siguiente nivel	USA	2.121.678	5.688.162
6	Parásitos	Corea del Sur	2.099.229	7.507.453
7	Onward	USA	2.072.515	5.936.663
8	Cindy la Regia	México	1.876.683	5.860.185
9	El hombre invisible	USA, Australia, Canadá	1.832.619	5.602.422
10	1917	R. Unido, Canadá, USA	1.584.664	6.017.447

En el ranking nacional, figura en primer lugar la ya mencionada *Cindy la Regia* con 1,8 millones de espectadores, seguida de *Loco por ti* (Diego Kaplan) con 1,2 millones (cuadro 1.71). También sobrepasaron la barrera del medio millón de espectadores las siguientes obras: *Veinteañera, divorciada y fantástica* (Noé Santillán-López), *Perdida* (Jorge Michel Grau) y *Rebelión de los Godínez* (Carlos Morett).

**Cuadro 1.71**  
*Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Año 2020. México*

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Cindy la Regia	México	1.876.683	5.860.185
2	Loco por ti	México	1.282.255	3.891.333
3	Veinteañera, divorciada y fantástica	México	751.877	1.905.096
4	Perdida	México	604.541	1.832.541
5	Rebelión de los Godínez	México	600.035	1.637.058
6	Nuevo Orden	México, Francia	467.250	1.345.266
7	Ni un minuto que perder	México	365.059	1.007.507
8	La marca del demonio	México	204.506	577.757
9	la Liga de los 5	México	202.960	503.269
10	Cuidado con lo que deseas	México, España	199.155	483.830

Los dos estrenos iberoamericanos más exitosos en 2020 en México son la película española *Malasaña 32*, con 330.308 espectadores, y la chilena *Contra el demonio* (José Miguel Zúñiga) con 122.864 espectadores. Las películas del resto de países más populares son la coreana *Parásitos* con 2 millones de espectadores, seguida de la neozelandesa *Jojo Rabbit* con 1,3 millones (cuadro 1.72).

**Cuadro 1.72**  
*Ranking de estrenos cinematográficos de otros países. Año 2020. México*

<i>Iberoamérica</i>				
N°	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Malasaña 32	España	330.308	862.746
2	Contra el demonio	Chile	122.864	290.821
3	Padre no hay mas que uno	España	80.076	205.642
4	Hasta que la boda nos separe	España	62.034	197.378
<i>Europa y resto de países</i>				
N°	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Parásitos	Corea del Sur	2.099.229	7.507.453
2	Jojo Rabbit	N. Zelanda, USA	1.332.322	5.184.981
3	Gretel y Hansel	Canadá, USA	638.567	1.791.513
4	Península	Corea del Sur	596.643	1.492.142
5	The Gentlemen	R. Unido, USA	288.419	1.337.975





## NICARAGUA

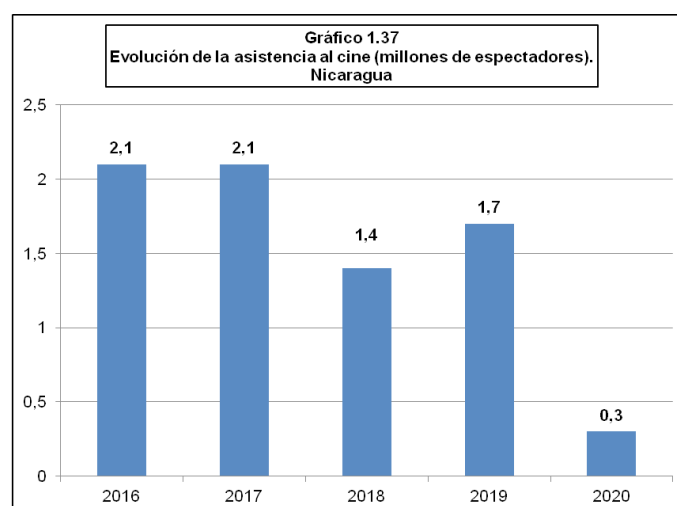
Los cines nicaragüenses en 2020 suman una asistencia de 0,3 millones de espectadores y recaudan 1,2 millones de dólares. La pandemia mundial reduce la actividad cinematográfica en un 82,3% en cuanto a la venta de entradas y un 82,1% en cuanto a los ingresos por taquilla, respecto a 2019.

La audiencia anual se sitúa en 0,05 películas por habitante y el precio medio de la entrada asciende a 3,9 dólares. No hay estrenos de cine nacional en 2020, tal como sucedió en 2019. La exhibición de estrenos se reduce en un 42,8% (cuadro 1.73).

La evolución de la venta de entradas en los últimos cinco años muestra un máximo de 2,1 millones de espectadores en 2016 y 2017 y un mínimo de 0,3 millones en 2020 debido a la covid-19 (gráfico 1.37).

*Cuadro 1.73*  
*Panorama cinematográfico en Nicaragua*

Datos	2016	2017	2018	2019	2020
Población (millones)	6,3	6,3	6,4	6,5	6,6
PIB-PPA (billones USD)	0,035	0,038	0,038	0,037	0,035
PIB-PPA per capita (USD)	5.500	5.900	5.800	5.600	5.400
Número de pantallas de cine	50	54	55	55	55
Ingresos cine (millones USD)	8,7	8,9	5,7	6,7	1,2
Asistencia espectadores (millones)	2,1	2,1	1,4	1,7	0,3
Espectadores cine nacional (millones)	0,002	0,001	0,003	0,0002	0,0002
Cuota de mercado cine nacional (%)	0,1	0,1	0,2	0	0
Número de estrenos totales	157	152	160	147	84
Número de estrenos extranjeros	154	150	159	147	84
Número de estrenos nacionales	3	2	1	0	0
Asistencia anual por habitante	0,4	0,4	0,2	0,3	0,05
Precio medio entrada (USD)	4,2	4,2	4,1	3,9	3,9



La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en 2020 en un 88,6% del total de espectadores y la del europeo en el 5,4%. La representación iberoamericana es del 1,9% (cuadro 1.74).

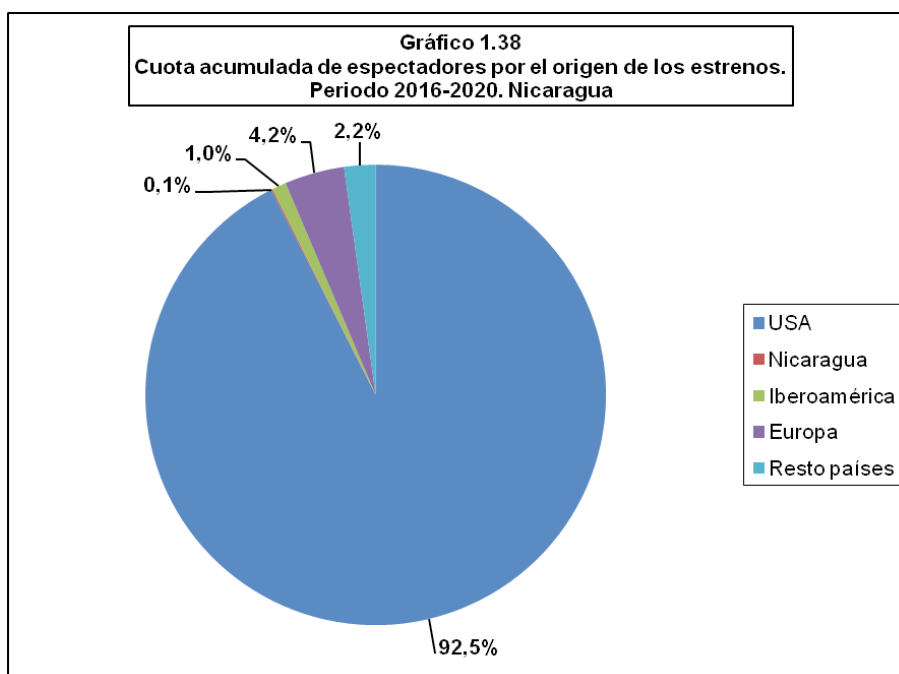
La cuota acumulada de espectadores en el quinquenio 2016-2020 refleja el dominio del cine USA, con un 92,5% del mercado, seguido del cine europeo con el 4,2% y el resto de países con el 2,2%. El cine iberoamericano registra una cuota de mercado del 1% (gráfico 1.38).

**Cuadro 1.74**  
*Distribución por el origen de los estrenos del Top-100. Nicaragua*

<b>ESPECTADORES</b>						
<b>Origen</b>	<b>2018</b>	<b>%</b>	<b>2019</b>	<b>%</b>	<b>2020</b>	<b>%</b>
USA	1.314.564	91,6	1.577.761	92,2	272.916	88,6
Nicaragua	3.527	0,2	0	0,0	0	0,0
Iberoamérica	6.633	0,5	17.690	1,0	5.905	1,9
Europa	92.798	6,5	43.265	2,5	16.599	5,4
Resto países	18.215	1,3	73.108	4,3	12.584	4,1
<b>Total</b>	<b>1.435.737</b>		<b>1.711.824</b>		<b>308.004</b>	

<b>INGRESOS</b>						
<b>Origen</b>	<b>2018</b>	<b>%</b>	<b>2019</b>	<b>%</b>	<b>2020</b>	<b>%</b>
USA	5.058.244	91,0	6.149.345	92,7	1.066.707	88,9
Nicaragua	17.002	0,3	0	0,0	0	0,0
Iberoamérica	23.659	0,4	54.142	0,8	21.433	1,8
Europa	394.314	7,1	164.873	2,5	62.834	5,2
Resto países	68.243	1,2	261.923	4,0	49.392	4,1
<b>Total</b>	<b>5.561.462</b>		<b>6.630.283</b>		<b>1.200.366</b>	

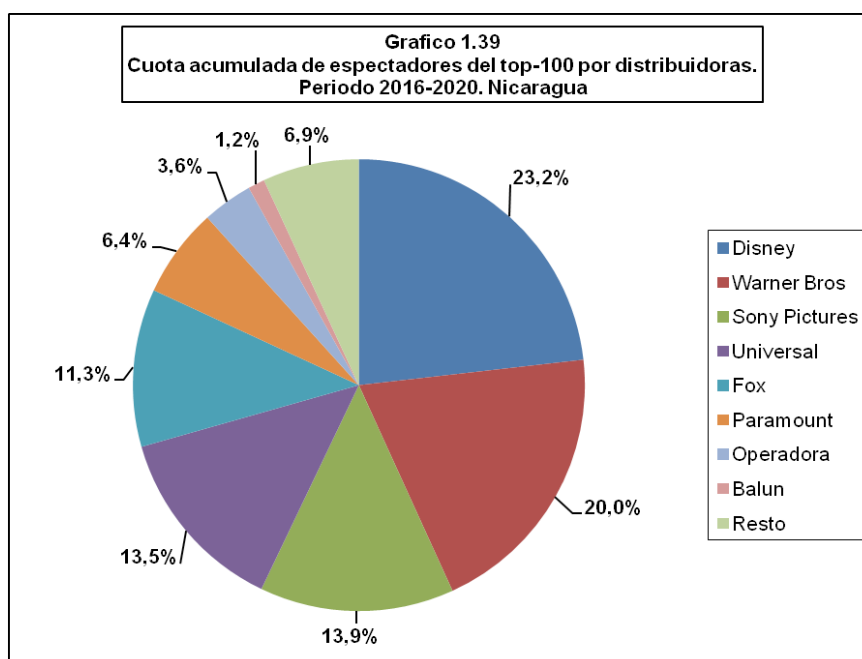


Las distribuidoras americanas, en 2020, representan en el *top-100* una cuota conjunta de espectadores del 81,5% y las independientes el 18,5%. Las que vendieron más entradas son Sony con 79.861 espectadores y Warner con 54.465 espectadores (cuadro 1.75).

En el periodo 2016-2020, el porcentaje de espectadores acumulado por las *Majors* se sitúa en un 88,4% y el de las independientes en el 11,6% restante (gráfico 1.39). Las distribuidoras con más cuota de mercado son Disney (23,2%), Warner (20%) y Sony Pictures (13,9%). Entre las independientes destaca Operadora (3,6%).

**Cuadro 1.75**  
**Cuota de espectadores por distribuidoras del Top-100. Nicaragua**

Origen	2018	%	2019	%	2020	%
Fox	137.706	9,6	133.411	7,8	21.578	7,0
Warner Bros	315.027	21,9	307.717	18,0	54.465	17,7
Disney	334.352	23,3	778.574	45,5	17.657	5,7
Paramount	58.217	4,1	73.688	4,3	37.366	12,1
Sony Pictures	222.138	15,5	127.828	7,5	79.861	25,9
Universal	234.839	16,4	136.550	8,0	40.285	13,1
Independent	3.527	0,2	17.826	1,0	1.561	0,5
Operadora	44.760	3,1	57.537	3,4	26.718	8,7
Balun	0	0,0	0	0,0	18.269	5,9
Romaly	2.825	0,2	0	0,0	0	0,0
Canzion	8.166	0,6	8.091	0,5	0	0,0
Resto	74.180	5,2	70.602	4,1	10.244	3,3
<b>Total</b>	<b>1.435.737</b>		<b>1.711.824</b>		<b>308.004</b>	



En 2020, el ranking de audiencia está liderado por la película americana *Sonic the Hedgehog* con 33.263 espectadores seguido de *Bad boys for life* con 29.666 (cuadro 1.76).

Las producciones del *ranking* de estrenos provienen en su totalidad de Estados Unidos, siendo cinco 100% americanas y cinco coproducciones (2 con R. Unido, una con Australia y Canadá, una con China y otra con México).

La cuota de mercado de las diez producciones (176.419 espectadores) supone un 57,1% del total de espectadores.

**Cuadro 1.76**  
*Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2020. Nicaragua*

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Sonic the Hedgehog	USA	33.263	127.364
2	Bad boys for life	USA, México	29.666	120.184
3	Jumanji: Siguiete nivel	USA	29.652	115.050
4	Wonder Woman 1984	USA, UK	20.447	77.986
5	Aves de presa	USA	17.376	70.130
6	Las aventuras del Doctor Dolittle	USA, China	13.622	55.278
7	Onward	USA	9.937	38.368
8	Greenland	USA, UK	8.558	31.130
9	Trolls 2	USA	7.026	24.509
10	EL hombre invisible	USA, Australia, Canadá	6.872	28.576

El estreno iberoamericano más exitoso en 2020 en Nicaragua es la película española *Malasaña 32* (Albert Pintó) con 3.350 espectadores, seguido de la paraguaya *Morgue* (Hugo Cardozo) con 1.279 espectadores. Las películas del resto de países más populares son la británica *1917* con 4.676 espectadores y la producción coreana *Parásitos* con 4.515 (cuadro 1.77).

**Cuadro 1.77**  
*Ranking de estrenos cinematográficos de otros países. Año 2020. Nicaragua*

<i>Iberoamérica</i>				
Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Malasaña 32	España	3.350	11.886
2	Morgue	Paraguay	1.279	4.384
3	Padre no hay mas que uno	España	822	3.364
4	El mejor verano de mi vida	España	144	694
5	Perdida	México	122	364
<i>Europa y resto de países</i>				
Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	1917	UK, USA, Canadá	4.676	21.602
2	Parásitos	Corea del Sur	4.515	19.710
3	The Gentlemen	UK, USA	1.794	6.872
4	Prityazhenie 2	Rusia	1.776	6.165
5	Zapatos Rojos y los siete Trolls	Corea del Sur	1.682	5.819



## PANAMÁ

Los cines panameños en 2020 suman una asistencia de 1,1 millones de espectadores y recaudan 5,7 millones de dólares. La pandemia mundial reduce la actividad cinematográfica casi en un 84% en cuanto a la venta de entradas e ingresos por taquilla, respecto a 2019.

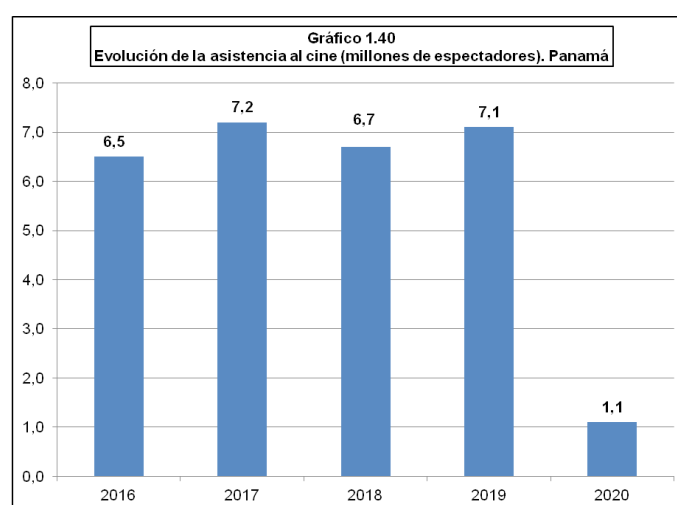
La audiencia anual se sitúa en 0,2 películas por habitante y el precio medio de la entrada asciende a 5 dólares. No hay estrenos nacionales en 2020. La exhibición de estrenos se reduce en un 59,5% (cuadro 1.78).

La evolución de la venta de entradas en los últimos cinco años muestra un máximo de 7,2 millones de espectadores en 2017 y un mínimo de 1,1 en 2020 debido a la covid-19 (gráfico 1.40).

Cuadro 1.78

*Panorama cinematográfico en Panamá*

Datos	2016	2017	2018	2019	2020
Población (millones)	4,0	4,0	4,1	4,2	4,2
PIB-PPA (billones USD)	0,112	0,125	0,132	0,139	0,128
PIB-PPA per capita (USD)	27.800	30.500	31.900	33.000	30.000
Número de pantallas de cine	123	142	155	167	167
Ingresos cine (millones USD)	33,4	36,8	34,1	36,0	5,7
Asistencia espectadores (millones)	6,5	7,2	6,7	7,1	1,1
Espectadores cine nacional (millones)	0,02	0,17	0,98	0,06	0
Cuota de mercado cine nacional (%)	0,3	2,4	14,5	1,0	0,0
Número de estrenos totales	209	221	231	220	89
Número de estrenos extranjeros	207	213	222	213	89
Número de estrenos nacionales	3	8	9	7	0
Asistencia anual por habitante	1,6	1,8	1,7	1,7	0,2
Precio medio entrada (USD)	5,1	5,1	5,1	5,0	5,0



La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en 2020 en un 90,3% del total de espectadores y la del cine europeo en el 4,8%. La representación iberoamericana es del 0,3% (cuadro 1.79).

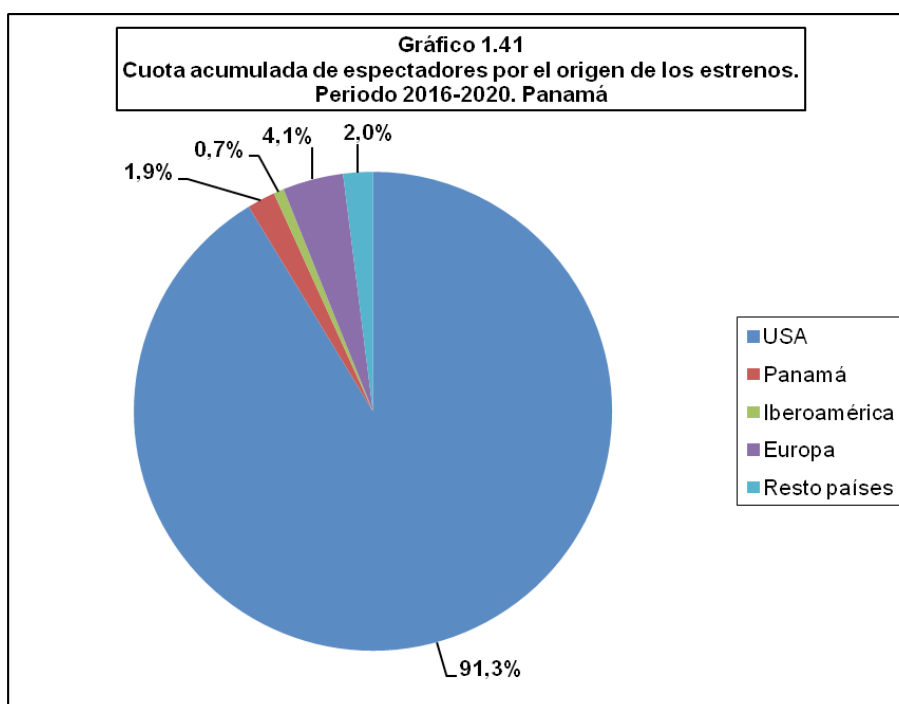
La cuota acumulada de espectadores en el quinquenio 2016-2020 refleja el dominio del cine USA, con un 91,3% del mercado, seguido del cine europeo con el 4,1% y el resto de países con el 2%. El cine panameño registra una cuota de mercado del 1,9% y el iberoamericano un 0,7% (gráfico 1.41).

**Cuadro 1.79**  
*Distribución por el origen de los estrenos del top-100. Panamá*

<b>ESPECTADORES</b>						
<b>Origen</b>	<b>2018</b>	<b>%</b>	<b>2019</b>	<b>%</b>	<b>2020</b>	<b>%</b>
USA	5.767.688	89,1	6.460.794	93,2	1.040.207	90,3
Panamá	198.665	3,1	65.453	0,9	0	0,0
Iberoamérica	32.035	0,5	61.880	0,9	3.817	0,3
Europa	404.801	6,3	182.960	2,6	55.254	4,8
Resto países	71.000	1,1	157.699	2,3	52.350	4,5
<b>Total</b>	<b>6.474.189</b>		<b>6.928.786</b>		<b>1.151.628</b>	

<b>INGRESOS</b>						
<b>Origen</b>	<b>2018</b>	<b>%</b>	<b>2019</b>	<b>%</b>	<b>2020</b>	<b>%</b>
USA	28.943.723	88,6	32.632.883	93,7	5.177.527	89,3
Panamá	965.433	3,0	328.246	0,9	0	0,0
Iberoamérica	163.095	0,5	274.187	0,8	17.493	0,3
Europa	2.254.531	6,9	884.018	2,5	313.048	5,4
Resto países	355.331	1,1	722.941	2,1	289.379	5,0
<b>Total</b>	<b>32.682.113</b>		<b>34.842.275</b>		<b>5.797.447</b>	



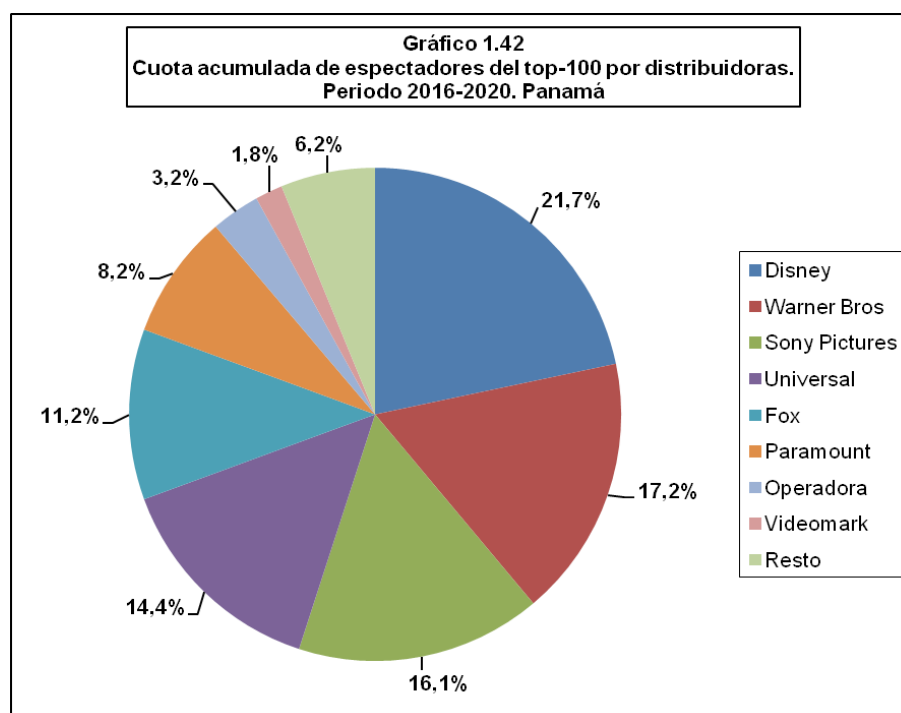
Las distribuidoras americanas, en 2020, representan en el *top-100* una cuota conjunta de espectadores del 88,1% y las independientes el 11,9%. Las que vendieron más entradas son Sony con 408.621 espectadores y Paramount con 181.112 espectadores (cuadro 1.80).

En el periodo 2016-2020, el porcentaje de espectadores acumulado por las *Majors* se sitúa en un 88,8% y el de las independientes en el 11,2% restante (gráfico 1.42). Las distribuidoras con más cuota de mercado son Disney (21,7%), Warner (17,2%) y Sony Pictures (16,1%). Entre las independientes destaca Operadora (3,2%).

Cuadro 1.80

Cuota de espectadores por distribuidoras del top 100. Panamá

Distribuidora	2018	%	2019	%	2020	%
Fox	581.852	9,0	505.269	7,3	92.650	8,0
Warner Bros	1.309.094	20,2	1.144.047	16,5	114.463	9,9
Disney	1.439.850	22,2	2.742.963	39,6	61.513	5,3
Paramount	271.649	4,2	379.138	5,5	181.112	15,7
Sony Pictures	1.041.164	16,1	669.133	9,7	408.621	35,5
Universal	1.117.166	17,3	753.275	10,9	157.355	13,7
Operadora	318.215	4,9	424.470	6,1	58.971	5,1
Independent	31.293	0,5	0	0,0	5.460	0,5
Canzion	13.540	0,2	0	0,0	0	0,0
P. Latinoamericanas	186.208	2,9	121.662	1,8	47.677	4,1
Balun	0	0,0	0	0,0	22.438	1,9
Resto distribuidoras	164.158	2,5	188.829	2,7	1.368	0,1
<b>Total</b>	<b>6.474.189</b>		<b>6.928.786</b>		<b>1.151.628</b>	



En 2020, el ranking de audiencia está liderado por la película americana *Bad boys for life* con 176.192 espectadores, seguida de *Jumanji: Siguiente nivel* con 170.318 (cuadro 1.81).

Las producciones del *ranking* de estrenos provienen casi en su totalidad de Estados Unidos (9), de las que tres se realizaron en coproducción con Canadá, China y México. En el puesto 7 completa el cuadro la película coreana *Parásitos*.

La cuota de mercado de las diez producciones (812.792 espectadores) supone un 70,6% del total de espectadores.

**Cuadro 1.81**  
*Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2020. Panamá*

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Bad boys for life	USA, México	176.192	913.973
2	Jumanji: Siguiente nivel	USA	170.318	811.425
3	Sonic the Hedgehog	USA	144.662	685.364
4	Las aventuras del Doctor Dolittle	USA, China	85.342	410.417
5	Aves de presa	USA	82.352	418.741
6	Los ángeles de Charlie	USA	36.542	186.452
7	Parásitos	Corea del Sur	30.627	172.532
8	Jugando con fuego	USA, Canadá	29.133	123.939
9	Espías con disfraz	USA	29.082	120.531
10	Onward	USA	28.542	159.423

El estreno iberoamericano más exitoso en 2020 en Panamá es la producción dominicana *Los Leones* (Frank Perozo) con 1.944 espectadores, seguida de la peruana *Locos de Amor 3* (Frank Pérez-Garland) con 995 espectadores. El estreno procedente del resto del mundo más visto es *Parásitos* con 30.627 espectadores, seguido de la británica *1917* con más de 27.000 espectadores (cuadro 1.82).

**Cuadro 1.82**  
*Ranking de estrenos cinematográficos de otros países. Año 2020. Panamá*

<i>Iberoamérica</i>				
Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Los Leones	R. Dominicana	1.944	8.937
2	Locos de Amor 3	Perú	995	4.077
3	Malasaña 32	España	325	1.632
4	Padre no hay mas que uno	España	312	1.562
5	Renacidos	España, Francia, Italia	200	870
<i>Europa y resto de países</i>				
Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Parásitos	Corea del Sur	30.627	172.532
2	1917	UK, USA	27.448	169.063
3	Otryv	Rusia	12.120	55.148
4	Jojo Rabbit	N. Zelanda, USA	5.266	34.260
5	The Gentlemen	UK, USA	4.464	29.635





## PARAGUAY

Los cines paraguayos en 2020 suman una asistencia de 0,3 millones de espectadores y recaudan 1,4 millones de dólares. La pandemia mundial reduce la actividad cinematográfica en un 84,9% en cuanto a la venta de entradas y en un 86,6% en cuanto a los ingresos por taquilla, respecto a 2019.

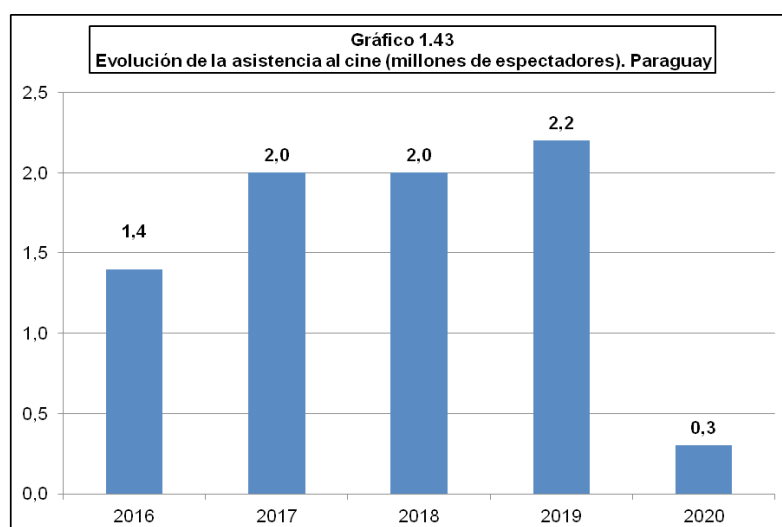
La audiencia anual se sitúa en 0,05 películas por habitante y el precio medio de la entrada asciende a 4,2 dólares. El número de estrenos de cine nacional representa el 4,1% y la cuota de espectadores el 2%. La exhibición de estrenos se reduce en un 58,9% (cuadro 1.83).

La evolución de la venta de entradas en los últimos cinco años muestra un máximo de 2,2 millones de espectadores en 2019 y un mínimo de 0,3 millones en 2020 debido a la covid-19 (gráfico 1.43).

Cuadro 1.83

*Panorama cinematográfico en Paraguay*

	2016	2017	2018	2019	2020
Población (millones)	6,8	6,9	7,0	7,1	7,2
PIB-PPA (billones USD)	0,082	0,087	0,091	0,093	0,090
PIB-PPA per capita (USD)	11.800	12.400	12.900	13.000	12.500
Número de pantallas de cine	65	70	72	76	76
Ingresos cine (millones USD)	7,5	10,5	10,0	10,5	1,4
Asistencia espectadores (millones)	1,4	2,0	2,0	2,2	0,3
Espectadores cine nacional (millones)	0,06	0,16	0,11	0,07	0,006
Cuota de mercado cine nacional (%)	4,5	7,9	5,7	3,5	2,0
Número de estrenos totales	166	161	196	180	74
Número de estrenos extranjeros	158	155	192	174	71
Número de estrenos nacionales	8	6	4	6	3
Asistencia anual por habitante	0,2	0,3	0,3	0,3	0,05
Precio medio entrada (USD)	5,1	5,2	5,0	4,8	4,2



La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en 2020 en un 84,7% del total de espectadores y la del cine europeo en el 3,5%. La cuota nacional es del 2,1% y la iberoamericana del 1% (cuadro 1.84).

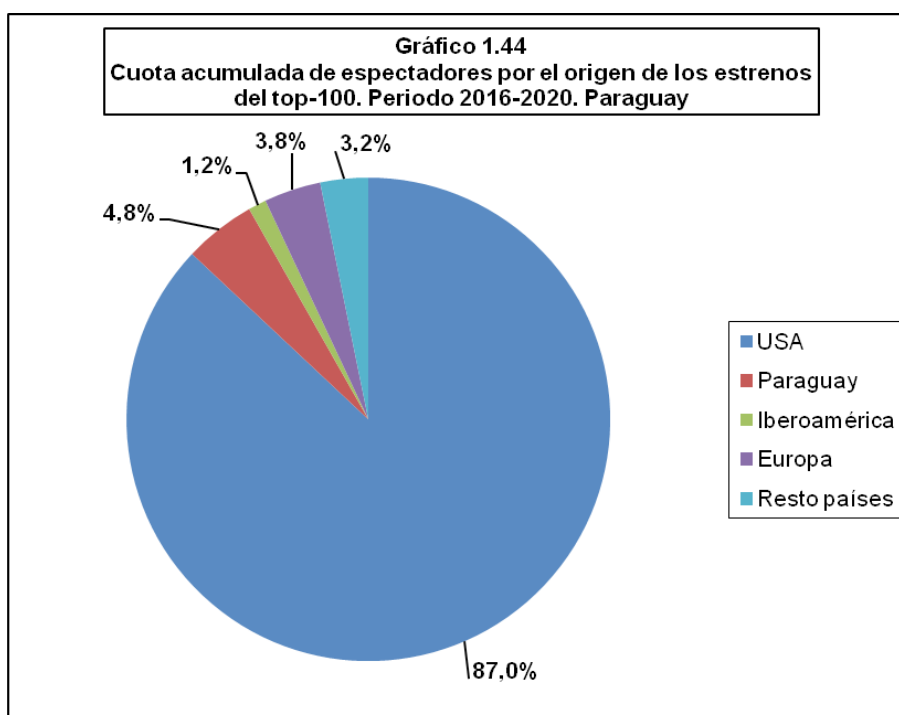
La cuota acumulada de espectadores en el quinquenio 2016-2020 refleja el dominio del cine USA, con un 87% del mercado, seguido del cine paraguayo con el 4,8% y el europeo con el 3,8%. El cine iberoamericano registra una cuota de mercado del 1,2% (gráfico 1.44).

**Cuadro 1.84**  
*Distribución por el origen de los estrenos del Top-100. Paraguay*

<b>ESPECTADORES</b>						
<b>Origen</b>	<b>2018</b>	<b>%</b>	<b>2019</b>	<b>%</b>	<b>2020</b>	<b>%</b>
USA	1.662.432	83,3	1.937.789	89,5	279.504	84,7
Paraguay	123.008	6,2	75.936	3,5	6.811	2,1
Iberoamérica	25.530	1,3	25.544	1,2	3.221	1,0
Europa	167.027	8,4	30.353	1,4	11.624	3,5
Resto países	18.609	0,9	95.671	4,4	28.818	8,7
<b>Total</b>	<b>1.996.606</b>		<b>2.165.293</b>		<b>329.978</b>	

<b>INGRESOS</b>						
<b>Origen</b>	<b>2018</b>	<b>%</b>	<b>2019</b>	<b>%</b>	<b>2020</b>	<b>%</b>
USA	8.190.824	84,5	9.373.387	91,1	1.160.265	83,5
Paraguay	536.871	5,5	321.011	3,1	28.178	2,0
Iberoamérica	93.989	1,0	102.197	1,0	14.849	1,1
Europa	791.729	8,2	128.748	1,3	57.965	4,2
Resto países	81.207	0,8	367.396	3,6	128.440	9,2
<b>Total</b>	<b>9.694.620</b>		<b>10.292.739</b>		<b>1.389.697</b>	

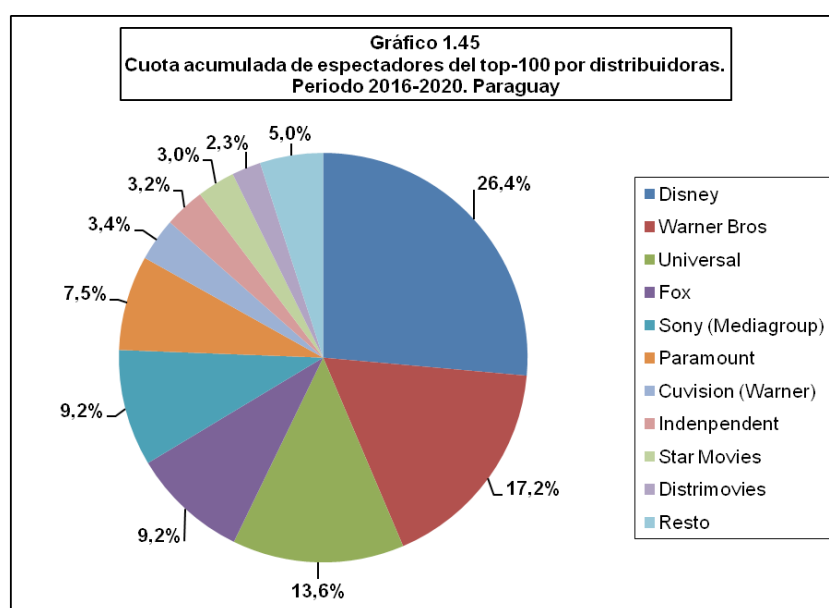


Las distribuidoras americanas, en 2020, representan en el *top-100* una cuota conjunta de espectadores del 84,8% y las independientes el 15,2%. Las que vendieron más entradas son Sony Pictures con 92.030 espectadores, Warner con 46.027 y Paramount con 45.532 espectadores (cuadro 1.85).

En el periodo 2016-2020, el porcentaje de espectadores acumulado por las *Majors* se sitúa en un 82,6% y el de las independientes en el 17,4% restante (gráfico 1.45). Las distribuidoras con más cuota de mercado son Disney (26,4%), Warner (17,2%) y Universal (13,6%). Entre el resto destaca Independent (3,2%).

**Cuadro 1.85**  
*Cuota de espectadores por las distribuidoras del top-100. Paraguay*

Origen	2018	%	2019	%	2020	%
Disney	555.181	27,8	991.313	45,8	38.522	11,7
Fox	227.473	11,4	132.800	6,1	24.274	7,4
Warner Bros	288.016	14,4	371.718	17,2	46.027	13,9
Sony Pictures	168.336	8,4	193.144	8,9	92.030	27,9
Paramount	79.343	4,0	56.557	2,6	45.532	13,8
Universal	349.087	17,5	209.855	9,7	33.481	10,1
Cuvision	7.018	0,4	0	0,0	15.564	4,7
Indenpendent	21.305	1,1	24.526	1,1	4.496	1,4
Distrimovies	27.518	1,4	58.579	2,7	6.030	1,8
Mediagroup	0	0,0	0	0,0	7.627	2,3
Life Films	0	0,0	0	0,0	6.694	2,0
Filmagic	0	0,0	0	0,0	6.141	1,9
Diamond	0	0,0	0	0,0	2.261	0,7
Star Movies	94.049	4,7	4.039	0,2	0	0,0
Resto	179.280	9,0	122.762	5,7	1.299	0,4
<b>Total</b>	<b>1.996.606</b>		<b>2.165.293</b>		<b>329.978</b>	



En 2020, el ranking de audiencia está liderado por la película americana *Jumanji: Siguiete nivel* con 51.390 espectadores, seguido de *Sonic the Hedgehog* con 37.142 espectadores (cuadro 1.86).

Las producciones del ranking de estrenos provienen casi en su totalidad de Estados Unidos (9), con cuatro en coproducción (2 con R. Unido, una con China y otra con México). Completa el cuadro la producción coreana *Parásitos*.

La cuota de mercado de las diez producciones (228.514 espectadores) supone un 68,6% del total de espectadores.

**Cuadro 1.86**  
*Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2020. Paraguay*

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Jumanji: Siguiete nivel	USA	51.390	227.648
2	Sonic the Hedgehog	USA	37.142	139.033
3	Bad boys for life	USA, México	31.111	123.402
4	Frozen 2	USA	24.655	101.036
5	Aves de presa	USA	18.687	78.048
6	Parásitos	Corea del Sur	14.725	65.886
7	Las aventuras del Doctor Dolittle	USA, China	14.699	64.075
8	Espías con disfraz	USA	14.437	60.930
9	Wonder Woman 1984	USA, R. Unido	12.859	49.092
10	1917	R. Unido, Canadá, USA	8.809	46.730

En el ranking nacional, figura en primer lugar la coproducción entre Paraguay y Argentina *Matar a un muerto* (Hugo Giménez) con 6.102 espectadores, seguida de *Morgue* con 670 espectadores (cuadro 1.87).

**Cuadro 1.87**  
*Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Año 2020. Paraguay*

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Matar a un muerto	Paraguay, Argentina	6.102	24.644
2	Morgue	Paraguay	670	3.319
3	Orsai	Paraguay	39	215

El estreno iberoamericano más exitoso en 2020 en Paraguay es la película argentina *El robo del siglo* (Ariel Winograd), con 2.269 espectadores. Las películas del resto de países más populares son la coreana *Parásitos* con 14.725 espectadores y la británica *1917* con 8.809 (cuadro 1.88).

**Cuadro 1.88**  
**Ranking de estrenos cinematográficos de otros países. Año 2020. Paraguay**

<i>Iberoamérica</i>				
<b>N°</b>	<b>Título</b>	<b>Origen</b>	<b>Espectadores</b>	<b>Ingresos (\$)</b>
1	El robo del siglo	Argentina	2.269	10.873
2	El Pacto	España	411	1.758
3	Malasaña 32	España	307	1.194
4	La boda de mi mejor amigo	México	150	590
5	Sin rodeos	España	68	323
<i>Europa y resto de países</i>				
<b>N°</b>	<b>Título</b>	<b>Origen</b>	<b>Espectadores</b>	<b>Ingresos (\$)</b>
1	Parásitos	Corea del Sur	14.725	65.886
2	1917	R. Unido, Canadá, USA	8.809	46.730
3	Gretel y Hansel	Canadá, USA	3.768	14.681
4	Break the silence	Corea del Sur	3.652	18.600
5	Jojo Rabbit	N. Zelanda USA	2.767	13.187



## PERÚ

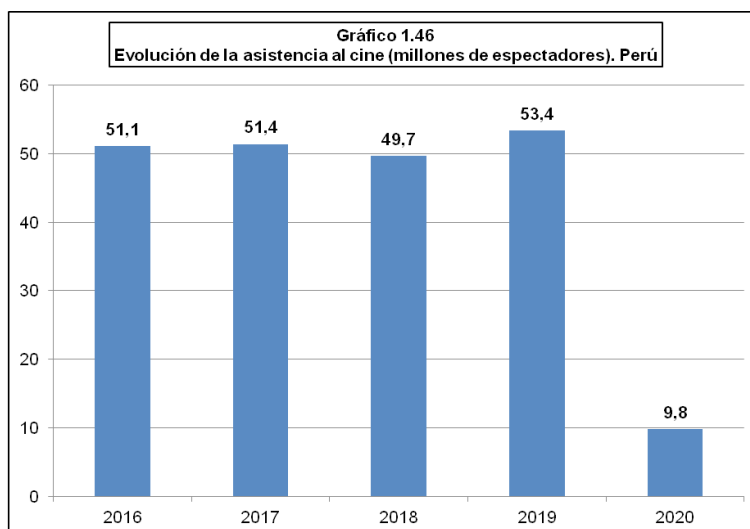
Los cines peruanos en 2020 suman una asistencia de 9,8 millones de espectadores y recaudan 29,9 millones de dólares. La pandemia mundial reduce la actividad cinematográfica en un 81,5% en cuanto a la venta de entradas y en un 83,2% en cuanto a los ingresos por taquilla, respecto a 2019.

La audiencia anual se sitúa en 0,3 películas por habitante y el precio medio de la entrada asciende a 3 dólares. El número de estrenos de cine nacional representa el 10,8% y la cuota de espectadores el 24%. La exhibición de estrenos se reduce en un 74,4% (cuadro 1.89).

La evolución de la venta de entradas en los últimos cinco años muestra un máximo de 53,4 millones de espectadores en 2019 y un mínimo de 9,8 en 2020 debido a la covid-19 (gráfico 1.46).

*Cuadro 1.89*  
*Panorama cinematográfico en Perú*

	2016	2017	2018	2019	2020
Población (millones)	30,7	31,2	31,6	32,1	32,6
PIB-PPA (billones USD)	0,376	0,399	0,425	0,442	0,386
PIB-PPA per capita (USD)	11.900	12.500	13.200	13.300	11.500
Número de pantallas de cine	613	625	657	661	661
Ingresos cine (millones USD)	163,8	173,7	166,6	178,9	29,9
Espectadores cine (millones)	51,1	51,4	49,7	53,4	9,8
Espectadores cine nacional (millones)	5,70	5,22	7,31	2,64	2,37
Cuota de mercado cine nacional (%)	11,2	10,2	14,7	4,9	24,0
Número de estrenos totales	320	267	327	325	74
Número de estrenos extranjeros	294	242	300	289	66
Número de estrenos nacionales	26	25	27	36	8
Asistencia anual por habitante	1,6	1,6	1,6	1,7	0,3
Precio medio entrada (USD)	3,2	3,3	3,3	3,3	3,0



La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en 2020 en un 65,8% del total de espectadores y la del europeo en el 3,7%. El cine nacional registra una cuota del 24,1% y el iberoamericano tan solo el 0,1% (cuadro 1.90).

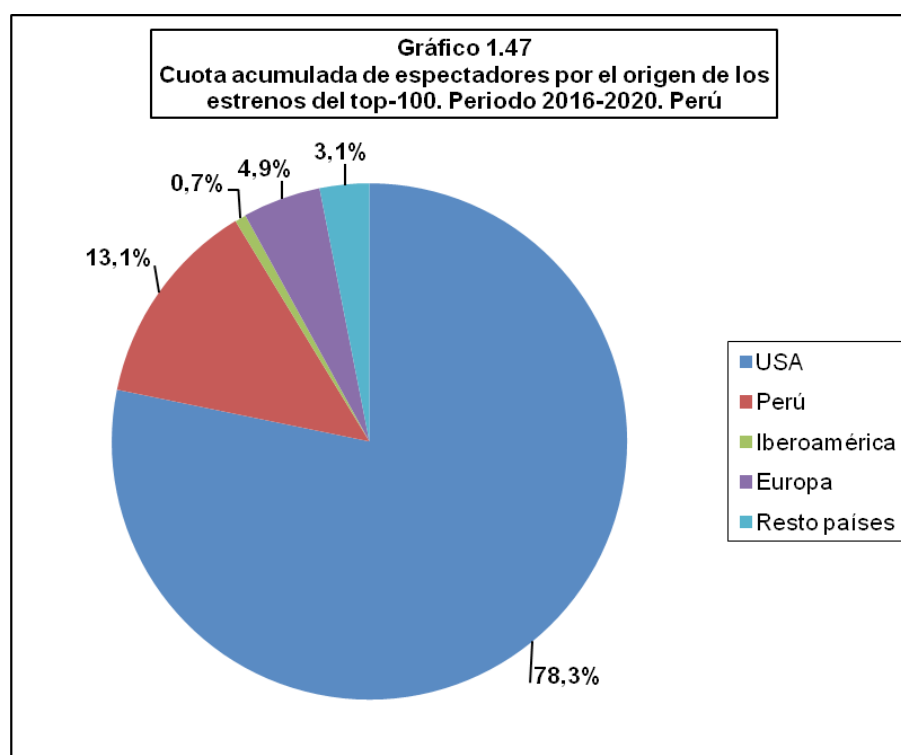
La cuota acumulada de espectadores en el quinquenio 2016-2020 refleja el dominio del cine USA, con un 78,3% del mercado, seguido del cine peruano con el 13,1% y el europeo con el 4,9%. El cine iberoamericano registra una cuota de mercado del 0,7% (gráfico 1.47).

**Cuadro 1.90**  
*Distribución por el origen de los estrenos del top-100. Perú*

ESPECTADORES						
Origen	2018	%	2019	%	2020	%
USA	34.572.304	75,0	43.549.661	86,7	6.493.044	65,8
Perú	7.110.256	15,4	2.294.708	4,6	2.373.227	24,1
Iberoamérica	262.096	0,6	432.208	0,9	6.322	0,1
Europa	3.353.824	7,3	2.252.262	4,5	367.713	3,7
Resto países	827.953	1,8	1.717.087	3,4	620.769	6,3
<b>Total</b>	<b>46.126.433</b>		<b>50.245.926</b>		<b>9.861.075</b>	

INGRESOS						
Origen	2018	%	2019	%	2020	%
USA	116.396.567	75,6	148.008.989	87,9	19.523.414	65,3
Perú	23.053.455	15,0	7.257.300	4,3	6.982.923	23,3
Iberoamérica	849.262	0,6	1.269.054	0,8	26.850	0,1
Europa	11.244.687	7,3	6.586.417	3,9	1.263.183	4,2
Resto países	2.489.324	1,6	5.340.425	3,2	2.112.009	7,1
<b>Total</b>	<b>154.033.295</b>		<b>168.462.185</b>		<b>29.908.379</b>	

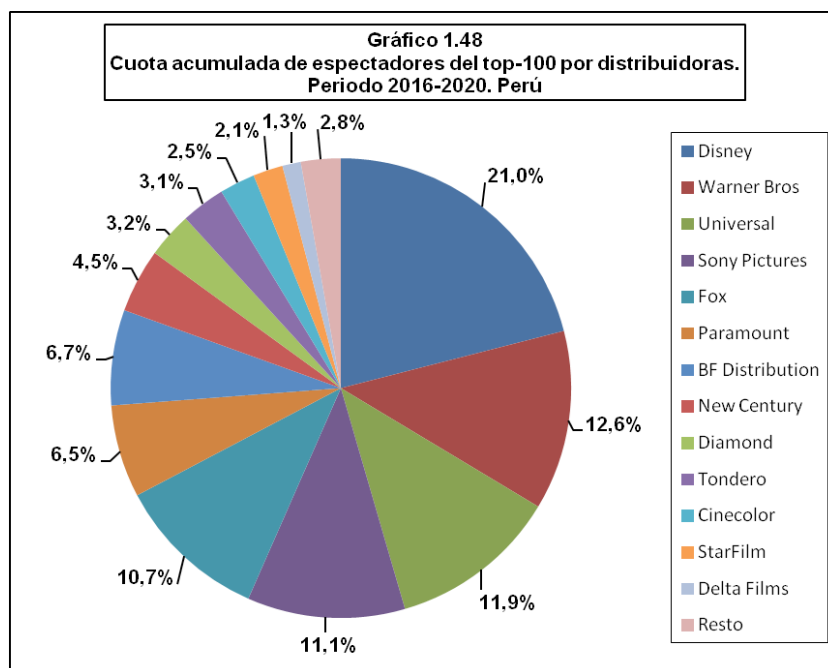


Las distribuidoras americanas, en 2020, representan en el *top-100* una cuota conjunta de espectadores del 60,9% y las independientes el 39,1%. Las que vendieron más entradas son Sony Pictures con 1,7 millones de espectadores y Paramount con 1,2 millones de espectadores (cuadro 1.91).

En el periodo 2016-2020, el porcentaje de espectadores acumulado por las *Majors* se sitúa en un 73,8% y el de las independientes en el 26,3% restante (gráfico 1.48). Las distribuidoras con más cuota de mercado son Disney (21%), Warner (12,6%) y Universal (11,9%). Entre el resto destaca BF Distribution (6,7%).

**Cuadro 1.91**  
**Cuota de espectadores por distribuidoras del top-100. Perú**

Origen	2018	%	2019	%	2020	%
Fox	3.850.193	8,3	3.029.525	6,0	904.977	9,2
Warner Bros	6.586.286	14,3	7.743.909	15,4	480.990	4,9
Disney	9.950.526	21,6	20.341.376	40,5	540.008	5,5
Paramount	1.415.958	3,1	2.043.245	4,1	1.208.865	12,3
Universal	5.471.395	11,9	4.715.558	9,4	1.108.799	11,2
Sony Pictures	6.696.585	14,5	3.680.787	7,3	1.755.553	17,8
BF Distribution	2.962.506	6,4	3.742.899	7,4	171.383	1,7
New Century	965.849	2,1	612.758	1,2	1.050.708	10,7
Diamond	1.284.831	2,8	1.240.708	2,5	521.847	5,3
Delta Films	688.586	1,5	800.484	1,6	65.775	0,7
Star Film	830.273	1,8	541.283	1,1	321.473	3,3
Cinecolor	1.655.778	3,6	1.258.688	2,5	996.789	10,1
Tondero Films	3.767.667	8,2	397.666	0,8	650.102	6,6
Resto distribuidoras	0	0,0	97.040	0,2	83.806	0,8
<b>Total</b>	<b>46.126.433</b>		<b>50.245.926</b>		<b>9.861.075</b>	





En 2020, el ranking de audiencia está liderado por la película americana *Jumanji: Siguiete nivel* con un millón de espectadores, seguido de la película peruana *La Foquita: El 10 de la calle* con 970.831 espectadores (cuadro 1.92).

Las producciones del *ranking* de estrenos provienen casi en su totalidad de Estados Unidos (6) y Perú (3). Completa el cuadro la producción coreana *Parásitos*.

La cuota de mercado de las diez producciones (6.429.483 espectadores) supone un 65,2% del total de espectadores.

**Cuadro 1.92**  
**Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2020. Perú**

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Jumanji: Siguiete nivel	USA	1.039.004	2.997.558
2	La Foquita: El 10 de la calle	Perú	970.831	2.688.434
3	Sonic the Hedgehog	USA	893.634	2.591.236
4	Sí, mi amor	Perú	662.539	1.893.056
5	Las aventuras del Doctor Dolittle	USA, China	655.988	1.928.228
6	Locos de amor 3	Perú	648.484	2.136.548
7	Aves de presa	USA	448.904	1.475.083
8	Bad boys for life	USA, México	434.520	1.378.226
9	La llamada de los salvaje	USA, Canadá	341.384	994.490
10	Parásitos	Corea del Sur	334.195	1.178.607

En el *ranking* nacional, figura además del estreno citado anteriormente, la producción *Sí, mi amor* (Pedro Flores), con 662.539 espectadores seguido de *Locos de amor 3* (Frank Pérez-Garland) con 648.484 espectadores (cuadro 1.93).

**Cuadro 1.93**  
**Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Año 2020. Perú**

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	La Foquita: El 10 de la calle	Perú	970.831	2.688.434
2	Sí, mi amor	Perú	662.539	1.893.056
3	Locos de amor 3	Perú	648.484	2.136.548
4	Rómulo y Julita	Perú	44.139	119.809
5	De patitas a la calle	Perú	26.916	76.421
6	Juliana (1989)	Perú	10.769	36.878
7	Django 3	Perú	3.732	10.586
8	Todos somos marineros	Perú	1.416	4.390
9	Retablo	Perú	144	669

El estreno iberoamericano más exitoso en 2020 en Perú es la película argentina *El robo del siglo* (Ariel Winograd), con 3.084 espectadores. Las películas del resto de países más populares son la coreana *Parásitos* con 334.195 espectadores seguida de la británica *1917* con 185.595 (cuadro 1.94).

*Cuadro 1.94**Ranking de estrenos cinematográficos de otros países. Año 2020. Perú*

<i>Iberoamérica</i>				
<b>Nº</b>	<b>Título</b>	<b>Origen</b>	<b>Espectadores</b>	<b>Ingresos (\$)</b>
1	El robo del siglo	Argentina	3.084	14.351
2	Los Rodríguez y el Más Allá	España	1.802	5.864
3	Renacidos	España, Francia, Italia	1.419	6.195
4	Ya veremos	México	17	440
<i>Europa y resto de países</i>				
<b>Nº</b>	<b>Título</b>	<b>Origen</b>	<b>Espectadores</b>	<b>Ingresos (\$)</b>
1	Parásitos	Corea del Sur	334.195	1.178.607
2	1917	UK, USA	185.595	678.556
3	Gretel y Hansel	Canadá, USA	121.369	357.273
4	Jojo Rabbit	N. Zelanda, USA	70.410	275.340
5	Abigail	Rusia	27.088	71.248



## PORTUGAL

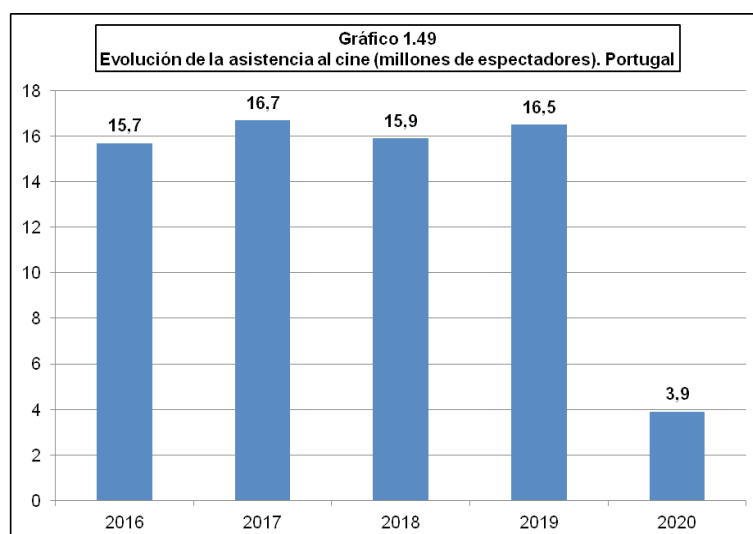
Los cines portugueses en 2020 suman una asistencia de 3,9 millones de espectadores y recaudan 23,7 millones de dólares. La pandemia mundial reduce la actividad cinematográfica en un 76,2% en cuanto a la venta de entradas y en un 75,7% en cuanto a los ingresos por taquilla, respecto a 2019.

La audiencia anual se sitúa en 0,4 películas por habitante y el precio medio de la entrada asciende a 6 dólares. El número de estrenos de cine nacional representa el 42,8% y la cuota de espectadores el 3,5%. La exhibición de estrenos se reduce en un 41% (cuadro 1.95).

La evolución de la venta de entradas en los últimos cinco años muestra un máximo de 16,7 millones de espectadores en 2017 y un mínimo de 3,9 en 2020 debido a la covid-19 (gráfico 1.49).

*Cuadro 1.95  
Panorama cinematográfico en Portugal*

Datos	2016	2017	2018	2019	2020
Población (millones)	10,3	10,3	10,3	10,2	10,2
PIB-PPA (billones USD)	0,326	0,341	0,358	0,372	0,340
PIB-PPA per capita (USD)	31.600	33.000	34.800	36.200	33.100
Número de pantallas de cine	549	571	580	580	561
Ingresos cine (millones USD)	92,8	103,3	100,4	97,7	23,7
Espectadores cine (millones)	15,7	16,7	15,8	16,5	3,9
Espectadores cine nacional (millones)	0,34	0,40	0,28	0,63	0,13
Cuota de mercado cine nacional (%)	2,3	2,4	1,8	3,8	3,5
Número de estrenos totales	389	375	397	398	235
Número de estrenos extranjeros	364	337	357	357	211
Número de estrenos nacionales	25	38	40	41	24
Asistencia anual por habitante	1,4	1,5	1,5	1,6	0,4
Precio medio entrada (USD)	5,7	6,1	6,3	5,9	6,0



La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en 2020 en un 63,3% del total de espectadores y la cine europeo en un significativo 25,2% gracias al éxito de las producciones británicas *1917* y *Tenet*. La cuota nacional es del 2,4% y la iberoamericana del 1,4% (cuadro 1.96).

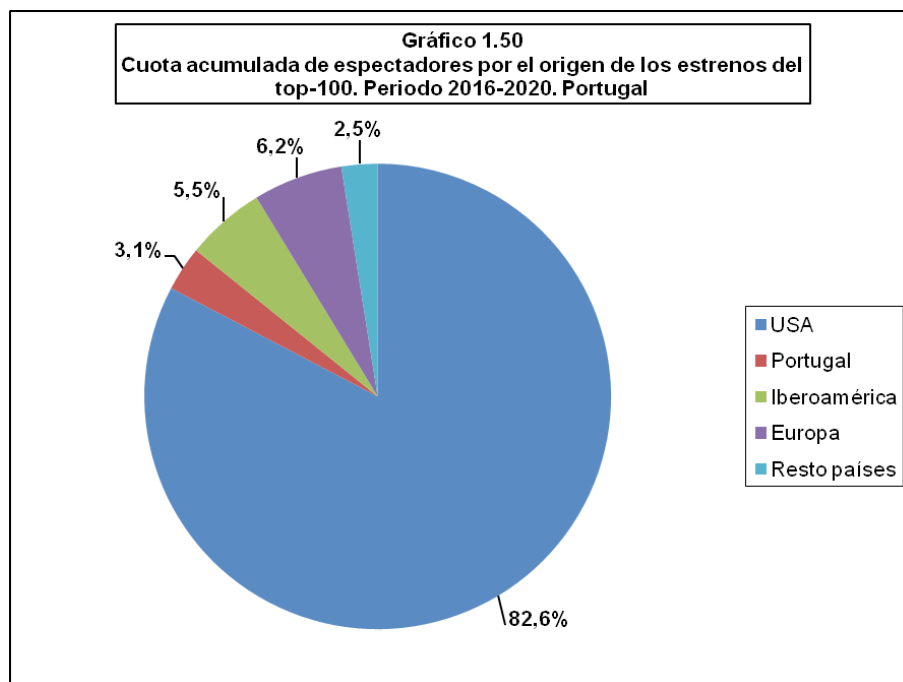
La cuota acumulada de espectadores en el quinquenio 2016-2020 refleja el dominio del cine USA, con un 82,6% del mercado, seguido del cine europeo con el 6,2% y el iberoamericano con el 5,5%. El cine portugués registra una cuota de mercado del 3,1% (gráfico 1.50).

**Cuadro 1.96**  
*Distribución por el origen de los estrenos del top-100. Portugal*

<b>ESPECTADORES</b>						
<b>Origen</b>	<b>2018</b>	<b>%</b>	<b>2019</b>	<b>%</b>	<b>2020</b>	<b>%</b>
USA	11.012.847	79,1	12.959.137	87,7	2.332.846	63,3
Portugal	128.161	0,9	507.199	3,4	87.041	2,4
Iberoamérica	252.211	1,8	276.208	1,9	51.760	1,4
Europa	2.154.982	15,5	923.795	6,3	928.883	25,2
Resto países	366.375	2,6	106.690	0,7	282.302	7,7
<b>Total</b>	<b>13.914.576</b>		<b>14.773.029</b>		<b>3.682.832</b>	

<b>INGRESOS</b>						
<b>Origen</b>	<b>2018</b>	<b>%</b>	<b>2019</b>	<b>%</b>	<b>2020</b>	<b>%</b>
USA	70.487.368	79,5	77.350.295	88,1	13.939.497	62,6
Portugal	739.619	0,8	3.062.509	3,5	547.324	2,5
Iberoamérica	1.481.782	1,7	1.486.337	1,7	301.024	1,4
Europa	13.765.437	15,5	5.352.946	6,1	5.793.445	26,0
Resto países	2.195.946	2,5	581.961	0,7	1.689.925	7,6
<b>Total</b>	<b>88.670.152</b>		<b>87.834.048</b>		<b>22.271.215</b>	

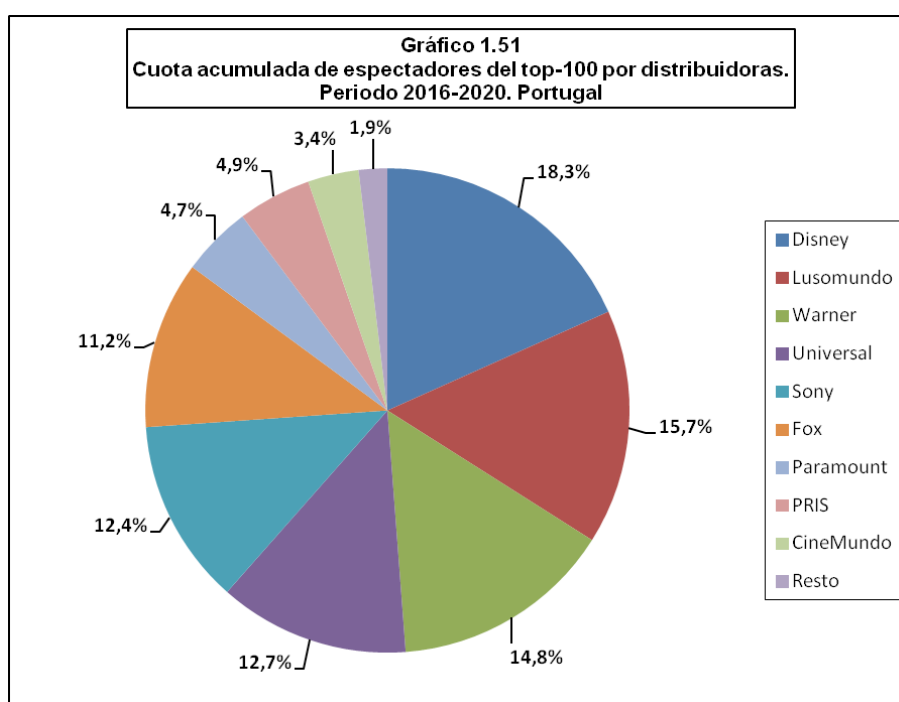


Las distribuidoras americanas, en 2020, representan en el *top-100* una cuota conjunta de espectadores del 76,7% y las independientes el 23,3%. Las que vendieron más entradas son Lusomundo con 823.257 espectadores y Sony con 702.834 espectadores (cuadro 1.97).

En el periodo 2016-2020, el porcentaje de espectadores acumulado por las *Majors* se sitúa en un 89,9% y el de las independientes en el 10,1% restante (gráfico 1.51). Las distribuidoras con más cuota de mercado son Disney (18,3%), Lusomundo (15,7%) y Warner (14,8%). Entre el resto destaca PRIS (4,9%).

**Cuadro 1.97**  
**Cuota de espectadores por distribuidoras del top-100. Portugal**

Origen	2018	%	2019	%	2020	%
Fox	1.920.220	13,8	896.473	6,1	233.308	6,3
Lusomundo	1.699.073	12,2	2.082.695	14,1	823.257	22,4
Paramount	649.484	4,7	487.627	3,3	171.963	4,7
PRIS	384.837	2,8	788.754	5,3	289.595	7,9
Sony Pictures	1.615.110	11,6	1.428.355	9,7	702.834	19,1
Universal	2.666.753	19,2	1.227.919	8,3	71.680	1,9
Disney	2.399.981	17,2	4.908.482	33,2	274.585	7,5
Warner	2.349.015	16,9	2.204.256	14,9	544.385	14,8
CineMundo	143.999	1,0	577.621	3,9	335.269	9,1
Resto	86.104	0,6	170.847	1,2	235.956	6,4
<b>Total</b>	<b>13.914.576</b>		<b>14.773.029</b>		<b>3.682.832</b>	



En 2020, el ranking de audiencia está liderado por la película británica *1917* con 330.995 espectadores, seguido de la película americana *Bad boy for life* con 322.623 espectadores (cuadro 1.98).

Las producciones del *ranking* de estrenos provienen de Estados Unidos, con siete producciones, del R. Unido con dos coproducciones con Estados Unidos y completa el cuadro la película coreana *Parásitos*.

La cuota de mercado de las diez producciones (1.683.981 espectadores) supone un 42,8% del total de espectadores.

**Cuadro 1.98**  
*Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2020. Portugal*

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	1917	UK, USA	330.995	2.136.812
2	Bad boys for life	USA, México	322.623	1.902.099
3	Aves de presa	USA	171.851	1.090.678
4	Sonic the Hedgehog	USA	153.453	885.860
5	Tenet	UK, USA	152.551	1.031.715
6	Jumanji: Siguiente nivel	USA	142.230	853.071
7	Espías con disfraz	USA	112.956	583.164
8	After. En mil pedazos	USA	107.468	676.873
9	Parásitos	Corea del Sur	98.598	613.452
10	Mujercitas	USA	91.256	571.395

En el *ranking* nacional, figura en primer lugar la película *Listen* (Ana Rocha de Sousa) con 42.024 espectadores seguido de *Bruno Aleixo – O filme* (Joao Moreira, Pedro Santo) con 23.479 espectadores (cuadro 1.99).

**Cuadro 1.99**  
*Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Año 2020. Portugal*

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Listen	Portugal, UK	42.024	266.972
2	Bruno Aleixo - O Filme	Portugal	23.479	145.371
3	Ordem Moral	Portugal	10.805	65.974
4	O ano da morte de Ricardo Reis	Portugal	10.733	69.007
5	Ze Pedro Rock & Roll	Portugal	3.262	21.460
6	Sol Posto	Portugal	2.549	19.383
7	Mosquito	Portugal	2.878	16.311
8	Amor fati	Portugal	2.257	13.646
9	Golpe de sol	Portugal	1.261	8.173
10	Patrick	Portugal, Alemania	1.261	7.508

El estreno iberoamericano más exitoso en 2020 en Portugal es la coproducción española con Estados Unidos *Animal Crackers* (Tony Bancroft, Scott Christian Sava), con 19.205 espectadores, seguida de la producción mexicana *Mamá se fue de viaje* (Fernando Sariñana) con casi 15.000 espectadores.

Las películas del resto de países más populares, aparte de las mencionadas *1917*, *Tenet* y *Parásitos* son la neozelandesa *Jojo Rabbit* y la británica *The Gentleman*, ambas con más de 61.000 espectadores (cuadro 1.100).

<i>Cuadro 1.100</i>				
<i>Ranking de estrenos cinematográficos de otros países. Año 2020. Portugal</i>				
<i>Iberoamérica</i>				
<b>Nº</b>	<b>Título</b>	<b>Origen</b>	<b>Espectadores</b>	<b>Ingresos (\$)</b>
1	Animal Crackers	España, China, USA	19.205	108.726
2	Mamá se fue de viaje	México	14.921	92.404
3	Día de Muertos	México	10.171	53.778
4	Malasaña 32	España	7.463	46.117
<i>Europa y resto de países</i>				
<b>Nº</b>	<b>Título</b>	<b>Origen</b>	<b>Espectadores</b>	<b>Ingresos (\$)</b>
1	1917	UK, USA	330.995	2.136.812
2	Tenet	UK, USA	152.551	1.031.715
3	Parásitos	Corea del Sur	98.598	613.452
4	Jojo Rabbit	N. Zelanda, USA	61.997	379.992
5	The Gentlemen	UK, USA	61.994	378.030



## REPÚBLICA DOMINICANA

Los cines dominicanos en 2020 suman una asistencia de 0,5 millones de espectadores y recaudan 2,3 millones de dólares. La pandemia mundial reduce la actividad cinematográfica en un 88,5% en cuanto a la venta de entradas e ingresos por taquilla, respecto a 2019.

La audiencia anual se sitúa en 0,1 películas por habitante y el precio medio de la entrada asciende a 4,6 dólares. El número de estrenos de cine nacional representa el 13,2% y la cuota de espectadores el 8,6%. La exhibición de estrenos se reduce en un 55,2% (cuadro 1.101).

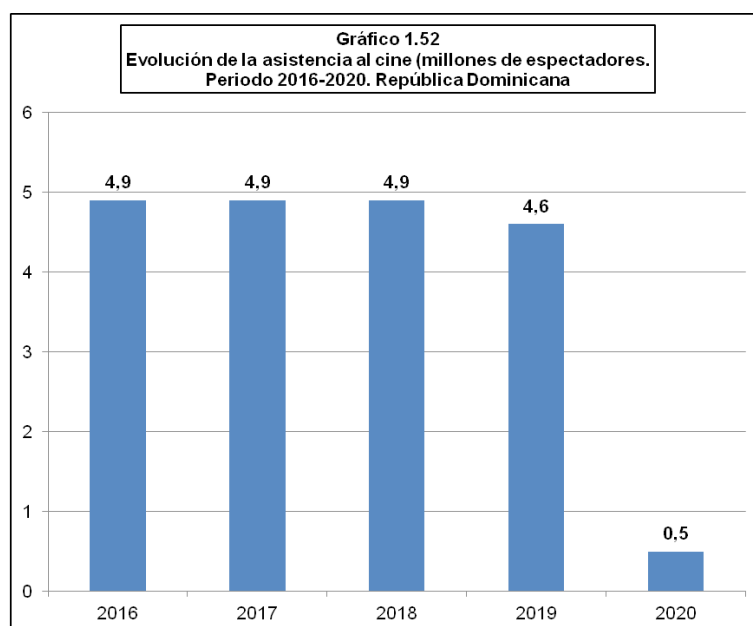
La evolución de la venta de entradas en los últimos cinco años muestra un máximo de 4,9 millones de espectadores en 2016, 2017 y 2018 y un mínimo de 0,5 millones en 2020 debido a la covid-19 (gráfico 1.52).

*Cuadro 1.101*

*Panorama cinematográfico en República Dominicana*

Datos	2016	2017	2018	2019	2020
Población (millones)	10,4	10,5	10,6	10,7	10,7
PIB-PPA (billones USD)	0,167	0,175	0,192	0,206	0,196
PIB per capita (USD)	16.600	17.300	18.700	19.800	18.700
Número de pantallas de cine	199	191	201	200	197
Ingresos cine (millones USD)	21,3	23,1	21,7	21,0	2,3
Asistencia espectadores (millones)	4,9	5,1	5,4	4,6	0,5
Espectadores cine nacional (millones)	1,12	1,03	1,30	0,89	0,04
Cuota de mercado cine nacional (%)	22,9	21,0	26,4	19,2	8,6
Número de estrenos totales	208	220	256	192	86
Número de estrenos extranjeros	188	194	233	164	76
Número de estrenos nacionales	20	26	23	28	10
Asistencia anual por habitante	0,5	0,5	0,5	0,4	0,1
Precio medio entrada (USD)	4,3	4,7	5,0	4,6	4,6





La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en 2020 en un 82,7% del total de espectadores, la del cine dominicano en el 8,6% y la del europeo en el 3,3% (cuadro 1.102).

La cuota acumulada de espectadores en el quinquenio 2016-2020 refleja el dominio del cine USA, con un 75,2% del mercado, seguido del cine dominicano con el 20,5% y el europeo con el 1,9%. El cine iberoamericano registra una cuota de mercado del 0,7% (gráfico 1.53).

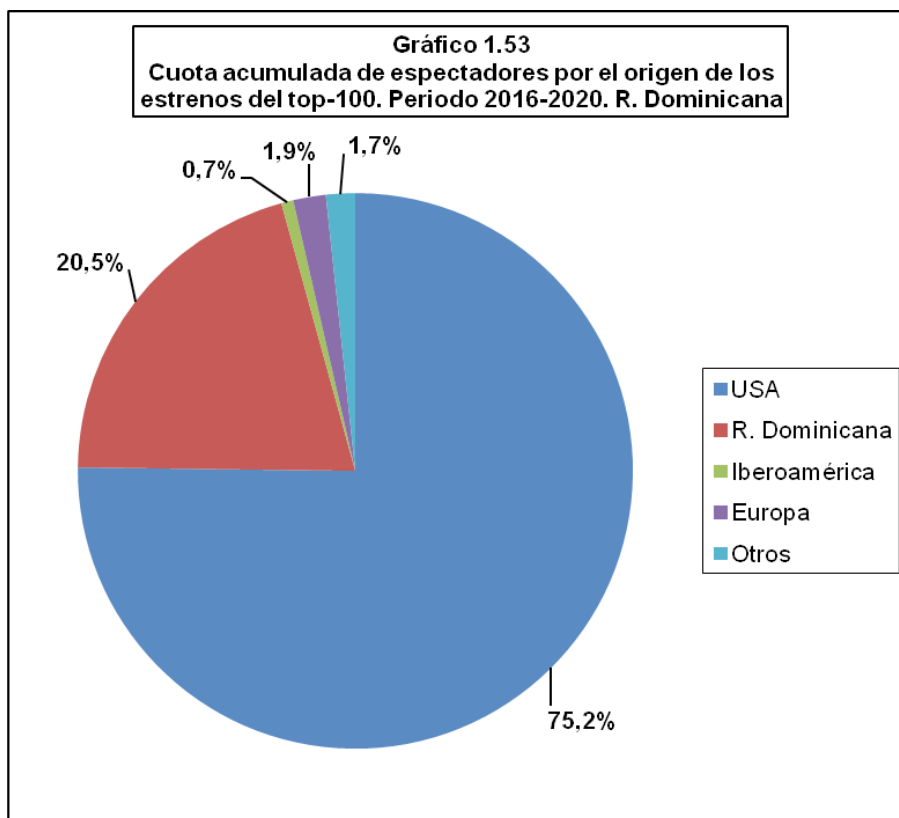
*Cuadro 1.102*

*Distribución por el origen de los estrenos del Top-100. República Dominicana*

<b>ESPECTADORES</b>						
<b>Origen</b>	<b>2018</b>	<b>%</b>	<b>2019</b>	<b>%</b>	<b>2020</b>	<b>%</b>
USA	3.112.652	65,9	3.527.268	77,6	441.213	82,7
R. Dominicana	1.392.931	29,5	889.579	19,6	46.046	8,6
Iberoamérica	11.339	0,2	13.157	0,3	153	0,0
Europa	178.252	3,8	37.340	0,8	17.781	3,3
Resto países	30.897	0,7	77.520	1,7	28.046	5,3
<b>Total</b>	<b>4.726.071</b>		<b>4.544.864</b>		<b>533.239</b>	

<b>INGRESOS</b>						
<b>Origen</b>	<b>2018</b>	<b>%</b>	<b>2019</b>	<b>%</b>	<b>2020</b>	<b>%</b>
USA	13.323.177	64,6	16.324.261	79,4	1.940.644	81,8
R. Dominicana	6.317.994	30,6	3.631.537	17,7	187.823	7,9
Iberoamérica	47.796	0,2	59.803	0,3	927	0,0
Europa	786.446	3,8	182.424	0,9	99.356	4,2
Resto países	144.225	0,7	357.258	1,7	144.263	6,1
<b>Total</b>	<b>20.619.638</b>		<b>20.555.283</b>		<b>2.373.013</b>	



En 2020, el ranking de audiencia está liderado por la película americana *Bad boys for life* con 177.309 espectadores, seguido de *Sonic the Hedgehog* con 67.230 espectadores (cuadro 1.103).

Las producciones del *ranking* de estrenos provienen casi en su totalidad de Estados Unidos (9), siendo cuatro coproducciones (2 con R. Unido, una con Australia y Canadá y una con México). Completa el cuadro en el top-3 la película dominicana *Me gusta la tuya* (Roberto Ángel Salcedo) con más de 41.500 espectadores.

La cuota de mercado de las diez producciones (413.539 espectadores) supone un 77,5% del total de espectadores.

*Cuadro 1.103*

*Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2020. R. Dominicana*

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Bad boys for life	USA, México	177.309	763.845
2	Sonic the Hedgehog	USA	67.230	277.215
3	Me gusta la tuya	R. Dominicana	41.594	166.666
4	Aves de presa	USA	39.648	180.046
5	Mujercitas	USA	31.314	137.980
6	El hombre invisible	USA, Australia, Canadá	13.981	63.041
7	Los ángeles de Charlie	USA	13.783	57.075
8	Wonder Woman 1984	USA, UK	10.280	65.707
9	1917	UK, USA, Canadá	9.559	57.184
10	Onward	USA	8.841	36.392

En el *ranking* nacional, figura en primer lugar la película ya citada *Me gusta la tuya* (Roberto Ángel Salcedo), seguida a gran distancia de *Mis 500 locos* (Leticia Tonos) con 2.059 espectadores (cuadro 1.104).

*Cuadro 1.104*

*Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Año 2020. R. Dominicana*

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Me gusta la tuya	R. Dominicana	41.594	166.666
2	Mis 500 locos	R. Dominicana	2.059	10.133
3	Culpables	R. Dominicana	817	3.532
4	Papi	R. Dominicana	509	2.657
5	Cabarete	R. Dominicana	322	1.368
6	Pinky & Mole	R. Dominicana	303	1.318
7	Atravesando el Jordán	R. Dominicana	234	1.220
8	Como si fuera la primera vez	R. Dominicana, México	105	494
9	Malpaso	R. Dominicana	72	380
10	Colao	R. Dominicana	31	55

El estreno iberoamericano más exitoso en 2020 en R. Dominicana es la coproducción Argentina-Colombia-Uruguay *Monos* (Alejandro Landes), con 95 espectadores. Las películas del resto de países más populares son la británica *1917* con 9.559 espectadores y la canadiense *Gretel y Hansel* con 7.449 espectadores (cuadro 1.105).

*Cuadro 1.105*

*Ranking de estrenos cinematográficos de otros países. Año 2020. R. Dominicana*

<i>Iberoamérica</i>				
Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Monos	Argentina, Colombia, Uruguay	95	544
2	Dolor y gloria	España	42	242
3	Fast & Furious 6	España, USA	16	141
<i>Europa y resto de países</i>				
Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	1917	UK, USA, Canadá	9.559	57.184
2	Gretel y Hansel	Canadá, USA	7.449	28.563
3	Parásitos	Corea del Sur	7.426	51.331
4	Mangu: The Donkey King	Pakistán	4.389	15.008
5	Invasión 2	Rusia	2.780	13.381



## URUGUAY

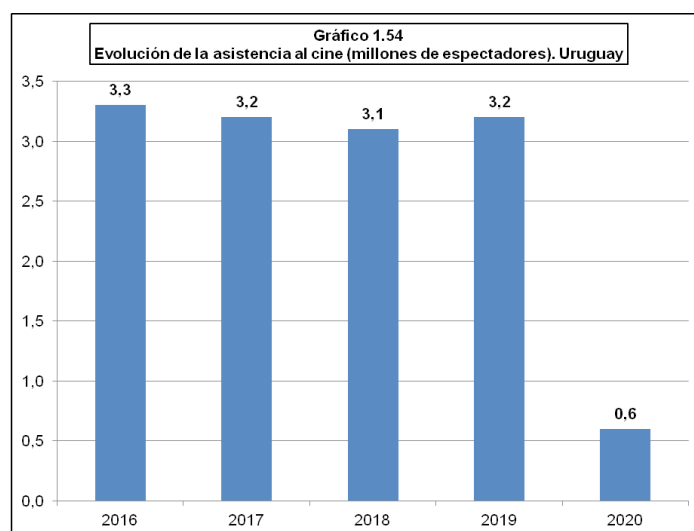
Los cines uruguayos en 2020 suman una asistencia de 0,6 millones de espectadores y recaudan 3,3 millones de dólares. La pandemia mundial reduce la actividad cinematográfica en más de 81% en cuanto a la venta de entradas e ingresos por taquilla, respecto a 2019.

La asistencia anual se sitúa en 0,2 películas por habitante y el precio medio de la entrada asciende a 5,5 dólares. El porcentaje de estrenos nacionales es de 4,1% y la cuota de espectadores se sitúa en el 0,9%. La exhibición de estrenos se reduce en un 53,8% (cuadro 1.106).

La evolución de la venta de entradas en los últimos cinco años muestra un máximo de 3,3 millones de espectadores en 2016 y un mínimo de 0,6 en 2020 debido a la covid-19 (gráfico 1.54).

*Cuadro 1.106*  
*Panorama cinematográfico en Uruguay*

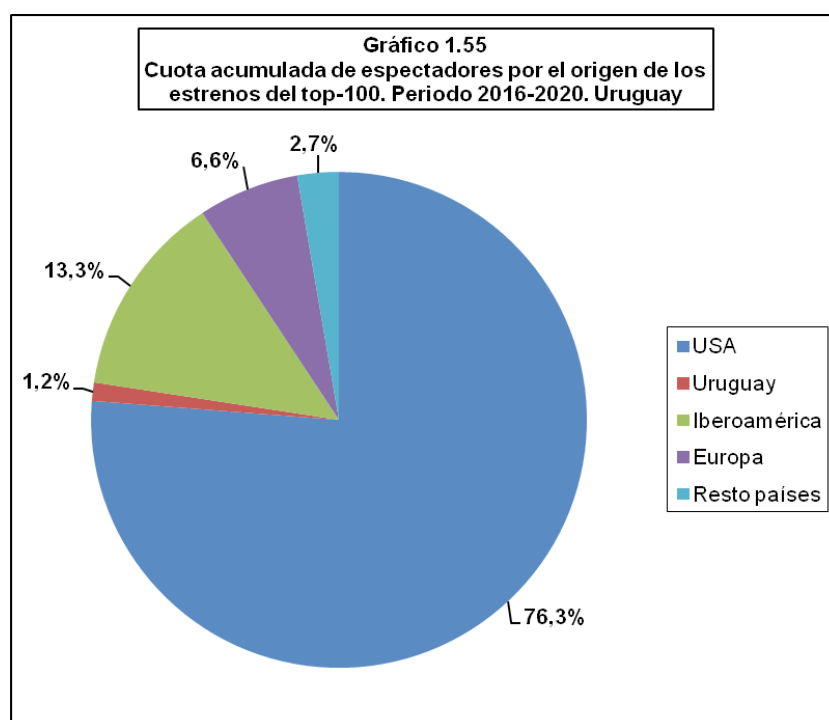
Datos	2016	2017	2018	2019	2020
Población (millones)	3,4	3,4	3,5	3,5	3,5
PIB-PPA (billones USD)	0,071	0,073	0,076	0,078	0,075
PIB per capita (USD)	20.300	21.000	21.700	22.100	21.300
Número de pantallas de cine	115	112	105	105	105
Ingresos cine (millones USD)	18,0	20,4	18,7	18,4	3,3
Asistencia espectadores (millones)	3,3	3,2	3,0	3,2	0,60
Espectadores cine nacional (millones)	0,04	0,09	0,08	0,02	0,006
Cuota de mercado cine nacional (%)	1,4	2,8	2,7	0,8	0,9
Número de estrenos totales	234	211	232	208	96
Número de estrenos extranjeros	222	197	212	191	92
Número de estrenos nacionales	12	14	20	17	4
Asistencia anual por habitante	1,0	0,9	0,9	0,9	0,2
Precio medio entrada (USD)	5,4	6,3	6,2	5,7	5,5



La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en 2020 en un 62% del total de espectadores, la del cine iberoamericano en el 19,6%, la del resto de países en un 10% y la del cine europeo en el 7,4% (cuadro 1.107). La cuota del cine uruguayo es del 1%.

La cuota acumulada de espectadores en el quinquenio 2016-2020 refleja el dominio del cine USA, con un 76,3% del mercado, seguido del cine iberoamericano con el 13,3% y del europeo con un 6,6%. El cine uruguayo registra una cuota de mercado del 1,2% (gráfico 1.55).

<i>Cuadro 1.107</i>						
<i>Distribución por el origen de los estrenos del top-100. Uruguay</i>						
<b>ESPECTADORES</b>						
<b>Origen</b>	<b>2018</b>	<b>%</b>	<b>2019</b>	<b>%</b>	<b>2020</b>	<b>%</b>
USA	2.055.826	72,6	2.622.492	85,5	375.783	62,0
Uruguay	21.116	0,7	22.748	0,7	6.028	1,0
Iberoamérica	406.323	14,4	248.667	8,1	118.652	19,6
Europa	316.486	11,2	130.217	4,2	44.700	7,4
Resto países	30.109	1,1	42.174	1,4	60.635	10,0
<b>Total</b>	<b>2.829.860</b>		<b>3.066.298</b>		<b>605.798</b>	
<b>INGRESOS</b>						
<b>Origen</b>	<b>2018</b>	<b>%</b>	<b>2019</b>	<b>%</b>	<b>2020</b>	<b>%</b>
USA	13.032.600	74,6	15.149.881	86,3	2.143.650	63,4
Uruguay	121.789	0,7	116.705	0,7	26.303	0,8
Iberoamérica	2.238.497	12,8	1.284.923	7,3	634.434	18,8
Europa	1.895.740	10,8	746.933	4,3	249.856	7,4
Resto países	189.954	1,1	249.535	1,4	329.337	9,7
<b>Total</b>	<b>17.478.580</b>		<b>17.547.977</b>		<b>3.383.580</b>	

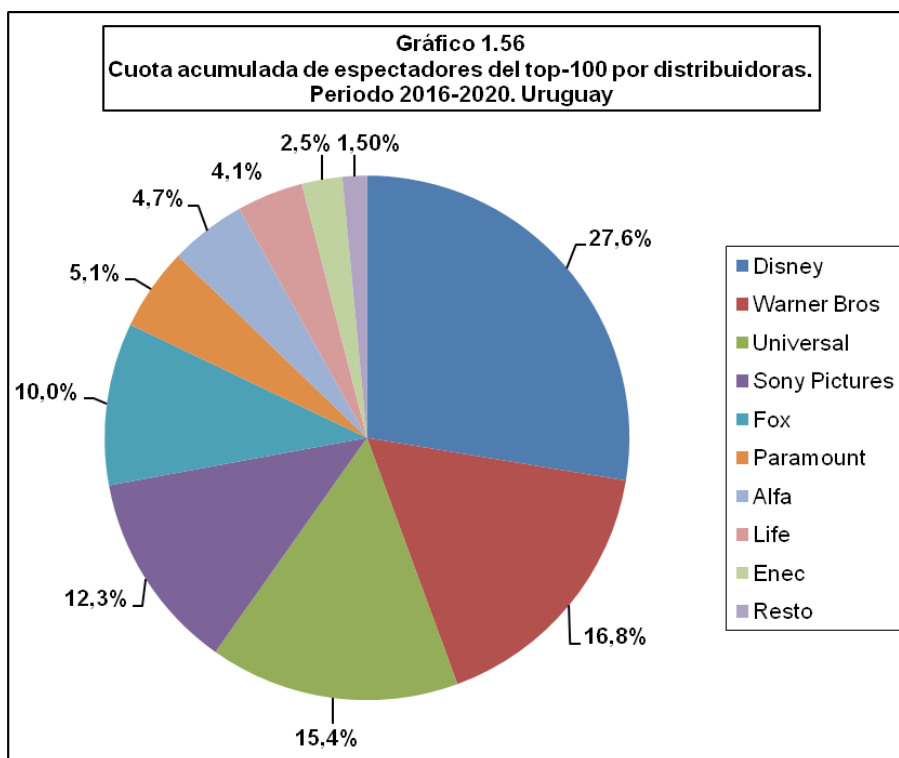


Las distribuidoras americanas, en 2020, representan en el *top-100* una cuota conjunta de espectadores del 82% y las independientes el 18%. Las que vendieron más entradas son Warner con 158.396 espectadores y Sony con 124.980 espectadores (cuadro 1.108).

En el periodo 2016-2020, el porcentaje de espectadores acumulado por las *Majors* se sitúa en un 87,2% y el de las independientes en el 12,8% restante (gráfico 1.56). Las distribuidoras con más cuota de mercado son Disney (27,6%), Warner (16,8%) y Universal (15,4%). Entre el resto destaca Alfa (4,7%).

**Cuadro 1.108**  
*Cuota de espectadores por distribuidoras del Top-100. Uruguay*

Origen	2018	%	2019	%	2020	%
Warner Bros	343.352	12,1	595.409	19,4	158.396	26,1
Disney	807.198	28,5	1.316.518	42,9	68.286	11,3
Sony Pictures	377.867	13,4	226.827	7,4	124.980	20,6
Fox	286.022	10,1	114.542	3,7	32.587	5,4
Paramount	193.736	6,8	92.027	3,0	47.528	7,8
Universal	512.688	18,1	428.521	14,0	65.400	10,8
Alfa	122.521	4,3	90.721	3,0	36.285	6,0
Life	172.647	6,1	131.123	4,3	16.876	2,8
Enec	8.366	0,3	59.221	1,9	47.175	7,8
Independent	5.463	0,2	11.389	0,4	1.877	0,3
Otras	0	0,0	0	0,0	6.408	1,1
<b>Total</b>	<b>2.829.860</b>		<b>3.066.298</b>		<b>605.798</b>	



En 2020, el ranking de audiencia está liderado por la película argentina *El robo del siglo* con 103.999 espectadores, seguido de la americana *Jumanji: Siguiete nivel* con 72.338 espectadores (cuadro 1.109).

Las producciones del ranking de estrenos provienen casi en su totalidad de Estados Unidos (8), completando el cuadro la cita producción argentina y la coreana *Parásitos* en el top-3.

La cuota de mercado de las diez producciones (397.153 espectadores) supone un 65,3% del total de espectadores.

**Cuadro 1.109**  
**Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2020. Uruguay**

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	El robo del siglo	Argentina	103.999	562.967
2	Jumanji: Siguiete nivel	USA	72.338	463.634
3	Parásitos	Corea del Sur	45.481	247.909
4	Frozen 2	USA	41.493	242.655
5	Sonic the Hedgehog	USA	36.967	208.824
6	1917	R. Unido, Canadá, USA	28.176	155.441
7	Bad boys for life	USA, México	22.711	130.572
8	Mujercitas	USA	17.903	98.310
9	Las aventuras del Doctor Dolittle	USA, China	15.204	86.957
10	Onward	USA	12.881	79.789

En el ranking nacional, figura en primer lugar la película *Aleli* (Leticia Jorge) con 2.433 espectadores, seguida de *Al morir la Matinée* (Maximiliano Contenti) con 2.162 espectadores (cuadro 1.110).

**Cuadro 1.110**  
**Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Año 2020. Uruguay**

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Aleli	Uruguay, Argentina	2.433	11.355
2	Al morir la Matinée	Uruguay, Argentina	2.162	9.272
3	Carmen Vidal mujer detective	Uruguay	899	3.392
4	Nacional: Una historia verdadera	Uruguay	137	807
5	En la puta vida	Uruguay, Cuba, España	90	555
6	25 Watts	Uruguay	28	201
7	El gran viaje al país pequeño	Uruguay, Líbano	30	92

El estreno iberoamericano más exitoso en 2020 en Uruguay es con mucha diferencia la obra argentina *El robo del siglo* (Ariel Winograd). Las películas del resto de países más populares son la coreana *Parásitos* con 45.481 espectadores y la británica *1917* con 28.176 espectadores (cuadro 1.111).

<i>Cuadro 1.111</i>				
<i>Ranking de estrenos cinematográficos de otros países. Año 2020. Uruguay</i>				
<i>Iberoamérica</i>				
<b>N°</b>	<b>Título</b>	<b>Origen</b>	<b>Espectadores</b>	<b>Ingresos (\$)</b>
1	El robo del siglo	Argentina	103.999	562.967
2	El juego de las 100 velas	Argentina, N. Zelanda	3.990	17.569
3	La odisea de los giles	Argentina, España	3.246	20.334
4	Malasaña 32	España	2.786	12.839
5	Padre no hay mas que uno	México	1.672	7.528
<i>Europa y resto de países</i>				
<b>N°</b>	<b>Título</b>	<b>Origen</b>	<b>Espectadores</b>	<b>Ingresos (\$)</b>
1	Parásitos	Corea del Sur	45.481	247.909
2	1917	R. Unido, Canadá, USA	28.176	155.441
3	Jojo Rabbit	N. Zelanda, USA	7.875	43.043
4	Judy	R. Unido	5.993	35.739
5	Gretel y Hansel	Canadá, USA	3.354	19.153



# 25 años de Cine



**comscore**





LA ENSEÑANZA DEL CINE Y EL AUDIOVISUAL EN TIEMPOS DE  
PANDEMIA. ENTORNOS VIRTUALES DE FORMACIÓN (EVF)



## LA ENSEÑANZA DEL CINE Y EL AUDIOVISUAL EN TIEMPOS DE PANDEMIA. ENTORNOS VIRTUALES DE FORMACIÓN (EVF)

Por Adriana Castillo

“La tecnología en educación es como el caballo de Troya. En la historia, no es el caballo el que es efectivo, sino los soldados que contiene. Y la tecnología sólo será eficaz cambiando la educación si dentro hay una armada dispuesta a hacer el cambio”. *Seymour Papert. Científico computacional, matemático y educador.*

A un año de la pandemia por COVID-19, la docencia tradicional del cine y el audiovisual en las escuelas se trastocó en Iberoamérica cuando cerraron los centros educativos. Y dos materias como estas, que necesitan una práctica esencial, de jornadas largas de trabajo de campo, en los foros, los sets (platós en España y Francia), y la cercanía física que se debe tener durante los rodajes y ejercicios, colocó a profesores y alumnos en una encrucijada. ¿Cómo seguir enseñando a hacer cine sin estar juntos?

Y una vez más la tecnología, que ha sido aliada inseparable del cine, fue adoptada por todos aquellos cuya voluntad de seguir aprendiendo y enseñando no los iba a detener. Así voltearon a ver los entornos virtuales de formación para mantener la comunicación entre docentes y alumnos, continuar con el proceso educativo y sobre todo transmitir la sensación de cercanía. Lo importante fue que maestro y estudiante permanecieran juntos... aunque fuera de manera virtual.

En muchas escuelas, empujados por la imperiosa necesidad de no suspender la enseñanza, los canales virtuales se convirtieron en el bote salvavidas de todos. Algunas escuelas, según sus recursos económicos, técnicos y de adaptación de sus propios profesores, en muy poco tiempo lograron crear sus propios entornos de formación virtual y salir a navegar, y en el camino ir haciendo todas las adecuaciones. Y en otros casos, de forma espontánea, alumnos y profesionales del cine o el audiovisual, se organizaron para usar la tecnología a su favor y para continuar generando y transmitiendo conocimiento.

## EVF: contribuyen a mejorar la docencia

Como cita Rocío Fernández Piqueras en su tesis doctoral *Factores antecedentes en el uso de Entornos Virtuales de Formación y su efecto sobre el Desempeño Docente*; Gisbert (2002) define un aula virtual como “un espacio simbólico en el que se produce la relación entre los participantes en un proceso de enseñanza-aprendizaje que, para interactuar entre sí y acceder a la información relevante, utilizan, prioritariamente, un sistema de comunicación mediada por ordenador”. Para Adell (1997), “las aulas virtuales, la educación en línea a través de las redes informáticas, son una forma emergente de proporcionar conocimientos y habilidades a amplios sectores de la población, para que puedan acceder a la formación aquellas personas con dificultades para asistir regularmente a las instituciones educativas presenciales”.

Si parafraseamos nuevamente a autores como Zapata (2003), Marqués (2000), Adell (1999), Gisbert (2002), Collis (1997) o Área (2004), entre otros, definimos los EVF como el surgimiento de un nuevo espacio no real sino “virtual” apoyado en las TIC y en las redes (Internet) que se ofrece en las universidades a profesores y alumnos. La enseñanza que se realiza en dichos entornos es lo que se denomina comúnmente teleformación o eLearning (Ramos, 2004).

Los canales virtuales “desaparecen las barreras espacio-temporales, lo que conlleva una flexibilidad y adecuación del ritmo de aprendizaje; fácil interacción entre todas las partes implicadas (profesor-alumno materiales y grupo-clase); y un fácil acceso a los contenidos y materiales entre otras” (Fernández, 2009).

Y sin embargo, “hoy en día todavía hay un elevado número de profesores y usuarios que no poseen los conocimientos, habilidades y actitudes necesarios para desenvolverse y usar de forma inteligente la tecnología y la cultura digital (Horton, 2000); además, la teleformación (formación a distancia) exige a los alumnos autodisciplina y regulación del tiempo, lo que conlleva un grado de madurez importante (Marqués, 2000a)”. (Fernández, 2009).

Si bien, como dice el profesor Miguel-Ángel Ballesteros-Moscósio, “...la parte central en cualquier sistema virtual de formación es la plataforma tecnológica o plataforma digital”, pues es lo que permite una usabilidad democrática para todos los usuarios, no es lo único -según expresó Seymour Papert-, lo esencial es quiénes son los “soldados” o profesores que sostienen dicha plataforma. Se requiere de un proceso más para garantizar la efectividad de la tecnología en el proceso de enseñanza-aprendizaje: *voluntad, compromiso y pasión por enseñar*.

Debido a la emergencia por COVID-19, cada país y colectivo encontró de acuerdo con sus recursos, formas y soluciones para mantener el ciclo de enseñanza-aprendizaje entre maestros y alumnos.

Así, en Latinoamérica nació el taller *¿Cómo hacer una película de principio a fin?*, ideada por el cinefotógrafo Carlos Hidalgo, miembro de la AMC (Sociedad Mexicana de Autores de Fotografía Cinematográfica), quien fue llamado por el director de una escuela de Colombia para pedirle ayuda a crear un curso virtual de cine y así los alumnos pudiesen seguir tomando clases. Sin embargo, como ha pasado con muchos centros educativos, la escuela no pudo continuar financiando el taller y Carlos Hidalgo, resuelve que el mismo concepto del taller puede crecer y ser impartido por distintos profesionales del cine y el audiovisual, desde las distintas disciplinas que se requieren para hacer una obra cinematográfica.

En una apuesta de la AMC y el espíritu de sus socios y especialistas del cine mexicano, se pusieron en marcha los primeros talleres con el objetivo de crear un espacio virtual que permitiera ser impartido por reconocidos cineastas de la industria cinematográfica. Este experimento, cuya plataforma digital fue *Zoom*, logró despertar tanto el interés de estudiantes jóvenes en etapa de formación, como de profesionales con trayectoria, que al ver que sus colegas abrían un espacio de tiempo largo para enseñar y compartir su trabajo y conocimientos, participaron de estos talleres, que se convirtieron en aulas virtuales de enseñanza colaborativa a varias voces.

No sólo impartía cátedra el cineasta invitado, sino que el modelo incluía que el maestro, podía tener algunos invitados-colegas con los que hubiese trabajado en alguna película o serie de televisión, para que en una especie de diálogo, se enriqueciera la experiencia de aprendizaje. Así se lograron duplas de un Director-Productor, Director-Actores, Cinefotógrafo-Director, Músico-Director, Guionista- Director y otras disciplinas del cine.

Conforme pasaban los meses de pandemia durante el 2020, este nuevo entorno de formación virtual del cine y el audiovisual comenzó a crecer, y a correrse la voz y nuevos estudiantes de otros lugares, llegaban a la sesión virtual. Por primera vez se logró conjuntar a figuras reconocidas y premiadas del cine mexicano como Bertha Navarro, Tita Lombardo, Issa Guerra, Perla Martínez, Viviana Motta, Alexis Friedman, Nicolás Echevarría, Guillermo Arriaga, Michel Franco, Kenya Márquez, Carlos Bolado, Eugenio Caballero, en un solo espacio, donde sin contacto físico, más de 150 personas seguían el ritual de enseñar, aprender y compartir el conocimiento entre generaciones.

A partir de dicho experimento, surgió la idea de crear una alianza para llevar este taller a otras fronteras, fuera de México, en colaboración con Platino Industria, un mercado del cine, el audiovisual, turismo y educación iberoamericano que realiza EGEDA (Entidad de Gestión de Derechos de los Productores Audiovisuales).

El taller *¿Cómo hacer una película de principio a fin?*, que formó parte de los Encuentros Platino Industria (EPI), se creó para fomentar el desarrollo profesional de estudiantes que desean incursionar en el medio del cine y el audiovisual, para aprender de las voces de expertos de Iberoamérica, algunos de los cuales son ganadores de Premios Platino. El encuentro, contó con la participación de 1,800 asistentes de 17 países (Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, España, Guatemala, México, Panamá, Perú, Puerto Rico, República Dominicana, Uruguay, Venezuela, Paraguay y Estados Unidos), 11 panelistas y 3.396 visualizaciones de las clases virtuales.

El objetivo de este taller fue conocer de primera mano, a través de 10 sesiones presentadas por profesionales del cine, las diferentes etapas de cómo rodar una película, pasando por el guión cinematográfico, dirección, producción, fotografía, sonido, dirección de arte, música, edición, etc. El taller se ofreció a estudiantes y profesionales de España, Latinoamérica y Estados Unidos en coordinación con escuelas de cine locales y asociaciones profesionales de productores audiovisuales. Para la moderación del taller se contó con la participación de una profesora especializada en cine, educación y alfabetización audiovisual que acompañara a los talleristas-creadores durante las clases virtuales.

Este espacio logró acercar a creadores y especialistas del cine como:

Creador	Disciplina	Título taller	Películas	Invitado
Andrés Duprat	Guión	<i>¿Qué se puede hacer salvo ver películas?</i> (un secreto homenaje al músico Charly García)	<i>Mi obra maestra, Todo sobre el asado, El ciudadano ilustre, Living Stars, Civilización, La última Frontera, Querida voy a comprar cigarrillos y vuelvo, El hombre de al lado, El artista</i>	Gastón Duprat (Director)

Damián Alcázar	Actuación	<i>El trabajo y la estrategia del actor</i>	<i>Un mundo maravilloso, La ley de Herodes, El infierno, Satanás, Borderland, Las crónicas de Narnia: el príncipe Caspian, La ciudad al desnudo, La leyenda de una máscara, Bandidos, La mujer del puerto, Lolo, Dos crímenes Algunas nubes, En el aire, Tres minutos de la Oscuridad, El anzuelo Katuwira, Overkill, Baja California: El límite del tiempo, Ave María, La ley de Herodes, Sofía, Sexo por compasión, Crónica de un desayuno, Pachito Rex – Me voy pero no del todo, El crimen del padre Amaro, Crónicas, Borderlan: Al otro lado de la frontera, Sólo dios sabe, Las vueltas del citrillo, Un mundo maravilloso, El camino del diablo, Fuera del cielo, Satanás, Bala Mordida, Don't Let Me Down Del amor y otros demonios, Chicogrande, Ciudadano Buelna, Fecha de caducidad, Magallanes La dictadura perfecta, La delgada línea amarilla, El complot mongol, Miss Bala, entre otras.</i>	Diego Muñoz (Director y Guionista)
Amat Escalante	Dirección	<i>Heli, del guión a la pantalla</i>	<i>La región salvaje, Heli. Revolución (Codirector), Los bastardos, Sangre, Amarrados (cortometraje)</i>	Gabriel Reyes (Guionista)
Javier Juliá	Cinefotografía	<i>Necesidades creativas y adaptación visual</i>	<i>El último Elvis, Relatos Salvajes, Papeles en el viento, Lifeline, Hot Summer Nights, La Cordillera Animal</i>	
Clara Notari	Directora de Arte y Diseñadora de producción	<i>De la palabra al espacio</i>	<i>Dolor y Gloria, Todos lo saben (Diseñadora de Producción), Los abrazos rotos, Un lugar en el mundo, Relatos Salvajes, Altamira (Directora de Arte)</i>	Francisco Bassi (Arquitecto y Ayudante de Escenografía)
Emilio Kauderer	Músico y Compositor	<i>Procesos y desafíos de la creación musical de un filme, desde su producción, aspectos legales y técnicos, hasta su postproducción.</i>	<i>Casa Grande (TV Series), El límite infinito, Sabrina, El cuento de las comadrejas, A pesar de todo, The Last Man, Boca Juniors Confidencial (TV Series), Mi obra maestra, Re loca, El Secreto en sus Ojos, Como cortar a tu patán (TV Series), Day of Reckoning, El Alien y yo, Selfie brez retuse, Secretos de una obsesión, Vacaciones con Fidel, Corazón de León, Metegol, Esclavo de Dios, Miss Bala, Belgrano entre muchas otras.</i>	Herminio Gutiérrez (Supervisor Musical) Dalila Zaritzky (Productora Ejecutiva de Cinema 7) Gonzalo Matijas (Ingeniero de Sonido) Rodrigo Vila (Director y Productor) Sebastián Escofet (Compositor) Irving Victoria (Compositor)



Jorge Ramírez-Suárez	Dirección y Producción	<i>Hacer una película como director / productor</i>	<i>Mi pequeño gran hombre, La Gran Promesa, Guten Tag, Ramón; Episodio “El elevador” del largometraje Los Inadaptados, Amar, Conejo en la luna.</i>	Florent Vitse (Diseñador de Producción), Carlos Hidalgo (Director de Fotografía)
Daniel Hidalgo	Diseño Sonoro	<i>Diseño Sonoro: detonante narrativo de un proyecto audiovisual</i>	<i>Compulsión, After Darkness, Al otro lado del muro, Ayúdame a pasar la noche, Potentiae, Los parecidos, Grandes figuras del arte mexicano” Serie de Televisión, La Revolución de los Alcatraces, El Alcalde, Las tardes de Tintico, Perras, Naica, viaje a la cueva de los cristales, Documental, El viaje de la nonna, Con devoción, Amores Perros.</i>	Carlos Rossini (Director y Director de Fotografía) Issac Ezban (Guionista, Director y Productor)
Mariana Rodríguez	Edición	<i>Traducir el concepto del director a la construcción de la película</i>	<i>La Nave, Control Z (TV Series), Enemigo público , ¿Qué tanto conoces a Javier?, Cara a cara, El Diablo entre las Piernas, Compulsión, Un extraño enemigo (TV Series), Pistolas, Si yo fuera tú, El Recluso (TV Series), Prometo no enamorarme, Diablo Guardián (TV Series), Elizabeth, Carolina, Ema, Maria Teresa, Los Herederos, Made in Bangkok, La Dictadura Perfecta, Tercera llamada, Club Sándwich, La vida precoz y breve de Sabina Rivas, La castración, Espacio interior, El premio, El infierno, Del amor y otros demonios, Lake Tahoe, Un mundo maravilloso, Temporada de patos.</i>	
Alejandro Carrillo Penilla	Edición	<i>Traducir el concepto del director a la construcción de la película</i>	<i>Inesperadamente Lucia, Hoy se arregla el mundo, La odisea de los giles, De acá a la China, La Casa de Arguello, Acusada, Piazzolla, los años del tiburón, Astor Piazzolla, tango nuevo, El clan, El desafío.</i>	
Fernando Sokolowicz	Producción	<i>La arquitectura para un film y una serie: el desafío de Las bellas almas de los verdugos”.</i>	Hasta la victoria siempre (Productor ejecutivo) Corto documental, El lado oscuro del corazón, La nave de los locos, La dama regresa, Sus ojos se cerraron, Hasta la victoria siempre, Frontera Sur, Un dulce olor a muerte, Operación Fangio, Lifting de corazón, Las manos (Productor) De Alejandro Doria, Martín Fierro, El artista, Marea de arena, El hombre de al lado, Pájaros volando, El ciudadano ilustre.	Paula de Luque (Directora) Marcelo Schapces (Productor) Horacio Grinberg (Abogado de la Industria) Lionel Diakovetzky (Productor)

### **Canales virtuales de enseñanza: semilleros de talento**

Los resultados y beneficios de este taller han sido muy enriquecedores en distintos sentidos, y al evaluar que si bien la plataforma digital es sencilla en su uso, potencia los usos didácticos al comunicar y acercar a alguien que desea seguir enseñando con el que tiene hambre de seguir aprendiendo.

Lo anterior, aún cuando es importante el trabajo presencial porque la interacción física favorece otros procesos educativos y sociales, el entorno virtual permite mantener la comunicación e interacción entre alumnos y docentes, y va más allá, ofrece la posibilidad de conexión desde prácticamente cualquier lugar, y los estudiantes que viven en lugares donde no existen escuelas de cine o no pudieran viajar para tomar determinado curso o taller, se les abre la oportunidad de formarse en tiempo real a costos muy accesibles o incluso gratuitos.

Por otro lado, uno de los retos de la enseñanza virtual, en especial para los profesores, ha sido que muchos de ellos no están familiarizados con el uso de la tecnología y las plataformas, lo que genera un quiebre en sus modelos mentales de enseñanza y convivencia con sus alumnos; los coloca en un lugar de adaptación digital y generacional que ha transformado las formas de comunicación que se practicaban en el aula física y que el aula digital ha convertido en un flujo de horizontalidad. Carlos Hidalgo, creador del modelo del taller, considera que “el que tiene ganas de adaptarse y ser un guerrero y educar, no le importan las barreras”.

El taller incentivó que los participantes realizaran un Cineminuto como ejercicio de práctica para realizar un cortometraje, lo que despertó un gran entusiasmo por contar sus historias, compartirlas y competir por los premios dados.

Al recoger las experiencias de algunos participantes, de los maestros y de directivos de escuelas, cuyos alumnos obtuvieron becas para tomar el taller, el balance es positivo y alentador.

Algunos testimonios:

“Los participantes nos han expresado su satisfacción y agradecimiento por la calidad tanto de las jornadas como de los expositores/facilitadores. Indudablemente es una gran contribución para su formación”. Rosa Guizado. Directora. Universidad Católica Santa María La Antigua. Escuela de Comunicación social. Panamá.

“De las mejores clases que he tenido en mi vida. Me confirmó muchos aprendizajes... “ Ernesto Alejandro Olvera. Alumno del taller. México

“Tremenda clase de inspiración, ética de trabajo y profesionalismo en muchos ámbitos del quehacer cinematográfico y narrativo, qué maravilla”. Marysol Jasso. Alumna del taller becada por FIPCA México.

“Enhorabuena por todo lo que han logrado juntándonos a todos. Me parece una tarea encomiable y maravillosa. Abre ventanas, despierta vocaciones, aclara, desmitifica, enseña y nos une a los que ya hemos transitado un camino con los próximos caminantes”. Clara Notari. Diseñadora de Arte. Profesora del taller. España

“... Ustedes han hecho de estas semanas un momento de enriquecimiento valiosísimo para mí y me imagino que para el resto de los que participaron. Como les dije en mi charla: en este momento tan difícil de pandemia de Covid, de pandemia política y la pandemia de desinformación global; Platino nos une... a todos los latinos, 24 países, con un mensaje en común: la pasión por el cine. Una pasión donde no existen los diferentes, no existe la división entre nosotros y los otros, no hay tu frontera, mi frontera. Platino nos unifica con humildad, por una expresión de arte a la que amamos. Ese amor y pasión se han visto reflejados en estos inolvidables talleres... “. Emilio Kauderer. Compositor. Profesor del taller. Argentina.

“Para cualquier persona que tiene interés en hacer cine en cualquiera de sus especialidades, escuchar de viva voz las experiencias de probados directores, guionistas, cinefotógrafos editores, músicos, actores, sonidistas, es sin lugar a dudas una experiencia de primer nivel... “. Guadalupe Ferrer. Moderadora. México.

“Felicidades a todos los ganadores y unificar el planeta por medio de estos cineminutos y de cada profesor. Todas las clases fueron magistrales... “ Josue Nelson Vera Rodríguez, alumno becado por FIPCA, Puerto Rico.

Carlos Hidalgo, creador de estos espacios de educar sin fronteras, considera que “el mayor beneficio, es el beneficio humano, porque se convierte en semillero de cineastas, donde el cineasta-alquimista encuentra en estos foros virtuales puertas para intercambiar información, actualizarse, aprender de los expertos, ampliar su red de contactos, conseguir trabajo e incluso comenzar a coproducir con los otros alumnos”.

“No podemos tener parada la educación... Aunque sea desde casa, aprovechemos la tecnología para convocar y transmitir la pasión y el amor por el cine... Porque el cine es quien influye en la educación y en la sociedad de una manera impactante. Por ejemplo, el documental y la ficción tienen un compromiso con la transmisión de mensajes, son una herramienta, un documento que viaja ahora por el mundo virtual y llega a muchas generaciones”.

Quizás la gran valía de estos ejercicios ha sido la de acercar a los creadores con otros creadores y con un público de nuevos cineastas y creadores en formación en disciplinas paralelas, y sumarlos a una gran conversación horizontal, donde solo mediaba la pantalla de una computadora para conocer de las experiencias, las obsesiones, los aciertos, errores y las frustraciones de cada uno durante el desarrollo de un proyecto, de lo que se planeó muy bien y de lo que no salió como se quería o se tuvo que corregir porque las condiciones cambiaron.

Fue muy enriquecedor que sin tribunas académicas, cada uno desde su mesa de trabajo, o desde el espacio favorito de su casa escuchó, preguntó, opinó.

Para concluir, como refiere Fernández Piqueras en su tesis doctoral, todavía hay un elevado número de profesores y usuarios que no poseen los conocimientos, habilidades y actitudes necesarios para desenvolverse y usar de forma inteligente la tecnología y la cultura digital (Horton, 2000); además, la teleformación exige a los alumnos autodisciplina y regulación del tiempo, lo que conlleva un grado de madurez importante (Marqués, 2000a).

Frente al inicio de un 2021, es contundente que el modelo de enseñanza-aprendizaje se reconfiguró y a partir de ahora los procesos educativos se diseñarán y trabajarán en dos niveles: físico y virtual, de una forma tan cotidiana que la distancia y la atemporalidad serán inherentes a los usos y costumbres de la educación.

“El que tiene voluntad, tiene el compromiso para enseñar y aprender”. Carlos Hidalgo.



**Adriana Castillo.** Coordinadora General de Platino Industria en **Premios Platino del Cine Iberoamericano** y Gerente de Relaciones Institucionales en **EGEDA México.**

Estudió Comunicación Social (UAM); especializada en Guión Cinematográfico (CCC), **Maestría en Comunicación y Cultura Histórica** (UB); Posgrado en Políticas Culturales y Gestión Cultural (UAM) y **Maestría en Alta Dirección** (UNAM).

Trabajó en el **Centro de Capacitación Cinematográfica** como **Subdirectora de Investigación y Divulgación.** Fue docente en la Universidad Anáhuac y ha impartido conferencias y talleres.

Ha colaborado en distintos festivales de cine tanto nacionales como internacionales:

- Festival Internacional de Cine Documental, DOCSDF.
- Cátedra Ingmar Bergman en cine y teatro, UNAM.
- Vancouver Latin American Film Festival: enlace entre México y Canadá.
- Guanajuato Film Festival: Foro Bilateral de coproducción; *Mexicannes* y área de Industria.
- Festival Internacional de Cine de Los Cabos. Directora de Industria y Operaciones.

Fue Secretaria Técnica de la **Academia Mexicana de Artes y Ciencias Cinematográficas**, que organiza la Entrega del Ariel para reconocer a lo mejor del cine mexicano.

Es socia de Worldwide Audiovisual Women Association.

#### **Miembro en diferentes ocasiones de Jurados y Consejos:**

- Consejo Académico de la Cátedra Ingmar Bergman, Coordinación de Difusión Cultural, UNAM. 2020-2021
- Jurado del Concurso Iberoamericano de Cortometrajes. Festival Internacional de Cine de Huesca, 2019
- Jurado de DocsLab-Pitching. DocsValència. Espai de No Ficció, 2020
- Jurado IX Incentivo Finaliza. XII version del Bolivia Lab, 2020
- Jurado WIP LATAM. Festival de San Sebastián, 2020
- Jurado sección Blood Window Screenings, Ventana Sur, 2020



## 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 FICCIÓN PRE-COVID EN IBEROAMÉRICA

El análisis de la difusión en televisión de la ficción iberoamericana incluido en el Panorama Audiovisual, tiene su base en diferentes estudios sectoriales publicados por organismos especializados.

El principal estudio utilizado en la década 2010-2019 es el realizado por OBITEL (Observatorio Iberoamericano de Ficción Televisiva). La primera parte de esta introducción se centra en la difusión de la ficción de estreno en canales de televisión en abierto. El análisis abarca una muestra de 93 canales de doce países. Del total de canales analizados, 59 pertenecen a empresas privadas y 34 a la televisión pública (cuadro introducción 2.1).

*Cuadro Introducción 2.1*

*Canales de televisión en abierto. Década 2010-2019. Países Obitel*

<b>Países</b>	<b>Canales privados</b>	<b>Canales públicos</b>	<b>Total</b>
Argentina	América 2, El Nueve, Telefé, El Trece, Net TV	Televisión Pública	6
Brasil	Globo, Record, SBT, Band, Rede TV!	TV Brasil, TV Cultura	7
Chile	TV+, Canal 13, Telecanal, La Red, Chilevision, Mega	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	Antena 3, Tele 5, Cuatro, Divinity, Nova, Paramount	La 1 (TVE)	7
Estados Unidos	Azteca América, Estrella TV, Telemundo, UniMás, Univision	-	5
México	Televisa (canales 2, 5 y 9), TV Azteca (canales 1 y 7), Imagen TV (canal 3)	Once TV (canal 11), Conaculta (canal 22), Una voz con todos (canal 14)	9
Perú	Frecuencia (Canal 2), América TV (Canal 4), Panamericana TV (Canal 5), ATV (Canal 9), Global TV (Canal 13)	TV Perú	6

Portugal	SIC, TVI	RTP1, RTP2, RTP3, RTP Memoria, Canal Parlamento	7
Uruguay	Montecarlo, Saeta, Teledoce	Televisión Nacional (TNU), TV Ciudad	5
Venezuela	Canal I, Globovision, TLT, Meridiano, Televen, TV Familia, Vale TV, Venevision, Vepaco TV	123TV, Alba TV, ANTV, Ávila TV, Conciencia TV, Corazón, Colombeia, PDV, Telesur, Tves, TV Fanb, Vive TV, VTV	22
<b>Total</b>			<b>93</b>

El parámetro expuesto como punto de partida es el porcentaje de tiempo de programación dedicado a la ficción por los canales de la muestra. En la década 2010-2019 este porcentaje promedio representa el 26,5% del tiempo total (cuadro introducción 2.2).

Los canales de Estados Unidos (habla hispana), con el 42,9%, seguido de los peruanos y chilenos con el 37,3%, son los que registran un mayor volumen de ficción respecto al resto de países.

*Cuadro introducción 2.2*

*Porcentaje de tiempo dedicado a la Ficción por los canales de televisión en abierto. Década 2010-2019. Países Obitel*

Países	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	Promedio
Argentina	22,4	17,0	11,4	21,0	20,0	11,0	18,4	16,0	14,2	7,2	15,9
Brasil	20,4	21,4	19,0	17,8	12,5	13,4	14,0	13,9	13,6	11,8	15,8
Chile	38,2	37,1	36,0	36,9	37,8	36,0	34,3	41,3	37,9	*	37,3
Colombia	18,5	13,2	13,2	13,2	14,2	14,3	26,7	20,5	21,4	33,9	18,9
Ecuador	40,4	44,4	44,7	31,9	30,2	32,1	35,8	*	*	*	37,1
España	29,0	27,0	22,8	20,8	33,1	31,7	41,4	41,3	41,5	42,7	33,1
EE.UU.	*	*	43,7	46,8	43,8	43,6	43,9	39,4	41,2	40,7	42,9
México	27,9	28,1	18,3	12,0	16,0	17,0	14,8	15,0	16,0	16,0	18,1
Perú	*	*	37,2	42,0	37,2	37,9	37,3	37,9	36,4	32,8	37,3
Portugal	*	*	22,0	22,2	23,8	22,3	23,6	24,7	24,4	19,9	22,9
Uruguay	29,7	23,7	24,5	28,0	28,3	30,6	25,9	26,0	27,0	25,8	27,0
Venezuela	19,0	15,0	27,0	23,0	18,4	23,4	*	11,5	*	22,1	19,9
<b>Promedio</b>	<b>27,3</b>	<b>25,2</b>	<b>26,7</b>	<b>26,3</b>	<b>26,3</b>	<b>26,1</b>	<b>28,7</b>	<b>26,1</b>	<b>27,4</b>	<b>25,3</b>	<b>26,5</b>

Los canales de televisión de los países analizados difundieron un total de 4.941 títulos de series de ficción de estreno durante la década 2010-2019. El peso de la ficción nacional representa el 45,9% del total de títulos frente al 54,1% de la ficción iberoamericana (cuadro introducción 2.3)

La muestra analizada en la década de referencia acumula más de 330.000 emisiones y casi 273.000 horas de programación. El peso de las emisiones nacionales en dicha muestra es del 39,4% en número y del 36,3% en horas de programación.

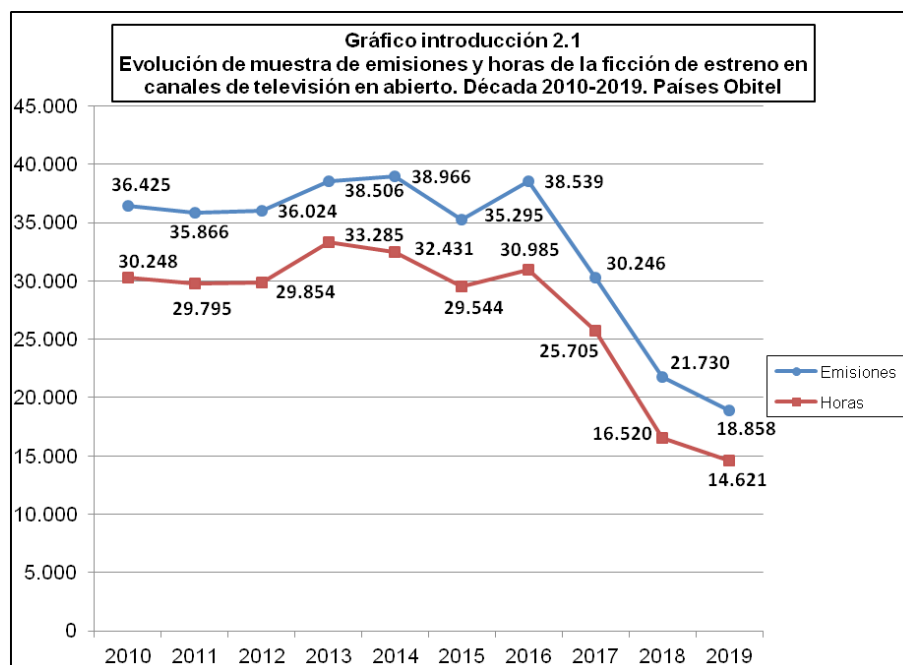
*Cuadro introducción 2.3*

*Muestra de datos acumulados por la Ficción en canales de televisión en abierto. Década 2010-2019. Países Obitel*

Origen	Títulos	%	Emisiones	%	Horas	%
Nacional	2.269	45,9	130.212	39,4	99.083	36,3
Iberoamericano	2.672	54,1	200.243	60,6	173.905	63,7
<b>Total</b>	<b>4.941</b>		<b>330.455</b>		<b>272.988</b>	



El gráfico introducción 2.1 ofrece la evolución de la muestra de emisiones y tiempo de programación de ficción en los estudios realizados por OBITEL durante la década 2010-2019. El máximo de emisiones tiene lugar en 2014 (38.966) y el máximo de horas de programación se produce en 2013 (33.285). Desde el año 2017 el volumen de la muestra se ha reducido de forma significativa.



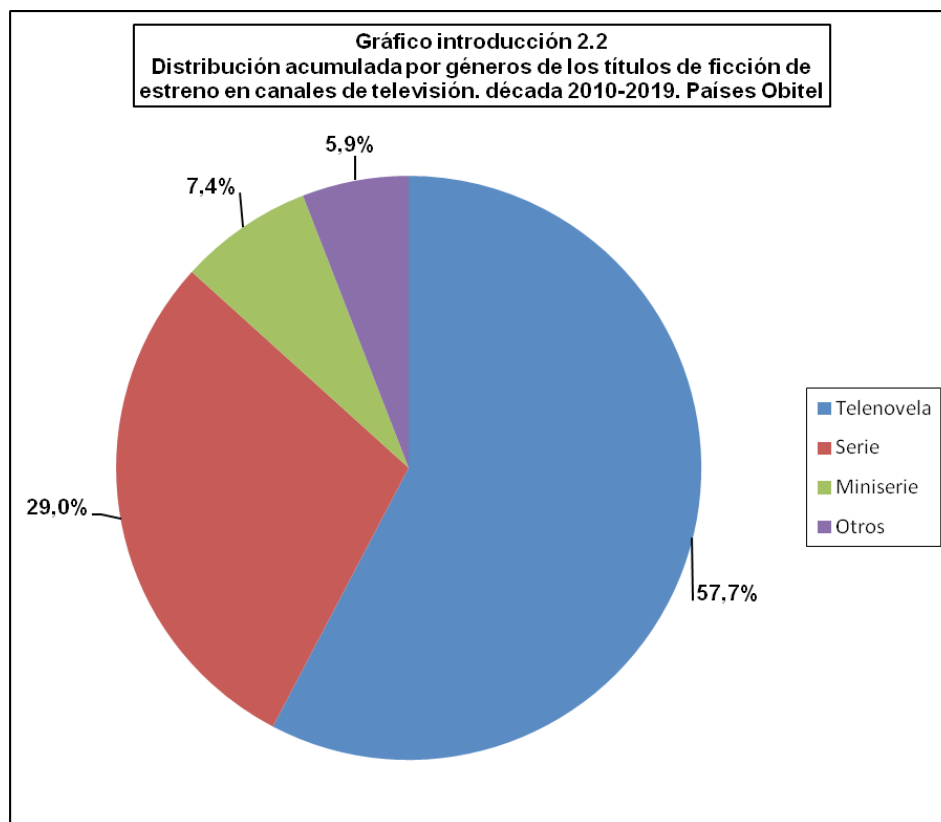
Los canales de la muestra estrenaron un total de 2.269 títulos de ficción nacional. Este volumen representa el 45,9% frente al 54,1% del total de títulos iberoamericanos (cuadro introducción 2.4).

En todos los años analizados, el volumen de la muestra superó los 500 títulos, excepto en 2017, 2018 y 2019. En estos tres últimos años no todos los países formaron parte del estudio pero también hay una ligera tendencia a la reducción de estrenos en televisión en abierto.

**Cuadro Introducción 2.4**  
*Títulos de Ficción de estreno en canales de televisión por su origen. Países Obitel*

Origen	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	Total	%
Nacional	256	235	243	222	251	229	216	238	203	176	2.269	45,9
Iberoamericano	289	302	300	354	313	298	312	227	143	134	2.672	54,1
<b>Total</b>	<b>545</b>	<b>537</b>	<b>543</b>	<b>576</b>	<b>564</b>	<b>527</b>	<b>528</b>	<b>465</b>	<b>346</b>	<b>310</b>	<b>4.941</b>	

La distribución de los títulos de ficción por géneros en el estudio refleja que en la década 2010-2019 la telenovela (57,7%) es el más común en la muestra, seguido de las series (29%) y miniseries (7,4%), tal como refleja el gráfico introducción 2.2.



Los países que más títulos de ficción suman en la muestra en la década 2010-2019 son: Chile (553) y Estados Unidos (503). Los países con más títulos de ficción nacional de estreno son Brasil con 418 títulos y España con 371 y los países con más títulos de ficción iberoamericana en dicho periodo son Estados Unidos con 383, Uruguay con 353 títulos y Chile con 343 (cuadro introducción 2.5).

*Cuadro Introducción 2.5*

*Títulos de Ficción estrenados en canales de televisión en abierto distribuidos por países de emisión.*  
*Países Obitel*

País de emisión	Ficción nacional									
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Argentina	15	22	34	32	28	21	17	23	20	18
Brasil	49	41	35	36	39	51	31	43	45	48
Chile	24	25	23	25	28	27	21	20	17	*
Colombia	34	22	16	27	15	11	16	18	14	17
Ecuador	5	4	8	17	10	8	8	*	*	*
España	48	44	33	30	60	37	32	37	26	24
EE.UU.	17	11	10	14	17	21	19	24	20	12
México	21	23	28	34	14	19	27	29	28	25
Perú	*	*	13	15	14	12	11	12	12	8
Portugal	31	28	27	22	17	15	25	23	19	21
Uruguay	3	2	3	1	0	2	2	4	2	1
Venezuela	9	13	13	4	9	5	7	5	*	2
<b>Total</b>	<b>256</b>	<b>235</b>	<b>243</b>	<b>257</b>	<b>251</b>	<b>229</b>	<b>216</b>	<b>238</b>	<b>203</b>	<b>176</b>

País de emisión	Ficción Iberoamericana									
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Argentina	33	23	12	12	20	20	25	16	10	8
Brasil	6	6	0	1	5	4	9	10	4	4
Chile	30	46	45	48	45	27	55	27	20	*
Colombia	20	15	13	7	12	13	5	4	4	19
Ecuador	32	50	45	55	52	48	44	*	*	*
España	6	6	6	2	4	0	8	21	9	3
EE.UU.	45	47	34	31	32	47	45	37	32	33
México	9	5	18	17	24	13	18	27	7	6
Perú	*	*	27	39	47	46	28	32	27	16
Portugal	16	12	11	13	9	9	10	5	7	3
Uruguay	34	44	44	44	37	39	38	24	23	26
Venezuela	58	48	45	50	26	32	27	24	*	16
<b>Total</b>	<b>289</b>	<b>302</b>	<b>300</b>	<b>319</b>	<b>313</b>	<b>298</b>	<b>312</b>	<b>227</b>	<b>143</b>	<b>134</b>

La suma anual de las emisiones de la ficción de estreno, en los canales de televisión analizados, se sitúan en un rango comprendido entre 18.858 y casi 39.000 durante la década 2010-2019 y las horas de programación entre 14.621 y 33.285 (cuadro introducción 2.6).

*Cuadro Introducción 2.6*

*Emisiones de Ficción de estreno en canales de televisión en abierto por su origen. Países Orbitel*

<i>Número de emisiones</i>										
Origen	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Nacional	12.916	12.842	13.763	13.732	13.933	13.150	13.545	14.467	12.216	9.648
Iberoamericano	23.509	23.024	22.261	24.774	25.033	22.145	24.994	15.779	9.514	9.210
<b>Total</b>	<b>36.425</b>	<b>35.866</b>	<b>36.024</b>	<b>38.506</b>	<b>38.966</b>	<b>35.295</b>	<b>38.539</b>	<b>30.246</b>	<b>21.730</b>	<b>18.858</b>
<i>Tiempo de emisión (Horas)</i>										
Origen	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Nacional	9.549	10.139	10.877	11.493	10.636	9.248	10.282	11.246	8.653	6.963
Iberoamericano	20.699	19.656	18.977	21.792	21.795	20.296	20.703	14.459	7.867	7.658
<b>Total</b>	<b>30.248</b>	<b>29.795</b>	<b>29.854</b>	<b>33.285</b>	<b>32.431</b>	<b>29.544</b>	<b>30.985</b>	<b>25.705</b>	<b>16.520</b>	<b>14.621</b>

Los países que acumulan en la muestra un mayor número de emisiones de ficción en la década son: Chile (41.737), Estados Unidos (35.345) y Venezuela (33.330). Los países con más emisiones de ficción nacional de estreno son: Brasil (20.316), Portugal (18.850) y México (18.089). Por último, los países que suman más ficción iberoamericana de estreno, entre 2010 y 2019, son Chile con 29.692 emisiones, Venezuela con 28.571 y EE.UU. con 24.070 emisiones (cuadro introducción 2.7).

Cuadro Introducción 2.7

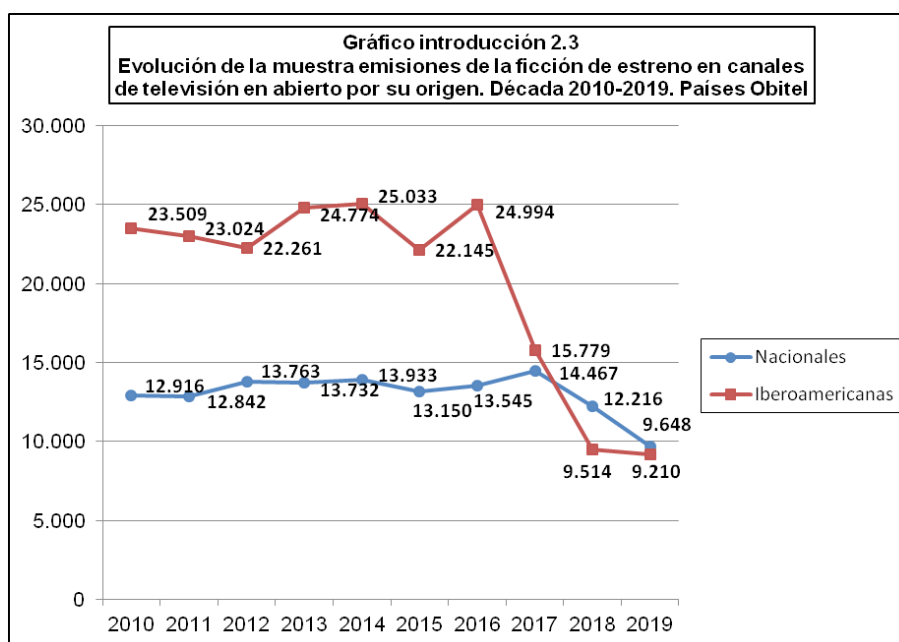
*Distribución de las emisiones de Ficción en canales de televisión en abierto por países de emisión. Países Orbitel*

Países	Número de emisiones de ficción nacional									
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Argentina	1.173	1.180	1.260	1.266	1.483	675	704	716	650	480
Brasil	1.838	2.163	2.186	1.972	1.995	1.927	2.046	2.117	1.999	2.073
Chile	1.304	1.262	1.014	1.433	1.368	1.393	1.534	1.521	1.216	*
Colombia	2.630	1.501	1.533	1.414	1.510	962	1.363	1.581	871	1.270
Ecuador	313	259	358	795	725	506	554	*	*	*
España	793	1.104	970	828	1.597	2.087	1.472	1.970	1.695	1.339
EE.UU.	935	847	906	868	1.110	993	1.147	994	929	512
México	1.766	2.201	2.136	2.488	1.378	1.797	1.519	2.004	1.579	1.221
Perú	*	*	733	851	534	456	669	568	642	560
Portugal	1.741	1.372	1.504	1.470	1.731	1.885	1.936	2.449	2.613	2.149
Uruguay	43	54	82	26	0	29	19	28	22	9
Venezuela	380	899	1.081	321	502	440	582	519	*	35
<b>Total</b>	<b>12.916</b>	<b>12.842</b>	<b>13.763</b>	<b>13.732</b>	<b>13.933</b>	<b>13.150</b>	<b>13.545</b>	<b>14.467</b>	<b>12.216</b>	<b>9.648</b>

Países	Número de emisiones de ficción iberoamericana									
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Argentina	2.296	1.481	855	876	1.670	1.690	1.903	1.253	521	421
Brasil	447	531	0	42	360	374	720	430	276	370
Chile	3.138	4.157	3.961	3.526	4.500	2.130	4.459	2.532	1.289	*
Colombia	1.128	1.067	927	1.230	1.214	1.146	385	414	358	1.339
Ecuador	2.497	3.515	2.206	3.440	3.764	3.374	4.064	*	*	*
España	623	368	352	158	433	0	445	1.468	561	211
EE.UU.	3.262	3.249	2.226	2.235	2.484	2.909	3.226	2.513	1.966	2.034
México	676	462	1.336	1.860	1.882	1.655	1.353	1.535	542	460
Perú	*	*	2.279	2.388	3.490	3.073	1.879	1.807	1.714	1.363
Portugal	1.322	1.244	1.205	1.112	849	928	651	550	423	322
Uruguay	2.691	3.406	3.052	3.012	2.810	2.475	2.561	1.115	1.864	1.327
Venezuela	5.429	3.544	3.862	4.895	1.577	2.391	3.348	2.162	*	1.363
<b>Total</b>	<b>23.509</b>	<b>23.024</b>	<b>22.261</b>	<b>24.774</b>	<b>25.033</b>	<b>22.145</b>	<b>24.994</b>	<b>15.779</b>	<b>9.514</b>	<b>9.210</b>

El gráfico introducción 2.3 refleja la evolución de la muestra de emisiones de ficción entre los años 2010 y 2019, comprobándose que la producción iberoamericana tiene una presencia estable en los seis primeros años, con un rango de emisiones comprendido entre 22.000 y 25.000 emisiones, para luego descender radicalmente en los últimos tres años hasta alcanzar el mínimo de 9.210 emisiones en 2019. La muestra de ficción nacional muestra un comportamiento más regular hasta 2018, siempre por encima de las 12.000 emisiones. En 2019 se sitúan en torno a las 9.000.



Los países que acumulan un mayor número de horas de programación de ficción de estreno en la década 2010-2019 son: Estados Unidos (36.273), Chile (29.585) y Venezuela (26.735). Los países que más horas de ficción nacional de estreno suman en la muestra son: México (15.247) y Brasil (13.774). El mayor volumen en tiempo de ficción iberoamericana, entre 2010 y 2019, lo alcanzaron Estados Unidos, con 27.117 horas, y Venezuela, con 23.036 horas (cuadro introducción 2.8).

*Cuadro Introducción 2.8*

*Distribución del tiempo de emisión de Ficción en canales de televisión en abierto por países de emisión. Países Orbitel*

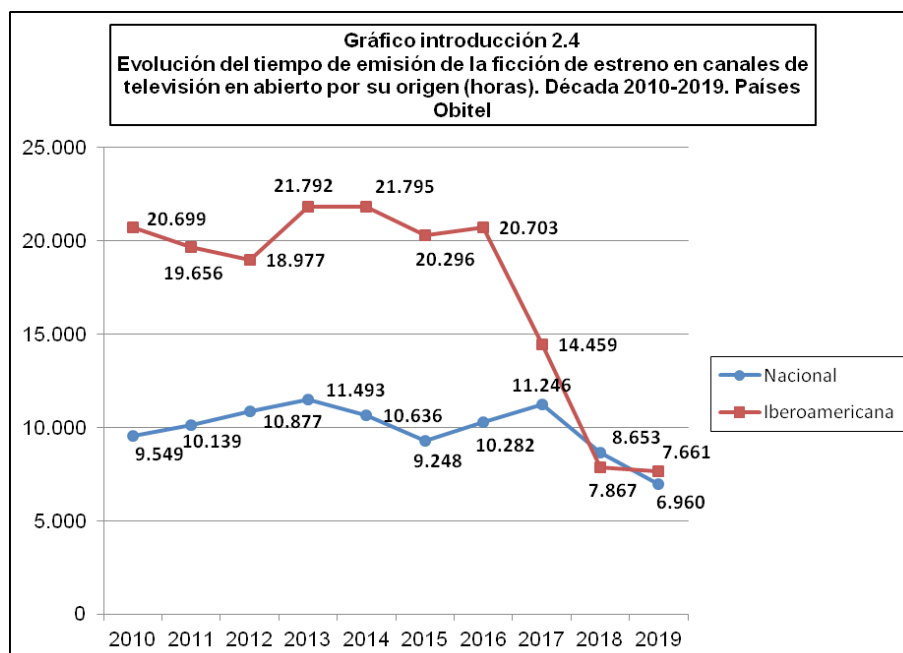
Países	Horas de emisión de ficción nacional									
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Argentina	1.034	1.094	966	1.054	1.146	528	584	756	526	372
Brasil	1.288	1.462	1.504	1.338	1.346	1.364	1.435	1.431	1.299	1.307
Chile	671	717	631	919	769	752	1.080	931	722	*
Colombia	1.671	1.065	1.252	1.310	1.132	851	1.120	1.186	520	733
Ecuador	305	189	234	530	415	409	520	*	*	*
España	698	1.012	898	812	1.286	1.298	1.383	1.941	1.455	1.194
EE.UU.	911	837	836	910	1.142	955	1.120	1.000	933	512
México	1.194	2.133	2.020	2.333	1.399	811	705	1.629	1.807	1.216
Perú	*	*	552	1.043	412	420	666	553	621	560
Portugal	1.351	942	1.164	1.104	1.274	1.382	1.225	1.293	754	1.028
Uruguay	47	47	37	12	0	11	8	11	16	3
Venezuela	379	641	783	128	315	467	436	515	*	35
<b>Total</b>	<b>9.549</b>	<b>10.139</b>	<b>10.877</b>	<b>11.493</b>	<b>10.636</b>	<b>9.248</b>	<b>10.282</b>	<b>11.246</b>	<b>8.653</b>	<b>6.960</b>

Países	Horas de emisión de ficción iberoamericana									
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Argentina	2.048	1.426	677	706	1.340	1.234	1.504	1.237	439	293
Brasil	267	298	0	30	227	266	606	377	234	226
Chile	2.103	2.966	2.983	2.900	3.185	1.810	3.469	1.956	1.021	*
Colombia	952	807	683	1.179	908	962	275	310	352	768

Ecuador	2.288	3.060	2.686	3.314	3.804	4.007	3.676	*	*	*
España	380	284	340	154	345	37	504	1.307	109	230
EE.UU.	3.384	3.462	2.330	2.275	2.667	2.987	3.302	2.706	1.968	2.036
México	394	511	1.556	1.385	1.870	719	680	1.417	361	440
Perú	*	*	1.820	2.635	2.595	3.152	1.870	1.715	1.717	1.376
Portugal	1.032	925	836	1.064	636	714	468	396	274	210
Uruguay	2.629	3.211	2.188	2.272	2.962	2.582	2.457	776	1.392	966
Venezuela	5.222	2.706	2.878	3.878	1.256	1.826	1.892	2.262	*	1.116
<b>Total</b>	<b>20.699</b>	<b>19.656</b>	<b>18.977</b>	<b>21.792</b>	<b>21.795</b>	<b>20.296</b>	<b>20.703</b>	<b>14.459</b>	<b>7.867</b>	<b>7.661</b>

El gráfico introducción 2.4 muestra la evolución de horas de programación de ficción entre los años 2010-2019, tanto nacional como iberoamericana. La producción iberoamericana sufre una importante reducción de horas de programación en el trienio 2017-2019, respecto a los seis años anteriores. Por otro lado la ficción nacional oscila entre las 11.493 horas alcanzadas en 2013 y las casi 7.000 de 2019.



La distribución acumulada por países de difusión muestra que los que más ficción de estreno suman en la década 2010-2019 son: Chile (553 títulos, 41.737 emisiones y 29.585 horas) y Estados Unidos (548 títulos, 35.345 emisiones y 36.273 horas), tal como figura en el cuadro introducción 2.9.

*Cuadro Introducción 2.9*

*Distribución acumulada de la Ficción estrenada en canales de televisión en abierto por países de difusión. Década 2010-2019. Países Obitel*

País	Títulos	%	Emisiones	%	Horas	%
Argentina	409	8,3	22.553	6,8	18.964	6,9
Brasil	467	9,5	23.866	7,2	16.305	6,0
<b>Chile</b>	<b>553</b>	<b>11,2</b>	<b>41.737</b>	<b>12,6</b>	<b>29.585</b>	<b>10,8</b>
Colombia	302	6,1	23.843	7,2	18.036	6,6

Ecuador	386	7,8	26.370	8,0	25.437	9,3
España	436	8,8	18.474	5,6	15.667	5,7
EE.UU.	<b>548</b>	<b>11,1</b>	<b>35.345</b>	<b>10,7</b>	<b>36.273</b>	<b>13,3</b>
México	392	7,9	29.850	9,0	24.580	9,0
Perú	359	7,3	23.006	7,0	21.707	8,0
Portugal	323	6,5	27.456	8,3	18.072	6,6
Uruguay	373	7,5	24.625	7,5	21.627	7,9
Venezuela	393	8,0	33.330	10,1	26.735	9,8
<b>Total</b>	<b>4.941</b>		<b>330.455</b>		<b>272.988</b>	

Por el origen de la producción, los países que más ficción de estreno suman en la década 2010-2019 son: México (1.250 títulos, 103.819 emisiones y 90.470 horas), Brasil (823 títulos, 50.691 emisiones y 40.249 horas) y Colombia (598 títulos, 42.157 emisiones y 34.726 horas).

El volumen conjunto de ficción televisiva de estreno producida en México, Brasil y Colombia representa el 54,1% del total de títulos, el 59,5% del total de emisiones y el 60,6% del tiempo total de emisión (cuadro introducción 2.10).

*Cuadro introducción 2.10*

*Distribución acumulada de la Ficción estrenada en canales de televisión en abierto por países de origen.*  
*Década 2010-2019. Países Obitel*

País	Títulos	%	Emisiones	%	Horas	%
Argentina	380	7,7	19.467	5,9	16.257	6,0
<b>Brasil</b>	<b>823</b>	<b>16,7</b>	<b>50.691</b>	<b>15,3</b>	<b>40.249</b>	<b>14,7</b>
Chile	248	5,0	14.725	4,5	9.300	3,4
<b>Colombia</b>	<b>598</b>	<b>12,1</b>	<b>42.157</b>	<b>12,8</b>	<b>34.726</b>	<b>12,7</b>
Ecuador	77	1,6	4.323	1,3	3.378	1,2
España	490	9,9	21.405	6,5	18.941	6,9
EE.UU.	463	9,4	31.667	9,6	27.633	10,1
<b>México</b>	<b>1.250</b>	<b>25,3</b>	<b>103.819</b>	<b>31,4</b>	<b>90.470</b>	<b>33,1</b>
Perú	106	2,1	5.308	1,6	5.129	1,9
Portugal	241	4,9	19.905	6,0	12.396	4,5
Uruguay	24	0,5	350	0,1	231	0,1
Venezuela	144	2,9	11.012	3,3	9.252	3,4
Otros	97	2,0	5.626	1,7	5.026	1,8
<b>Total</b>	<b>4.941</b>		<b>330.455</b>		<b>272.988</b>	

Los rankings de audiencia de 2019 indican que las emisiones de series brasileñas en Globo son las que generan los mayores éxitos en cuanto al interés de los espectadores. En concreto, diez difusiones del top-20 pertenecen al país carioca. El cuadro lo completan seis emisiones de series peruanas y cuatro mexicanas (cuadro introducción 2.11)

Las emisiones con más audiencia son *O dona do Pedaco* (34,1%), *O Sétimo Guardiao* (28,1% y *Bom sucesso* (27,8%). La serie de ficción peruana cuyo capítulo alcanzó el mayor porcentaje de audiencia en 2019 es *De vuelta al barrio* (24,7%) y la producción mexicana más exitosa es *La Rosa de Guadalupe* (18,6%).

Cuadro introducción 2.11

Ranking de audiencia de ficción en televisión en abierto. Año 2019

Nº	Título emisión	Origen	Canal	Audiencia	Share	País emisión
1	A dona do Pedaco	Brasil	Globo	34,1	50,9	Brasil
2	O Sétimo Guardiao	Brasil	Globo	28,1	43,0	Brasil
3	Bom sucesso	Brasil	Globo	27,8	44,5	Brasil
4	Amor de mae	Brasil	Globo	26,4	43,7	Brasil
5	Verão 90	Brasil	Globo	25,6	40,1	Brasil
6	De vuelta al barrio	Perú	América TV	24,7	37,1	Perú
7	Señores Papis	Perú	América TV	22,9	35,8	Perú
8	En la piel de Alicia	Perú	América TV	22,7	34,4	Perú
9	O tempo nao para	Brasil	Globo	22,4	38,8	Brasil
10	Los Vílchez	Perú	América TV	22,0	34,6	Perú
11	Órfãos da terra	Brasil	Globo	21,7	36,2	Brasil
12	Ojitos hechiceros 2	Perú	América TV	21,4	34,5	Perú
13	Cine Hol-liúdy	Brasil	Globo	21,2	35,5	Brasil
14	Chapa tu combi	Perú	América TV	20,6	32,2	Perú
15	Éramos seis	Brasil	Globo	20,4	37,1	Brasil
16	Sob pressão	Brasil	Globo	20,3	35,7	Brasil
17	La Rosa de Guadalupe	México	América TV	18,6	32,8	Perú
18	Silvia Pinal, frente a ti	México	Canal 2	17,7	25,3	México
19	La Rosa de Guadalupe	México	Canal 2	17,1	25,8	México
20	La Usurpadora	México	Canal 2	14,7	21,8	México

El *top-1* de audiencia en 2019 refleja que ocho títulos nacionales dominan el *ranking* de sus países de origen (Argentina, Brasil, Colombia, España, Estados Unidos, México, Perú y Portugal) y en dos países, a la cabeza del ranking se sitúa una producción foránea, en concreto en Uruguay y Venezuela (cuadro introducción 2.12).

Cuadro introducción 2.12

Top-1 de ficción de cada país en televisión en abierto. Año 2019

Nº	Título emisión	País origen	Canal	Audiencia	Share	País emisión
1	ATAV	Argentina	El Trece	13,5	22,7	Argentina
2	A dona do Pedaco	Brasil	Globo	34,1	50,9	Brasil
3	Loquito por ti	Colombia	Caracol	13,8	42,1	Colombia
4	La que se avecina	España	Tele5	5,6	18,8	España
5	La Reina del Sur T2	Colombia, USA	Telemundo	8,7	20,4	EE.UU.
6	Silvia Pinal, frente a ti	México	Canal 2	17,7	25,3	México
7	De vuelta al barrio	Perú	América TV	24,7	37,1	Perú
8	Nazaré	Portugal	SIC	13,7	27,2	Portugal
9	El otro lado del paraíso	Brasil	Teledoce	13,1	20,4	Uruguay
10	Loquito por ti	Colombia	Venevisión	2,6	15,2	Venezuela

El estudio Obitel ofrece de nuevo el consumo de ficción de estreno a través de plataformas VOD en 2019. En cuanto al volumen de plataformas, los países más destacados son: Estados Unidos con 238 plataformas en servicio, Brasil con 85, Portugal con 35 y Venezuela con 30 plataformas en servicio.



Respecto al tipo de plataforma en funcionamiento, un 50% están vinculadas a las televisiones de pago y casi un 24% son plataformas independientes que ofrecen servicios especializados. El número de plataformas disponibles crece desde las 444 de 2018 a las 500 de 2019 (cuadro introducción 2.13).

*Cuadro introducción 2.13*

**Servicio VOD por tipo de plataforma. Año 2019. Países Obitel**

País	VoD vinculado a TV abierto	VoD vinculado a TV pago	VoD vinculado a empresas de telecomunicación	VoD vinculado a plataformas independientes	Total Plataformas servicio VOD
Argentina	1	4	5	8	18
Brasil	5	41	7	32	85
Colombia	3	2	3	1	9
España	7	4	4	10	25
EE.UU.	38	153	16	31	238
México	1	9	4	12	26
Perú	6	6	4	4	20
Portugal	2	11	11	11	35
Uruguay	4	5	3	2	14
Venezuela	5	15	2	8	30
<b>Total</b>	<b>72</b>	<b>250</b>	<b>59</b>	<b>119</b>	<b>500</b>

El volumen de ficción disponible en la muestra, en las plataformas VoD analizadas, suma un total de 484 títulos de estreno y 6.091 capítulos de series. Del total de la oferta de títulos de ficción, el 21,7% pertenecen a producciones nacionales y el 78,3% son iberoamericanas. La distribución de capítulos disponibles es de un 27,9 de series nacionales y del 72,1% de obras iberoamericanas (cuadro introducción 2.14)

Respecto a 2018, además del aumento del número de plataformas en servicio ya mencionado en 2019, se incrementa también la oferta de títulos. Este aumento de títulos de estreno se refleja en mayor medida en los importados de los países iberoamericanos no nacionales pero el volumen de capítulos disponibles se mantiene constante.

*Cuadro introducción 2.14*

**Ficción de estreno disponible en plataformas VOD. Países Obitel**

<i>Año 2018</i>				
Origen	Títulos	%	Capítulos	%
Nacional	146	35,4	1.495	25,2
Iberoamericano	266	64,6	4.442	74,8
<b>Total</b>	<b>412</b>		<b>5.937</b>	
<i>Año 2019</i>				
Origen	Títulos	%	Capítulos	%
Nacional	105	21,7	1.697	27,9
Iberoamericano	379	78,3	4.394	72,1
<b>Total</b>	<b>484</b>		<b>6.091</b>	

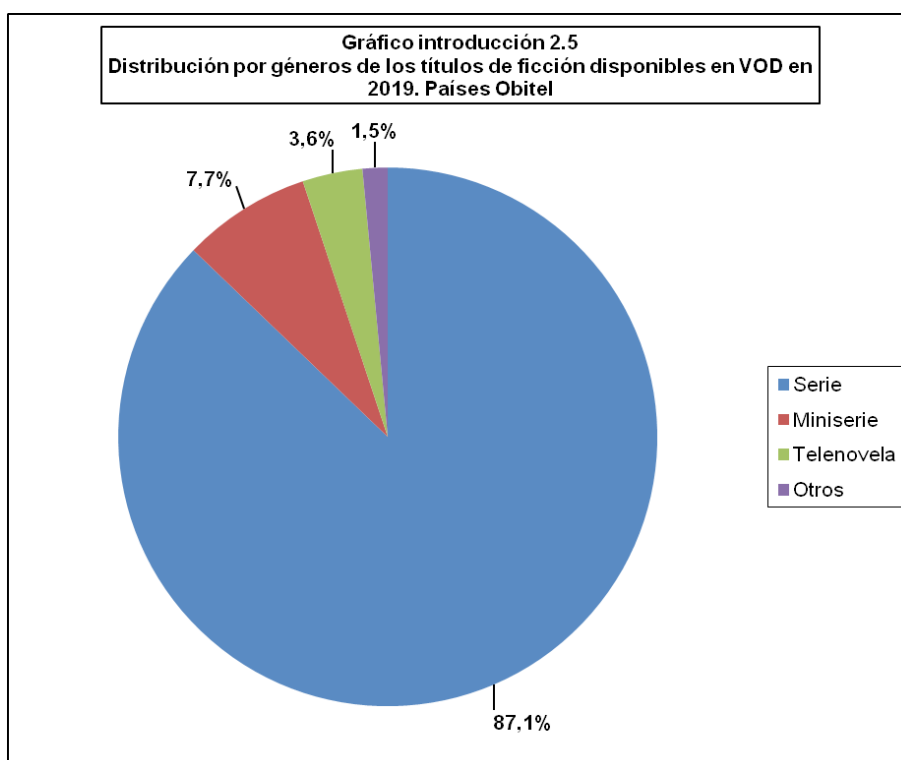
Respecto a la distribución por títulos, los países con un mayor oferta accesible en VOD en 2019 son España, Uruguay y Portugal con más de 60 títulos cada país. En el plano de la producción, España y México son los mayores distribuidores de series a través de este sistema en los países

analizados, con 145 y 100 obras, respectivamente. Brasil con 98, Argentina con 69 y Colombia con 46 títulos de ficción también alcanzan números significativos en la producción para su difusión a través del VOD (cuadro introducción 2.15).

*Cuadro introducción 2.15*  
*Ficción de estreno disponible en plataformas VOD por su origen. Países Obitel*

País de acceso	Títulos disponibles		Distribución por origen	
	2018	2019	2018	2019
Argentina	21	54	39	69
Brasil	43	50	50	98
Chile	45	*	2	5
Colombia	23	40	23	46
España	24	68	109	145
EE.UU.	85	43	87	9
México	24	27	91	100
Perú	30	47	5	5
Portugal	22	63	3	5
Uruguay	95	64	3	1
Venezuela	*	28	*	1
<b>Total</b>	<b>412</b>	<b>484</b>	<b>412</b>	<b>484</b>

La distribución por géneros de los títulos de ficción disponibles en plataformas VoD en 2019 pone de manifiesto que el 87,1% son series, el 7,7% son miniseries y el 3,6% son telenovelas (gráfico introducción 2.5).



La distribución por países de acceso al servicio VOD y por países de producción refleja unas afinidades ya conocidas en la región. Un total de 11 países ofertaron sus producciones en las diferentes plataformas. En cuanto a las preferencias, las series argentinas se vieron mayormente en Uruguay. Las series brasileñas, a pesar de su potente mercado interior, también se encontraron disponibles en el resto de países iberoamericanos, salvo en México (cuadro introducción 2.16).

Las obras colombianas también se visionaron en su mayor parte en el mercado interior y en los mercados argentinos, españoles y americanos de habla hispana. Las series españolas estuvieron presentes en las plataformas VOD de todos los países pero en mayor medida en Uruguay, Portugal y Estados Unidos. Y por último, las mexicanas también se distribuyeron por todos los países pero Portugal fue el que más ofertó en sus plataformas.

Cuadro introducción 2.16

*Distribución de la ficción de estreno por países de origen en plataformas VOD. Año 2019*

País de acceso	País de origen de la producción										Total
	Argentina	Brasil	Colombia	España	EEUU	México	Perú	Portugal	Uruguay	Venezuela	
Argentina	14	3	5	5	5	2	8	6	19	2	69
Brasil	9	23	9	13	7	0	12	12	10	3	98
Chile	2	0	1	1	0	0	0	0	1	0	5
Colombia	6	2	9	6	7	2	2	4	3	5	46
España	16	7	7	30	17	4	13	19	23	9	145
EE.UU.	0	3	1	2	0	0	1	2	0	0	9
México	7	12	8	10	7	19	8	15	6	8	100
Perú	0	0	0	1	0	0	3	0	1	0	5
Portugal	0	0	0	0	0	0	0	5	0	0	5
Uruguay	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1
Venezuela	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1
<b>Total</b>	<b>54</b>	<b>50</b>	<b>40</b>	<b>68</b>	<b>43</b>	<b>27</b>	<b>47</b>	<b>63</b>	<b>64</b>	<b>28</b>	<b>484</b>

La plataforma con el mayor volumen de títulos en servicio en 2019 en VOD fue Netflix con 298 títulos disponibles, en los diferentes países, que se correspondieron con 90 producciones diferentes. A continuación, Movistar y Amazon Prime con una oferta de 39 títulos cada plataforma, que se relacionan con 25 y 20 series, respectivamente. Por último HBO, es la cuarta operadora en volumen, con 25 títulos ofertados correspondientes a 11 producciones.

Netflix es la plataforma que ofrece servicios VOD presente en un mayor número de países ya que sus series estuvieron disponibles en los 10 países analizados en 2019. En segundo lugar Amazon Prime, disponible en 8 países y a continuación Movistar y HBO presentes en 5 países (cuadro introducción 2.17).

Cuadro introducción 2.17

*Distribución de los títulos de ficción por plataformas VOD. Año 2019. Países Obitel*

Plataforma	Títulos ofertados	Títulos estrenados	Países con disponibilidad
Netflix	298	90	AR, BR, CO, ES, ME, PE, PO, UG, US, VE
Movistar	39	25	AR, ES, PE, PO, UG
Amazon Prime	39	20	AR, BR, ES, ME, PE, PO, UG, US
HBO	25	11	AR, BR, ES, PO, UG
Cablevision	16	9	AR, PE, UG

Globo Play	11	11	BR
Claro TV	8	4	CO, ME, UG
Fox	7	4	AR, BR, PE
Blim	6	6	ME
RTP Play	5	5	PO
Caracol Play	4	4	CO
Direct TV	4	3	AR, UG
Resto Plataformas	22	12	AR, BR, ES, UG, VE
<b>Total</b>	<b>484</b>	<b>204</b>	

El ranking de títulos con mayor disponibilidad en VoD en 2019, refleja que la mayoría formaron parte del catálogo de la plataforma Netflix. Entre los 32 títulos con una mayor distribución a través de este sistema, 30 pertenecieron a la mencionada Netflix y tan solo dos títulos a Amazon Prime (cuadro introducción 2.18).

Las series disponibles en más países en la muestra son las producciones españolas *Alta Mar* y *Las chicas del cable*, la serie argentina *Apache: la vida de Carlos Tévez* y la obra brasileña *El elegido* (cuadro 2.18).

Cuadro introducción 2.18

Títulos de ficción con mayor disponibilidad en VoD. Año 2019. Países Obitel

Nº	Título	País origen	Plataforma	País de acceso
1	Alta Mar 1T, 2T	España	Netflix	AR, BR, CO, ES, PE, PO, UG, US, VE
2	Apache: la vida de Carlos Tévez	Argentina	Netflix	AR, BR, CO, ES, ME, PE, PO, UG, US
3	El elegido	Brasil	Netflix	AR, BR, CO, ES, PE, PO, UG, US, VE
4	Las chicas del cable 3T, 4T, 5T	España	Netflix	AR, BR, ES, ME, PE, PO, UG, US, VE
5	El Marginal 3	Argentina	Netflix	CO, ES, ME, PO, PE, UG, US, VE
6	Élite 2	España	Netflix	AR, ES, ME, PE, PO, UG, US, VE
7	Frontera verde	Colombia	Netflix	AR, BR, CO, ES, ME, PO, US, VE
8	Hache	España	Netflix	AR, BR, CO, ES, PE, PO, US, VE
9	La Casa de las Flores 1T, 2T, 3T	México	Netflix	AR, BR, CO, ES, ME, PO, US, VE
10	Paquita Salas 1T, 2T, 3T	España	Netflix	AR, ES, ME, PE, PO, UG, US, VE
11	Siempre bruja 1T, 2T	Colombia	Netflix	AR, BR, CO, ES, PO, UG, US, VE
12	Sintonía	Brasil	Netflix	AR, BR, ES, PE, PO, UG, US, VE
13	Tijuana	México	Netflix	AR, BR, CO, ES, ME, PO, US, VE
14	La Casa de Papel 3T	España	Netflix	AR, BR, ES, ME, PO, US, VE
15	3% 3T	Brasil	Netflix	AR, BR, ES, PE, PO, VE
16	Coisa mais linda	Brasil	Netflix	AR, BR, ES, PE, PO, US
17	Criminal	España	Netflix	AR, BR, ES, PE, PO, UG
18	El Club	México	Netflix	BR, ES, ME, PO, US, VE
19	Monarca	México	Netflix	AR, BR, CO, ES, ME, PO
20	Samantha 1T, 2T	Brasil	Netflix	AR, BR, ES, PE, PO, US
21	Hernán	México, España	Amazon	AR, BR, ES, ME, PE, UG
22	45 Revoluciones	España	Netflix	PE, PO, UG, US, VE
23	Bolívar	Colombia	Netflix	ES, PO, UG, US, VE
24	Club de Cuervos T4	México	Netflix	AR, ES, ME, PO, US
25	Días de Navidad	España	Netflix	AR, ES, PO, PE, VE
26	El mecanismo	Brasil	Netflix	AR, BR, CO, ES, PO

27	El vecino	España	Netflix	BR, ES, PE, PO, VE
28	Go! Vive a tu manera	Argentina	Netflix	AR, BR, ES, US, PO
29	Preso n.º 1	USA	Netflix	BR, ES, ME, PO, VE
30	Vis a vis	España	Netflix	AR, ES, PO, UG, US
31	Historia de un Crimen: Colosio	México	Netflix	BR, ES, ME, PO, US
32	El juego de las llaves	México	Amazon	AR, BR, ME, PE, PO

---

## PANORAMA DE LA FICCIÓN EN PAÍSES DE IBEROAMÉRICA



### ARGENTINA

Los canales incluidos en la muestra de Argentina en 2019 son América 2, El Nueve, Telefé, El Trece, Net TV y el canal de la Televisión Pública (ver cuadro introducción 2.1). Según datos de Ibope, los canales con más audiencia son Telefé (7,6%) y El Trece (6,7%). La audiencia conjunta de los seis canales incluidos en el estudio representa el 20% según datos de Kantar Ibope Media.

En 2019, el género audiovisual al que más tiempo dedicaron el conjunto de canales argentinos de la muestra fue el de informativos (23,4%). La ficción aportó un 7,2% del tiempo de emisión en dicho año y en la década 2010-2019 el promedio es del 15,3% (cuadro 2.1).

Cuadro 2.1

Porcentaje de tiempo de emisión de cada género en canales de televisión en abierto. Década 2010-2019. Argentina

Géneros	2010	2011	2012	2014	2015	2016	2017	2018	2019	Promedio
Ficción	22,4	17,0	11,4	20,0	11,0	18,4	16,0	14,2	7,2	15,3
Información	35,6	35,3	31,7	34,0	17,7	16,4	20,0	29,0	23,4	27,0
Entretenimiento	35,5	41,0	45,6	8,0	28,7	24,5	15,0	13,3	16,3	25,3
Deportes	4,6	5,4	5,7	6,0	3,8	5,2	3,0	3,3	3,0	4,4
Otros	1,9	1,3	5,6	32,0	38,8	35,5	46,0	40,2	50,1	27,9
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

Los canales argentinos en 2019 suman 26 títulos de ficción de estreno, 901 emisiones y 665 horas de programación. El número de títulos nacionales frente a los iberoamericanos supone el 69%. Los países que, aparte de Argentina (18 títulos), aportan títulos son: Brasil (4 títulos), Colombia (3) y México (1). Los porcentajes acumulados por la ficción argentina en 2019 se situaron en torno al 53,2% del número total de emisiones y casi un 56% del total de horas de programación (cuadro 2.2).

Cuadro 2.2

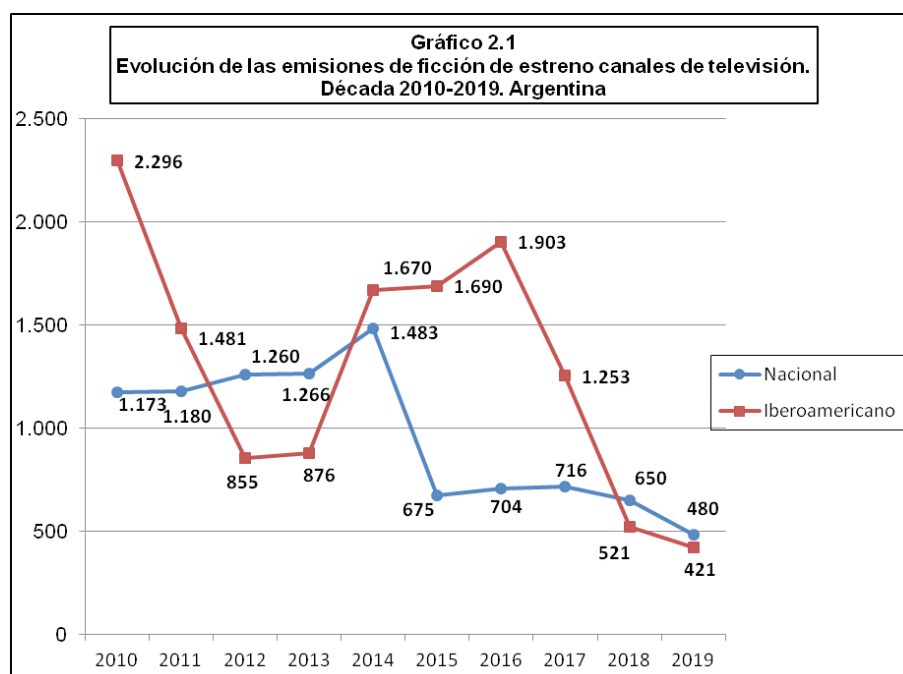
Ficción de estreno por países de origen. Año 2019. Argentina

País	Títulos	Emisiones	Horas
Argentina	18	480	372
Brasil	4	98	55
Chile	0	0	0
Colombia	3	188	104
Ecuador	0	0	0
España	0	0	0
EE.UU.	0	0	0
México	1	135	134
Perú	0	0	0
Portugal	0	0	0

Uruguay	0	0	0
Venezuela	0	0	0
Otros	0	0	0
<b>Total</b>	<b>26</b>	<b>901</b>	<b>665</b>

La tendencia de la programación de la ficción nacional de estreno desde 2010 es ascendente hasta 2014. En 2015, sufre un descenso significativo cayendo por debajo de las mil emisiones. En los cuatro años siguientes se mantiene constante pero con una cierta tendencia a la baja.

Por otro lado, la ficción iberoamericana parte de su máximo de emisiones en 2010 (2.296) y tras un descenso en 2012 y 2013, en los tres años siguientes experimenta un aumento significativo. Finalmente, a partir de 2017 de nuevo se produce una disminución del volumen de programación y en 2019 se registra el mínimo de la década con tan solo 421 emisiones iberoamericanas (grafico 2.1).



La ficción nacional de estreno de los canales argentinos, en la década 2010-2019, representa el 42,5% tanto en emisiones como en horas de programación (cuadro 2.3).

El país iberoamericano que más ficción aportó a los canales analizados en Argentina fue México con más del 29% en emisiones y en tiempo. Por otra parte, Brasil, Colombia, Estados Unidos y España acumulan un volumen de ficción superior al 5% en dicho periodo.

**Cuadro 2.3**  
*Ficción acumulada de estreno por países de origen. Década 2010-2019. Argentina*

País	Títulos	%	Emisiones	%	Horas	%
Argentina	230	56,2	9.587	42,5	8.060	42,5
Brasil	32	7,8	1.852	8,2	1.539	8,1
Chile	2	0,5	198	0,9	140	0,7
Colombia	29	7,1	1.595	7,1	1.327	7,0
Ecuador	0	0,0	0	0,0	0	0,0
España	17	4,2	1.138	5,0	1.036	5,5
EE.UU.	14	3,4	1.281	5,7	1.051	5,5
México	78	19,1	6.565	29,1	5.527	29,1
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	1	0,2	66	0,3	52	0,3
Otros	6	1,5	271	1,2	232	1,2
<b>Total</b>	<b>409</b>		<b>22.553</b>		<b>18.964</b>	

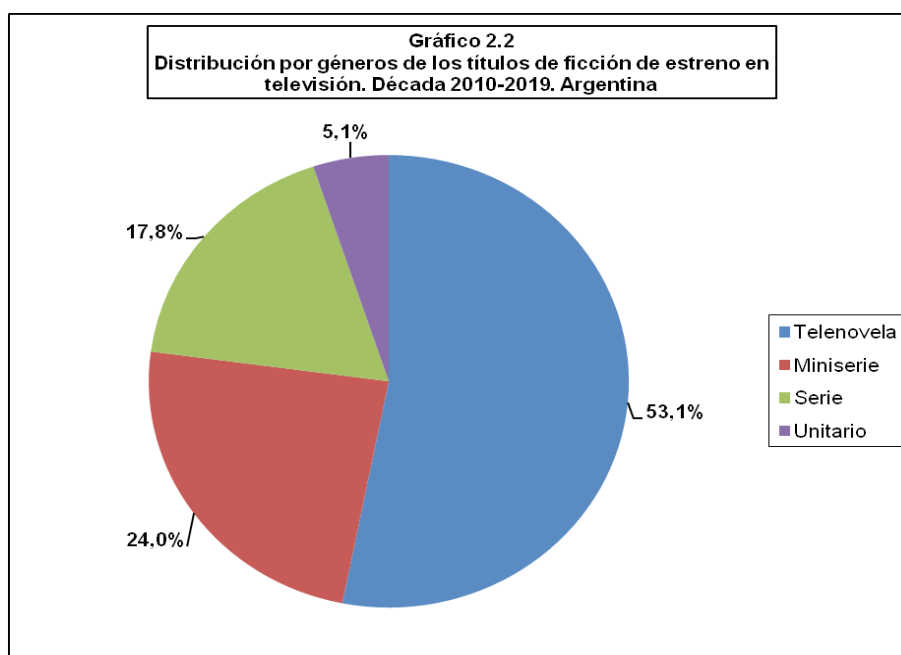
Las miniseries fue el género televisivo más común en los canales argentinos de televisión en 2019 con 10 títulos, seguidas de las telenovelas con 9. En cuanto a emisiones y tiempo de difusión, las telenovelas con el 79,8% y casi un 84% del total, respectivamente, dominaron ampliamente sobre el resto de géneros (cuadro 2.4).

**Cuadro 2.4**  
*Distribución de la Ficción de estreno en TV por su origen. Año 2019. Argentina*

Géneros	Nacional			Iberoamericana		
	Títulos	Emisiones	Horas	Títulos	Emisiones	Horas
Telenovela	4	346	290	5	373	268
Serie	5	70	38	1	26	10
Miniserie	8	54	36	2	22	15
Unitario	1	10	8	0	0	0
<b>Total</b>	<b>18</b>	<b>480</b>	<b>372</b>	<b>8</b>	<b>421</b>	<b>293</b>

En la década 2010-2019, la distribución acumulada de los títulos de la ficción de estreno fue la siguiente: 53,1% telenovelas, 24% series, 17,8% miniseries y 5,2% programas unitarios (gráfico 2.2).





Las producciones argentinas de estreno emitidas en El Trece y Telefé fueron las más populares en 2019. El *ranking* de audiencia estuvo dominado por la telenovela argentina ATAV (Argentina, tierra de amor y esperanza) con un máximo del 13,5% de audiencia y el 22,7% de cuota de pantalla. A continuación, se sitúan la telenovela *Pequeña Victoria* con el 11% y la serie *El Marginal 3* con el 9,7% (cuadro 2.5).

En este top-10 de audiencia figuran dos emisiones de producciones brasileñas. En concreto, un capítulo de la miniserie *Bajo presión* (8,6%) y de la telenovela *Verdades secretas* (8,2%).

**Cuadro 2.5**  
**Ranking de audiencia de la Ficción. Año 2019. Argentina**

Nº	Título	País	Cadena	Audiencia	Share
1	ATAV	Argentina	El Trece	13,5	22,7
2	Pequeña Victoria	Argentina	Telefe	11,0	19,5
3	El Marginal 3	Argentina	TV Pública	9,7	15,8
4	El Host	Argentina	El Trece	9,0	17,2
5	El Tigre Verón	Argentina	El Trece	8,8	17,1
6	Otros pecados	Argentina	El Trece	8,8	16,5
7	Bajo presión	Brasil	Telefe	8,6	16,3
8	Campanadas en la noche	Argentina	Telefe	8,5	18,9
9	Chueco en línea	Argentina	El Trece	8,4	18,9
10	Verdades secretas	Brasil	Telefe	8,2	19,8

El ranking histórico de audiencia de la década 2010-2019 también está copado por emisiones programadas en los canales Telefé y El Trece y ocho emisiones superan el 20% de audiencia (cuadro 2.6).

Las producciones con más éxito pertenecen a los títulos argentinos *Valientes* (29,3%), *Graduados* (23,6%) y *Malparida* (22,4%). En este top-10 figura un capítulo de la telenovela brasileña *Avenida Brasil* (20,7%).

Cuadro 2.6

*Ranking de audiencia de la Ficción. Década 2010-2019. Argentina*

N°	Título	País	Cadena	Audiencia	Share	Año
1	Valientes	Argentina	El Trece	29,3	44,3	2010
2	Graduados	Argentina	Telefé	23,6	33,4	2012
3	Malparida	Argentina	El Trece	22,4	32,0	2010
4	El hombre de tu vida	Argentina	Telefé	21,4	32,7	2011
5	Malparida 2T	Argentina	El Trece	20,9	33,8	2011
6	Herederos de una venganza	Argentina	El Trece	20,8	32,1	2011
7	Los únicos	Argentina	El Trece	20,8	30,3	2011
8	Avenida Brasil	Brasil	Telefé	20,7	31,05	2014
9	El puntero	Argentina	El Trece	19,7	34,0	2011
10	Dulce amor	Argentina	Telefé	19,2	29,7	2012

Los títulos de estreno disponibles en plataformas VoD en Argentina en 2019 suman un total de 54 (cuadro 2.7). Los países que aportaron una mayor oferta de títulos fueron: España (16), Argentina (14), Brasil (9), México (7) y Colombia (6).

Cuadro 2.7

*Títulos de la Ficción de estreno por países de origen en 2019. Argentina*

País	TV Abierto	VOD
<b>Argentina</b>	<b>18</b>	<b>14</b>
Brasil	4	9
Chile	0	2
Colombia	3	6
Ecuador	0	0
España	0	16
EE.UU.	0	0
México	1	7
Perú	0	0
Portugal	0	0
Uruguay	0	0
Venezuela	0	0
Otros	0	0
<b>Total</b>	<b>26</b>	<b>54</b>

La distribución por géneros de los títulos VoD en 2019 refleja el dominio de las series, tanto en la ficción nacional como iberoamericana, con el 83% de los títulos en servicio y casi el 90% de los capítulos disponibles (cuadro 2.8).

**Cuadro 2.8**  
*Distribución de la Ficción de estreno en VOD por su origen. Año 2019. Argentina*

Géneros	Nacional		Iberoamericana	
	Títulos	Capítulos	Títulos	Capítulos
Telenovela	0	0	0	0
Serie	9	90	36	343
Miniserie	5	33	4	16
Unitario	0	0	0	0
<b>Total</b>	<b>14</b>	<b>123</b>	<b>40</b>	<b>359</b>

Los títulos argentinos con mayor disponibilidad en VoD en 2019 en el conjunto de países analizados son *Apache: la vida de Carlos Tévez* (9 países), *El Marginal 3* (8 países), *Go! Vive a tu manera* (5 países) y *El jardín de bronce* (4 países). Los tres primeros forman parte de la oferta de Netflix y el cuarto de HBO.

**Cuadro 2.9**  
*Títulos de ficción con mayor disponibilidad en VoD. Año 2019. Argentina*

Nº	Título	País origen	Plataforma	País de acceso
1	Apache: la vida de Carlos Tévez	Argentina	Netflix	AR, BR, CO, ES, ME, PE, PO, UG, US
2	El Marginal 3	Argentina	Netflix	CO, ES, ME, PO, PE, UG, US, VE
3	Go! Vive a tu manera	Argentina	Netflix	AR, BR, ES, US, PO
4	El jardín de Bronce	Argentina	HBO	AR, ES, PO, UG
5	Atrapa a un ladrón	Argentina, España	Cablevision	AR, ES, UG
6	El Tigre Verón	Argentina	Movistar	AR, PE, UG
7	Chueco en Línea	Argentina	Cablevision	AR, UG
8	El mundo de Mateo	Argentina	Cablevision	AR, UG
9	Milennials	Argentina	Netflix	ES, PE
10	Monzón	Argentina	Netflix	AR, US
11	Otros pecados	Argentina	Movistar	PE, UG
12	Inconveniencia	Argentina	Cablevision	AR, UG
13	Influencers	Argentina	Cablevision	AR, UG
14	Tu parte del trato	Argentina	Cablevision	AR, PE
15	Vientos de agua	Argentina, España	Netflix	PE, VE



## BRASIL

Los canales incluidos en el estudio de Brasil son Globo, Record TV, SBT, Band, Rede TV y los canales públicos TV Brasil y TV Cultura (ver cuadro introducción 2.1). Los canales con más audiencia son Globo (13,3%), SBT (5,5%) y Record (5,2%). La audiencia conjunta de los siete canales incluidos en el estudio representa el 32% según datos de Kantar Ibope Media.

En 2019, el género audiovisual al que más tiempo dedicaron el conjunto de canales brasileños de la muestra fue el de informativos (31%). La ficción aportó un 11,8% del tiempo de emisión en dicho año y en la década 2010-2019 el promedio es del 15,8% (cuadro 2.10).

*Cuadro 2.10*

*Porcentaje de tiempo dedicado a cada género en canales de televisión en abierto. Década 2010-2019. Brasil*

Géneros	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	Promedio
Informativo	23,8	25,1	25,0	25,9	25,1	25,9	26,2	29,7	29,7	31,0	26,7
<b>Ficción</b>	<b>20,4</b>	<b>21,4</b>	<b>19,0</b>	<b>17,8</b>	<b>12,5</b>	<b>13,4</b>	<b>14,0</b>	<b>13,9</b>	<b>13,6</b>	<b>11,8</b>	<b>15,8</b>
Entretenimiento	18,0	16,9	18,0	17,8	22,3	21,4	19,8	23,3	21,8	23,3	20,3
Religioso	10,6	9,5	9,0	7,7	7,6	11,0	9,1	10,3	10,0	12,8	9,8
Deportes	6,4	6,6	5,0	4,0	4,6	4,2	5,5	4,2	4,4	3,6	4,9
Educativo	1,2	0,6	1,0	0,6	0,5	0,2	0,2	0,2	0,2	3,4	0,8
Político	0,6	0,1	0,0	0,1	1,0	0,1	0,1	0,1	0,3	0,0	0,2
Otros	19,0	19,8	23,0	26,1	26,4	23,8	25,1	18,3	20,0	14,1	21,6
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Los canales brasileños en 2019 suman 52 títulos de ficción de estreno, 2.443 emisiones y 1.533 horas de programación. El número de títulos nacionales frente a los iberoamericanos supone el 92,3%. Los países que, aparte de Brasil (48 títulos), aportan títulos a la parrilla de programación de los canales son México (3 títulos) y Portugal (1 título). Los porcentajes acumulados por la ficción brasileña en 2019 se situaron en torno al 85% del número total de emisiones y horas de programación (cuadro 2.11).

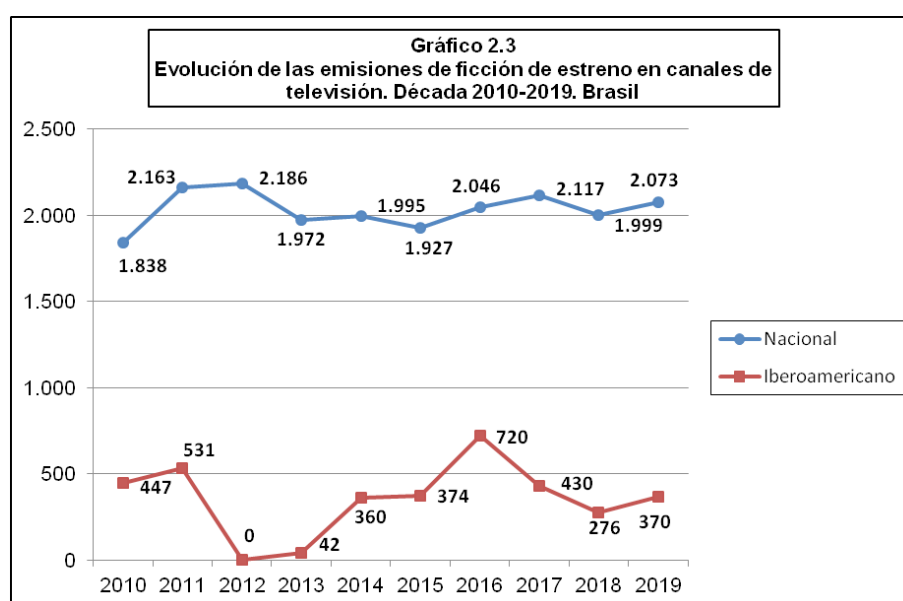
*Cuadro 2.11*

*Ficción de estreno en televisión por países de origen. Año 2019.  
Brasil*

País	Títulos	Emisiones	Horas
Argentina	0	0	0
<b>Brasil</b>	<b>48</b>	<b>2.073</b>	<b>1.307</b>
Chile	0	0	0
Colombia	0	0	0
Ecuador	0	0	0
España	0	0	0
EE.UU.	0	0	0
México	3	224	147

Perú	0	0	0
Portugal	1	146	79
Uruguay	0	0	0
Venezuela	0	0	0
Otros	0	0	0
<b>Total</b>	<b>52</b>	<b>2.443</b>	<b>1.533</b>

La evolución del número de emisiones en la década 2010-2019 muestra la diferencia cuantitativa entre la ficción nacional y la iberoamericana. La ficción nacional se situó en un rango comprendido entre 1.838 emisiones (2010) y 2.186 emisiones (2012). Por su parte, las emisiones iberoamericanas obtienen su máximo en 2016 (720 emisiones) y su mínimo en 2012, año en el que no se registró ningún estreno foráneo (gráfico 2.3).



El volumen acumulado por la ficción brasileña de estreno en la década 2010-2018 alcanza el 85,1% del total de emisiones y 84,5% del tiempo total de programación. El país iberoamericano que más ficción aporta a los canales analizados en Brasil es México (cuadro 2.12).

*Cuadro 2.12*

*Ficción acumulada de estreno en televisión por países de origen. Periodo 2010-2019. Brasil*

País	Títulos	%	Emisiones	%	Horas	%
Argentina	7	1,5	550	2,3	319	2,0
<b>Brasil</b>	<b>417</b>	<b>89,3</b>	<b>20.316</b>	<b>85,1</b>	<b>13.774</b>	<b>84,5</b>
Chile	2	0,4	204	0,9	81	0,5
Colombia	3	0,6	201	0,8	132	0,8
Ecuador	0	0,0	0	0,0	0	0,0
España	2	0,4	25	0,1	15	0,1
EE.UU.	0	0,0	0	0,0	0	0,0
México	29	6,2	2.222	9,3	1.782	10,9
Perú	0	0,0	0	0,0	0	0,0

Portugal	4	0,9	178	0,7	105	0,6
Uruguay	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Venezuela	3	0,6	170	0,7	97	0,6
Otros	0	0,0	0	0,0	0	0,0
<b>Total</b>	<b>467</b>		<b>23.866</b>		<b>16.305</b>	

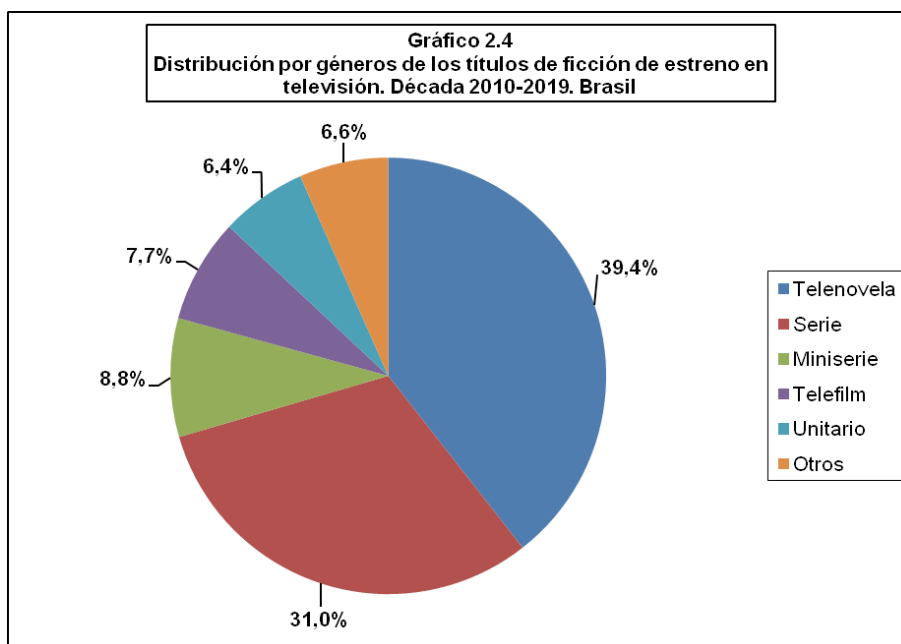
La telenovela fue el género televisivo más común en los canales brasileños en 2019 en cuanto a emisiones y tiempo de programación, con el 75% y el 80%, respectivamente. En cuanto a títulos, los más numerosos fueron las series con 27, seguidos de las telenovelas con 16 obras (cuadro 2.13).

Cuadro 2.13

Distribución de la Ficción de estreno en televisión por su origen. Año 2019. Brasil

Géneros	Nacional			Iberoamericana		
	Títulos	Emisiones	Horas	Títulos	Emisiones	Horas
Telenovela	14	1.514	1.046	2	320	181
Serie	25	526	238	2	50	45
Miniserie	3	24	15	0	0	0
Telefilme	3	3	4	0	0	0
Unitario	2	2	2	0	0	0
Otros	5	4	2	0	0	0
<b>Total</b>	<b>52</b>	<b>2.073</b>	<b>1.307</b>	<b>4</b>	<b>370</b>	<b>226</b>

En la década 2010-2019, los títulos de la ficción de estreno se reparten entre los siguientes géneros: 39,4% telenovelas, 31% series, 8,8% miniseries, 7,7% telefilms y 6,4% programas unitarios (gráfico 2.4).



Las producciones brasileñas de estreno emitidas en Globo fueron las más populares en 2019 (cuadro 2.14). El *ranking* de audiencia estuvo dominado por las telenovelas *A dona do Pedação* (34,1%), *O Sétimo Guardiao* (28,1%) y *Bom sucesso* (27,8%).

**Cuadro 2.14**  
*Ranking de audiencia de la Ficción en televisión. Año 2019. Brasil*

Nº	Título	País	Cadena	Audiencia	Share
1	A dona do Pedação	Brasil	Globo	34,1	50,9
2	O Sétimo Guardiao	Brasil	Globo	28,1	43,0
3	Bom sucesso	Brasil	Globo	27,8	44,5
4	Amor de mae	Brasil	Globo	26,4	43,7
5	Verão 90	Brasil	Globo	25,6	40,1
6	O Tempo nao para	Brasil	Globo	22,4	38,8
7	Órfãos da Terra	Brasil	Globo	21,7	36,2
8	Cine Hol-liúdy	Brasil	Globo	21,2	35,5
9	Éramos seis	Brasil	Globo	20,4	37,1
10	Sob pressão	Brasil	Globo	20,3	35,7

El ranking histórico de audiencia de la década 2010-2019 en los canales de televisión brasileños también está copado por emisiones de obras brasileñas programadas en Globo. Además seis capítulos superan el 40% de audiencia (cuadro 2.15).

Las producciones con más éxito pertenecen a los títulos *Passione* (43,9%), *Fina estampa* (42,1%), *Avenida Brasil* (41,5%), *Amor a vida* (41%), *Fina estampa* (40,1%) y *Salve Jorge* (40%).

**Cuadro 2.15**  
*Ranking de audiencia de la Ficción en televisión. Década 2010-2019. Brasil*

Nº	Título	País	Cadena	Audiencia	Share	Año
1	Passione	Brasil	Globo	43,9	67,1	2011
2	Fina estampa	Brasil	Globo	42,1	67,3	2012
3	Avenida Brasil	Brasil	Globo	41,5	66,5	2012
4	Amor a vida	Brasil	Globo	41,0	66,8	2014
5	Fina estampa	Brasil	Globo	40,1	64,0	2011
6	Salve Jorge	Brasil	Globo	40,0	66,8	2013
7	O outro lado do paraíso	Brasil	Globo	39,9	58,4	2018
8	Viver a vida	Brasil	Globo	39,2	62,2	2010
9	Insensato coração	Brasil	Globo	37,0	59,3	2011
10	Amor a vida	Brasil	Globo	36,8	63,2	2013

Los títulos de estreno disponibles en plataformas VoD en Brasil en 2019 suman un total de 50 (cuadro 2.16). Los países que aportaron una mayor oferta de títulos fueron: Brasil (23), México (12) y España (7).

**Cuadro 2.16**  
*Títulos de la Ficción de estreno por países de origen en 2019. Brasil*

País	TV Abierto	VOD
Argentina	0	3
<b>Brasil</b>	<b>48</b>	<b>23</b>
Chile	0	0
Colombia	0	2
Ecuador	0	0
España	0	7
EE.UU.	0	3
México	3	12
Perú	0	0
Portugal	1	0
Uruguay	0	0
Venezuela	0	0
Otros	0	0
<b>Total</b>	<b>52</b>	<b>50</b>

La distribución por géneros de los títulos VoD en 2019 refleja el dominio de las series, tanto en la ficción nacional como iberoamericana, con el 86% de los títulos disponibles y 83,2% de los capítulos disponibles (cuadro 2.17).

**Cuadro 2.17**  
*Distribución de la Ficción de estreno en VOD por su origen. Año 2019. Brasil*

Géneros	Nacional		Iberoamericana	
	Títulos	Capítulos	Títulos	Capítulos
Telenovela	0	0	3	90
Serie	20	252	23	315
Miniserie	3	16	1	8
Unitario	0	0	0	0
Otros	0	0	0	0
<b>Total</b>	<b>23</b>	<b>268</b>	<b>27</b>	<b>413</b>

Los títulos brasileños con mayor disponibilidad en VoD en 2019 en el conjunto de países analizados son *El elegido* (9), *Sintonía* (8), *3% 3T* (6), *Coisa mais linda* (6), *Samantha* (6) y *El mecanismo* (5). Todos estos títulos forman parte de la oferta de Netflix. En la décima posición de este cuadro hay que mencionar a la miniserie *Santos Dumont* que estuvo disponible en tres países a través de HBO.



Cuadro 2.18

*Títulos de ficción con mayor disponibilidad en VoD. Año 2019. Brasil*

Nº	Título	Origen	Plataforma	País de acceso
1	El elegido	Brasil	Netflix	AR, BR, CO, ES, PE, PO, UG, US, VE
2	Sintonía	Brasil	Netflix	AR, BR, ES, PE, PO, UG, US, VE
3	3% 3T	Brasil	Netflix	AR, BR, ES, PE, PO, VE
4	Coisa mais linda	Brasil	Netflix	AR, BR, ES, PE, PO, US
5	Samantha 1T, 2T	Brasil	Netflix	AR, BR, ES, PE, PO, US
6	El mecanismo	Brasil	Netflix	AR, BR, CO, ES, PO
7	Irmandade	Brasil	Netflix	BR, CO, PO, US
8	Pico da Neblina	Brasil	Netflix	AR, ES, PO, UG
9	Ninguém Tá Olhando	Brasil	Netflix	BR, PO, US
10	Santos Dumont	Brasil	HBO	ES, PO, UG
11	La vida secreta de las parejas	Brasil	HBO	ES, UG
12	Psi	Brasil	HBO	PO, UG
13	Impuros 2T	Brasil	FOX	AR, BR



## CHILE

El estudio de Obitel no incluye los datos de Chile correspondientes a 2019 pero si se incluyen en esta edición del Panorama los datos más importantes del periodo 2010-2018. Los canales de televisión analizados son los privados TV+, Canal 13, Telecanal, La Red, Chilevisión, Mega, y el público TVN (ver cuadro introducción 2.1).

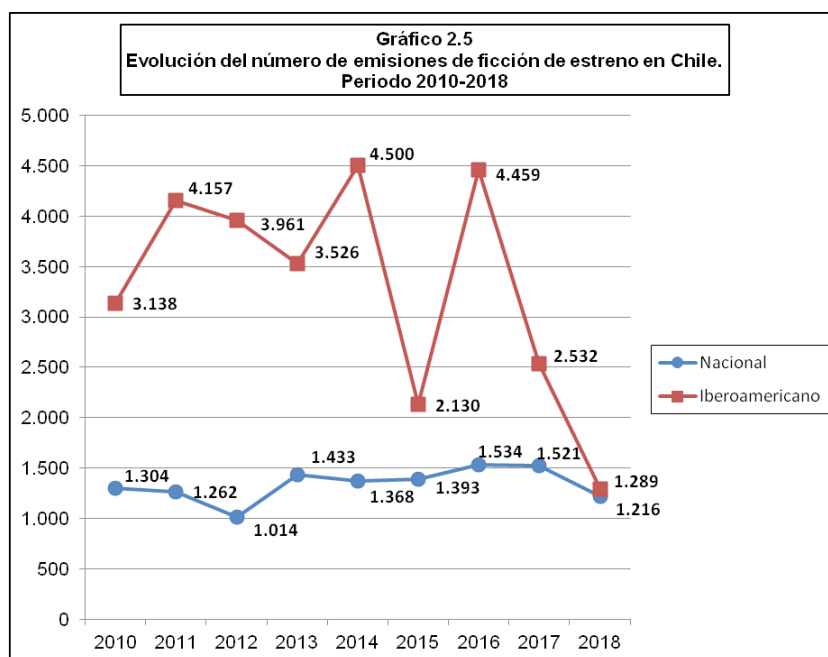
En el periodo 2010-2018, el género audiovisual al que más tiempo dedicaron el conjunto de canales chilenos de la muestra fue el de ficción con un promedio del 37,3% sobre el total (cuadro 2.19).

Cuadro 2.19

Porcentaje de tiempo de emisión dedicado a cada género en televisión. Periodo 2010-2018. Chile

Géneros	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	Promedio
Ficción	38,2	37,1	36,0	36,9	37,8	36,0	34,3	41,3	37,9	37,3
Informativo	22,5	20,6	20,4	21,2	22,7	24,2	24,5	39,4	30,1	25,1
Entretenimiento	17,0	19,1	20,9	21,4	18,9	16,7	15,3	7,0	8,3	16,1
Deportes	2,2	2,8	10,7	1,2	1,6	1,7	2,4	1,1	2,2	2,9
Servicio	10,3	9,7	2,0	11,4	12,0	11,0	11,9	4,4	8,9	9,1
Otros	9,8	10,7	10,0	7,9	7,0	10,5	11,6	6,8	12,6	9,7
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

La evolución del número de emisiones en el periodo 2010-2018 muestra una tendencia irregular en el mercado iberoamericano, con un máximo de 4.500 en 2014 y un mínimo de 1.289 en 2018 (gráfico 2.5). Las emisiones nacionales se mueven en un rango más estable comprendido entre 1.014 (2012) y 1.534 (2016).



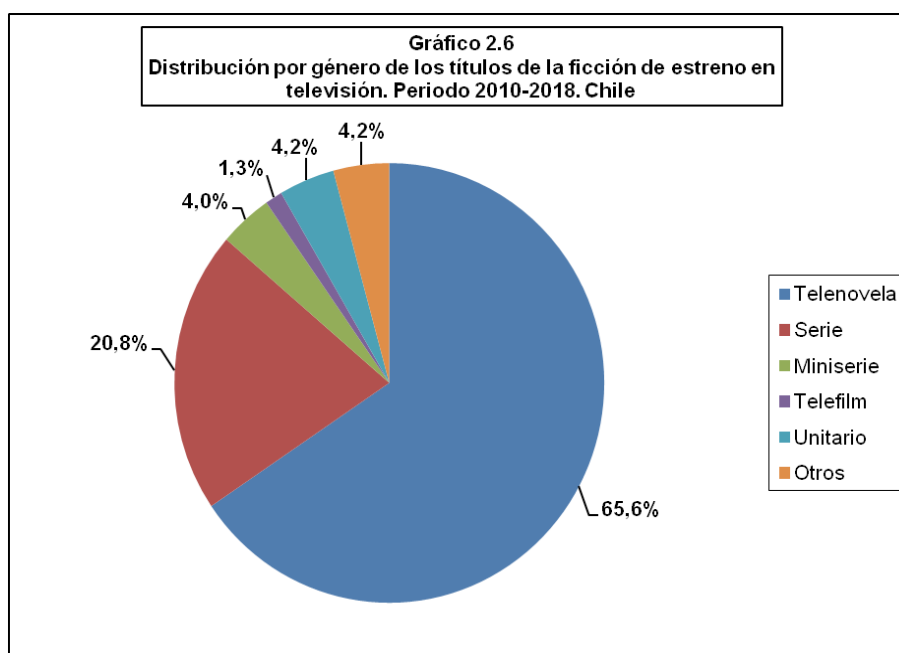
Los porcentajes acumulados por la ficción chilena en el periodo 2010-2018 alcanzaron el 28,9% del total de emisiones y el 24,3% del tiempo total de programación. El país iberoamericano que más ficción aportó a los canales analizados en Chile fue México, con el 43,4% de las emisiones y el 44,8% del tiempo de programación, seguido de Brasil, Estados Unidos (habla hispana) y Colombia (cuadro 2.20).

Cuadro 2.20

*Ficción acumulada de estreno en televisión por países de origen. Chile. Periodo 2010-2018*

País	Títulos	%	Emisiones	%	Horas	%
Argentina	10	1,8	410	1,0	321	1,1
Brasil	63	11,4	3.713	8,9	3.258	11,0
<b>Chile</b>	<b>210</b>	<b>38,0</b>	<b>12.045</b>	<b>28,9</b>	<b>7.192</b>	<b>24,3</b>
Colombia	37	6,7	2.794	6,7	1.972	6,7
Ecuador	0	0,0	0	0,0	0	0,0
España	22	4,0	1.272	3,0	1.168	3,9
EE.UU.	39	7,1	2.940	7,0	2.065	7,0
México	162	29,3	18.121	43,4	13.249	44,8
Perú	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Portugal	3	0,5	191	0,5	170	0,6
Uruguay	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Venezuela	1	0,2	79	0,2	49	0,2
Otros	6	1,1	172	0,4	141	0,5
<b>Total</b>	<b>553</b>		<b>41.737</b>		<b>29.585</b>	

En el periodo 2010-2018, los títulos de la ficción de estreno se distribuyen por géneros de la siguiente forma: 65,6% telenovelas, 20,8% series, 4% miniserias y 1,3% telefilm (gráfico 2.6).



El ranking histórico de audiencia del periodo 2010-2018 en Chile está copado por emisiones programadas Mega y Canal 13. Todas las emisiones pertenecen a producciones nacionales y siete capítulos superan el 25% de audiencia (cuadro 2.21)

Las obras que registraron los porcentajes más elevados de audiencia son: *Los 80: más que una moda* (29,8%, 26,8% y 25,8%), *Perdona nuestros pecados* (26,8% y 26,3%), *Soltera otra vez* (26,8%) y *Pituca sin Lucas* (26,3%).

**Cuadro 2.21**  
*Ranking de audiencia de la Ficción. Periodo 2010-2018. Chile*

N°	Título	País	Cadena	Audiencia	Share	Año
1	Los 80: más que una moda	Chile	Canal 13	29,8	43,2	2011
2	Perdona nuestros pecados	Chile	Mega	28,8	42,5	2017
3	Los 80: más que una moda	Chile	Canal 13	26,8	38,6	2010
4	Soltera otra vez	Chile	Canal 13	26,8	37,0	2012
5	Pituca sin Lucas	Chile	Mega	26,3	43,6	2014
6	Perdona nuestros pecados	Chile	Mega	26,3	40,0	2018
7	Los 80: más que una moda	Chile	Canal 13	25,8	37,5	2012
8	Pituca sin Lucas	Chile	Mega	24,7	41,8	2015
9	Señores papis	Chile	Mega	24,2	36,5	2017
10	Papá a la deriva	Chile	Mega	23,9	43,0	2016

Tampoco están disponibles los datos desglosados del Vod en Chile en 2019 pero si se registraron dos producciones de este país en la plataforma Movistar (cuadro 2.22). Estos títulos son *Berko el arte de callar* (Argentina, España y Perú) y *La cacería* (Argentina y Colombia).

**Cuadro 2.22**  
*Títulos de ficción con mayor disponibilidad en VoD. Año 2019. Chile*

N°	Título	Origen	Plataforma	País de acceso
1	Berko, el arte de callar	Chile	Movistar	AR, ES, PE
2	La cacería	Chile	Movistar	AR, CO



## 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 introducción 2.1). Las cadenas con más audiencia son Caracol (15,2%) y RCN (13,5%). La audiencia conjunta de los cinco canales incluidos en el estudio representa el 37,7% según datos de Kantar Ibope Media.

En 2019, el género audiovisual al que más tiempo dedicaron los canales colombianos de la muestra fue el de la ficción (33,9%). El promedio de este género en la década 2010-2019 representa casi el 19% (cuadro 2.23).

*Cuadro 2.23*

*Porcentaje de tiempo de emisión de cada género en canales televisión. Década 2010-2019. Colombia*

Géneros	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	Promedio
Ficción	18,5	13,2	13,2	13,2	14,2	14,3	26,7	20,5	21,4	33,9	18,9
Información	11,7	*	10,8	10,8	10,4	10,5	27,7	17,4	18,8	26,9	16,1
Entretenimiento	18,4	*	33,7	33,7	30,9	30,7	27,8	26,8	22,1	13,4	26,4
Deportes	3,5	*	3,7	3,7	9,1	9,1	6,0	18,4	22,2	13,8	9,9
Otros	47,9	*	38,6	38,6	35,4	35,4	11,8	16,9	15,5	12,0	28,6
<b>Total</b>	<b>100,0</b>		<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

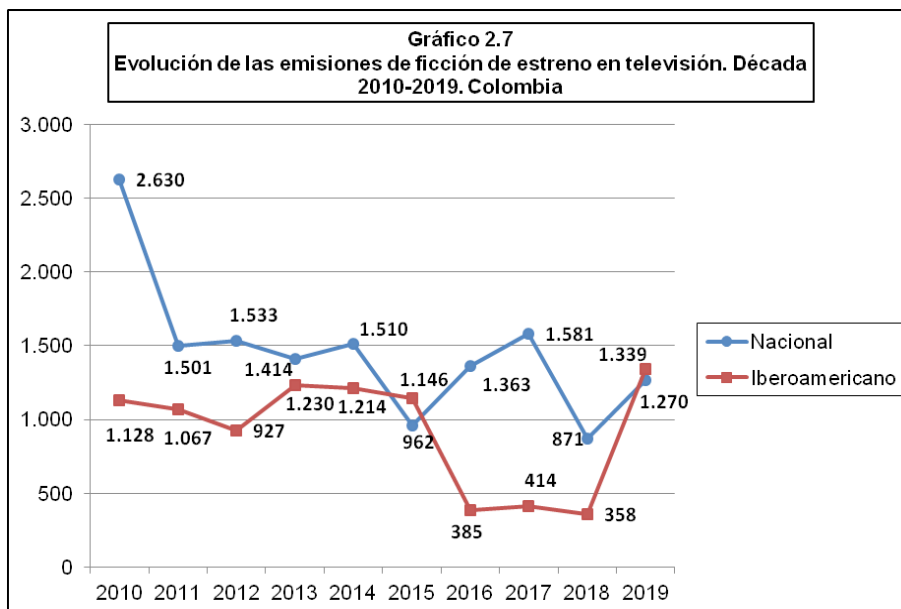
El número de títulos de ficción nacional frente a los iberoamericanos representó el 47% en 2019. El resto de países que aportaron producciones en dicho año fueron México (11 títulos), Brasil (3 títulos), Estados Unidos (3 títulos) y España (2 títulos). Los porcentajes acumulados por la ficción colombiana en 2019 superaron el 48% del total de emisiones y tiempo total de programación (cuadro 2.24).

*Cuadro 2.24*

*Ficción de estreno en televisión por países de origen. Año 2019. Colombia*

País	Títulos	Emisiones	Horas
Argentina	0	0	0
Brasil	3	248	153
Chile	0	0	0
<b>Colombia</b>	<b>17</b>	<b>1.270</b>	<b>733</b>
Ecuador	0	0	0
España	2	25	15
EE.UU.	3	206	127
México	11	860	473
Perú	0	0	0
Portugal	0	0	0
Uruguay	0	0	0
Venezuela	0	0	0
Otros	0	0	0
<b>Total</b>	<b>36</b>	<b>2.609</b>	<b>1.501</b>

La evolución del número de emisiones de la ficción de estreno en la década 2010-2019, para la producción nacional se situó en un rango comprendido entre 871 emisiones (2018) y 2.630 (2010) y la ficción iberoamericana se movió en unos márgenes comprendidos entre 358 (2018) y 1.270 emisiones (2019) (gráfico 2.7).



Los porcentajes acumulados por la ficción colombiana en el periodo 2010-2019 superan el 60% del total de emisiones y horas de programación. El país iberoamericano que más ficción aportó a los canales colombianos analizados fue México con más del 20% del total en ambos parámetros (cuadro 2.25).

*Cuadro 2.25*

*Ficción acumulada de estreno en televisión por países de origen. Década 2010-2019. Colombia*

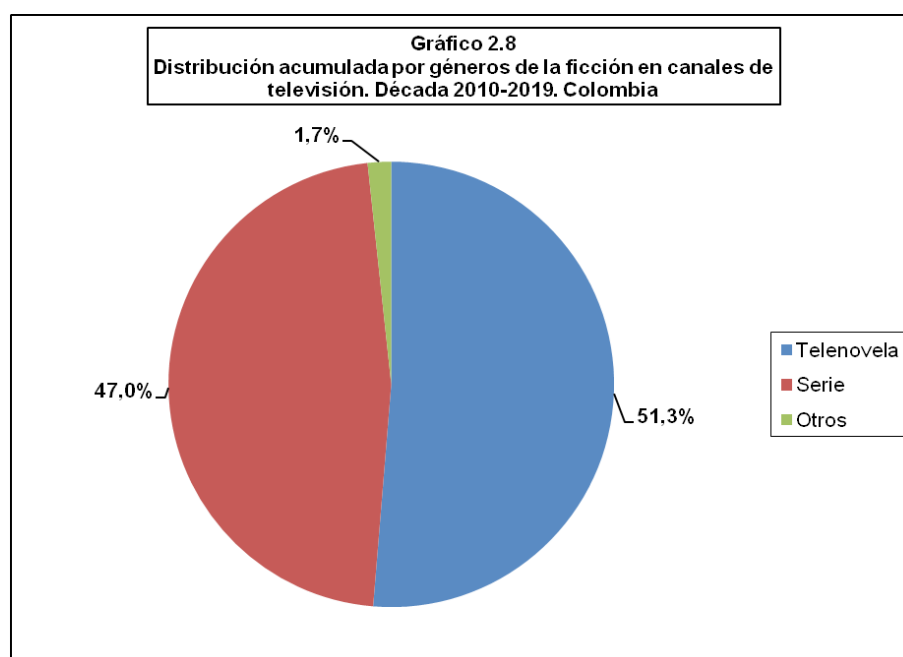
País	Títulos	%	Emisiones	%	Horas	%
Argentina	2	0,7	139	0,6	201	1,1
Brasil	8	2,7	642	2,7	387	2,1
Chile	4	1,3	448	1,9	300	1,7
<b>Colombia</b>	<b>190</b>	<b>63,3</b>	<b>14.635</b>	<b>61,4</b>	<b>10.840</b>	<b>60,1</b>
Ecuador	1	0,3	58	0,2	44	0,2
España	2	0,7	25	0,1	15	0,1
EE.UU.	20	6,7	1.413	5,9	1.027	5,7
México	60	20,0	5.221	21,9	4.059	22,5
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	4	1,3	153	0,6	100	0,6
Otros	9	3,0	1.109	4,7	1.063	5,9
<b>Total</b>	<b>300</b>		<b>23.843</b>		<b>18.036</b>	

Las series (15 títulos) y telenovelas (13 títulos) fueron los dos únicos géneros que registraron estrenos de ficción en los canales colombianos en 2019 (cuadro 2.26).

**Cuadro 2.26**  
*Distribución de la Ficción de estreno en televisión por su origen. Año 2019. Colombia*

Géneros	Nacional			Iberoamericana		
	Títulos	Emisiones	Horas	Títulos	Emisiones	Horas
Telenovela	4	348	481	9	711	438
Serie	7	412	255	8	543	335
Miniserie	0	0	0	0	0	0
Telefilme	0	0	0	0	0	0
Unitario	0	0	0	0	0	0
Otros	0	0	0	0	0	0
<b>Total</b>	<b>11</b>	<b>760</b>	<b>736</b>	<b>17</b>	<b>1.254</b>	<b>773</b>

En la década 2010-2019, la distribución acumulada de los títulos de la ficción de estreno es la siguiente: 51,3% telenovelas y 47% series (gráfico 2.8).



Las producciones de estreno emitidas en Caracol fueron las más populares en 2019 en Colombia (cuadro 2.27). Tan solo una emisión del ranking se programó en RCN. El *ranking* de audiencia estuvo dominado por capítulos de *Loquito por ti* (13,8%), *La gloria de Lucho* (12,9%), *El Bronx* (11%) y *Bolívar* (10,2%).

En este top-10 de audiencia figuran dos emisiones de producciones mexicanas. En concreto, un capítulo de *La Piloto T2* (10%) y de *María Magdalena* (8,2%). La única serie de RCN presente en el ranking fue *Enfermeras* (7%).

Cuadro 2.27

## Ranking de audiencia de la Ficción en televisión. Año 2019. Colombia

Nº	Título	País	Cadena	Audiencia	Share
1	Loquito por ti	Colombia	Caracol	13,8	42,1
2	La gloria de Lucho	Colombia	Caracol	12,9	38,4
3	El Bronx	Colombia	Caracol	11,0	40,2
4	Bolívar	Colombia	Caracol	10,2	33,4
5	La Piloto T2	México	Caracol	10,0	38,0
6	Un bandido honrado	Colombia	Caracol	9,8	28,5
7	María Magdalena	México	Caracol	7,4	28,7
8	Las muñecas de la Mafia	Colombia	Caracol	7,1	26,7
9	Enfermeras	Colombia	RCN	7,0	25,0
10	La ley secreta	Colombia	Caracol	6,5	21,0

El ranking histórico de audiencia de la década 2010-2019 en Colombia, al contrario que el de 2019, está copado por emisiones programadas en RCN. En cuanto a los porcentajes de audiencia, una emisión supera el 40% y siete el 30% (cuadro 2.28).

Las producciones con más éxito pertenecen a los títulos colombianos *A corazón abierto* (40,1% y 35,6%), *La Pola* (38,4%) y *Amor sincero* (36,7%). La única serie difundida en Caracol presente en este top-10 fue la serie *Oye bonita* con un máximo de audiencia del 30%.

Cuadro 2.28

## Ranking de audiencia de la Ficción. Década 2010-2019. Colombia

Nº	Título	País	Cadena	Audiencia	Share	Año
1	A corazón abierto	Colombia	RCN	40,1	51,8	2010
2	La Pola	Colombia	RCN	38,4	49,7	2010
3	Amor sincero	Colombia	RCN	36,7	49,1	2010
4	A corazón abierto	Colombia	RCN	35,6	49,7	2011
5	Chepe Fortuna	Colombia	RCN	33,5	44,2	2010
6	Rosario Tijeras	Colombia	RCN	32,4	46,2	2010
7	El Joe, la leyenda	Colombia	RCN	31,6	43,0	2011
8	Oye bonita	Colombia	Caracol	30,0	39,4	2010
9	Las detectivas y el Víctor	Colombia	RCN	29,9	39,7	2010
10	Tres milagros	Colombia	RCN	29,8	44,5	2011

Los títulos de estreno disponibles en plataformas VoD en Colombia en 2019 suman un total de 40 (cuadro 2.29). Los países que aportaron una mayor oferta de títulos fueron: Colombia (9), Brasil (9), México (8), España (7) y Argentina (5).

Cuadro 2.29

## Títulos de la Ficción de estreno por países de origen en 2019. Colombia

País	TV Abierto	VOD
Argentina	0	5
Brasil	3	9



Chile	0	1
<b>Colombia</b>	<b>17</b>	<b>9</b>
Ecuador	0	0
España	2	7
EE.UU.	3	1
México	11	8
Perú	0	0
Portugal	0	0
Uruguay	0	0
Venezuela	0	0
Otros	0	0
<b>Total</b>	<b>36</b>	<b>40</b>

La distribución por géneros de los títulos VoD en 2019 refleja el dominio de las series, tanto en la ficción nacional como iberoamericana con el 100% de títulos y capítulos disponibles (cuadro 2.30).

*Cuadro 2.30*  
*Distribución de la Ficción de estreno en VOD por su origen. Año 2019. Colombia*

Géneros	Nacional		Iberoamericana	
	Títulos	Capítulos	Títulos	Capítulos
Telenovela	0	0	0	0
Serie	9	100	31	310
Miniserie	0	0	0	0
Otros	0	0	0	0
<b>Total</b>	<b>9</b>	<b>100</b>	<b>31</b>	<b>310</b>

Los títulos colombianos con mayor disponibilidad en VoD en 2019 en el conjunto de países analizados son *Frontera verde* (8 países), *Siempre bruja* (8 países), *Bolívar* (5 países) y *Distrito salvaje* (4 países). Todos estos títulos forman parte de la oferta de Netflix.

*Cuadro 2.31*  
*Títulos de ficción con mayor disponibilidad en VoD. Año 2019. Colombia*

N°	Título	País origen	Plataforma	País de acceso
1	Frontera verde	Colombia	Netflix	AR, BR, CO, ES, ME, PO, US, VE
2	Siempre bruja 1T, 2T	Colombia	Netflix	AR, BR, CO, ES, PO, UG, US, VE
3	Bolívar	Colombia	Netflix	ES, PO, UG, US, VE
4	Distrito salvaje	Colombia	Netflix	AR, CO, US, VE
5	Historia de un Crimen: Colmenares	Colombia	Netflix	AR, CO, PO
6	Betty en NY	Colombia, USA	Netflix	ES, PO
7	El General Naranjo 2T	Colombia	FOX	AR, PE
8	Los Briceño	Colombia, USA	Netflix	US, VE



## ECUADOR

El estudio de Obitel no incluye los datos de Ecuador desde 2017 pero si se incluyen en esta edición del Panorama los datos más importantes de la ficción de estreno correspondiente al periodo 2010-2016. Los canales de televisión incluidos en el estudio de Ecuador son los privados Teleamazonas, RTS, Ecuavisa, Canal Uno y Telecentro y el público ECTV (ver cuadro introducción 2.1)

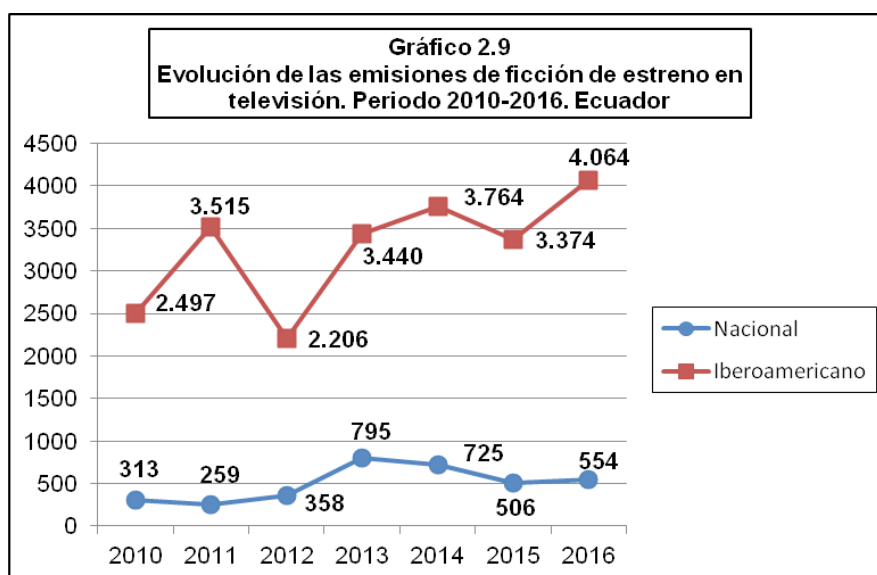
En el periodo 2010-2016, el género audiovisual al que más tiempo dedicaron el conjunto de canales ecuatorianos de la muestra fue el de ficción con un promedio del 37,1% sobre el total (cuadro 2.32).

Cuadro 2.32

Porcentaje de tiempo de emisión de cada género en canales de televisión. Periodo 2010-2016.  
Ecuador

Género	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	Promedio
Ficción	40,4	44,4	44,7	31,9	30,2	32,1	35,8	37,1
Informativo	14,6	15,2	19,5	23,6	18,8	18,9	19,5	18,6
Entretenimiento	6,2	7,1	12,3	21,5	27,5	21,1	19,1	16,4
Deportes	5,8	6,7	6,0	6,1	6,7	6,2	5,2	6,1
Variedades	8,4	6,3	0,0	0,0	9,7	6,3	0,0	4,4
Otros	24,6	20,3	17,5	16,9	7,1	15,4	20,4	17,5
Total	100	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Las emisiones de la ficción iberoamericana de estreno, en el periodo 2010-2016, se sitúan entre las 2.206 emisiones de 2012 y las 4.064 de 2016. La evolución de las emisiones nacionales está comprendida en un rango situado entre las 259 emisiones en 2011 y las 795 emisiones en 2013 (gráfico 2.9).

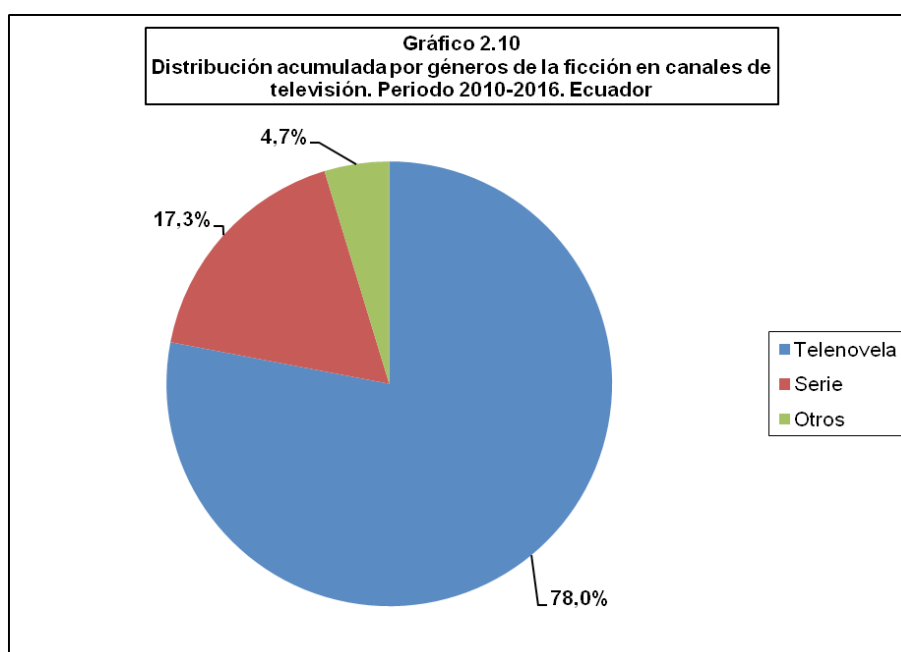


Los porcentajes acumulados por la ficción ecuatoriana en el periodo 2010-2016 alcanzaron el 13,3% del total de emisiones y el 10,2% del tiempo total de programación. Los países iberoamericanos que más emisiones de ficción aportaron a los canales ecuatorianos analizados fueron México, Colombia, Venezuela y Brasil (cuadro 2.33).

**Cuadro 2.33**  
*Ficción acumulada de estreno en televisión por países de origen. Ecuador. Periodo 2010-2016*

País	Títulos	%	Emisiones	%	Horas	%
Argentina	7	1,8	472	1,8	500	2,0
Brasil	32	8,3	2.158	8,2	2.438	9,6
Chile	2	0,5	110	0,4	113	0,4
Colombia	90	23,3	4.890	18,5	4.517	17,8
<b>Ecuador</b>	<b>60</b>	<b>15,5</b>	<b>3.500</b>	<b>13,3</b>	<b>2.602</b>	<b>10,2</b>
España	5	1,3	91	0,3	101	0,4
EE.UU.	36	9,3	1.924	7,3	1.954	7,7
México	108	28,0	9.699	36,8	10.163	40,0
Perú	6	1,6	138	0,5	139	0,5
Portugal	2	0,5	268	1,0	188	0,7
Uruguay	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Venezuela	31	8,0	2.697	10,2	2.346	9,2
Otros	7	1,8	423	1,6	376	1,5
<b>Total</b>	<b>386</b>		<b>26.370</b>		<b>25.437</b>	

En el periodo 2010-2016, los títulos de la ficción de estreno se distribuyen por géneros de la siguiente forma: 78% telenovelas y 17,3% series (gráfico 2.10).



El ranking histórico de audiencia del periodo 2010-2016 en Ecuador está compuesto por emisiones de producciones de varios países (Colombia, Estados Unidos, Ecuador y Brasil), programadas en TC Televisión, Ecuavisa y Teleamazonas (cuadro 2.34)

Las obras que registraron los porcentajes más elevados de audiencia fueron las colombianas *El capo* (22%), *Amor sincero* (18,5% y 17%) y *Rosario Tijeras* (17,2% y 15,3%); la serie estadounidense *El primer golpe* (17,8%) y la ecuatoriana *El más querido* (16,7%).

Cuadro 2.34

*Ranking de audiencia de la Ficción en televisión. Periodo 2010-2016. Ecuador*

Nº	Título	País	Cadena	Audiencia	Share	Año
1	El Capo	Colombia	TC Television	22,0	31,1	2010
2	Amor sincero	Colombia	TC Television	18,5	24,9	2011
3	El primer golpe	EE.UU.	Ecuavisa	17,8	25,6	2010
4	Rosario Tijeras	Colombia	TC Television	17,2	24,4	2010
5	Amor sincero	Colombia	TC Television	17,0	23,0	2010
6	El más querido	Ecuador	Ecuavisa	16,7	-	2016
7	¿Dónde está Elisa?	EE.UU.	Ecuavisa	16,7	23,4	2010
8	Más sabe el diablo	EE.UU.	Ecuavisa	16,0	25,4	2010
9	Mi recinto	Ecuador	TC Television	15,4	17,8	2010
10	Rosario Tijeras	Colombia	Teleamazonas	15,3	22,8	2011
11	Avenida Brasil	Brasil	Ecuavisa	14,9	22,4	2014



## ESPAÑA

Los canales de televisión de ámbito nacional incluidos en el estudio España son Antena 3, Telecinco, Cuatro, Divinity, Nova, Paramount y el público de Televisión Española, La 1 (ver cuadro introducción 2.1). Los canales con más audiencia son Telecinco (14,1%), Antena 3 (12,3%) y La 1 (10,5%). La audiencia conjunta de los siete canales estudiados representa un 47,1% según datos de Kantar Media.

En 2019, el género audiovisual al que más tiempo dedicaron las televisiones españolas incluidas en el estudio fue el de ficción (42,7%), seguido de los programas de entretenimiento (17,2%). En la década 2010-2019, el promedio de tiempo dedicado a la ficción registra un 33%, siendo a partir de 2016, con el aumento de audiencia de los canales temáticos en abierto, cuando el porcentaje se incrementa de forma significativa en unos diez puntos porcentuales respecto al año anterior (cuadro 2.35).

Cuadro 2.35

Porcentaje de tiempo de emisión de cada género en canales de televisión. Década 2010-2019. España

Géneros	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	Promedio
Cultural	14,8	16,6	18,7	13,2	14,7	15,5	18,2	18,6	13,3	13,4	15,7
Informativos	21,1	22,0	23,4	21,2	18,2	18,5	8,9	8,9	9,1	9,1	16,0
Entretenimiento	14,2	12,4	12,4	25,3	16,1	16,7	10,9	10,6	16,1	17,2	15,2
Concurso	3,7	3,8	3,7	8,8	2,5	2,6	1,6	1,7	2,0	2,1	3,3
Deporte	5,5	4,0	3,8	2,2	7,5	6,9	12,1	13,7	14,0	11,6	8,1
Musical	4,3	6,1	8,4	9,1	6,9	7,2	5,7	4,0	2,9	3,0	5,8
<b>Ficción</b>	<b>29,0</b>	<b>27,0</b>	<b>22,8</b>	<b>19,5</b>	<b>33,1</b>	<b>31,7</b>	<b>41,4</b>	<b>41,3</b>	<b>41,5</b>	<b>42,7</b>	<b>33,0</b>
Otros	7,4	8,1	6,8	0,7	1,0	0,9	1,2	1,2	1,1	0,9	2,9
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

En 2019, de los 27 títulos estrenados en los canales de ámbito nacional en España, 24 son de producción autóctona. El 86,3% de las emisiones y casi el 84% del tiempo de programación pertenecen a series españolas. Aparte de España, Argentina, Brasil y México aportaron un título cada país a la parrilla de programación (cuadro 2.36)

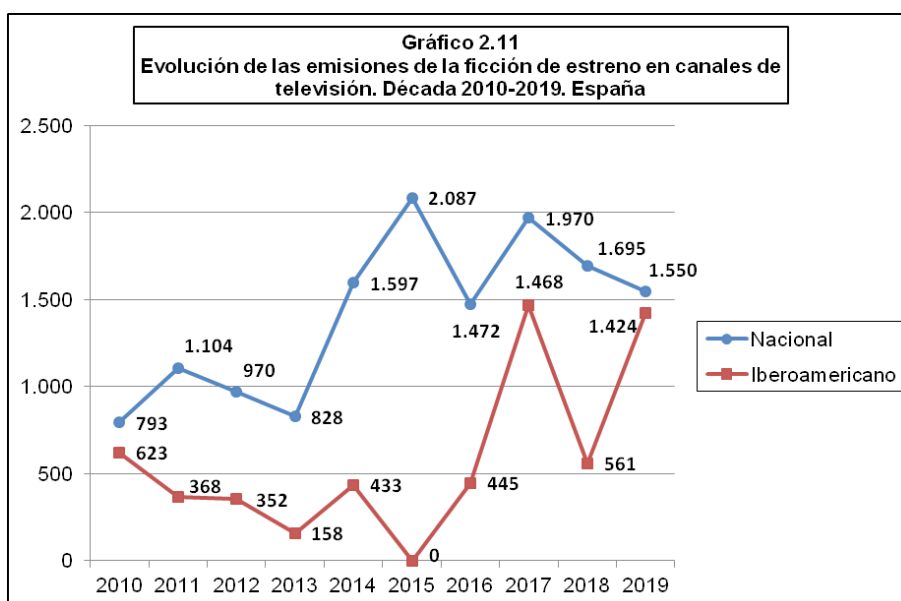
Cuadro 2.36

Ficción de estreno en televisión por países de origen. Año 2019.  
España

País	Títulos	Emisiones	Horas
Argentina	1	60	40
Brasil	1	102	153
Chile	0	0	0
Colombia	0	0	0
Ecuador	0	0	0
<b>España</b>	<b>24</b>	<b>1.339</b>	<b>1.194</b>

EE.UU.	0	0	0
México	1	49	37
Perú	0	0	0
Portugal	0	0	0
Uruguay	0	0	0
Venezuela	0	0	0
Otros	0	0	0
<b>Total</b>	<b>27</b>	<b>1.550</b>	<b>1.424</b>

La evolución del volumen de emisiones en los canales españoles en la década 2010-2019, para la ficción nacional, muestra un máximo de 2.087 (2015) y un mínimo de 793 emisiones (2010). La presencia de la ficción iberoamericana en dicho periodo, en los canales de la muestra, es bastante inferior a la autóctona, con un máximo de 1.468 emisiones (2017). En 2015 no se programó ninguna serie de estreno en los canales analizados (gráfico 2.11).



Los porcentajes acumulados por la ficción española de estreno en la década 2010-2019 alcanzaron el 75% del total de emisiones y el 77,2% del tiempo de programación. Los países iberoamericanos que más ficción aportaron a los canales españoles analizados fueron México, Estados Unidos y Argentina (cuadro 2.37).

*Cuadro 2.37*

*Ficción acumulada de estreno en televisión por países de origen. España. Década 2010-2019*

País	Títulos	%	Emisiones	%	Horas	%
Argentina	10	2,2	917	5,0	579	3,7
Brasil	3	0,7	197	1,1	248	1,6
Chile	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Colombia	2	0,4	224	1,2	96	0,6
Ecuador	0	0,0	0	0,0	0	0,0
<b>España</b>	<b>385</b>	<b>85,6</b>	<b>13.855</b>	<b>75,0</b>	<b>12.102</b>	<b>77,2</b>
EE.UU.	16	3,6	1.039	5,6	800	5,1
México	30	6,7	1.942	10,5	1.593	10,2

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	4	0,9	180	1,0	105	0,7
Otros	0	0,0	120	0,6	144	0,9
<b>Total</b>	<b>450</b>		<b>18.474</b>		<b>15.667</b>	

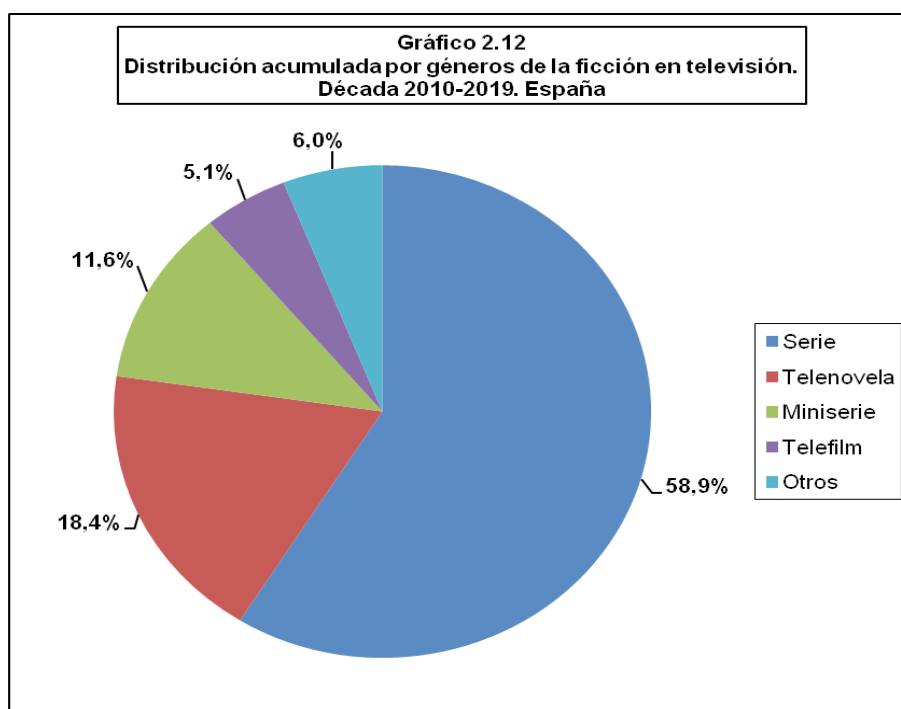
Los seriales ambientados en diferentes épocas fue el género con más capítulos de estreno en los canales españoles durante 2019 con el 87,5% de las emisiones (cuadro 2.38).

Cuadro 2.38

Distribución de la Ficción de estreno en televisión por su origen. Año 2019. España

Géneros	Nacional			Iberoamericana		
	Títulos	Emisiones	Horas	Títulos	Emisiones	Horas
Serial	6	1.145	997	3	211	230
Serie	17	191	193	0	0	0
Miniserie	1	3	4	0	0	0
Telefilme	0	0	0	0	0	0
Unitario	0	0	0	0	0	0
Otros	0	0	0	0	0	0
<b>Total</b>	<b>24</b>	<b>1.339</b>	<b>1.194</b>	<b>3</b>	<b>211</b>	<b>230</b>

En la década 2010-2019, los títulos de la ficción de estreno se distribuye entre los siguientes géneros: 58,9% series, 18,4% seriales (telenovelas), 11,6% miniseries y 5,1% *telefilm* (gráfico 2.12).



Los capítulos de estreno programados en La 1 (6), Telecinco (2) y Antena 3 (2) fueron los más populares entre los telespectadores del ámbito nacional televisivo en 2019. El *ranking* de audiencia estuvo dominado por la serie *La que se avecina* (T5) con un 5,6%, seguida de la veterana producción *Cuéntame cómo pasó* (La 1) con un 4,9%, el título de estreno *La Caza, Monteperdido* (La1) con un 4,8% y *Allí abajo* (A3) con un 4,3% (cuadro 2.39).

**Cuadro 2.39**  
*Ranking de audiencia de la Ficción en televisión. Año 2019. España*

Nº	Título	País	Cadena	Audiencia	Share
1	La que se avecina	España	Tele5	5,6	18,8
2	Cuéntame cómo pasó	España	La1	4,9	14,1
3	La Caza, Monteperdido	España	La1	4,8	12,4
4	Allí abajo	España	Antena3	4,3	12,6
5	Matadero	España	Antena3	3,9	12,1
6	Secretos de Estado	España	Tele5	3,3	10,5
7	Promesas de arena	España	La1	3,2	9,8
8	Estoy vivo	España	La1	3,1	9,2
9	La otra mirada	España	La1	3	9,2
10	Malaka	España	La1	3	9,9

El ranking histórico de audiencia de la década 2010-2019 en España está dominado por series españolas estrenadas en La1, Telecinco y Antena 3. La producción más exitosa fue *Águila Roja* en La1 con tres capítulos que superaron el 14% de audiencia en 2010, 2011 y 2012 (cuadro 2.40).

En cuanto al resto de títulos, en el primer canal de la Televisión Pública de España hay que resaltar la popularidad de la serie costumbrista e histórica *Cuéntame cómo pasó* (12,2% y 11,8%) que con 20 años de permanencia en la parrilla situó dos capítulos en el ranking histórico de la década 2010-2019. Por otra parte, las producciones más populares de Telecinco fueron *La que se avecina* (12,3%) y *El Príncipe* (11,7%) y de Antena 3 *El tiempo entre costuras* (11,9%) e *Hispania, la leyenda* (11,7%).

**Cuadro 2.40**  
*Ranking de audiencia de la Ficción en televisión. Año 2019. España*

Nº	Título	País	Cadena	Audiencia	Share	Año
1	Águila Roja	España	La 1	14,7	32,5	2010
2	Águila Roja	España	La 1	14,5	31,1	2011
3	Águila Roja	España	La 1	14,0	30,3	2012
4	La que se avecina	España	Telecinco	12,3	27,1	2012
5	Cuéntame cómo pasó	España	La 1	12,2	26,5	2012
6	El tiempo entre costuras	España	Antena 3	11,9	26,5	2014
7	La Señora	España	La 1	11,9	25,3	2010
8	Cuéntame cómo pasó	España	La 1	11,8	26,5	2010
9	El Príncipe	España	Telecinco	11,7	26,9	2014
10	Hispania, la leyenda	España	Antena 3	11,7	24,7	2010

Los títulos de estreno disponibles en plataformas VoD en España en 2019 suman un total de 68 (cuadro 2.41). Los países que aportaron una mayor oferta de títulos fueron España (30), Brasil (13), México (10), Colombia (6) y Argentina (5).



**Cuadro 2.41**  
*Títulos de la Ficción de estreno por países de origen en 2019.*  
*España*

País	TV Abierto	VOD
Argentina	1	5
Brasil	1	13
Chile	0	1
Colombia	0	6
Ecuador	0	0
<b>España</b>	<b>24</b>	<b>30</b>
EE.UU.	0	2
México	1	10
Perú	0	1
Portugal	0	0
Uruguay	0	0
Venezuela	0	0
Otros	0	0
<b>Total</b>	<b>27</b>	<b>68</b>

La distribución por géneros de los títulos VoD en 2019 refleja el dominio de las series, tanto en la ficción nacional como iberoamericana, con más del 86% de los títulos y casi el 70% de los capítulos disponibles en las plataformas (cuadro 2.42).

**Cuadro 2.42**  
*Distribución de la Ficción de estreno en VOD por su origen. Año 2019. España*

Géneros	Nacional		Iberoamericana	
	Títulos	Capítulos	Títulos	Capítulos
Telenovela	0	0	6	286
Serie	28	207	31	459
Miniserie	1	3	1	4
Telefilm	1	1	0	0
Otros	0	0	0	0
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>211</b>	<b>38</b>	<b>749</b>

Los títulos españoles con mayor disponibilidad en VoD en 2019 en el conjunto de países iberoamericanos analizados son *Alta Mar* y *Las chicas del cable*, ambos presentes en nueve países; Por su parte *Élite*, *Hache* y *Paquita Salas* estuvieron disponibles en ocho países, *La Casa de Papel* en siete y *Criminal* en seis países. Todas estas series pudieron visionarse a través de Netflix (cuadro 2.43).

Cuadro 2.43

*Títulos de ficción con mayor disponibilidad en VoD. Año 2019. España*

N°	Título	Origen	Plataforma	País de acceso
1	Alta Mar 1T, 2T	España	Netflix	AR, BR, CO, ES, PE, PO, UG, US, VE
2	Las chicas del cable 3T, 4T, 5T	España	Netflix	AR, BR, ES, ME, PE, PO, UG, US, VE
3	Élite 2	España	Netflix	AR, ES, ME, PE, PO, UG, US, VE
4	Hache	España	Netflix	AR, BR, CO, ES, PE, PO, US, VE
5	Paquita Salas 1T, 2T, 3T	España	Netflix	AR, ES, ME, PE, PO, UG, US, VE
6	La Casa de Papel 3T	España	Netflix	AR, BR, ES, ME, PO, US, VE
7	Criminal	España	Netflix	AR, BR, ES, PE, PO, UG
8	45 Revoluciones	España	Netflix	PE, PO, UG, US, VE
9	Días de Navidad	España	Netflix	AR, ES, PO, PE, VE
10	El vecino	España	Netflix	BR, ES, PE, PO, VE
11	Vis a vis	España	Netflix	AR, ES, PO, UG, US
12	Brigada Costa del Sol	España	Netflix	PE, PO, US
13	Las del Hockey	España	Netflix	PE, UG, US
14	Vivir sin permiso	España	Netflix	AR, PO, US
15	El embarcadero	España	Movistar	ES, PO, UG
16	Justo antes de Cristo	España	Movistar	AR, ES, UG
17	Merlí Sapere Aude	España	Movistar	AR, ES, UG



## ESTADOS UNIDOS

Los canales incluidos en el estudio de Estados Unidos (habla hispana) son Azteca América, Estrella TV, Telemundo, UniMás y Univision, todos privados (ver cuadro introducción 2.1). Los canales con más audiencia sobre el total acumulado por estos cinco canales son Univision (39,6%) y Telemundo (39,3%), según datos de Obitel-Nielsen.

En 2019, los programas a los que más tiempo de emisión dedicaron las cadenas estadounidenses fueron los de ficción, con el 40,7% del total, seguido de los de entretenimiento con el 21,1%. El promedio de la ficción en el periodo 2013-2019 representa el 42,8% (cuadro 2.44).

*Cuadro 2.44*

*Porcentaje de tiempo de emisión de cada género en canales televisión. Periodo 2013-2019. Estados Unidos*

Generos	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	Promedio
Informativos	9,7	12,3	11,7	11,9	14,6	16,8	16,8	13,4
Entretenimiento	17,4	16,7	16,0	16,2	19,1	19,8	21,1	18,0
Deporte	6,4	6,5	5,3	5,3	5,9	6,8	6,7	6,1
Educativo	0,3	0,7	2,4	0,1	0,1	0,0	2,5	0,9
<b>Ficción</b>	<b>46,8</b>	<b>43,8</b>	<b>43,6</b>	<b>43,9</b>	<b>39,4</b>	<b>41,2</b>	<b>40,7</b>	<b>42,8</b>
Talkshows	12,5	11,4	11,4	11,5	10,4	7,4	8,4	10,4
Concurso	1,8	1,4	1,2	1,4	2,4	0,5	0,8	1,4
Otros	5,1	7,2	8,4	9,7	8,1	7,5	3,0	7,0
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

El número total de títulos nacionales representó el 26,7% (12 títulos) en 2019. El país que aportó un mayor número de títulos fue México (28 títulos) y a bastante distancia Colombia (3) y Brasil (2). Las emisiones de la ficción americana de estreno suponen el 20% sobre el total en número y horas de programación (cuadro 2.45).

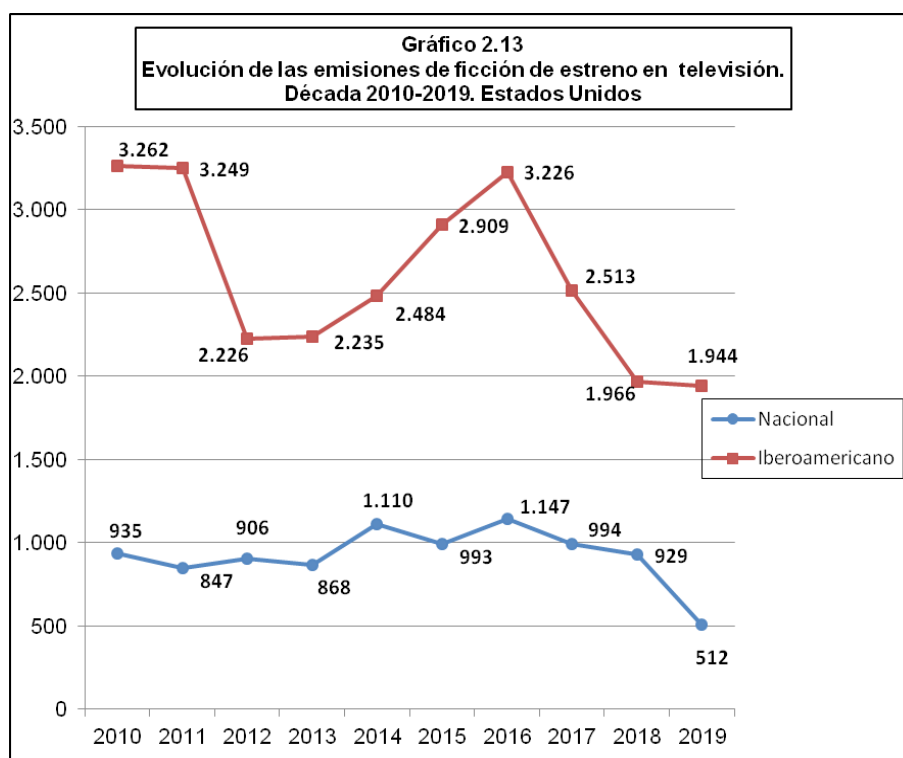
*Cuadro 2.45*

*Ficción de estreno por países de origen. Año 2019. EE.UU.*

País	Títulos	Emisiones	Horas
Argentina	0	0	0
Brasil	2	232	232
Chile	0	0	0
Colombia	3	215	213
Ecuador	0	0	0
España	0	0	0
<b>EE.UU.</b>	<b>12</b>	<b>512</b>	<b>512</b>
México	28	1.587	1.591
Perú	0	0	0
Portugal	0	0	0
Uruguay	0	0	0

Venezuela	0	0	0
Otros	0	0	0
<b>Total</b>	<b>45</b>	<b>2.546</b>	<b>2.548</b>

La ficción nacional de estreno registro un volumen de emisiones bastante estable en el periodo 2010-2018, situándose entre un mínimo de 847 emisiones (2011) y un máximo de 1.147 emisiones (2016) pero en 2019 experimentó un descenso significativo hasta 512 emisiones (gráfico 2.13) La programación de obras iberoamericanas marcó un máximo de 3.262 emisiones (2010) y un mínimo de 1.944 (2019).



Los porcentajes acumulados por la ficción estadounidense de estreno en la década 2010-2019 alcanzaron el 26% del total de emisiones y el 25,1% del tiempo total de programación. En este periodo, México aportó a la parrilla más del 50% de los capítulos y horas de programación de la ficción de estreno. Colombia y Brasil fueron otros dos países cuyas producciones tuvieron una presencia significativa en los canales de televisión en abierto analizados (cuadro 2.46).

**Cuadro 2.46**

*Ficción acumulada de estreno en televisión por países de origen. Década 2010-2019. EE.UU.*

País	Títulos	%	Emisiones	%	Horas	%
Argentina	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Brasil	36	6,6	2.483	7,0	2.836	7,8
Chile	1	0,2	54	0,2	105	0,3
Colombia	60	10,9	3.871	11,0	3.864	10,7
Ecuador	0	0,0	0	0,0	0	0,0
España	6	1,1	133	0,4	142	0,4

EE.UU.	171	31,2	9.183	26,0	9.095	25,1
México	255	46,5	18.219	51,5	18.803	51,8
Perú	1	0,2	39	0,1	58	0,2
Portugal	1	0,2	195	0,6	180	0,5
Uruguay	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Venezuela	15	2,7	1.138	3,2	1.135	3,1
Otros	2	0,4	30	0,1	55	0,2
<b>Total</b>	<b>548</b>		<b>35.345</b>		<b>36.273</b>	

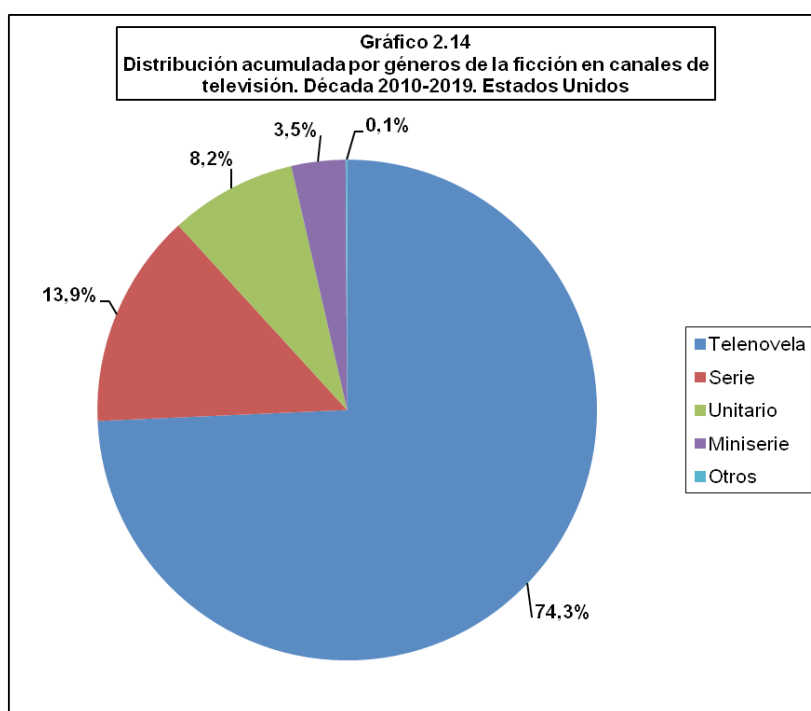
La telenovela fue el género más habitual en los canales estadounidenses de habla hispana durante 2019, con más del 82% del total de emisiones de estreno y horas de ficción (cuadro 2.47).

Cuadro 2.47

*Distribución de la Ficción de estreno en televisión por su origen. Año 2019. EE.UU.*

Géneros	Nacional			Iberoamericana		
	Títulos	Emisiones	Horas	Títulos	Emisiones	Horas
Telenovela	8	467	466	27	1.628	1.631
Serie	0	0	0	1	8	8
Miniserie	3	32	33	1	9	9
Telefilme	0	0	0	0	0	0
Unitario	1	13	13	4	389	388
Otros	0	0	0	0	0	0
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>512</b>	<b>512</b>	<b>33</b>	<b>2.034</b>	<b>2.036</b>

En la década 2010-2019, los títulos de la ficción de estreno se distribuyen entre los siguientes géneros: 74,3% telenovelas, 13,9% series, 8,2% programas unitarios y 3,5% miniseries (gráfico 2.14).



Las producciones colombianas en coproducción con Estados Unidos en Telemundo fueron las más populares en 2019. El *ranking* de audiencia estuvo dominado por las series *La Reina del Sur 2* y *Betty en NY* con máximos del 8,7% y 5,9% de audiencia, respectivamente (cuadro 2.48).

A continuación, superando también el 5% de audiencia, se sitúan en este top-10, capítulos de *Falsa identidad* (Estados Unidos), *El señor de los cielos* (Estados Unidos), *Jugando con fuego* (Brasil, Estados Unidos), *La reina soy yo* (Colombia) y *Al final del paraíso* (Colombia).

**Cuadro 2.48**  
**Ranking de audiencia de la Ficción en televisión. Año 2019. EE.UU.**

Nº	Título	País	Cadena	Audiencia	Share
1	La Reina del Sur T2	Colombia, USA	Telemundo	8,7	20,4
2	Betty en NY	Colombia, USA	Telemundo	5,9	12,9
3	Falsa Identidad	USA	Telemundo	5,8	12,1
4	El Señor de los cielos T7	USA	Telemundo	5,4	13,3
5	Jugando con fuego	Brasil, USA	Telemundo	5,4	11,1
6	La reina soy yo	Colombia	Telemundo	5,2	12,2
7	Al final del paraíso	Colombia	Telemundo	5,2	11,6
8	Preso No. 1	USA	Telemundo	4,2	10,6
9	Señora Acero	USA	Telemundo	4,2	9,5
10	No te puedes esconder	USA	Telemundo	3,6	8,4

El ranking histórico de audiencia de la década 2010-2019 está conformado en su mayoría por capítulos de series mexicanas programadas en Univision (cuadro 2.49). Con más del 20% de audiencia hay que reseñar la presencia de las siguientes producciones: *Soy tu dueña* (México), *Sortilegio* (México), *Eva Luna* (Estados Unidos), *Triunfo del amor* (México) y *La fuerza del destino* (México)

**Cuadro 2.49**  
**Ranking de audiencia de la Ficción. Década 2010-2019. EE.UU.**

Nº	Título	País	Cadena	Audiencia	Share	Año
1	Soy tu dueña	México	Univision	22,5	34,0	2010
2	Sortilegio	México	Univision	22,0	33,0	2010
3	Eva Luna	USA	Univision	20,9	30,4	2011
4	Triunfo del amor	México	Univision	20,6	30,8	2011
5	La fuerza del destino	México	Univision	20,2	30,4	2011
6	Amores verdaderos	México	Univisión	19,4	30,2	2013
7	Hasta que el dinero nos separe	México	Univision	19,1	30,0	2010
8	La que no podía amar	México	Univisión	18,7	29,5	2012
9	Por ella soy Eva	México	Univisión	18,6	28,6	2013
10	En nombre del amor	México	Univision	18,3	29,0	2010

Los títulos de estreno disponibles en plataformas VoD en estados Unidos en 2019 suman un total de 156 (cuadro 2.50). Hay que señalar que los 113 títulos de Estados Unidos fueron producciones realizadas en inglés. Los países que aportaron una mayor oferta de títulos iberoamericanos fueron: España (17), Brasil (7), Colombia (7), México (7) y Argentina (5).

**Cuadro 2.50**  
*Títulos de la Ficción de estreno por países de origen en 2019. EE.UU.*

País	TV Abierto	VOD
Argentina	0	5
Brasil	2	7
Chile	0	0
Colombia	3	7
Ecuador	0	0
España	0	17
<b>EE.UU.</b>	<b>12</b>	<b>113</b>
México	28	7
Perú	0	0
Portugal	0	0
Uruguay	0	0
Venezuela	0	0
Otros	0	0
<b>Total</b>	<b>45</b>	<b>156</b>

La distribución por géneros de los títulos VoD en 2019 refleja el dominio de las series, tanto en la ficción nacional como iberoamericana (cuadro 2.51).

**Cuadro 2.51**  
*Distribución de la Ficción de estreno en VOD por su origen. Año 2019. EE.UU.*

Género	Nacional		Iberoamericana	
	Títulos	Capítulos	Títulos	Capítulos
Telenovela	2	123	2	123
Serie	96	942	22	187
Miniserie	10	70	1	8
Unitario	4	37	0	0
Otros	1	11	0	0
<b>Total</b>	<b>113</b>	<b>1.183</b>	<b>25</b>	<b>318</b>

Los títulos estadounidenses con mayor disponibilidad en VoD en 2019 en el conjunto de países analizados son *Preso n° 1* (5 países), *Yankee* (4 países), *La Reina del Sur 2* (3 países y *Jugando con fuego* (2 países) en la plataforma Netflix. En HBO estuvo presente en dos países la serie *Los Espookys*.

Cuadro 2.52

*Títulos de ficción con mayor disponibilidad en VoD. Año 2019. EE.UU.*

Nº	Título	País origen	Plataforma	País de acceso
1	Preso n.º 1	USA	Netflix	BR, ES, ME, PO, VE
2	Yankee	México, USA	Netflix	ES, BR, PO, US
3	La Reina del Sur T2	USA	Netflix	BR, ES, PO
4	Jugando con fuego	Brasil, USA	Netflix	ES, PO
5	Los Espookys	México, USA	HBO	BR, PO
6	El final del paraíso	USA	Netflix	PE
7	Luis Miguel	México, USA	Netflix	VE
8	Nicky Jam: El Ganador	USA	Netflix	CO
9	Vida	USA	Starz Play	ES





## MÉXICO

Los canales de televisión incluidos en el estudio de México son Televisa (canales 2, 5 y 9), TV Azteca (canales 1 y 7), Imagen Televisión (canal 3) y los canales públicos Once TV (canal 11), Conaculta (canal 22) y Una voz con todos (canal 14) (ver cuadro introducción 2.1).

En 2019, el tiempo dedicado por las cadenas mexicanas a los programas de ficción supuso el 16% del total, siendo el género del entretenimiento el más popular con un 39%. En el periodo 2013-2019 los programas de ficción alcanzaron un porcentaje promedio del 15,3% (cuadro 2.52).

Cuadro 2.52

*Porcentaje de tiempo de emisión de cada género en canales de televisión. Periodo 2013-2019. México*

Géneros	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	Promedio
Informativos	17,0	21,0	21,0	15,9	17,0	18,0	17,0	18,1
Entretenimiento	42,0	44,0	43,0	37,1	36,0	40,0	39,0	40,2
Educativo	9,0	4,0	4,0	3,4	2,8	1,0	2,0	3,7
Deporte	5,0	3,0	3,0	18,7	18,0	19,0	15,0	11,7
<b>Ficción</b>	<b>12,0</b>	<b>16,0</b>	<b>17,0</b>	<b>14,8</b>	<b>15,0</b>	<b>16,0</b>	<b>16,0</b>	<b>15,3</b>
Otros	15,0	12,0	12,0	10,1	11,2	6,0	11,0	11,0
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

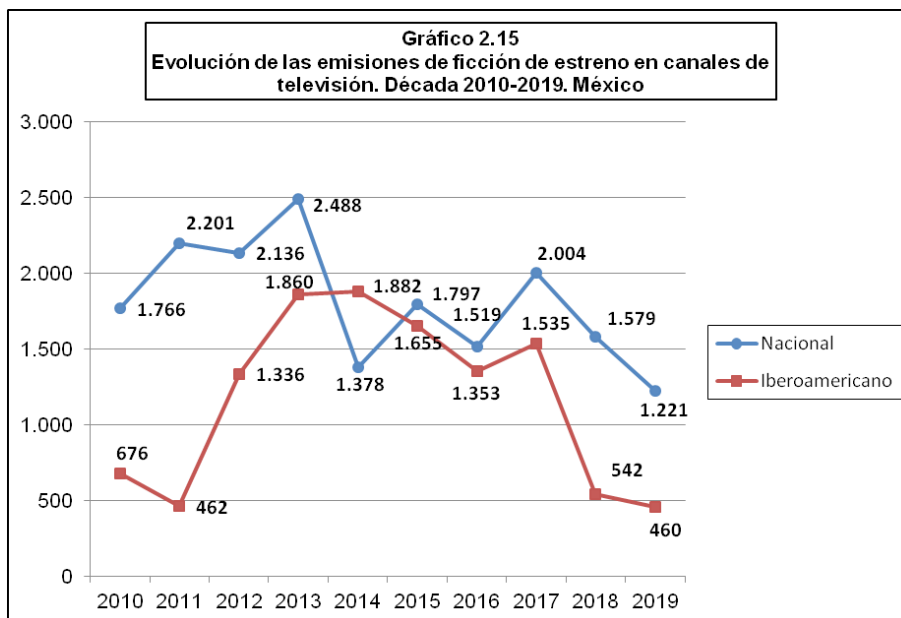
El número de títulos nacionales de ficción frente a los iberoamericanos representó el 80% en 2019. Los países que aportaron producciones televisivas, aparte de México (25 títulos), en dicho año, fueron Estados Unidos (4 títulos), Colombia (1 título) y España (1 título). Los porcentajes acumulados por la ficción mexicana en 2019 superaron el 70% del total de emisiones y tiempo de programación (cuadro 2.53).

Cuadro 2.53

*Ficción de estreno por países de origen. Año 2019. México*

País	Títulos	Emisiones	Horas
Argentina	0	0	0
Brasil	0	0	0
Chile	0	0	0
Colombia	1	95	87
Ecuador	0	0	0
España	1	12	12
EE.UU.	4	353	341
<b>México</b>	<b>25</b>	<b>1.221</b>	<b>1.216</b>
Perú	0	0	0
Portugal	0	0	0
Uruguay	0	0	0
Venezuela	0	0	0
Otros	0	0	0
<b>Total</b>	<b>31</b>	<b>1.681</b>	<b>1.656</b>

La evolución del número de emisiones en los canales mexicanos en el periodo 2010-2019 figura en el gráfico 2.15. Las series nacionales se movieron en un rango comprendido entre las 2.488 emisiones (2013) y las 1.221 (2019). Por su parte, la ficción iberoamericana alcanzó un máximo de 1.882 en 2014 y un mínimo de 460 en 2019.



Los porcentajes acumulados por la ficción mexicana en el periodo 2010-2019 alcanzaron el 60,6% del total de emisiones y el 62% del tiempo total de programación. Los países iberoamericanos que más ficción aportaron a los canales mexicanos fueron Estados Unidos (habla hispana), Colombia, Brasil, Venezuela y España (cuadro 2.54).

*Cuadro 2.54*

*Ficción acumulada de estreno en canales de televisión por países de origen. Década 2010-2019. México*

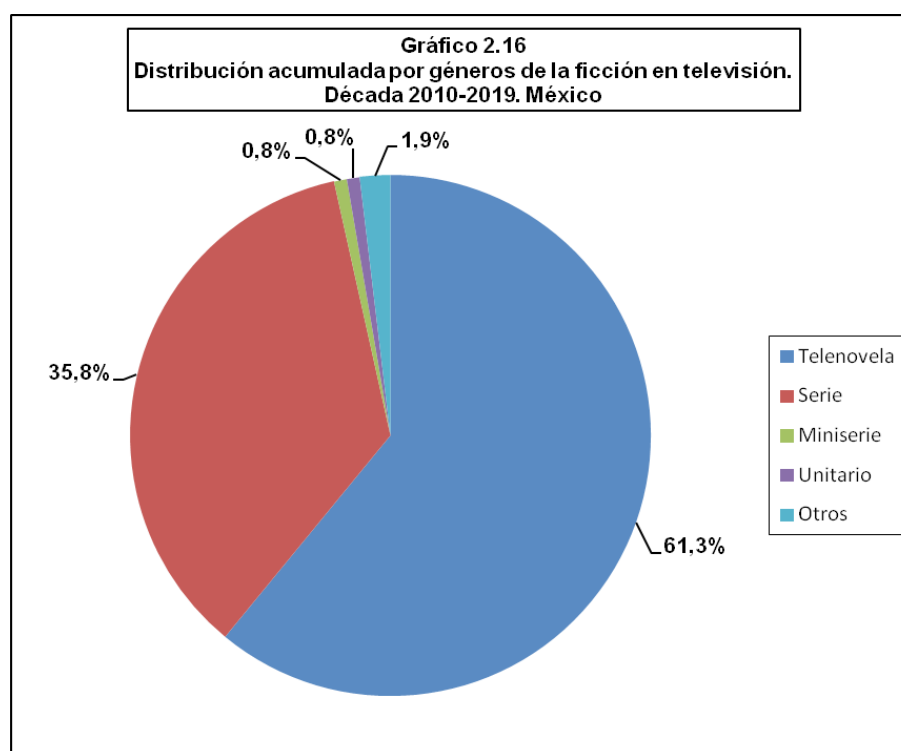
País	Títulos	%	Emisiones	%	Horas	%
Argentina	2	0,5	88	0,3	81	0,3
Brasil	13	3,5	1.424	4,8	1.100	4,5
Chile	4	1,1	274	0,9	253	1,0
Colombia	26	6,9	2.145	7,2	1.874	7,6
Ecuador	0	0,0	0	0,0	0	0,0
España	11	2,9	714	2,4	568	2,3
EE.UU.	59	15,7	5.761	19,3	4.248	17,3
<b>México</b>	<b>248</b>	<b>66,1</b>	<b>18.089</b>	<b>60,6</b>	<b>15.247</b>	<b>62,0</b>
Perú	1	0,3	90	0,3	88	0,4
Portugal	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Uruguay	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Venezuela	11	2,9	1.147	3,8	990	4,0
Otros	0	0,0	118	0,4	131	0,5
<b>Total</b>	<b>375</b>		<b>29.850</b>		<b>24.580</b>	

La telenovela fue el género más habitual en los canales mexicanos durante 2019 con casi el 60% del total de emisiones y tiempo de programación (cuadro 2.55).

**Cuadro 2.55**  
*Distribución de la Ficción de estreno en televisión por su origen. Año 2019. México*

Géneros	Nacional			Iberoamericana		
	Títulos	Emisiones	Horas	Títulos	Emisiones	Horas
Telenovela	14	715	750	3	255	235
Serie	9	321	299	3	205	205
Miniserie	0	0	0	0	0	0
Telefilme	0	0	0	0	0	0
Unitario	2	185	167	0	0	0
Otros	0	0	0	0	0	0
<b>Total</b>	<b>25</b>	<b>1.221</b>	<b>1.216</b>	<b>6</b>	<b>460</b>	<b>440</b>

En la década 2010-2019, los títulos de la ficción de estreno se distribuyen entre los siguientes géneros: 61,3% telenovelas, 35,8% series, 0,8% miniseries y 0,8% programas unitarios (gráfico 2.16).



Las producciones de estreno emitidas en Canal 2 (Televisa) fueron las más populares en 2019. El ranking de audiencia estuvo dominado por el estreno de la serie *Silvia Pinal, frente a ti* y la telenovela *La Rosa de Guadalupe*, ambas con un capítulo que rebasó el 17% de audiencia. En este top-10, hay que señalar la presencia de una serie colombiana *Por amar sin ley* y otra argentina *Ringo: la pelea de su vida*, ambas superando el 14% de audiencia (cuadro 2.56)

Cuadro 2.56

## Ranking de audiencia de la Ficción. Año 2019. México

Nº	Título	País	Cadena	Audiencia	Share
1	Silvia Pinal, frente a ti	México	Canal 2	17,7	25,3
2	La Rosa de Guadalupe 12	México	Canal 2	17,1	25,8
3	La Usurpadora	México	Canal 2	14,7	21,8
4	Por amar sin ley 2	Colombia	Canal 2	14,4	21,7
5	Ringo: la pelea de su vida	Argentina	Canal 2	14,2	25,7
6	Como dice el dicho 5	México	Canal 2	13,8	25,5
7	Sin miedo a la verdad 2	México	Canal 5	13,7	20,3
8	Soltero con hijas	México	Canal 2	13,7	20,0
9	Doña Flor y su dos maridos	Brasil	Canal 2	13,4	21,3
10	Cuna de Lobos	México	Canal 2	13,2	20,4

El ranking histórico de audiencia de la década 2010-2019 también está copado por emisiones de series mexicanas en los canales de Televisa. Los tres títulos que consiguieron superar el 25% de audiencia fueron *Abismo de pasión*, *Soy tu dueña* y *Amores verdaderos* (cuadro 2.57).

Cuadro 2.57

## Ranking de audiencia de la Ficción. Década 2010-2019. México

Nº	Título	País	Cadena	Audiencia	Share	Año
1	Abismo de pasión	México	Televisa	25,8	37,2	2012
2	Soy tu dueña	México	Televisa	25,7	36,8	2010
3	Amores verdaderos	México	Televisa	25,6	38,9	2012
4	Porque el amor manda	México	Televisa	24,1	37,0	2012
5	Por ella soy Eva	México	Televisa	23,6	35,4	2012
6	Mi corazón es tuyo	México	Canal 2	23,1	-	2014
7	Hasta el fin del mundo te amaré	México	Canal 2	22,9	-	2014
8	Corazón indomable	México	Canal 2	21,3	39,8	2013
9	Lo que la vida me robó	México	Canal 2	21,3	32,3	2013
10	Una familia con suerte	México	Televisa	20,6	29,3	2011

Los títulos de estreno disponibles en plataformas VoD en 2019 en México suman un total de 27 (cuadro 2.58). Los países que aportaron una mayor oferta de títulos fueron: México (19), España (4), Argentina (2) y Colombia (2).

Cuadro 2.58

## Títulos de la Ficción de estreno por países de origen. Año 2019. México

País	TV Abierto	VOD
Argentina	0	2
Brasil	0	0
Chile	0	0
Colombia	1	2
Ecuador	0	0
España	1	4

EE.UU.	4	0
<b>México</b>	<b>25</b>	<b>19</b>
Perú	0	0
Portugal	0	0
Uruguay	0	0
Venezuela	0	0
Otros	0	0
<b>Total</b>	<b>31</b>	<b>27</b>

La distribución por géneros de los títulos VoD en 2019 refleja el dominio de las series sobre las telenovelas, tanto en la ficción nacional como iberoamericana (cuadro 2.59).

*Cuadro 2.59*  
*Distribución de la Ficción de estreno en VOD por su origen. Año 2019. México*

Géneros	Nacional		Iberoamericana	
	Títulos	Capítulos	Títulos	Capítulos
Telenovela	2	82	0	0
Serie	17	305	7	100
Miniserie	0	0	1	8
Unitario	0	0	0	0
Otros	0	0	0	0
<b>Total</b>	<b>19</b>	<b>387</b>	<b>8</b>	<b>108</b>

Los títulos mexicanos con mayor disponibilidad en VoD en 2019 en el conjunto de países analizados fueron *La Casa de las Flores* (8 países), *Tijuana* (8 países), *El Club* (6 países), *Monarca* (6 países), *Club de Cuervos* (5 países) e *Historia de un crimen: Colosio* (5 países). Todos ellos formaron parte del catálogo de Netflix. Por último, *Hernán* (6 países) y *El juego de las llaves* (5 países) conformaron el catálogo de Amazon Prime (cuadro 2.60).

*Cuadro 2.60*  
*Títulos de ficción con mayor disponibilidad en VoD. Año 2019. México*

N°	Título	País origen	Plataforma	País de acceso
1	La Casa de las Flores 1, 2, 3	México	Netflix	AR, BR, CO, ES, ME, PO, US, VE
2	Tijuana	México	Netflix	AR, BR, CO, ES, ME, PO, US, VE
3	El Club	México	Netflix	BR, ES, ME, PO, US, VE
4	Hernán	México, España	Amazon Prime	AR, BR, ES, ME, PE, UG
5	Monarca	México	Netflix	AR, BR, CO, ES, ME, PO
6	Club de Cuervos T4	México	Netflix	AR, ES, ME, PO, US
7	Historia de un Crimen: Colosio	México	Netflix	BR, ES, ME, PO, US
8	El juego de las llaves	México	Amazon Prime	AR, BR, ME, PE, PO
9	Yankee	México, USA	Netflix	ES, BR, PO, US
10	Sitiados: México	México	Fox, Movistar	AR, BR, PE
11	Claramente	México	Claro TV	CO, ME, UG
12	Diablo guardián	México	Amazon Prime	ES, AR, BR
13	Diablo guardián 2	México	Amazon Prime	ME, PE, US
14	La Bandida	México	Amazon Prime	BR, ME, PE



## PERÚ

Los canales de televisión incluidos en el análisis de Perú son Frecuencia Latina, América TV, Panamericana TV, ATV, Global TV y el canal público de TV Perú (ver cuadro introducción 2.1). América TV (8,9%) y Frecuencia Latina (4,5%) son los canales con más audiencia. Los seis canales analizados representan una audiencia conjunta del 19,8% según datos de Kantar Ibope Media.

En 2019, el tiempo dedicado por las cadenas peruanas a los programas de ficción supuso el 32,8% del total, seguido de los programas informativos con el 31,2%. En el periodo 2012-2019, la ficción registró un promedio del 37,3% del tiempo total de programación (cuadro 2.61).

*Cuadro 2.61*

*Porcentaje de tiempo de emisión de cada género en canales de televisión. Periodo 2012-2019. Perú*

Géneros	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	Promedio
Informativos	24,5	27,0	33,1	32,8	33,0	29,0	30,4	31,2	30,1
Entretenimiento	29,9	21,9	21,1	21,9	22,6	27,0	23,4	23,6	23,9
Deporte	4,7	4,1	3,9	3,3	2,7	3,0	3,6	2,9	3,5
<b>Ficción</b>	<b>37,2</b>	<b>42,0</b>	<b>37,2</b>	<b>37,9</b>	<b>37,3</b>	<b>37,9</b>	<b>36,4</b>	<b>32,8</b>	<b>37,3</b>
Otros	3,7	5,0	4,7	4,1	4,4	3,1	6,2	9,5	5,1
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

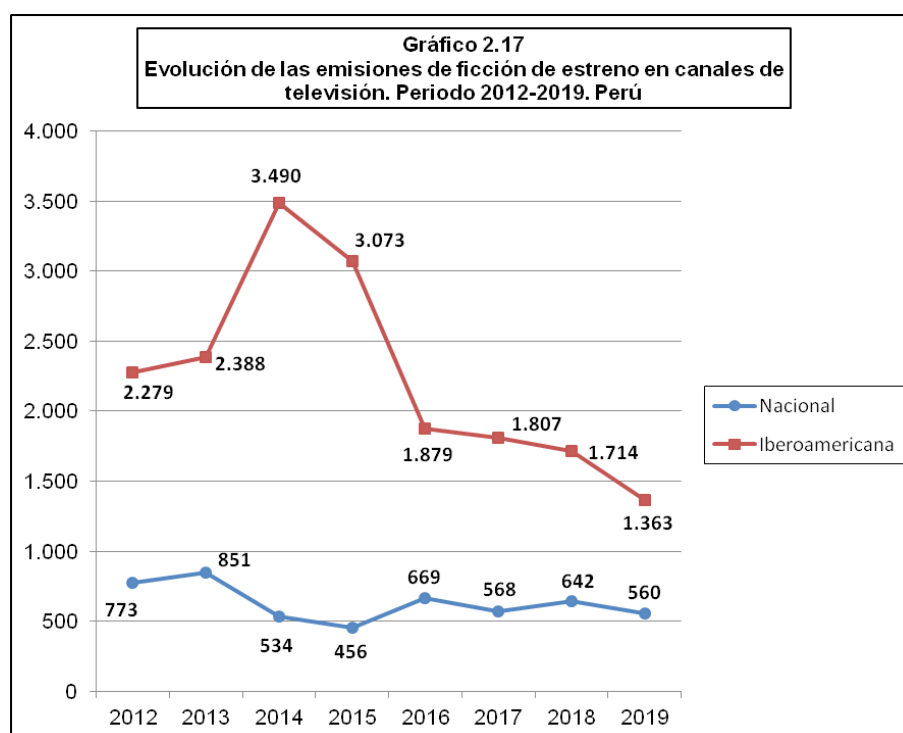
El número de títulos nacionales frente a los iberoamericanos representó el 33,3% en 2019 (8 títulos). El país que más producciones aportó a los canales peruanos fue México (12 títulos). Por su parte, Argentina, Brasil, Colombia y Estados Unidos aportaron un título cada país. El porcentaje de la ficción peruana de estreno, en 2019, alcanzó el 29% sobre el total en número de emisiones y horas de programación (cuadro 2.62).

*Cuadro 2.62*

*Ficción de estreno en canales de televisión por países de origen. Año 2019. Perú*

País	Títulos	Emisiones	Horas
Argentina	1	18	18
Brasil	1	134	141
Chile	1	74	75
Colombia	0	0	0
Ecuador	0	0	0
España	0	0	0
EE.UU.	1	36	36
México	12	1.101	1.106
<b>Perú</b>	<b>8</b>	<b>560</b>	<b>560</b>
Portugal	0	0	0
Uruguay	0	0	0
Venezuela	0	0	0
Otros	0	0	0
<b>Total</b>	<b>24</b>	<b>1.923</b>	<b>1.936</b>

La evolución del número de emisiones de Ficción en el periodo 2012-2019 muestra un máximo en 2014 de 3.490 emisiones para las obras iberoamericanas y de 851 en 2013 para las emisiones nacionales (gráfico 2.17).



Los porcentajes acumulados por la ficción peruana de estreno en el periodo 2012-2019 se situaron en torno al 22% del total de emisiones y horas de programación. El país que más ficción aportó a los canales peruanos analizados fue México con más del 40% del volumen total de ficción, seguido de Estados Unidos y Brasil, ambos países con un porcentaje en torno al 11%. Por último, la ficción de Colombia también tuvo representación en la parrilla peruana con más de un 7% sobre el total de emisiones y tiempo de difusión (cuadro 2.63).

**Cuadro 2.63**  
**Ficción acumulada de estreno por países de origen. Periodo 2012-2019. Perú**

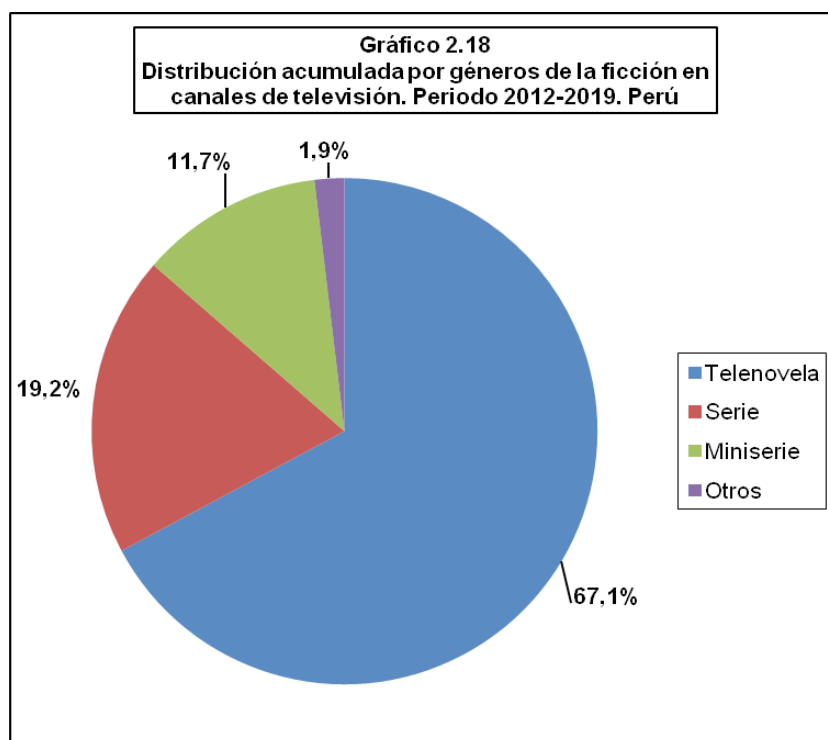
País	Títulos	%	Emisiones	%	Horas	%
Argentina	7	1,9	175	0,8	168	0,8
Brasil	40	11,1	2.743	11,9	2.614	12,0
Chile	1	0,3	74	0,3	75	0,3
Colombia	34	9,5	1.703	7,4	1.717	7,9
Ecuador	2	0,6	41	0,2	28	0,1
España	2	0,6	44	0,2	34	0,2
EE.UU.	38	10,6	2.514	10,9	2.509	11,6
México	128	35,7	10.166	44,2	9.185	42,3
<b>Perú</b>	<b>97</b>	<b>27,0</b>	<b>5.013</b>	<b>21,8</b>	<b>4.826</b>	<b>22,2</b>
Portugal	1	0,3	22	0,1	18	0,1
Uruguay	2	0,6	19	0,1	14	0,1
Venezuela	2	0,6	206	0,9	172	0,8
Otros	5	1,4	286	1,2	347	1,6
<b>Total</b>	<b>359</b>		<b>23.006</b>		<b>21.707</b>	

La telenovela fue el género más habitual en los canales peruanos durante 2018 con un 72,3% del total de emisiones, frente a casi un 26% registrado por las series (cuadro 2.64).

**Cuadro 2.64**  
*Distribución de la Ficción de estreno en canales de televisión por su origen. Año 2019. Perú*

Géneros	Nacional			Iberoamericana		
	Títulos	Emisiones	Horas	Títulos	Emisiones	Horas
Telenovela	5	332	332	15	1.059	1.063
Serie	2	194	194	1	302	313
Miniserie	1	34	34	0	0	0
Telefilme	0	0	0	0	0	0
Unitario	0	0	0	0	0	0
Otros	0	0	0	0	0	0
<b>Total</b>	<b>8</b>	<b>560</b>	<b>560</b>	<b>16</b>	<b>1.361</b>	<b>1.376</b>

En el periodo 2012-2019, los títulos de la ficción de estreno se distribuyen entre los siguientes géneros: 67,1% telenovelas, 19,2% series y 11,7% miniseries (gráfico 2.18).



Las producciones de estreno peruanas emitidas en América TV fueron las más populares en 2019. El *ranking* de audiencia estuvo dominado por la serie peruana *De vuelta al barrio* con un 24,7% de audiencia, seguida de *Señores Papis*, *En la piel de Alicia* y *Los Vilchez*, rebasando el 22% de audiencia (cuadro 2.65).

En este top-10 hay que reseñar la presencia de cuatro capítulos de obras mexicanas: *La Rosa de Guadalupe* (18,6%), *Mi marido tiene familia* (7,9%), *Ringo* (6,8%) y *Amar a muerte* (5,8%).



Cuadro 2.65

## Ranking de audiencia de la Ficción en televisión. Año 2019. Perú

Nº	Título	País	Cadena	Audiencia	Share
1	De vuelta al barrio	Perú	América TV	24,7	37,1
2	Señores Papis	Perú	América TV	22,9	35,8
3	En la piel de Alicia	Perú	América TV	22,7	34,4
4	Los Vílchez	Perú	América TV	22,0	34,6
5	Ojitos hechiceros 2	Perú	América TV	21,4	34,5
6	Chapa tu combi	Perú	América TV	20,6	32,2
7	La Rosa de Guadalupe	México	América TV	18,6	32,8
8	Mi marido tiene familia	México	América TV	7,9	18,8
9	Ringo	México	América TV	6,8	21,5
10	Amar a muerte	México, USA	ATV	5,8	9,4

El ranking histórico de audiencia en el periodo 2012-2019 en Perú también está copado por emisiones de producciones peruanas en América TV. La serie dominadora fue *Al fondo hay sitio* con un registro máximo de 31,2% y otros dos del 29,1% y 25,7%. También con más de un 25% de audiencia se situaron en el ranking *VBQ todo por la fama*, *La reina de las carretillas* y *Mi amor al Wachimán* (cuadro 2.66).

En este top-10 histórico también hubo sitio para dos títulos mexicanos: *Corazón indomable* (24,8%) y *La gata* (24,6%).

Cuadro 2.66

## Ranking de audiencia de la Ficción en televisión. Década 2012-2019. Perú

Nº	Título	País	Cadena	Audiencia	Share	Año
1	Al fondo hay sitio 5T	Perú	América TV	31,2	44,5	2013
2	Al fondo hay sitio 6T	Perú	América TV	29,1	42,2	2014
3	VBQ todo por la fama	Perú	América TV	28,0	31,5	2016
4	La reina de las carretillas	Perú	América TV	27,1	38,3	2013
5	Mi amor el Wachimán 2T	Perú	América TV	26,2	36,3	2013
6	Al fondo hay sitio 8T	Perú	América TV	25,7	38,9	2016
7	Corazón indomable	México	América TV	24,8	35,0	2014
8	De Vuelta al barrio	Perú	América TV	24,7	37,1	2019
9	La gata	México	América TV	24,6	36,0	2014
10	Al fondo hay sitio 7T	Perú	América TV	24,4	35,5	2015

Los títulos de estreno disponibles en plataformas VoD en Perú en 2019 suman un total de 47 (cuadro 2.67). Los países con títulos accesibles fueron: España (13), Brasil (12), Argentina (8), México (8), Perú (3), Colombia (2) y Estados Unidos (1).

Cuadro 2.67

*Títulos de la Ficción de estreno por países de origen.  
Año 2019. Perú*

País	TV Abierto	VOD
Argentina	1	8
Brasil	1	12
Chile	1	0
Colombia	0	2
Ecuador	0	0
España	0	13
EE.UU.	1	1
México	12	8
<b>Perú</b>	<b>8</b>	<b>3</b>
Portugal	0	0
Uruguay	0	0
Venezuela	0	0
Otros	0	0
<b>Total</b>	<b>24</b>	<b>47</b>

La distribución por géneros de los títulos VoD refleja el dominio del formato de las series, tanto en la ficción nacional como iberoamericana (cuadro 2.68). Por último, hay que señalar que Movistar ofertó en su plataforma tres producciones peruanas: *El día de mi suerte*, *Doña Teta* y *Un día eres joven* (cuadro 2.69).

Cuadro 2.68

*Distribución de la Ficción de estreno en VOD por su origen. Año 2019. Perú*

Géneros	Nacional		Iberoamericana	
	Títulos	Capítulos	Títulos	Capítulos
Telenovela	0	0	0	0
Serie	3	21	41	579
Miniserie	0	0	3	28
Unitario	0	0	0	0
Otros	0	0	0	0
<b>Total</b>	<b>3</b>	<b>21</b>	<b>44</b>	<b>607</b>

Cuadro 2.69

*Títulos de ficción con mayor disponibilidad en VoD. Año 2019. Perú*

Nº	Título	País origen	Plataforma	País de acceso
1	El día de mi suerte	Perú	Movistar	ES, PE, UG
2	Doña Teta	Perú	Movistar	PE
3	Un día eres joven	Perú	Movistar	PE



## PORTUGAL

Los canales incluidos en el estudio de Portugal son los privados SIC, TVI y los canales públicos RTP1, RTP2, RTP3, Canal Parlamento y RTP Memoria (ver cuadro introducción 2.1). Los canales con más audiencia son SIC (3,9%) y TVI (3,2%).

En 2019, el género que ocupó más tiempo de programación en las parrillas fue el de los informativos (31,6%) seguido de la ficción (19,9%). En la década 2010-2019, la ficción supuso el 22,9% del tiempo total de programación (cuadro 2.70).

*Cuadro 2.70*

*Porcentaje de tiempo dedicado a cada género por los canales de televisión. Periodo 2012-2019. Portugal*

Género	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	Promedio
Ficción	22,0	22,2	23,8	22,3	23,7	24,7	24,4	19,9	22,9
Información	17,0	22,9	25,1	24,7	24,3	21,9	22,5	31,6	23,8
Entretenimiento	18,0	19,0	22,5	22,9	21,7	22,2	21,6	20,5	21,1
Deportes	5,0	3,3	3,1	2,6	4,1	2,3	2,2	5,8	3,6
Culturales	9,0	7,5	8,4	9,7	9,6	10,9	10,2	7,4	9,1
Publicidad	16,0	5,3	6,6	6,8	4,7	5,4	5,9	5,2	7,0
Otros	13,0	19,8	10,5	11,0	11,9	12,6	13,2	9,6	12,7
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

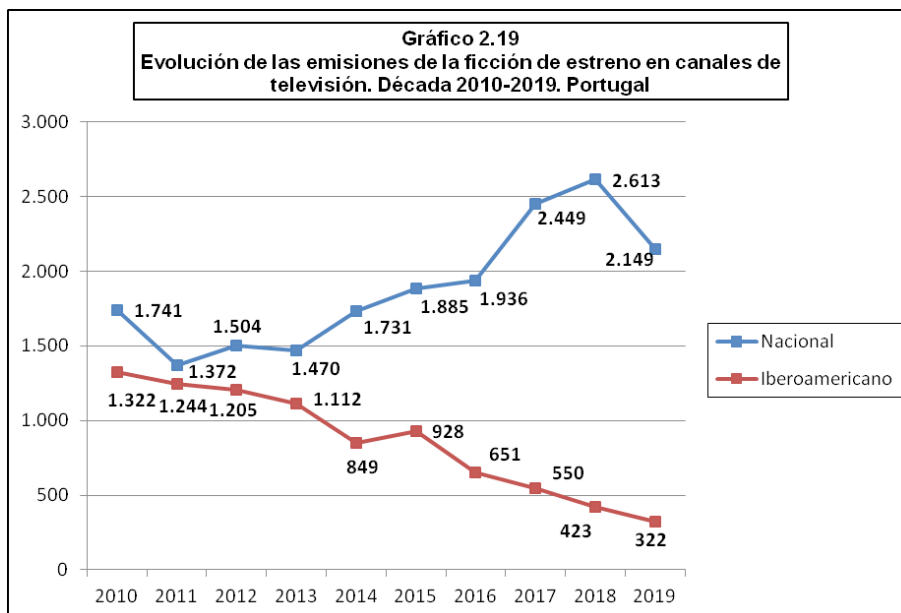
El número de títulos nacionales de ficción frente a los iberoamericanos representó el 87,5% en el año 2019 (24 títulos). Los dos únicos países que aportaron producciones televisivas fueron Brasil (2 títulos) y México (1 título). Los porcentajes acumulados por la ficción portuguesa en 2019 alcanzaron el 87% del total de emisiones y el 83% del tiempo total de programación (cuadro 2.71).

*Cuadro 2.71*

*Ficción de estreno en canales de televisión por países de origen. Año 2019. Portugal*

País	Títulos	Emisiones	Horas
Argentina	0	0	0
Brasil	2	263	167
Chile	0	0	0
Colombia	0	0	0
Ecuador	0	0	0
España	0	0	0
EE.UU.	0	0	0
México	1	59	43
Perú	0	0	0
<b>Portugal</b>	<b>21</b>	<b>2.149</b>	<b>1.028</b>
Uruguay	0	0	0
Venezuela	0	0	0
Otros	0	0	0
<b>Total</b>	<b>24</b>	<b>2.471</b>	<b>1.238</b>

La evolución del número de emisiones de Ficción en la década 2010-2019 muestra un máximo en 2018 de 2.613 emisiones para las obras nacionales y otro de 1.322 para las emisiones iberoamericanas en 2010. La gráfica muestra la tendencia creciente de la ficción autóctona frente a la decreciente de la ficción iberoamericana (gráfico 2.19).



Los porcentajes acumulados por la ficción portuguesa en la década 2010-2019 alcanzaron el 70,6% del total de títulos, el 68,7% del número total de emisiones y el 63,8% del tiempo total de programación. Tras Portugal, el país que más ficción aportó a la parrilla de los canales portugueses analizados fue Brasil, con el 28,6% del número total de emisiones y casi un 33% del tiempo total de programación (cuadro 2.72).

*Cuadro 2.72*

*Ficción acumulada de estreno en canales de televisión por países de origen. Década 2010-2019. Portugal*

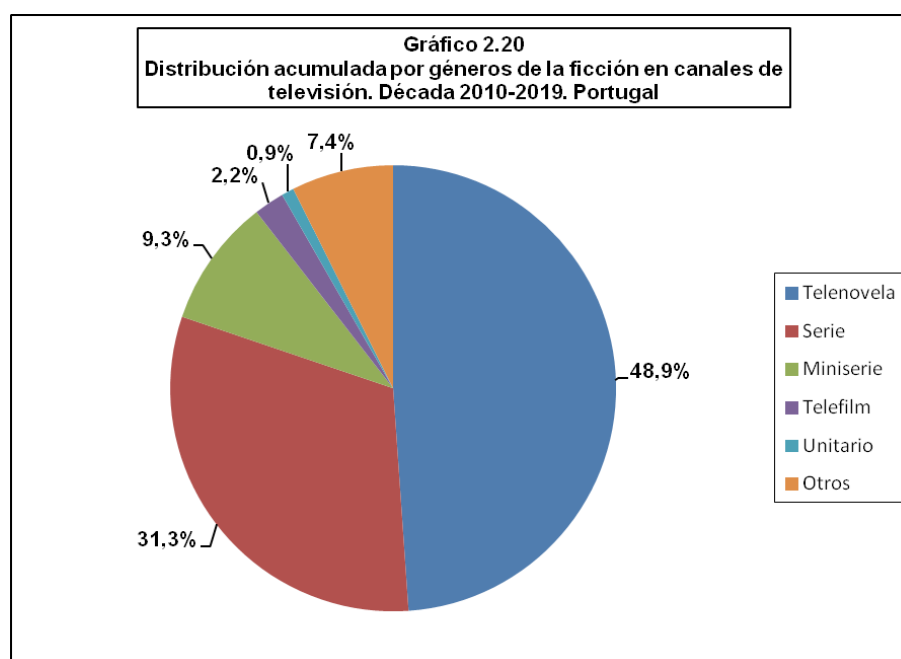
País	Títulos	%	Emisiones	%	Horas	%
Argentina	5	1,5	444	1,6	374	2,1
Brasil	84	26,0	7.851	28,6	5.948	32,9
Chile	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Colombia	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Ecuador	0	0,0	0	0,0	0	0,0
España	3	0,9	48	0,2	19	0,1
EE.UU.	0	0,0	0	0,0	0	0,0
México	1	0,3	59	0,2	43	0,2
Perú	0	0,0	0	0,0	0	0,0
<b>Portugal</b>	<b>228</b>	<b>70,6</b>	<b>18.850</b>	<b>68,7</b>	<b>11.525</b>	<b>63,8</b>
Uruguay	1	0,3	10	0,0	18	0,1
Venezuela	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Otros	1	0,3	194	0,7	145	0,8
<b>Total</b>	<b>323</b>		<b>27.456</b>		<b>18.072</b>	

La telenovela fue el género más habitual en los canales portugueses durante 2019. El 88,7% del total de emisiones y el 84,4% del tiempo de difusión perteneció a dicho género (cuadro 2.73).

**Cuadro 2.73**  
*Distribución de la Ficción de estreno en televisión por su origen. Año 2019. Portugal*

Géneros	Nacional			Iberoamericana		
	Títulos	Emisiones	Horas	Títulos	Emisiones	Horas
Telenovela	10	1.929	878	2	263	167
Serie	8	215	145	1	59	43
Miniserie	1	3	2	0	0	0
Telefilme	2	2	3	0	0	0
Unitario	0	0	0	0	0	0
Otros	0	0	0	0	0	0
<b>Total</b>	<b>21</b>	<b>2.149</b>	<b>1.028</b>	<b>3</b>	<b>322</b>	<b>210</b>

En la década 2010-2019, los títulos de la ficción de estreno se distribuyen entre los siguientes géneros: 48,9% telenovelas, 31,3% series y 9,3% miniseries (gráfico 2.20).



Las producciones seriadas de estreno emitidas en TVI y SIC fueron las más populares en 2019 (cuadro 2.74). Los capítulos que superaron el 10% de audiencia pertenecieron a las siguientes producciones: Nazaré (SIC), Terra Brava (SIC), Golpe de sorte (SIC) y Valor da vida (TVI).

En el ranking de audiencia hay que destacar la presencia de la serie argentina *Amar después de amar* (Telefe), con un registro del 8,8%. De esta producción hay que resaltar que, aparte del éxito de audiencia en su país de origen, ha sido adaptada por Televisa (México) con el título de *Caer en tentación* y por Atresmedia (España) bajo el título de *El nudo*.

Cuadro 2.74

## Ranking de audiencia de la Ficción en televisión. Año 2019. Portugal

Nº	Título	País	Cadena	Audiencia	Share
1	Nazaré	Portugal	SIC	13,7	27,2
2	Terra Brava	Portugal	SIC	12,7	29,6
3	Golpe de sorte	Portugal	SIC	12,0	28,6
4	Valor da vida	Portugal	TVI	11,3	24,0
5	Um Desejo de Natal	Portugal	SIC	9,2	24,3
6	Alma e Coração	Portugal	SIC	9,1	21,2
7	Amar después de amar	Argentina	TVI	8,8	18,4
8	A Teia	Portugal	TVI	8,2	24,3
9	Na Corda bamba	Portugal	TVI	7,7	15,9
10	Prisioneira	Portugal	TVI	7,5	18,8

El ranking histórico de audiencia de la ficción, en la década 2010-2019, en los canales de televisión en abierto en Portugal está compuesto por dos emisiones de series brasileñas y ocho portuguesas en los canales TVI y SIC (cuadro 2.75).

Las series dominadoras fueron la producción brasileña *Dancin' days* (16,3%) y la portuguesa *Única mulher 2* (16%). Con más de un 15% de audiencia, se situaron también en este top-10 las obras portuguesas *Espirito indomavel*, *Mar salgado* y *Deixa que te leve* y otro capítulo de *Dancin' Days*.

Cuadro 2.75

## Ranking de audiencia de la Ficción. Década 2010-2019. Portugal

Nº	Título	País	Cadena	Audiencia	Share	Año
1	Dancin' days	Brasil	SIC	16,3	33,2	2013
2	Única mulher 2	Portugal	TVI	16,0	31,5	2016
3	Espirito indomavel	Portugal	TVI	15,4	40,8	2011
4	Mar salgado	Portugal	SIC	15,3	31,8	2015
5	Deixa que te leve	Portugal	TVI	15,1	43,6	2010
6	Dancin' Days	Brasil	SIC	15,1	30,9	2012
7	Mar salgado	Portugal	SIC	14,8	30,6	2014
8	A herdeira	Portugal	TVI	14,3	30,0	2017
9	Única mulher	Portugal	TVI	14,2	29,6	2015
10	Sol de invierno	Portugal	SIC	14,0	28,6	2014

Los títulos de estreno disponibles en plataformas VoD en Portugal en 2019 suman un total de 63 (cuadro 2.76). Los países que aportaron una mayor oferta de títulos fueron: España (19), México (15), Brasil (12), Argentina (6), Portugal (5) y Colombia (4).

*Cuadro 2.76*  
*Títulos de la Ficción de estreno por países de origen en 2019.*  
*Portugal*

País	TV Abierto	VOD
Argentina	0	6
Brasil	2	12
Chile	0	0
Colombia	0	4
Ecuador	0	0
España	0	19
EE.UU.	0	2
México	1	15
Perú	0	0
<b>Portugal</b>	<b>21</b>	<b>5</b>
Uruguay	0	0
Venezuela	0	0
Otros	0	0
<b>Total</b>	<b>24</b>	<b>63</b>

La distribución por géneros de los títulos VoD refleja el dominio del formato de las series, tanto en la ficción nacional como iberoamericana, con el 90% de los títulos en servicio y casi el 73,3% de los capítulos disponibles (cuadro 2.77).

*Cuadro 2.77*  
*Distribución de la Ficción de estreno en VOD por su origen. Año 2019. Portugal*

Géneros	Nacional		Iberoamericana	
	Títulos	Capítulos	Títulos	Capítulos
Telenovela	0	0	3	243
Serie	5	29	52	686
Miniserie	0	0	3	17
Unitario	0	0	0	0
Otros	0	0	0	0
<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>29</b>	<b>58</b>	<b>946</b>

Para finalizar con el estudio de Portugal, hay que señalar que la oferta de producciones lusas en VOD se restringió a cinco obras accesibles a través de la plataforma de la televisión pública portuguesa (cuadro 2.78).

*Cuadro 2.78*  
*Títulos de ficción con mayor disponibilidad en VoD. Año 2019. Portugal*

Nº	Título	País origen	Plataforma	País de acceso
1	Bad & Break-Fast	Portugal	RTP Play	PO
2	Frágil	Portugal	RTP Play	PO
3	Inquilinos	Portugal	RTP Play	PO
4	Menos um	Portugal	RTP Play	PO
5	On C@ll	Portugal	RTP Play	PO



## URUGUAY

Los canales de televisión incluidos en el estudio de Uruguay son los privados Montecarlo, Saeta y Teledoce, y los canales públicos Televisión Nacional de Uruguay (TNU) y Canal de la Intendencia de Montevideo (TV Ciudad) (ver cuadro introducción 2.1). Los canales con más audiencia son Saeta (6,4%) y Teledoce (5,3%).

En 2019, el género al que más tiempo dedicaron los canales uruguayos fue el de informativos (27,2%), seguido de la ficción (25,8%). El porcentaje promedio de la ficción en la década 2010-2019 se sitúa en el 27% (cuadro 2.79).

*Cuadro 2.79*

*Porcentaje de tiempo de emisión dedicado a cada género por los canales de televisión. Década 2010-2019. Uruguay*

Géneros	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	Promedio
Ficción	29,7	23,7	24,5	28,0	28,3	30,6	25,9	26,0	27,0	25,8	27,0
Información	19,9	20,7	23,0	22,0	23,3	24,7	26,9	28,0	31,0	27,2	24,7
Entretenimiento	19,1	26,3	25,2	25,5	27,6	27,2	32,0	25,0	22,0	22,5	25,2
Deportivo	4,2	3,3	3,9	3,0	3,6	2,9	3,1	2,0	5,0	2,2	3,3
Servicio	10,8	8,2	13,9	10,0	11,7	11,6	10,2	19,0	15,0	11,3	12,2
Otros	16,3	17,8	9,5	11,5	5,5	3,0	1,9	0,0	0,0	11,0	7,7
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

Los países con títulos de estreno en los canales uruguayos en 2019 son Brasil (11 títulos), Argentina (6), España (3), Chile (2), Estados Unidos (2) y México (2). En 2019, solo se estrenó un título uruguayo (cuadro 2.80).

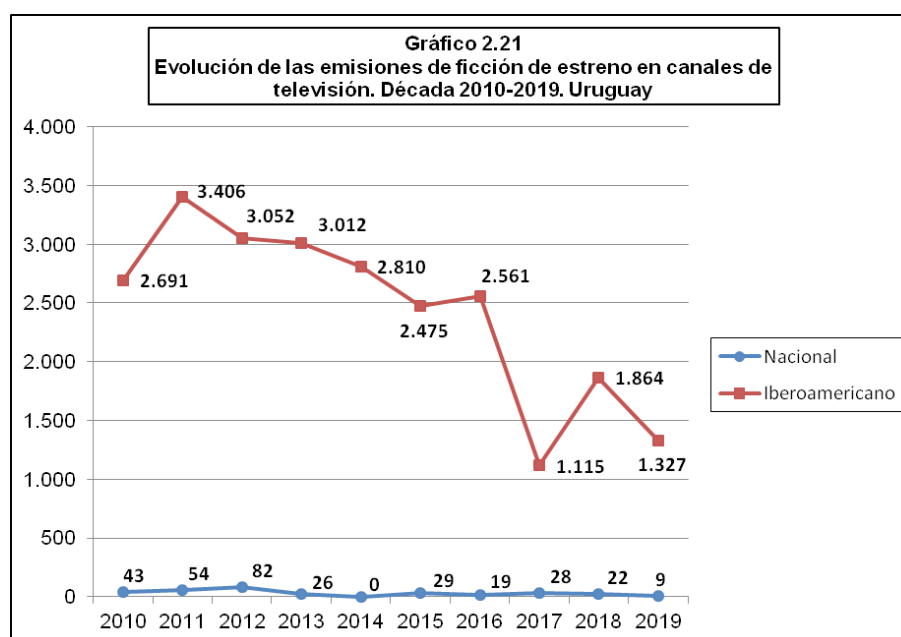
*Cuadro 2.80*

*Ficción de estreno en canales de televisión por países de origen. Año 2019. Uruguay*

País	Títulos	Emisiones	Horas
Argentina	6	291	203
Brasil	11	490	367
Chile	2	192	135
Colombia	0	0	0
Ecuador	0	0	0
España	3	184	132
EE.UU.	2	138	105
México	2	32	24
Perú	0	0	0
Portugal	0	0	0
<b>Uruguay</b>	<b>1</b>	<b>9</b>	<b>3</b>
Venezuela	0	0	0
Otros	0	0	0
<b>Total</b>	<b>27</b>	<b>1.336</b>	<b>969</b>



La gráfica de la evolución de las emisiones de ficción en la década 2010-2019 muestra la reducida producción nacional (con un máximo de 82 emisiones en 2012). Respecto a las series iberoamericanas, existe un máximo de 3.406 emisiones en 2011 y un mínimo de 1.115 en 2017 (gráfico 2.21).



Los porcentajes acumulados por la ficción uruguaya la década 2010-2019 tan solo alcanzaron el 5,5% del total de títulos, el 1,3% del total de emisiones y el 0,9% del tiempo total de programación. En este periodo, los países con más volumen de programación en la parrilla de los canales uruguayos son Argentina, Brasil, México y España (cuadro 2.81).

*Cuadro 2.81*

*Ficción acumulada de estreno en canales de televisión por países de origen. Uruguay. Periodo 2010-2019*

País	Títulos	%	Emisiones	%	Horas	%
Argentina	86	23,7	5.493	22,3	4.897	22,6
Brasil	73	20,1	5.254	21,3	4.304	19,9
Chile	18	5,0	1.064	4,3	801	3,7
Colombia	28	7,7	1.837	7,5	1.542	7,1
Ecuador	0	0,0	825	3,4	0	0,0
España	48	13,2	3.140	12,8	3.789	17,5
EE.UU.	17	4,7	1.240	5,0	1.132	5,2
México	51	14,0	3.784	15,4	3.502	16,2
Perú	1	0,3	28	0,1	17	0,1
Portugal	1	0,3	179	0,7	200	0,9
<b>Uruguay</b>	<b>20</b>	<b>5,5</b>	<b>312</b>	<b>1,3</b>	<b>193</b>	<b>0,9</b>
Venezuela	5	1,4	427	1,7	417	1,9
Otros	15	4,1	1.042	4,2	833	3,9
<b>Total</b>	<b>363</b>		<b>24.625</b>		<b>21.627</b>	

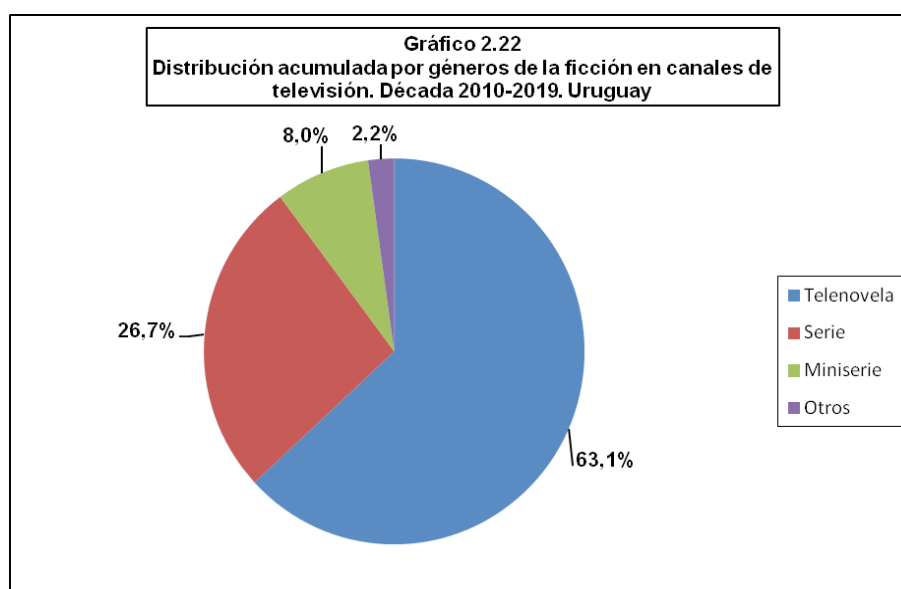
La telenovela fue el género más habitual en los canales uruguayos durante 2019 con el 80% del total de emisiones y tiempo de difusión frente al 18% del formato de series (cuadro 2.82).

Cuadro 2.82

Distribución de la Ficción de estreno en canales de televisión por su origen. Año 2019. Uruguay

Géneros	Nacional			Iberoamericana		
	Títulos	Emisiones	Horas	Títulos	Emisiones	Horas
Telenovela	0	0	0	14	1.065	780
Serie	1	9	3	8	232	166
Miniserie	0	0	0	4	30	20
Telefilme	0	0	0	0	0	0
Unitario	0	0	0	0	0	0
Otros	0	0	0	0	0	0
<b>Total</b>	<b>1</b>	<b>9</b>	<b>3</b>	<b>26</b>	<b>1.327</b>	<b>966</b>

En la década 2010-2019, los títulos de la ficción de estreno se distribuyen entre los géneros de la siguiente forma: 63,1% telenovelas, 26,7% series y 8% miniseries (gráfico 2.22).



Las producciones de estreno iberoamericanas emitidas en Teledoce fueron las más populares en 2019 en los canales uruguayos (cuadro 2.83). El *ranking* de audiencia de ficción estuvo dominado por la producción brasileña *El otro lado del paraíso* (13,1%), la coproducción entre Colombia y Estados Unidos *Betty en NY* (10,9%) y por otra serie brasileña *Ojos sin culpa* (10,8%).

En este top-10 también hay que señalar la presencia de la producción argentina *Pequeña Victoria* (8,8%) y la chilena *Verdades ocultas* (8,3%).

Cuadro 2.83

Ranking de audiencia de la Ficción en televisión. Año 2019. Uruguay

Nº	Título	País	Cadena	Audiencia	Share
1	El otro lado del paraíso	Brasil	Teledoce	13,1	20,4
2	Betty en NY	Colombia, USA	Teledoce	10,9	16,5
3	Ojos sin culpa	Brasil	Teledoce	10,8	17,4
4	El Rico y Lázaro	Brasil	Saeta	9,6	21,7

5	Final feliz	Brasil	Teledoce	9,4	15,3
6	Carceleros	Brasil	Teledoce	8,9	14,5
7	Pequeña Victoria	Argentina	Canal 4	8,8	14,2
8	Nuevo Sol	Brasil	Teledoce	8,6	13,9
9	Bajo presión	Brasil	Teledoce	8,5	14,4
10	Verdades ocultas	Chile	Teledoce	8,3	15,8

El ranking histórico de audiencia de la década 2010-2019 también está copado en su mayoría por emisiones programadas en Teledoce (cuadro 2.84). Las obras más populares procedieron de Brasil y las dos que sobrepasaron el 20% de audiencia fueron *Insensato corazón* y *Rastros de mentiras*.

Completan el ranking histórico en los canales uruguayos las obras brasileñas *Avenida Brasil* (19,6%) y *Moisés y los diez mandamientos* (17,7%); las argentinas *Sos mi hombre* (17,2%), *Solamente vos* (17,2%) y *Guapas* (16,8%) y la producción chilena *Celia* (16,7%).

Cuadro 2.84

*Ranking de audiencia de la Ficción en televisión. Década 2010-2019. Uruguay*

Nº	Título	País	Cadena	Audiencia	Share	Año
1	Insensato corazón	Brasil	Teledoce	20,7	32,0	2012
2	Rastros de mentiras	Brasil	Teledoce	20,2	32,2	2015
3	Rastros de mentiras	Brasil	Teledoce	19,6	35,0	2014
4	Avenida Brasil	Brasil	Teledoce	19,6	31,0	2014
5	Avenida Brasil	Brasil	Teledoce	19,5	34,0	2013
6	Moisés y los diez mandamientos	Brasil	Saeta	17,7	28,2	2016
7	Sos mi hombre	Argentina	Teledoce	17,2	29,0	2012
8	Solamente vos	Argentina	Teledoce	17,2	28,0	2013
9	Guapas	Argentina	Teledoce	16,8	28,0	2014
10	Celia	Colombia	Saeta	16,7	29,5	2016

Los títulos de estreno disponibles en plataformas VoD en Uruguay en 2019 suman un total de 64 (cuadro 2.85). Los países que ofertaron títulos a través de este sistema de difusión fueron: España (23), Argentina (19), Brasil (10), México (6), Colombia (3), Chile (1) y Uruguay (1).

Cuadro 2.85

*Títulos de la Ficción de estreno por países de origen en 2019. Uruguay*

País	TV Abierto	VOD
Argentina	6	19
Brasil	11	10
Chile	2	1
Colombia	0	3
Ecuador	0	0
España	3	23
EE.UU.	2	0
México	2	6
Perú	0	1

Portugal	0	0
<b>Uruguay</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
Venezuela	0	0
Otros	0	0
<b>Total</b>	<b>27</b>	<b>64</b>

La distribución por géneros de los títulos VoD en 2019 refleja el dominio de las series, con el 73% de los títulos en servicio y casi el 80% de los capítulos disponibles (cuadro 2.86).

La única serie uruguaya disponible en VoD en Uruguay, a través de la plataforma UN3 TV (Youtube), fue *Hotel Romanov*.

*Cuadro 2.86*

*Distribución de la Ficción de estreno en VOD por su origen. Año 2019. Uruguay*

Géneros	Nacional		Iberoamericana	
	Títulos	Capítulos	Títulos	Capítulos
Telenovela	0	0	1	15
Serie	0	0	46	531
Miniserie	0	0	11	77
Unitario	0	0	0	0
Otros	1	8	5	43
<b>Total</b>	<b>1</b>	<b>8</b>	<b>63</b>	<b>666</b>



## VENEZUELA

Los canales incluidos en el estudio de Venezuela son los canales privados Canal I, Globovisión, TLT, Meridiano Televisión, Televen, TV Familia, Vale TV, Venevisión, Vepaco TV y los canales públicos 123TV, Alba TV, ANTV, Ávila TV, Colombeia, Conciencia TV, Corazón, PDV, Telesur, Tves, TV Fanb, Vive TV y VTV (ver introducción cuadro 2.1).

En 2019, el género al que más tiempo dedicaron las cadenas venezolanas fue el de los programas de entretenimiento (38,3%), seguido de la ficción (22,1%). El porcentaje promedio de la ficción en la década 2010-2019 se situó en el 19,9% (cuadro 2.87).

Cuadro 2.87

Porcentaje de tiempo de emisión dedicado a cada género por los canales de televisión. Década 2010-2019. Venezuela

Género	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	Promedio
Ficción	19,0	15,0	27,0	23,0	18,4	23,4	*	11,5	*	22,1	19,9
Información	45,0	42,0	14,0	14,0	22,5	40,7	*	47,0	*	13,6	29,9
Entretenimiento	19,0	12,0	15,0	11,0	13,7	14,7	*	24,0	*	38,3	18,5
Cultural	*	*	*	22,0	0,0	0,0	*	0,8	*	8,6	6,3
Deportivo	10,0	8,0	3,0	2,0	13,3	2,7	*	5,2	*	1,3	5,7
Otros	7,0	23,0	41,0	28,0	32,1	18,5	*	11,5	*	16,1	22,2
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>*</b>	<b>100,0</b>	<b>*</b>	<b>100,0</b>	

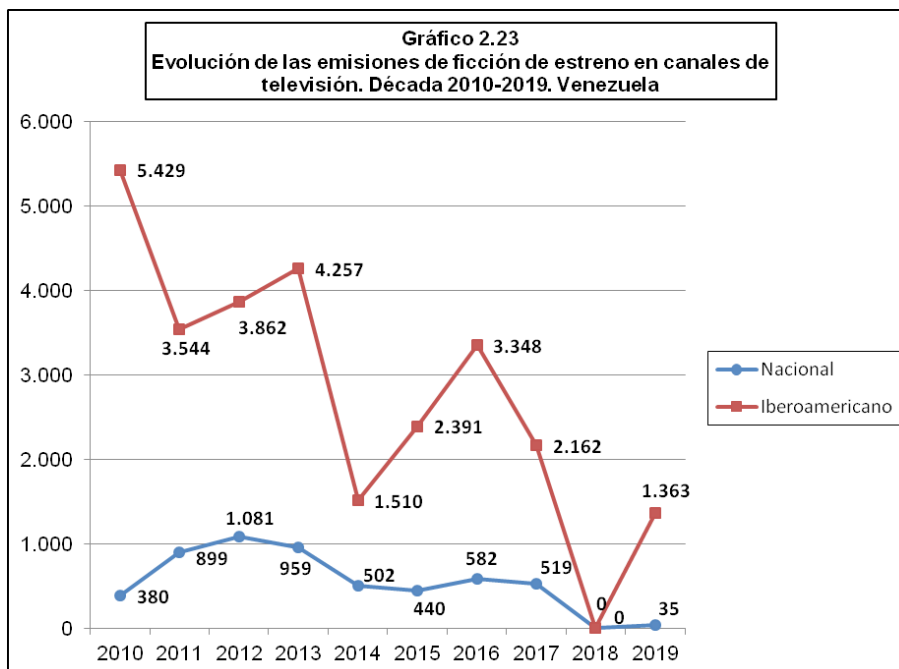
En 2019, se estrenaron dos títulos nacionales de ficción frente a 16 estrenos de producciones iberoamericanas. Los países que aportaron más producciones televisivas fueron Colombia (8 títulos) y México (5 títulos). Los porcentajes registrados por la ficción colombiana sobrepasaron el 40% del total de emisiones y tiempo de programación, los de la mexicana casi alcanzan dicho porcentaje y los de la ficción argentina se situaron en torno al 10% (cuadro 2.88).

Cuadro 2.88

Ficción de estreno por países de origen en canales de televisión. Año 2019. Venezuela

País	Títulos	Emisiones	Horas
Argentina	2	145	127
Brasil	0	0	0
Chile	0	0	0
Colombia	8	566	472
Ecuador	0	0	0
España	0	0	0
EE.UU.	1	98	74
México	5	554	443
Perú	0	0	0
Portugal	0	0	0
Uruguay	0	0	0
<b>Venezuela</b>	<b>2</b>	<b>35</b>	<b>35</b>
Otros	0	0	0
<b>Total</b>	<b>18</b>	<b>1.398</b>	<b>1.151</b>

En la década 2010-2019, la ficción venezolana de estreno se movió en un intervalo comprendido entre 35 (2019) y 1.081 emisiones (2012). La muestra de la programación de obras iberoamericanas se comportó de forma irregular, con un máximo de 5.429 emisiones (2010) y un mínimo de 1.363 emisiones (2019), según muestra el gráfico 2.23.



Los porcentajes acumulados por la ficción venezolana en la década 2010-2019 representaron casi el 14% del total de emisiones y tiempo de programación. En este periodo, los países iberoamericanos cuya ficción tuvo más presencia en las parrillas de canales venezolanos fueron México, Colombia, Estados Unidos, Brasil y Argentina (cuadro 2.89).

*Cuadro 2.89*

*Ficción acumulada de estreno por países de origen en canales de televisión. Década 2010-2019. Venezuela*

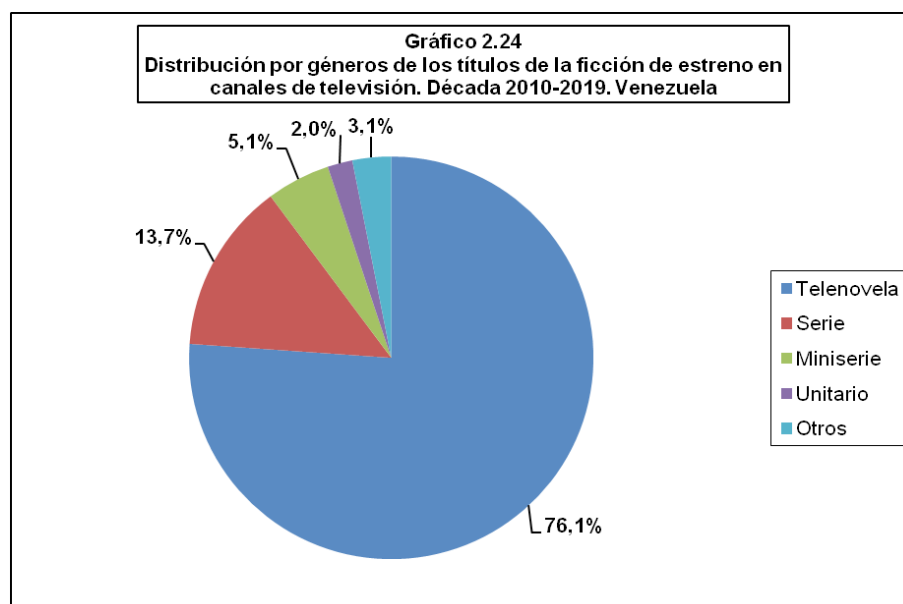
País	Títulos	%	Emisiones	%	Horas	%
Argentina	15	3,8	1.233	3,7	966	3,6
Brasil	22	5,6	2.058	6,2	1.628	6,1
Chile	4	1,0	254	0,8	240	0,9
Colombia	110	28,0	8.821	26,5	7.463	27,9
Ecuador	3	0,8	224	0,7	198	0,7
España	2	0,5	95	0,3	70	0,3
EE.UU.	45	11,5	3.734	11,2	3.119	11,7
México	99	25,2	10.208	30,6	7.681	28,7
Perú	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Portugal	1	0,3	22	0,1	18	0,1
Uruguay	1	0,3	9	0,0	7	0,0
<b>Venezuela</b>	<b>68</b>	<b>17,3</b>	<b>4.635</b>	<b>13,9</b>	<b>3.699</b>	<b>13,8</b>
Otros	23	5,9	2.037	6,1	1.646	6,2
<b>Total</b>	<b>393</b>		<b>33.330</b>		<b>26.735</b>	

La telenovela fue el género más habitual en los canales venezolanos durante 2019 con el 90% del volumen de programación total (cuadro 2.90).

**Cuadro 2.90**  
*Distribución de la Ficción de estreno en canales de televisión por su origen. Año 2019. Venezuela*

Género	Nacional			Iberoamericana		
	Títulos	Emisiones	Horas	Títulos	Emisiones	Horas
Telenovela	0	0	0	15	1.265	1.042
Serie	2	35	35	1	98	74
Miniserie	0	0	0	0	0	0
Unitario	0	0	0	0	0	0
<b>Total</b>	<b>2</b>	<b>35</b>	<b>35</b>	<b>16</b>	<b>1.363</b>	<b>1.116</b>

En la década 2010-2019, la distribución acumulada de los títulos de la ficción de estreno fue la siguiente: 76,1% telenovelas, 13,7% series, 5,1% miniseries y 2% programas unitarios (gráfico 2.24).



Las producciones de estreno emitidas en Venevisión y Televen fueron las más populares en 2019 en Venezuela (cuadro 2.91). El *ranking* de audiencia de ficción estuvo liderado por producciones colombianas y mexicanas que superaron el 2% de audiencia. En concreto, las colombianas fueron *Loquito por ti* y *Zumba, despierta tu pasión* y las mexicanas *Mi marido tiene más familia* y *La Patrona*.

Las producciones venezolanas que también formaron parte de este ranking de audiencia con un máximo de un 1,8% fueron: *Cara sucia*, *Los Querendones* y *Eva Luna*.

Cuadro 2.91

## Ranking de audiencia de la Ficción. Año 2019. Venezuela

Nº	Título	País	Cadena	Audiencia	Share
1	Loquito por ti	Colombia	Venevisión	2,6	15,2
2	Mi marido tiene más familia	México	Venevisión	2,4	14,6
3	Zumba, despierta tu pasión	Colombia	Televen	2,2	12,6
4	La Patrona	México	Televen	2,2	11,7
5	La Ley secreta	Colombia	Televen	1,9	11,2
6	Esmeraldas	Colombia	Televen	1,9	10,8
7	Cara sucia	Venezuela	Venevisión	1,8	11,0
8	Los Querendones	Venezuela	Venevisión	1,8	15,9
9	Eva Luna	Venezuela, USA	Venevisión	1,8	10,5
10	Yo no te pido la Luna	Colombia	Televen	1,8	10,3

El ranking histórico de audiencia de la década 2010-2019 también está conformado por emisiones programadas en Venevisión y Televen. En este top-10 hay ficción procedente de Venezuela, Colombia, Estados Unidos y México (cuadro 2.92).

Las obras que superaron el 8% de audiencia fueron: *La mujer perfecta* (Venezuela), *Soy tu dueña* (México), *El clon* (Estados Unidos) y *¿Dónde está Elisa?* (Estados Unidos)

Cuadro 2.92

## Ranking de audiencia de la Ficción. Año 2019. Venezuela

Nº	Título	País	Cadena	Audiencia	Share	Año
1	La mujer perfecta	Venezuela	Venevisión	8,5	51,0	2010
2	Soy tu dueña	México	Venevisión	8,3	47,0	2010
3	El clon	EE.UU.	Televen	8,1	52,2	2010
4	¿Dónde está Elisa?	EE.UU.	Televen	8,0	48,3	2010
5	Más sabe el diablo	EE.UU.	Televen	7,4	55,6	2010
6	Chepe Fortuna	Colombia	Televen	7,4	37,5	2010
7	Doña Bárbara	EE.UU.	Televen	7,3	49,5	2010
8	La viuda joven	Venezuela	Venevisión	7,2	29,5	2011
9	El capo	Colombia	Televen	7,1	34,6	2010
10	A corazón abierto	EE.UU.	Venevisión	6,9	47,7	2010
11	Rosario Tijeras	Colombia	Venevisión	6,9	44,8	2010

Los títulos de estreno disponibles en plataformas VoD en Venezuela en 2019 suman un total de 28 (cuadro 2.93). Los países con ficción disponible fueron: España (9), México (8), Colombia (5), Brasil (3), Argentina (2) y Venezuela (1).



Cuadro 2.93

*Títulos de la Ficción de estreno por países de origen en 2019. Venezuela*

País	TV Abierto	VOD
Argentina	2	2
Brasil	0	3
Chile	0	0
Colombia	8	5
Ecuador	0	0
España	0	9
EE.UU.	1	0
México	5	8
Perú	0	0
Portugal	0	0
Uruguay	0	0
<b>Venezuela</b>	<b>2</b>	<b>1</b>
Otros	0	0
<b>Total</b>	<b>18</b>	<b>28</b>

La distribución por géneros de los títulos VoD en 2019 refleja el dominio de las series, tanto en la ficción nacional como iberoamericana con la mayoría de títulos y capítulos disponibles (cuadro 2.94).

La única producción venezolana disponible en VOD en 2019 fue *La dama y el vigilante* en la plataforma Tves (Youtube).

Cuadro 2.94

*Distribución de la Ficción de estreno en plataformas VOD por su origen. Año 2019. Venezuela*

Géneros	Nacional		Iberoamericana	
	Títulos	Capítulo	Títulos	Capítulos
Telenovela	0	0	0	0
Serie	1	12	25	445
Miniserie	0	0	2	11
Unitario	0	0	0	0
<b>Total</b>	<b>1</b>	<b>12</b>	<b>27</b>	<b>456</b>



**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](mailto:correo@aribsan.org)  
[www.aribsan.org](http://www.aribsan.org)

A silhouette map of the Iberian Peninsula and Latin America is shown in a darker shade of brown against a lighter brown background. The map includes the Iberian Peninsula, the Canary Islands, and the continents of North and South America.

PLATINO EDUCA: EL CINE Y LA EDUCACIÓN COMO PUENTES  
PARA LAS CULTURAS IBEROAMERICANAS



## PLATINO EDUCA: EL CINE Y LA EDUCACIÓN COMO PUENTES PARA LAS CULTURAS IBEROAMERICANAS

Por Luis Caballero

Confiesa Alain Bergala que el cine fue un elemento determinante en su constitución como persona, hasta tal punto de considerarse «salvado» por él. Este notable crítico y cineasta francés –a quien el exministro de Cultura francés, Jack Lang, encargó un plan para la introducción del cine en las enseñanzas fundamentales–, sostenía que el cine había desempeñado en su vida una función paralela a la de la educación formal. Y que solo gracias a los diversos «pasadores» (maestros, críticos, cineastas) que, desde niño, le fueron presentando títulos clave de la cinematografía, pudo ver su horizonte de perspectivas ampliado y desarrollar un criterio propio y fundamentado.

El interesantísimo testimonio de Bergala, recogido en el libro *La hipótesis del cine*, no pretende ser la crónica de un caso particular de cinefilia precoz, sino más bien servir de bandera a una causa que durante décadas se ha defendido desde un frente doble –el que conforman la industria del cine y el sector educativo. Pero ese objetivo, el de la integración del cine en el currículo escolar, siempre ha presentado una serie de problemas logísticos y tecnológicos que han obstaculizado su consecución: desde disponer de un catálogo audiovisual selecto en soporte físico (una «videoteca»), hasta contar con la correspondiente licencia legal para utilizarlo en clase, pasando por el diseño y la aplicación de los contenidos pedagógicos que, idóneamente, acompañarán cada visionado.

La pandemia que a lo largo de 2020 ha trastocado de forma irreversible tantos pilares de nuestro mundo globalizado también ha servido para poner de relieve el carácter necesario de la cultura y el entretenimiento –y, en particular, la enorme relevancia de los contenidos audiovisuales. Las plataformas de vídeo bajo demanda han experimentado un aumento astronómico en la demanda, y el consumo online de películas y series se ha disparado hasta cifras inauditas –incluidas las relativas a la piratería y la difusión ilegal de estos contenidos. Ya no cabe duda de que el presente y el futuro del audiovisual pasan por una disponibilidad amplia e inmediata, con todos los peligros que esto implica: relativización o devaluación del valor artístico, consumo indiscriminado de contenidos vacuos o incluso potencialmente nocivos, empobrecimiento de la capacidad de análisis crítico, etc...

Es en esta compleja coyuntura cuando aparece [Platino Educa](#). Fruto de toda la experiencia que EGEDA adquirió con el lanzamiento de plataformas dirigidas al sector educativo como VeoQuijote o VeoEduca, y del firme compromiso que la entidad tiene con la promoción del cine y la cultura de Iberoamérica (así como la perspectiva privilegiada que le otorga su presencia asentada en

Latinoamérica y EEUU), Platino Educa nació en marzo de 2020 tras más de un año de desarrollo. Desde entonces, su objetivo no ha sido otro que el de responder a esa demanda educativa que mencionábamos más arriba, la de utilizar el cine para el desarrollo de competencias y contenidos –pero atendiendo al escenario social, cultural y tecnológico de la actual década. Pues si bien fue concebida para su uso presencial en el aula, Platino Educa también ha sabido adaptarse rápidamente a las necesidades inmediatas de docentes y centros –particularmente en todo lo que concierne a la educación a distancia o semipresencial.

Hoy, en solo unos meses, lo que era poco más que un sueño se ha convertido en una plataforma consolidada y plenamente funcional, con un catálogo en aumento de más de 200 obras audiovisuales (largometrajes, cortometrajes, documentales, animación) seleccionadas por su valor educativo para el trabajo con asignaturas y otros contenidos específicos, para la formación en valores –con especial énfasis en los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030– y para la tan demandada alfabetización audiovisual –esto es, enseñar a ver e interpretar el cine y otros medios afines. Obras que además se ofrecen en varios idiomas y con diversos subtítulos, con secuencias extraídas para su uso por separado, y acompañadas de exclusivas guías didácticas que han elaborado especialistas en educación –y que orientan al docente en el aprovechamiento pedagógico del material audiovisual.

Dicho esto, Platino Educa no se conforma con ser una mera plataforma tecnológica y ya constituye una verdadera comunidad educativa, conectada con grandes iniciativas internacionales como los Premios Platino del Cine Iberoamericano o Platino Industria y con presencia destacada en encuentros como el Festival de San Sebastián, la Feria Internacional del Libro LIBER o el Festival del Cine y la Palabra (CiBRA). Una comunidad que se extiende hacia afuera pero también crece por dentro: sin ir más lejos, a raíz de su acuerdo con la Junta de Castilla y León y el Plan de Lectura de su Consejería de Educación –por el cual 18 centros, 143 profesores y 2.970 alumnos han utilizado la plataforma en sus clases–, Platino Educa ha creado una sección [Especial Miguel Delibes](#) para conmemorar el centenario del nacimiento del escritor vallisoletano y acercar su vida y obra a los estudiantes, ofreciendo siete de sus más destacadas adaptaciones al cine con sus correspondientes guías didácticas (y otros contenidos adicionales). A esta sección, además, le sigue un segundo especial dedicado a la figura de Benito Pérez-Galdós, y a su vez ha venido acompañada del nacimiento de los [Encuentros Platino Educa](#) –una serie de webinars temáticos en los que diversos especialistas profundizan en temas que unen cine y educación.

Además, Platino Educa publica mensualmente una [Revista](#) digital que complementa todos los contenidos pedagógicos ofrecidos por la plataforma con otros de especial interés tanto para el sector educativo como para el del cine. Entre ellos cabe destacar artículos elaborados por especialistas en el uso del cine con fines educativos, testimonios de docentes que emplean Platino Educa en sus clases, unidades didácticas de alfabetización audiovisual elaboradas *ad hoc* por la ECAM o recomendaciones pedagógicas sobre obras del catálogo, así como entrevistas exclusivas con figuras institucionales del ámbito de la educación y la cultura como son Isabel Celaá (Ministra de Educación y Formación Profesional), José Manuel Rodríguez Uribe (Ministro de Cultura y Deporte), José Andrés Torres Mora (Presidente Ejecutivo de Acción Cultural Española), Marta Rivera de la Cruz (Consejera de Cultura y Turismo de la Comunidad de Madrid), Antonio Garamendi (Presidente de la Confederación Española de Organizaciones Empresariales) o Andrea Levy (Delegada del Área de Gobierno de Cultura, Turismo y Deporte del Ayuntamiento de Madrid), entre otras.

Este rápido y profundo despliegue de iniciativas ha valido a Platino Educa un buen número de reconocimientos destacables. Entre ellos cabe mencionar el Quality Innovation Award a las «Innovaciones en el Sector Educativo», por el cual la plataforma pasó a representar a España en la fase internacional de este certamen. Este premio, otorgado por la Asociación Española de Centros Promotores de la Excelencia (CEX), tiene por objeto promover la cultura de la Calidad, la Innovación y la Excelencia en la Gestión de todo tipo de organizaciones, y su equipo evaluador destacó, entre otros aspectos, la solidez del plan de negocio y de implantación de Platino Educa tanto en España como en el continente americano. Por otro lado, también tuvo el honor de recibir de la Organización Mundial del Turismo el premio «Excellence UNWTO Affiliate Members Award 2020; Promotion of the Sustainable Development Goals», por la promoción de los Objetivos de

Desarrollo Sostenible y la difusión del turismo, la cultura y la educación. Y fue designada por las Industrias Culturales del Ministerio de Cultura y Deporte como una de las entidades beneficiarias de las Ayudas para la Acción y la Promoción Cultural 2020, cuyo objeto es apoyar a proyectos que fomenten la modernización y profesionalización del sector cultural y creativo –y, en particular, la internacionalización de la cultura española y la potenciación de España como destino turístico cultural.

Dicho todo esto, conviene señalar el siguiente reto doble al que se enfrenta Platino Educa en ese compromiso con la promoción y la difusión de la cultura iberoamericana que hereda de EGEDA y FIPCA: por un lado, la inclusión de contenidos específicamente universitarios y de otros niveles formativos superiores; y por otro, la implantación en América Latina y EEUU, acompañada de la ampliación de su oferta de obras audiovisuales latinoamericanas. Sobre esto último hay que aclarar que en 2020 la plataforma arrancó, por motivos de accesibilidad y disponibilidad legal, con un catálogo de obras de producción mayoritariamente española en el que, no obstante, ya se buscaba tender puentes con Iberoamérica a través de títulos destacados que ofreciesen una ventana a dicha región –como pueden ser los cortometrajes *Bienvenidos* y *Minerita*, o los largometrajes *Frágil equilibrio* y *Semillas de alegría*.

A ellos se han ido sumando, poco a poco, unas 30 producciones o coproducciones destacadas de diversas cinematografías latinoamericanas. Además de clásicos incuestionables del cine universal como es la mexicana *El ángel exterminador*, de Luis Buñuel, y otros más próximos a nuestro tiempo como la argentina *Moebius*, entre ellas encontramos obras recientes tan notables como la chilena *Rara*, de Pepa San Martín –ganadora del Premio del Jurado en el Festival de Berlín y el premio Horizontes Latinos en el Festival de San Sebastián, y nominada a los Premios Platino a Mejor Ópera Prima y al Cine y Educación en Valores. O también *La delgada línea amarilla*, ópera prima de Celso García coproducida por Guillermo del Toro, que tuvo cuatro nominaciones en los Premios Platino (incluyendo Mejor Ópera Prima y Mejor Guión) y fue también nominada a Mejor Película en los Premios Ariel –además de resultar ganadora del Premio Especial del Jurado y el Premio al Mejor Guión en el Festival de Gijón. Algunos otros títulos latinoamericanos a destacar en el catálogo actual son la película hispanoargentina *Elsa & Fred*, el documental hispanomexicano *Chavela* o las dos partes de *Artpoética*, una interesantísima producción transmedia de nacionalidad hispano-colombiana con grandes poemas iberoamericanos convertidos en animación –un campo audiovisual en el que Colombia es potencia.

Pero como decíamos, el objetivo que se ha marcado Platino Educa para 2021 es ir mucho más lejos en su promoción del cine y la cultura iberoamericana a través de la educación. A partir del objetivo de reunir un catálogo de más de 400 obras audiovisuales selectas, se aspira a que aproximadamente la mitad de estas sean producciones de países latinoamericanos –ofreciendo un completo panorama de cine educativo que aglutine, represente y fomente toda la diversidad y riqueza de nuestro patrimonio cultural. A este respecto, no está de más citar las palabras que el colaborador de Platino Educa, Fernando Rodríguez Lafuente (crítico literario y cinematográfico, director del Máster de Cultura Contemporánea del IUIOG y Secretario de Redacción de la Revista de Occidente), pronunció durante la mesa redonda «Cine y Educación» que la Feria Internacional del Libro LIBER ofreció en octubre de 2020:

*«Según los últimos datos del Anuario del Instituto Cervantes, en el mundo hay cerca de 600 millones de hablantes de español –sin contar a aquellos que lo están aprendiendo. Creo que la sociedad iberoamericana todavía no es consciente de este ‘petróleo’ que tiene, y la española aún menos. Hay un miedo a reconocer que el español es una lengua internacional, con más hablantes en EEUU que en España. Ya no cabe hablar de cine español, argentino o colombiano, sino solo de cine en español. Es algo que ha hecho extraordinariamente bien la cultura anglosajona, creando a partir de su historia una industria cultural y sobre todo cinematográfica –algo que aquí todavía no hemos logrado».*

Precisamente desde esa voluntad de abarcar toda la cinematografía iberoamericana (incluyendo por supuesto a la brasileña y la portuguesa), desde Platino Educa se solicitó una preselección de títulos de posible valor educativo a cada uno de los países latinoamericanos en los que EGEDA

tiene presencia –Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, México, República Dominicana, Panamá, Perú y Uruguay–, recibándose en total unas 200 obras audiovisuales directamente recomendadas por especialistas en cada una de esas cinematografías. Gracias a la colaboración inestimable de figuras como Guadalupe Ferrer (docente y ex Directora General de Cinematografía, de la Cineteca Nacional de México y de la Filmoteca de la UNAM), Álvaro Muriel (productor y exdirector de la carrera de Cine, Comunicación y Artes Audiovisuales de la Universidad de Las Américas de Quito), Rossana Díaz (docente, escritora y cineasta), Felipe Blanco (docente, periodista y crítico cinematográfico), Adriana Cursino (docente, periodista y cineasta) o Victoria Aizenstat (productora), se pudo contar con una amplísima muestra de películas candidatas a formar parte del catálogo de Platino Educa.

Pero esta gran preselección, que pretende abarcar tanto las grandes cinematografías latinoamericanas –como pueden ser la mexicana o la argentina– como otras con menor volumen de producción pero idéntico valor e interés, no se limita a los diez países mencionados, sino que mantiene la puerta abierta a todos los demás países de Iberoamérica –y en particular a aquellos cuyas industrias tienen menor presencia internacional y, por tanto, requieren mayor cuidado y atención. En cualquier caso, a partir de la mencionada muestra y de diversas propuestas y recomendaciones, la Coordinadora de Contenidos de Platino Educa, Cristina Linares, y su equipo, iniciaron el largo proceso de análisis y selección de los títulos que, según el «decálogo» de valor pedagógico asumido por la plataforma, resultan merecedores de ser incluidos en su oferta educativa, previa adquisición de sus correspondientes derechos de distribución –algo no siempre fácil cuando se trata de cinematografías extranjeras.

Esta criba final ha permitido a Cristina y su equipo hallar determinadas «tendencias» en cada una de estas cinematografías nacionales –tendencias que reflejarían, al menos en parte, las inquietudes y aspiraciones colectivas de sus respectivos países. Esta perspectiva general resulta especialmente valiosa si se tiene en cuenta que la mayoría de títulos presentados son producciones relativamente recientes –al menos posteriores al año 2000– y que, por tanto, pueden considerarse representativas del espíritu de los tiempos en sus países de origen. Así, se ha podido constatar la variedad y amplitud de las propuestas argentinas, que abarcan desde la memoria histórica –con énfasis en todo lo relativo a la dictadura militar– hasta el cine más experimental e innovador; que en el cine contemporáneo de Brasil predominan las obras sobre activismo medioambiental y violencia urbana; que en la rica cinematografía colombiana hay un claro impulso hacia la construcción de la paz y la reconciliación –expresión del deseo de dejar atrás el conflicto armado–; que en Ecuador abundan los temas relacionados con la emigración hacia otros países; que México cuenta con una de las cinematografías más variadas y que más ensalzan la grandeza de su identidad cultural e histórica; y que en Perú se da una tendencia doble: la denuncia de la pobreza infantil y la memoria histórica –específicamente sobre las décadas más duras del terrorismo.

Por otro lado, Platino Educa también busca tender puentes con el cine latinoamericano más actual a través de iniciativas «hermanas» como son los Premios Platino del Cine Iberoamericano y Platino Industria. Así, en la VII edición de los Premios, [la Revista se hizo eco en detalle](#) del Premio Platino al Cine y la Educación en Valores que, desde 2016, reconoce cada año a aquellas películas iberoamericanas que destaquen no solo por su calidad cinematográfica, sino también y especialmente por «contener, transmitir o promover a la reflexión sobre valores humanos que se consideren positivos para la sociedad en su conjunto». Siguiendo este criterio, tan próximo a los ideales de la plataforma, los Platino concedieron el galardón de 2020 a la cinta costarricense *El despertar de las hormigas*. Esta pequeña pero potente coproducción hispanocostarricense –que también aspiró al premio a Mejor Ópera Prima en la Berlinale y fue nominada a Mejor Película Iberoamericana en los Premios Goya– no solo nos recordó los roles asumidos y otros condicionantes a los que aún se ven sometidas muchas mujeres de todo el mundo, sino que también nos sirvió para asomarnos a la poco conocida la industria del cine en Costa Rica, gracias a [la interesante conversación que mantuvimos con su directora](#), la debutante Antonella Sudassasi.

En 2020, la participación de Platino Educa en el jurado del [Premio EGEDA Platino Industria al Mejor WIP Latam](#) –inaugurado en la 68ª edición del Festival de San Sebastián– también nos



permitió conectar con el cine latinoamericano más emergente. Dicho galardón, destinado a ayudar a la finalización de obras en fase de postproducción con 30.000 euros brutos para el productor mayoritario, fue adjudicado a *El empleado y el patrón*, de Manuel Nieto. El tercer largometraje del director de *La perrera* nos traslada al campo uruguayo fronterizo con Brasil para contarnos la compleja relación que se desarrolla entre un joven terrateniente y un jornalero a raíz de un trágico accidente laboral. Este proyecto local de producción internacional, tan específico en su ambientación como universal en sus temas, también nos dio pie a [conversar con su director](#) sobre otro tema recurrente en la cinematografía latinoamericana de hoy, que pudimos constatar en la mayoría de obras candidatas al premio: las tensiones irresolutas entre el mundo rural y el urbano, con sus diferentes (y a veces opuestas) formas de entender la cultura y la vida.

Eso en cuanto a la ampliación del catálogo latinoamericano de Platino Educa. Pero como decíamos, el objetivo último de la plataforma es llegar a todos los países de Iberoamérica y convertirse en un referente educativo a lo largo y ancho del continente americano, lo cual requiere una estrategia de implantación progresiva, país por país. Esta se puso en marcha en agosto de 2020 con un proyecto piloto en el estado mexicano de Hidalgo, donde más de 500 profesores y unos 10.000 alumnos utilizaron la plataforma en clase con fines educativos. Esta experiencia tuvo resultados extraordinarios que se pudieron constatar a través del testimonio de numerosos docentes como Juana Paz Pérez Rivera, Subdirectora de la Escuela Telesecundaria 701 de Pachuca de Soto (cuya valoración personal se recoge [la Revista Platino Educa de diciembre](#)) y que animan a Platino Educa a seguir extendiéndose por el resto de Latinoamérica.

Dicha expansión no debe obviar uno de los territorios con mayor presencia latinoamericana: EEUU. Así nos lo recordaba el cineasta, productor y actor Edward J. Olmos en el webinar «La importancia del cine en la educación: Enseñando valores a través de contenidos audiovisuales» que la Cámara de Comercio e Industria Latina de los Estados Unidos (CAMACOL) organizó en junio de 2020 –y cuyas conclusiones se recogieron [en la Revista de julio](#). Olmos, que no solo es fundador del Los Angeles Latino Film Festival sino también del pionero Youth Cinema Project, nos explicaba el enorme impacto que este proyecto para la educación infantil y el desarrollo del talento y el potencial a través de la creación cinematográfica está teniendo en aquellas escuelas californianas en las que ya se ha implantado. Y a la vez nos recordaba que en California el 60% de los alumnos de Primaria pública son de origen latino:

*«Los latinos somos más del 22% de toda la población de EEUU y a la vez tenemos menos del 4% de la representación en cine y televisión. Pero eso va a cambiar por la necesidad de entender que el mercado más grande que tenemos en los EEUU es el latino. Cuando sale una película grande y recauda 500 millones de dólares en tres o cuatro días, del 37% al 52% de todos sus espectadores son latinos. Necesitamos no depender de la cultura anglosajona, que aspira a dominar la industria del cine en todo el mundo (por ejemplo a través de la MPAA / Motion Picture Association of America). Por eso es necesario que tengamos nuestras propias organizaciones cinematográficas en los EEUU».*

Con Platino Educa, EGEDA pone en valor todo el trabajo, la experiencia y el conocimiento adquiridos a lo largo de años en pos de un objetivo que, hoy más que nunca, se confirma como esencial: ofrecer a los centros docentes y a los propios estudiantes de toda Iberoamérica una ventana audiovisual sólida y dinámica para afrontar las materias curriculares desde un ángulo más atractivo, para conocer y trabajar el lenguaje del propio medio audiovisual, para profundizar en los valores humanos más esenciales, para establecer lazos con otras latitudes «hermanadas» y a la vez reflexionar sobre su cultura e historia propias. Por eso desde Platino Educa se busca reunir el mayor número de apoyos y sinergias –no solo del ámbito institucional y del sector privado, sino también de las valiosísimas iniciativas del mundo educativo– que contribuyan a la creación de esa gran comunidad internacional para emplear el cine como herramienta pedagógica y transmisora de cultura. Porque tanto el futuro de nuestra educación como el de nuestro cine pasan necesariamente por el reconocimiento y la promoción de esa enorme riqueza y diversidad que ofrece Iberoamérica en su conjunto.



**Luis Caballero.** Redactor Jefe de la Revista Platino Educa

Graduado en Filosofía (UNED), Diplomado en Dirección (ECAM), Máster en Guion de Ficción para Cine y TV (UPSA) y Máster Universitario en Cine, TV y Medios Interactivos (URJC).

Luis Caballero es guionista, redactor en medios digitales y Redactor Jefe de la [Revista de Platino Educa](#). Ha escrito y dirigido varios cortometrajes y documentales, y ha trabajado como guionista en series de televisión.



## CAPITULO III

### EL CINE IBEROAMERICANO MÁS ALLA DE SUS FRONTERAS



## CAPITULO III

### EL CINE IBEROAMERICANO MÁS ALLA DE SUS FRONTERAS

*Por Departamento de Reparto y Documentación de EGEDA*

#### INTRODUCCIÓN: PANORAMA CINEMATOGRAFICO EN EL AÑO DE LA PANDEMIA

El capítulo del cine iberoamericano más allá de sus fronteras refleja en primer lugar el efecto de la pandemia mundial provocada por el Covid-19 sobre la actividad cinematográfica en los territorios más significativos del mundo durante 2020

La reducción media mundial que ha sufrido la asistencia de espectadores a las salas, en dicho año, se sitúa en un 71,5% respecto a 2019. Por territorios, Iberoamérica y Estados Unidos tuvieron unas pérdidas de actividad por encima del 80%; Europa registró una reducción un poco por debajo de la media mundial y China fue el que menos reducción de actividad cinematográfica sufrió de los territorios analizados con el 68% menos con respecto a la asistencia de espectadores de 2020 (cuadro introducción 3.1).

<b>Territorio</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>Reducción (%)</b>
<b>Mundo</b>	7.644	2.182,0	71,5
<b>Iberoamérica</b>	934,9	186,0	80,1
<b>Europa</b>	1.007,0	295,0	70,8
<b>USA</b>	1.257,5	236,8	81,2
<b>China</b>	1.727,0	555,5	68,0

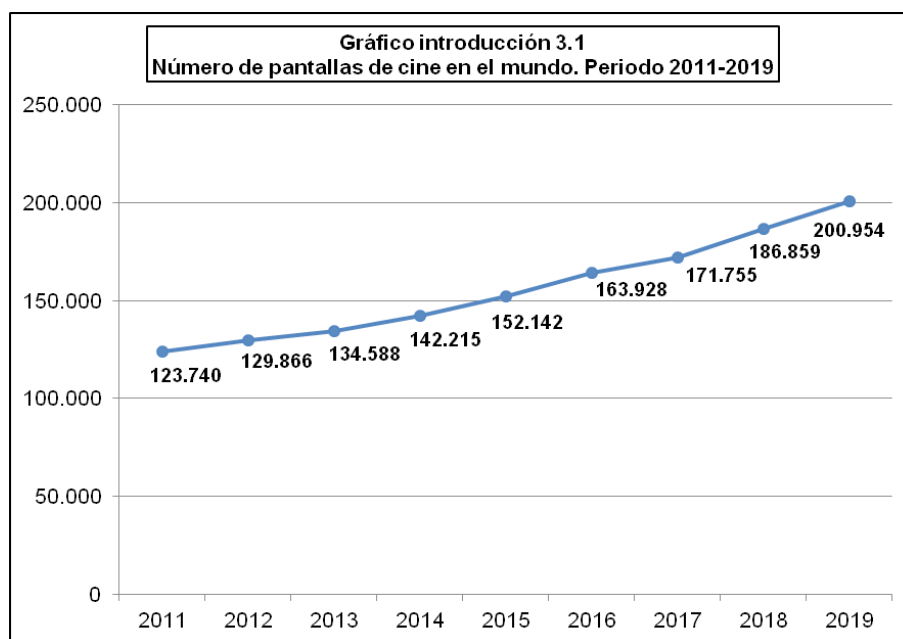
La pandemia va a suponer seguramente un obstáculo para el desarrollo del equipamiento cinematográfico. En 2019, se sobrepasó la barrera de las 200.000 pantallas de cine en todo el mundo, con un crecimiento superior al 60% respecto al número de pantallas de 2011. Todavía es pronto para saber qué consecuencias van a tener los confinamientos, las limitaciones de movilidad y

las reducciones de aforo en la consolidación de la capacidad cinematográfica mundial (Gráfico introducción 3.1).

Otro posible factor que podría afectar al sector de la exhibición en salas de cine, sería la pujante oferta creciente de las plataformas de contenidos audiovisuales por internet que han intensificado su apuesta durante las diferentes fases de la pandemia y que tanto en el periodo del confinamiento, como en el periodo transitorio hasta el control definitivo de la transmisión del coronavirus, podría haber provocado un cambio de hábitos en el consumo audiovisual. El impacto en forma y volumen de este posible cambio será objeto de análisis en los próximos *Panoramas*.

Según el informe anual de la Motion Pictures Association (MPAA), las plataformas de *streaming* alcanzaron los 1.100 millones de abonados en todo el mundo en 2020. El volumen de negocio de los contenidos digitales consumidos en el mercado doméstico y a través del móvil casi alcanzó los 62.000 millones de dólares, con un crecimiento del 23% respecto al año anterior. Las plataformas Netflix y Disney+, con diferentes estrategias, fueron los grandes protagonistas de este mercado audiovisual.

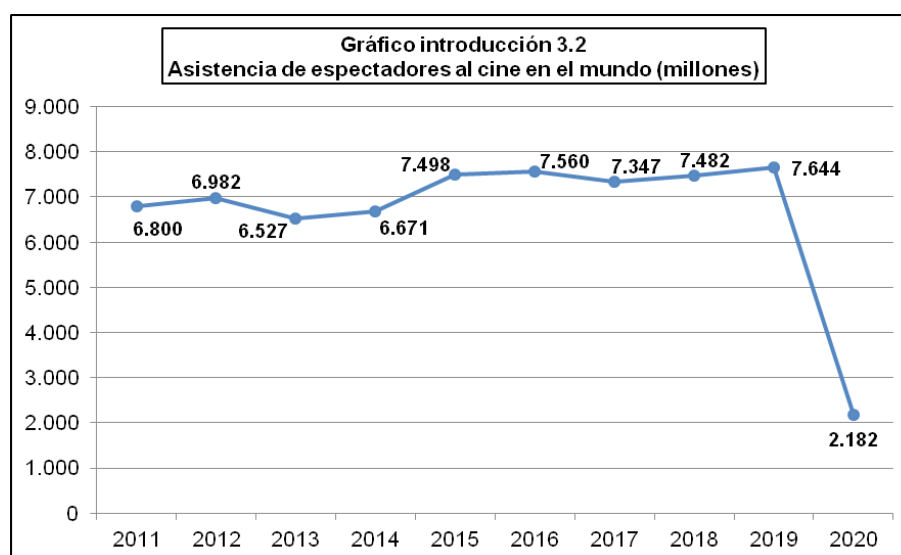
No obstante, hay otros grupos empresariales que continúan la estela de los dos gigantes del servicio de *streaming* mencionados anteriormente. Este es el caso de HBO (Warner) en Estados Unidos, Discovery en Europa a través de Vodadone o de Movistar en Iberoamérica, en este caso con su oferta de contenidos ligada al servicio de internet y telefonía. Y sin duda, el grupo que va a competir en este mercado con una gran pujanza va a ser Amazon, y más con la reciente adquisición del histórico *Estudio Metro Goldwyn Mayer* (MGM) por 9.000 millones de dólares.



La asistencia a los cines en el mundo en 2020 suma 2.182 millones de espectadores y 12.000 millones de dólares de recaudación. La frecuencia de asistencia se sitúa en 0,3 películas por habitante y año y el precio medio de la entrada es de 5,5 dólares (cuadro introducción 3.2).

Cuadro introducción 3.2					
Panorama cinematográfico mundial					
Datos	2016	2017	2018	2019	2020
Población (millones)	7.433	7.556	7.672	7.718	7.837
PIB-PPA (billones USD)	122,6	127,0	134,9	142,0	141,7
Pantallas	163.928	171.755	186.859	200.954	*
Ingresos cine (millones USD)	39.300	40.900	41.800	42.300	12.000
Espectadores cine (millones)	7.560	7.347	7.482	7.644	2.182
Producciones estrenadas	7.893	8.026	8.204	8.652	4.750
Precio entrada (USD)	5,1	5,5	5,5	5,5	5,5
Asistencia por habitante	1	1	1	1	0,3

La evolución de la asistencia a las salas cinematográficas en la década 2011-2020 muestra una tendencia estable en los primeros cuatro años del periodo, con un rango de asistencia comprendido entre 6.500 millones de espectadores y casi 7.000 millones. En la segunda parte de la década, entre 2015 y 2019, se superó ampliamente la barrera de estos 7.000 millones hasta el máximo de 7.644 millones de espectadores del último año. Finalmente, en 2020 apenas se superaron los 2.100 millones de espectadores (gráfico introducción 3.2).



En 2020, debido a la crisis de la *Covid-19* es la primera vez que un estreno en cine no consigue pasar de los 1.000 millones de dólares de ingresos en la última década, ni de los 500 millones en los últimos 20 años (cuadro introducción 3.3). Además, dado el comportamiento de la epidemia en las diferentes partes del mundo, como novedad respecto a años anteriores, hasta tres películas chinas y una japonesa se incluyeron en el top-10 cinematográfico mundial. La cuota de mercado del top-10 mundial supuso el 26,3% de los ingresos cinematográficos totales (3.154 millones de dólares).

Según datos de Comscore, las tres únicas películas que consiguieron superar los 70 millones de espectadores y los 400 millones de dólares de ingresos fueron: *Bad boy for life* (USA), *The Eight Hundred* (China) y *My people, my homeland* (China). A continuación, tres producciones superaron los 300 millones de dólares: *Demon Slayer: Mugen Train* (Japón), *Tenet* (UK, USA) y *Sonic the Hedhehog* (USA).

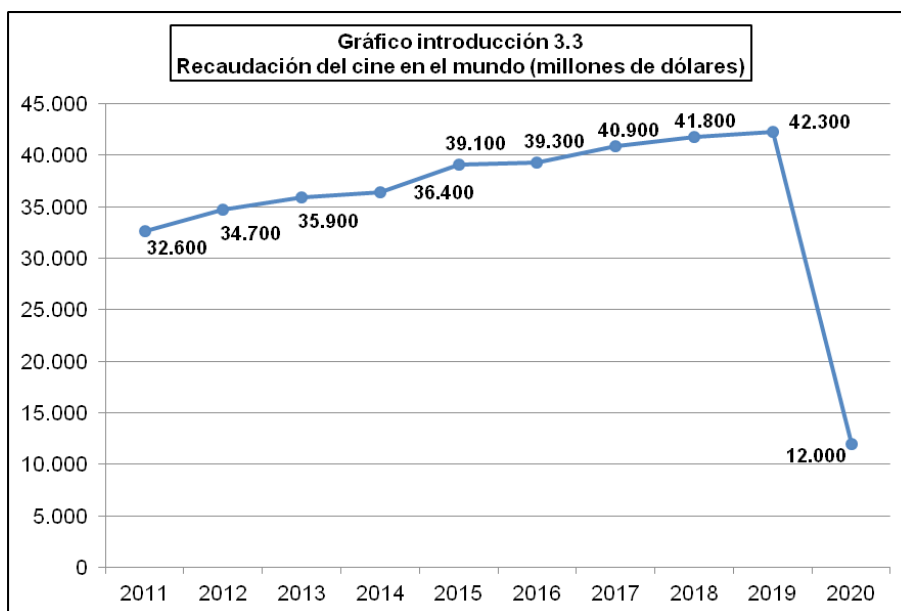
De los estrenos del top-10, ya hemos comentado que cuatro películas son asiáticas (tres chinas y una japonesa) y el resto tienen su origen en Estados Unidos, si bien tres de ellas están

en coproducción con Reino Unido. Aunque no se encuentra en el ranking, porque se estrenó en los diferentes mercados mundiales entre 2019 y 2020, hay que destacar el éxito de la producción surcoreana *Parásitos*, con unos ingresos acumulados de 259 millones de dólares, lo cual, es un refrendo de la pujanza creciente del cine asiático.

*Cuadro introducción 3.3*  
*Ranking mundial de estrenos cinematográficos. Año 2020*

Nº	Título	Origen	Espectadores (est 5,5\$)	Ingresos (\$)
1	Bad boy for life	USA, México	76.949.917	423.224.542
2	The Eight Hundred	China	76.624.176	421.432.968
3	My people, my homeland	China	74.031.660	407.174.128
4	Demon Slayer: Mugen Train	Japón	60.731.036	334.020.698
5	Tenet	UK, USA	60.476.844	332.622.643
6	Sonic the Hedgehog	USA	59.640.985	328.025.416
7	Las aventuras del Doctor Dolittle	USA, UK, China	45.874.182	252.308.003
8	Legend of deification	China	41.249.309	226.871.198
9	1917	UK, USA	39.965.780	219.811.791
10	Aves de presa	USA	37.949.695	208.723.323

La evolución de los ingresos por la venta de entradas las salas de cine en el mundo, en la década 2011-2020, muestra una tendencia creciente desde el inicio hasta 2019. En el primer año se registró el mínimo de recaudación, con 32.600 millones de dólares, y en 2019 el máximo, con 42.300 millones. Finalmente, en 2020, los cines recaudaron tan solo 12.000 millones de dólares (gráfico introducción 3.3).



La asistencia a los cines en la Unión Europea y Reino Unido en 2020 suma 295 millones de espectadores y 2.346 millones de dólares de recaudación. La cuota del cine europeo, de forma provisional, se sitúa casi en el 27%, la frecuencia anual de asistencia no alcanza a una película por habitante y el precio medio de la entrada es de 7,9 dólares (cuadro introducción 3.4)

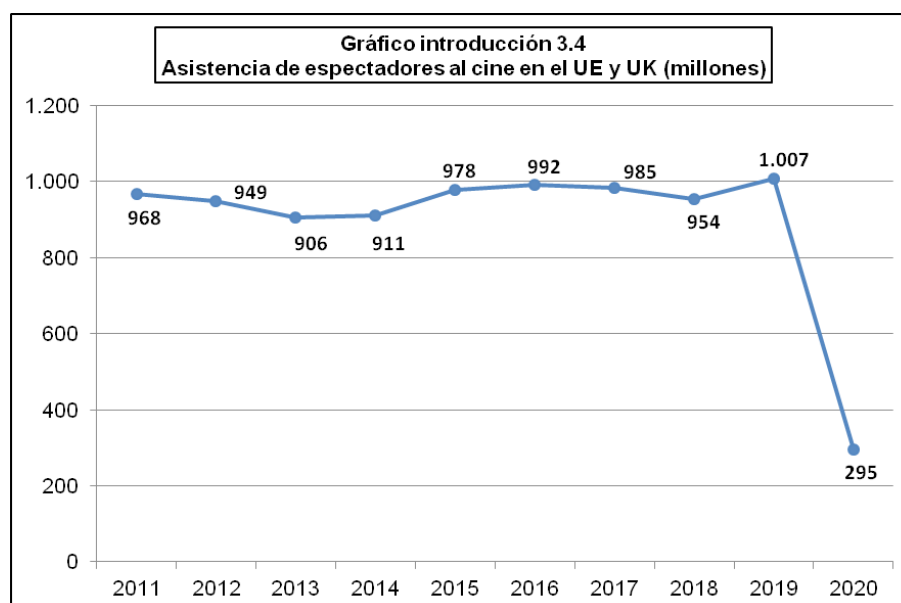


Los títulos con mayor éxito en 2020 son: *1917* (Reino Unido, USA), *Tenet* (Reino Unido, USA), *Sonic: The Hedgehog* (USA) y *Star Wars: El ascenso de Skywalker* (USA).

**Cuadro introducción 3.4**  
**Panorama cinematográfico en la Unión Europea y Reino Unido**

Datos	2016	2017	2018	2019	2020
Población (millones)	510	511	512	513	514
PIB-PPA (billones USD)	19,6	19,8	20,2	20,5	19,2
Pantallas	31.983	33.053	33.112	33.956	*
Ingresos cine (millones USD)	7.790	7.930	8.030	7.980	2.346
Espectadores cine (millones)	992	985	954	1.007	295
Cuota cine europeo (%)	26,7	27,5	29,4	25,7	26,8
Producciones (Films+Docs)	1.748	1.737	1.807	1.881	*
Precio entrada (USD)	7,9	8,1	8,1	7,9	7,9
Asistencia por habitante	1,9	1,9	1,9	1,9	0,6

La evolución de la asistencia a las salas cinematográficas, en la década 2011-2020, en la Unión Europea y Reino Unido muestra una tendencia estable en todo el periodo, salvo en el último año de pandemia. El rango de asistencia está comprendido entre el mínimo de 906 millones de 2013 y el máximo de 1.007 millones de 2019. Finalmente, en 2020, apenas 295 millones de espectadores europeos asistieron a las salas (gráfico introducción 3.4).

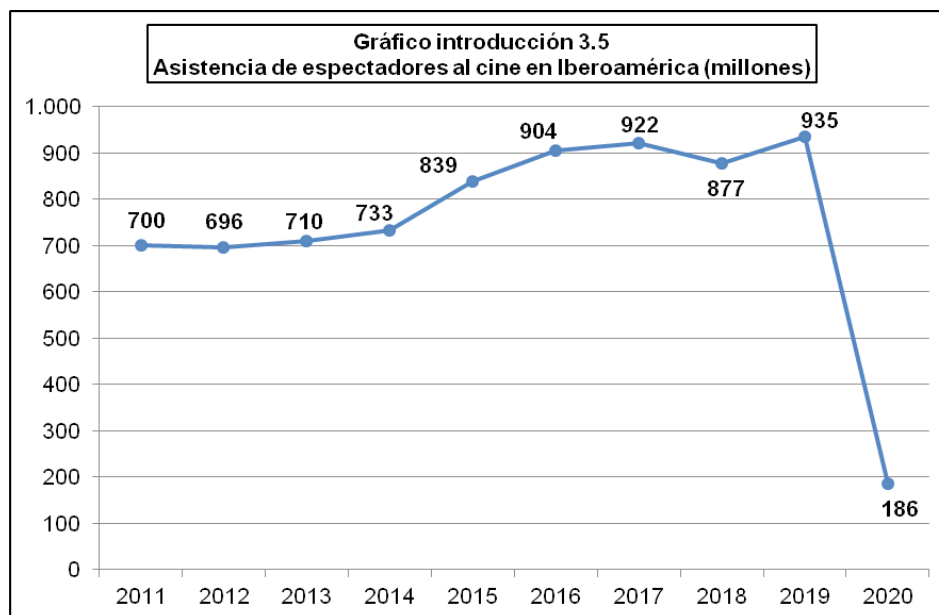


La asistencia a los cines en Iberoamérica en 2020 suma 186 millones de espectadores y 716,1 millones de dólares de recaudación. El número de pantallas de cine permanece constante, en torno a 20.400, a la espera de un nuevo recuento el año que viene. La cuota del cine nacional se sitúa en un 16% siguiendo la tendencia creciente de otros territorios, la frecuencia anual de asistencia se sitúa en 0,3 películas por habitante y el precio promedio de la entrada en 4,2 dólares (cuadro introducción 3.5).

**Cuadro Introducción 3.5**  
**Panorama cinematográfico en Iberoamérica**

Datos	2016	2017	2018	2019	2020
Población (millones)	650,9	656,1	661,5	667,5	674,1
PIB-PPA (billones USD)	11,18	11,69	12,07	12,32	11,44
PIB per capita (USD)	15.800	16.300	16.700	17.100	16.900
Número de pantallas de cine	18.298	18.962	19.769	20.593	20.438
<b>Ingresos cine (millones USD)</b>	<b>3.364,0</b>	<b>3.616,3</b>	<b>3.358,3</b>	<b>3.540,0</b>	<b>716,1</b>
<b>Espectadores cine (millones)</b>	<b>904,3</b>	<b>921,7</b>	<b>877,1</b>	<b>934,9</b>	<b>186,0</b>
<b>Espectadores cine nacional (millones)</b>	<b>101,8</b>	<b>75,6</b>	<b>92,9</b>	<b>86,2</b>	<b>29,7</b>
Cuota de mercado cine nacional (%)	11,2	8,2	10,6	9,2	16,0
Número de estrenos totales	5.787	5.668	6.282	5.710	2.790
Número de estrenos extranjeros	4.961	4.753	5.281	4.758	2.358
Número de estrenos nacionales	826	915	1.001	952	432
Asistencia anual por habitante	1,4	1,4	1,3	1,4	0,3
Coste medio entrada/boleto (USD)	3,7	3,9	3,8	3,8	3,9
Coste promedio entrada/boleto (USD)	4,5	4,0	4,0	4,5	4,2

La evolución de la asistencia al cine en Iberoamérica en la década 2011-2020 registró en sus primeros cuatro años una cierta estabilidad, con un mínimo de 696 millones de espectadores en 2012 y un máximo de 733 millones en 2014. Posteriormente entre 2015 y 2019 tuvo lugar un significativo aumento de la asistencia con un mínimo de 839 millones en el primer año de este periodo y los 935 millones del último año. Finalmente, en 2020 debido a la pandemia mundial, solo 186 millones de espectadores asistieron a las salas de cine (gráfico Introducción 3.5).



El ranking de los estrenos cinematográficos en Iberoamérica estuvo encabezado por cuatro producciones que sobrepasaron los 10 millones de espectadores y los 40 millones de dólares de recaudación. Estas obras procedieron de Estados Unidos y son: *Sonic the Hedgehog*, *Frozen 2*, *Jumanji: siguiente nivel* y *Bad boys for life* (cuadro introducción 3.6).

El top-10 cuenta con la presencia de la obra brasileña *Minha mãe é uma peça 3* con 9 millones de espectadores y 35,2 millones de dólares de recaudación. Si ampliamos el análisis al top-20 encontramos la presencia de la obra española *Padre no hay más que uno 2* con 2,3 millones de espectadores y la producción argentina *El robo del siglo* con 2,1 millones.

Por último, también es significativa la presencia de la película surcoreana *Parásitos* en octava posición del ranking, con casi 6 millones de espectadores y 26,5 millones de dólares de ingresos. La cuota de mercado del top-10 en Iberoamérica supuso el 49,4% del total de los espectadores cinematográficos (91,9 millones).

**Cuadro introducción 3.6**  
**Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2020. Iberoamérica**

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Sonic the Hedgehog	USA	15.600.708	54.660.642
2	Frozen 2	USA	12.023.119	47.399.546
3	Jumanji: siguiente nivel	USA	11.902.217	44.962.382
4	Bad boys for life	USA, MEX	10.761.601	40.569.508
5	Minha mãe é uma peça 3	Brasil	9.000.102	35.247.429
6	Aves de presa	USA	8.707.713	32.654.130
7	Las aventuras del Doctor Dolittle	USA, UK, China	7.728.838	29.309.574
8	Parásitos	Corea del Sur	5.983.509	26.584.155
9	1917	UK, USA, Canadá	5.936.880	30.153.006
10	Onward	USA	4.313.317	15.770.127
11	El hombre invisible	USA, Australia, Canadá	3.811.836	14.125.683
12	Wonder Woman 1984	USA, UK	3.477.633	12.866.861
13	Star Wars: El ascenso de Skywalker	USA	3.416.598	16.825.677
14	Espías con disfraz	USA	3.296.554	12.010.946
15	La llamada de lo salvaje	USA, Canadá	3.223.456	12.024.332
16	Tenet	UK, USA	2.636.714	13.900.671
17	Jojo Rabbit	N. Zelanda, USA	2.614.902	12.213.352
18	Padre no hay mas que uno 2	España	2.317.917	14.763.062
19	Mujercitas	USA	2.200.204	10.907.413
20	El robo del siglo	Argentina	2.172.216	8.370.361

El ranking de los estrenos cinematográficos en Iberoamérica aparte de los ya mencionados presentes en el top-20 anterior, está secundado por cuatro obras que superaron el millón de espectadores en las salas: *Cindy la Regia* (México), *Loco por ti* (México), *Malasaña 32* (España) y *Adú* (España). El top-20 está conformado por 7 producciones mexicanas, 6 españolas, 3 peruanas, una brasileña, una argentina, una colombiana y una chilena (cuadro introducción 3.7).

**Cuadro introducción 3.7**  
**Ranking de estrenos cinematográficos iberoamericanos. Año 2020. Iberoamérica**

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)	Mercados
1	Minha mãe é uma peça 3	Brasil	9.000.102	35.247.429	1
2	Padre no hay mas que uno 2	España	2.317.917	14.763.062	1
3	El robo del siglo	Argentina	2.172.216	8.370.361	8
4	Cindy la Regia	México	1.876.683	5.860.185	1

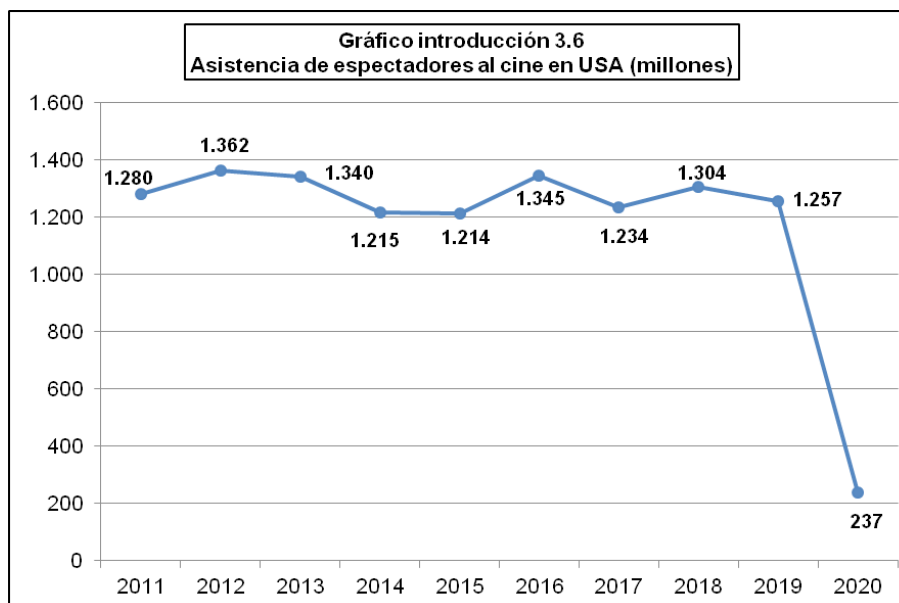
5	Loco por ti	México	1.282.255	3.891.333	1
6	Malasaña 32	España	1.170.001	5.812.255	14
7	Adú	España	1.088.560	7.270.546	1
8	La Foquita: El 10 de la calle	Perú	970.831	2.688.434	1
9	Veinteañera, divorciada y fantástica	México	751.877	1.905.096	1
10	Sí, mi amor	Perú	662.539	1.893.056	1
11	Locos de amor 3	Perú	650.962	2.145.730	5
12	Perdida	México	604.723	1.833.119	3
13	Rebelión de los Godínez	México	600.035	1.637.058	1
14	Hasta que la boda nos separe (2019)	España	514.435	3.308.170	2
15	Nuevo orden	México	467.392	1.345.896	2
16	Al son que me toquen bailo	Colombia	391.483	1.041.104	1
17	Ni un minuto que perder	México	365.059	1.007.507	1
18	Superagente Makey	España	328.633	2.086.013	1
19	Eso que tú me das	España	245.052	1.614.651	1
20	Pacto de fuga	Chile	228.656	886.034	1

La asistencia a los cines en estados unidos en 2020 suma casi 237 millones de espectadores y 2.154,8 millones de dólares de recaudación. El número de pantallas de cine registrado en 2019 superó las 44.000. La cuota del cine nacional se sitúa en un 81%, perdiendo unos 10 puntos porcentuales respecto al año anterior. La frecuencia anual de asistencia se sitúa en 0,7 películas por habitante y el precio medio de la entrada en 9,1 dólares (cuadro introducción 3.8).

*Cuadro introducción 3.8*  
*Panorama cinematográfico en USA*

Concepto	2016	2017	2018	2019	2020
Población (millones)	324,0	325,4	327,9	330,3	331,4
PIB-PPA (billones USD)	18,71	19,48	20,54	21,34	20,80
PIB per capita (USD)	58.000	60.100	63.000	65.200	63.000
Número de pantallas de cine	40.392	40.393	40.317	44.253	*
Ingresos cinematográficos (millones USD)	11.567,4	11.108,5	11.868,3	11.317,5	2.154,8
Espectadores cine (millones)	1.345,0	1.234,2	1.304,2	1.257,5	236,8
Espectadores cine nacional (millones)	1.261,7	1.179,3	1.190,6	1.169,5	191,5
Cuota de mercado cine nacional (%)	93,8	96,0	91,3	92,6	81,0
Número de estrenos totales	712	749	714	786	313
Número de estrenos extranjeros	409	402	320	429	165
Número de estrenos nacionales	303	347	394	357	148
Asistencia anual por habitante	4,1	3,8	3,9	3,8	0,7
Precio medio entrada (USD)	8,6	9,0	9,1	9,1	9,1

La evolución de la asistencia al cine en Estados Unidos en la década 2011-2020 muestra una cierta estabilidad en todo el periodo salvo el último año. El rango de espectadores se sitúa entre el mínimo de 1.214 millones de 2015 y el máximo de 1.362 de 2012. En 2020 debido a la pandemia mundial, solo 237 millones de espectadores asistieron a las salas de cine (gráfico Introducción 3.6)



La cuota de mercado del cine USA se sitúa en 2020 casi en un 81% del total de espectadores, la cuota del cine europeo en un 13,2%, la del resto de países en un 5,6% y la del cine iberoamericano en solo un 0,3%. En el porcentaje de cine americano se puede apreciar el efecto de la pandemia con una pérdida de casi 12 puntos porcentuales con respecto a 2019, paliada en parte por la presencia de producciones británicas en las que también participan los *Estudios* americanos (cuadro introducción 3.9).

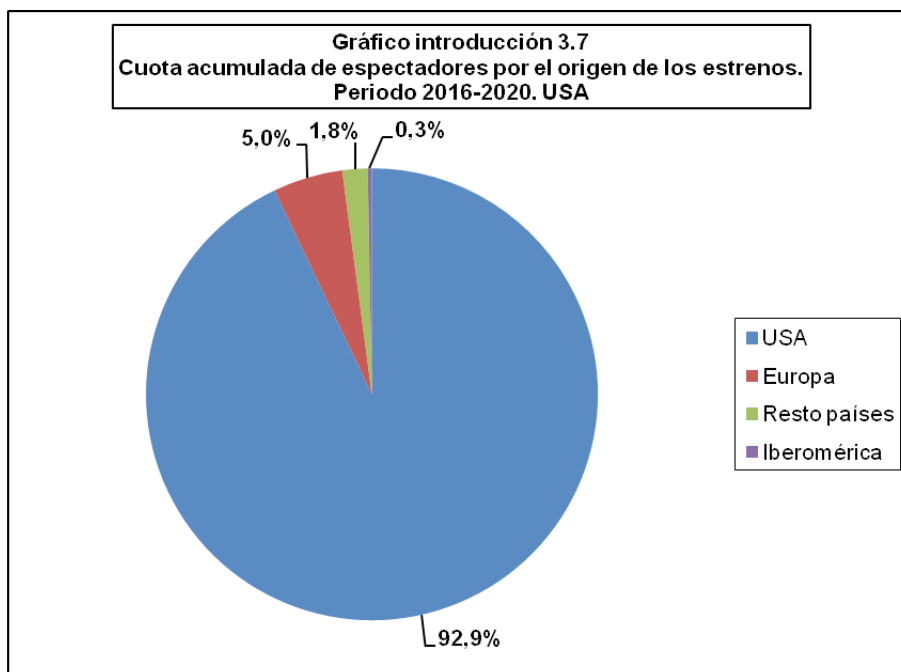
*Cuadro introducción 3.9*  
*Distribución por el origen de los estrenos. USA*

<b>ESPECTADORES</b>						
<b>Origen</b>	<b>2018</b>	<b>%</b>	<b>2019</b>	<b>%</b>	<b>2020</b>	<b>%</b>
USA	1.190.634.718	91,3	1.169.524.161	93,0	191.517.199	80,9
Iberoamérica	4.562.015	0,3	2.104.728	0,2	654.816	0,3
Europa	89.356.967	6,9	55.420.809	4,4	31.339.506	13,2
Resto países	19.658.001	1,5	30.451.600	2,4	13.283.441	5,6
<b>Total</b>	<b>1.304.211.701</b>		<b>1.257.501.298</b>		<b>236.794.962</b>	

<b>INGRESOS</b>						
<b>Origen</b>	<b>2018</b>	<b>%</b>	<b>2019</b>	<b>%</b>	<b>2020</b>	<b>%</b>
USA	10.834.775.932	91,3	10.525.717.452	93,0	1.742.806.513	80,9
Iberoamérica	41.514.340	0,3	18.942.549	0,2	5.958.830	0,3
Europa	813.148.399	6,9	498.787.285	4,4	285.189.509	13,2
Resto países	178.887.814	1,5	274.064.396	2,4	120.879.317	5,6
<b>Total</b>	<b>11.868.326.485</b>		<b>11.317.511.682</b>		<b>2.154.834.169</b>	

La distribución de la cuota acumulada de espectadores por el origen de los estrenos en el periodo 2016-2020 en Estados Unidos es la siguiente: el 92,9% cine USA, el 5% cine europeo, el 1,8% cine del resto de países y el 0,3% cine iberoamericano (gráfico introducción 3.7).

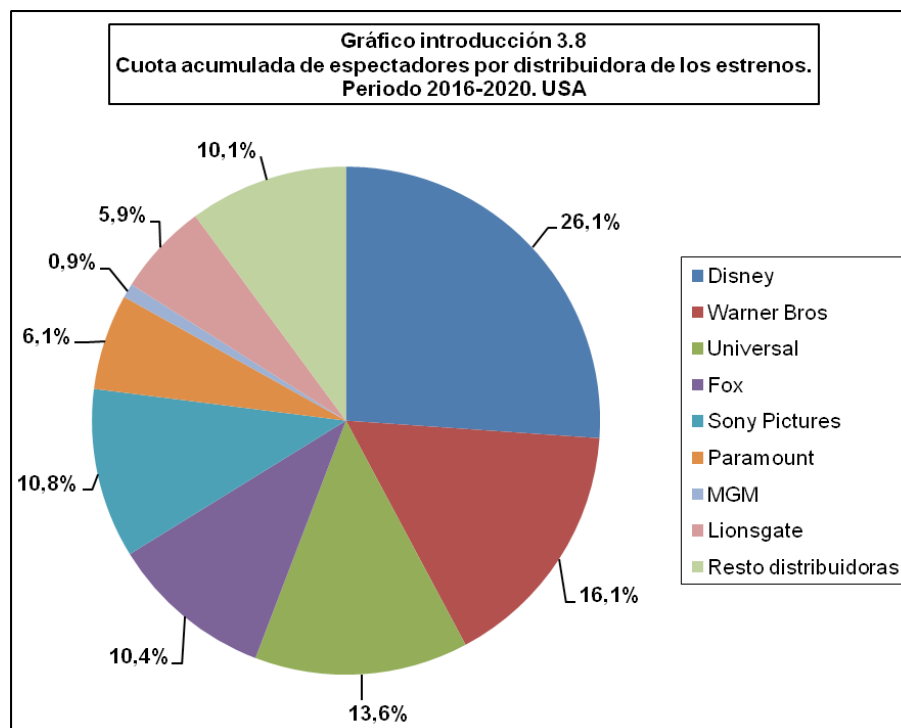


Las distribuidoras de los grandes Estudios americanos en 2020, representan una cuota conjunta de espectadores del 82,5% y las independientes el 17,5% restante. El *Estudio* con más entradas vendidas es Sony con 52,6 millones, seguido de Universal con 50 millones de entradas y Warner con 28 millones. Entre las independientes destaca Lionsgate con 8 millones de entradas (cuadro introducción 3.10).

**Cuadro introducción 3.10**  
**Cuota de espectadores por distribuidoras. USA**

Origen	2018	%	2019	%	2020	%
Fox	134.349.455	10,3	63.398.497	5,0	19.351.894	8,2
Disney	335.242.287	25,7	420.456.039	33,4	22.395.132	9,5
Warner Bros	219.617.436	16,8	171.085.373	13,6	28.169.568	11,9
Sony Pictures	143.777.326	11,0	153.029.909	12,2	52.614.351	22,2
Universal	196.502.899	15,1	143.934.713	11,4	50.050.665	21,1
Paramount	84.368.987	6,5	61.124.485	4,9	20.255.523	8,6
MGM	18.507.527	1,4	26.601.946	2,1	2.259.906	1,0
Lionsgate	42.343.823	3,2	87.458.538	7,0	8.095.811	3,4
Focus Features	18.332.723	1,4	23.419.915	1,9	4.024.900	1,7
A24	9.910.353	0,8	11.061.381	0,9	2.383.527	1,0
Resto Distribuidoras	101.258.885	7,8	95.930.502	7,6	27.193.685	11,5
<b>Total</b>	<b>1.304.211.701</b>		<b>1.257.501.298</b>		<b>236.794.962</b>	

La cuota acumulada de espectadores por distribuidoras en el periodo 2016-2020 es la siguiente: Disney (26,1%), Warner (16,1%), Universal (13,6%), Fox (10,4%) y Sony (10,8%). Las distribuidoras independientes obtuvieron una cuota acumulada del 16% (gráfico introducción 3.8).



El ranking de los estrenos cinematográficos en Estados Unidos estuvo encabezado con bastante diferencia por *Bad boys for life* con 23,2 millones de espectadores y 211,3 millones de dólares de recaudación. Secundando a la anterior, con más de 150 millones de dólares de recaudación se sitúan la producción británica *1917* y la estadounidense *Sonic the Hedgehog* y con más de 100 millones de dólares se encuentran *Jumanji: Siguiete nivel* y *Star Wars: el ascenso de Skywalker* (cuadro introducción 3.11).

Todas las películas del top-10 están realizadas por empresas de Estados Unidos, aunque cinco están en coproducción con países como Australia, Canadá, China, México y Reino Unido. Si extendemos el análisis al top-20, aparecen dos producciones más con capital mayoritariamente británico (*Tenet* y *The Gentleman*) y la surcoreana *Parásitos*, en decimoséptima posición, con casi 3,5 millones de espectadores y 31,5 millones de dólares de recaudación. La cuota de mercado del top-10 en Estados Unidos supuso el 51,5% del total de los espectadores cinematográficos (122,1 millones).

*Cuadro introducción 3.11*

*Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2020. USA (est. 9,1\$)*

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Bad boys for life	USA, México	23.226.072	211.357.257
2	1917	UK, Canadá, USA	17.838.283	162.328.371
3	Sonic the Hedgehog	USA	16.891.592	153.713.490
4	Jumanji: Siguiete nivel	USA	12.398.070	112.822.441
5	Star Wars: El ascenso de Skywalker	USA	11.062.599	100.669.654
6	Aves de presa	USA	9.637.633	87.702.462
7	Dolittle	USA, China	8.837.666	80.422.757
8	El hombre invisible	USA, Australia	8.030.692	73.079.294
9	La llamada de los salvaje	USA, Canadá	7.245.867	65.937.390
10	Mujercitas	USA	6.972.080	63.445.929

El ranking de estrenos iberoamericanos en Estados Unidos estuvo encabezado por la obra mexicana *Loco por ti* (3,1 millones de dólares), seguida de la también producción mexicana *Medios hermanos* (1,8 millones de dólares) y por la película española *Dolor y gloria* (693.497 dólares).

El top-10 de estrenos iberoamericanos está compuesto por películas mexicanas (4), brasileñas (2), españolas (2) y guatemaltecas (2). En este caso hay que destacar las dos producciones del país centroamericano *José* (Li Cheng) y *Temblores* (Jayro Bustamante), que si bien están realizadas en coproducción con USA y Francia, respectivamente, y no tienen grandes cifras en taquilla, no deja de ser un éxito acceder al mercado americano (cuadro introducción 3.12).

Cuadro introducción 3.12

Ranking de estrenos cinematográficos iberoamericanos. Año 2020. USA (est. 9,1\$)

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Loco por ti	México	345.324	3.142.448
2	Medios hermanos	México, USA	208.126	1.893.942
3	Dolor y gloria	España	76.208	693.497
4	A vida Invisível de Eurídice Gusmão	Brasil, Alemania	13.390	121.853
5	Bacurau	Brasil, Francia	3.087	28.094
6	José	Guatemala, USA	3.020	27.481
7	Familia de medianoche	México, USA	2.905	26.439
8	Alice y Martin (1998)	España, Francia	1.514	13.782
9	Aquí sigo	México, USA	559	5.086
10	Temblores	Guatemala, Francia	521	4.743



## EL CINE IBEROAMERICANO EN EUROPA

El Panorama Audiovisual 2021 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.

Esta muestra abarca un total 8 países, 60 estrenos, se corresponde con 41 títulos, suma una asistencia conjunta de 1,5 millones de espectadores y 9,3 millones de dólares de recaudación (cuadro 3.1). El 51% (21 títulos) del total se realizó en régimen de coproducción y, de éstas, un 28,5% (6 títulos) se produjo entre países iberoamericanos.

**Cuadro 3.1**

*Muestra del top-10 de estrenos iberoamericanos en mercados europeos. Año 2020*

Mercados Analizados	8	Número de títulos de la muestra	41
Nº estrenos de la muestra	60	Número de coproducciones	21
Espectadores top-10	1.596.786	Coproducciones internacionales	14
Ingresos top-10 (\$)	9.352.464	Coproducciones iberoamericanas	6

El número total de estrenos iberoamericanos en los países de la muestra asciende a 85, siendo Francia (28), Reino Unido (14) y Rusia (12) los que estrenaron un mayor número de producciones en 2020. El total de espectadores asciende a 1,7 millones y la recaudación total supera los 10,1 millones de dólares (cuadro 3.2).

Los países con un mayor número de consumidores de cine iberoamericano son Francia (861.294) y Rusia (656.995) y sus respectivos ingresos totales en taquilla son 6,3 millones de dólares y 2,1 millones de dólares.

**Cuadro 3.2**

*Datos totales del cine iberoamericano en mercados europeos. Año 2020*

Nº	País de estreno	Estrenos	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Alemania	11	50.794	442.449
2	Austria	4	1.509	13.767
3	Francia	28	861.294	6.348.477
4	Italia	5	53.952	161.755
5	Países Bajos	9	56.772	579.071
6	Reino Unido	14	51.988	473.093
7	Rusia	12	656.995	2.122.182
8	Turquía	2	6.149	12.766
	<b>Total</b>	<b>85</b>	<b>1.739.453</b>	<b>10.153.560</b>

El mayor volumen de asistencia y recaudación acumulados por el top-10 de cada uno de los ocho mercados, conforme figura en el cuadro 3.3, también tuvo lugar en Francia (5,5 millones de dólares) y Rusia (2 millones de dólares).

Cuadro 3.3

*Datos del top-10 del cine iberoamericano en mercados europeos. Año 2020*

Nº	País de estreno	Estrenos	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Alemania	10	49.798	434.427
2	Austria	4	1.509	13.767
3	Francia	10	759.380	5.597.290
4	Italia	5	23.952	161.755
5	Países Bajos	9	56.772	579.071
6	Reino Unido	10	51.007	464.160
7	Rusia	10	648.219	2.089.228
8	Turquía	2	6.149	12.766
	<b>Total</b>	<b>60</b>	<b>1.596.786</b>	<b>9.352.464</b>

Un total de 9 países iberoamericanos tuvieron representación en los top-10 de los ocho mercados europeos analizados en 2020. El mayor número de estrenos provino de España (16), acumulando un total de 1,1 millones de espectadores, seguido de México y Argentina con 6 estrenos y más de 100.000 espectadores acumulados cada país (cuadro 3.4).

Cuadro 3.4

*Distribución por países de los estrenos iberoamericanos del top-10 de mercados europeos. Año 2020*

Nº	País de origen	Estrenos	Títulos	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Argentina	8	6	103.158	492.908
2	Brasil	5	3	26.052	219.112
3	Chile	8	3	60.068	497.624
4	Colombia	4	2	55.801	421.278
5	España	21	16	1.135.960	6.603.124
6	Guatemala	2	2	67.693	489.475
7	México	6	6	106.893	352.523
8	Paraguay	1	1	11.670	39.201
9	Portugal	5	2	29.491	237.219
	<b>Total</b>	<b>60</b>	<b>41</b>	<b>1.596.786</b>	<b>9.352.464</b>

El ranking de estrenos iberoamericanos en mercados europeos refleja que Rusia y Francia son los países en los que las producciones tuvieron más éxito en 2020. La obra más popular fue el estreno español en Rusia *Malasaña 32* con 387.391 espectadores, seguida de las coproducciones entre España y Francia *La red Avispa* y *Josep* con más de 180.000 y 170.000 espectadores y de la obra española *Mientras dure la guerra* con más de 100.000 espectadores en Francia (cuadro 3.5).

Cuadro 3.5

*Ranking de estrenos de cine iberoamericano en mercados europeos. Año 2020*

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)	País estreno
1	Malasaña 32	España	387.391	1.190.094	Rusia
2	La red Avispa	España, Francia	185.708	1.368.828	Francia
3	Josep	España, Francia	172.928	1.274.628	Francia
4	Mientras dure la guerra	España	112.676	830.519	Francia
5	Scary Show	México, UK	96.361	257.179	Rusia

6	Madre	España, Francia	86.483	637.454	Francia
7	La Llorona	Guatemala, Francia	65.828	485.209	Francia
8	La gallina Turuleca	Argentina, España	51.119	132.518	Rusia
9	La Virgen de Agosto	España	41.775	307.918	Francia
10	La red Avispa	España, Francia	33.249	139.001	Rusia
11	Rifkin's Festival	España, USA	31.869	185.578	Rusia
12	Ema	Chile	26.052	192.026	Francia
13	Maternal	Argentina, Italia	23.352	172.124	Francia
14	Monos	Colombia, Argentina	22.756	167.731	Francia
15	Litigante	Colombia, Francia	21.823	160.854	Francia

Los títulos de estreno exhibidos en un mayor número de países europeos son *Ema* (5 países), *Color out of space* (4 países), *Bacurau* (3 países) y *Monos* (3 países). *Ema* es una producción chilena estrenada Alemania, Francia, Italia, Países Bajos y Reino Unido; *Color out of space* es una coproducción de Portugal con USA exhibida en Alemania, Países Bajos, Reino Unido y Rusia; *Bacurau* es una obra brasileña en coproducción con Francia estrenada en Países Bajos, Reino Unido y Turquía y *Monos* es una coproducción entre Colombia y Argentina exhibida en Alemania, Francia e Italia (cuadro 3.6).

Cuadro 3.6

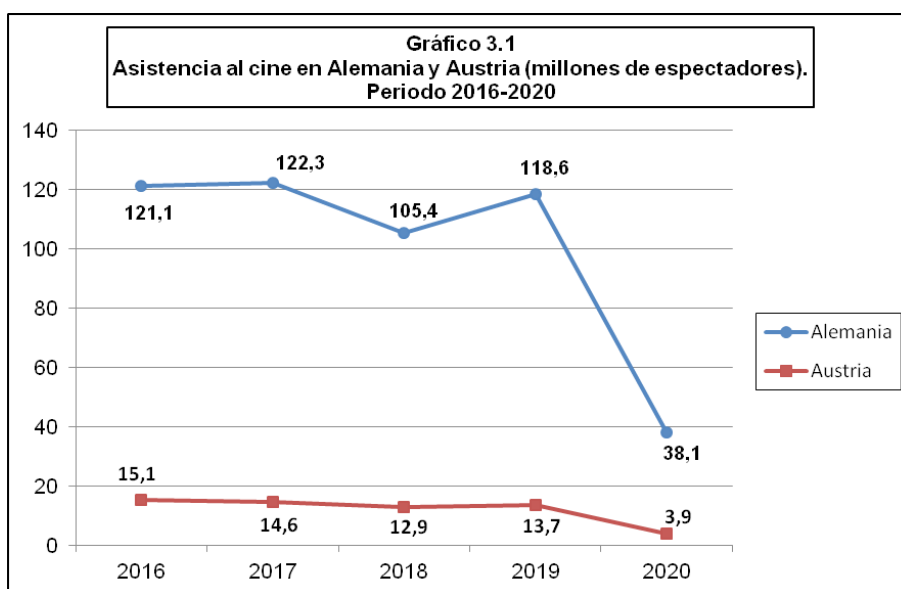
Títulos cinematográficos iberoamericanos presentes en el top-10 de mercados europeos. Año 2020

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)	Mercados
1	Malasaña 32	ES	387.391	1.190.094	1
2	La red Avispa	ES, FR	218.957	1.507.828	2
3	Josep	ES, FR	172.928	1.274.628	1
4	Mientras dure la guerra	ES	112.676	830.519	1
5	Scary Show	MEX, UK	96.361	257.179	1
6	Madre	ES, FR	93.635	710.408	2
7	La Llorona	GU, FR	65.828	485.209	1
8	Ema	CL	53.038	429.733	5
9	La gallina Turuleca	AR, ES	51.119	132.518	1
10	Rifkin's Festival	ES, USA	42.359	292.574	2
11	La Virgen de Agosto	ES	41.775	307.918	1
12	Monos	COL, AR	33.978	260.424	3
13	Color out of space	USA, PT	28.482	228.031	4
14	Bacurau	BR, FR	24.220	204.496	3
15	Maternal	AR, IT	23.352	172.124	1
16	Litigante	COL, FR	21.823	160.854	1
17	Ventajas de viajar en tren	ES, FR	19.218	170.527	2
18	El hombre que mató a D. Quijote	ES, PT	13.098	119.195	1
19	La odisea de los Giles	AR, ES	12.911	101.436	2
20	Morgue	PG	11.670	39.201	1
21	Re-Loca	AR	9.735	33.771	1
22	No matarás	ES	9.645	39.044	1
23	La voz humana	ES	9.158	37.318	1
24	Paradise Hills	ES	7.225	51.510	1
25	La montaña sagrada (1973)	MEX	4.471	40.683	1
26	La cordillera de los sueños	CL, FR	4.384	40.908	2

27	Fin de siglo	AR	4.167	37.919	1
28	La Palma	ES, AL	3.139	27.827	1
29	La última primavera	ES	2.762	28.174	1
30	El agente topo	CL, ES	2.645	26.982	1
31	Familia de medianoche	MEX, USA	2.318	21.090	1
32	El Topo (1970)	MEX	2.284	20.786	1
33	Rojo	AR, BR	1.874	15.140	2
34	Nuestras madres	GU	1.865	4.267	1
35	Olhando para as estrelas	BR	1.768	14.007	1
36	XConfessions	ES	1.219	11.263	1
37	Vitalina Varela	PT	1.010	9.187	1
38	Siberia	IT, MEX	1.000	8.600	1
39	Buñuel en el Laberinto de las Tortugas	ES	774	4.299	2
40	Fando y Lis (1968)	MEX	460	4.185	1
41	A vida invisível de Eurídice Gusmão	BR	64	609	1
			<b>1.596.786</b>	<b>9.352.464</b>	

La evolución de la asistencia a los cines en Alemania en el periodo 2016-2020, refleja una tendencia más o menos estable, comprendida entre 105 (2018) y 122 (2017) millones de espectadores, en los cuatro primeros años, y un descenso en 2020 debido a la pandemia del 67,9% respecto a 2019 (gráfico 3.1).

La evolución en Austria muestra una evolución de la asistencia de espectadores todavía más estable que en el caso de Alemania, comprendida entre 12,9 millones (2018) y 15,1 (2016), y un descenso en 2020 debido a la pandemia del 71,8% respecto a 2019.



El ranking de estrenos iberoamericanos en Alemania en 2020 está liderado por la coproducción entre España y Francia *Ventajas de viajar en tren* (Aritz Moreno) con casi 18.000 espectadores, seguida de la chilena *Éma* (Pablo Larraín) con 10.000 y la coproducción entre Colombia y Argentina *Monos* (Alejandro Landes) con más de 9.500 espectadores.

El top-10 está conformado por tres estrenos españoles, dos producciones chilenas, una obra argentina, una obra brasileña, una colombiana, una mexicana y una portuguesa (cuadro 3.7).

**Cuadro 3.7**  
*Ranking de estrenos cinematográficos iberoamericanos. Año 2020. Alemania*

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Ventajas de viajar en tren	España, Francia	17.832	157.843
2	Ema	Chile	10.004	89.717
3	Monos	Colombia, Argentina	9.534	80.526
4	La Palma	España, Alemania	3.139	27.827
5	La cordillera de los sueños	Chile, Francia	2.282	19.464
6	Rojo	Argentina, Brasil	1.820	14.706
7	Olhando para as estrelas	Brasil	1.768	14.007
8	XConfessions	España	1.219	11.263
9	Color out of space	USA, Portugal	1.200	10.474
10	Siberia	Italia, México	1.000	8.600

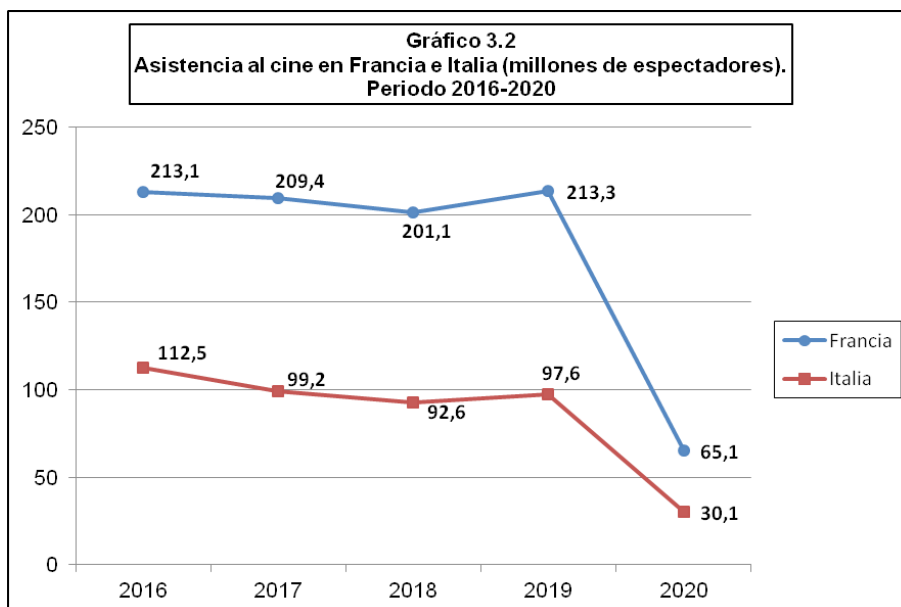
El ranking de estrenos iberoamericanos en Austria en 2020 también está liderado por la coproducción entre España y Francia *Ventajas de viajar en tren* con casi 1.400 espectadores (cuadro 3.8). Este top-10 solo cuenta con otras tres películas iberoamericanas: *A vida invisível de Eurídice Gusmão* (Brasil, Karim Ainouz), *Rojo* (Argentina, Benjamín Naishtat) y *Buñuel en el Laberinto de las Tortugas* (España, Salvador Simó).

**Cuadro 3.8**  
*Ranking de estrenos cinematográficos iberoamericanos. Año 2020. Austria*

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Ventajas de viajar en tren	España, Francia	1.386	12.683
2	A vida invisível de Eurídice Gusmão	Brasil	64	609
3	Rojo	Argentina, Brasil	54	434
4	Buñuel en el Laberinto de las Tortugas	España	5	41

La evolución de la asistencia a los cines en Francia durante el periodo 2016-2020, refleja una tendencia estable en los cuatro primeros años, comprendida entre 213 (2016-2019) y 201 (2018) millones de espectadores, y un descenso en 2020 debido a la pandemia del 69,4% respecto a 2019 (gráfico 3.2).

La evolución de la asistencia a los cines en Italia durante el periodo 2016-2020, también refleja una tendencia estable en los cuatro primeros años, comprendida entre 112,5 (2016) y 92,6 (2018) millones de espectadores, y un descenso en 2020 debido a la pandemia del 71,2% respecto a 2019.



El ranking de estrenos iberoamericanos en Francia durante 2020 está liderado por dos coproducciones entre España y Francia: *La red Avispa* (Olivier Assayas), con más de 185.000 espectadores, y *Josep* (Aurel) con casi 173.000. Otros estrenos que también tuvieron un éxito reseñable son las dos producciones españolas *Mientras dure la guerra* (Alejandro Amenábar) con más de 112.000 espectadores y *Madre* (Rocío Sorogoyen) con 86.483 y la producción guatemalteca *La Llorona* (Jayro Bustamante) con casi 66.000 espectadores.

El top-10 está conformado por cinco estrenos españoles (3 en coproducción con Francia), dos coproducciones colombianas (una con Argentina y otra con Francia), una obra argentina en coproducción con Italia, una producción chilena y una película guatemalteca en coproducción con Francia (cuadro 3.9).

**Cuadro 3.9**

*Ranking de estrenos cinematográficos iberoamericanos. Año 2020. Francia*

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	La red Avispa	España, Francia	185.708	1.368.828
2	Josep	España, Francia	172.928	1.274.628
3	Mientras dure la guerra	España	112.676	830.519
4	Madre	España, Francia	86.483	637.454
5	La Llorona	Guatemala, Francia	65.828	485.209
6	La Virgen de Agosto	España	41.775	307.918
7	Ema	Chile	26.052	192.026
8	Maternal	Argentina, Italia	23.352	172.124
9	Monos	Colombia, Argentina	22.756	167.731
10	Litigante	Colombia, Francia	21.823	160.854

El ranking de estrenos iberoamericanos en Italia durante 2020 está liderado por la coproducción hispano-argentina *La odisea de los Giles* (Sebastián Borensztein), con casi 8.500 espectadores, seguida de la obra española *Paradise Hills* (Alice Waddington) con más de 7.000 y de la chilena *Ema* con casi 6.000 espectadores. Este top-10 lo completan la producción colombiana *Monos* y la española *Buñuel en el Laberinto de las Tortugas* (cuadro 3.10).

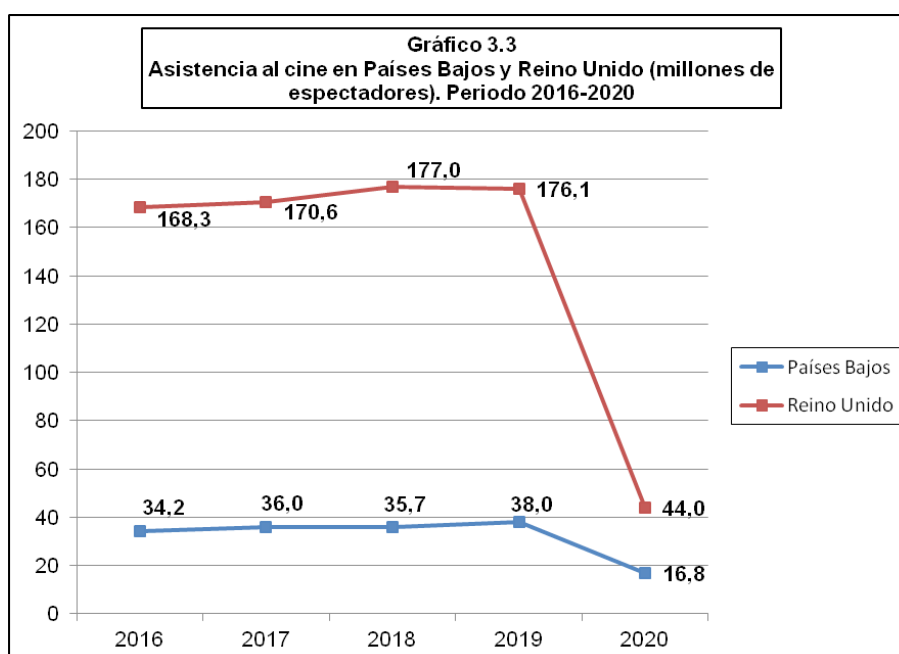
Cuadro 3.10

## Ranking de estrenos cinematográficos iberoamericanos. Año 2020. Italia

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	La odisea de los Giles	Argentina, España	8.453	55.966
2	Paradise Hills	España	7.225	51.510
3	Ema	Chile	5.817	37.855
4	Monos	Colombia, Argentina	1.688	12.167
5	Buñuel en el Laberinto de las Tortugas	España	769	4.258

La evolución de la asistencia a los cines en Países Bajos durante el periodo 2016-2020, refleja una tendencia estable en los cuatro primeros años, comprendida entre 34,2 (2016) y 38 (2019) millones de espectadores, y un descenso en 2020 debido a la pandemia del 55,9% respecto a 2019.

La evolución de la asistencia a los cines en Reino Unido durante el periodo 2016-2020, refleja una tendencia estable en los cuatro primeros años, comprendida entre 168,3 (2016) y 177 (2018) millones de espectadores, y un descenso en 2020 debido a la pandemia del 75% respecto a 2019 (gráfico 3.3).



El ranking de estrenos iberoamericanos en Países Bajos durante 2020 está liderado por la producción brasileña en coproducción con Francia *Bacurau* (Juliano Dornelles y Kleber Mendonça), con más de 13.000 espectadores, y por la coproducción hispanoamericana *Rifkin's Festival* (Woody Allen), con casi 10.500 espectadores. A continuación, con más de 7.000 espectadores, se sitúan *Ema* (Chile) y *Madre* (España, Francia).

El top-9 está conformado por tres estrenos españoles (uno en coproducción con Francia y otro con Estados Unidos), tres películas chilenas (una en coproducción con España y otro con Francia), un estreno argentino en coproducción con España, uno brasileño y otro portugués en coproducción con Estados Unidos (cuadro 3.11).

Cuadro 3.11

Ranking de estrenos cinematográficos iberoamericanos. Año 2020. Países Bajos

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Bacurau	Brasil, Francia	13.254	135.195
2	Rifkin's Festival	España, USA	10.490	106.996
3	Ema	Chile	7.756	79.115
4	Madre	España, Francia	7.152	72.954
5	Color out of space	USA, Portugal	6.151	62.741
6	La odisea de los Giles	Argentina, España	4.458	45.470
7	La última primavera	España	2.762	28.174
8	El agente topo	Chile, España	2.645	26.982
9	La cordillera de los sueños	Chile, Francia	2.102	21.444

El ranking de estrenos iberoamericanos en Reino Unido durante 2020 está liderado por dos coproducciones portuguesas, una con Estados Unidos y otra con España que superaron los 13.000 espectadores: *Color out of space* (Richard Stanley) y *El hombre que mató a D. Quijote* (Terry Gillian). En tercera posición se situó la película brasileña *Bacurau* con más de 6.600 espectadores.

El top-10 está conformado por dos estrenos portugueses (uno en coproducción con Estados Unidos), una producción argentina, una brasileña en coproducción con Francia, una chilena, una española en coproducción con Portugal y una obra mexicana en coproducción con Estados Unidos. El ranking lo completan tres producciones mexicanas dirigidas por Alejandro Jodorowsky reestrenadas en 2020 (cuadro 3.12).

Cuadro 3.12

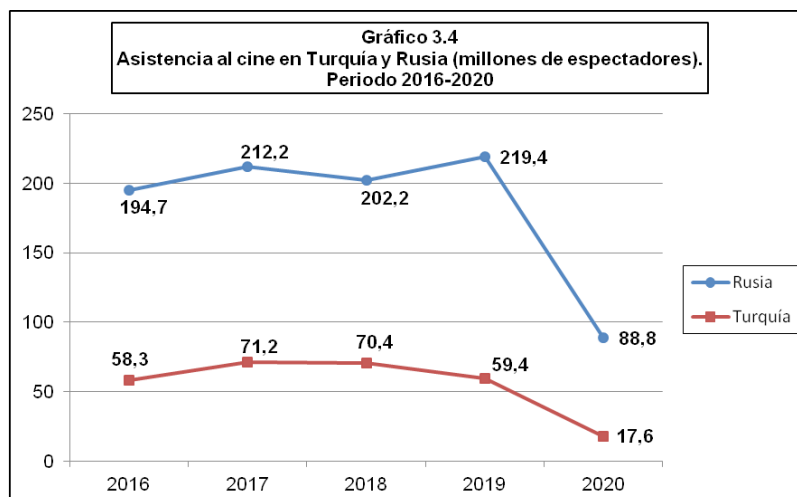
Ranking de estrenos cinematográficos iberoamericanos. Año 2020. Reino Unido

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Color out of space	USA, Portugal	13.109	119.292
2	El hombre que mató a D. Quijote	España, Portugal	13.098	119.195
3	Bacurau	Brasil, Francia	6.682	60.802
4	La montaña sagrada (1973)	México	4.471	40.683
5	Fin de siglo	Argentina	4.167	37.919
6	Ema	Chile	3.409	31.021
7	Familia de medianoche	México, USA	2.318	21.090
8	El Topo (1970)	México	2.284	20.786
9	Vitalina Varela	Portugal	1.010	9.187
10	Fando y Lis (1968)	México	460	4.185

La evolución de la asistencia a los cines en Rusia durante el periodo 2016-2020, refleja una tendencia estable en los cuatro primeros años, comprendida entre 219,4 (2019) y 194,7 (2016) millones de espectadores, y un descenso en 2020 debido a la pandemia mundial del 59,5% respecto a 2019 (gráfico 3.4).

La evolución de la asistencia a los cines en Turquía durante el periodo 2016-2020, refleja una tendencia más o menos estable en los cuatro primeros años con dos mínimos en torno a los 58 y 59 millones de espectadores en 2016 y 2019 y dos máximos en torno a los 70 y 71 millones de espectadores en 2018 y 2017, respectivamente. En 2020, debido a la pandemia mundial, la reducción de la asistencia se sitúa en un 70,4% respecto a 2019 (gráfico 3.4).





El ranking de estrenos iberoamericanos en Rusia durante 2020 está liderado por la producción española *Malasaña 32* (Albert Pintó), con casi 390.000 espectadores, seguida por la coproducción entre México y R. Unido *Scary Show* (Leopoldo Aguilar), con más de 96.000, y de la coproducción hispano-argentina *La gallina Turuleca* (Eduardo Gondell y Victor Monigote), con más de 51.000 espectadores.

El top-10 está conformado por cinco estrenos españoles (uno en coproducción con Francia y otro con Estados Unidos), dos producciones argentinas (una en producción con España), una obra mexicana en coproducción con Reino Unido, una película paraguaya (*Morgue*) y una coproducción entre Portugal y Estados Unidos (cuadro 3.13).

**Cuadro 3.13**  
**Ranking de estrenos cinematográficos iberoamericanos. Año 2020. Rusia**

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Malasaña 32	España	387.391	1.190.094
2	Scary Show	México, UK	96.361	257.179
3	La gallina Turuleca	Argentina, España	51.119	132.518
4	Rifkin's Festival	España, USA	31.869	185.578
5	La red Avispa	España, Francia	33.249	139.001
6	Morgue	Paraguay	11.670	39.201
7	Re-Loca	Argentina	9.735	33.771
8	No matarás	España	9.645	39.044
9	La voz humana	España	9.158	37.318
10	Color out of space	USA, Portugal	8.022	35.524

El ranking de estrenos iberoamericanos en Turquía en 2020 solo cuenta con dos producciones: la obra brasileña en coproducción con Francia, *Bacurau* con más de 4.000 espectadores y la guatemalteca *Nuestra madres* (César Díaz) con casi 2.000 espectadores.

**Cuadro 3.14**  
**Ranking de estrenos cinematográficos iberoamericanos. Año 2020. Turquía**

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Bacurau	Brasil, Francia	4.284	8.498
2	Nuestras madres	Guatemala	1.865	4.267

## EL CINE IBEROAMERICANO NO NACIONAL EN IBEROAMERICA

La muestra que utiliza el Panorama a partir de los datos ComScore-Rentrak para el estudio de la exhibición de los estrenos cinematográficos iberoamericanos no nacionales en Iberoamérica proviene de los top-100 de 19 países, excepto España que incluye todos los estrenos exhibidos en 2020. La selección de los títulos iberoamericanos no incluye los estrenos en sus mercados de origen, incluso sin son coproducciones con otros países iberoamericanos.

El número total de estrenos de los 19 países incluidos en la muestra suma 125 (cuadro 3.15). Este número de producciones se corresponde con 58 títulos, acumulando una asistencia de 1,2 millones de espectadores y 4,4 millones de dólares de recaudación. El porcentaje de coproducción se sitúa en el 38% (22 títulos), de las que el 45,4% se realizan entre países iberoamericanos (10 títulos).

Cuadro 3.15

*Estrenos iberoamericanos no nacionales presentes en el top-100 de mercados cinematográficos iberoamericanos. Año 2020. Iberoamérica*

Mercados Analizados	19	Número de títulos de la muestra	58
Nº estrenos de la muestra	125	Número de coproducciones	22
Espectadores totales	<b>1.290.411</b>	Coproducciones internacionales	12
Ingresos totales (\$)	<b>4.458.675</b>	Coproducciones iberoamericanas	10

La distribución de los 125 estrenos iberoamericanos por mercados de estreno refleja que Bolivia (12), Uruguay (11), España (9) y Nicaragua (9) son los países que más obras iberoamericanas no nacionales exhibieron en sus salas de cine.

Los mercados que registran más asistencia de espectadores a los estrenos iberoamericanos no nacionales son México (595.282), Brasil (228.915) y Uruguay (118.652) (cuadro 3.16).

Cuadro 3.16

*Distribución por países de exhibición de los estrenos iberoamericanos no nacionales presentes en el top-100 cinematográfico. Año 2020. Iberoamérica*

Nº	País estreno	Estrenos	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Argentina	7	14.522	35.044
2	Bolivia	12	39.320	177.566
3	Brasil	4	228.915	652.674
4	Chile	3	13.506	60.485
5	Colombia	6	35.137	102.616
6	Costa Rica	6	8.667	43.079
7	Ecuador	8	92.414	369.108
8	El Salvador	8	4.879	19.296
9	España	9	58.240	390.142
10	Guatemala	7	4.416	18.649
11	Honduras	7	5.299	16.559
12	México	4	595.282	1.556.587
13	Nicaragua	9	5.905	21.433
14	Panamá	8	3.817	17.493
15	Paraguay	6	3.221	14.849

16	Perú	4	6.322	26.850
17	Portugal	4	51.760	301.024
18	R. Dominicana	2	137	787
19	Uruguay	11	118.652	634.434
	<b>Total</b>	<b>125</b>	<b>1.290.411</b>	<b>4.458.675</b>

La distribución de los títulos iberoamericanos no nacionales en mercados iberoamericanos por países de origen refleja que España (20 títulos), México (11 títulos), Argentina (7 títulos) y Chile (4 títulos) son los países que más producciones iberoamericanas no nacionales distribuyeron entre los 19 países analizados en 2020.

Por espectadores, los títulos españoles aglutinaron más de 800.000 espectadores, los argentinos casi 175.000, los títulos chilenos más de 145.000 espectadores y los mexicanos casi 75.000. Un total de 13 países iberoamericanos situaron por lo menos un estreno en el top-100 cinematográfico (cuadro 3.17).

Cuadro 3.17

*Distribución por países de origen de los estrenos iberoamericanos no nacionales presentes en el top-100 cinematográfico. Año 2020. Iberoamérica*

Nº	País origen	Títulos	Espectadores	Ingresos
1	Argentina	7	174.562	949.181
2	Brasil	1	6.802	21.316
3	Chile	4	146.120	418.838
4	Colombia	2	11.672	62.771
5	Ecuador	1	4.533	18.172
6	El Salvador	1	27	108
7	España	20	812.050	2.372.612
8	Guatemala	2	5.961	33.417
9	México	11	74.913	359.423
10	Paraguay	2	14.504	52.113
11	Perú	3	12.413	50.432
12	Portugal	3	20.670	93.486
13	R. Dominicana	1	6.184	26.806
	<b>Total</b>	<b>58</b>	<b>1.290.411</b>	<b>4.458.675</b>

Los estrenos iberoamericanos no nacionales presentes en el top-100 de un mayor número de mercados en 2020 son las tres producciones españolas *Malasaña 32* (13 países), *Padre no hay más que uno* (8 países) y *Renacidos* (8 países), el estreno argentino *El robo del siglo* (7 países) y la producción paraguaya *Morgue* (7 países).

La película con más éxito en los 19 mercados analizados es *Malasaña 32* con más de 555.000 espectadores. Además, tres producciones superan los 100.000 espectadores: *El robo del siglo*, la chilena *Contra el demonio* y *Padre no hay más que uno*. De los 58 títulos contabilizados, un 42% (23 títulos) se situó en el top-100 de dos o más países (cuadro 3.18).

Cuadro 3.18

Títulos iberoamericanos no nacionales presentes en el top-100 cinematográfico. Año 2020. Iberoamérica

Nº	Título	País de Origen	Espectadores	País de estreno
1	Malasaña 32	España	559.944	BO, BR, CR, EL, EQ, GU, HN, ME, NI, PA, PG, PO, UG
2	Padre no hay mas que uno	España	101.662	EL, EQ, GU, HN, ME, NI, PA, UG
3	Renacidos	España, Francia, Italia	7.538	CO, CR, EL, GU, HN, NI, PA, PE
4	El robo del siglo	Argentina	141.438	BO, BR, CL, CR, PE, PG, UG
5	Morgue	Paraguay	13.615	BO, CR, EL, GU, HN, NI, PA
6	Locos de Amor 3	Perú	2.478	EL, GU, HN, PA
7	El mejor verano de mi vida	España	2.311	CR, EL, GU, NI
8	El cruce de Guatemala	El Salvador	27	GU, HN, NI, PA
9	La odisea de los giles	Argentina, España	26.131	CO, ES, UG
10	Frankie	Portugal, Francia	17.837	BR, CL, CO
11	Monos	Colombia, Argentina, Uruguay	11.146	AR, ES, RD
12	Salvador Dalí. En busca de la inmortalidad	España	1.019	AR, CL, PA
13	Wojtyla. La investigación	España	216	EL, NI, UG
14	Contra el demonio	Chile	126.619	BO, ME
15	Hasta que la boda nos separe (2019)	España	72.124	EQ, ME
16	Día de Muertos	México	30.620	EQ, PO
17	Scary Show	México, Canadá, UK	17.490	BO, EQ
18	Cuidado con lo que deseas	España, México	13.006	BO, EQ
19	Los Leones	R. Dominicana	6.184	BO, PA
20	La Llorona	Guatemala, Francia	3.921	CR, ES
21	Dolor y gloria	España	3.767	CO, RD
22	Los Rodríguez y el Más Allá	España	3.043	BO, PE
23	Perdida (2018)	México	182	EL, NI
24	Animal Crackers	España, USA	19.205	PO
25	Escuadrón de la muerte	España, USA	17.348	CO
26	Ema	Chile	15.708	ES
27	Mamá se fue de viaje (2019)	México	14.921	PO
28	Hotel Paraíso	Perú	7.264	EQ
29	Bacurau	Brasil, Francia	6.802	AR
30	Escuela para seductores	México	5.804	EQ
31	Dedicado a mi ex	Ecuador, Colombia	4.533	BO
32	Corazón ardiente	España	4.248	CO
33	El juego de las cien velas	Argentina, N. Zelanda	3.990	UG
34	Wonder Park	España, USA	3.796	BR
35	Sin señas particulares	México, España	3.083	ES
36	Vitalina Varela	Portugal	2.814	ES
37	Yuraq	Perú	2.671	BO
38	Araña	Chile, Argentina, Brasil	2.597	AR
39	Nuestras madres	Guatemala	2.040	ES
40	No matarás	España	1.723	BO
41	Sin origen	México	1.323	BO

42	El día que me muera	Argentina	1.207	UG
43	El Príncipe (2019)	Chile, Argentina, Bélgica	1.196	AR
44	Los Lobos	México	1.181	ES
45	Que sea ley	Argentina, Uruguay	924	ES
46	Lectura según Justino	Paraguay, Argentina	889	AR
47	@buelos, nunca es tarde para emprender	España	598	UG
48	Somos calentura	Colombia, Argentina	526	AR
49	A night of horror: Nightmare Radio	Argentina, N. Zelanda, UK	503	UG
50	El pacto	España	411	PG
51	Shalom Taiwan	Argentina	369	UG
52	La boda de mi mejor amigo	México	150	PG
53	Nuevo orden	México, Francia	142	UG
54	Sin rodeos	España	68	PG
55	Pedro e Inés	Portugal	19	HN
56	Ya veremos	México	17	PE
57	El reino	España, Francia	16	PG
58	Ni distintos ni diferentes, Campeones	España	7	NI
<b>Total espectadores</b>			<b>1.290.411</b>	

El ranking de estrenos iberoamericanos no nacionales está liderado por *Malasaña 32* en México (330.308 espectadores) y Brasil (198.425 espectadores). Otras dos obras superaron los 100.000 espectadores: *Contra el demonio* en México y *El robo del siglo* en Uruguay (cuadro 3.19).

Este top-20 incluye las obras que fueron vistas por más de 10.000 espectadores en las salas de cine. Por su origen, nueve son españolas (una en coproducción con México), cuatro argentinas (una en coproducción con España), cuatro son mexicanas (una en coproducción con Canadá y R. Unido), dos son chilenas y una es portuguesa (en coproducción con Francia).

Por países de estreno, cinco se sitúan en el top-100 de Ecuador, cuatro en el de México, tres en el de Brasil, dos en Portugal y dos estrenos en el top-150 de España. Completan el cuadro un estreno en Chile, Colombia, Paraguay y Uruguay.

Cuadro 3.19

Ranking de estrenos iberoamericanos no nacionales. Año 2020. Iberoamérica

Nº	Título	País de origen	Espectadores	País estreno
1	Malasaña 32	España	330.308	México
2	Malasaña 32	España	198.425	Brasil
3	Contra el demonio	Chile	122.864	México
4	El robo del siglo	Argentina	103.999	Uruguay
5	Padre no hay mas que uno	España	80.076	México
6	Hasta que la boda nos separe (2019)	España	62.034	México
7	La odisea de los giles	Argentina, España	21.089	España
8	Día de Muertos	México	20.449	Ecuador
9	Animal Crackers	España, USA	19.205	Portugal
10	Padre no hay mas que uno	España	18.068	Ecuador
11	Escuadrón de la muerte	España, USA	17.348	Colombia
12	Ema	Chile	15.708	España
13	Mamá se fue de viaje (2019)	México	14.921	Paraguay

14	El robo del siglo	Argentina	14.626	Brasil
15	Scary Show	México, Canadá, UK	12.599	Ecuador
16	Frankie	Portugal, Francia	12.068	Brasil
17	El robo del siglo	Argentina	11.664	Chile
18	Cuidado con lo que deseas	España, México	10.675	Ecuador
19	Día de Muertos	México	10.171	Portugal
20	Hasta que la boda nos separe (2019)	España	10.090	Ecuador

La distribución por países de origen del top-20 de títulos iberoamericanos no nacionales es la siguiente: siete producciones españolas (2 en coproducción con Estados Unidos, una con Francia e Italia y otra con México), tres mexicanas (una en coproducción con R. Unido y Canadá), dos producciones argentinas (una en coproducción con España) y dos chilenas.

Los países que cuentan con un título en este top-20 son: Brasil (en coproducción con Francia), Paraguay, Perú, Portugal (en coproducción con Francia) y R. Dominicana. El top-20 de títulos iberoamericanos no nacionales está conformado por los títulos que acumularon más de 6.000 espectadores en los top-100 analizados (cuadro 3.20).

Cuadro 3.20

## Ranking de títulos iberoamericanos no nacionales. Año 2020. Iberoamérica

Nº	Título	País de origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Malasaña 32	España	559.944	1.521.023
2	El robo del siglo	Argentina	141.438	737.174
3	Contra el demonio	Chile	126.619	306.735
4	Padre no hay mas que uno	España	101.662	292.998
5	Hasta que la boda nos separe (2019)	España	72.124	235.701
6	Día de Muertos	México	30.620	142.532
7	La odisea de los giles	Argentina, España	26.131	179.359
8	Animal Crackers	España, USA	19.205	108.726
9	Frankie	Portugal, Francia	17.837	75.383
10	Scary Show	México, Canadá, UK	17.490	67.831
11	Escuadrón de la muerte	España, USA	17.348	48.649
12	Ema	Chile	15.708	104.229
13	Mamá se fue de viaje (2019)	México	14.921	92.404
14	Morgue	Paraguay	13.615	51.702
15	Cuidado con lo que deseas	España, México	13.006	46.952
16	Monos	Colombia, Argentina, Uruguay	11.146	61.774
17	Renacidos	España, Francia, Italia	7.538	25.678
18	Hotel Paraíso	Perú	7.264	29.447
19	Bacurau	Brasil, Francia	6.802	21.316
20	Los Leones	R. Dominicana	6.184	26.804

Las características de la muestra que analiza el *Panorama*, a partir de los datos ComScore-Rentrak, para el estudio de la exhibición de los estrenos cinematográficos iberoamericanos no nacionales en Iberoamérica en la década 2011-2020 son las siguientes: el periodo 2011-2012 incluye el análisis de los datos de todos los estrenos exhibidos en 7 países; 2013 incluye los datos de todos los estrenos exhibidos en 19 países; el periodo 2014-2015 incluye los datos del top-100 de 18 países más todos los estrenos de España; el periodo 2016-2018 incluye los datos del top-100 de 19 países más todos los estrenos de España y el periodo 2019-2020 incluye los datos de 18 más todos los estrenos de España.

El número total de estrenos iberoamericanos no nacionales de la muestra en la década 2011-2020 suma 1.020. Este número de estrenos se corresponde con 520 títulos, los cuales, acumulan una asistencia 102 millones de espectadores y unos ingresos de 451,6 millones de dólares. El porcentaje de coproducción se sitúa en el 38,2% (199 títulos), de las que un 48,7% se realizan entre países iberoamericanos (97 títulos). Por último, sobre la muestra hay que señalar que algunos de los 520 títulos se contabilizaron en los rankings de diferentes años dependiendo de la fecha de estreno en cada país, si agrupamos esos títulos duplicados la cifra total de títulos únicos de la muestra se sitúa en 456 (cuadro 3.21).

**Cuadro 3.21**

*Estrenos iberoamericanos no nacionales presentes en el top-100 de mercados cinematográficos iberoamericanos. Década 2011-2020. Iberoamérica*

Mercados Analizados	20	Número de títulos de la muestra	520
Nº estrenos de la muestra	1.020	Número de coproducciones	199
Espectadores totales	<b>102.077.956</b>	Coproducciones internacionales	102
Ingresos totales (\$)	<b>451.634.776</b>	Coproducciones iberoamericanas	97

La distribución de los 1.020 estrenos iberoamericanos por mercados de estreno refleja que España (137) fue el país que más estrenos iberoamericanos no nacionales aporta a la muestra, si bien hay que señalar que en este país en cada año se analizan todos los estrenos exhibidos (cuadro 3.22). El resto de países registran un número parecido de estrenos y los que más destacan son: Uruguay (72), México (71), Bolivia (68), Colombia (68), Argentina (60), Brasil (60) y Chile (51)

Los mercados que acumulan en la década 2011-2020 una asistencia de espectadores a los estrenos iberoamericanos no nacionales más elevada son: México (42,8 millones), Brasil (14,6 millones), Colombia (9,4 millones), Argentina (8,5 millones), Perú (5,5 millones), Venezuela (3,8 millones) y Chile (3,6 millones).

**Cuadro 3.22**

*Distribución acumulada por país de estreno de los estrenos iberoamericanos del top-100 en mercados iberoamericanos. Década 2011-2020. Iberoamérica*

Nº	País estreno	Nº estrenos	Espectadores
1	Argentina	60	8.540.406
2	Bolivia	68	1.129.551
3	Brasil	60	14.647.839
4	Chile	51	3.617.104
5	Colombia	68	9.491.802
6	Costa Rica	32	798.037
7	Ecuador	37	1.552.301
8	El Salvador	40	495.460
9	España*	137	2.547.214
10	Guatemala	38	785.771
11	Honduras	35	363.265
12	México	71	42.823.170
13	Nicaragua	41	311.159
14	Panamá	36	820.885
15	Paraguay	33	254.859
16	Perú	37	5.545.683

17	Portugal	45	2.394.994
18	R. Dominicana	10	71.099
19	Uruguay	72	2.055.007
20	Venezuela	49	3.832.350
<b>Total</b>		<b>1.020</b>	<b>102.077.956</b>

La distribución de los títulos iberoamericanos no nacionales en mercados iberoamericanos por países de origen refleja que España (178 títulos), Argentina (119 títulos) y México (77 títulos) fueron los países que más producciones iberoamericanas incluyeron en los top-100 de los 20 países analizados en la década 2011-2020.

Por espectadores, los títulos españoles aglutinaron 79,7 millones de espectadores, los argentinos 5,9 millones y los mexicanos 5,7 millones de espectadores. Un total de 20 países iberoamericanos situaron algún título de estreno en el top-100 cinematográfico en la década 2011-2020 y solo Honduras y Nicaragua no tuvieron representación en esta muestra (cuadro 3.23).

*Cuadro 3.23*

*Distribución acumulada por país de origen de los estrenos iberoamericanos del top-100 en mercados iberoamericanos. Década 2011-2020. Iberoamérica*

Nº	País origen	Nº estrenos	Nº títulos	Espectadores
1	Argentina	154	119	5.901.004
2	Bolivia	2	2	2.217
3	Brasil	52	30	2.903.126
4	Chile	41	26	2.136.401
5	Colombia	28	18	1.578.692
6	Costa Rica	6	3	22.177
7	Cuba	2	2	14.500
8	Ecuador	6	4	214.865
9	El Salvador	4	1	27
10	España	486	178	79.799.845
11	Guatemala	3	3	13.589
12	Honduras	0	0	0
13	México	138	77	5.710.522
14	Nicaragua	0	0	0
15	Panamá	2	2	97.726
16	Paraguay	10	5	51.183
17	Perú	38	19	1.621.360
18	Portugal	16	11	71.728
19	P. Rico	4	4	62.664
20	R. Dominicana	6	4	1.158.804
21	Uruguay	16	6	696.540
22	Venezuela	6	6	20.987
<b>Total</b>		<b>1.020</b>	<b>520</b>	<b>102.077.957</b>

El ranking de estrenos iberoamericanos no nacionales en la década 2011-2020 está liderado por coproducciones de España con Estados Unidos. En concreto en el top-3 se situaron: *Fast & Furious 6* (10,1 y 4,5 millones) en México y Brasil y *Exodus: Dioses y Reyes* (3,3 millones) en México (cuadro 3.24).



El top-20 de estrenos cuenta con la presencia de 6 mercados: México (12 estrenos), Brasil (3 estrenos), Colombia (2 estrenos), Argentina (un estreno), Perú (un estreno) y Venezuela (un estreno). Por países de origen, 16 son producciones españolas (12 en coproducción con USA y una con Canadá), una chilena en coproducción con Colombia, una producción colombiana, una mexicana y una dominicana.

Cuadro 3.24

*Ranking de estrenos iberoamericanos no nacionales. Década 2011-2020. Iberoamérica*

Nº	País estreno	Título	País de origen	Espectadores	Año
1	México	Fast & Furious 6	España, USA	10.160.844	2013
2	Brasil	Fast & Furious 6	España, USA	4.509.023	2013
3	México	Exodus: Gods and Kings	España, USA	3.311.861	2014
4	México	Lo imposible	España, USA	2.960.740	2012
5	México	Mama	España, Canadá	2.889.099	2013
6	Argentina	Fast & Furious 6	España, USA	2.212.043	2013
7	México	Las aventuras de Tadeo Jones	España	2.181.107	2013
8	Colombia	Fast & Furious 6	España, USA	2.043.193	2013
9	México	El parque mágico	España, USA	1.605.564	2019
10	Brasil	Exodus: Gods and Kings	España, USA	1.535.815	2014
11	Colombia	No se aceptan devoluciones	México	1.460.203	2014
12	México	Perfectos desconocidos	España	1.417.802	2018
13	Venezuela	Fast & Furious 6	España, USA	1.172.640	2013
14	Brasil	Medianoche en París	España, USA	1.163.160	2011
15	México	Los 33	Chile, Colombia, USA	1.154.610	2015
16	México	Lo que de verdad importa	España, USA	1.120.573	2017
17	México	Cómplices	R. Dominicana	994.843	2018
18	México	El cartel de los sapos	Colombia	932.657	2013
19	Perú	Fast & Furious 6	España, USA	925.061	2013
20	México	Los ojos de Julia	España	918.377	2011

El ranking de estrenos íntegramente iberoamericano, en mercados no nacionales, durante la década 2011-2020 está liderado por tres producciones que consiguieron superar el millón de espectadores: *Las aventuras de Tadeo Jones* (España) y *Perfectos desconocidos* (España) exhibidas en México y *No se aceptan devoluciones* (México) en Colombia. A continuación se situaron tres obras con más de 900.000 espectadores en el mercado cinematográfico mexicano: *Cómplices* (República Dominicana), *El cartel de los sapos* (Colombia) y *Los ojos de Julia* (España).

El top-20 de estrenos de la década está conformado por las obras con más de 330.000 espectadores y cuenta con la presencia de 7 mercados: México (13 estrenos), Brasil (4 estrenos), Argentina (3 estrenos), Colombia (2 estrenos), Chile (un estreno), Perú (un estreno) y Venezuela (un estreno). Por países de origen, 16 son producciones españolas (dos en coproducción con Argentina), tres brasileñas, dos peruanas, dos colombianas, una mexicana y una dominicana (cuadro 3.25).

Cuadro 3.25

*Ranking de estrenos íntegramente iberoamericanos en mercados no nacionales. Década 2011-2020. Iberoamérica*

Nº	País estreno	Título	País de origen	Espectadores	Año
1	México	Las aventuras de Tadeo Jones	España	2.181.107	2013
2	Colombia	No se aceptan devoluciones	México	1.460.203	2014
3	México	Perfectos desconocidos	España	1.417.802	2018
4	México	Cómplices	R. Dominicana	994.843	2018
5	México	El cartel de los sapos	Colombia	932.657	2013
6	México	Los ojos de Julia	España	918.377	2011
7	México	Tadeo Jones 2	España	807.870	2018
8	México	Perfectos desconocidos	España	793.962	2019
9	México	Metegol	España, Argentina	741.913	2013
10	México	Rec 3: Génesis	España	723.241	2012
11	México	Un monstruo viene a verme	España	636.157	2017
12	Argentina	Nada a perder - Parte 1	Brasil	625.678	2018
13	Brasil	Las aventuras de Tadeo Jones	España	601.483	2013
14	Argentina	Moisés y los diez mandamientos	Brasil	470.375	2017
15	Perú	Las aventuras de Tadeo Jones	España	464.139	2013
16	Chile	Condorito: la película	Perú	455.163	2017
17	Brasil	La piel que habito	España	450.145	2011
18	Colombia	Condorito: la película	Perú	428.456	2017
19	Argentina	Nada a perder - parte 2	Brasil	403.858	2019
20	México	Tengo ganas de ti	España	351.968	2012
21	Venezuela	El cartel de los sapos	Colombia	351.504	2012
22	Brasil	Lo que de verdad importa	España	348.640	2018
23	Brasil	Metegol	España, Argentina	340.332	2013
24	México	Mientras duermes	España	334.853	2011
25	México	Malasaña 32	España	330.308	2020

El *ranking* acumulado de títulos iberoamericanos, realizados exclusivamente por productoras iberoamericanas, entrenados en diferentes mercados no nacionales, durante la década 2011-2020, está liderado por dos obras españolas: *Las aventuras de Tadeo Jones* con casi cuatro millones de espectadores y *Perfectos desconocidos* con 2,3 millones. A continuación tres estrenos acumularon en diferentes mercados 1,6 millones de espectadores: *Tadeo Jones 2* (España), *Metegol* (Argentina, España) y *No se aceptan devoluciones* (México). Aparte de estas cinco obras, otras cuatro superaron el millón de espectadores.

Este top-30 está conformado por obras con más de 300.000 espectadores y cuenta con la presencia de 8 nacionalidades: España 17 títulos (2 en coproducción con Argentina), México 4 títulos (uno en coproducción con España), Brasil tres títulos y Argentina dos títulos (uno en coproducción con España). Completan el cuadro un título de Colombia, Perú, R. Dominicana y Uruguay (cuadro 3.26).

**Cuadro 3.26**  
**Ranking acumulado de títulos íntegramente iberoamericanos estrenados en mercados no nacionales.**  
**Década 2011-2020. Iberoamérica**

N°	Título	Origen	Espectadores	Año
1	Las aventuras de Tadeo Jones	España	3.897.355	2013
2	Perfectos desconocidos	España	2.327.151	2018, 2019
3	Tadeo Jones 2	España	1.692.227	2017, 2018
4	Metegol	España, Argentina	1.658.128	2013, 2014
5	No se aceptan devoluciones	México	1.627.733	2013, 2014
6	El cartel de los sapos	Colombia	1.307.538	2013, 2013
7	Condorito: la película	Perú	1.246.599	2017, 2018
8	Los ojos de Julia	España	1.092.847	2011
9	La piel que habito	España	1.049.795	2011, 2012
10	Cómplices	R. Dominicana	994.843	2018
11	REC 3: Génesis	España	907.047	2012, 2013
12	Nada a perder - Parte 1	Brasil	903.194	2018
13	Cantinflas	México	674.802	2014
14	Un monstruo viene a verme	España	645.920	2017
15	Relatos salvajes	Argentina, España	638.225	2014, 2015
16	Moisés y los diez mandamientos	Brasil	572.247	2017, 2018
17	Malasaña 32	España	559.944	2020
18	Nada a perder - parte 2	Brasil	559.025	2019
19	Mientras duermes	España	500.666	2011, 2012, 2013
20	Dolor y gloria	España	499.336	2019, 2020
21	Tengo ganas de ti	España	490.003	2012
22	La posesión de Emma Evans	España	467.313	2011, 2012
23	Los amantes pasajeros	España	444.725	2013
24	La casa muda	Uruguay	405.589	2011, 2013
25	Don Gato y su pandilla	México	377.113	2011, 2012
26	Julieta	España	334.560	2016
27	Ya veremos	México	332.366	2018, 2019, 2020
28	Mamá se fue de viaje (2017)	Argentina	330.152	2017
29	REC 4: Apocalipsis	España	308.671	2014
30	Un cuento chino	España, Argentina	304.609	2011, 2012

## ARGENTINA

El *top-20* histórico de estrenos argentinos en mercados iberoamericanos no nacionales en la década 2011-2020, refleja que los estrenos con más éxito en este periodo fueron *Relatos salvajes*, con casi 300.000 espectadores, en Brasil y *Mamá se fue de viaje* en Perú, con 251.279 espectadores.

Por países de estreno, los mercados presentes en el ranking histórico son: Uruguay (8), Perú (3), Colombia (3), Chile (2), España (2), Brasil (1) y Venezuela (1). Los títulos con más presencia son: *Relatos salvajes* (3 mercados) y *El inventor de juegos* (3 mercados). Por tipo de producción en este *top-20* predominan las coproducciones con España. Por espectadores, dos estrenos superan los 200.000 espectadores, doce los 100.000 y seis los 85.000 espectadores (cuadro 3.27).

Cuadro 3.27

*Ranking de estrenos argentinos en mercados iberoamericanos no nacionales. Década 2011-2020. Iberoamérica*

Nº	País estreno	Título	País de origen	Espectadores	Año
1	Brasil	Relatos salvajes	Argentina, España	292.897	2014
2	Perú	Mamá se fue de viaje	Argentina	251.279	2017
3	Uruguay	Relatos salvajes	Argentina, España	133.053	2014
4	Uruguay	Me casé con un boludo	Argentina	129.272	2016
5	Chile	Relatos salvajes	Argentina, España	116.887	2014
6	Uruguay	La odisea de los giles	Argentina, España	115.310	2019
7	Perú	El inventor de juegos	Argentina, Canadá, Italia	114.973	2014
8	Perú	Sin hijos	Argentina, España	114.882	2015
9	Colombia	El inventor de juegos	Argentina, Canadá, Italia	113.714	2014
10	España	Amor a última vista	Argentina	111.649	2018
11	Uruguay	Re-Loca	Argentina	109.333	2018
12	Colombia	Corazón de León	Argentina, Brasil	105.067	2015
13	Uruguay	El robo del siglo	Argentina	103.999	2020
14	Uruguay	El Clan	Argentina, España	100.188	2015
15	Uruguay	Sos mi pasión	Argentina	97.422	2017
16	Chile	El hilo rojo	Argentina	96.730	2016
17	Uruguay	Gilda	Argentina	94.272	2016
18	Venezuela	El inventor de juegos	Argentina, Canadá, Italia	87.837	2014
19	España	El hombre de al lado	Argentina	87.704	2011
20	Colombia	Relatos salvajes	Argentina, España	85.229	2014

El *top-10* histórico de títulos argentinos en mercados iberoamericanos no nacionales con más de 100.000 espectadores acumulados, en la década 2011-2020, refleja que la producción con más éxito fue *Relatos salvajes* con más de 600.000 espectadores, seguido de *El inventor de juegos* y *Mamá se fue de viaje* con más de 300.000 (cuadro 3.28).

Cuadro 3.28

*Ranking acumulado de títulos argentinos estrenados en mercados iberoamericanos no nacionales. Década 2011-2020. Iberoamérica*

Nº	Título	País de origen	Espectadores	Año
1	Relatos salvajes	Argentina, España	638.225	2014, 2015
2	El inventor de juegos	Argentina, Canadá, Italia	354.094	2014, 2016
3	Mamá se fue de viaje (2017)	Argentina	330.152	2017
4	El Clan	Argentina, España	188.028	2015
5	Me casé con un boludo	Argentina	172.138	2016, 2017
6	Sin hijos	Argentina, España	165.284	2015
7	Amor a última vista	Argentina	162.222	2018
8	La odisea de los giles	Argentina, España	158.411	2019, 2020
9	El hilo rojo	Argentina	153.807	2016
10	El robo del siglo	Argentina	141.438	2020
11	El hombre de al lado	Argentina	126.237	2011, 2012
12	Corazón de León	Argentina, Brasil	111.501	2015
13	Re-Loca	Argentina	109.333	2018

## BRASIL

El top-20 histórico de estrenos brasileños en mercados iberoamericanos en la década 2011-2020 refleja que el estreno con más éxito en este periodo fue *Nada a perder – Parte 1*, con más de 600.000 espectadores, seguido de *Moisés y los diez mandamientos*, con 470.375 espectadores, y *Nada a perder - Parte 2*, con más de 400.000 espectadores. Las tres producciones fueron estrenadas en Argentina.

Por países de estreno los mercados presentes en el ranking histórico son: España (8), Argentina (4), Portugal (3), Colombia (2), Chile (1), Ecuador (1) y Paraguay (1). Los títulos con más presencia son: *Nada a perder – Parte 1* (5 países) y *360* (3 países). Por tipo de producción en este top-20 hay siete coproducciones, destacando como países coproductores Francia, Estados Unidos y Reino Unido. Por espectadores, en este top-20 un estreno supera los 600.000 espectadores, dos los 400.000, uno los 200.000, tres los 100.000 espectadores, cinco los 50.000 y el resto estuvieron por debajo de esa cifra de espectadores (cuadro 3.29).

Cuadro 3.29

Ranking de estrenos brasileños en mercados iberoamericanos no nacionales. Década 2011-2020. Iberoamérica

Nº	País estreno	Título	País de origen	Espectadores	Año
1	Argentina	Nada a perder - Parte 1	Brasil	625.678	2018
2	Argentina	Moisés y los diez mandamientos	Brasil	470.375	2017
3	Argentina	Nada a perder - Parte 2	Brasil	403.858	2019
4	España	Trash: Ladrones de esperanza	Brasil, UK	203.589	2014
5	España	Llámame por tu nombre	Brasil, USA	154.371	2018
6	Portugal	Nada a perder - Parte 2	Brasil	113.411	2019
7	Colombia	Nada a perder - Parte 1	Brasil	101.462	2018
8	España	La sal de la tierra	Brasil, Francia, Italia	91.130	2014
9	Portugal	Nada a perder - Parte 1	Brasil	78.938	2018
10	España	360	Brasil, UK, USA	65.167	2013
11	Portugal	Tropa de Elite 2	Brasil	52.119	2011
12	Chile	Un novio para mi mujer	Brasil	50.512	2017
13	Ecuador	Nada a perder - Parte 1	Brasil	47.089	2018
14	España	Greta	Brasil	43.678	2019
15	España	El profesor de violín	Brasil	35.539	2016
16	Argentina	360	Brasil, Francia, UK	26.896	2012
17	Colombia	360	Brasil, Francia, UK	23.729	2012
18	España	Siempre juntos	Brasil	23.239	2018
19	España	En el camino	Brasil, Francia, UK, USA	21.912	2013
20	Paraguay	Nada a perder - Parte 1	Brasil	18.357	2018

El top-10 histórico de títulos brasileños en mercados iberoamericanos no nacionales en la década 2011-2020, refleja que el estreno que acumuló un mayor número de espectadores fue *Nada a perder – Parte 1*, con más de 900.000 espectadores, seguido de *Moisés y los diez mandamientos* y *Nada a perder - Parte 2*, ambos con más de 550.000 espectadores (cuadro 3.30).

Cuadro 3.30

*Ranking acumulado de títulos brasileños estrenados en mercados iberoamericanos no nacionales. Década 2011-2020. Iberoamérica*

Nº	Título	País de origen	Espectadores	Año
1	Nada a perder - Parte 1	Brasil	903.194	2018
2	Moisés y los diez mandamientos	Brasil	572.247	2017, 2018
3	Nada a perder - Parte 2	Brasil	559.025	2019
4	Trash: Ladrones de esperanza	Brasil, UK	203.589	2014
5	Llámame por tu nombre	Brasil, USA	164.601	2018
6	360	Brasil, UK, USA	123.732	2012, 2013
7	La sal de la tierra	Brasil, Francia, Italia	91.130	2014
8	Tropa de Elite 2	Brasil	52.119	2011
9	Greta	Brasil	43.678	2019
10	El profesor de violín	Brasil	35.539	2016

## CHILE

El top-20 histórico de estrenos chilenos en mercados iberoamericanos no nacionales en la década 2011-2020 refleja que, el estreno con más éxito en este periodo fue la coproducción con Colombia y Estados Unidos *Los 33*, en el mercado cinematográfico mexicano, con más de un millón de espectadores, seguido de la coproducción con Estados Unidos *Jackie*, en España con 133.756 espectadores y de la película *Contra el demonio*, también en México con más de 120.000 espectadores.

Por países de estreno los mercados presentes en el ranking histórico son: España (6), Argentina (2), Bolivia (2), Brasil (2), México (2), Venezuela (2), Ecuador (1), Guatemala (1), Perú (1) y Portugal (1). *Los 33* (6 países) es el título con más presencia. Por tipo de producción en este top-20 hay 13 coproducciones, destacando como países coproductores Colombia y Estados Unidos. Por espectadores, en este top-20, un estreno supera el millón, dos los 100.000 espectadores y cuatro los 50.000 (cuadro 3.31).

Cuadro 3.31

*Ranking de estrenos chilenos en mercados iberoamericanos no nacionales. Década 2011-2020. Iberoamérica*

Nº	País estreno	Título	País de origen	Espectadores	Año
1	México	Los 33	Chile, Colombia, USA	1.154.610	2015
2	España	Jackie	Chile, USA	133.756	2017
3	México	Contra el demonio	Chile	122.864	2020
4	Venezuela	Los 33	Chile, Colombia, USA	78.671	2015
5	Brasil	No	Chile, México	65.024	2012
6	Argentina	Los 33	Chile, Colombia, USA	63.696	2015
7	Ecuador	Los 33	Chile, Colombia, USA	57.529	2015
8	Brasil	31 minutos	Chile	48.472	2012
9	España	El Club	Chile	44.798	2015
10	España	Gloria Bell	Chile, USA	36.316	2019
11	Portugal	Jackie	Chile, USA	36.022	2017
12	España	No	Chile, México	33.501	2013
13	Venezuela	Knock, knock	Chile, USA	26.456	2015
14	Perú	Qué pena tu familia	Chile	25.941	2013
15	España	La novia del desierto	Chile, Argentina	20.053	2018

16	Bolivia	Los 33	Chile, Colombia, USA	18.416	2015
17	Argentina	Violeta se fue a los cielos	Chile	17.088	2011
18	Guatemala	Los 33	Chile, Colombia, USA	15.783	2015
19	España	Ema	Chile	15.708	2020
20	Bolivia	Lusers	Chile, Argentina, Perú	14.270	2015

El *top-10* histórico de títulos chilenos en mercados iberoamericanos no nacionales en la década 2011-2020, refleja que *Los 33* fue el estreno que acumuló un mayor número de espectadores con 1,45 millones. A bastante distancia *Jackie* sobrepasó los 160.000 y *Contra el demonio* los 125.000 espectadores (cuadro 3.32).

Cuadro 3.32

*Ranking acumulado de títulos chilenos estrenados en mercados iberoamericanos no nacionales. Década 2011-2020. Iberoamérica*

Nº	Título	País de origen	Espectadores	Año
1	Los 33	Chile, Colombia, USA	1.450.042	2015
2	Jackie	Chile, USA	169.778	2017
3	Contra el demonio	Chile	126.619	2020
4	No	Chile, México	98.525	2012, 2013
5	31 minutos	Chile	48.472	2012
6	El Club	Chile	44.798	2015
7	Knock, knock	Chile, USA	38.581	2015
8	Gloria Bell	Chile, USA	36.316	2019
9	Qué pena tu familia	Chile	25.941	2013
10	Violeta se fue a los cielos	Chile, Argentina, Brasil	23.711	2011, 2013

## COLOMBIA

El top-20 histórico de estrenos colombianos en mercados iberoamericanos no nacionales en la década 2011-2020 refleja que, el estreno con más éxito en este periodo fue *El cartel de los sapos* en el mercado cinematográfico mexicano y en el mercado venezolano, con más de 930.000 espectadores y más de 350.000 de espectadores, respectivamente (cuadro 3.33).

Por países de estreno los mercados presentes en el ranking histórico son: España (4), México (3), El Salvador (2), Honduras (2), Nicaragua (2), Venezuela (2), Chile (1), Guatemala (1), Panamá (1) y Paraguay (1). Los títulos con más presencia son *El cartel de los sapos* (7 países) y *Desde la oscuridad* (4 países). Por tipo de producción, en este top-20, hay ocho coproducciones, destacando como países coproductores Argentina, España y Estados Unidos. Por espectadores, en este top-20, un estreno supera los 900.000 espectadores, otro los 300.000 y el resto no sobrepasa los 100.000 espectadores (cuadro 3.33).

Cuadro 3.33

*Ranking de estrenos colombianos en mercados iberoamericanos no nacionales. Década 2011-2020. Iberoamérica*

Nº	País estreno	Título	País de origen	Espectadores	Año
1	México	El cartel de los sapos	Colombia	932.657	2013
2	Venezuela	El cartel de los sapos	Colombia	351.504	2012
3	Argentina	Encerrada	Colombia, USA	65.528	2015
4	Venezuela	Saluda al diablo de mi parte	Colombia	53.993	2011
5	México	Sin tetas no hay paraíso	Colombia	35.245	2011

6	Chile	Desde la oscuridad	Colombia, España, USA	28.502	2015
7	España	El paseo 2	Colombia	21.592	2013
8	España	El abrazo de la serpiente	Colombia	17.161	2016
9	España	Pájaros de verano	Colombia, México	12.224	2019
10	España	Monos	Colombia, Argentina, Uruguay	9.261	2020
11	Honduras	El cartel de los sapos	Colombia	7.994	2013
12	Panamá	El cartel de los sapos	Colombia	7.213	2013
13	Paraguay	Encerrada	Colombia	6.569	2016
14	El Salvador	Desde la oscuridad	Colombia, España, USA	4.527	2015
15	Honduras	Desde la oscuridad	Colombia, España, USA	3.775	2015
16	Nicaragua	Desde la oscuridad	Colombia, España, USA	3.701	2015
17	Guatemala	El cartel de los sapos	Colombia	2.969	2013
18	México	Los viajes del viento	Colombia, Argentina, Alemania	2.882	2011
19	El Salvador	El cartel de los sapos	Colombia	2.753	2013
20	Nicaragua	El cartel de los sapos	Colombia	2.448	2013

El *top-10* histórico acumulado de los títulos colombianos de estreno en los mercados iberoamericanos no nacionales durante la década 2011-2020, refleja que *El cartel de los sapos* lideró ampliamente este ranking con 1,3 millones de espectadores (cuadro 3.34).

Cuadro 3.34

*Ranking acumulado de títulos colombianos en mercados no nacionales. Década 2011-2020. Iberoamérica*

Nº	Título	País de origen	Espectadores	Año
1	El cartel de los sapos	Colombia	1.307.538	2012, 2013
2	Encerrada	Colombia, USA	72.097	2015, 2016
3	Saluda al diablo de mi parte	Colombia	53.993	2011
4	Desde la oscuridad	Colombia, España, USA	40.505	2015
5	Sin tetas no hay paraíso	Colombia	35.245	2011
6	El paseo 2	Colombia	21.592	2013
7	El abrazo de la serpiente	Colombia	17.161	2016
8	Pájaros de verano	Colombia, México	12.224	2019
9	Monos	Colombia, Argentina, Uruguay	11.146	2020
10	Los viajes del viento	Colombia, Argentina, Alemania	2.882	2011

## ESPAÑA

El *top-20* histórico de estrenos españoles realizados en su totalidad por empresas autóctonas o en coproducción con productoras de países iberoamericanos, exhibidos en mercados iberoamericanos no nacionales durante la década 2011-2020 refleja que, los estrenos con más éxito en este periodo fueron *Las aventuras de Tadeo Jones* con 2,1 millones de espectadores, *Perfectos desconocidos* con 1,4 millones y *Los ojos de Julia* con más de 900.000 espectadores, en el mercado cinematográfico mexicano (cuadro 3.35).

Por países de estreno los mercados presentes en el ranking histórico son México (13 estrenos), Brasil (4 estrenos) y Perú (3 estrenos). Los títulos con más presencia son *Las aventuras de Tadeo Jones* (3 países) y *Perfectos desconocidos* (2 países). Por tipo de producción, en este *top-20*, la coproducción más habitual es con Argentina y por espectadores, en este *top-20*, un estreno supera los dos millones de espectadores, otro el millón, siete rebasan los 500.000 espectadores, seis los 300.000 y tres los 200.000 espectadores (cuadro 3.35).



Cuadro 3.35

*Ranking de estrenos íntegramente españoles, y/o en coproducción con Iberoamérica, en mercados iberoamericanos no nacionales. Década 2011-2020. Iberoamérica*

Nº	País estreno	Título	País de origen	Espectadores	Año
1	México	Las aventuras de Tadeo Jones	España	2.181.107	2013
2	México	Perfectos desconocidos	España	1.417.802	2018
3	México	Los ojos de Julia	España	918.377	2011
4	México	Tadeo Jones 2	España	807.870	2018
5	México	Perfectos desconocidos	España	793.962	2019
6	México	Metegol (Fútbolín)	España, Argentina	741.913	2013
7	México	REC 3: Génesis	España	723.241	2012
8	México	Un monstruo viene a verme	España	636.157	2017
9	Brasil	Las aventuras de Tadeo Jones	España	601.483	2013
10	Perú	Las aventuras de Tadeo Jones	España	464.139	2013
11	Brasil	La piel que habito	España	450.145	2011
12	México	Tengo ganas de ti	España	351.968	2012
13	Brasil	Metegol (Fútbolín)	España, Argentina	340.332	2013
14	México	Mientras duermes	España	334.853	2011
15	México	Malasaña 32	España	330.308	2020
16	México	La piel que habito	España	327.026	2011
17	Brasil	Tadeo Jones 2	España	312.006	2017
18	México	Hierro	España	296.388	2011
19	Brasil	Un cuento chino	España, Argentina	264.528	2011
20	Perú	REC 4: Apocalipsis	España	246.565	2014

El *top-20* histórico acumulado de los títulos íntegramente españoles o en coproducción con países iberoamericanos, de estreno en los mercados iberoamericanos no nacionales, durante la década 2011-2020, refleja que *Las aventuras de Tadeo Jones* casi sumó en este periodo cuatro millones de espectadores, *Perfectos desconocidos* registró 2,3 millones, *Tadeo Jones 2* y *Metegol* acumularon 1,6 millones y *Los ojos de Julia* y *La piel que habito* superaron el millón de espectadores (cuadro 3.36).

Cuadro 3.36

*Ranking acumulado de títulos, íntegramente españoles o en coproducción con países iberoamericanos, estrenados en mercados iberoamericanos no nacionales. Década 2011-2020. Iberoamérica*

Nº	Título	País de origen	Espectadores	Año
1	Las aventuras de Tadeo Jones	España	3.897.355	2013
2	Perfectos desconocidos	España	2.327.151	2018, 2019
3	Tadeo Jones 2	España	1.692.227	2017, 2018
4	Metegol	España, Argentina	1.658.128	2013, 2014
5	Los ojos de Julia	España	1.092.847	2011
6	La piel que habito	España	1.049.795	2011, 2012
7	REC 3: Génesis	España	907.047	2012, 2013
8	Un monstruo viene a verme	España	645.920	2017
9	Malasaña 32	España	559.944	2020
10	Mientras duermes	España	500.666	2011, 2012, 2013
11	Dolor y gloria	España	499.336	2019, 2020
12	Tengo ganas de ti	España	490.003	2012
13	La posesión de Emma Evans	España	467.313	2011, 2012

14	Los amantes pasajeros	España	444.725	2013
15	Julieta	España	334.560	2016
16	REC 4: Apocalipsis	España	308.671	2014
17	Un cuento chino	España, Argentina	304.609	2011, 2012
18	Hierro	España	296.388	2011
19	Atrapa la bandera	España	260.650	2015, 2016
20	Pancho	España	231.061	2014

## MÉXICO

El top-20 histórico de estrenos mexicanos exhibidos en mercados iberoamericanos no nacionales en la década 2011-2020 refleja que el título que tuvo más éxito en este periodo fue, con mucha diferencia, *No se aceptan devoluciones* con 1,46 millones de espectadores, en el mercado cinematográfico colombiano. A cierta distancia y con más de 200.000 espectadores se situaron *Cantinflas* (Colombia), *El gran pequeño* (Perú), *Don Gato y su pandilla* (Brasil), *El libro de la vida* (España) y *Don Gato 2* (Perú).

Por países de estreno, los mercados presentes en el ranking histórico son Perú (8 estrenos), Colombia (4 estrenos), Brasil (2 estrenos), Ecuador (2 estrenos), Venezuela (2 estrenos), Argentina (1 estreno) y España (1 estreno). Los títulos con más presencia son *Cantinflas* y *Don Gato y su pandilla* con tres mercados cada uno. Por tipo de producción, en este top-20, solo se registra la presencia de cuatro coproducciones (España y Estados Unidos). Por espectadores, un estreno supera 1,46 millones de espectadores, cinco los 200.000, nueve los 100.000 espectadores y cinco los cincuenta mil (cuadro 3.37).

Cuadro 3.37

Ranking de estrenos mexicanos en mercados iberoamericanos. Década 2011-2020. Iberoamérica

Nº	País estreno	Título	País de origen	Espectadores	Año
1	Colombia	No se aceptan devoluciones	México	1.460.203	2014
2	Colombia	Cantinflas	México	286.431	2014
3	Perú	El gran pequeño	México, USA	243.475	2015
4	Brasil	Don Gato y su pandilla	México	219.213	2011
5	España	El libro de la vida	México, USA	206.656	2015
6	Perú	Don Gato 2	México	200.550	2016
7	Perú	F-27	México	198.060	2014
8	Perú	Un gallo con muchos huevos	México	190.403	2015
9	Perú	Ya veremos	México	186.357	2019
10	Perú	Cantinflas	México	141.032	2014
11	Ecuador	Cantinflas	México	121.142	2014
12	Colombia	Día de muertos	México	120.305	2019
13	Venezuela	No se aceptan devoluciones	México	115.152	2014
14	Argentina	Don gato y su pandilla	México	114.380	2011
15	Ecuador	Ya veremos	México	113.094	2018
16	Brasil	Biutiful	México, España	88.371	2011
17	Perú	Guardianes de Oz	México	86.272	2015
18	Venezuela	Don Gato y su pandilla	México	74.473	2013
19	Perú	Atrocious	México, España	74.469	2013
20	Colombia	Nosotros los nobles	México	66.364	2013

El *top-10* histórico acumulado de títulos mexicanos estrenados en mercados iberoamericanos no nacionales, durante la década 2011-2020, refleja que *No se aceptan devoluciones* sumó en este periodo 1,6 millones de espectadores, *Cantinflas* casi 675.000, *Don Gato y su pandilla*, *Ya veremos* y *El gran pequeño* acumularon más de 300.000 espectadores (cuadro 3.38).

**Cuadro 3.38**  
*Ranking acumulado de títulos mexicanos estrenados en mercados iberoamericanos no nacionales. Década 2011-2020. Iberoamérica*

Nº	Título	País de origen	Espectadores	Año
1	No se aceptan devoluciones	México	1.627.733	2013, 2014
2	Cantinflas	México	674.802	2014
3	Don Gato y su pandilla	México	377.113	2011, 2012
4	Ya veremos	México	332.366	2018, 2019, 2020
5	El gran pequeño	México, USA	316.276	2015
6	Un gallo con muchos huevos	México	275.142	2015
7	Don gato 2: el inicio de la pandilla	México	228.748	2016
8	Biutiful	México, España	218.688	2011
9	El libro de la vida	México, USA	206.656	2015
10	F-27	México	198.060	2014
11	Día de muertos	México	176.516	2019, 2020

## PERÚ

El top-20 histórico de estrenos peruanos exhibidos en mercados iberoamericanos no nacionales en la década 2011-2020 refleja que, el título con más éxito en este periodo fue *Condorito: la película* con más de 400.000 espectadores, tanto en el mercado cinematográfico chileno y como en el colombiano.

Por países de estreno, los mercados presentes en el ranking histórico son Bolivia (6 estrenos), Ecuador (4 estrenos), Colombia (2 estrenos) y, con solo un estreno, Brasil, Chile, Costa Rica, Guatemala, Honduras, Panamá y República Dominicana. Los títulos con más presencia son *Condorito: la película* (10 países) y *Cementerio General* (4 países). Por tipo de producción, en este top-20, solo se registra la presencia de dos coproducciones (Chile y Colombia). Por espectadores, dos estrenos superan los 400.000 espectadores, dos los 100.000, uno los 50.000 espectadores, seis los veinticinco mil y siete los 10.000 espectadores (cuadro 3.39).

**Cuadro 3.39**  
*Ranking de estrenos peruanos. Década 2011-2020. Iberoamérica*

Nº	País estreno	Título	País de origen	Espectadores	Año
1	Chile	Condorito: la película	Perú	455.163	2017
2	Colombia	Condorito: la película	Perú	428.456	2017
3	Ecuador	Condorito: la película	Perú	114.862	2017
4	Colombia	El Cascanueces	Perú	107.050	2015
5	Argentina	Condorito: la película	Perú	73.155	2017
6	Bolivia	Condorito: la película	Perú	48.641	2017
7	Ecuador	No estamos solos	Perú	39.821	2016
8	Ecuador	Cementerio General	Perú	29.805	2014
9	Bolivia	Cementerio General	Perú	26.358	2014
10	Bolivia	Cementerio General	Perú	25.823	2015

11	Panamá	Condorito: la película	Perú	25.438	2017
12	Ecuador	Locos de amor	Perú	23.885	2016
13	Costa Rica	Condorito: la película	Perú	20.862	2017
14	Guatemala	Condorito: la película	Perú	18.575	2017
15	Bolivia	No estamos solos	Perú	18.362	2016
16	Brasil	Contracorriente	Perú, Colombia	17.954	2011
17	Bolivia	Cementerio general	Perú	16.465	2016
18	Bolivia	Lusers	Perú, Chile	14.270	2015
19	R. Dominicana	Condorito: la película	Perú	13.798	2017
20	Honduras	Condorito: la película	Perú	13.703	2017

El *top-10* histórico acumulado de títulos peruanos estrenados en mercados iberoamericanos no nacionales, durante la década 2011-2020, refleja que *Condorito: la película* con 1,2 millones de espectadores fue la producción que más éxito tuvo seguido a una gran distancia por *El Cascanueces* con más de 100.000 espectadores (cuadro 3.40).

*Cuadro 3.40*  
*Ranking acumulado de títulos peruanos estrenados en mercados iberoamericanos no nacionales. Década 2011-2020. Iberoamérica*

Nº	Título	País de origen	Espectadores	Año
1	Condorito: la película	Perú	1.246.599	2017, 2018
2	El Cascanueces	Perú	112.351	2015, 2016
3	Cementerio General	Perú	81.986	2014, 2015
4	No estamos solos	Perú	58.183	2016
5	Cementerio General 2	Perú	24.770	2016, 2017
6	Locos de amor	Perú	23.885	2016
7	Contracorriente	Perú, Colombia	17.954	2011
8	Los Ilusionautas	Perú	13.470	2013
9	Poseídas	Perú	12.594	2015
10	La Entidad	Perú	8.453	2015

## OTROS PAÍSES IBEROAMERICANOS

El top-20 histórico de estrenos del resto de países iberoamericanos exhibidos en mercados iberoamericanos no nacionales en la década 2011-2020 refleja que, los títulos con más éxito en este periodo fueron la producción ecuatoriana *Dedicada a mi ex (Rock N' Cola)* en el mercado peruano, con 170.030 espectadores; la obra uruguaya *La casa muda* con más de 135.000 en México y la dominicana *Todos los hombres son iguales* con 120.007 espectadores también en Perú.

Por países de estreno, los mercados presentes en el ranking histórico son Brasil (3 estrenos), Venezuela (3 estrenos), Bolivia (2 estrenos), Colombia (2 estrenos), España (2 estrenos), México (2 estrenos), Perú (2 estrenos), Argentina (1 estreno), Chile (1 estreno), Panamá (1 estreno), R. dominicana (1 estreno). El título con más presencia fue la obra uruguaya *La casa muda*. Por tipo de producción, en este top-20, se registraron la presencia de seis coproducciones (Brasil, Colombia, España, Francia, Uruguay). Por espectadores, tres estrenos superan los 100.000 espectadores, cuatro los 50.000, seis los 25.000 espectadores y siete los 10.000 espectadores (cuadro 3.41).

Cuadro 3.41

Ranking de estrenos de países iberoamericanos. Década 2011-2020. Iberoamérica

Nº	País estreno	Título	País de origen	Espectadores	Año
1	Perú	Dedicada a mi ex	Ecuador, Colombia	170.030	2019
2	México	La casa muda	Uruguay	135.775	2011
3	Perú	Todos los hombres son iguales	R. Dominicana	120.007	2016
4	Venezuela	Manos de piedra	Panamá	84.912	2016
5	Venezuela	La casa muda	Uruguay	74.463	2013
6	Venezuela	Meñique	Cuba, España	70.368	2015
7	Argentina	La casa muda	Uruguay	51.192	2011
8	Colombia	La casa muda	Uruguay	39.455	2013
9	España	Las Herederas	Paraguay, Brasil, Uruguay	32.701	2019
10	Brasil	La casa muda	Uruguay	27.955	2011
11	Colombia	La casa muda	Uruguay	27.926	2011
12	Chile	La casa muda	Uruguay	27.384	2011
13	Bolivia	Dedicada a mi ex	Ecuador, Colombia	26.174	2019
14	Panamá	Qué León	R. Dominicana	19.204	2019
15	Bolivia	Qué León	R. Dominicana	18.566	2019
16	Brasil	Singularidades de una chica rubia	Portugal, España, Francia	17.069	2011
17	España	Conducta	Cuba	13.472	2015
18	México	Secuestro a domicilio	Panamá	12.814	2011
19	Brasil	Frankie	Portugal, Francia	12.068	2020
20	R. Dominicana	Héctor el Father	Puerto Rico	11.339	2018

El *top-30* histórico acumulado de títulos del resto de países iberoamericanos estrenados en mercados iberoamericanos no nacionales, durante la década 2011-2020, con más de 3.000 espectadores refleja que la obra uruguaya *La casa muda* con más de 400.000 espectadores y la ecuatoriana *Dedicada a mi ex* con más de 200.000, lideran dicho ranking (cuadro 3.42).

Los países de origen de los títulos presentes en este ranking son: Portugal (6 títulos), Ecuador (3 títulos), Paraguay (3 títulos), Puerto Rico (3 títulos), R. Dominicana (3 títulos), Uruguay (3 títulos), Costa Rica (2 títulos), Guatemala (2 títulos), Panamá (2 títulos), Venezuela (2 títulos) y Cuba (1 título).

Cuadro 3.42

Ranking acumulado de títulos de países iberoamericanos en mercados iberoamericanos no nacionales. Década 2011-2020. Iberoamérica

Nº	Título	País de origen	Espectadores	Año
1	La casa muda	Uruguay	405.589	2011, 2012
2	Dedicada a mi ex	Ecuador, Colombia	200.737	2019, 2020
3	Todos los hombres son iguales	R. Dominicana	120.007	2016
4	Manos de piedra	Panamá	84.912	2016
5	Qué león	R. Dominicana	37.770	2019
6	Las Herederas	Paraguay, Brasil, Uruguay	32.701	2019
7	Frankie	Portugal, Francia	17.837	2020
8	Singularidades de una chica rubia	Portugal, España, Francia	17.069	2011
9	Maikol Yordan de viaje perdido	Costa Rica	15.746	2015
10	Morgue	Paraguay	13.615	2020
11	Conducta	Cuba	13.472	2015

12	Secuestro a domicilio	Panamá	12.814	2011
13	Héctor el Father	Puerto Rico	11.339	2018
14	El extraño Caso de Angélica	Portugal, España, Francia	11.059	2011
15	Vico C: la vida de un filósofo	Puerto Rico	8.885	2017
16	Desde allá	Venezuela	8.122	2016
17	Misterios de Lisboa 1	Portugal, Brasil, Francia	7.654	2011
18	Exorcismo documentado	Guatemala	7.628	2014
19	Pelo malo	Venezuela, Argentina, Perú	7.366	2014
20	Translúcido	Ecuador	7.242	2018
21	Cartas da Guerra	Portugal	7.160	2017
22	Hombre de Fe. Keylor Navas	Costa Rica	6.431	2018
23	Los Leones	R. Dominicana	6.184	2020
24	Oscuridad	Ecuador	5.673	2019
25	La vida útil	Uruguay, España	4.809	2011, 2012
26	María	Puerto Rico	4.469	2012
27	La despedida	Uruguay	4.362	2012
29	7 cajas	Paraguay, España	3.978	2013
29	La Llorona	Guatemala, Francia	3.921	2020
30	Las mil y una noches Vol.1	Portugal	3.096	2016

## EL CINE IBEROAMERICANO EN ESTADOS UNIDOS

El estudio histórico de la muestra de estrenos iberoamericanos en el mercado USA, en la década 2011-2020, abarca un total de 236 estrenos. Los espectadores acumulados suman 45 millones y los ingresos totales superan los 376 millones de dólares. El porcentaje de coproducción representa un 75,5%, de las que un 32% se realiza entre países iberoamericanos (cuadro 3.43).

Nº títulos de la muestra	236	Número de coproducciones	143
Espectadores totales	45.036.366	Coproducciones internacionales	108
Ingresos totales (\$)	376.656.060	Coproducciones iberoamericanas	35

La distribución de los estrenos iberoamericanos en el mercado USA en la década 2011-2020 refleja que se exhibieron un total de 69 películas españolas, 56 mexicanas, 36 brasileñas, 23 chilenas y 18 argentinas, en su mayoría. Un total de 17 países iberoamericanos consiguieron estrenar al menos una producción en el mercado americano.

Respecto a al éxito en taquilla, los títulos españoles estrenados en la década acumularon un total de 18.1 millones de espectadores, los mexicanos casi 17 millones, los títulos chilenos 4,6 millones y los títulos brasileños 3 millones (cuadro 3.44).

Nº	País origen	Estrenos	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Argentina	18	971.536	8.315.415
2	Bolivia	1	2.831	23.777
3	Brasil	36	3.070.171	27.620.366
4	Chile	23	4.653.937	39.884.023
5	Colombia	5	101.332	911.993
6	Cuba	5	47.598	411.290
7	Ecuador	1	84.975	688.300
8	España	69	18.144.158	149.106.688
9	Guatemala	4	36.314	314.853
10	México	56	16.933.772	140.923.349
11	Panamá	1	537.448	4.622.049
12	Paraguay	1	6.864	61.776
13	Perú	3	58.025	523.145
14	Portugal	8	23.226	191.131
15	Puerto Rico	1	1.277	10.728
16	R. Dominicana	1	358.755	3.013.542
17	Venezuela	3	4.147	33.635
	<b>Total</b>	<b>236</b>	<b>45.036.366</b>	<b>376.656.060</b>

El top-20 histórico de los estrenos iberoamericanos exhibidos en Estados Unidos en la década 2011-2020 refleja que los títulos con más éxito en este periodo fueron la producción española *Mamá* (en coproducción con Canadá) con 9,2 millones de espectadores; la película mexicana *No se aceptan devoluciones* con 5,7 millones y la obra española *Lo imposible* (en asociación con Estados Unidos) con 2,2 millones de espectadores. Con más de un millón de espectadores se sitúan *Los 33* (Chile, Colombia, USA), *Llámame por tu nombre* (Brasil, Francia, Italia), *No manches, Frida* (México, USA) y *Un gallo con muchos huevos* (México). Otros doce estrenos superaron el medio millón de espectadores.

Por el origen de los títulos, en este top-20 histórico figuran ocho películas mexicanas, cuatro chilenas, cuatro españolas, tres brasileñas y una panameña. Por tipo de producción, 14 se realizaron con productoras de otros países, en su mayoría procedentes de Estados Unidos (cuadro 3.45).

**Cuadro 3.45**  
**Ranking de estrenos iberoamericanos. Década 2011-2020. USA**

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)	Año
1	Mama	España, Canadá	9.229.758	73.838.065	2013
2	No se aceptan devoluciones	México	5.783.157	46.265.253	2013
3	Lo imposible	España, USA	2.266.963	18.135.700	2012
4	Los 33	Chile, Colombia, USA	1.472.668	12.370.408	2015
5	Llámame por tu nombre	Brasil, Francia, Italia	1.391.341	12.661.207	2018
6	No manches, Frida	México, USA	1.325.136	11.396.173	2016
7	Un gallo con muchos huevos	México	1.078.612	9.060.337	2015
8	La promesa	España, USA	962.757	8.664.815	2017
9	El infierno verde	Chile, USA	850.132	7.141.105	2015
10	Jackie	Chile, Francia	815.313	7.337.815	2017
11	Cantinflas	México	793.809	6.429.854	2014
12	El gran pequeño	México, USA	792.561	6.657.510	2015
13	Amor a primera vista	México	739.231	5.913.845	2013
14	César Chávez	México	665.118	5.387.456	2014
15	Biutiful	México, España	645.726	5.101.237	2011
16	Gloria Bell	Chile, USA	623.564	5.612.074	2019
17	2	Brasil	573.847	5.222.005	2018
18	El camino	España, USA	560.856	4.430.765	2011
19	Manos de piedra	Panamá, USA	537.448	4.622.049	2016
20	Llámame por tu nombre	Brasil, Francia	492.853	4.435.677	2017

El top-20 histórico de los estrenos íntegramente iberoamericanos exhibidos en Estados Unidos en la década 2011-2020 refleja que los que tuvieron más éxito en este periodo fueron producciones mexicanas. En concreto, *No se aceptan devoluciones* con 5,7 millones de espectadores y *Un gallo con muchos huevos* con más de un millón fueron las que lideraron este ranking. A estas producciones les secundaron, con más de 700.000 espectadores, *Cantinflas* y *Amor a primera vista*; con más de 600.000 *César Chávez* y *Biutiful* y con más de medio millón de espectadores la producción brasileña 2 (cuadro 3.46).

La procedencia mayoritaria de los estrenos, como se ha señalado anteriormente, fue mexicana, con 14 títulos (uno en coproducción con España), seguido de la española con tres títulos. Completan el cuadro un título de Argentina (en coproducción con España), otro de Brasil y otro de Chile. Completan el cuadro, cinco títulos con más de 400.000 espectadores, otros cinco con más de 300.000 y tres con más de 250.000.



Cuadro 3.46

*Ranking de títulos iberoamericanos íntegramente iberoamericanos. Década 2011-2020. USA*

N°	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)	Año
1	No se aceptan devoluciones	México	5.783.157	46.265.253	2013
2	Un gallo con muchos huevos	México	1.078.612	9.060.337	2015
3	Cantinflas	México	793.809	6.429.854	2014
4	Amor a primera vista	México	739.231	5.913.845	2013
5	César Chávez	México	665.118	5.387.456	2014
6	Biutiful	México, España	645.726	5.101.237	2011
7	2	Brasil	573.847	5.222.005	2018
8	Ya veremos	México	463.911	4.221.593	2018
9	Un monstruo viene a verme	España	440.852	3.967.666	2017
10	Dolor y gloria	España	435.010	3.915.093	2019
11	A la mala	México	428.126	3.596.258	2015
12	La piel que habito	España	403.267	3.185.812	2011
13	Compadres	México	356.585	3.066.628	2016
14	Loco por ti	México	345.324	3.142.448	2020
15	Relatos salvajes	Argentina, España	344.456	2.893.434	2015
16	No	Chile	301.889	2.415.110	2013
17	Tod@s caen	México	300.528	2.704.753	2019
18	La boda de Valentina	México	294.919	2.683.760	2018
19	Hazlo como hombre	México	266.921	2.402.287	2017
20	Un padre no tan padre	México	253.169	2.278.522	2017

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**





VIVIENDO TIEMPOS INTERESANTES TIEMPOS DE TRANSICION:  
LA DISTRIBUCION Y CONSUMO DE CONTENIDOS  
AUDIOVISUALES HOY Y EN EL MUNDO POSTPANDEMIA



## VIVIENDO TIEMPOS INTERESANTES TIEMPOS DE TRANSICION: LA DISTRIBUCION Y CONSUMO DE CONTENIDOS AUDIOVISUALES HOY Y EN EL MUNDO POSTPANDEMIA

*Por Luis Villanueva*

Es indudable que estamos pasando momentos únicos en la experiencia humana, que afectan múltiples aspectos de la sociedad. Entre ellos resalta (y que es al que me dedico profesionalmente), el negocio del entretenimiento audiovisual y sus componentes. Esta actividad atraviesa en estos momentos una coyuntura histórica, donde se unen varias tendencias que combinan impactos, además de circunstancias que interactúan entre sí y que afectan en especial a la distribución de contenidos.

Todos los factores que comentaré son a nivel social y apuntan hacia un panorama diferente en todas las áreas del comportamiento humano. El entretenimiento (y su negocio, por tanto), no escapa a ellos. Por una parte, estamos en la etapa plena de la revolución digital, de la globalización, del cambio de las actitudes de la audiencia y de la reestructuración de las ventanas tradicionales de distribución. Habría también que incluir en el análisis factores externos fuera de control de los jugadores, como la pandemia que atravesamos y su efecto en la sociedad.

Cada uno de estos factores en sí mismo sería capaz de desatar una serie de cambios significativos en la industria. Ni que pensar del ambiente que crea la interacción entre ellos hoy día en el negocio de la distribución de contenidos especialmente.

### **De la revolución digital.**

La revolución digital ha afectado a la industria audiovisual de la misma manera en que impactó anteriormente negocios como los de la música y de la publicación, entre otros. El poder digitalizar los contenidos afectó el papel de los intermediarios en la distribución y puso en contacto más directo a productores y consumidores y a estos entre sí. La distribución de la música se fragmentó y el poder de las empresas de publicación disminuyó, dando a los autores la posibilidad incluso de “publicar” online directo al público. La disponibilidad de internet maximizó el alcance en manos de los consumidores y los aparatos móviles conectados (teléfonos y tabletas) hicieron el resto.

La internet ha afectado profundamente el comportamiento humano y de entrada de la audiencia consumidora de contenidos. Hoy día, incluso las generaciones más tradicionales, consumen gran parte de sus contenidos online, sean estos los que anteriormente eran “impresos” y cada vez más los

audiovisuales. Ya los estrenos de películas hechas para cine de sala simultáneos con la distribución por internet no son noticia. Esto sin considerar el hecho de que los mismos consumidores son productores de contenidos y de allí el éxito de plataformas como YouTube. Hoy en día incluso el consumo de películas en teléfonos celulares no es nada inusual.

La era digital y la disponibilidad de contenidos digitalizados motivo la aparición de plataformas de distribución que hoy día de aprovechan de estos factores. La distribución masiva directa a los consumidores y la facilidad de consumo que dan los aparatos conectados dictan un volumen significativo del negocio. Estas plataformas, a un costo mucho menor desde el punto de vista de la distribución “tradicional” en términos de facilidades técnicas y con un alcance mayor, se han convertido en un factor fundamental en la distribución internacional. Las economías de escala son inmensas y la capacidad financiera también, unidos a un empuje por parte de estas plataformas de buscar un posicionamiento único y diferenciarse de las competidoras. Hoy día muchos contenidos de alto valor son producidos exclusivamente para distribución digital en primera ventana, incluso con talento que anteriormente estaba dedicado exclusivamente a la pantalla grande y que en épocas anteriores era “devaluado” con la televisión. Los jugadores tradicionales han comenzado a lanzar sus propias plataformas digitales para mantenerse competitivos (Disney, HBO, ABC, Univision y otros) y de tomar una parte de la distribución de Netflix, el creador de la categoría. El poder de las plataformas digitales ha afectado significativamente a la industria y a las empresas de cable y satélite, quienes han perdido suscriptores de manera acelerada hacia las plataformas digitales. El muy discutido “cord cutting” ha disminuido los ingresos de poderosos conglomerados e industrias consideradas estables y sólidas hasta no hace mucho.

Es innegable el impacto de las plataformas digitales y el ambiente del consumo de contenidos “On Demand”, que han afectado no solo la forma de consumo del contenido sino a también a la televisión lineal tradicional, donde la audiencia está sujeta al criterio de programación y a horarios que anteriormente dictaban la adquisición de contenidos.

Este fenómeno está en pleno desarrollo, con incluso la posibilidad cercana de distribución de contenidos a través de las redes sociales y sus millones de miembros. Fenómenos como la pandemia han profundizado estos movimientos.

Este es un aspecto que es crucial para los distribuidores de contenidos. El peso de las plataformas digitales es un aspecto crítico a considerar en el rol que juegan quienes permiten a los productores concentrarse en lo que mejor hacen, mientras el distribuidor apoya en la rentabilización de los proyectos con un conocimiento cada vez más sofisticado y especializado en lo que cada ventana aporta a los resultados finales.

### **De la globalización.**

Antes del impacto de la globalización, el entretenimiento tenía componentes culturales más acentuados en términos geográficos. Las audiencias respondían idiosincráticamente a los contenidos y estos se adaptaban a las particularidades locales y como máximo a factores regionales. Los productores se ajustaban a estos parámetros y el único componente internacional era el norteamericano, sobre todo por sus películas y series de televisión. El drama y la comedia, sobre todo, estaban dictados por el componente local en gran parte, unidas a los noticieros y a los eventos en vivo.

La globalización familiariza a las audiencias con contenidos diferentes y culturas con diferentes estilos, con un lenguaje ya unificado en términos de la narrativa audiovisual y factible de “viajar”. De esta manera, audiencias occidentales, por ejemplo, pudieron apreciar contenidos con otras historias y en otros estilos, con valores de producción y elementos de edición universales, abriendo mercados. Los dramas turcos, por ejemplo, irrumpieron mercados dominados por la telenovela al estilo latinoamericano, (tal vez pioneras en la globalización de géneros). De pronto, las empresas vieron mercados ampliados y esto, unido al poder de la digitalización expuesto anteriormente, abrió oportunidades de negocios a todos los jugadores.

Hoy día, la exposición de la audiencia a contenidos internacionales en las plataformas digitales los ha hecho más receptivos a contenidos de procedencia que anteriormente hubiesen sido rechazados de entrada y esta receptividad se ha trasladado a otras ventanas. Los programadores están más dispuestos a probar contenidos de otra procedencia, siempre y cuando se ajusten a los nuevos parámetros. El Distribuidor que una estos factores en su oferta y combine el contenido apropiado con la necesidad del programador, fortalecerá su posición en el mercado.

### **Las actitudes de la audiencia**

Las conexiones posibles por las plataformas digitales y por las redes sociales han convertido a la audiencia en un fenómeno más “global” de lo que estábamos acostumbrados y ha creado una generación completamente diferente a la generación “analógica”. El haber nacido y crecido con la internet ha creado un ser humano diferente hasta en el sentido de componentes como el factor de atención, el ritmo de edición, la calidad de los visuales y de las historias en sí mismas.

Para solo medir una parte del impacto, pensemos en la industria de los video-juegos, en el “*binge watching*” (pasar días viendo una serie episódica y más nada), en el “*video snacking*” (la búsqueda y consumo de videos cortos) y en otros términos que han ingresado al léxico de la industria.

El “*binge watching*”, por ejemplo, ha potenciado a las series y su rentabilidad y capacidad de distribución. El estreno de series completas de una vez, dejando que el consumidor las vea cuando y como quiera ya es acostumbrado.

La audiencia se ha convertido en más cosmopolita, pudiendo aceptar contenidos de procedencia que anteriormente serían considerados “exóticos”. A la vez, la globalización permitió el surgimiento del negocio de formatos y de su exportación como productos terminados, adaptables a condiciones locales.

La parte social del consumo ha impactado significativamente el marketing de las producciones y su capacidad de distribución. Quien hubiese imaginado el negocio y poder que tienen hoy los “*influencers*”, de no haber sido por los elementos anteriormente mencionados y su combinación, acompañados por el factor digital.

No se puede ignorar, por supuesto, el impacto de la pandemia en acelerar muchas de estas tendencias por el simple incremento de horas frente a la pantalla, entre otros factores, al afectarse el tiempo disponible para actividades fuera del hogar.

Es indudable que la audiencia se ha internacionalizado en los gustos, aun manteniendo su interés por el acontecer nacional en cada país. Esta combinación de factores, de *globalización* y *localización* cuando sea aplicable es un espacio privilegiado para el Distribuidor.

### **La reestructuración de las ventanas.**

El modelo de negocios, por el efecto de estas variables se ha impactado significativamente. En el mundo analógico todo era sencillo: theatrical, pay-per-view, TV Paga, televisión abierta. La entrada de la internet reordenó la secuencia.

Nadie duda hoy día el poder y la prominencia que tienen las plataformas digitales como ventana de distribución primaria en muchos casos. Ellas han afectado la ventana de “theatrical”, además de la televisión por cable y de la televisión abierta.

La participación de cada ventana en la estructura al final está por definirse. Hasta ahora, cada una de ellas ha tenido una capacidad de adaptación positiva ante la entrada de cada innovación. La entrada del cable y de la televisión por cable, cada una en su momento, parecía que iba a acabar con las ventanas existentes y al final cada una ocupó su espacio. Es probable que esto se produzca de nuevo en cierta forma, o que modelos de negocios inspirados en los negocios tradicionales migren

hacia el ambiente online. Esto es percible en las plataformas de AVOD (con un negocio similar a la televisión abierta) y el nacimiento de integradores de servicios online.

El soporte fundamental de la televisión (sobre todo de la televisión abierta) que es la inversión publicitaria, ha migrado bastante hacia el ambiente online. De pronto este ajuste en los ingresos ha disminuido la capacidad de compra de la ventana tradicional. El poder de compra de las plataformas digitales ha impactado la actividad de producción, la inversión publicitaria y por tanto de la distribución.

Al final, cada ventana se afincará en sus ventajas competitivas. Por ejemplo, la televisión abierta es imbatible en la cobertura noticiosa local y en la producción en vivo de eventos fuera y dentro de los estudios.

### **El Distribuidor y la nueva realidad.**

El distribuidor de contenidos enfrenta esta realidad diariamente. La ponderación de estos factores es hoy día la esencia que determina el potencial comercial de cualquier contenido.

Por una parte, se han abierto oportunidades para la distribución de contenidos de territorios anteriormente no aprovechados. La labor de buscar contenidos y de saber valorizar su potencial es clave y abre oportunidades de asociación entre empresas productoras y distribuidoras. Caso evidente, la acogida y éxito de los dramas turcos a nivel internacional. La posibilidad de que las historias puedan "viajar" en el nuevo ambiente es crítica. Aquí el conocimiento de las audiencias y de los clientes y sus necesidades valorizan el rol del distribuidor.

El saber apreciar el potencial de las historias y de los valores de producción abren puertas y amplían la oferta de los distribuidores. El cliente sabe valorar quienes añaden valor, facilitando la selección en un mercado de abundancia de contenidos.

El conocimiento de las audiencias y el factor de su comportamiento en las nuevas plataformas obligan, por ejemplo, a prestar atención a contenidos episódicos y su atractivo para el consumo en las plataformas digitales. Sus posibilidades en términos de los nuevos elementos de mercadeo de contenidos hacia las nuevas audiencias (formato, duración, elementos de producción, etc.) se convierten en claves. Nadie puede ignorar el potencial y la capacidad de las plataformas de internet en este momento como claves de la distribución exitosa y rentable de contenidos y el conocimiento de la estrategia y potencial de cada una de ellas y del producto que necesitan es importante.

De la misma manera, la distribución exitosa hoy día exige una cuidadosa consideración de las ventanas y su gerencia. Dependiendo del contenido la estrategia de "*ventaneo*" es crítica, así como la consideración de condiciones de exclusividad y de término de las licencias. Pudiésemos decir que la distribución hasta ahora se facilita en parte por la simplificación de las ventanas y se complica en cuanto a la rentabilización. La selección de la ventana de entrada para el contenido y de la secuencia más adecuada para su monetización será un punto crítico para la rentabilización del contenido. En este sentido, el papel del distribuidor es insustituible.

Estamos en una etapa de cambios profundos que van a afectar a la industria por largo tiempo y tal vez vayamos a una realidad novedosa en términos de contenidos y sus formatos (estructura y duraciones, entre otras cosas), pero la industria ha mostrado niveles de adaptación inmensos, sobre todo porque satisface una necesidad esencial del ser humano y las sociedades modernas. La pandemia ha catalizado muchas de estas tendencias y acelerado en muchos casos el ritmo de los cambios. El quedarse en casa y las consecuencias económicas de la pandemia han mostrado por una parte lo esencial que es la industria y por otra al final, lo sensible de la audiencia a factores económicos que todavía están por mostrarse. El distribuidor, como parte de esta cadena, es un punto invaluable en apoyar al productor de contenidos en lograr los mejores resultados de un trabajo complejo.





**Luis Villanueva.** Empresarios de medios venezolano-estadounidense.

Ha trabajado durante más de 35 años en las industrias de finanzas, medios de comunicación y entretenimiento y más recientemente participando en el negocio de la hospitalidad. Villanueva, economista con un MBA, es el Presidente y CEO de SOMOS GROUP, un grupo de empresas de entretenimiento con sede en Miami. SOMOS Group está formado por SOMOSTV (empresa de producción y distribución de televisión paga), SOMOS Next (empresa de distribución de contenidos digitales y en SVOD directos al consumidor), SOMOS Productions (empresa de producción de televisión independiente), SOMOS Films (empresa de producción de largometrajes) y SOMOS Distribution (una entidad de distribución global de contenidos).

En 1982 se incorporó al Grupo Cisneros donde trabajó durante 26 años. Durante este tiempo, ocupó cargos corporativos, convirtiéndose en el Director de Finanzas del Grupo. En funciones operativas ascendió a ser Presidente y CEO de Venevision International.

Es miembro de varias organizaciones como los International Emmys, CEAL (Consejo Empresarial de América Latina). Fue miembro de la Junta Directiva del Grammy Latino, participando además como jurado en los Premios Platino del Cine Iberoamericano. Además, se ha desempeñado como miembro de la Junta Directiva de varias instituciones educativas.

Villanueva ha recibido dos prestigiosos honores del gobierno venezolano: la Orden de Diego de Losada en su Primera (otorgada por méritos sobresalientes en las áreas de trabajo, desarrollo urbano, cultura y ciencia, contribuyendo al progreso del país) y la Orden de Francisco de Miranda en su Segunda Clase (reconocimiento a ciudadanos venezolanos y extranjeros que han contribuido a las ciencias, el progreso del país, a las humanidades o que han ejemplificado méritos sobresalientes). En marzo de 2002 el Sr. Villanueva fue honrado con las llaves de la ciudad de Miami, otorgadas por el Condado de Miami-Dade en Florida, por su papel de liderazgo en la contribución de Venevision International a las artes y la cultura de la comunidad local. Para concluir, Villanueva es un miembro activo de la comunidad, apoyando a organizaciones humanitarias sin fines de lucro.





## CAPITULO IV

UNA DÉCADA DE CINE EN IBEROAMÉRICA: 2011 - 2020



## CAPITULO IV

### UNA DÉCADA DE CINE EN IBEROAMÉRICA: 2011 - 2020

Por Departamento de Reparto y Documentación de EGEDA

#### INTRODUCCIÓN: UNA DÉCADA DE CINE EN DATOS (2011-2020)

Los datos socio-económicos de la década 2011-2020 en Iberoamérica reflejan que la población de los países incluidos en el análisis creció de 620,7 millones en 2011 hasta casi 674 millones de habitantes en 2020. El PIB-ppa se situó en un intervalo comprendido entre 9,9 y 12,3 billones de dólares. El número de pantallas cinematográficas se incrementó desde las 15.146 en 2011 hasta un máximo de 20.593 en 2019. Los incrementos porcentuales en Iberoamérica, entre 2011 y 2020, de la población, el PIB-ppa y el número de pantallas cinematográficas fueron un 8,5%, un 15,5% y un 35% (cuadro Introducción 4.1).

<i>Datos socio-económicos y equipamiento cinematográfico en Iberoamérica</i>			
<b>Año</b>	<b>Población</b>	<b>PIB-PPA (Bn\$)</b>	<b>Pantallas cine</b>
2011	620.749.441	9,911	15.146
2012	627.432.421	10,188	15.606
2013	633.727.330	10,609	16.307
2014	639.702.935	10,917	17.065
2015	645.553.819	10,941	17.624
2016	650.901.928	11,186	18.301
2017	656.172.686	11,694	18.969
2018	661.507.268	12,075	19.783
2019	667.500.456	12,326	20.593
2020	673.818.483	11,448	20.438
<b>Incremento (%)</b>	<b>8,5</b>	<b>15,5</b>	<b>35,0</b>

El panorama cinematográfico en la década 2011-2020 en Iberoamérica pone de manifiesto que la media de pantallas en dicho periodo se sitúa en 27,7 por millón de habitantes, la asistencia anual

al cine en 1,2 películas por habitante y el coste medio del acceso a la sala en 4,2 dólares (cuadro introducción 4.2).

<i>Cuadro Introducción 4.2</i>			
<i>Panorama cinematográfico en Iberoamérica</i>			
<b>Año</b>	<b>Pantallas/millón habitante</b>	<b>Asistencia anual (películas/hab.)</b>	<b>Coste medio entrada (\$)</b>
2011	24,4	1,1	5,2
2012	24,9	1,1	4,9
2013	25,7	1,1	4,9
2014	26,7	1,1	4,6
2015	27,3	1,3	4,0
2016	28,1	1,4	4,0
2017	28,9	1,4	3,9
2018	29,9	1,4	3,9
2019	30,9	1,4	3,8
2020	30,3	0,3	3,8
<b>Promedio</b>	<b>27,7</b>	<b>1,2</b>	<b>4,2</b>

La evolución anual de la actividad cinematográfica refleja, en cuanto a los estrenos, un máximo en 2018 de casi 6.300 y debido a la pandemia mundial en 2020 de tan solo 2.790 estrenos. En cuanto a los ingresos acumulados, en 2017 se superó la barrera de los 3.600 millones de dólares, mientras que en 2020 apenas se sobrepasaron los 716 millones de recaudación (cuadro Introducción 4.3).

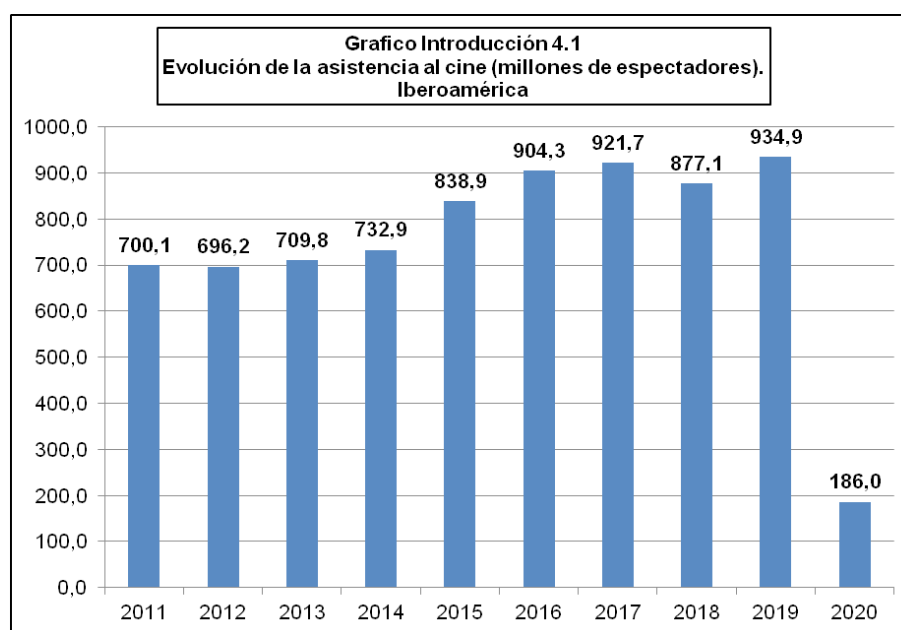
<i>Cuadro Introducción 4.3</i>			
<i>Actividad cinematográfica por años en Iberoamérica</i>			
<b>Año</b>	<b>Estrenos</b>	<b>Ingresos cine (\$)</b>	<b>Espectadores</b>
2011	3.941	3.434.536.792	664.140.012
2012	4.178	3.441.396.560	696.240.709
2013	4.610	3.457.500.138	709.820.095
2014	4.857	3.405.333.030	732.795.623
2015	5.224	3.340.462.476	838.915.510
2016	5.787	3.364.019.598	904.306.837
2017	5.668	3.616.279.015	921.783.566
2018	6.282	3.358.348.777	877.162.710
2019	5.710	3.539.962.363	934.977.828
2020	2.790	716.121.357	186.063.847
<b>Total</b>	<b>49.047</b>	<b>31.673.960.105</b>	<b>7.466.206.737</b>

La actividad cinematográfica confirma unos ingresos acumulados en la década 2011-2020, en el conjunto de países iberoamericanos, de 31.673,9 millones de dólares por la venta de entradas en los cines. La asistencia de espectadores en los diez años analizados se eleva a 7.466,2 millones y el total de estrenos comerciales superó los 49.000 (cuadro introducción 4.4).

**Cuadro Introducción 4.4**  
*Actividad cinematográfica por países en Iberoamérica*

País	Estrenos totales	Ingresos cine (\$)	Espectadores
Argentina	3.945	2.402.762.376	441.562.569
Bolivia	2.327	286.239.695	52.315.842
Brasil	3.905	7.177.611.144	1.512.026.107
Chile	2.037	1.173.622.493	224.143.525
Colombia	2.701	1.662.436.886	503.423.692
Costa Rica	1.908	326.128.955	62.001.722
Ecuador	2.152	625.622.640	140.002.901
El Salvador	1.565	120.731.805	31.879.450
España	6.097	6.617.067.911	891.470.984
Guatemala	1.661	233.613.987	50.815.494
Honduras	1.461	114.297.967	30.659.142
México	3.854	7.969.010.725	2.637.109.136
Nicaragua	1.373	64.738.631	16.456.660
Panamá	1.732	257.403.754	53.630.746
Paraguay	1.377	71.771.170	13.716.448
Perú	2.652	1.373.013.521	391.514.649
Portugal	3.382	881.252.776	137.516.402
R. Dominicana	1.589	149.328.056	34.862.580
Uruguay	2.002	167.305.615	28.295.777
Venezuela	1.327	*	212.802.911
<b>Total</b>	<b>49.047</b>	<b>31.673.960.105</b>	<b>7.466.206.737</b>

La evolución de la asistencia al cine en Iberoamérica en la década 2011-2020 registró sus máximos en 2016, 2017 y 2019, superando la barrera de los 900 millones de espectadores y alcanzando casi los 935 millones en el último año. Los mínimos se produjeron en 2012 con 696,2 millones de espectadores y, debido a la pandemia mundial, en 2020, con solo 186 millones (gráfico Introducción 4.1).

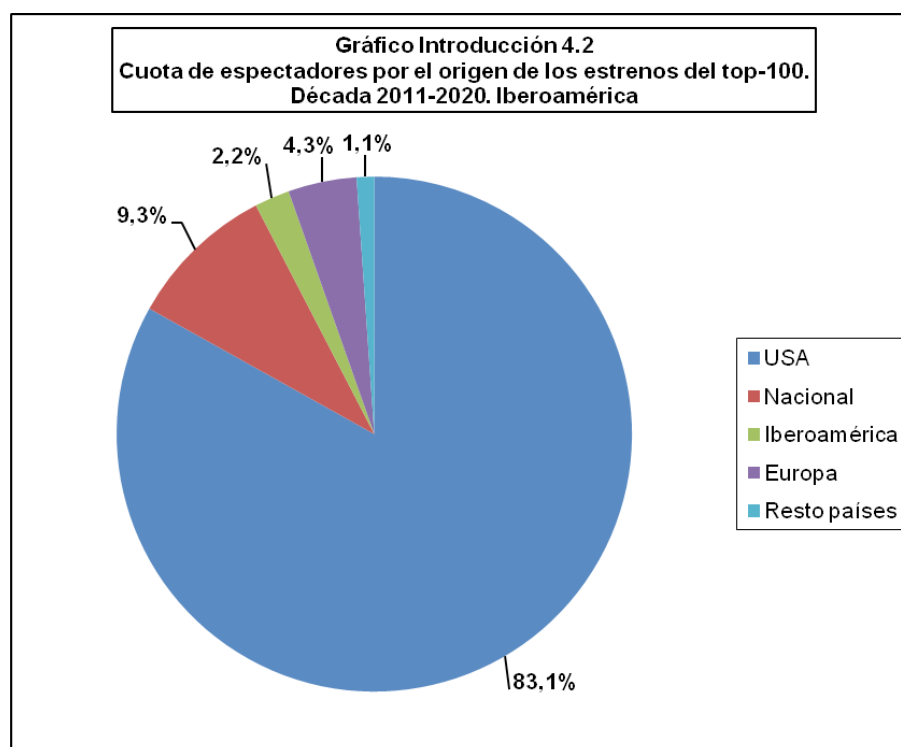


El rendimiento del cine nacional en la década 2011-2020 confirma la exhibición de más de 7.500 producciones en los 20 países analizados. Los espectadores que apostaron por la cinematográfica autóctona sumaron 763 millones, lo que supone una cuota de mercado de un 10,2% (cuadro introducción 4.5).

<i>Cuadro Introducción 4.5</i>			
<i>El cine nacional en Iberoamérica</i>			
<b>País</b>	<b>Estrenos nacionales</b>	<b>Espectadores cine nacional</b>	<b>Cuota cine nacional (%)</b>
Argentina	1.687	57.999.584	13,1
Bolivia	128	511.170	1,0
Brasil	1.277	207.301.238	13,7
Chile	231	10.104.962	4,5
Colombia	319	29.626.054	5,9
Costa Rica	69	2.044.102	3,3
Ecuador	116	1.781.152	1,3
El Salvador	15	61.084	0,2
España	1.711	162.997.142	18,3
Guatemala	41	303.492	0,6
Honduras	49	894.232	2,9
México	826	221.881.487	8,4
Nicaragua	13	34.053	0,2
Panamá	41	1.359.185	2,5
Paraguay	47	829.450	6,0
Perú	200	37.388.517	9,5
Portugal	306	4.858.532	3,5
R. Dominicana	174	9.999.426	28,7
Uruguay	142	676.974	2,4
Venezuela	181	12.368.130	5,8
<b>Total</b>	<b>7.573</b>	<b>763.019.966</b>	<b>10,2</b>

La cuota acumulada de espectadores por el origen de los estrenos del top-100 en la década 2011-2020 refleja el dominio del cine USA, con un 83,1% del mercado. El cine nacional y el iberoamericano alcanzaron una cuota conjunta del 11,5%. Por último, el cine europeo obtuvo un 4,3% de cuota acumulada en estos diez años y las producciones del resto de países el 1,1% (gráfico Introducción 4.2).





Los títulos exhibidos en los diferentes mercados durante la década sumaron más de 5.100, si bien hay que tener en cuenta que el estudio de 2011 y 2012 no incluye todos los países y abarca toda la cartelera. Los títulos iberoamericanos acumularon el 39,4% de total de títulos, los estadounidenses el 38,2% y los europeos el 18,5% (cuadro Introducción 4.6)

En cuanto al estudio de las 2.030 producciones iberoamericanas presentes en el top-100, un 78% fueron obras realizadas por productoras de un solo país y un 22% fueron realizadas por productoras de dos o más países.

Y para finalizar este análisis concreto, de los 446 títulos iberoamericanos en coproducción, un 55,6% fueron realizadas por productoras de países iberoamericanos y un 44,4% se rodaron entre productoras de un país iberoamericano con otras de países no iberoamericanos.

*Cuadro Introducción 4.6*

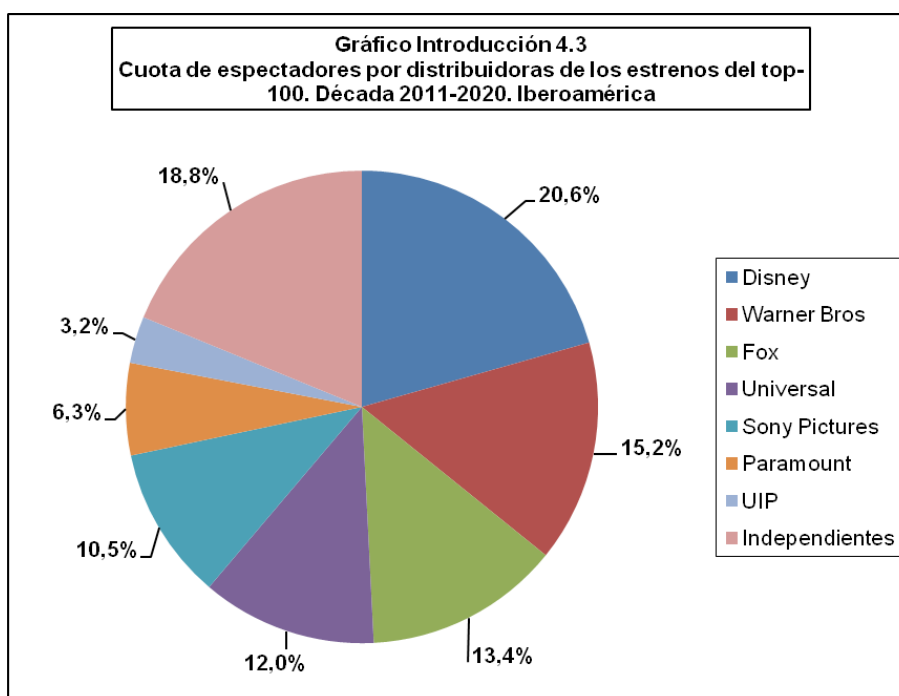
<i>Títulos estrenados en cines presentes en el top-100</i>												
Origen	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Total	%
USA	435	348	173	164	138	135	141	144	122	166	1.966	38,2
Iberoamérica	486	477	105	114	121	123	142	152	119	191	2.030	39,4
Europa	297	301	20	31	39	31	33	41	39	121	953	18,5
Resto países	28	43	7	5	4	6	9	17	16	64	199	3,9
<b>Total títulos</b>	<b>1.246</b>	<b>1.169</b>	<b>305</b>	<b>314</b>	<b>302</b>	<b>295</b>	<b>325</b>	<b>354</b>	<b>296</b>	<b>542</b>	<b>5.148</b>	

<i>Títulos iberoamericanos estrenados en cines presentes en el top-100</i>												
Tipo	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Total	%
No coproducción	385	384	75	86	83	98	120	116	87	150	1.584	78,0
Coproducción	101	93	30	28	38	25	22	36	32	41	446	22,0
<b>Total títulos</b>	<b>486</b>	<b>477</b>	<b>105</b>	<b>114</b>	<b>121</b>	<b>123</b>	<b>142</b>	<b>152</b>	<b>119</b>	<b>191</b>	<b>2.030</b>	

Títulos iberoamericanos en coproducción presentes en el top-100												
Origen	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Total	%
Iberoamericanas	58	46	17	17	22	13	14	24	18	19	248	55,6
Resto	43	47	13	11	16	12	8	12	14	22	198	44,4
<b>Total títulos</b>	<b>101</b>	<b>93</b>	<b>30</b>	<b>28</b>	<b>38</b>	<b>25</b>	<b>22</b>	<b>36</b>	<b>32</b>	<b>41</b>	<b>446</b>	

Las distribuidoras americanas en la década 2011-2020 representan una cuota conjunta en el top-100 del 81,2% del total de espectadores y las independientes el 18,8% restante (gráfico Introducción 4.3). Los Estudios con más cuota de mercado son Disney (20,6%), Warner (15,2%) y Fox (13,4%).



La producción cinematográfica con más éxito en Iberoamérica en la década 2011-2020 fue *Vengadores: Endgame* (2019), liderando los rankings en doce de los 20 países analizados (Cuadro Introducción 4.7). La obra de animación *Toy Story 4* (2019) se mantuvo en el primer puesto de cuatro países y *El rey León* (2019) y *Maléfica* (2014) en uno cada una. El dominio americano fue interrumpido en España por la película *Ocho apellidos vascos* (2014) y en República Dominicana por *Lotoman* (2011).

**Cuadro Introducción 4.7**  
Top-1 cinematográfico en cada país. Década 2011-2020. Iberoamérica

País estreno	Título	Origen	Espectadores	Año
Argentina	Toy Story 4	USA	6.580.419	2019
Bolivia	Vengadores: Endgame	USA	817.153	2019
Brasil	Vengadores: Endgame	USA	19.691.657	2019
Chile	Toy Story 4	USA	3.180.115	2019
Colombia	Vengadores: Endgame	USA	5.922.040	2019
Costa Rica	Vengadores: Endgame	USA	833.436	2019

Ecuador	Vengadores: Endgame	USA	1.854.277	2019
El Salvador	Vengadores: Endgame	USA	409.209	2019
España	Ocho apellidos vascos	España	9.516.272	2014
Guatemala	Vengadores: Endgame	USA	758.236	2019
Honduras	Vengadores: Endgame	USA	443.799	2019
México	Toy Story 4	USA	25.200.514	2019
Nicaragua	Vengadores: Endgame	USA	184.117	2019
Panamá	Vengadores: Endgame	USA	618.016	2019
Paraguay	Vengadores: Endgame	USA	270.329	2019
Perú	Vengadores: Endgame	USA	3.861.988	2019
Portugal	El rey León	USA	1.371.393	2019
R. Dominicana	Lotoman	R. Dominicana	673.759	2011
Uruguay	Toy Story 4	USA	323.334	2019
Venezuela	Maléfica	USA, UK	2.025.182	2014

En cuanto al top-1 de cada país durante la década, nueve producciones presentes en este cuadro formaron parte de los top-10 históricos de su país (cuadro Introducción 4.8). Estas producciones son: *Relatos salvajes* (Argentina, top-4), *Nada a perder 1* (Brasil, top-4), *Stefan vs Kramer* (Chile, top-7), *Maikol Yordan* (Costa Rica, top-2), *Ocho apellidos vascos* (España, top-1), *No se aceptan devoluciones* (México, top-8), *7 cajas* (Paraguay, top-2), *Asu Mare! 2* (Perú, top-4) y *Lotoman* (R. Dominicana, top-1).

Cuadro Introducción 4.8

Top-1 del cine iberoamericano en cada país. Década 2011-2020. Iberoamérica

País estreno	Título	Origen	Espectadores	Año
Argentina	Relatos salvajes	Argentina, España	3.912.521	2014
Bolivia	Muralla	Bolivia	37.311	2018
Brasil	Nada a perder 1	Brasil	12.142.512	2018
Chile	Stefan vs Kramer	Chile	2.081.409	2012
Colombia	Colombia magia salvaje	Colombia	2.369.425	2015
Costa Rica	Maikol Yordan	Costa Rica	772.806	2014, 2015
Ecuador	Dedicada a mi ex	Ecuador, Colombia	318.952	2019, 2020
El Salvador	La rebúsqueda	El Salvador	21.581	2014
España	Ocho apellidos vascos	España	9.516.272	2014
Guatemala	Exorcismo documentado	Guatemala	96.220	2012
Honduras	¿Quién paga la cuenta?	Honduras	107.306	2013
México	No se aceptan devoluciones	México	15.200.471	2013
Nicaragua	El canto de Bosawas	Nicaragua, USA	10.308	2014
Panamá	Congelado en Rusia	Panamá	158.418	2018
Paraguay	7 cajas	Paraguay	260.588	2012
Perú	Asu Mare! 2	Perú	3.062.023	2015
Portugal	O patio das Cantigas	Portugal	606.555	2015
R. Dominicana	Lotoman	R. Dominicana	673.759	2011
Uruguay	La noche de 12 años	Uruguay, Argentina, España	57.302	2018
Venezuela	Libertador	España, Venezuela	704.639	2014

En la década 2011-2020, el ranking histórico estuvo liderado por los estrenos de la saga de los *Vengadores: Engame* con 73 millones de espectadores acumulados en los diferentes países

iberoamericanos e *Infinity War* con 60 millones. Las películas de animación *El rey León* y *Toy Story 4* en torno a los 60 millones de espectadores compartieron el éxito con las anteriores en la década (cuadro Introducción 4.9)

Las 30 películas con más de 30 millones de recaudación que componen el ranking histórico son producciones americanas y siete de ellas están en coproducción con otros países. El estreno más exitoso con participación iberoamericana es *Fast & Furious 6* (España, USA), acumulando 25,5 millones de espectadores,

La película íntegramente iberoamericana más popular fue la producción mexicana *No se aceptan devoluciones*, con 17,3 millones de espectadores y 56,5 millones de ingresos acumulados en los países iberoamericanos. Estos datos permitieron a esta obra situarse entre las 100 más vistas de la década en Iberoamérica, en concreto en la posición 89.

Cuadro introducción 4.9

## Ranking de estrenos cinematográficos. Década 2011-2020. Iberoamérica

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos	Año
1	Vengadores: Endgame	USA	73.071.559	307.617.177	2019
2	El Rey León	USA	60.325.550	246.718.968	2019
3	Toy Story 4	USA	59.855.634	219.515.973	2019
4	Vengadores: Infinity War	USA	59.228.208	239.019.072	2018
5	Los Minions	USA	46.703.547	194.869.890	2015
6	Fast & Furious 7	USA	45.105.016	200.767.514	2015
7	Los Increíbles 2	USA	45.000.880	162.655.262	2018
8	Joker	USA, Canadá	44.536.320	174.676.455	2019-2020
9	Coco	USA	43.090.366	141.546.128	2017-2018
10	Los Vengadores	USA	42.626.831	228.769.457	2012
11	La Edad de Hielo 4	USA	41.763.592	210.537.701	2012
12	Fast & Furious 8	USA, China, Japón	41.098.999	176.619.810	2017
13	Gru, mi villano favorito 3	USA	41.007.987	156.807.556	2017
14	Vengadores: La Era de Ultrón	USA	39.725.543	169.316.311	2015
15	Capitán América: Civil War	USA	36.243.029	138.168.146	2016
16	Jurassic World: El reino caído	USA	34.276.302	134.117.426	2018
17	Buscando a Dory	USA	33.945.303	130.205.044	2016
18	Capitana Marvel	USA, Australia	33.714.461	130.582.002	2019
19	Jurassic World	USA	33.329.674	142.285.313	2015
20	La bella y la bestia	USA, UK	33.323.210	143.380.841	2017
21	Aquaman	USA, Australia	33.269.366	128.717.339	2018-2019
22	Batman Vs. Superman	USA	33.164.756	124.704.859	2016
23	Frozen 2	USA	33.077.753	124.093.041	2019-2020
24	Gru, mi villano favorito 2	USA	32.271.550	168.202.402	2013
25	Star Wars: El despertar de la fuerza	USA	30.853.050	151.819.724	2015-2016
26	Del revés (Inside out)	USA	30.654.293	118.859.558	2015
27	Aladdin	USA	30.497.347	116.564.430	2019
28	Amanecer - Parte 2	USA	30.383.332	153.494.585	2012
29	Maléfica	USA, UK	30.383.089	159.403.610	2014
30	Iron Man 3	USA, China	30.312.135	176.155.132	2013

El ranking histórico de estrenos iberoamericanos contiene las 31 producciones con más de cuatro millones de espectadores acumulados, durante la década, en los diferentes mercados iberoamericanos (cuadro Introducción 10).

Aparte de las dos producciones anteriores mencionadas, las películas que superaron los 10 millones de espectadores fueron las tres producciones brasileñas *Nada a perder – Parte 1* (13 millones), *Moisés y los diez mandamientos* (11,7 millones) y *Minha mae e uma peça 3* (10,8 millones) y las dos obras españolas *Lo imposible* (11,9 millones) y *Ocho apellidos catalanes* (10,9 millones).

En este ranking histórico, hasta la posición 31 están representados los siguientes países: España (12 estrenos), México (11 estrenos) y Brasil (8 estrenos). También Argentina tiene presencia con *Relatos salvajes*, en este caso en coproducción con España. A continuación entre las obras con más de tres millones de espectadores acumulados se encuentran la coproducción hispano-argentina *Metegol* y las dos producciones peruanas *Asu Mare!* y *Asu Mare! 2*.

Cuadro introducción 4.10

Ranking de estrenos cinematográficos iberoamericanos. Década 2011-2020. Iberoamérica

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos	Año
1	Fast & Furious 6	España, USA	25.545.320	130.404.461	2013
2	No se aceptan devoluciones	México	17.301.260	56.579.539	2014
3	Nada a perder - Parte 1	Brasil	13.045.706	38.010.524	2018
4	Lo imposible	España, USA	11.972.463	80.289.788	2012
5	Moisés y los diez mandamientos	Brasil	11.733.362	30.929.235	2017
6	Ocho apellidos catalanes	España	10.917.817	75.843.247	2015
7	Minha mae e uma peça 3	Brasil	10.868.910	42.917.194	2019
8	Ocho apellidos vascos	España	9.565.343	74.962.246	2014
9	Exodus: Dioses y Reyes	España, USA, UK	8.718.927	45.295.307	2014
10	Minha mae e uma peça 2	Brasil	7.999.236	35.654.815	2016
11	Nosotros los nobles	México	7.149.885	29.718.452	2013
12	No manches Frida 2	México, USA	6.685.038	17.540.326	2019
13	Nada a perder - parte 2	Brasil	6.684.612	16.426.947	2019
14	Las Aventuras de Tadeo Jones	España	6.592.149	40.000.553	2013
15	Mama	España, Canadá	6.325.275	32.001.948	2013
16	¿Qué culpa tiene el niño?	México	5.893.885	14.960.205	2016
17	Perfectos desconocidos	España	5.636.225	31.062.528	2018
18	Relatos salvajes	Argentina, España	5.302.953	30.614.155	2014
19	Un monstruo viene a verme	España	5.266.053	30.900.164	2017
20	No manches, Frida	México, USA	5.134.146	11.472.207	2016
21	Tadeo Jones 2	España	4.898.143	24.991.105	2017
22	De pernas pro ar 2	Brasil	4.818.722	24.461.353	2012
23	Minha mãe é uma peça	Brasil	4.590.843	22.893.261	2013
24	Mirreyes Vs. Godínez	México	4.582.038	12.419.570	2019
25	Ya veremos	México	4.467.217	11.893.909	2018
26	Un gallo con muchos huevos	México	4.391.636	10.906.998	2015
27	Hazlo como hombre	México	4.363.565	10.851.339	2017
28	Medianoche en París	España, USA	4.349.607	29.447.147	2011
29	La dictadura perfecta	México	4.186.221	14.484.229	2014
30	Minha vida em Marte	Brasil	4.115.222	16.087.634	2019
31	Cásese quien pueda	México	4.107.174	12.392.034	2014

Para finalizar la introducción de los datos globales de la década cinematográfica 2011-2020, el cuadro introducción 4.11 refleja las películas, realizadas íntegramente por productoras iberoamericanas, cuyo éxito les permitió estar presentes en un mayor número de top-100 de diferentes países iberoamericanos. Este dato es independiente de su rendimiento en espectadores e ingresos y del número total de países en los que se exhibió la producción.

Las cuatro primeras posiciones están copadas por obras de animación. De esta forma *Las aventuras de Tadeo Jones*, *Tadeo Jones 2* y *Metegol* suman 16 países cada una y *Condorito: la película* 14 países. La primera película de ficción fue *Cantinflas* presente en el top-100 de 12 países, seguida de *Malasaña 32* con 11 países.

Cuadro introducción 4.11

Producciones íntegramente iberoamericanas con más presencia en el top-100 de estrenos

Nº	Título	Origen	Espectadores	Año	Nº países top-100
1	Las Aventuras de Tadeo Jones	España	6.592.149	2013	16
2	Tadeo Jones 2	España	4.898.143	2017	16
3	Metegol	Argentina, España	4.033.430	2013	16
4	Condorito: la película	Perú	1.912.526	2017	14
5	Cantinflas	México	3.501.964	2014	12
6	Malasaña 32	España	1.160.827	2020	11
7	Atrapa la bandera	España	2.214.577	2015	10
8	Dolor y gloria	España	1.446.562	2019	10
9	Los ojos de Julia	España	1.060.645	2011	10
10	Moisés y los diez mandamientos	Brasil	11.733.362	2017	9
11	Relatos salvajes	Argentina, España	5.302.953	2014	9
12	No se aceptan devoluciones	México	17.301.260	2014	8
13	Nada a perder - Parte 1	Brasil	13.045.706	2018	8
14	Padre no hay más que uno	España	2.597.213	2020	8
15	Día de muertos	México	1.441.499	2019	8

## LA DÉCADA CINEMATOGRAFICA EN IBEROAMÉRICA (2011-2020)



## ARGENTINA

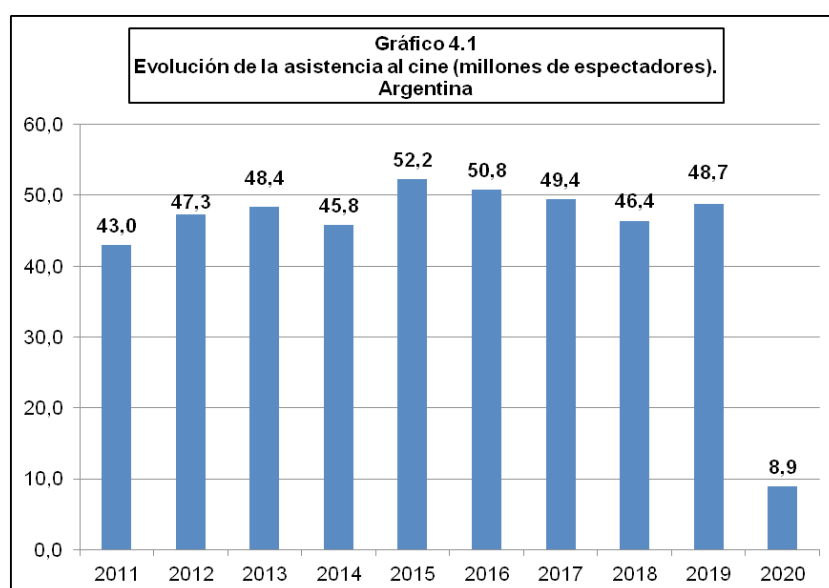
Los datos socio-económicos de la década 2011-2020 en Argentina reflejan que la población del país creció desde los 41,2 millones del inicio hasta los 45,3 millones de habitantes de 2020. El PIB-ppa se situó en un intervalo comprendido entre casi 0,8 y un billón de dólares. El número de pantallas cinematográficas se incremento desde las 800 de 2011 hasta las 982 de 2019 y la media por millón de habitantes se movió en un rango comprendido entre 19 y 22 pantallas (cuadro 4.1).

Cuadro 4.1

*Datos socio-económicos y equipamiento. Década 2011-2020. Argentina*

Año	Población	PIB-ppa (Bn \$)	Nº Pantallas	Pantallas/millón hab.
2011	41.261.490	0,797	800	19,4
2012	41.733.271	0,819	827	19,8
2013	42.202.935	0,849	866	20,5
2014	42.669.500	0,839	867	20,4
2015	43.131.966	0,867	872	20,2
2016	43.590.368	0,885	933	21,4
2017	44.044.811	1,039	963	21,9
2018	44.494.502	1,036	978	22,0
2019	44.938.712	1,033	982	21,9
2020	45.376.763	0,924	982	21,7

La evolución de la asistencia al cine registró el máximo en 2015 y 2016 superando los 50 millones de espectadores. Los mínimos se produjeron en 2011 con 43 millones y, debido a la pandemia mundial, en 2020 con solo 8,9 millones de entradas vendidas (gráfico 4.1).



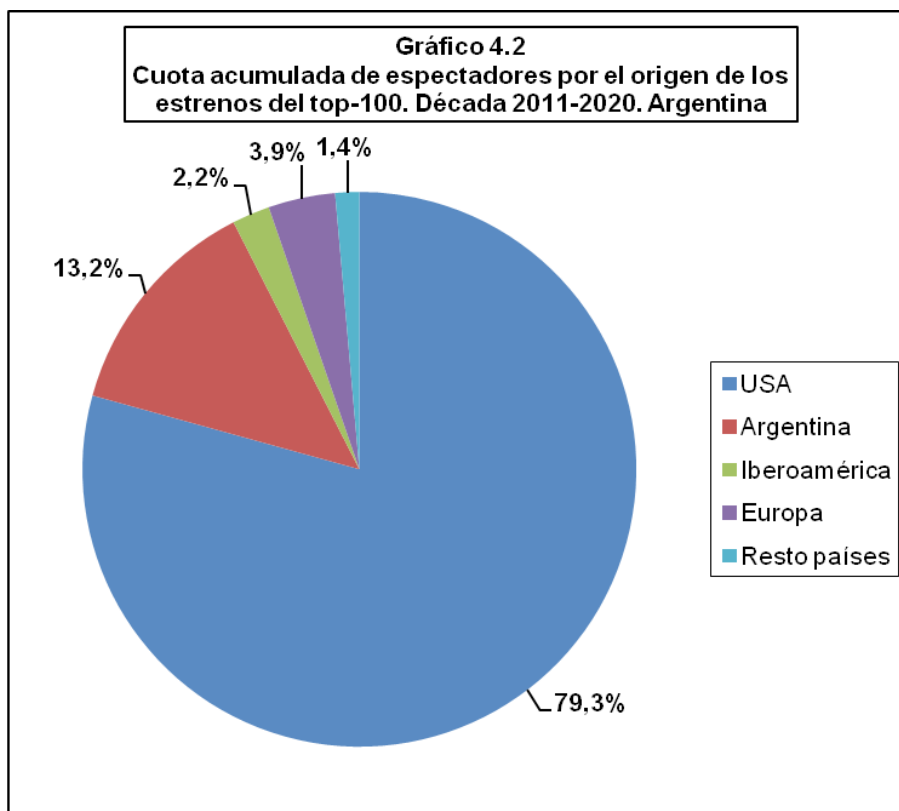
El número total de estrenos cinematográficos comerciales en la década 2011-2020 sumó 3.945 y los estrenos nacionales casi alcanzaron los 1.700, lo cual supone un 48,3% sobre el total. La asistencia anual se situó en una película por habitante y el coste medio de la entrada al cine en 5,1 dólares (cuadro 4.2).

Cuadro 4.2

## Panorama cinematográfico. Década 2011-2020. Argentina

Año	Estrenos totales	Estrenos nacionales	Asistencia anual (películas/hab.)	Coste medio entrada (\$)
2011	348	133	1,0	5,5
2012	340	146	1,1	5,6
2013	390	167	1,1	5,4
2014	404	172	1,1	5,4
2015	428	182	1,2	6,4
2016	445	199	1,1	5,3
2017	504	220	1,1	5,7
2018	533	223	1,0	4,7
2019	485	217	1,1	3,8
2020	68	28	0,2	3,2
<b>Total</b>	<b>3.945</b>	<b>1.687</b>	<b>1,0</b>	<b>5,1</b>

La cuota acumulada de espectadores por el origen de los estrenos del top-100 en la década 2011-2020 refleja el dominio del cine USA, con un 79,3% del mercado, seguido del cine argentino con un 13,2%. El cine iberoamericano registra una cuota de mercado del 2,2% (gráfico 4.2).



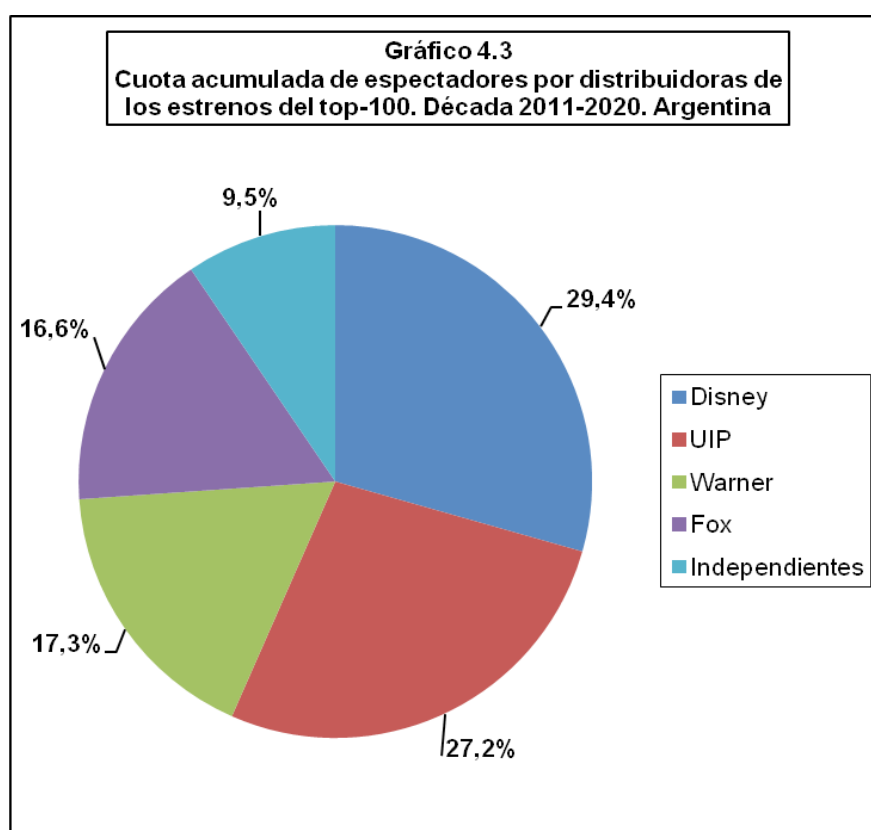


La actividad cinematográfica confirma unos ingresos acumulados en la década 2011-2020 de 2.402 millones de dólares por la venta de entradas en los cines. La asistencia de espectadores en los diez años analizados se eleva a 441,5 millones, de los que casi 58 millones optaron por el cine nacional. La cuota media de mercado de los estrenos autóctonos se situó en este periodo en el 13,1% (cuadro 4.3).

**Cuadro 4.3**  
*Actividad cinematográfica. Década 2011-2020. Argentina*

Año	Ingresos cine (\$)	Espectadores cine	Espectadores cine nacional	Cuota cine nacional (%)
2011	236.056.874	43.098.725	3.556.267	8,2
2012	287.309.250	47.323.955	4.632.190	9,8
2013	310.112.677	48.477.670	7.488.000	15,4
2014	245.009.252	45.822.076	8.176.001	17,8
2015	324.680.122	52.224.339	7.567.961	14,5
2016	270.183.834	50.893.560	7.326.480	14,4
2017	297.202.398	49.499.139	6.375.917	12,8
2018	214.119.425	46.458.742	6.821.139	14,7
2019	185.088.434	48.782.448	3.933.467	8,0
2020	33.000.109	8.981.915	2.122.162	23,6
<b>Total</b>	<b>2.402.762.376</b>	<b>441.562.569</b>	<b>57.999.584</b>	<b>13,1</b>

Las distribuidoras americanas en la década 2011-2020 representan una cuota conjunta en el top-100 del 90,5% del total de espectadores y las independientes el 9,5% restante (gráfico 4.3). Los *Estudios* con más cuota de mercado son Disney (29,4%) y UIP (27,2%).



En la década 2011-2020, el ranking de estrenos estuvo liderado por las películas de animación estadounidense *Toy Story 4* (6,5 millones de espectadores), *Los Minions* (4,9 millones) y *La Edad de Hielo 4* (4,4 millones de espectadores).

Los estrenos provienen en su totalidad de Estados Unidos, salvo la coproducción entre Argentina y España, *Relatos salvajes* (Damián Szifron) que con 3,9 millones de espectadores se situó en la cuarta posición del top-10 de la década, siendo la película de ficción con más éxito (cuadro 4.4).

**Cuadro 4.4**  
*Ranking de estrenos cinematográficos. Década 2011-2020. Argentina*

N°	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)	Año
1	Toy Story 4	USA	6.580.419	28.341.622	2019
2	Los Minions	USA	4.936.979	36.540.436	2015
3	La Edad de Hielo 4	USA	4.464.249	30.319.108	2012
4	Relatos salvajes	Argentina, España	3.912.521	21.041.189	2014, 2015
5	Vengadores: Endgame	USA	3.859.350	18.249.491	2019
6	Gru 3: Mi villano favorito	USA	3.839.207	24.485.175	2017
7	El rey León	USA	3.615.725	16.162.951	2019
8	Los Increíbles 2	USA	3.477.367	16.690.499	2018
9	Fast & Furious 7	USA	3.382.389	26.549.410	2015
10	Monsters University	EE.UU.	3.319.376	24.785.106	2013

El ranking de estrenos nacionales con más éxito de la década estuvo encabezado por la obra mencionada anteriormente, *Relatos salvajes*. A continuación, y superando los dos millones de espectadores, se situaron *El Clan* (Pablo Trapero), *Metegol* (Juan José Campanella) y *El robo del siglo* (Ariel Winograd). De las diez películas, cinco están en coproducción con España y una con Brasil (cuadro 4.5).

**Cuadro 4.5**  
*Ranking de estrenos nacionales. Década 2011-2020. Argentina*

N°	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)	Año
1	Relatos salvajes	Argentina, España	3.912.521	21.041.189	2014, 2015
2	El Clan	Argentina, España	2.643.021	17.233.190	2015
3	Metegol	Argentina, España	2.108.487	15.235.319	2013
4	El robo del siglo	Argentina	2.030.778	7.633.187	2020
5	Me casé con un boludo	Argentina	1.969.192	9.734.704	2016
6	La odisea de los giles	Argentina, España	1.741.239	5.324.925	2019
7	Corazon de león	Argentina, Brasil	1.718.078	11.192.343	2013
8	Mama se fue de viaje	Argentina	1.665.317	9.483.362	2017
9	El ángel	Argentina, España	1.316.785	5.427.806	2018
10	El fútbol o yo	Argentina	1.048.914	5.570.318	2017

El ranking de estrenos iberoamericanos con más éxito de la década estuvo liderado por dos producciones participadas por España junto con Estados Unidos: *Fast & Furious 6* (2,2 millones de espectadores) y *Medianoche en París* (717.065 espectadores).

Las obras íntegramente iberoamericanas con más éxito en Argentina en la década 2011-2020 fueron las producciones brasileñas del director Alexandre Avancini *Nada a perder* con más de

600.000 espectadores y *Moisés y los diez mandamientos* y *Nada a perder 2*, ambas superando los 400.000 espectadores. El top-5 de este ranking lo completan dos obras españolas de Pedro Almodóvar, *Dolor y gloria* y *La piel que habito* con más de 150.000 espectadores (cuadro 4.6)

**Cuadro 4.6**

*Ranking de estrenos iberoamericanos. Década 2011-2020. Argentina*

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)	Año
1	Fast & Furious 6	España, USA	2.212.043	14.999.174	2013
2	Medianoche en París	España, USA	717.065	3.981.257	2011
3	Nada a perder	Brasil	625.678	2.208.912	2018
4	Moisés y los diez mandamientos	Brasil	470.375	1.995.676	2017
5	A Roma con amor	España, Italia, USA	445.644	2.725.384	2012

*Ranking de estrenos iberoamericanos (100%). Década 2011-2020. Argentina*

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)	Año
1	Nada a perder	Brasil	625.678	2.208.912	2018
2	Moisés y los diez mandamientos	Brasil	470.375	1.995.676	2017
3	Nada a perder 2	Brasil	403.858	1.020.772	2019
4	Dolor y gloria	España	172.286	714.867	2019
5	La piel que habito	España	151.453	800.729	2011



## BOLIVIA

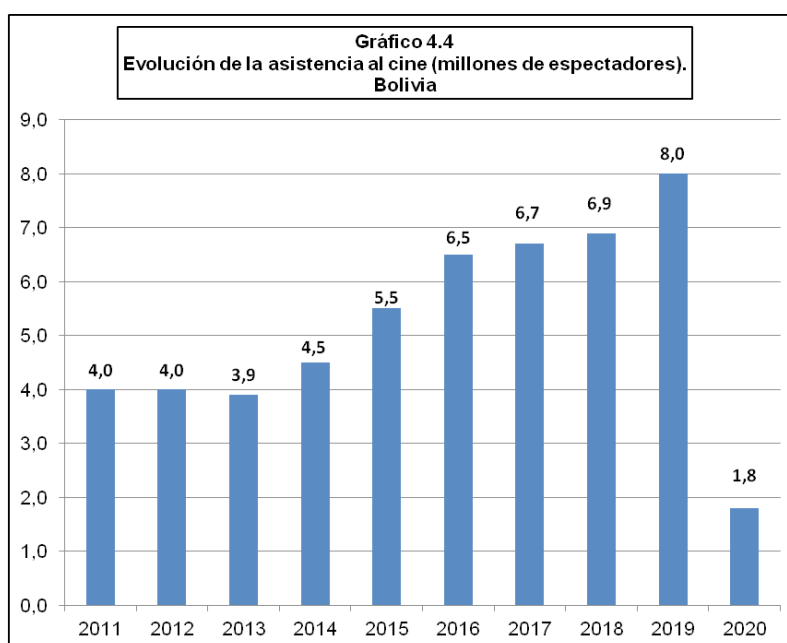
Los datos socio-económicos de la década 2011-2020 en Bolivia reflejan que la población del país creció desde los 10,1 millones del inicio hasta los 11,6 millones de habitantes de 2020. El PIB-ppa se situó en un intervalo comprendido entre 0,056 y 0,1 billones de dólares. El número de pantallas cinematográficas se incrementó desde las 79 de 2011 hasta las 124 de 2019 y la media por millón de habitantes se movió en un rango comprendido entre 7,8 y 12,1 pantallas (cuadro 4.7).

Cuadro 4.7

Datos socio-económicos y equipamiento. Década 2011-2020. Bolivia

Año	Población	PIB-ppa (Bn \$)	Pantallas	Pantallas/millón hab.
2011	10.190.775	0,056	79	7,8
2012	10.351.118	0,061	80	7,7
2013	10.507.789	0,069	83	7,9
2014	10.665.841	0,075	98	9,2
2015	10.825.013	0,077	107	9,9
2016	10.985.059	0,082	112	10,2
2017	11.145.770	0,084	129	11,6
2018	11.307.314	0,101	137	12,1
2019	11.469.896	0,104	124	10,8
2020	11.633.371	0,097	124	10,7

La evolución de la asistencia al cine registró el máximo en 2019 con ocho millones de espectadores. Los mínimos se produjeron en 2013 con 3,9 millones y, debido a la pandemia mundial, en 2020, con solo 1,8 millones de entradas vendidas (gráfico 4.4).

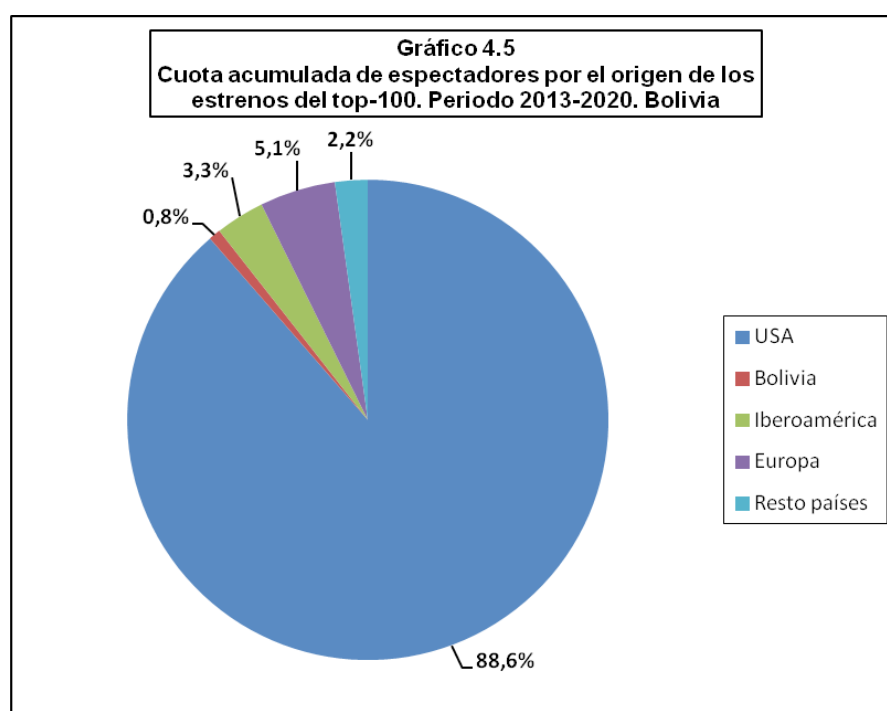


El número total de estrenos cinematográficos comerciales en la década 2011-2020 sumó 2.327 y los estrenos nacionales 128, lo cual supone un 5,5% sobre el total. La asistencia anual se situó en 0,5 películas por habitante y el coste medio de la entrada al cine en 5,4 dólares (cuadro 4.8).

**Cuadro 4.8**  
*Panorama cinematográfico. Década 2011-2020. Bolivia*

Año	Estrenos totales	Estrenos nacionales	Asistencia anual (películas/hab.)	Coste medio entrada (\$)
2011	160	7	0,1	4,4
2012	225	16	0,4	5,0
2013	158	11	0,4	6,9
2014	265	8	0,4	5,1
2015	248	16	0,5	5,6
2016	318	16	0,6	5,6
2017	256	10	0,6	5,7
2018	291	20	0,6	5,5
2019	266	18	0,7	5,0
2020	140	6	0,2	4,8
<b>Total</b>	<b>2.327</b>	<b>128</b>	<b>0,5</b>	<b>5,4</b>

La cuota acumulada de espectadores por el origen de los estrenos del top-100 en el periodo 2013-2020 refleja el dominio del cine USA, con un 88,6% del mercado, seguido del cine europeo con un 5,1%. El cine iberoamericano registra una cuota de mercado del 3,3% (gráfico 4.5).



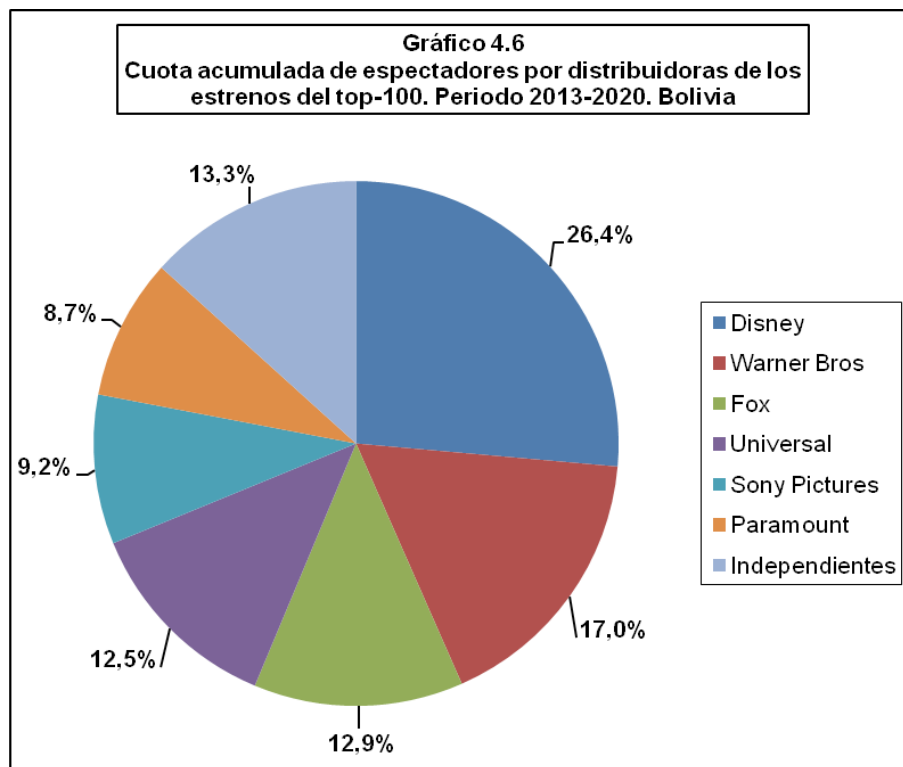
La actividad cinematográfica confirma unos ingresos acumulados en la década 2011-2020 de 286 millones de dólares por la venta de entradas en los cines. La asistencia de espectadores en los diez años analizados se eleva a 52 millones, de los que más de 510.000 optaron por el cine nacional. La cuota media de mercado de los estrenos autóctonos se situó en este periodo en el 1% (cuadro 4.9).

Cuadro 4.9

## Actividad cinematográfica. Década 2011-2020. Bolivia

Año	Ingresos cine (\$)	Espectadores cine	Espectadores cine nacional	Cuota cine nacional (%)
2011	17.879.932	4.005.696	15.137	0,4
2012	20.493.653	4.095.588	37.961	0,9
2013	27.844.515	3.989.021	39.344	1,0
2014	25.826.368	4.516.820	52.478	1,2
2015	30.930.170	5.584.098	43.429	0,8
2016	36.721.716	6.575.916	80.580	1,2
2017	38.769.516	6.751.037	56.290	0,8
2018	38.358.399	6.932.228	90.910	1,3
2019	40.379.334	8.012.214	68.273	0,9
2020	9.036.091	1.853.224	26.768	1,4
<b>Total</b>	<b>286.239.695</b>	<b>52.315.842</b>	<b>511.170</b>	<b>1,0</b>

Las distribuidoras americanas en el periodo 2013-2020 representan una cuota conjunta en el top-100 del 86,7% del total de espectadores y las independientes el 13,3% restante (gráfico 4.6). Los Estudios con más cuota de mercado son Disney (26,4%) y Warner (17%).



En la década 2011-2020, el ranking de estrenos estuvo liderado por la saga de los *Vengadores: Endgame* (817.153 espectadores) e *Infinity War* (654.792 espectadores). Las películas animación estadounidense *Toy Story 4* y *El rey León* superaron los 500.000 espectadores en Bolivia (cuadro 4.10).

Todos los estrenos del top-10 histórico provienen de Estados Unidos y se contabilizan tres coproducciones (dos con Australia y una con Canadá).

Cuadro 4.10

## Ranking de estrenos cinematográficos. Década 2011-2020. Bolivia

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)	Año
1	Vengadores: Endgame	USA	817.153	4.735.226	2019
2	Vengadores: Infinity War	USA	654.792	3.902.582	2018
3	Toy Story 4	USA	579.080	2.886.204	2019
4	El rey León	USA	510.209	2.622.637	2019
5	Joker	USA, Canadá	480.686	2.302.534	2019
6	Aquaman	USA, Australia	456.021	2.517.874	2018, 2019
7	Vengadores: La Era de Ultrón	USA	392.435	2.290.496	2015
8	Capitán América: Civil War	USA	391.233	2.236.641	2016
9	Capitana Marvel	USA, Australia	386.927	2.028.678	2019
10	Los Vengadores	USA	364.888	1.813.873	2012

El ranking de estrenos nacionales con más éxito de la década estuvo encabezado por tres obras que superaron los 30.000 espectadores: *Muralla* (Gory Patiño), *Olvidados* (Carlos Bolado) y *Engaño a primera vista* (Jonahan Benavides y Yecid Benavides).

Los países coproductores de cuatro estrenos bolivianos presentes en este top-10 son: Argentina, Canadá, Estados Unidos y Uruguay (cuadro 4.11).

Cuadro 4.11

## Ranking de estrenos nacionales. Década 2011-2020. Bolivia

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)	Año
1	Muralla	Bolivia	37.311	190.958	2018
2	Olvidados	Bolivia, Canadá	32.359	158.826	2014
3	Engaño a primera vista	Bolivia	30.178	156.255	2016
4	Boquerón	Bolivia	29.043	134.289	2015
5	Averno	Bolivia, Uruguay	27.571	133.827	2018
6	Las Malcogidas	Bolivia, Argentina	26.182	109.646	2017
7	Fuertes	Bolivia, USA	17.663	82.926	2019
8	Las bellas durmientes	Bolivia	14.313	54.280	2012
9	Santa Clara	Bolivia	13.771	72.850	2019, 2020
10	Bárbara	Bolivia	13.645	45.006	2017

El ranking de estrenos iberoamericanos con más éxito de la década estuvo liderado por tres coproducciones entre España y Estados Unidos: *Fast & Furious 6* (158.543 espectadores), *Exodus: Dioses y Reyes* (82.637 espectadores) y *En el corazón del mar* (56.303 espectadores).

Las obras íntegramente iberoamericanas con más éxito en Bolivia durante la década 2011-2020 fueron las producciones peruanas *Condorito: la película* (Eduardo Schuldt y Alex Orelle) y *Cementerio General* (Dorian Fernández-Moris), las españolas *REC 4* (Jaume Balagueró) y *Metegol* (Juan José Campanella), esta última en coproducción con Argentina, y la coproducción entre Colombia y Ecuador *Dedicada a mi ex* (Jorge Ulloa) (cuadro 4.12).

Cuadro 4.12

*Ranking de estrenos iberoamericanos. Década 2011-2020. Bolivia*

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)	Año
1	Fast & Furious 6	España, USA	158.543	1.009.611	2013
2	Exodus: Dioses y Reyes	España, UK, USA	82.637	487.119	2015
3	En el corazón del mar	España, UK, USA	56.303	370.686	2016
4	Condorito: la película	Perú	48.641	261.312	2017
5	No manches, Frida	México, USA	34.402	164.988	2016

*Ranking de estrenos iberoamericanos (100%). Periodo 2011-2020. Bolivia*

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)	Año
1	Condorito: la película	Perú	48.641	261.312	2017
2	Dedicada a mi ex	Colombia, Ecuador	30.707	127.941	2019-2020
3	REC 4	España	29.729	162.573	2014
4	Metegol	España, Argentina	29.103	191.527	2013
5	Cementerio General	Perú	26.358	127.296	2014





## BRASIL

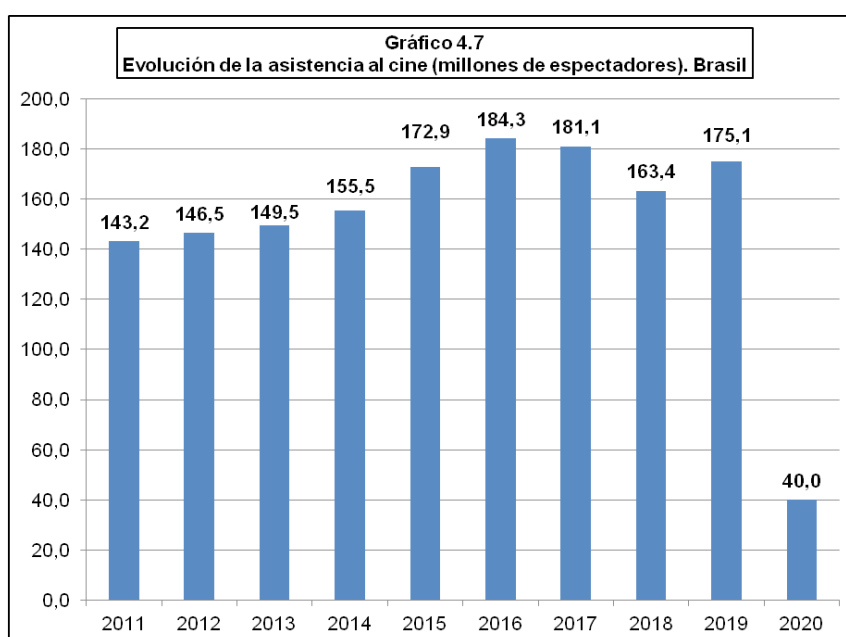
Los datos socio-económicos de la década 2011-2020 en Brasil reflejan que la población del país creció desde los 197,3 millones del inicio hasta los 212,5 millones de habitantes de 2020. El PIB-ppa se situó en un intervalo comprendido entre 2,9 y 3,2 billones de dólares. El número de pantallas cinematográficas se incrementó desde las 2.352 de 2011 hasta las 3.477 de 2019 y la media por millón de habitantes se movió en un rango comprendido entre 11,9 y 16,5 pantallas (cuadro 4.13).

Cuadro 4.13

*Datos socio-económicos y de equipamiento. Década 2011-2020. Brasil*

Año	Población	PIB-ppa (Bn \$)	Pantallas	Pantallas/millón hab.
2011	197.306.259	2,970	2.352	11,9
2012	199.028.505	2,998	2.515	12,6
2013	200.750.247	3,133	2.678	13,3
2014	202.466.607	3,187	2.833	14,0
2015	204.172.708	3,014	3.013	14,8
2016	205.863.675	2,939	3.168	15,4
2017	207.534.630	3,017	3.220	15,5
2018	209.180.697	3,130	3.356	16,0
2019	210.796.998	3,222	3.477	16,5
2020	212.559.000	3,078	3.477	16,4

La evolución de la asistencia al cine registró el máximo en 2016 con 184,3 millones de espectadores. Los mínimos se produjeron en 2011 con 143,2 millones y, debido a la pandemia mundial, en 2020, con solo 40 millones de entradas vendidas (gráfico 4.7).



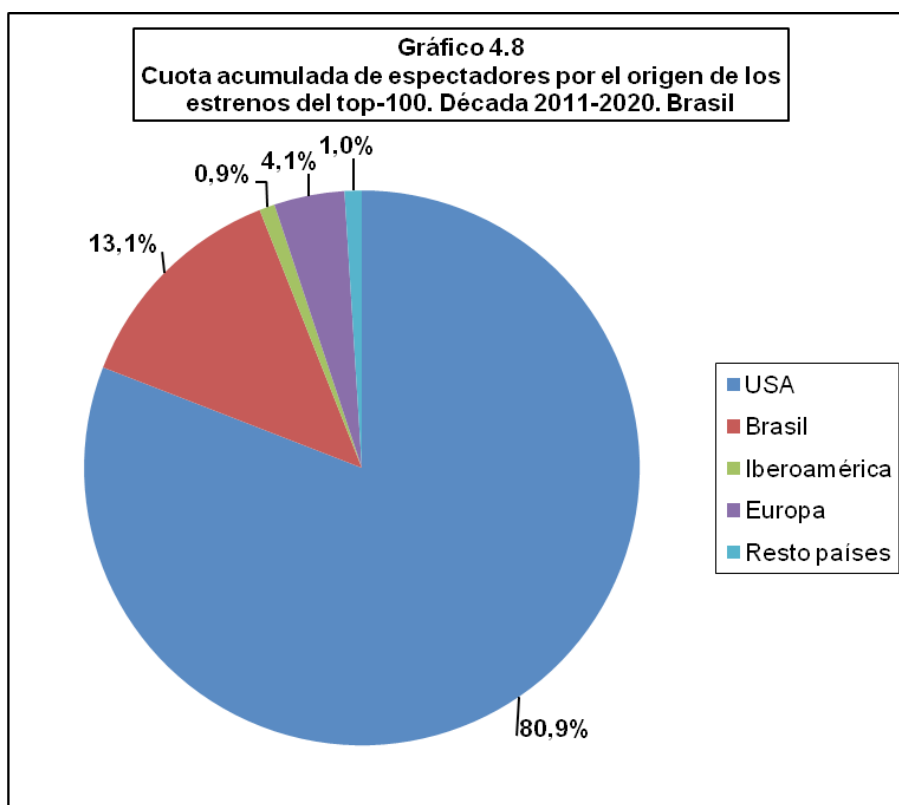
El número total de estrenos cinematográficos comerciales en la década 2011-2020 sumó 3.905 y los estrenos nacionales 1.277, lo cual supone un 32,7% sobre el total. La asistencia anual se situó en 0,7 películas por habitante y el coste medio de la entrada al cine en 4,6 dólares (cuadro 4.14).

Cuadro 4.14

## Panorama cinematográfico. Década 2011-2020. Brasil

Año	Estrenos totales	Estrenos nacionales	Asistencia anual cine	Coste medio de la entrada (\$)
2011	337	100	0,7	5,8
2012	327	83	0,8	5,6
2013	397	129	0,7	5,4
2014	393	114	0,8	5,3
2015	446	133	0,8	4,1
2016	458	142	0,9	4,0
2017	460	160	0,9	4,7
2018	479	185	0,8	4,1
2019	433	171	0,8	4,0
2020	175	60	0,2	3,1
<b>Total</b>	<b>3.905</b>	<b>1.277</b>	<b>0,7</b>	<b>4,6</b>

La cuota acumulada de espectadores por el origen de los estrenos del top-100 en la década 2011-2020 refleja el dominio del cine USA, con un 80,9% del mercado, seguido del cine brasileño con un 13,1%. El cine iberoamericano registra una cuota de mercado próxima al 1% (gráfico 4.8).

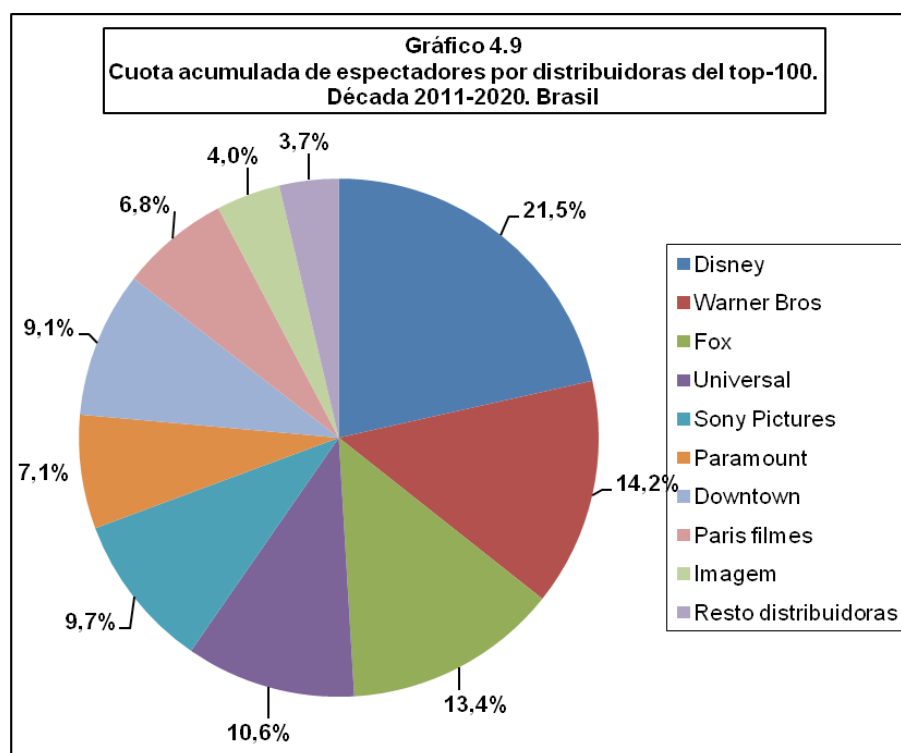


La actividad cinematográfica confirma unos ingresos acumulados en la década 2011-2020 de 7.177 millones de dólares por la venta de entradas en los cines. La asistencia de espectadores en los diez años analizados se eleva a 1.512 millones, de los que más de 207,3 millones optaron por el cine nacional. La cuota media de mercado de los estrenos autóctonos se situó en este periodo en el 13,7% (cuadro 4.15).

**Cuadro 4.15**  
*Actividad cinematográfica. Década 2011-2020. Brasil*

Año	Ingresos cine (\$)	Espectadores cine	Espectadores cine nacional	Cuota de cine nacional (%)
2011	856.040.780	143.208.012	17.689.210	12,4
2012	828.457.949	146.593.494	15.654.862	10,7
2013	814.011.025	149.518.269	27.789.804	18,6
2014	833.743.692	155.598.138	19.058.142	12,2
2015	715.200.858	172.915.057	22.485.736	13,0
2016	746.266.962	184.307.848	30.410.522	16,5
2017	851.395.679	181.168.439	17.410.142	9,6
2018	672.043.505	163.454.506	24.239.884	14,8
2019	706.375.928	175.195.818	23.861.943	13,6
2020	154.074.766	40.066.526	8.700.993	21,7
<b>Total</b>	<b>7.177.611.144</b>	<b>1.512.026.107</b>	<b>207.301.238</b>	<b>13,7</b>

Las distribuidoras americanas en la década 2011-2020 representan una cuota conjunta en el top-100 del 76,5% del total de espectadores y las independientes el 23,5% restante (gráfico 4.9). Los *Estudios* con más cuota de mercado son Disney (21,5%), Warner (14,2%) y Fox (13,4%) y entre las independientes destaca Downtown (9,1%).



En la década 2011-2020, el ranking de estrenos estuvo liderado por la saga de los *Vengadores: Endgame* (19,6 millones de espectadores) en el primer puesto e *Infinity War* (14,4 millones de espectadores) en el tercero. La película de animación *El rey León* se situó en el segundo lugar del ranking histórico con 16,3 millones de espectadores (cuadro 4.16)

En el top-10 histórico, junto con siete producciones procedentes de Estados Unidos se situaron las producciones brasileñas *Nada a perder* con 12,1 millones de espectadores, *Moisés y los diez Mandamientos* con 11,1 millones, ambas dirigidas por Alexandre Avancini, y *Minha mae é uma peça 3*, con 10,8 millones de espectadores, de Susana García y César Rodrigues

**Cuadro 4.16**  
**Ranking de estrenos cinematográficos. Década 2011-2020. Brasil**

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)	Año
1	Vengadores: Endgame	USA	19.691.657	85.248.774	2019
2	El rey León	USA	16.319.236	70.662.729	2019
3	Vengadores: Infinity War	USA	14.420.112	65.842.171	2018
4	Nada a perder 1	Brasil	12.142.512	34.888.731	2018
5	Moisés y los diez Mandamientos	Brasil	11.173.146	28.634.778	2016
6	Los Vengadores	USA	10.970.859	69.089.181	2012
7	Minha mae é uma peça 3	Brasil	10.868.910	42.917.194	2019, 2020
8	Amanecer 2	USA	10.186.426	52.300.029	2012
9	Vengadores: La Era de Ultrón	USA	10.129.071	50.227.813	2015
10	Fast & Furious 7	USA	9.857.746	46.269.055	2015

En el ranking histórico de estrenos nacionales, aparte de las tres obras citadas anteriormente, hubo otras dos películas con un éxito significativo. En concreto, la segunda parte de *Minha mae é uma peça*, con 7,9 millones de espectadores, y también la segunda parte de *Nada a perder*, con 6,1 millones de espectadores (cuadro 4.17).

**Cuadro 4.17**  
**Ranking de estrenos nacionales. Década 2011-2020. Brasil**

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)	Año
1	Nada a perder 1	Brasil	12.142.512	34.888.731	2018
2	Moisés y los diez mandamientos	Brasil	11.173.146	28.634.778	2016
3	Minha mae é uma peça 3	Brasil	10.868.910	42.917.194	2019, 2020
5	Minha mãe é uma peça 2	Brasil	7.999.236	23.850.991	2016, 2017
4	Nada a perder 2	Brasil	6.136.973	35.654.815	2019
6	De pernas pro ar 2	Brasil	4.818.722	24.461.353	2012
7	Minha mãe é uma peça	Brasil	4.590.843	22.893.261	2013
8	Minha vida em Marte	Brasil	4.115.222	16.087.634	2019
9	Loucas pra casar	Brasil	3.726.497	16.041.892	2015
10	Até que a sorte nos separe	Brasil	3.378.895	17.162.905	2012

El ranking de estrenos iberoamericanos con más éxito durante la década 2011-2020 estuvo liderado por coproducciones entre España y Estados Unidos: *Fast & Furious 6* (4,5 millones de espectadores), *Exodus: Dioses y Reyes* (1,5 millones de espectadores), *Medianoche en París* (1,1 millones) y *En el corazón del mar* (un millón de espectadores).

Las obras íntegramente iberoamericanas con más éxito en Brasil durante este periodo fueron las producciones españolas *Las aventuras de Tadeo Jones* (Enrique Gato) con más de 600.000 espectadores, *La piel que habito* (Pedro Almodóvar) con 450.145, *Tadeo Jones 2* (Enrique Gato) con 312.006 espectadores. El top-5 lo completan dos coproducciones hispano-argentinas: *Metegol* con más de 340.000 espectadores y *Relatos salvajes* con casi 300.000 (cuadro 4.18).

Cuadro 4.18

*Ranking de estrenos iberoamericanos. Década 2011-2020. Brasil*

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)	Año
1	Fast & Furious 6	España, USA	4.509.023	25.542.368	2013
2	Exodus: dioses y reyes	España, USA, UK	1.535.815	9.515.422	2014
3	Medianoche en París	España, USA	1.163.160	8.227.238	2011
4	En el corazón del mar	España, USA	1.018.486	4.238.999	2015
5	Lo imposible	España, USA	720.005	3.980.487	2012

*Ranking de estrenos iberoamericanos (100%). Década 2011-2020. Brasil*

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)	Año
1	Las aventuras de Tadeo Jones	España	601.483	3.968.187	2013
2	La piel que habito	España	450.145	2.992.398	2011
3	Metegol	Argentina, España	340.332	1.690.229	2013
4	Tadeo Jones 2	España	312.006	1.223.534	2017
5	Relatos salvajes	Argentina, España	292.897	1.866.326	2014



## CHILE

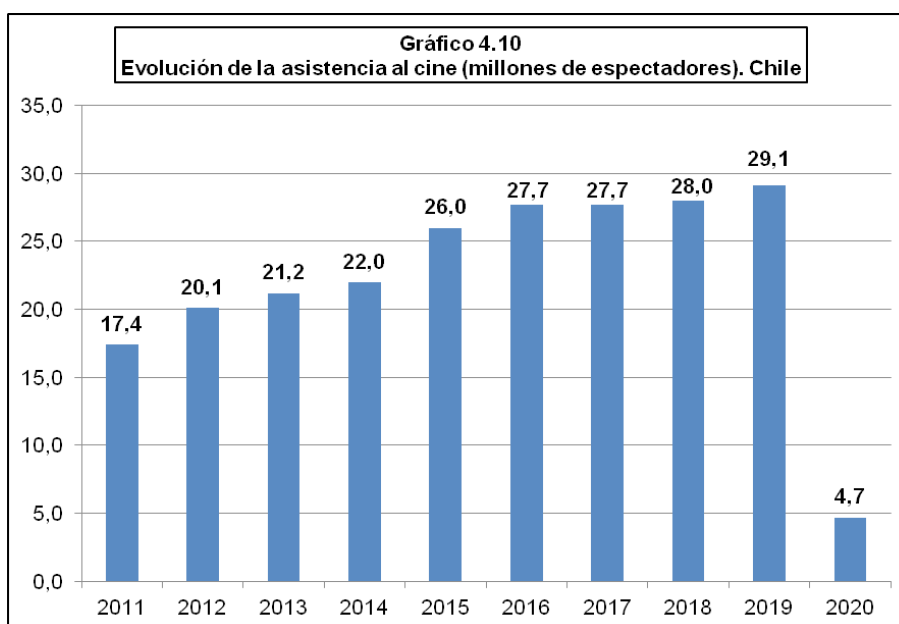
Los datos socio-económicos de la década 2011-2020 en Chile reflejan que la población del país creció desde los 17,2 millones del inicio hasta los 19,3 millones de habitantes de 2020. El PIB-ppa se situó en un intervalo comprendido entre 0,35 y 0,47 billones de dólares. El número de pantallas cinematográficas se incrementó desde las 320 de 2011 hasta las 472 de 2019 y la media por millón de habitantes se movió en un rango comprendido entre 18,5 y 24,7 pantallas (cuadro 4.19).

Cuadro 4.19

Datos socio-económicos y de equipamiento. Década 2011-2020. Chile

Año	Población	PIB-ppa (Bn \$)	Pantallas	Pantallas/millón hab.
2011	17.254.159	0,350	320	18,5
2012	17.443.491	0,374	324	18,6
2013	17.611.902	0,394	340	19,3
2014	17.787.617	0,404	348	19,6
2015	17.971.423	0,407	379	21,1
2016	18.167.147	0,413	388	21,4
2017	18.419.192	0,436	426	23,1
2018	18.751.405	0,465	455	24,3
2019	19.107.216	0,478	472	24,7
2020	19.303.756	0,456	472	24,5

La evolución de la asistencia al cine registró el máximo en 2019 con 29,1 millones de espectadores. Los mínimos se produjeron en 2011 con 17,4 millones y, debido a la pandemia mundial, en 2020, con solo 4,7 millones de entradas vendidas (gráfico 4.10).

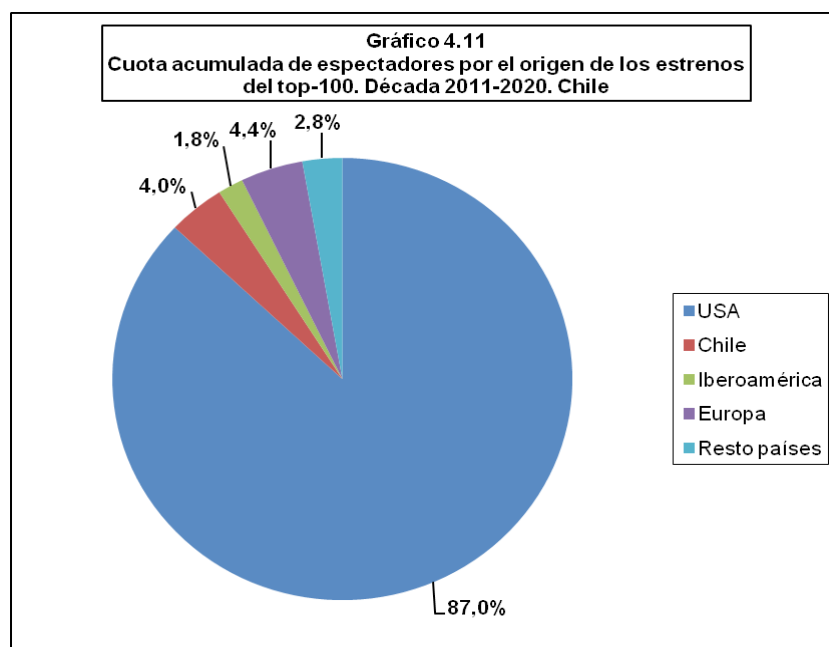


El número total de estrenos cinematográficos comerciales en la década 2011-2020 sumó 2.037 y los estrenos nacionales 231, lo cual supone un 11,3% sobre el total. La asistencia anual se situó en 1,2 películas por habitante y el coste medio de la entrada al cine en 5,2 dólares (cuadro 4.20).

*Cuadro 4.20*  
*Panorama cinematográfico. Década 2011-2020. Chile*

Año	Estrenos totales	Estrenos nacionales	Asistencia anual cine	Coste medio entrada (\$)
2011	187	23	1,0	6,0
2012	229	23	1,1	6,2
2013	178	26	1,2	5,8
2014	229	40	1,2	5,5
2015	220	26	1,4	4,9
2016	216	18	1,5	4,8
2017	230	26	1,5	4,9
2018	254	22	1,5	5,0
2019	232	20	1,5	4,8
2020	62	7	0,2	4,0
<b>Total</b>	<b>2.037</b>	<b>231</b>	<b>1,2</b>	<b>5,2</b>

La cuota acumulada de espectadores por el origen de los estrenos del top-100 en la década 2011-2020 refleja el dominio del cine USA, con un 87% del mercado, seguido del cine europeo con un 4,4% y el cine chileno con un 4%. El cine iberoamericano registra una cuota de mercado próxima al 2% (gráfico 4.11).



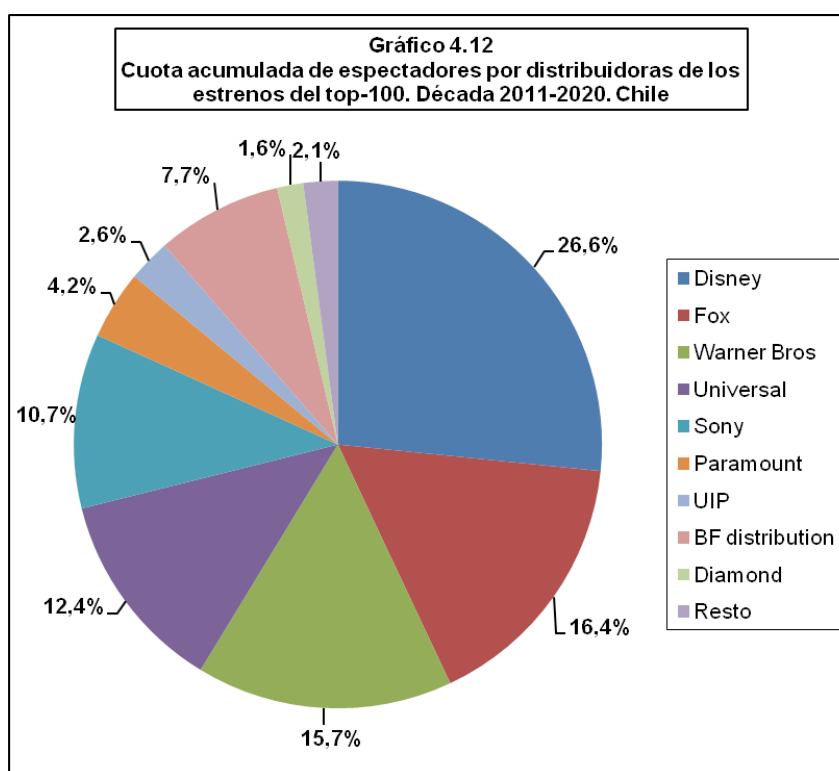
La actividad cinematográfica confirma unos ingresos acumulados en la década 2011-2020 de 1.173 millones de dólares por la venta de entradas en los cines. La asistencia de espectadores en los diez años analizados se eleva a 224,1 millones, de los que más de 10 millones optaron por el cine nacional. La cuota media de mercado de los estrenos autóctonos se situó en este periodo en el 4,5% (cuadro 4.21).

Cuadro 4.21

Actividad cinematográfica. Década 2011-2020. Chile

Año	Ingresos cine (\$)	Espectadores cine	Espectadores cine nacional	Cuota de cine nacional (%)
2011	105.297.015	17.429.409	900.341	5,1
2012	124.450.308	20.122.604	2.552.079	12,6
2013	123.910.693	21.200.044	1.702.552	8,0
2014	122.278.664	22.015.883	586.677	2,7
2015	128.366.652	26.036.426	932.054	3,6
2016	133.692.329	27.702.903	1.738.335	6,5
2017	134.366.738	27.744.674	242.252	1,0
2018	141.291.385	28.067.303	789.477	2,8
2019	141.160.917	29.132.601	298.417	1,0
2020	18.807.792	4.691.678	362.778	7,7
<b>Total</b>	<b>1.173.622.493</b>	<b>224.143.525</b>	<b>10.104.962</b>	<b>4,5</b>

Las distribuidoras americanas en la década 2011-2020 representan una cuota conjunta en el top-100 del 86% del total de espectadores y las independientes el 14% restante (gráfico 4.12). Los Estudios con más cuota de mercado son Disney (26,6%), Fox (16,4%) y Warner (15,7%) y entre las independientes destaca BF Distribution (7,7%).



En la década 2011-2020, el ranking de estrenos histórico estuvo liderado por las películas de animación *Toy Story 4*, con 3,1 millones de espectadores; *El rey León* con 2,3 millones; *Coco* con 2,2 millones de espectadores y *Los Minions* con 2 millones. La saga de los *Vengadores: Endgame* con 3 millones de espectadores e *Infinity War* con 2,3 millones compartieron el éxito de las anteriores (cuadro 4.22).



Junto con las nueve producciones de Estados Unidos que ocuparon el top-10 histórico se situó la producción chilena *Stefan vs Kramer* (Javier Estévez y Stephan Kramer) con 2 millones de espectadores.

Cuadro 4.22

Ranking de estrenos cinematográficos. Década 2011-2020. Chile

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)	Año
1	Toy story 4	USA	3.180.115	15.150.274	2019
2	Vengadores: Endgame	USA	3.079.897	19.137.328	2019
3	Vengadores: Infinity War	USA	2.338.642	14.585.873	2018
4	El rey León	USA	2.326.040	11.954.256	2019
5	Coco	USA	2.240.398	9.545.469	2017, 2018
6	Los Minions	USA	2.088.803	10.642.800	2015
7	Stefan vs Kramer	Chile	2.081.409	11.835.442	2012
8	La Edad de Hielo 4	USA	2.069.898	12.808.804	2012
9	Los Increíbles 2	USA	1.832.336	9.164.799	2018
10	Gru 3: Mi villano favorito	USA	1.646.915	7.267.971	2017

En el ranking de estrenos nacionales, aparte de la citada anteriormente en el top-10 histórico, hubo otra película que superó el millón de espectadores, *Sin filtro* (Nicolás López), y otras dos que rebasaron la barrera del medio millón: *El ciudadano Kramer* (Javier Estévez y Stephan Kramer) y *No estoy loca* (Nicolás López). En este ranking nacional hay dos coproducciones: una con Argentina y Brasil y otra con Argentina (cuadro 4.23).

Cuadro 4.23

Ranking de estrenos nacionales. Década 2011-2020. Chile

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)	Año
1	Stefan vs Kramer	Chile	2.081.409	11.835.442	2012
2	Sin filtro	Chile	1.290.926	5.476.534	2016
3	El ciudadano Kramer	Chile	722.506	4.129.304	2013
4	No estoy loca	Chile	592.872	2.853.658	2018
5	Violeta se fue a los cielos	Chile, Argentina, Brasil	392.802	2.107.448	2011
6	Barrio Universitario	Chile	362.869	1.954.771	2013
7	Fuerzas especiales	Chile	321.146	1.329.428	2014
8	El bosque de Karadima	Chile, Argentina	307.695	1.485.551	2015
9	Argentino QL	Chile	272.735	1.181.557	2016
10	Pacto de fuga	Chile	228.656	886.034	2020

El ranking de estrenos iberoamericanos con más éxito durante la década 2011-2020 estuvo liderado por coproducciones de Colombia y España con Estados Unidos. En primer lugar *Los 33* (Patricia Riggen), con más de un millón de espectadores, y en segundo lugar *Fast & Furious 6* con más de 900.000 espectadores (cuadro 4.24).

Las obras íntegramente iberoamericanas con más éxito en Chile durante este periodo fue la producción peruana *Condorito: la película*, con más de 455.000 espectadores. A cierta distancia se encuentran las películas españolas *Las aventuras de Tadeo Jones*, *Tengo ganas de ti* (Fernando González Molina) y *Relatos salvajes*, esta última en coproducción con Argentina, con más de 100.000 espectadores. En quinto lugar, la producción argentina *El hilo rojo* (Daniela Goggi) superando los 96.000 espectadores.

**Cuadro 4.24****Ranking de estrenos iberoamericanos. Década 2011-2020. Chile**

N°	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)	Año
1	Los 33	Colombia, USA	1.059.578	5.128.561	2015
2	Fast & Furious 6	España, USA	903.591	5.597.222	2013
3	Condorito: la película	Perú	455.163	1.952.878	2017
4	Lo imposible	España, USA	294.821	1.654.392	2013
5	Un dios salvaje	España, Alemania, Francia	210.082	1.254.118	2012

**Ranking de estrenos iberoamericanos (100%). Década 2011-2020. Chile**

N°	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)	Año
1	Condorito: la película	Perú	455.163	1.952.878	2017
2	Las aventuras de Tadeo Jones	España	143.880	914.436	2013
3	Tengo ganas de ti	España	129.310	701.438	2012
4	Relatos salvajes	Argentina, España	116.887	632.889	2014
5	El hilo rojo	Argentina	96.730	435.173	2016



## COLOMBIA

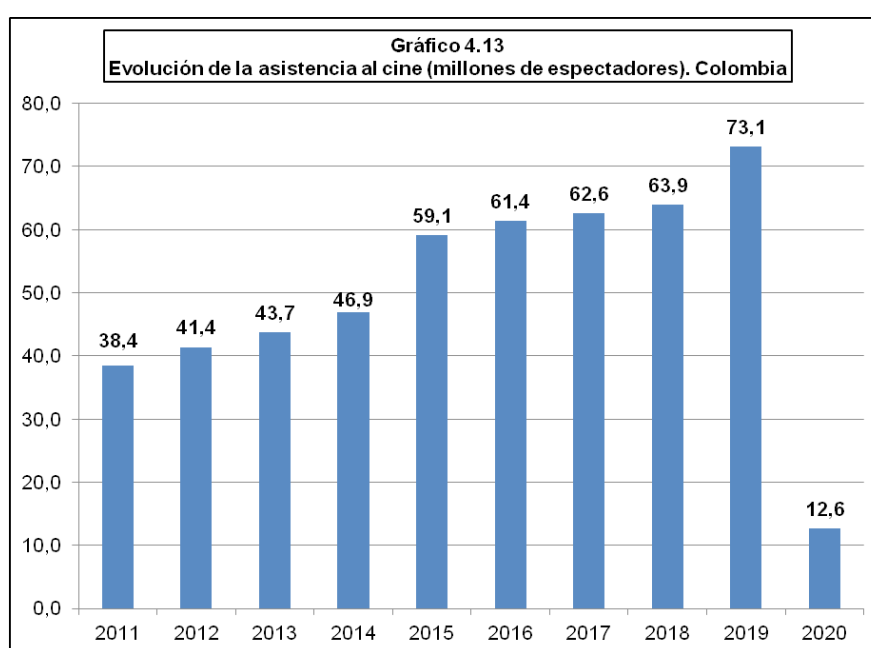
Los datos socio-económicos de la década 2011-2020 en Colombia reflejan que la población del país creció desde los 45,5 millones del inicio hasta los 50,3 millones de habitantes 2020. El PIB-ppa se situó en un intervalo comprendido entre 0,52 y 0,77 billones de dólares. El número de pantallas cinematográficas se incrementó desde las 643 de 2011 hasta las 1.227 de 2019 y la media por millón de habitantes se movió en un rango comprendido entre 14,1 y 24,6 pantallas (cuadro 4.25).

Cuadro 4.25

*Datos socio-económicos y de equipamiento. Década 2011-2020. Colombia*

Año	Población	PIB-ppa (Bn \$)	Pantallas	Pantallas/millón hab.
2011	45.509.584	0,529	643	14,1
2012	46.044.601	0,553	734	15,9
2013	46.581.823	0,591	815	17,5
2014	47.121.089	0,625	879	18,7
2015	47.661.787	0,630	935	19,6
2016	48.203.405	0,672	1.003	20,8
2017	48.747.708	0,700	1.081	22,2
2018	49.291.609	0,734	1.172	23,8
2019	49.834.240	0,772	1.227	24,6
2020	50.372.424	0,719	1.208	24,0

La evolución de la asistencia al cine registró el máximo en 2019 con 73,1 millones de espectadores. Los mínimos se produjeron en 2011 con 38,4 millones y, debido a la pandemia mundial, en 2020, con solo 12,6 millones de entradas vendidas (gráfico 4.13).

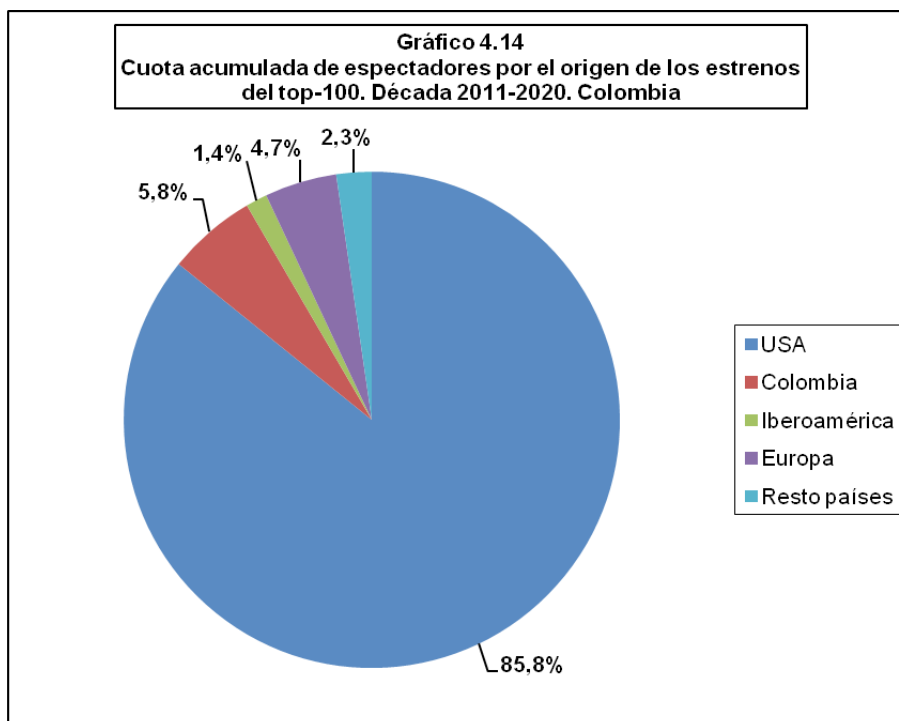


El número total de estrenos cinematográficos comerciales en la década 2011-2020 sumó 2.701 y los estrenos nacionales 319, lo cual supone un 11,8% sobre el total. La asistencia anual se situó en una película por habitante y el coste medio de la entrada al cine en 3,3 dólares (cuadro 4.26).

**Cuadro 4.26**  
*Panorama cinematográfico. Década 2011-2020. Colombia*

Año	Estrenos totales	Estrenos nacionales	Asistencia anual cine	Coste medio entrada (\$)
2011	231	18	0,8	4,0
2012	218	23	0,8	4,3
2013	243	17	0,9	4,0
2014	249	28	1,0	4,0
2015	301	36	1,2	3,0
2016	312	41	1,2	2,8
2017	314	44	1,2	2,9
2018	356	37	1,3	2,9
2019	352	48	1,5	2,8
2020	125	27	0,2	2,4
<b>Total</b>	<b>2.701</b>	<b>319</b>	<b>1,0</b>	<b>3,3</b>

La cuota acumulada de espectadores por el origen de los estrenos del top-100 en la década 2011-2020 refleja el dominio del cine USA, con un 85,8% del mercado, seguido del cine colombiano con un 5,8% y el cine europeo con un 4,7%. El cine iberoamericano registra una cuota de mercado del 1,4% (gráfico 4.14).



La actividad cinematográfica confirma unos ingresos acumulados en la década 2011-2020 de 1.662 millones de dólares por la venta de entradas en los cines. La asistencia de espectadores en los

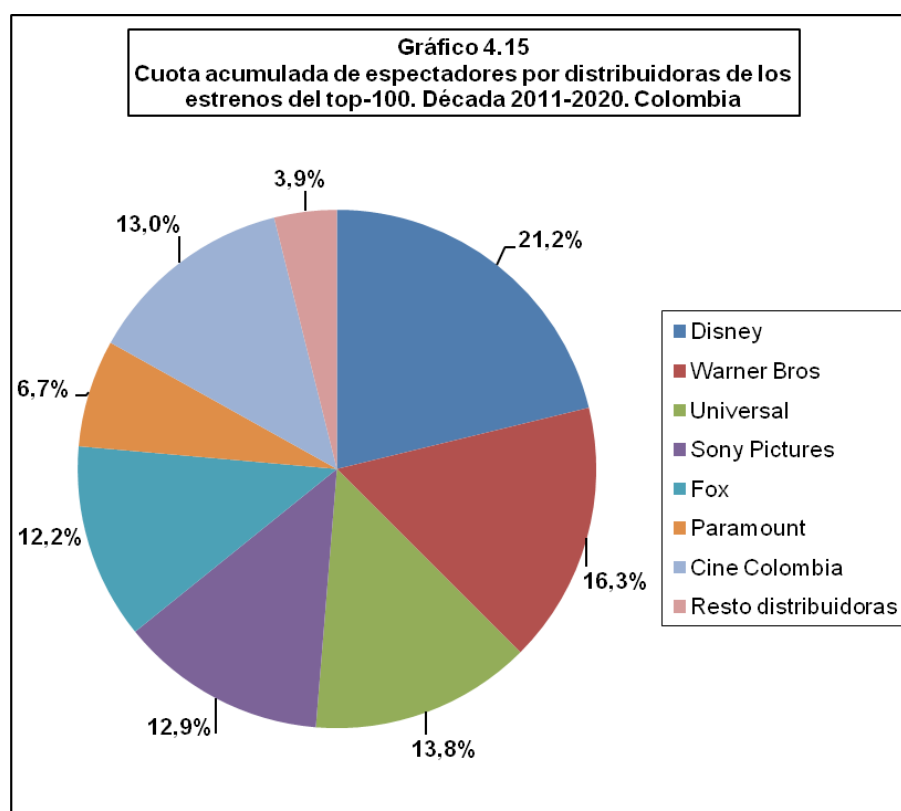
diez años analizados se eleva a 503,4 millones, de los que más de 29 millones optaron por el cine nacional. La cuota media de mercado de los estrenos autóctonos se situó en este periodo casi en el 6% (cuadro 4.27).

Cuadro 4.27

## Actividad cinematográfica. Década 2011-2020. Colombia

Año	Ingresos cine (\$)	Espectadores cine	Espectadores cine nacional	Cuota de cine nacional (%)
2011	155.477.406	38.452.567	2.003.328	5,2
2012	180.804.135	41.421.891	3.400.445	8,2
2013	178.912.633	43.710.992	2.140.968	4,9
2014	189.186.547	46.939.746	2.205.769	4,7
2015	179.924.557	59.131.000	5.816.010	9,8
2016	173.676.567	61.437.298	4.786.999	7,8
2017	182.224.030	62.611.454	3.726.000	6,0
2018	187.385.979	63.999.181	2.180.692	3,4
2019	199.035.449	73.110.000	2.513.000	3,4
2020	35.809.583	12.609.563	852.843	6,8
<b>Total</b>	<b>1.662.436.886</b>	<b>503.423.692</b>	<b>29.626.054</b>	<b>5,9</b>

Las distribuidoras americanas en la década 2011-2020 representan una cuota conjunta en el top-100 del 83,1% del total de espectadores y las independientes el 16,9% restante (gráfico 4.15). Los Estudios con más cuota de mercado son Disney (21,2%) y Warner (16,3%). Entre las independientes destaca Cine Colombia (13%).



En la década 2011-2020, el ranking de estrenos histórico está liderado por los estrenos de la saga de los *Vengadores: Endgame* con casi 6 millones de espectadores e *Infinity War* con 4,3 millones. Las películas de animación *Toy Story 4*, con 5,1 millones de espectadores, y *El rey León* con 4,6 millones compartieron el éxito con las anteriores en la década.

Todas las producciones del top-10 procedieron de Estados Unidos y los países coproductores de tres de estas obras fueron: Australia, Canadá, China y Japón (cuadro 4.28).

**Cuadro 4.28**  
*Ranking de estrenos cinematográficos. Década 2011-2020. Colombia*

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos	Año
1	Vengadores: Endgame	USA	5.922.040	18.335.521	2019
2	Toy Story 4	USA	5.155.568	13.798.285	2019
3	El rey León	USA	4.662.525	13.265.525	2019
4	Vengadores: Infinity War	USA	4.377.122	14.559.355	2018
5	Fast & Furious 7	USA	4.373.479	16.391.882	2015
6	Fast & Furious 8	USA, China, Japón	3.929.612	13.568.160	2017
7	Los Increíbles 2	USA	3.841.683	11.140.772	2018
8	Aquaman	USA, Australia	3.790.232	11.039.779	2019, 2020
9	Joker	USA, Canadá	3.287.006	8.657.828	2019, 2020
10	Los Minions	USA	3.147.428	10.683.865	2015

El ranking de estrenos nacionales está liderado por la película documental *Colombia magia salvaje* (Slee, Mike) con 2,3 millones de espectadores (cuadro 4.29). A continuación, cinco películas rebasaron el millón de espectadores: la primera y segunda parte de *Uno al año no hace daño* (Juan Camilo Pinzón), la segunda y cuarta parte de *El paseo* (Harold Trompetero y Juan Camilo Ponzón) y *El coco* (Juan Camilo Pinzón).

**Cuadro 4.29**  
*Ranking de estrenos nacionales. Década 2011-2020. Colombia*

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos	Año
1	Colombia magia salvaje	Colombia	2.369.425	4.391.619	2015
2	Uno al año no hace daño 2	Colombia	1.693.194	3.987.054	2015
6	Uno al año no hace daño	Colombia	1.636.685	4.764.815	2014, 2015
3	El paseo 4	Colombia	1.380.846	3.753.876	2017
4	El paseo 2	Colombia	1.380.067	5.396.480	2012
5	El coco	Colombia	1.154.011	2.688.609	2016
7	El paseo 5	Colombia	936.977	2.322.162	2018
8	El paseo 3	Colombia	825.353	3.169.356	2013
9	Agente Nero Nero 7	Colombia	735.965	1.728.352	2016
10	La fiesta	Colombia	668.658	1.877.081	2019, 2020

El ranking de estrenos iberoamericanos con más éxito durante la década 2011-2020 estuvo liderado por la coproducción entre España y Estados Unidos *Fast & Furious 6* con más de 2 millones de espectadores y por la obra mexicana *No se aceptan devoluciones* (Eugenio Derbez) con 1,4 millones (cuadro 4.30).

Las obras íntegramente iberoamericanas con más éxito en Colombia, aparte de la producción mexicana ya citada, fueron la peruana *Condorito: la película* con 428.456 espectadores, la mexicana *Cantinflas* (Sebastián del Amo) con 286.431, la española *Las aventuras de Tadeo Jones* con más de 173.000 espectadores y la coproducción hispano-argentina *Metegol* con casi 150.000 espectadores

Cuadro 4.30

*Ranking de estrenos iberoamericanos. Década 2011-2020. Colombia*

N°	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)	Año
1	Fast & Furious 6	España, USA	2.043.193	8.273.652	2013
2	No se aceptan devoluciones	México	1.460.203	5.517.155	2014
3	Lo que de verdad importa	España, Canadá, USA	788.625	2.221.514	2017
4	Lo imposible	España, USA	785.387	3.652.688	2013
5	Exodus: dioses y reyes	España, USA, UK	476.690	2.169.055	2014

*Ranking de estrenos iberoamericanos (100%). Década 2011-2020. Colombia*

N°	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)	Año
1	No se aceptan devoluciones	México	1.460.203	5.517.155	2014
2	Condorito: la película	Perú	428.456	1.098.586	2017
3	Cantinflas	México	286.431	1.060.776	2014
4	Las aventuras de Tadeo Jones	España	173.756	971.960	2013
5	Metegol	España, Argentina	149.514	599.851	2013



## COSTA RICA

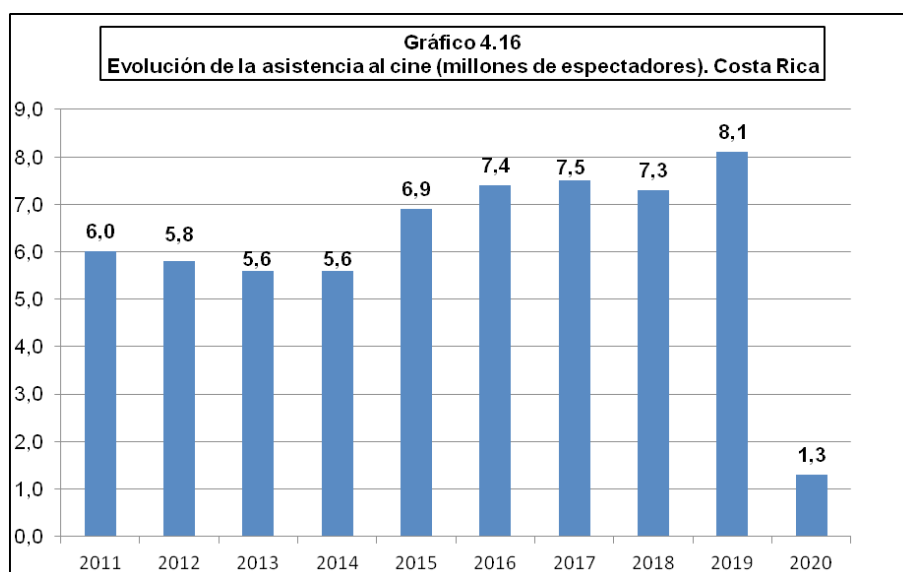
Los datos socio-económicos de la década 2011-2020 en Costa Rica reflejan que la población del país creció desde los 4,5 millones del inicio hasta los 5,1 millones de habitantes de 2020. El PIB-ppa se situó en un intervalo comprendido entre 0,06 billones y 0,1 billones de dólares. El número de pantallas cinematográficas se incrementó desde las 110 de 2011 hasta las 151 de 2019 y la media por millón de habitantes se movió en un rango comprendido entre 24 y 30 pantallas (cuadro 4.31).

**Cuadro 4.31**

*Datos socio-económicos y de equipamiento. Década 2011-2020. Costa Rica*

Año	Población	PIB-ppa (Bn \$)	Pantallas	Pantallas/millón hab.
2011	4.592.149	0,062	110	24,0
2012	4.652.459	0,066	115	24,7
2013	4.713.168	0,069	122	25,9
2014	4.773.130	0,074	130	27,2
2015	4.832.234	0,080	140	29,0
2016	4.890.379	0,088	145	29,7
2017	4.947.490	0,094	148	29,9
2018	5.003.402	0,099	150	30,0
2019	5.097.988	0,103	151	29,6
2020	5.111.221	0,099	151	29,5

La evolución de la asistencia al cine en Costa Rica registró el máximo en 2019 con 8,1 millones de espectadores. Los mínimos se produjeron en 2013 y 2014 con 5,6 millones, en ambos años, y, debido a la pandemia mundial, en 2020, con solo 1,3 millones de entradas vendidas (gráfico 4.16).



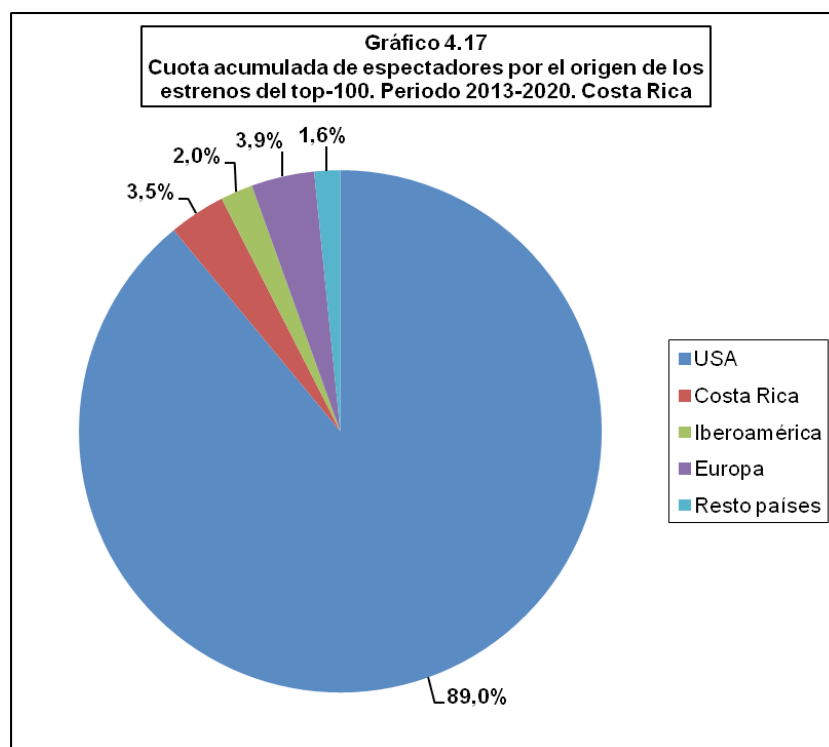


El número total de estrenos cinematográficos comerciales en la década 2011-2020 sumó 1.908 y los estrenos nacionales 69, lo cual supone un 3,6% sobre el total. La asistencia anual se situó en 1,3 películas por habitante y el coste medio de la entrada al cine en 5,4 dólares (cuadro 4.32).

*Cuadro 4.32*  
*Panorama cinematográfico. Década 2011-2020. Costa Rica*

Año	Estrenos totales	Estrenos nacionales	Asistencia anual cine	Coste medio entrada (\$)
2011	146	4	1,3	4,5
2012	144	3	1,2	5,1
2013	152	3	1,2	7,0
2014	174	5	1,2	6,0
2015	203	7	1,3	5,6
2016	230	3	1,5	5,6
2017	240	14	1,5	5,4
2018	253	11	1,5	5,1
2019	232	13	1,6	5,1
2020	134	6	0,2	5,0
<b>Total</b>	<b>1.908</b>	<b>69</b>	<b>1,3</b>	<b>5,4</b>

La cuota acumulada de espectadores por el origen de los estrenos del top-100 en el periodo 2013-2020 refleja el dominio del cine USA, con un 89% del mercado, seguido del cine europeo con un 3,9% y del cine costarricense con un 3,5%. El cine iberoamericano registra una cuota de mercado del 2% (gráfico 4.17).



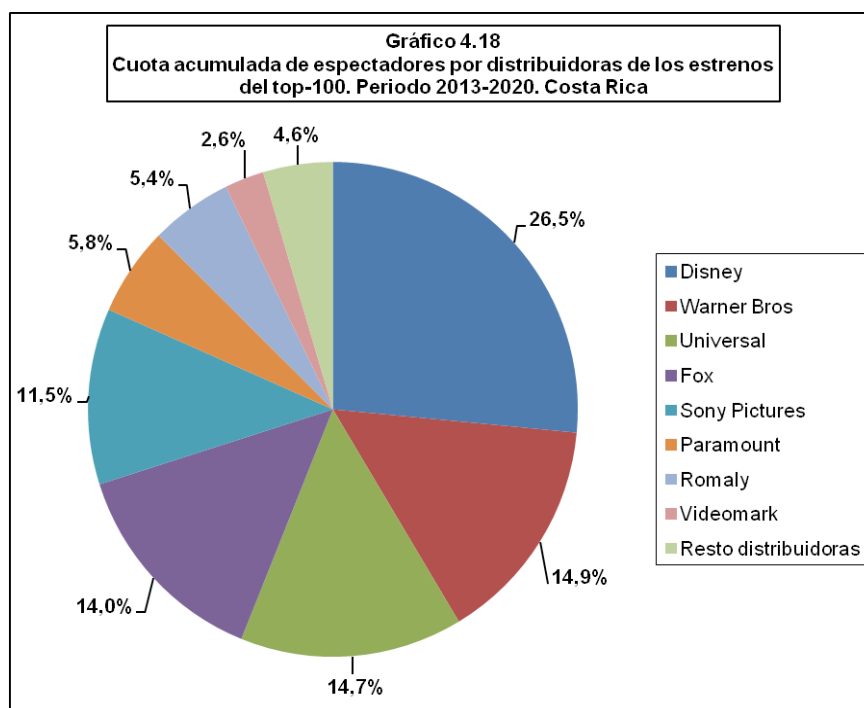
La actividad cinematográfica confirma unos ingresos acumulados en la década 2011-2020 de 326 millones de dólares por la venta de entradas en los cines. La asistencia de espectadores en los diez

años analizados se eleva a 62 millones, de los que dos millones optaron por el cine nacional. La cuota media de mercado de los estrenos autóctonos se situó en este periodo en el 3,3% (cuadro 4.33).

**Cuadro 4.33**  
*Actividad cinematográfica. Década 2011-2020. Costa Rica*

Año	Ingresos cine (\$)	Espectadores cine	Espectadores cine nacional	Cuota cine nacional (%)
2011	27.548.009	6.042.309	136.517	2,2
2012	29.883.981	5.840.810	21.701	0,4
2013	32.903.625	5.638.017	23.286	0,4
2014	29.890.108	5.651.313	318.361	5,6
2015	38.380.541	6.986.131	721.038	11,2
2016	41.606.432	7.434.392	127.396	1,7
2017	40.234.103	7.583.418	181.527	2,4
2018	37.012.603	7.308.851	377.217	5,1
2019	41.727.427	8.154.833	123.235	1,5
2020	6.942.126	1.361.648	13.824	1,0
<b>Total</b>	<b>326.128.955</b>	<b>62.001.722</b>	<b>2.044.102</b>	<b>3,3</b>

Las distribuidoras americanas en el periodo 2013-2020 representan una cuota conjunta en el top-100 del 87,4% del total de espectadores y las independientes el 12,6% restante (gráfico 4.18). Los *Estudios* con más cuota de mercado son Disney (26,5%), Warner (14,9%), Universal (14,7%) y Fox (14,0%). Entre las independientes destaca Romaly (5,4%).



En la década 2011-2020, el ranking de estrenos histórico está liderado por los estrenos de la saga de los *Vengadores: Endgame* con más de 800.000 espectadores e *Infinity War* con casi 600.000. Las películas de animación *Toy Story 4* y *El rey León* con más de 600.000 espectadores compartieron el éxito con las anteriores en la década (cuadro 4.34)

Nueve producciones del top-10 histórico procedieron de Estados Unidos, con tan solo una coproducción con Canadá. En este ranking figura también la película costarricense *Maikol Yordan de viaje perdido* (Miguel Gómez), superando el medio millón de espectadores en 2015 y con un total de 772.806 espectadores si sumamos los registrados en 2016, lo cual situaría a esta obra en la segunda posición del ranking cinematográfico.

Cuadro 4.34

## Ranking de estrenos cinematográficos. Década 2011-2020. Costa Rica

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)	Año
1	Vengadores: Endgame	USA	833.436	5.014.998	2019
2	Toy Story 4	USA	669.532	3.209.849	2019
3	El rey León	USA	627.019	3.195.514	2019
4	Vengadores: Infinity War	USA	598.110	3.503.343	2018
5	La Edad de Hielo 4	USA	556.162	3.041.550	2012
6	Maikol Yordan de viaje perdido	Costa Rica	551.852	2.256.042	2015
7	Los Minions	USA	504.251	2.744.957	2015
8	Gru: Mi villano favorito 2	USA	500.786	3.148.147	2013
9	Los Increíbles 2	USA	480.900	2.391.872	2018
10	Joker	USA, Canadá	479.843	2.587.734	2019, 2020

El ranking de estrenos nacionales está liderado por la primera y segunda parte de *Maikol Yordan* (Miguel Gómez y Daniel Moreno) con más de 772.000 espectadores y casi 250.000 espectadores, respectivamente (cuadro 4.35). También sobrepasaron la barrera de las 100.000 entradas vendidas *El regreso* y *Entonces nosotros*, ambas dirigidas por Hernán Jiménez, y *Hombre de fe* de Dinga Haines.

Cuadro 4.35

## Ranking de estrenos nacionales. Década 2011-2020. Costa Rica

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)	Año
1	Maikol Yordan de viaje perdido	Costa Rica	772.806	3.459.159	2014-2015
2	Maikol Yordan 2: La cura lejana	Costa Rica	247.347	1.114.494	2018-2019
3	El regreso	Costa Rica	123.004	461.239	2011
4	Entonces nosotros	Costa Rica	116.791	579.953	2016
5	Hombre de fe	Costa Rica	108.356	509.554	2017, 2018
6	Italia 90	Costa Rica	97.407	439.916	2014
7	Güilas	Costa Rica	97.218	434.000	2018
8	El lugar más feliz del mundo	Costa Rica	88.778	407.491	2015, 2016
9	Presos	C. Rica, Colombia	64.333	295.222	2015
10	Amor viajero	Costa Rica	53.945	283.809	2017

El ranking de estrenos iberoamericanos con más éxito en Costa Rica durante la década 2011-2020 estuvo liderado por dos coproducciones entre España y Estados Unidos: *Fast & Furious 6* con más de 276.000 espectadores y *Lo que de verdad importa* con más de 101.000 (cuadro 4.36).

Las obras íntegramente iberoamericanas con más éxito en Costa Rica son las producciones españolas *Las aventuras de Tadeo Jones* y *Atrapa la bandera* (Enrique Gato), la coproducción hispano-argentina *Metegol* y las exitosas películas mexicana y peruana, *No se aceptan devoluciones* y *Condorito: la película*, respectivamente.

Cuadro 4.36

*Ranking de estrenos iberoamericanos. Década 2011-2020. Costa Rica*

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)	Año
1	Fast & Furious 6	España, USA	276.498	1.475.073	2013
2	Lo que de verdad importa	España, Canadá, USA	101.454	448.114	2017
3	Exodus: Dioses y Reyes	España, UK, USA	81.572	497.685	2015
4	Mama	España, Canadá	57.562	284.820	2013
5	Las aventuras de Tadeo Jones	España	50.828	287.373	2013

*Ranking de estrenos iberoamericanos (100%). Década 2011-2020. Costa Rica*

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)	Año
1	Las aventuras de Tadeo Jones	España	50.828	287.373	2013
2	No se aceptan devoluciones	México	30.485	144.169	2014
3	Atrapa la bandera	España	27.827	126.960	2016
4	Condorito: la película	Perú	20.862	88.882	2017
5	Metegol	Argentina, España	19.337	103.523	2014



## ECUADOR

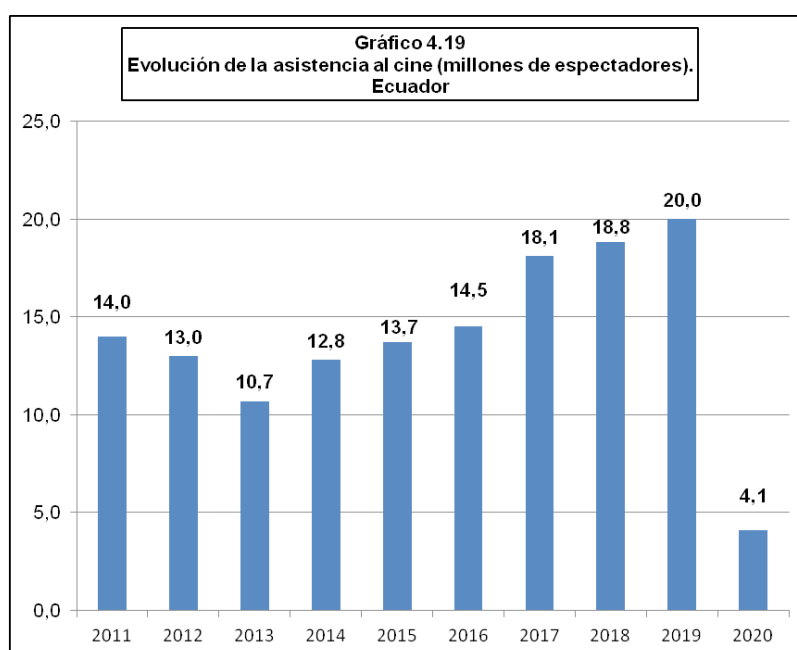
Los datos socio-económicos de la década 2011-2020 en Ecuador reflejan que la población del país creció desde los 15,2 millones de 2011 hasta los 17,5 millones de habitantes de 2020. El PIB-ppa se situó en un intervalo comprendido entre 0,15 billones y 0,20 billones de dólares. El número de pantallas cinematográficas se incrementó desde las 196 de 2011 hasta las 356 de 2019 y la media por millón de habitantes se movió en un rango comprendido entre 12,8 y 20,6 pantallas (cuadro 4.37).

Cuadro 4.37

Datos socio-económicos y de equipamiento. Década 2011-2020. Ecuador

Año	Población	PIB-ppa (Bn \$)	Pantallas	Pantallas/millón hab.
2011	15.266.431	0,150	196	12,8
2012	15.520.973	0,159	225	14,5
2013	15.774.749	0,175	264	16,7
2014	16.027.466	0,183	300	18,7
2015	16.278.844	0,185	302	18,6
2016	16.528.730	0,185	302	18,3
2017	16.776.977	0,195	302	18,0
2018	17.023.408	0,202	324	19,0
2019	17.267.986	0,206	356	20,6
2020	17.510.643	0,186	356	20,3

La evolución de la asistencia al cine en Ecuador registró el máximo en 2019 con 20 millones de espectadores. Los mínimos se produjeron en 2013 con 10,7 millones y, debido a la pandemia mundial, en 2020, con solo 4,1 millones de espectadores (gráfico 4.19).

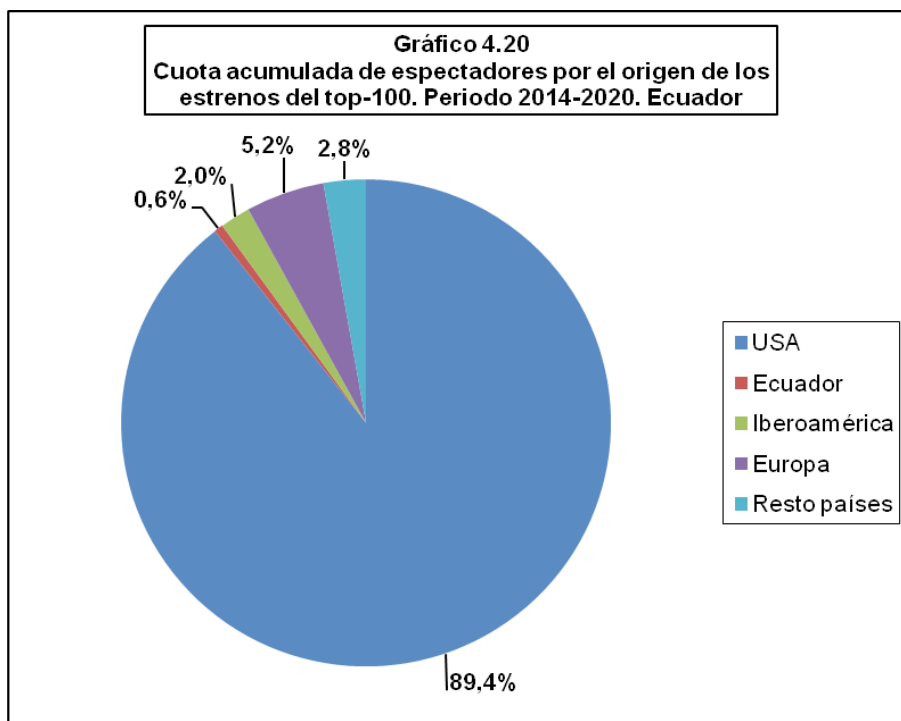


El número total de estrenos cinematográficos comerciales en la década 2011-2020 sumó 2.152 y los estrenos nacionales 116, lo cual supone un 5,4% sobre el total. La asistencia anual se situó en 0,9 películas por habitante y el coste medio de la entrada al cine en 4,2 dólares (cuadro 4.38).

**Cuadro 4.38**  
*Panorama cinematográfico. Década 2011-2020. Ecuador*

Año	Estrenos totales	Estrenos nacionales	Asistencia anual cine	Coste medio entrada (\$)
2011	219	9	0,9	4,0
2012	220	5	0,9	3,8
2013	209	13	0,9	3,9
2014	177	17	0,9	3,9
2015	211	13	0,9	4,0
2016	258	10	0,9	4,6
2017	243	14	1,1	4,6
2018	250	18	1,1	4,5
2019	230	10	1,2	4,7
2020	135	7	0,2	4,4
<b>Total</b>	<b>2.152</b>	<b>116</b>	<b>0,9</b>	<b>4,2</b>

La cuota acumulada de espectadores por el origen de los estrenos del top-100 en periodo 2014-2020 refleja el dominio del cine USA, con un 89,4% del mercado, seguido del cine europeo con un 5,2% y del cine de otros países con un 2,8%. El cine nacional registra una cuota de mercado del 0,6% y el iberoamericano el 2% (gráfico 4.20).



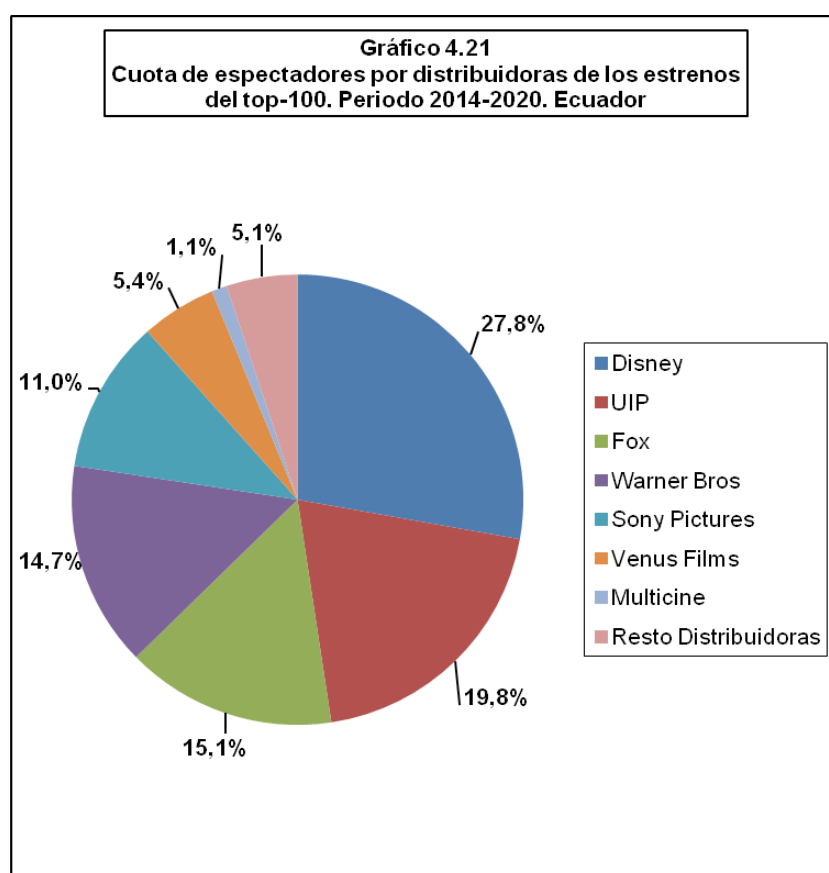
La actividad cinematográfica confirma unos ingresos acumulados en la década 2011-2020 de 625,6 millones de dólares por la venta de entradas en los cines. La asistencia de espectadores en los

diez años analizados se eleva a 140 millones, de los que 1,7 millones optaron por el cine nacional. La cuota media de mercado de los estrenos autóctonos se situó en este periodo en el 1,3% (cuadro 4.39).

**Cuadro 4.39**  
*Actividad cinematográfica. Década 2011-2020. Ecuador*

Año	Ingresos cine (\$)	Espectadores cine	Espectadores cine nacional	Cuota cine nacional (%)
2011	62.300.000	14.000.000	360.595	2,5
2012	54.200.000	13.000.000	251.167	2,0
2013	48.588.493	10.797.443	240.926	2,1
2014	57.744.860	12.831.716	84.084	0,7
2015	54.922.240	13.730.560	73.934	0,5
2016	67.510.254	14.549.109	130.808	0,9
2017	82.539.271	18.119.763	102.246	0,6
2018	84.766.264	18.822.138	126.279	0,7
2019	94.970.029	20.022.360	371.289	1,9
2020	18.081.229	4.129.812	39.824	1,0
<b>Total</b>	<b>625.622.640</b>	<b>140.002.901</b>	<b>1.781.152</b>	<b>1,3</b>

Las distribuidoras americanas en el periodo 2014-2020 representan una cuota conjunta en el top-100 del 88,4% del total de espectadores y las independientes el 11,6% restante (gráfico 4.21). Los *Estudios* con más cuota de mercado son Disney (27,8%), UIP (19,8%), y Fox (15,1%). Entre las independientes destaca Venus Films (5,4%).



En la década 2011-2020, el ranking histórico estuvo liderado por los estrenos de la saga de los *Vengadores: Endgame*, con 1,8 millones de espectadores, e *Infinity War* y *Los Vengadores*, ambas con 1,4 millones. A continuación, siete películas compartieron el éxito con las anteriores en la década, superando el millón de espectadores. En concreto, las obras de animación *El rey León*, *Toy Story 4*, *Coco* y *La Edad de Hielo 4* y la séptima y octava parte de la serie de la producción de acción *Fast & Furious*.

Todas las producciones del top-10 histórico procedieron de Estados Unidos, con dos coproducciones, una con China y Japón y otra con Australia (cuadro 4.40).

**Cuadro 4.40**  
*Ranking de estrenos cinematográficos. Década 2011-2020. Ecuador*

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)	Año
1	Vengadores: Endgame	USA	1.854.277	9.916.212	2019
2	Vengadores: Infinity War	USA	1.432.071	7.504.374	2018
3	Los Vengadores	USA	1.423.763	5.410.298	2012
4	El rey León	USA	1.175.354	5.878.489	2019
5	Toy Story 4	USA	1.116.546	5.654.515	2019
6	Fast & Furious 7	USA	1.107.080	4.428.319	2015
7	Coco	USA	1.015.922	4.738.571	2018
8	La Edad de Hielo 4	USA	1.014.178	3.853.878	2012
9	Fast & Furious 8	USA, China, Japón	1.005.001	5.237.455	2017
10	Capitana Marvel	USA, Australia	928.625	4.472.999	2019

El estreno nacional con más éxito en Ecuador en la década 2011-2020 fue la película *Dedicada a mi ex* (Jorge Ulloa) que sumó más de 300.000 espectadores entre 2019 y 2020. A continuación, superando los 100.000 espectadores se sitúan los siguientes estrenos: *Con mi corazón en Yambo* (María Fernanda Restrepo), *A tus espaldas* (Tito Jara) y *Pescador* (Sebastián Cordero).

En este top-10 de cine nacional hay cuatro coproducciones: dos con Colombia, una con México y otra con Venezuela (cuadro 4.41).

**Cuadro 4.41**  
*Ranking de estrenos nacionales. Década 2011-2020. Ecuador*

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)	Año
1	Dedicada a mi ex	Ecuador, Colombia	318.952	13.606.661	2019, 2020
2	Con mi corazón en Yambo	Ecuador	165.000	627.000	2011
3	A tus espaldas	Ecuador, Venezuela	110.335	419.273	2011
4	Pescador	Ecuador, Colombia	105.000	399.000	2012
5	En el nombre de la hija	Ecuador	85.260	323.988	2011
6	La muerte de Jaime Roldós	Ecuador	54.823	219.292	2013
7	Mejor no hablar de ciertas cosas	Ecuador	53.000	212.000	2013
8	Adolescentes	Ecuador	49.690	198.760	2015
9	Con alas pa' volar	Ecuador	46.375	213.325	2016
10	Sin muertos no hay carnaval	Ecuador, México	39.155	180.113	2016

El ranking de estrenos iberoamericanos con más éxito durante la década 2011-2020 estuvo liderado por tres coproducciones entre España y Estados Unidos con más de 100.000 espectadores: *Exodus: Dioses y Reyes*, *Tomorrowland* y *Fast & Furious 6* (cuadro 4.42).



Las obras íntegramente iberoamericanas con más éxito en Ecuador fueron las producciones mexicanas *Cantinflas* y *Ya veremos* (Pedro Pablo Ibarra) y la obra peruana *Condorito: la película*, las cuales, rebasaron también la barrera de los 100.000 espectadores. El top-5 de este ranking lo completan la coproducción hispano-argentina *Metegol* y la comedia mexicana *Mamá se fue de viaje* (Fernando Sariñana).

Cuadro 4.42

*Ranking de estrenos iberoamericanos. Década 2011-2020. Ecuador*

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)	Año
1	Exodus: Dioses y Reyes	España, USA, UK	142.790	571.161	2015
2	Tomorrowland	España, USA	135.094	540.376	2015
3	Fast & Furious 6	España, USA	126.981	507.923	2013
4	Cantinflas	México	121.142	472.453	2014
5	Condorito: la película	Perú	114.862	129.679	2017

<i>Ranking de estrenos iberoamericanos (100%). Década 2011-2020. Ecuador</i>					
Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)	Año
1	Cantinflas	México	121.142	472.453	2014
2	Condorito: la película	Perú	114.862	129.679	2017
3	Ya veremos	México	113.094	438.290	2018
4	Metegol	Argentina, España	70.275	274.072	2014
5	Mamá se fue de viaje	México	62.759	259.278	2019



## EL SALVADOR

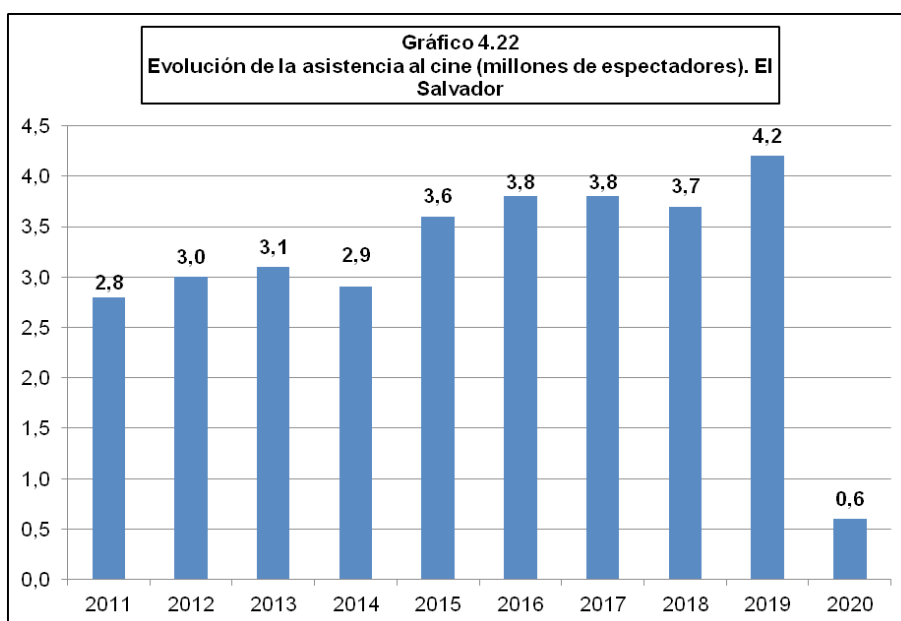
Los datos socio-económicos de la década 2011-2020 en El Salvador reflejan que la población del país creció desde los 6,2 millones de 2011 hasta los 6,7 millones de habitantes de 2020. El PIB-ppa se situó en un intervalo comprendido entre 0,04 y 0,059 billones de dólares. El número de pantallas cinematográficas se incrementó desde las 59 de 2011 hasta las 66 de 2019 y la media por millón de habitantes se movió en un rango comprendido entre 9,4 y 10,5 pantallas (cuadro 4.43).

Cuadro 4.43

Datos socio-económicos y de equipamiento. Década 2011-2020. El Salvador

Año	Población	PIB-ppa (Bn \$)	Pantallas	Pantallas/millón hab.
2011	6.213.730	0,040	59	9,5
2012	6.249.262	0,041	59	9,4
2013	6.290.420	0,043	60	9,5
2014	6.344.000	0,045	61	9,6
2015	6.401.000	0,048	65	10,2
2016	6.460.000	0,051	68	10,5
2017	6.521.000	0,054	68	10,4
2018	6.582.000	0,056	68	10,3
2019	6.643.000	0,059	66	9,9
2020	6.765.753	0,054	66	9,8

La evolución de la asistencia al cine en Ecuador registró su máximo en 2019 con 4,2 millones de espectadores. Los mínimos se produjeron en 2011 con 2,8 millones y, debido a la pandemia mundial, en 2020, con solo 0,6 millones de espectadores (gráfico 4.22).

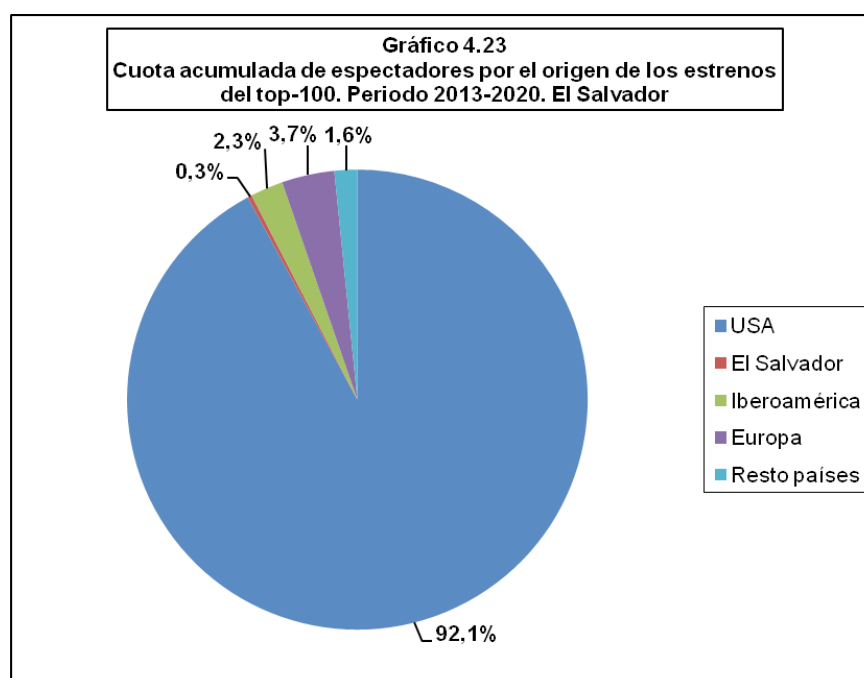


El número total de estrenos cinematográficos comerciales en la década 2011-2020 sumó 1.565 y los estrenos nacionales tan solo 15, lo cual supone un 1% sobre el total. La asistencia anual se situó en 0,5 películas por habitante y el coste medio de la entrada al cine en 3,8 dólares (cuadro 4.44).

*Cuadro 4.44*  
*Panorama cinematográfico. Década 2011-2020. Ecuador*

Año	Estrenos totales	Estrenos nacionales	Asistencia anual cine	Coste medio entrada (\$)
2011	110	1	0,4	3,3
2012	128	0	0,5	3,5
2013	121	0	0,5	3,6
2014	148	5	0,5	3,7
2015	174	3	0,6	3,8
2016	194	2	0,6	3,9
2017	204	0	0,6	3,9
2018	212	1	0,6	3,9
2019	175	1	0,6	4,0
2020	99	2	0,1	4,0
<b>Total</b>	<b>1.565</b>	<b>15</b>	<b>0,5</b>	<b>3,8</b>

La cuota acumulada de espectadores por el origen de los estrenos del top-100 en el periodo 2013-2020 refleja el dominio del cine USA, con un 92,1% del mercado, seguido del cine europeo con un 3,7% y del cine iberoamericano con un 2,3%. El cine salvadoreño registra una cuota de mercado del 0,3% (gráfico 4.23).



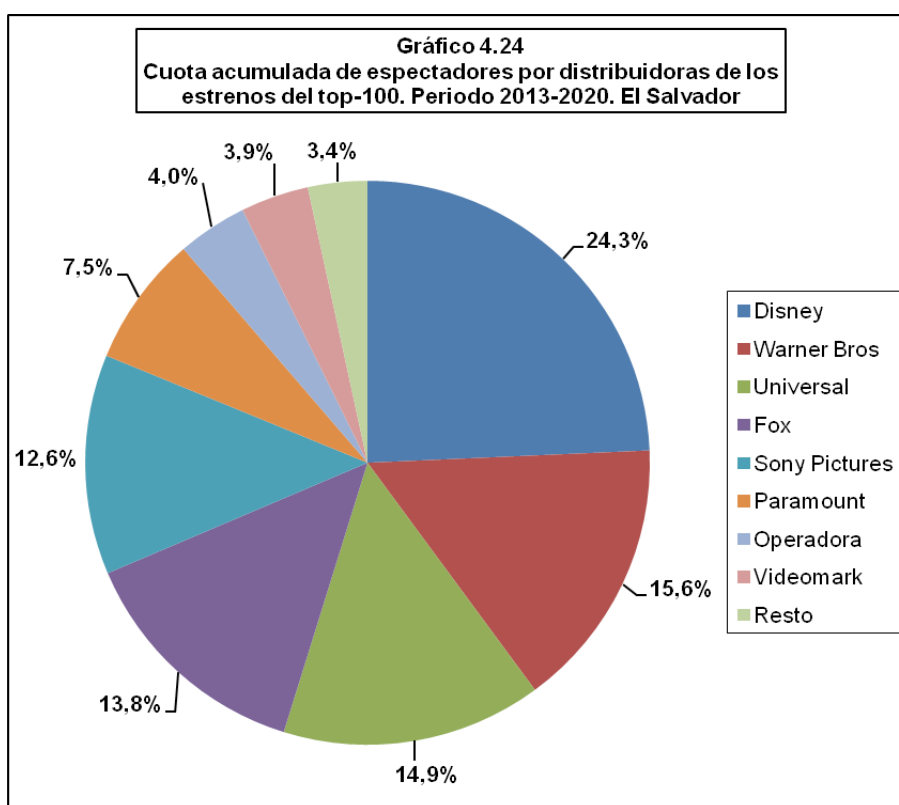
La actividad cinematográfica confirma unos ingresos acumulados en la década 2011-2020 de 120,7 millones de dólares por la venta de entradas en los cines. La asistencia de espectadores en los diez años analizados se eleva a casi 32 millones, de los que solo 61.084 optaron por el cine nacional. La cuota media de mercado de los estrenos autóctonos se situó en este periodo en el 0,1% (cuadro 4.45).

Cuadro 4.45

Actividad cinematográfica. Década 2011-2020. Ecuador

Año	Ingresos cine (\$)	Espectadores cine	Espectadores cine nacional	Cuota cine nacional (%)
2011	9.356.411	2.813.544	302	0,0
2012	10.672.764	3.017.395	0	0,0
2013	11.772.136	3.118.047	0	0,0
2014	10.917.334	2.981.154	34.993	1,2
2015	13.972.404	3.661.270	12.413	0,3
2016	14.827.911	3.856.142	424	0,0
2017	14.917.521	3.812.335	0	0,0
2018	14.479.727	3.762.559	4.909	0,1
2019	17.220.597	4.207.132	3.986	0,1
2020	2.595.000	649.872	4.057	0,6
<b>Total</b>	<b>120.731.805</b>	<b>31.879.450</b>	<b>61.084</b>	<b>0,1</b>

Las distribuidoras americanas el periodo 2013-2020 representan una cuota conjunta en el top-100 del 88,7% del total de espectadores y las independientes el 11,3% restante (gráfico 4.24). Los Estudios con más cuota de mercado son Disney (24,3%), Warner (15,6%) y Universal (14,9%). Entre las independientes destaca Operadora (4%).



En la década 2011-2020, el ranking histórico en El Salvador estuvo liderado por los estrenos de la saga de los *Vengadores: Endgame* con más de 400.000 espectadores e *Infinity War* con casi 332.000. La película de animación *Toy Story 4* se intercaló entre ambas producciones, con 350.257 espectadores (cuadro 4.46).

Cuadro 4.46

## Ranking de estrenos cinematográficos. Década 2011-2020. El Salvador

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)	Año
1	Vengadores: Endgame	USA	409.209	1.997.671	2019
2	Toy Story 4	USA	350.257	1.386.235	2019
3	Vengadores: Infinity War	USA	331.492	1.393.369	2018
4	Fast & Furious 7	USA	294.727	1.324.516	2015
5	El rey León	USA	277.056	1.107.418	2019
6	Los Vengadores	USA	261.092	1.023.313	2012
7	Los Minions	USA	250.071	963.243	2015
8	Los Increíbles 2	USA	249.129	948.770	2018
9	Fast & Furious 8	USA, China, Japón	238.936	1.048.474	2017
10	Frozen 2	USA	228.492	862.573	2019, 2020

El ranking de estrenos nacionales estuvo liderado por la comedia *La rebúsqueda* (Álvaro Martínez) con más de 21.000 espectadores, seguida del documental *El salvador: Archivos perdidos del conflicto* (Gerardo Muyschondt) con 13.412 y el drama *Malacrianza* (Arturo Menéndez) con más de 8.200 espectadores (cuadro 4.47)

En este top-10 de cine nacional hay cuatro coproducciones con México (dos ellas también con Colombia y Ecuador).

Cuadro 4.47

## Ranking de estrenos nacionales. Década 2011-2020. El Salvador

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)	Año
1	La rebúsqueda	El Salvador	21.581	75.286	2014
2	Archivos perdidos del conflicto	El Salvador	13.412	51.875	2014
3	Malacrianza	El Salvador, México	8.237	29.661	2015
4	La palabra de Pablo	El Salvador, Colombia, México	4.909	19.151	2018
5	Cachada	El Salvador	3.995	16.540	2020
6	The battle of the Volcano	El Salvador, México	3.986	16.755	2019
7	Archivos perdidos del conflicto 2	El Salvador	3.074	10.604	2015
8	Archivos perdidos del conflicto 3	El Salvador	939	3.819	2015
9	Comandos	El Salvador, Ecuador, México	420	1.125	2016
10	Sangre luchadora, la historia del niño S	El Salvador	302	537	2011

El ranking de estrenos iberoamericanos con más éxito durante la década 2011-2020 estuvo liderado por dos coproducciones entre España y Estados Unidos: *Exodus: Dioses y Reyes* (48.665 espectadores) y *Lo que de verdad importa* (30.007 espectadores). En tercera posición de este ranking, y siendo la primera obra íntegramente iberoamericana, se situó la producción de animación española *Las aventuras de Tadeo Jones*, con más de 22.000 espectadores (cuadro 4.48).

Aparte de la película española antes mencionada, otras obras producidas por empresas iberoamericanas exclusivamente, con un éxito destacable en El Salvador, fueron las producciones mexicanas *Cantinflas* y *Un gallo con muchos huevos* (Gabriel Riva Palacio Alatríste), la brasileña *Moisés y los diez mandamientos* y la obra peruana *Condorito: la película*.

**Cuadro 4.48****Ranking de estrenos iberoamericanos. Década 2011-2020. El Salvador**

<b>N°</b>	<b>Título</b>	<b>Origen</b>	<b>Espectadores</b>	<b>Ingresos (\$)</b>	<b>Año</b>
1	Exodus: Dioses y Reyes	España, UK, USA	48.665	183.619	2015
2	Lo que de verdad importa	España, Canadá, USA	30.007	99.971	2017
3	Las aventuras de Tadeo Jones	España	22.445	77.739	2013
4	Tomorrowland	España, USA	20.357	75.635	2015
5	El parque mágico	España, USA	19.471	74.666	2019

**Ranking de estrenos iberoamericanos (100%). Década 2011-2020. El Salvador**

<b>N°</b>	<b>Título</b>	<b>Origen</b>	<b>Espectadores</b>	<b>Ingresos (\$)</b>	<b>Año</b>
1	Las aventuras de Tadeo Jones	España	22.445	77.739	2013
2	Cantinflas	México	18.938	67.783	2014
3	Moisés y los diez mandamientos	Brasil	12.885	30.672	2018
4	Un gallo con muchos huevos	México	10.761	36.176	2015
5	Condorito: la película	Perú	10.438	36.847	2017



## ESPAÑA

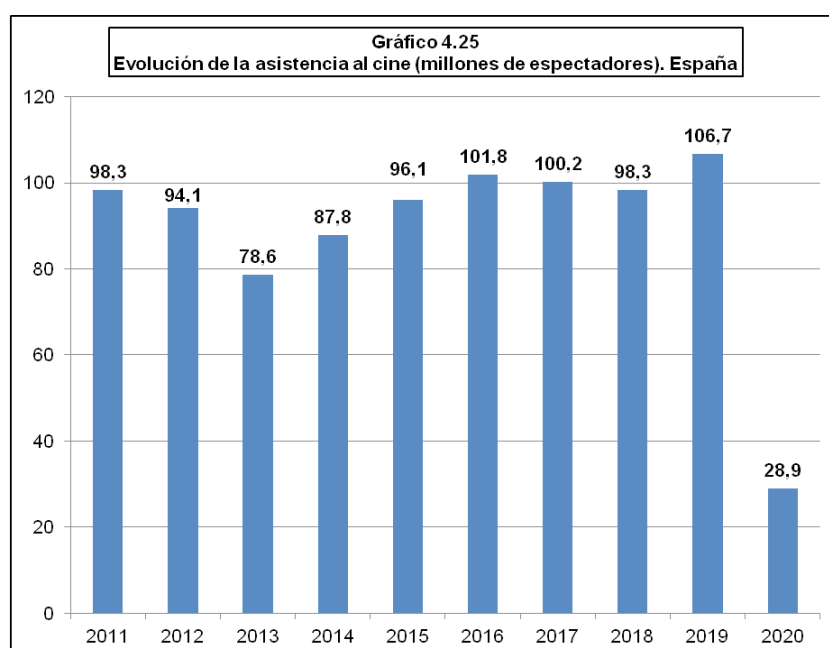
Los datos socio-económicos de la década 2011-2020 en España reflejan que la población del país creció desde los 46,6 millones de 2011 hasta los 47,3 millones de habitantes de 2020. El PIB-ppa se situó en un intervalo comprendido entre 1,4 billones y 2 billones de dólares. El número de pantallas cinematográficas se redujo desde las 3.932 de 2011 hasta las 3.593 de 2019 y la media por millón de habitantes se movió en un rango comprendido entre 75,4 y 84,3 pantallas (cuadro 4.49).

Cuadro 4.49

Datos socio-económicos y de equipamiento. Década 2011-2020. España

Año	Población	PIB-ppa (Bn \$)	Pantallas	Pantallas/millón hab.
2011	46.667.175	1,489	3.932	84,3
2012	46.818.216	1,484	3.886	83,0
2013	46.727.890	1,512	3.813	81,6
2014	46.512.199	1,558	3.675	79,0
2015	46.449.565	1,621	3.588	77,2
2016	46.440.099	1,733	3.554	76,5
2017	46.527.039	1,843	3.534	76,0
2018	46.658.447	1,932	3.518	75,4
2019	46.937.060	2,006	3.593	76,5
2020	47.344.649	1,773	3.593	75,9

La evolución de la asistencia al cine en España registró su máximo en 2019 con 106,7 millones de espectadores. Los mínimos se produjeron en 2013 con 78,6 millones y, debido a la pandemia mundial, en 2020, con solo 28,9 millones de espectadores (gráfico 4.25).

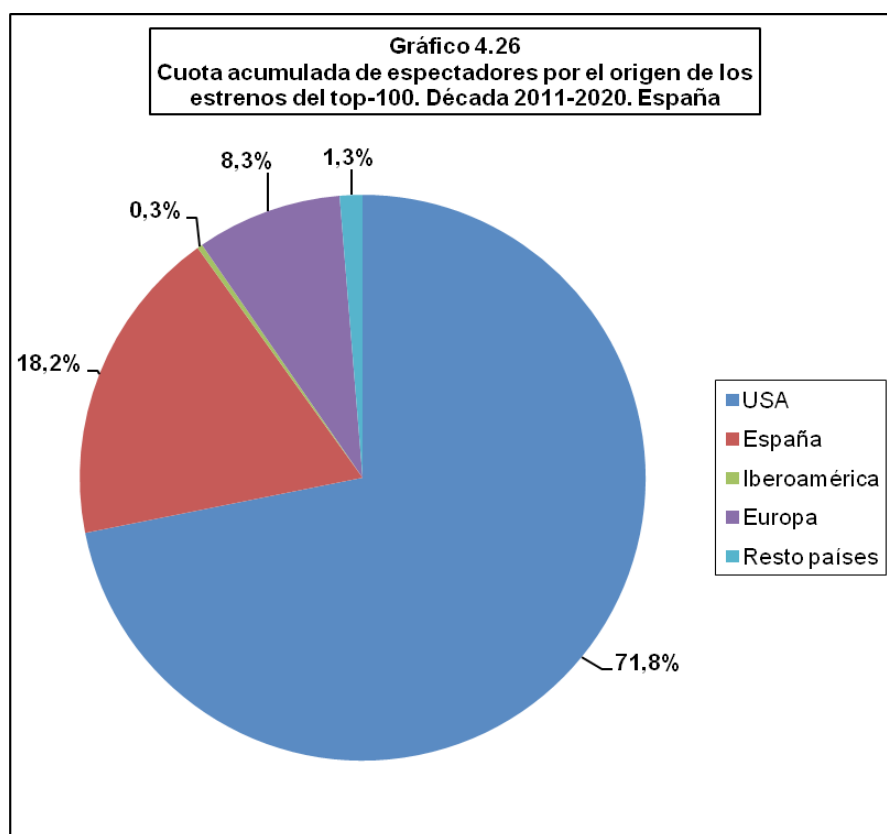


El número de estrenos cinematográficos comerciales en la década 2011-2020 superó la cifra de las 6.000 producciones y los estrenos nacionales se situaron en 1.711, lo cual supone un 28,1% sobre el total. La asistencia anual se situó en 1,9 películas por habitante y el coste medio de la entrada al cine en 7,4 dólares (cuadro 4.50).

**Cuadro 4.50**  
*Panorama cinematográfico. Década 2011-2020. España*

Año	Estrenos totales	Estrenos nacionales	Asistencia anual cine	Coste medio entrada (\$)
2011	364	147	2,1	9,0
2012	472	131	2,0	8,4
2013	542	158	1,7	8,5
2014	548	153	1,9	7,8
2015	565	177	2,1	6,6
2016	628	168	2,2	6,6
2017	688	188	2,1	6,7
2018	847	214	2,1	7,0
2019	770	191	2,2	6,7
2020	673	184	0,6	6,8
<b>Total</b>	<b>6.097</b>	<b>1.711</b>	<b>1,9</b>	<b>7,4</b>

La cuota acumulada de espectadores por el origen de los estrenos del top-100 en la década 2011-2020 refleja el dominio del cine USA, con un 71,8% del mercado, seguido del cine español con el 18,2% y el europeo con un 8,3%. El cine iberoamericano registra una cuota de mercado del 0,3% (gráfico 4.26).





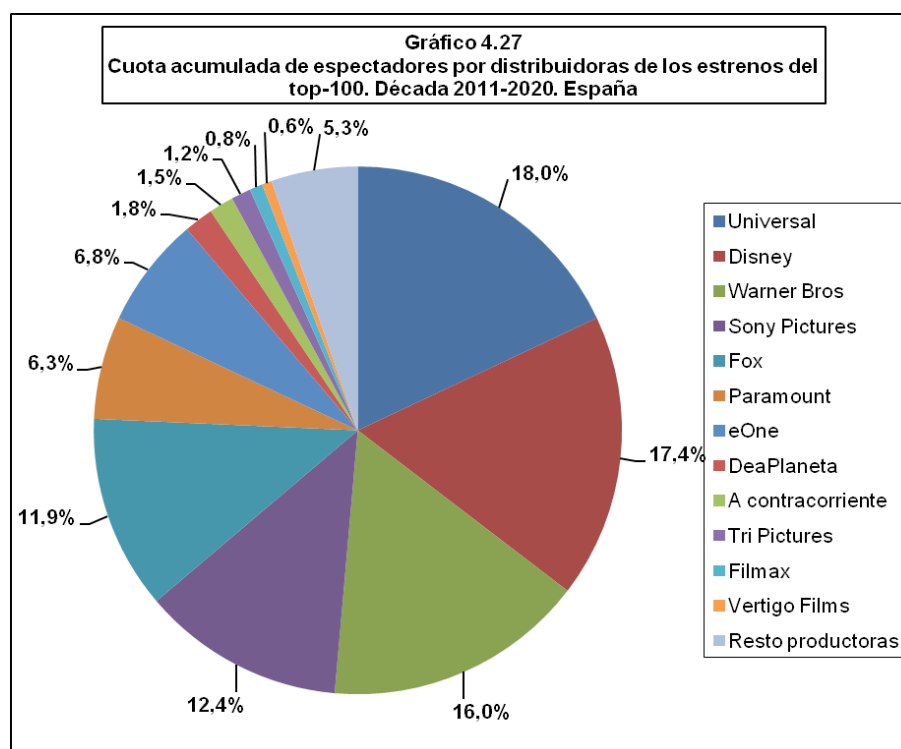
La actividad cinematográfica confirma unos ingresos acumulados en la década 2011-2020 de 6.617 millones de dólares por la venta de entradas en los cines. La asistencia de espectadores en los diez años analizados se eleva a 891,4 millones, de los que casi 163 millones optaron por el cine nacional. La cuota media de mercado de los estrenos autóctonos se situó en este periodo en el 18,3% (cuadro 4.51).

Cuadro 4.51

## Actividad cinematográfica. Década 2011-2020. España

Año	Ingresos cine (\$)	Espectadores cine	Espectadores cine nacional	Cuota cine nacional (%)
2011	885.354.188	98.344.862	15.524.294	15,6
2012	789.740.801	94.158.195	18.284.674	19,5
2013	672.370.751	78.690.507	11.013.096	13,8
2014	688.656.077	87.988.991	22.412.819	25,4
2015	638.519.151	96.137.282	18.572.136	19,3
2016	666.454.894	101.826.163	18.840.506	18,5
2017	676.131.545	100.250.343	17.297.886	17,2
2018	695.907.092	98.348.021	17.622.470	17,9
2019	705.547.920	106.730.176	16.050.136	15,0
2020	198.385.492	28.996.444	7.379.125	25,4
<b>Total</b>	<b>6.617.067.911</b>	<b>891.470.984</b>	<b>162.997.142</b>	<b>18,3</b>

Las distribuidoras americanas en la década 2011-2020 representan una cuota conjunta en el top-100 del 82% del total de espectadores y las independientes el 18% restante (gráfico 4.27). Los Estudios con más cuota de mercado son Universal (18%), Disney (17,4%) y Warner (16%). Entre las independientes eOne (6,8%).



En la década 2011-2020, el ranking histórico estuvo liderado por los estrenos españoles y americanos. En primer lugar, con 9,5 millones de espectadores, la producción española *Ocho apellidos vascos* (Emilio Martínez Lázaro), seguida de la americana *El Rey León* con 6,3 millones, las películas españolas *Lo imposible* con 6 millones de espectadores y *Ocho apellidos catalanes* con 5,7 millones, y en quinto lugar *Star Wars: el despertar de la fuerza* con 5,2 millones de espectadores.

También destacan, con más de cinco millones de espectadores en el sexto puesto del ranking, la coproducción entre Estados Unidos y Canadá *Joker* y, en noveno lugar, otro estreno español, *Un monstruo viene a verme* con 4,6 millones de espectadores, por delante de la exitosa producción estadounidense *Vengadores: Endgame* (cuadro 4.52)

**Cuadro 4.52**  
*Ranking de estrenos cinematográficos. Década 2011-2020. España*

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)	Año
1	Ocho apellidos vascos	España	9.516.272	74.682.714	2014
2	El rey León	USA	6.392.093	41.684.459	2019
3	Lo imposible	España	6.041.572	54.688.050	2012
4	Ocho apellidos catalanes	España	5.762.693	40.110.597	2015, 2016
5	Star Wars: el despertar de la fuerza	USA	5.296.900	38.346.043	2015, 2016
6	Joker	USA, Canadá	5.186.667	34.253.317	2019, 2020
8	Aladdin	USA	4.758.466	28.409.267	2019
9	Un monstruo viene a verme	España	4.620.133	29.324.734	2016
10	Vengadores: Endgame	USA	4.597.661	32.718.308	2019
10	Los Minions	USA	4.321.250	27.121.286	2015

En el ranking histórico de estrenos nacionales, aparte de las cuatro producciones que figuran en el top-10 de películas con más éxito durante la década 2011-2020, se encuentran, superando los 3 millones de espectadores, *Perfectos desconocidos* (Álex de la Iglesia), *Campeones* (Javier Fesser) y *Tadeo Jones 2* (Enrique Gato y David Alonso).

A continuación, con más de 2,5 millones figuran, *El Niño* (Daniel Monzón), *Las aventuras de Tadeo Jones* (Enrique Gato) y *Torrente 4* (Santiago Segura) (cuadro 4.53).

**Cuadro 4.53**  
*Ranking de estrenos nacionales. Década 2011-2020. España*

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)	Año
1	Ocho apellidos vascos	España	9.516.272	74.682.714	2014
2	Lo imposible	España, USA	6.041.572	54.688.050	2012
3	Ocho apellidos catalanes	España	5.762.693	40.110.597	2015, 2016
4	Un monstruo viene a verme	España	4.620.133	29.324.734	2016
5	Perfectos desconocidos	España	3.309.074	24.118.625	2017, 2018
6	Campeones	España	3.288.420	22.567.008	2018
7	Tadeo Jones 2	España	3.226.527	20.225.355	2017
8	El Niño	España, Francia	2.745.020	21.632.759	2014
9	Las aventuras de Tadeo Jones	España	2.694.794	22.701.823	2012
10	Torrente 4	España	2.652.744	27.194.577	2011

El ranking de estrenos iberoamericanos con más éxito durante la década 2011-2020 estuvo liderado por dos títulos con más de 200.000 espectadores: la producción mexicana *El libro de la vida* (Jorge Gutiérrez) y la película brasileña *Trash, ladrones de esperanza* (Stephen Daldry), ambas en coproducción con Estados Unidos y Reino Unido, respectivamente.

Las obras íntegramente iberoamericanas con más éxito en España fueron la producción argentina *Amor a última vista* (Juan Vera), con más de 100.000 espectadores y *El hombre de al lado* (Mariano Cohn, Gastón Duprat). Cerrando este top-4 figuran la chilena *El Club* (Pablo Larraín) y la producción brasileña *Greta* (Armando Praça).

El estudio de la década cinematográfica en España incluye el top-5 de coproducciones de España con países iberoamericanos. Dentro de este grupo, las obras que tuvieron más éxito de público fueron las realizadas junto con Argentina. En primer y segundo lugar de este ranking, *Cien años de perdón* (Daniel Calparsoro), con más de un millón de espectadores, y *Relatos salvajes*, con 738.632, y en cuarto y quinto *Truman* (Cesc Gay) y *Séptimo* (Patxi Amezcua), ambas con casi medio millón de espectadores. En tercer lugar se situó *También la lluvia* (Iciar Bollain), en coproducción con Bolivia y México, con más de medio millón de espectadores (cuadro 4.54).

Cuadro 4.54

*Ranking de estrenos españoles en coproducción con Iberoamérica. Década 2011-2020. España*

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)	Año
1	Cien años de perdón	España, Argentina	1.073.974	7.390.460	2016
2	Relatos salvajes	España, Argentina	738.632	5.817.453	2014
3	También la lluvia	España, Bolivia, México	597.770	5.148.574	2011
4	Truman	España, Argentina	496.160	3.144.311	2015
5	Séptimo	España, Argentina	472.088	4.094.589	2013

*Ranking de estrenos iberoamericanos. Década 2011-2020. España*

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)	Año
1	El libro de la vida	México, USA	206.156	1.350.064	2015
2	Trash, ladrones de esperanza	Brasil, R. Unido	203.589	1.679.525	2014
3	Llámame por tu nombre	Brasil, Francia, Italia	154.371	1.130.075	2018
4	Jackie	Chile, Francia, USA	133.756	930.907	2017
5	Amor a última vista	Argentina	111.649	847.811	2018

*Ranking de estrenos iberoamericanos (100%). Década 2011-2020. España*

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)	Año
1	Amor a última vista	Argentina	111.649	847.811	2018
2	El hombre de al lado	Argentina	87.704	810.893	2011
3	El Club	Chile	44.798	297.368	2015
4	Greta	Brasil	43.678	262.055	2019



## GUATEMALA

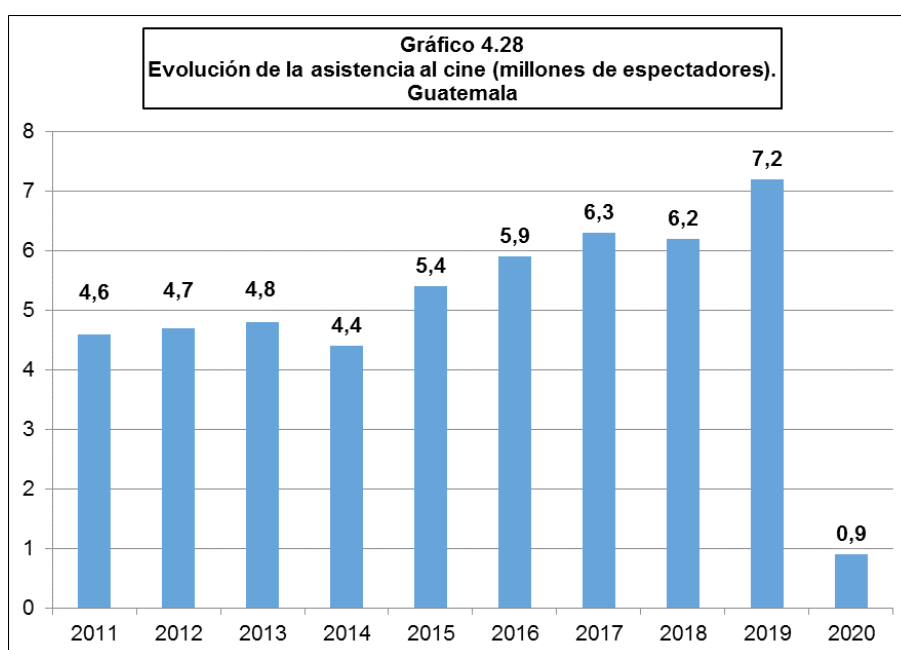
Los datos socio-económicos de la década 2011-2020 en Guatemala reflejan que la población del país creció desde los 14,5 millones de 2011 hasta los 16,9 millones de habitantes en 2020. El PIB-ppa se situó en un intervalo comprendido entre 0,101 y 0,149 billones de dólares. El número de pantallas cinematográficas se incrementó desde las 115 de 2014 hasta las 172 de 2019 y la media por millón de habitantes se movió en un rango comprendido entre 7,4 y 10,4 pantallas (cuadro 4.55).

Cuadro 4.55

Datos socio-económicos y de equipamiento. Década 2011-2020. Guatemala

Año	Población	PIB-ppa (Bn \$)	Pantallas	Pantallas/millón hab.
2011	14.521.515	0,101	*	*
2012	14.781.942	0,107	*	*
2013	15.043.981	0,112	*	*
2014	15.306.316	0,118	115	7,5
2015	15.567.419	0,127	115	7,4
2016	15.827.690	0,130	131	8,3
2017	16.087.418	0,134	154	9,6
2018	16.346.950	0,141	160	9,8
2019	16.604.026	0,149	172	10,4
2020	16.918.000	0,148	172	10,2

La evolución de la asistencia al cine en Guatemala registró su máximo en 2019 con 7,2 millones de espectadores. Los mínimos se produjeron en 2014 con 4,4 millones y, debido a la pandemia mundial, en 2020, con solo 0,9 millones de espectadores (gráfico 4.28).

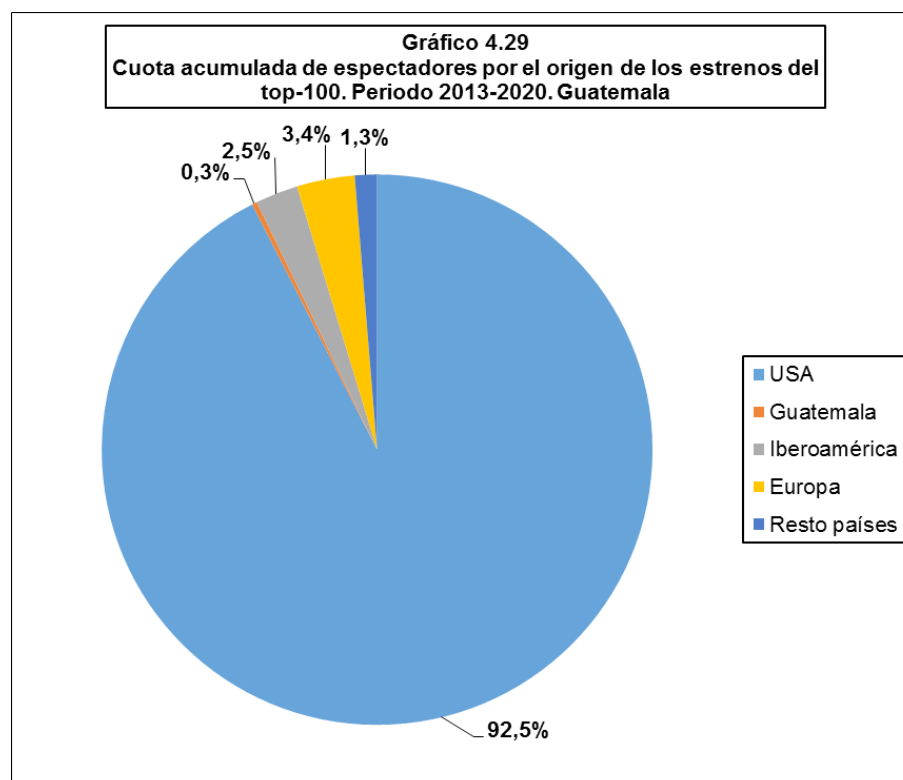


El número total de estrenos cinematográficos comerciales en la década 2011-2020 sumó 1.661 y los estrenos nacionales 41, lo cual supone un 2,5% sobre el total. La asistencia anual se situó en 0,3 películas por habitante y el coste medio de la entrada al cine en 4,5 dólares (cuadro 4.56).

**Cuadro 4.56**  
*Panorama cinematográfico. Década 2011-2020. Guatemala*

Año	Estrenos totales	Estrenos nacionales	Asistencia anual cine	Coste medio entrada (\$)
2011	136	6	0,3	3,9
2012	137	6	0,3	4,1
2013	150	6	0,3	4,2
2014	156	2	0,3	4,8
2015	182	5	0,4	4,9
2016	202	3	0,4	4,9
2017	205	3	0,4	4,7
2018	211	2	0,4	4,6
2019	189	5	0,4	4,7
2020	93	3	0,1	4,6
<b>Total</b>	<b>1.661</b>	<b>41</b>	<b>0,3</b>	<b>4,5</b>

La cuota acumulada de espectadores por el origen de los estrenos del top-100 en el periodo 2013-2020 refleja el dominio del cine USA, con un 92,5% del mercado, seguido del cine europeo con un 3,4% y del cine iberoamericano con un 2,5%. El cine guatemalteco registró una cuota de mercado del 0,3% (gráfico 4.29).

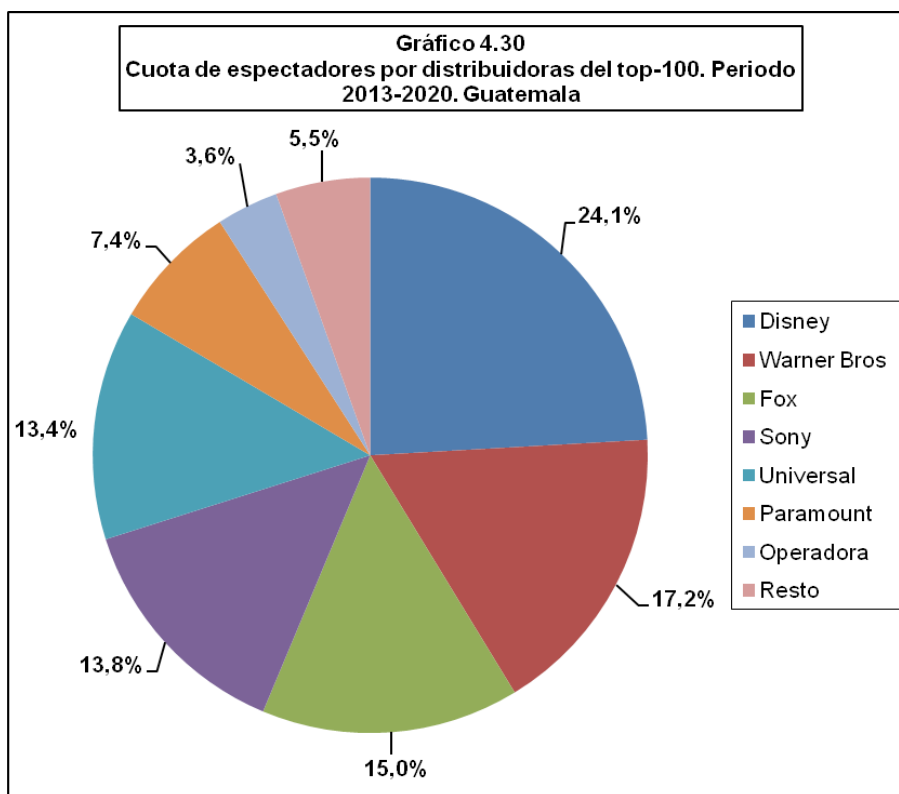


La actividad cinematográfica confirma unos ingresos acumulados en la década 2011-2020 de 233,6 millones de dólares por la venta de entradas en los cines. La asistencia de espectadores en los diez años analizados se eleva a 50,8 millones, de los que algo más de 300.000 corresponde a público de cine nacional. La cuota media de mercado de los estrenos autóctonos se situó en este periodo en el 0,6% (cuadro 4.57).

**Cuadro 4.57**  
*Actividad cinematográfica. Década 2011-2020. Guatemala*

Año	Ingresos cine (\$)	Espectadores cine	Espectadores cine nacional	Cuota cine nacional (%)
2011	18.118.137	4.616.111	45.373	1,0
2012	19.613.976	4.776.873	154.881	3,2
2013	20.968.508	4.806.077	19.339	0,4
2014	21.761.790	4.484.621	8.023	0,2
2015	26.845.571	5.421.576	37.601	0,7
2016	28.735.526	5.975.094	5.810	0,1
2017	29.988.317	6.316.129	8.653	0,1
2018	29.232.758	6.292.593	2.398	0,04
2019	34.189.471	7.226.886	13.397	0,2
2020	4.159.933	899.534	8.017	0,9
<b>Total</b>	<b>233.613.987</b>	<b>50.815.494</b>	<b>303.492</b>	<b>0,6</b>

Las distribuidoras americanas en el periodo 2013-2020 representan una cuota conjunta en el top-100 del 90,9% del total de espectadores y las independientes el 9,1% restante (gráfico 4.30). Los *Estudios* con más cuota de mercado son Disney (24,1%), Warner (17,2%) y Fox (15,0%). Entre las independientes destaca Operadora (3,6%).



En la década 2011-2020, el ranking histórico estuvo liderado por los estrenos de la saga de los *Vengadores: Endgame* con casi 760.000 espectadores e *Infinity War* con más de 579.000. Las películas de animación *Toy Story 4* y *La Edad del Hielo 4* con 692.631 espectadores y 485.731, respectivamente, compartieron el éxito con las anteriores en la década (cuadro 4.58)

Todas las producciones del top-10 histórico procedieron de Estados Unidos, entre las que se encuentran dos coproducciones: una con Canadá y otra con China y Japón.

Cuadro 4.58

## Ranking de estrenos cinematográficos. Década 2011-2020. Guatemala

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)	Año
1	Vengadores: Endgame	USA	758.236	4.326.296	2019
2	Toy story 4	USA	692.631	3.280.533	2019
3	Vengadores: Infinity War	USA	579.337	3.103.602	2018
4	La Edad de hielo 4	USA	485.731	1.998.331	2012
5	Fast & Furious 7	USA	476.552	2.654.304	2015
6	El rey león	USA	468.141	2.177.649	2019
7	Fast & Furious 8	USA, China, Japón	436.459	2.298.530	2017
8	Los increíbles 2	USA	418.027	1.908.668	2018
9	Joker	USA, Canadá	417.474	1.944.406	2019, 2020
10	Los Vengadores	USA	373.934	1.720.404	2012

El ranking de estrenos nacionales está liderado por la película *Exorcismo documentado* (Rodrigo Estrada) que estuvo cerca de los 100.000 espectadores en las salas guatemaltecas, seguida a cierta distancia por *Viva la crisis* (Jimmy y Sammy Morales) e *Ixcánul* (Jayro Bustamante), con casi 40.000 y 30.000 espectadores, respectivamente (cuadro 4.59).

En este top-10 de cine nacional hay dos coproducciones: una con Francia (*Ixcánul*) y otra con México (*12 segundos*).

Cuadro 4.59

## Ranking de estrenos nacionales. Década 2011-2020. Guatemala

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)	Año
1	Exorcismo documentado	Guatemala	96.220	230.432	2012
2	Viva la crisis	Guatemala	39.426	91.914	2012
3	Ixcánul	Guatemala, Francia	29.004	131.222	2015, 2016
4	Puro mula	Guatemala	17.282	69.576	2011
7	Creeré: La Historia de El Profe Omar	Guatemala	14.072	21.694	2011, 2012
5	12 segundos	Guatemala, México	13.649	39.353	2013
6	La vaca	Guatemala	10.755	27.063	2011
8	Serpiente emplumada	Guatemala	7.991	33.002	2019
9	Septiembre o un llanto en silencio	Guatemala	7.977	32.470	2017
10	Cápsulas	Guatemala	7.808	31.391	2012

El ranking de estrenos iberoamericanos con más éxito durante la década 2011-2020 en Guatemala estuvo liderado por coproducciones entre España y Estados Unidos. Las dos películas que aglutinaron un mayor número de espectadores fueron *Fast & Furious 6* con más de 321.000 espectadores y *Exodus: Dioses y Reyes* con 106.673 (cuadro 4.60).

Las obras íntegramente iberoamericanas con más éxito en el país centroamericano fueron las producciones españolas *Las aventuras de Tadeo Jones* y *Deep* (Julio Soto Gúrpide), las mexicanas *Cantinflas* y *Un gallo con mucho huevos* y la obra peruana *Condorito: la película*.

Cuadro 4.60

*Ranking de estrenos iberoamericanos. Década 2011-2020. Guatemala*

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)	Año
1	Fast & Furious 6	España, USA	321.585	1.252.110	2013
2	Exodus: dioses y reyes	España, USA, UK	106.673	572.422	2015
3	Lo que de verdad importa	España, Canadá, USA	84.701	336.264	2017
4	En el corazón del mar	España, USA, Canadá	42.966	242.123	2015
5	Mamá	España, Canadá	32.250	118.372	2013

*Ranking de estrenos iberoamericanos (100%). Década 2011-2020. Guatemala*

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)	Año
1	Las aventuras de Tadeo Jones	España	30.661	123.798	2013
2	Cantinflas	México	23.211	102.342	2014
3	Condorito: la película	Perú	18.575	70.675	2017
4	Un gallo con muchos huevos	México	16.550	73.887	2015
5	Deep	España	15.176	56.441	2017





## HONDURAS

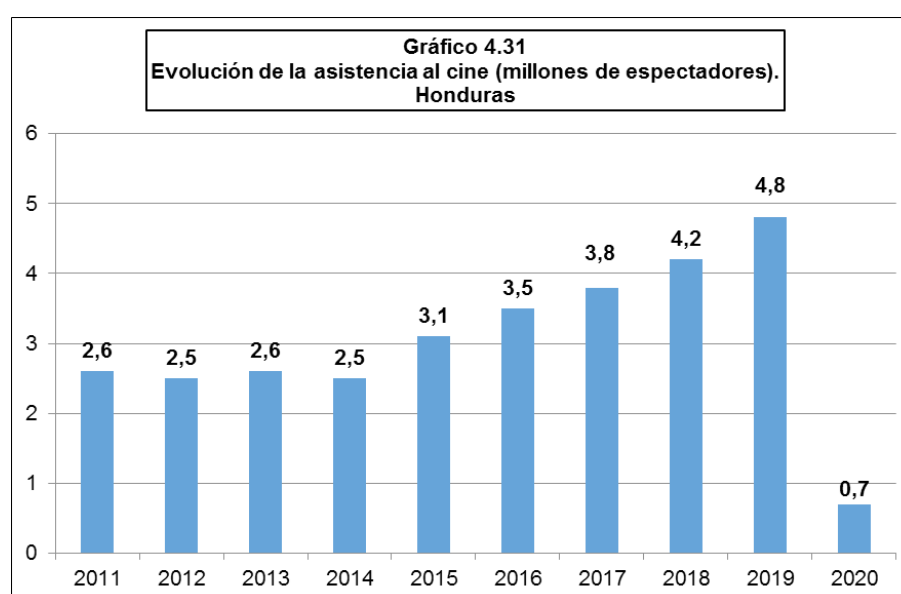
Los datos socio-económicos de la década 2011-2020 en Honduras reflejan que la población del país creció desde los 8 millones de 2011 hasta los 9,3 millones de habitantes de 2020. El PIB-ppa se situó en un intervalo comprendido entre 0,033 y 0,058 billones de dólares. El número de pantallas cinematográficas se incrementó desde las 65 de 2014 hasta las 111 de 2019 y la media por millón de habitantes se movió en un rango comprendido entre 7,7 y 12,1 pantallas (cuadro 4.61).

Cuadro 4.61

*Datos socio-económicos y de equipamiento. Década 2011-2020. Honduras*

Año	Población	PIB-ppa (Bn \$)	Pantallas	Pantallas/millón hab.
2011	8.046.000	0,033	*	*
2012	8.169.047	0,034	*	*
2013	8.303.771	0,036	*	*
2014	8.432.153	0,039	65	7,7
2015	8.576.532	0,043	70	8,2
2016	8.721.014	0,047	88	10,1
2017	8.859.980	0,052	99	11,2
2018	9.023.838	0,055	106	11,7
2019	9.158.345	0,058	111	12,1
2020	9.304.308	0,055	111	11,9

La evolución de la asistencia al cine en Honduras en la década analizada registró su máximo en 2019 con 4,8 millones de espectadores. Los mínimos se produjeron en 2012 y 2014 con 2,5 millones y, debido a la pandemia mundial, en 2020, con solo 0,7 millones de espectadores (gráfico 4.31).

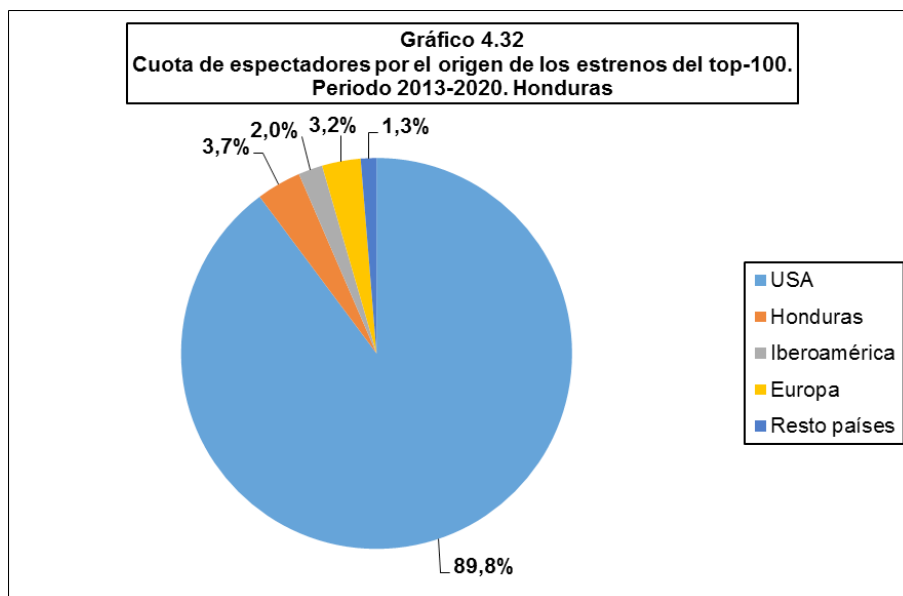


El número total de estrenos cinematográficos comerciales en la década 2011-2020 sumó 1.461 y los estrenos nacionales 49, lo cual supone un 3,4% sobre el total. La asistencia anual se situó en 0,4 películas por habitante y el coste medio de la entrada al cine en 3,7 dólares (cuadro 4.62).

**Cuadro 4.62**  
*Panorama cinematográfico. Década 2011-2020. Honduras*

Año	Estrenos totales	Estrenos nacionales	Asistencia anual cine	Coste medio entrada (\$)
2011	116	3	0,3	3,6
2012	117	3	0,3	3,9
2013	122	1	0,3	4,3
2014	144	4	0,3	4,1
2015	162	5	0,4	4,1
2016	169	7	0,4	3,8
2017	177	13	0,4	3,5
2018	198	7	0,5	3,4
2019	167	3	0,5	3,4
2020	89	3	0,1	3,3
<b>Total</b>	<b>1.461</b>	<b>49</b>	<b>0,4</b>	<b>3,7</b>

La cuota acumulada de espectadores por el origen de los estrenos del top-100 en el periodo 2013-2020 refleja el dominio del cine USA, con un 89,8% del mercado, seguido del cine nacional un 3,7% y del cine europeo con un 3,2%. El cine iberoamericano registra una cuota de mercado del 2% (gráfico 4.32).



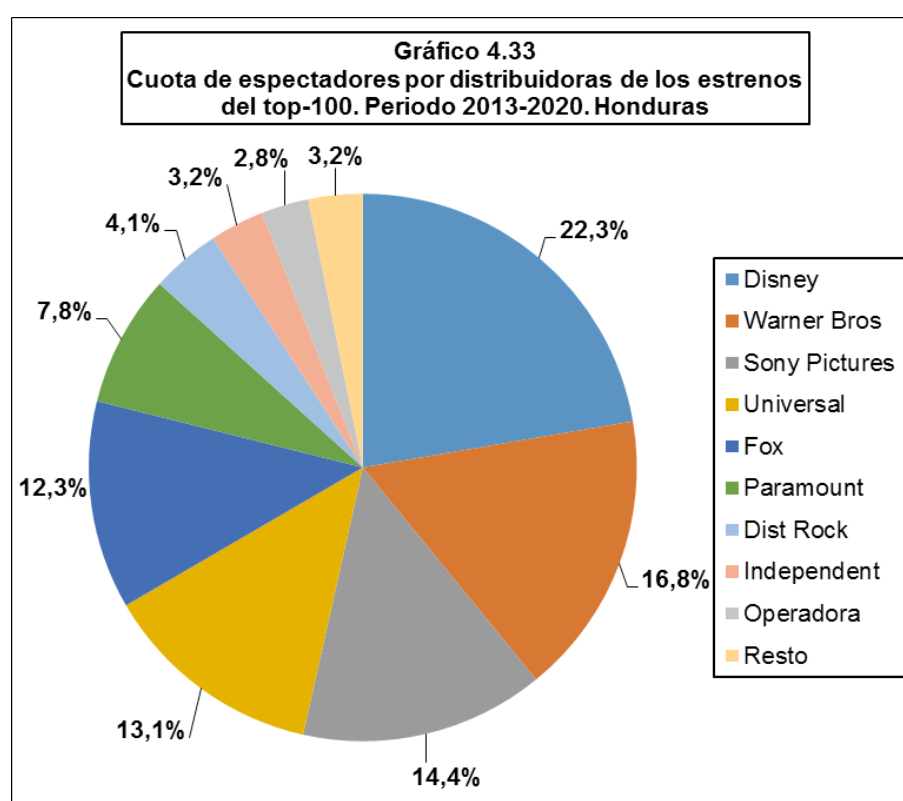
La actividad cinematográfica confirma unos ingresos acumulados en la década 2011-2020 de 114,2 millones de dólares por la venta de entradas de los cines. La asistencia de espectadores en los diez años analizados se eleva a 30,6 millones, de los que casi 895.000 se decantaron por el cine nacional. La cuota media de mercado de los estrenos autóctonos se situó en este periodo en el 3% (cuadro 4.63).

Cuadro 4.63

## Actividad cinematográfica. Década 2011-2020. Honduras

Año	Ingresos cine (\$)	Espectadores cine	Espectadores cine nacional	Cuota cine nacional (%)
2011	9.411.974	2.626.142	4.783	0,2
2012	9.913.204	2.548.747	21.740	0,9
2013	10.849.378	2.602.196	107.306	4,2
2014	10.804.291	2.533.190	152.140	6,0
2015	12.701.786	3.130.012	106.325	3,4
2016	13.538.913	3.557.763	162.831	4,6
2017	13.433.707	3.820.626	211.440	5,5
2018	14.508.577	4.258.440	37.785	0,9
2019	16.562.447	4.816.844	59.078	1,2
2020	2.573.690	765.182	30.804	4,0
<b>Total</b>	<b>114.297.967</b>	<b>30.659.142</b>	<b>894.232</b>	<b>3,0</b>

Las distribuidoras americanas en el periodo 2013-2020 representan una cuota conjunta en el top-100 del 86,7% del total de espectadores y las independientes el 13,3% restante (gráfico 4.33). Los Estudios con más cuota de mercado son Disney (22,3%), Warner (16,8%) y Sony (14,4%). Entre las independientes destaca Dist Rock (4,1%).



En la década 2011-2020, el ranking histórico de Honduras estuvo liderado por los estrenos de la saga de los *Vengadores*: *Endgame* con más de 443.000 espectadores e *Infinity War* con casi 325.000. Las películas de animación *Toy Story 4* y *El rey León* con más de 360.000 y 290.000 espectadores, respectivamente, compartieron el éxito con las anteriores en la década (cuadro 4.64)

Todas las producciones del top-10 histórico procedieron de Estados Unidos, entre las que se contabilizan tres coproducciones (Australia, Canadá y China y Japón).

**Cuadro 4.64**  
*Ranking de estrenos cinematográficos. Década 2011-2020. Honduras*

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)	Año
1	Vengadores: Endgame	USA	443.799	1.785.885	2019
2	Toy story 4	USA	362.373	1.207.035	2019
3	Vengadores: Infinity War	USA	324.428	1.206.632	2018
4	El rey León	USA	294.344	1.011.154	2019
5	Los Increíbles 2	USA	281.808	945.728	2018
6	Joker	USA, Canadá	242.807	878.520	2019, 2020
7	Fast & Furious 7	USA	228.228	1.045.023	2015
8	Frozen II	USA	227.515	716.524	2019, 2020
9	Fast & Furious 8	USA, China, Japón	223.192	863.865	2017
10	Aquaman	USA, Australia	214.279	794.186	2018, 2019

El ranking de estrenos nacionales en Honduras está liderado por la obra *¿Quién paga la cuenta?* (Benjamín López), superando los 100.000 espectadores (cuadro 4.65). Las tres producciones que le suceden en este top-10 histórico y que consiguieron sumar más de 75.000 espectadores en taquilla fueron: *Historia de héroes* (José Villanueva), *Un loco verano catracho* (Carlos Membreño) y *Una loca navidad catracha* (Carlos Membreño y Geovanny Ortega).

**Cuadro 4.65**  
*Ranking de estrenos nacionales. Década 2011-2020. Honduras*

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)	Año
1	¿Quién paga la cuenta?	Honduras	107.306	381.490	2013
2	Historia de héroes	Honduras	79.202	236.686	2016
3	Un loco verano catracho	Honduras	77.266	250.816	2015
4	Una loca navidad catracha	Honduras	75.220	272.414	2014
5	Cuentos y leyendas de Honduras	Honduras	63.009	234.580	2014
6	Morazán	Honduras	50.142	123.967	2017
7	Taxi VIP	Honduras	44.430	122.060	2019
8	Pocos, sueltos y locos	Honduras	38.427	112.966	2017
9	Cipotes	Honduras	37.747	103.483	2017
10	El palettero	Honduras	37.365	121.216	2016

El ranking de estrenos iberoamericanos con más éxito durante la década 2011-2020 estuvo liderado por coproducciones entre España y Estados Unidos: *Fast & Furious 6*, con casi 150.000 espectadores y *Exodus: Dioses y Reyes* con algo más de 50.000 (cuadro 4.66).

En el top-5 de obras íntegramente iberoamericanas con más éxito en Honduras hubo bastante variabilidad en cuanto a su procedencia y una cierta igualdad en cuanto al éxito, ya que los espectadores acumulados por estas películas se situaron en un rango comprendido entre 12.000 y 14.000, aproximadamente.

Por orden de popularidad este cuadro lo componen las siguientes producciones: *Cantinflas* (México), *Nada a Perder – parte 1* (Brasil), *Condorito: la película* (México), *Las aventuras de Tadeo Jones* (España) y *Nada a Perder – parte 2* (Brasil)

**Cuadro 4.66****Ranking de estrenos iberoamericanos. Década 2011-2020. Honduras**

<b>N°</b>	<b>Título</b>	<b>Origen</b>	<b>Espectadores</b>	<b>Ingresos (\$)</b>	<b>Año</b>
1	Fast & Furious 6	España, USA	148.989	611.224	2013
2	Exodus: dioses y reyes	España, USA, UK	53.866	238.617	2015
3	En el corazón del mar	España, USA, Canadá	25.327	107.886	2015
4	Tomorrowland	España, USA	19.846	75.871	2015
5	El parque mágico	España, USA	14.904	46.227	2019

**Ranking de estrenos iberoamericanos (100%). Década 2011-2020. Honduras**

<b>N°</b>	<b>Título</b>	<b>Origen</b>	<b>Espectadores</b>	<b>Ingresos (\$)</b>	<b>Año</b>
1	Cantinflas	México	14.047	52.269	2014
2	Nada a perder - parte 1	Brasil	13.791	30.827	2018
3	Condorito: la película	Perú	13.703	40.339	2017
4	Las aventuras de Tadeo Jones	España	13.057	54.596	2013
5	Nada a perder - parte 2	Brasil	11.925	29.283	2019



## MÉXICO

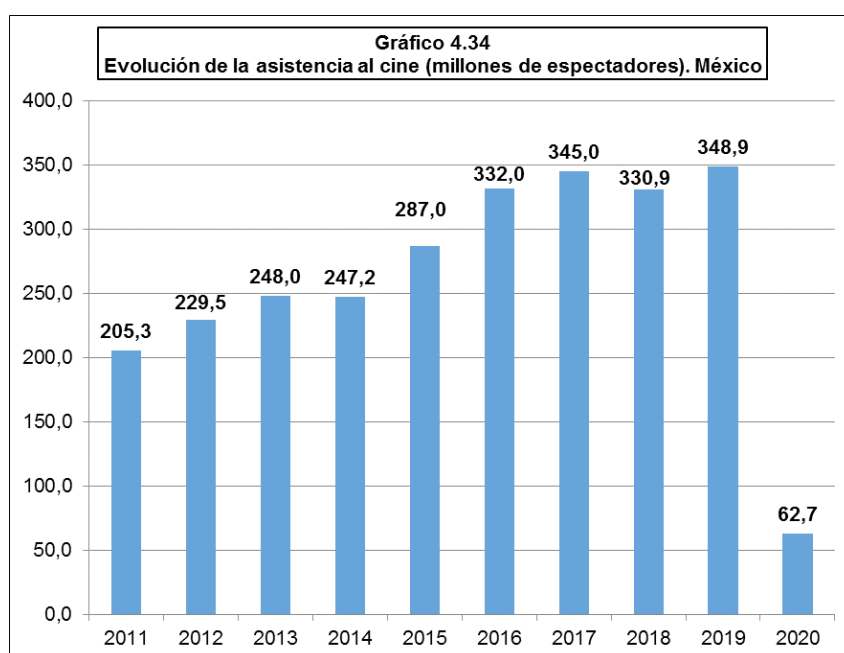
Los datos socio-económicos de la década 2011-2020 en México reflejan que la población del país creció desde los 115,3 millones de 2011 hasta los 127,7 millones de habitantes de 2020. El PIB-ppa se situó en un intervalo comprendido entre 1,9 y 2,5 billones de dólares. El número de pantallas cinematográficas se incrementó desde las 5.166 de 2011 hasta las 7.619 de 2019 y la media por millón de habitantes se movió en un rango comprendido entre 44,8 y 60,2 pantallas (cuadro 4.67).

Cuadro 4.67

Datos socio-económicos y de equipamiento. Década 2011-2020. México

Año	Población	PIB-ppa (Bn \$)	Pantallas	Pantallas/millón hab.
2011	115.367.452	1,911	5.166	44,8
2012	116.935.670	2,012	5.303	45,3
2013	118.453.929	2,064	5.547	46,8
2014	119.936.411	2,173	5.678	47,3
2015	121.347.800	2,230	5.977	49,3
2016	122.715.165	2,356	6.225	50,7
2017	124.041.731	2,423	6.633	53,5
2018	125.327.797	2,504	7.106	56,7
2019	126.577.691	2,658	7.619	60,2
2020	127.792.286	2,424	7.525	58,9

La evolución de la asistencia al cine en México registró su máximo en 2019 con casi 349 millones de espectadores. Los mínimos se produjeron en 2011 con 205,3 millones y, debido a la pandemia mundial, en 2020, con solo 62,7 millones de espectadores (gráfico 4.34).



El número total de estrenos cinematográficos comerciales exhibidos en la década 2011-2020 sumó 3.854 y los estrenos nacionales 826, lo cual supone un 21,4% sobre el total. La asistencia anual se situó en 2,2 películas por habitante y el coste medio de la entrada al cine en 3 dólares (cuadro 4.38).

Cuadro 4.68

## Panorama cinematográfico. Década 2011-2020. México

Año	Estrenos totales	Estrenos nacionales	Asistencia anual cine	Coste medio entrada (\$)
2011	321	62	1,8	3,8
2012	319	67	1,9	3,5
2013	364	101	2,1	3,6
2014	330	68	2,0	3,5
2015	414	80	2,3	3,0
2016	407	90	2,6	2,5
2017	424	88	2,8	2,5
2018	523	116	2,7	2,6
2019	497	108	2,8	2,7
2020	255	46	0,5	2,7
<b>Total</b>	<b>3.854</b>	<b>826</b>	<b>2,2</b>	<b>3,0</b>

La cuota acumulada de espectadores por el origen de los estrenos del top-100 en la década 2011-2020 refleja el dominio del cine USA, con un 84,1% del mercado, seguido del cine mexicano con un 7,6% y del cine europeo con un 4%. El cine iberoamericano registra una cuota de mercado del 2,5% (gráfico 4.35).

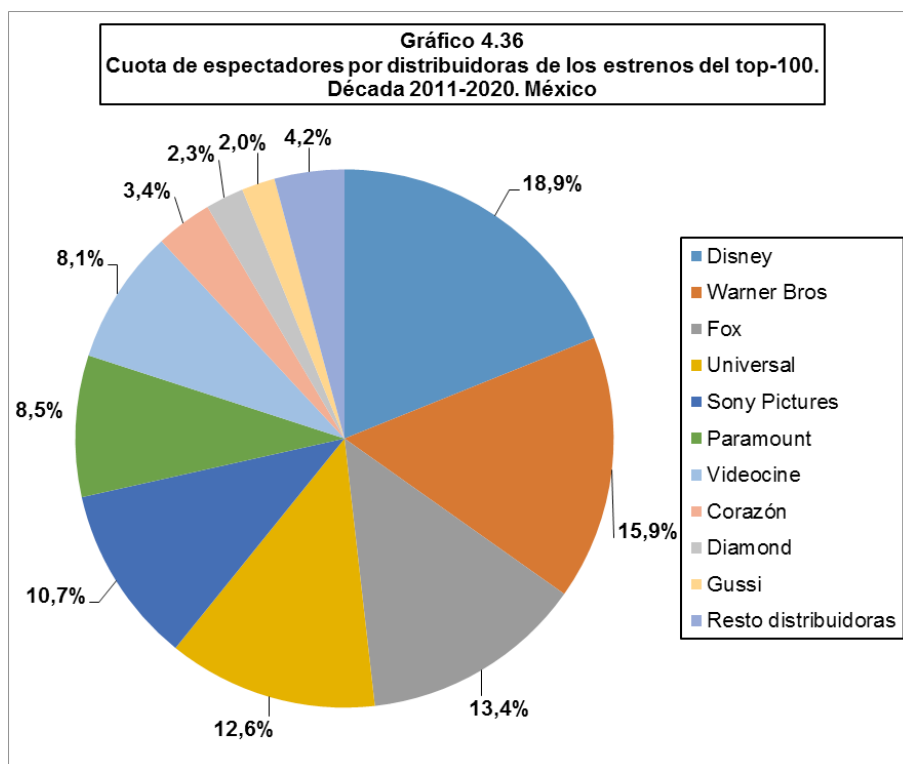


La actividad cinematográfica confirma unos ingresos acumulados en la década 2011-2020 de casi 8.000 millones de dólares por la venta de entradas en los cines. La asistencia de espectadores en los diez años analizados se eleva a 2.637,1 millones, de los que casi 222 millones optaron por el cine nacional. La cuota media de mercado de los estrenos autóctonos se situó en este periodo en el 8,4% (cuadro 4.69).

**Cuadro 4.69**  
*Actividad cinematográfica. Década 2011-2020. México*

Año	Ingresos cine (\$)	Espectadores cine	Espectadores cine nacional	Cuota cine nacional (%)
2011	793.665.508	205.399.702	13.841.000	7,3
2012	815.434.826	229.511.243	11.329.605	6,0
2013	912.000.000	248.039.000	30.100.000	15,8
2014	870.936.699	247.272.021	24.036.448	12,6
2015	849.097.171	287.056.114	17.530.000	6,1
2016	824.905.250	332.083.379	30.510.000	10,6
2017	878.201.718	345.076.233	22.414.000	6,6
2018	871.693.948	330.984.175	29.920.434	8,9
2019	988.246.393	348.953.463	34.600.000	9,9
2020	164.829.212	62.733.806	7.600.000	7,6
<b>Total</b>	<b>7.969.010.725</b>	<b>2.637.109.136</b>	<b>221.881.487</b>	<b>8,4</b>

Las distribuidoras americanas en la década 2011-2020 representan una cuota conjunta en el top-100 del 80% del total de espectadores y las independientes el 20% restante (gráfico 4.36). Los *Estudios* con más cuota de mercado son Disney (18,9%), Warner (15,9%) y Fox (13,4%). Entre las independientes Videocine (8,1%), Corazón (3,4%) y Gussi (2,0%).





En la década 2011-2020, el ranking histórico estuvo liderado por los estrenos de producciones de animación *Toy Story 4* (25,2 millones de espectadores), *Coco* (23,3 millones) y *El rey León* (18 millones de espectadores). Junto con el éxito de estas películas hay que resaltar una vez más la popularidad de la saga de los *Vengadores: Endgame* (24,8 millones de espectadores), *Infinity War* (21,5 millones) y la primera parte de estos superhéroes (15,9 millones de espectadores).

Una mención aparte se merece la producción mexicana *No se aceptan devoluciones*, dirigida y protagonizada por Eugenio Derbez, que con sus 15,2 millones de espectadores en las salas de cines mexicanas y unos ingresos de casi 48 millones, se situó en el octavo lugar del ranking histórico cinematográfico de la década (cuadro 4.70).

Cuadro 4.70

## Ranking de estrenos cinematográficos. Década 2011-2020. México

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)	Año
1	Toy Story 4	USA	25.200.514	71.773.270	2019
2	Vengadores: Endgame	USA	24.861.935	77.921.336	2019
3	Coco	USA	23.380.431	55.506.394	2017
4	Vengadores: Infinity War	USA	21.530.855	59.333.644	2018
5	El rey León	USA	18.040.704	52.210.737	2019
6	Los Vengadores	USA	15.942.542	63.008.077	2012
7	Los Increíbles 2	USA	15.249.092	36.735.947	2018
8	No se aceptan devoluciones	México	15.200.471	47.921.957	2013
9	Joker	USA, Canadá	15.062.128	44.491.366	2019
10	Capitán América: Civil War	USA	14.523.084	41.120.724	2016

En el ranking de estrenos nacionales, aparte del dominio de *No se acepta devoluciones*, hay que significar que el resto acumuló un mínimo de 4 millones de espectadores y un máximo de 7 millones y los ingresos por taquilla se situaron en torno a los 10 y casi 30 millones de dólares (cuadro 4.71).

La segunda producción mexicana en popularidad en este top-10 fue *Nosotros los nobles* (Gary Alazraki), con 7,1 millones de espectadores, seguida de la coproducción con Estados Unidos *No manches Frida 2* (Nacho G. Velilla), con 6,6 millones, la comedia *¿Qué culpa tiene el niño?* (Gustavo Loza) con 5,8 millones de espectadores y *No manches Frida* (Nacho G. velilla) con 5 millones.

Cuadro 4.71

## Ranking de estrenos nacionales. Década 2011-2020. México

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)	Año
1	No se aceptan devoluciones	México	15.200.471	47.921.957	2013
2	Nosotros los nobles	México	7.136.955	29.650.897	2013
3	No manches Frida 2	México, USA	6.651.114	17.380.206	2019
4	¿Qué culpa tiene el niño?	México	5.893.885	14.960.205	2016
5	No manches Frida	México, USA	5.099.744	11.307.218	2016
6	Mirreyes Vs. Godínez	México	4.582.038	12.419.570	2019
7	Hazlo como hombre	México	4.339.123	10.736.712	2017
8	La dictadura perfecta	México	4.186.221	14.484.229	2014
9	Ya veremos	México	4.134.851	10.774.676	2018
10	Cásese quien pueda	México	4.090.731	12.332.225	2014

El ranking de estrenos iberoamericanos con más éxito durante la década 2011-2020 en México estuvo liderado por la coproducción entre España y Estados Unidos *Fast & Furious 6* con 10,1 millones de espectadores y por la producción española *Ocho apellidos catalanes* con 5,1 millones (cuadro 4.72).

Las obras íntegramente iberoamericanas con más éxito en México, aparte de la anteriormente citada, fueron las obras españolas *Perfectos desconocidos*, con 2,2 millones de espectadores, y *Las aventuras de Tadeo Jones*, con 2,1 millones de espectadores. Este top-5 lo cierran la película dominicana *Cómplices* (Luis Eduardo Reyes) y la colombiana *El cartel de los sapos* (Carlos Moreno), ambas con casi un millón de espectadores.

Cuadro 4.72

*Ranking de estrenos iberoamericanos. Década 2011-2020. México*

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)	Año
1	Fast & Furious 6	España, USA	10.160.844	38.991.375	2013
2	Ocho apellidos catalanes	España	5.134.311	35.623.889	2015
3	Exodus: Dioses y Reyes	España, USA, UK	3.311.861	12.648.930	2014
4	Lo imposible	España, USA	2.960.740	10.950.701	2012
5	Mama	España, Canadá	2.889.099	10.038.716	2013

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)	Año
1	Ocho apellidos catalanes	España	5.134.311	35.623.889	2015
2	Perfectos desconocidos	España	2.211.764	6.308.117	2018, 2019
3	Las aventuras de Tadeo Jones	España	2.181.107	7.464.788	2013
4	Cómplices	R. Dominicana	994.843	2.277.276	2018
5	El cartel de los sapos	Colombia	932.657	3.451.280	2013



## NICARAGUA

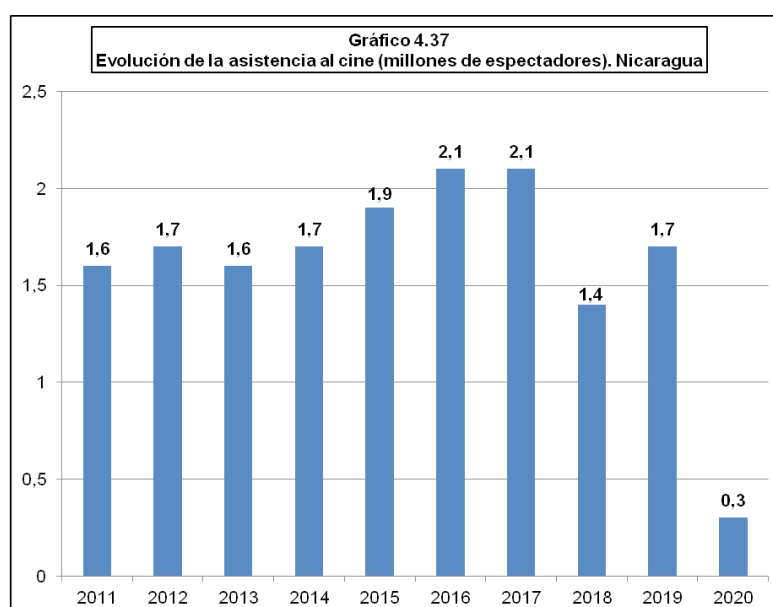
Los datos socio-económicos de la década 2011-2020 en Nicaragua reflejan que la población del país creció desde los 5,9 millones de 2011 hasta los 6,6 millones de habitantes de 2020. El PIB-ppa se situó en un intervalo comprendido entre 0,025 y 0,038 billones de dólares. El número de pantallas cinematográficas se incrementó desde las 40 de 2011 hasta las 55 de 2018 y la media por millón de habitantes se movió en un rango comprendido entre 6,7 y 8,5 pantallas (cuadro 4.73).

Cuadro 4.73

*Datos socio-económicos y de equipamiento. Década 2011-2020. Nicaragua*

Año	Población	PIB-ppa (Bn \$)	Pantallas	Pantallas/millón hab.
2011	5.996.619	0,025	40	6,7
2012	6.071.045	0,026	42	6,9
2013	6.134.270	0,028	44	7,2
2014	6.198.154	0,030	44	7,1
2015	6.262.703	0,033	46	7,3
2016	6.327.927	0,035	50	7,9
2017	6.393.824	0,038	54	8,4
2018	6.460.411	0,038	55	8,5
2019	6.526.998	0,037	55	8,4
2020	6.625.000	0,035	55	8,3

La evolución de la asistencia al cine en Nicaragua registró su máximo en 2016 y 2017 con 2,1 millones de espectadores. Los mínimos se produjeron en 2018, con 1,4 millones y, en 2020, con solo 0,3 millones de espectadores, debido a la crisis política y social y a la pandemia mundial, respectivamente (gráfico 4.37).

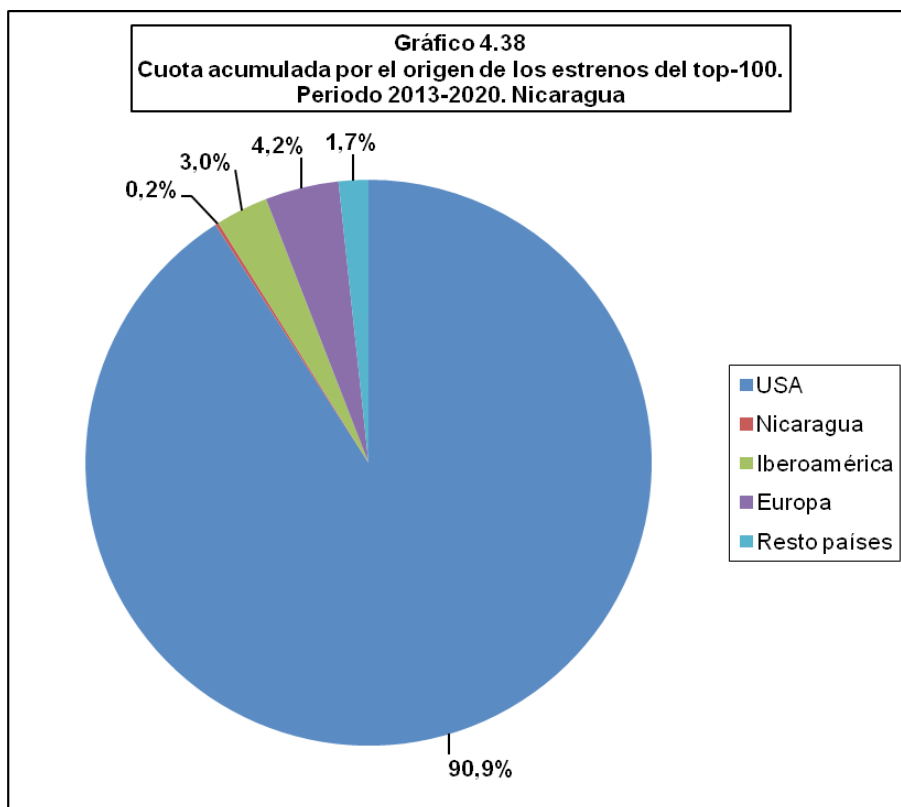


El número total de estrenos cinematográficos comerciales en la década 2011-2020 sumó 1.373 y los estrenos nacionales 13, lo cual supone un 1% sobre el total. La asistencia anual se situó en 0,3 películas por habitante y el coste medio de la entrada al cine en 3,9 dólares (cuadro 4.74).

**Cuadro 4.74**  
*Panorama cinematográfico. Década 2011-2020. Nicaragua*

Año	Estrenos totales	Estrenos nacionales	Asistencia anual cine	Coste medio entrada (\$)
2011	123	2	0,3	3,2
2012	135	1	0,3	3,7
2013	117	1	0,3	3,8
2014	151	3	0,3	4,0
2015	147	0	0,3	4,3
2016	157	3	0,4	4,2
2017	152	2	0,4	4,2
2018	160	1	0,2	4,1
2019	147	0	0,3	3,9
2020	84	0	0,05	3,9
<b>Total</b>	<b>1.373</b>	<b>13</b>	<b>0,3</b>	<b>3,9</b>

La cuota acumulada de espectadores por el origen de los estrenos del top-100 en el periodo 2013-2020 refleja el dominio del cine USA, con un 90,9% del mercado, seguido del cine europeo con un 4,2% y del cine iberoamericano con un 3%. El cine nicaragüense registra una cuota de mercado del 0,2% (gráfico 4.38).



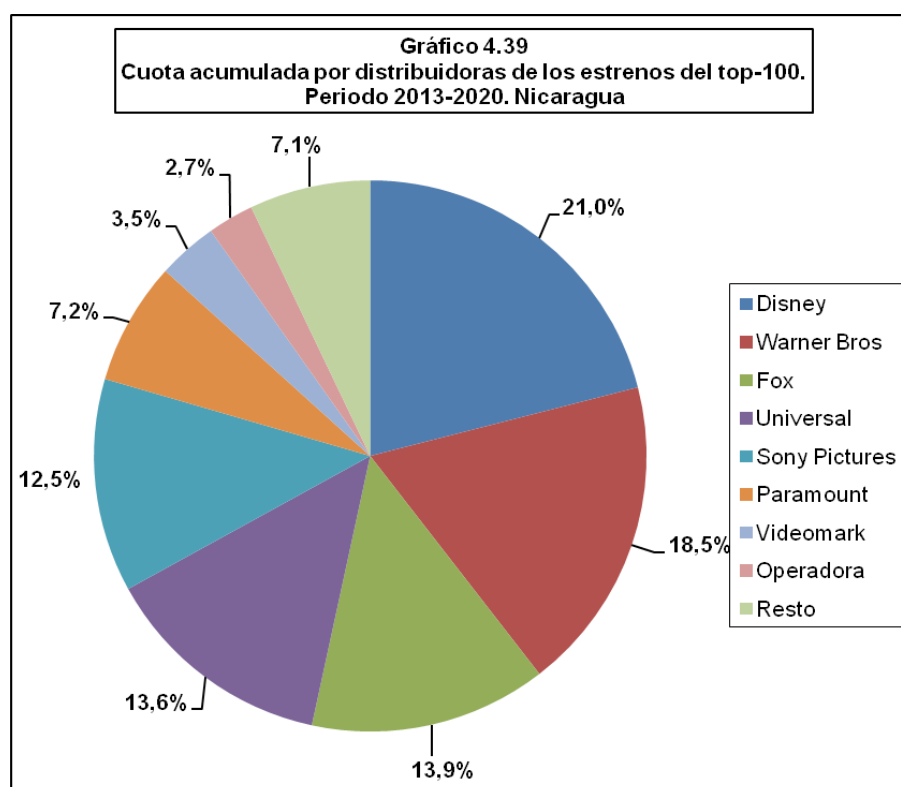
La actividad cinematográfica confirma unos ingresos acumulados en la década 2011-2020 de 59,3 millones de dólares por la venta de entradas en los cines. La asistencia de espectadores en los diez años analizados se eleva a 14,7 millones, de los que tan solo 28.127 eligieron el cine nacional. La cuota media de mercado de los estrenos autóctonos se situó en este periodo en el 0,2% (cuadro 4.75).

Cuadro 4.75

## Actividad cinematográfica. Década 2011-2020. Nicaragua

Año	Ingresos cine (\$)	Espectadores cine	Espectadores cine nacional	Cuota cine nacional (%)
2012	6.355.619	1.701.464	3.361	0,2
2013	6.279.330	1.601.580	2.798	0,2
2014	6.984.334	1.706.436	13.766	0,8
2015	8.359.290	1.957.240	0	0,0
2016	8.745.285	2.101.285	2.495	0,1
2017	8.918.177	2.187.872	1.629	0,1
2018	5.729.214	1.484.529	3.527	0,2
2019	6.741.986	1.741.963	262	0,02
2020	1.202.971	308.536	289	0,1
<b>Total</b>	<b>59.316.206</b>	<b>14.790.905</b>	<b>28.127</b>	<b>0,2</b>

Las distribuidoras americanas en el periodo 2013-2020 representan una cuota conjunta en el top-100 del 86,7% del total de espectadores y las independientes el 13,3% restante (gráfico 4.39). Los *Estudios* con más cuota de mercado son Disney (21%) y Warner (18,5%). Entre las independientes destaca Videomark (3,5%).



En la década 2011-2020, el ranking histórico estuvo liderado por los estrenos de la saga de los *Vengadores*: en primer lugar *Endgame* con más de 184.000 espectadores, en la quinta posición *Infinity War* con casi 130.000 y en octava posición *Los Vengadores* con más de 105.000 espectadores. También tuvieron un gran éxito en Nicaragua, la séptima y octava película de *Fast & Furious*, superando los 140.000 y 130.0000 espectadores, respectivamente (cuadro 4.76).

Las películas de animación tuvieron, como en otros países, un gran protagonismo en las salas de cine. Las cuatro producciones con más popularidad en esta década fueron: *Toy Story 4* (137.240 espectadores), *La Edad de Hielo 4* (119.311), *Los Minions* (107.484 espectadores) y *Frozen 2* (93.770).

Cuadro 4.76

## Ranking de estrenos cinematográficos. Década 2011-2020. Nicaragua

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)	Año
1	Vengadores: Endgame	USA	184.117	761.807	2019
2	Fast & Furious 7	USA	140.836	653.964	2015
3	Toy Story 4	USA	137.240	499.067	2019
4	Fast & Furious 8	USA, China, Japón	133.482	611.189	2017
5	Vengadores: Infinity War	USA	129.059	514.239	2018
6	La Edad de Hielo 4	USA	119.311	474.129	2012
7	Los Minions	USA	107.484	472.695	2015
8	Los Vengadores	USA	105.237	416.818	2012
9	Capitán América: Civil War	USA	100.391	448.056	2016
10	Frozen 2	USA	93.770	332.935	2019, 2020

El ranking de estrenos nacionales estuvo liderado por tres largometrajes documentales: *El canto de Bosawas* (Brad Allgood y Camilo de Castro), con más de 10.000 espectadores, y *Goodbye Nicaragua* (Peter Torbjorsson) y *Heredera del viento* (Gloria Carrión), ambas con más de 3.000 espectadores. En cuarta posición de este top-10, se situó la obra de ficción nacional, *La pantalla desnuda* (Florence Jaughey), casi con las mismas cifras de asistencia que las dos anteriores (cuadro 4.77)

Cuadro 4.77

## Ranking de estrenos nacionales. Década 2011-2020. Nicaragua

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)	Año
1	El canto de Bosawas	Nicaragua, USA	10.308	13.791	2014
2	Goodbye Nicaragua	Nicaragua, España, Suecia	3.689	9.226	2011
3	Heredera del viento	Nicaragua	3.527	17.002	2018
4	La pantalla desnuda	Nicaragua	3.458	14.294	2014
5	Mojados	Nicaragua	2.798	11.611	2013
6	Sueños de birrete	Nicaragua	2.186	6.546	2016
7	Odorico, hazte Santo	Nicaragua	1.250	3.964	2017
8	The Black Creoles	Nicaragua	701	1.742	2011
9	Girasoles en Nicaragua	Nicaragua	379	353	2017
10	Calvet	Nicaragua	318	1.214	2012

El ranking de estrenos iberoamericanos con más éxito durante la década 2011-2020 en Nicaragua estuvo liderado por tres coproducciones entre España y Estados Unidos: *Fast & Furious 6*, *Exodus: Dioses y Reyes* y *En el corazón del mar* (cuadro 4.78).

Las obras íntegramente iberoamericanas con más éxito fueron las producción mexicanas *Cantinflas*, las dos obras españolas *Tierra de María* (Juan Manuel Cotelo) y *Las aventuras de Tadeo Jones* y los dos estrenos brasileños *Moisés y los diez mandamientos* y *Nada a Perder – Parte 2*.

Cuadro 4.78

*Ranking de estrenos iberoamericanos. Década 2011-2020. Nicaragua*

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)	Año
1	Fast \$ Furious 6	España, USA	83.258	329.252	2013
2	Exodus: dioses y reyes	España, USA, R.Unido	36.190	161.842	2015
3	En el corazón del mar	España, USA, Canadá	21.773	96.822	2015
4	Cantinflas	México	19.771	80.552	2014
5	Mama	España, Canadá	17.523	59.533	2013

*Ranking de estrenos iberoamericanos (100%). Década 2011-2020. Argentina*

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)	Año
1	Cantinflas	México	19.771	80.552	2014
2	Tierra de María	España	12.814	42.266	2014
3	Las aventuras de Tadeo Jones	España	11.968	43.803	2013
4	Moisés y los diez mandamientos	Brasil	10.367	17.328	2017
5	Nada a perder - Parte 2	Brasil	9.372	22.688	2019



## PANAMÁ

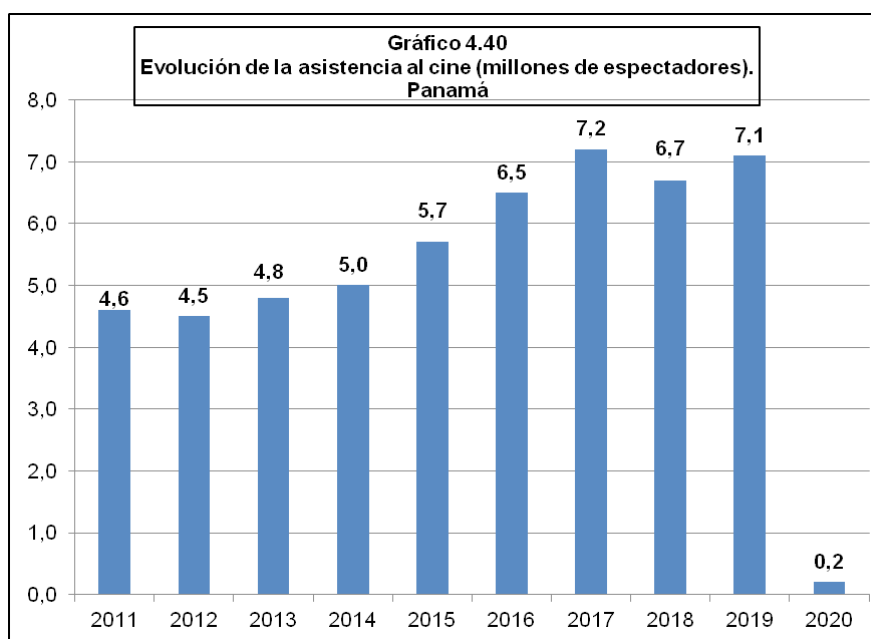
Los datos socio-económicos de la década 2011-2020 en Panamá reflejan que la población del país creció desde los 3,7 millones de 2011 hasta los 4,2 millones de habitantes de 2020. El PIB-ppa se situó en un intervalo comprendido entre 0,063 y 0,128 billones de dólares. El número de pantallas cinematográficas se incrementó desde las 80 de 2013 hasta las 167 de 2019 y la media por millón de habitantes se movió en un rango comprendido entre 20,8 y 39,6 pantallas (cuadro 4.79).

Cuadro 4.79

Datos socio-económicos y de equipamiento. Década 2011-2020. Panamá

Año	Población	PIB-ppa (Bn \$)	Pantallas	Pantallas/millón hab.
2011	3.723.821	0,063	*	*
2012	3.787.511	0,070	*	*
2013	3.850.735	0,079	80	20,8
2014	3.913.275	0,089	84	21,5
2015	3.975.404	0,100	99	24,9
2016	4.037.043	0,112	123	30,5
2017	4.098.135	0,125	142	34,6
2018	4.158.783	0,132	155	37,3
2019	4.218.808	0,139	167	39,6
2020	4.278.500	0,128	167	39,0

La evolución de la asistencia al cine en Panamá registró su máximo en 2017 con 7,2 millones de espectadores. Los mínimos se produjeron en 2012 con 4,5 millones y, debido a la pandemia mundial, en 2020, con solo 0,2 millones de espectadores (gráfico 4.40).



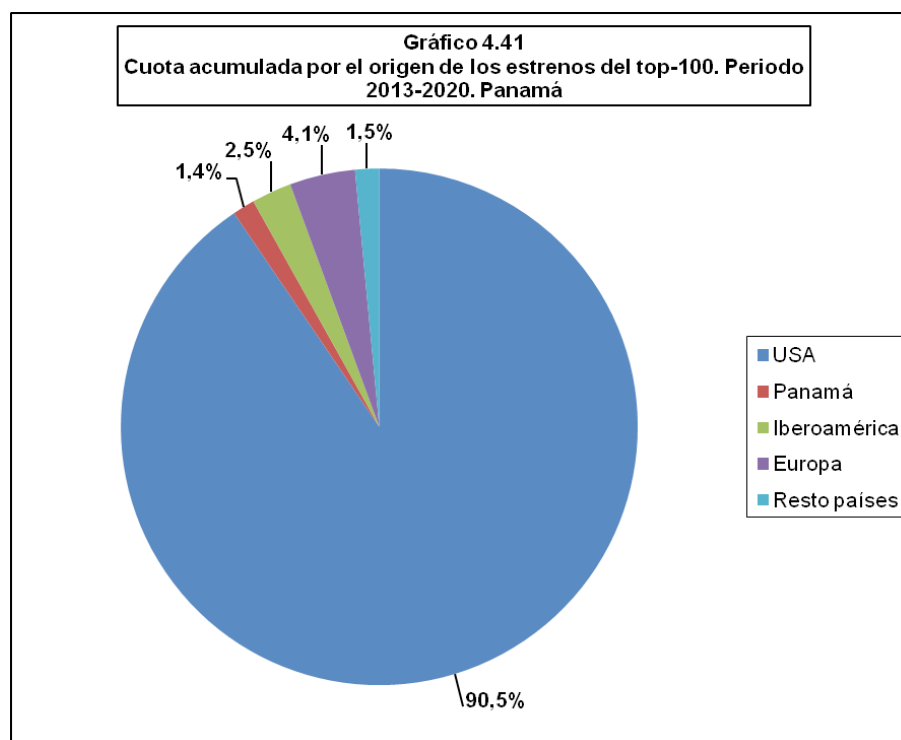


El número total de estrenos cinematográficos comerciales en la década 2011-2020 sumó 1.732 y los estrenos nacionales 41, lo cual supone un 2,4% sobre el total. La asistencia anual se situó en 1,4 películas por habitante y el coste medio de la entrada al cine en 4,8 dólares (cuadro 4.80).

**Cuadro 4.80**  
*Panorama cinematográfico. Década 2011-2020. Panamá*

Año	Estrenos totales	Estrenos nacionales	Asistencia anual cine	Coste medio entrada (\$)
2011	138	3	1,3	4,0
2012	124	0	1,2	4,3
2013	146	0	1,3	4,5
2014	170	5	1,4	4,8
2015	184	2	1,5	5,0
2016	209	7	1,6	5,1
2017	221	8	1,8	5,1
2018	231	9	1,7	5,1
2019	220	7	1,7	5,0
2020	89	0	0,2	5,0
<b>Total</b>	<b>1.732</b>	<b>41</b>	<b>1,4</b>	<b>4,8</b>

La cuota acumulada de espectadores por el origen de los estrenos del top-100 en la periodo 2013-2020 refleja el dominio del cine USA, con un 90,5% del mercado, seguido del cine europeo con un 4,1% y del cine iberoamericano con un 2,5%. El cine panameño registra una cuota de mercado del 1,4% (gráfico 4.17).



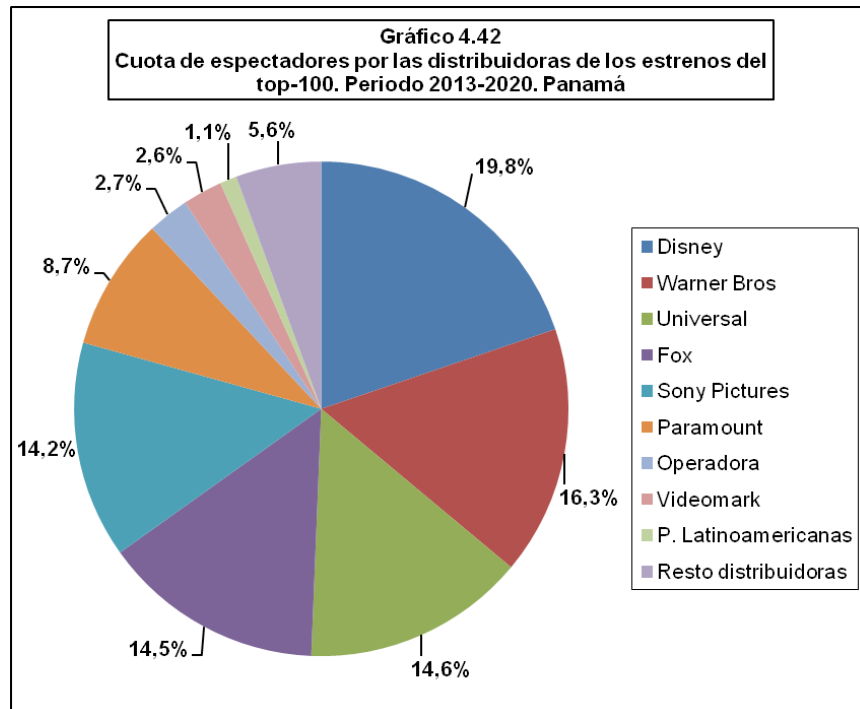
La actividad cinematográfica confirma unos ingresos acumulados en la década 2011-2020 de 257,4 millones de dólares por la venta de entradas en los cines. La asistencia de espectadores en los

diez años analizados se eleva a 53,6 millones, de los que 1,3 millones optaron por el cine nacional. La cuota media de mercado de los estrenos autóctonos se situó en este periodo en el 2,5% (cuadro 4.33).

**Cuadro 4.81**  
*Actividad cinematográfica. Década 2011-2020. Panamá*

Año	Ingresos cine (\$)	Espectadores cine	Espectadores cine nacional	Cuota cine nacional (%)
2011	18.433.749	4.665.290	5.784	0,1
2012	19.472.189	4.508.514	0	0,0
2013	20.699.005	4.828.601	0	0,0
2014	24.005.698	5.086.192	88.216	1,7
2015	28.554.439	5.709.609	8.133	0,2
2016	33.456.154	6.501.500	23.334	0,3
2017	36.827.474	7.238.075	176.901	2,4
2018	34.113.953	6.769.168	986.825	14,5
2019	36.043.613	7.172.162	69.992	1,0
2020	5.797.480	1.151.635	0	0,0
<b>Total</b>	<b>257.403.754</b>	<b>53.630.746</b>	<b>1.359.185</b>	<b>2,5</b>

Las distribuidoras americanas en el periodo 2013-2020 representan una cuota conjunta en el top-100 del 88,1% del total de espectadores y las independientes el 11,9% restante (gráfico 4.21). Los *Estudios* con más cuota de mercado son Disney (19,8%) y Warner (16,3%). Entre las independientes destaca Operadora (2,7%).



En la década 2011-2020, el ranking histórico estuvo liderado por los estrenos de la saga de los *Vengadores: Endgame* con 618.016 espectadores e *Infinity War* con más de 476.000. A continuación se situaron la octava y séptima parte de *Fast & Furious*, ambas con más de 400.000 espectadores.

También el cine de animación compartió el éxito con las anteriores producciones con *El rey León* y *Toy Story 4*, superando ambas los 365.000 espectadores (cuadro 4.82)

Las diez producciones del ranking histórico procedieron de Estados Unidos, entre las que se encuentran cuatro coproducciones (Australia, Canadá, China y Japón y España).

Cuadro 4.82

## Ranking de estrenos cinematográficos. Década 2011-2020. Panamá

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)	Año
1	Vengadores: Endgame	USA	618.016	3.528.085	2019
2	Vengadores: Infinity War	USA	476.395	2.541.075	2018
3	Fast & Furious 8	USA, China, Japón	450.335	2.472.340	2017
4	Fast & Furious 7	USA	423.280	2.226.625	2015
5	El rey León	USA	368.280	1.773.071	2019
6	Toy Story 4	USA	366.738	1.742.683	2019
7	Aquaman	USA, Australia	334.077	1.831.297	2018, 2019
8	Jumanji: Siguiente nivel	USA	307.224	1.542.891	2019, 2020
9	Joker	USA, Canadá	299.194	1.607.146	2019, 2020
10	Fast & Furious 6	España, USA	297.063	1.292.800	2013

El ranking de estrenos nacionales en la década 2011-2020 está liderado por la comedia *Congelado en Rusia* (Arturo Montenegro) y por el estreno de acción *Manos de piedra* (Jonathan Jakubowicz), ambas con más de 150.000 espectadores en las salas de cine (cuadro 4.83). A continuación con más de 80.000 espectadores, se situaron las producciones *Más que hermanos* (Arianne Benedetti) y *Donaire y Esplendor* (Arturo Montenegro).

Cuadro 4.83

## Ranking de estrenos nacionales. Década 2011-2020. Panamá

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)	Año
1	Congelado en Rusia	Panamá	158.418	762.194	2018
2	Manos de piedra	Panamá, USA	152.179	804.777	2016
3	Más que hermanos	Panamá	85.563	408.322	2017
4	Donaire y Esplendor	Panamá	81.609	332.088	2017
5	Invasión	Panamá, USA	46.912	226.950	2014
6	Locos al poder	Panamá	45.610	225.836	2019
7	Historias del Canal	Panamá	41.304	177.878	2014
8	El cheque	Panamá	22.731	110.762	2016
9	Minuto 87: Panamá en el Mundial	Panamá	17.302	83.021	2018
10	Sin pepitas en la lengua	Panamá	13.991	72.055	2018

El ranking de estrenos iberoamericanos con más éxito durante la década 2011-2020 en Panamá estuvo liderado por dos coproducciones entre España y Estados Unidos: *Fast & Furious 6*, con casi 300.000 espectadores, y *Exodus: Dioses y Reyes* con más de 100.000 (cuadro 4.84).

Las obras íntegramente iberoamericanas más populares en la década son la producción mexicana *No se aceptan devoluciones*, las obras españolas *Las aventuras de Tadeo Jones* y *Enterrado* (Rodrigo Cortés), la producción peruana *Condorito: la película* y la dominicana *Qué León* (Frank Perozo).

Cuadro 4.84

*Ranking de estrenos iberoamericanos. Década 2011-2020. Panamá*

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)	Año
1	Fast & Furious 6	España, USA	297.063	1.292.800	2013
2	Exodus: Dioses y Reyes	España, USA, UK	103.391	503.892	2015
3	Lo que de verdad importa	España, Canadá, USA	78.321	360.158	2017
4	Mamá	España, Canadá	71.267	298.610	2013
5	Tomorrowland	España, USA	45.938	239.122	2015

*Ranking de estrenos iberoamericanos (100%). Década 2011-2020. Panamá*

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)	Año
1	No se aceptan devoluciones	México	32.843	125.346	2014
2	Las aventuras de Tadeo Jones	España	32.039	132.337	2013
3	Condorito: la película	Perú	25.438	101.925	2017
4	Enterrado	España	19.687	74.274	2011
5	Qué León	R. Dominicana	19.204	88.663	2019



## PARAGUAY

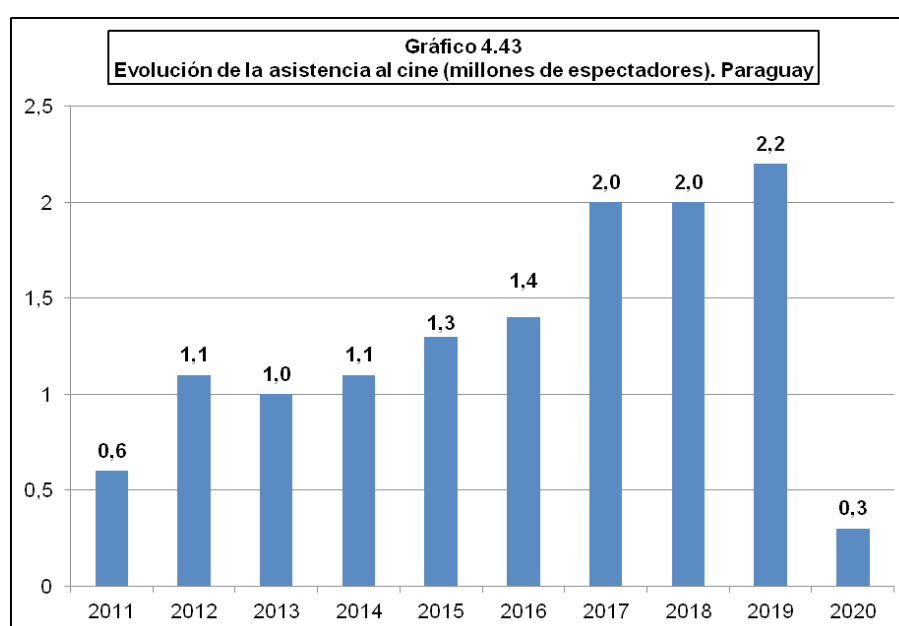
Los datos socio-económicos de la década 2011-2020 en Paraguay reflejan que la población del país creció desde los 6,3 millones de 2011 hasta los 7,2 millones de habitantes de 2020. El PIB-ppa se situó en un intervalo comprendido entre 0,064 y 0,093 billones de dólares. El número de pantallas cinematográficas se incrementó desde las 30 de 2011 hasta las 76 de 2019 y la media por millón de habitantes se movió en un rango comprendido entre 4,6 y 10,6 pantallas (cuadro 4.85).

Cuadro 4.85

Datos socio-económicos y de equipamiento. Década 2011-2020. Paraguay

Año	Población	PIB-ppa (Bn \$)	Pantallas	Pantallas/millón hab.
2011	6.363.276	0,066	30	4,7
2012	6.461.041	0,064	30	4,6
2013	6.559.027	0,072	35	5,3
2014	6.657.232	0,075	40	6,0
2015	6.755.756	0,076	41	6,1
2016	6.854.536	0,082	65	9,5
2017	6.953.646	0,087	70	10,1
2018	7.052.983	0,091	72	10,2
2019	7.152.703	0,093	76	10,6
2020	7.252.672	0,090	76	10,5

La evolución de la asistencia al cine en Paraguay registró su máximo en 2019 con 2,2 millones de espectadores. Los mínimos se produjeron en 2011 con 0,6 millones y, debido a la pandemia mundial, en 2020, con solo 0,3 millones de espectadores (gráfico 4.43).

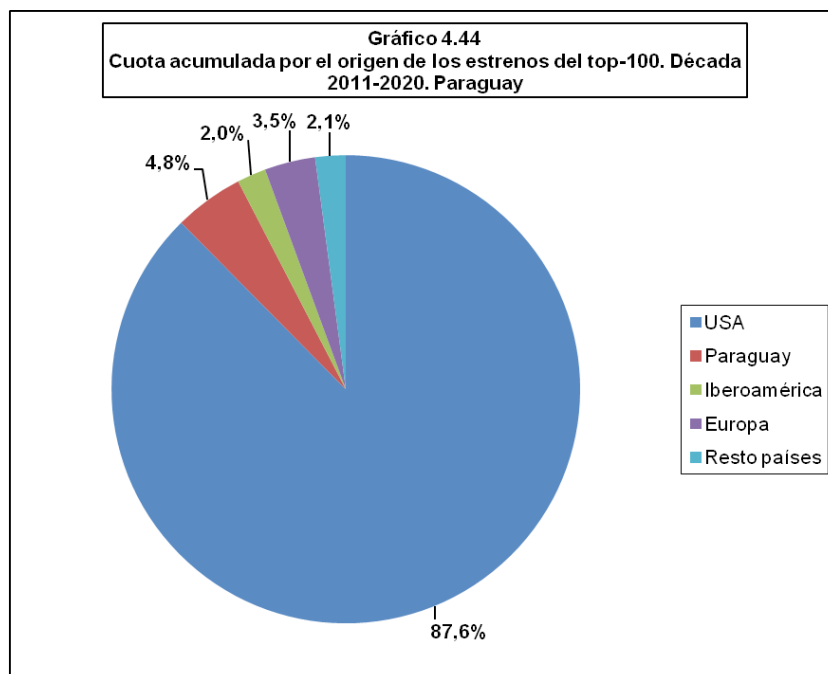


El número total de estrenos cinematográficos comerciales en la década 2011-2020 sumó 1.377 y los estrenos nacionales 47, lo cual supone un 3,4% sobre el total. La asistencia anual se situó en 0,2 películas por habitante y el coste medio de la entrada al cine en 5,3 dólares (cuadro 4.86).

**Cuadro 4.86**  
*Panorama cinematográfico. Década 2011-2020. Paraguay*

Año	Estrenos totales	Estrenos nacionales	Asistencia anual cine	Coste medio entrada (\$)
2011	112	4	0,1	5,5
2012	119	4	0,2	5,5
2013	117	3	0,1	6,0
2014	130	4	0,2	6,3
2015	122	5	0,2	5,6
2016	166	8	0,2	5,1
2017	161	6	0,3	5,2
2018	196	4	0,3	5,0
2019	180	6	0,3	4,8
2020	74	3	0,1	4,2
<b>Total</b>	<b>1.377</b>	<b>47</b>	<b>0,2</b>	<b>5,3</b>

La cuota acumulada de espectadores por el origen de los estrenos del top-100 en la década 2011-2020 refleja el dominio del cine USA, con un 87,6% del mercado, seguido del cine paraguayo con el 4,8% y del europeo con un 3,5%. El cine iberoamericano registra una cuota de mercado del 2% (gráfico 4.44).



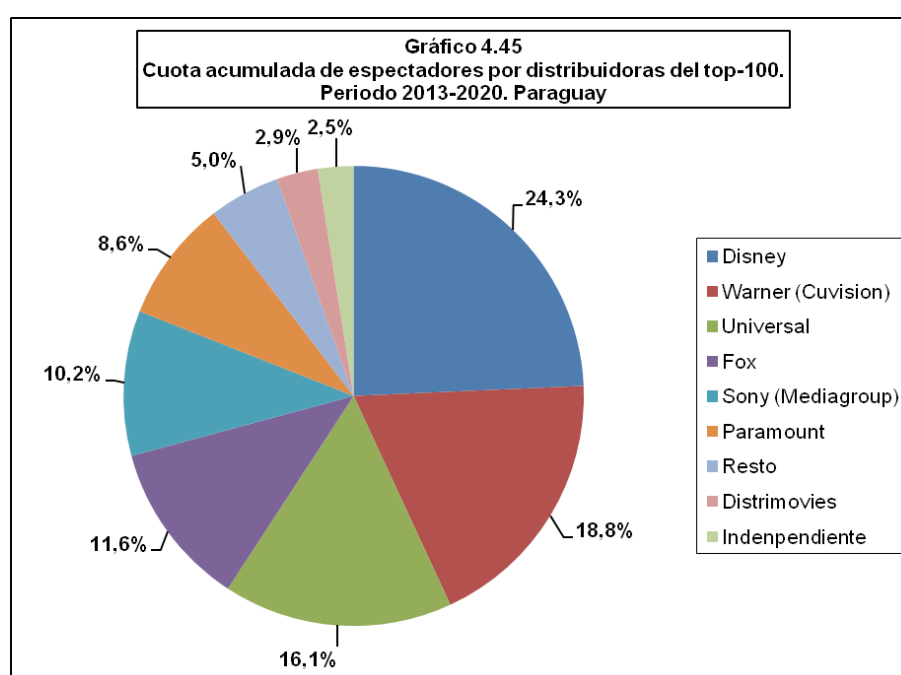
La actividad cinematográfica confirma unos ingresos acumulados en la década 2011-2020 de 71,7 millones de dólares por la venta de entradas en los cines. La asistencia de espectadores en los diez años analizados se eleva a 13,7 millones, de los que 829.450 espectadores optaron por el cine nacional. La cuota media de mercado de los estrenos autóctonos se situó en este periodo en el 6% (cuadro 4.87).

Cuadro 4.87

## Actividad cinematográfica. Década 2011-2020. Paraguay

Año	Ingresos cine (\$)	Espectadores cine	Espectadores cine nacional	Cuota cine nacional (%)
2011	3.679.565	659.926	19.000	2,9
2012	6.771.579	1.266.499	305.803	24,1
2013	6.950.048	1.064.773	13.308	1,2
2014	6.980.692	1.166.581	32.089	2,8
2015	7.338.759	1.373.364	24.743	1,6
2016	7.593.808	1.496.139	68.437	4,5
2017	10.502.084	2.061.424	162.781	7,9
2018	10.048.292	2.080.260	119.150	5,7
2019	10.501.495	2.214.577	77.315	3,5
2020	1.404.847	332.905	6.824	2,0
<b>Total</b>	<b>71.771.170</b>	<b>13.716.448</b>	<b>829.450</b>	<b>6,0</b>

Las distribuidoras americanas en el periodo 2013-2020 representan una cuota conjunta en el top-100 del 89,6% del total de espectadores y las independientes el 10,4% restante (gráfico 4.45). Los Estudios con más cuota de mercado son Disney (24,3%) y Warner (18,8%). Entre las independientes Distrimovies (2,9%).



En la década 2011-2020, el ranking histórico estuvo liderado por los estrenos de la saga de los *Vengadores: Endgame* con 270.329 espectadores e *Infinity War* con más de 200.000. A continuación, la octava y séptima parte de *Fast & Furious* obtuvieron un éxito significativo, superando los 190.000 espectadores y casi los 160.000, respectivamente. Las películas de animación *Toy Story 4*, con 168.311 espectadores, y *Coco*, con más de 150.000, también compartieron el éxito de las anteriores (cuadro 4.88).

Una mención aparte merecen los dos estrenos paraguayos que forman parte de este ranking histórico. En concreto, en segunda posición, la producción de suspense *7 Cajas* con 260.588

espectadores y, en décima posición, la comedia *Los Buscadores*, con más de 130.000. Ambas obras estuvieron dirigidas por Juan Carlos Maneglia y Tana Schembori.

Cuadro 4.88

## Ranking de estrenos cinematográficos. Década 2011-2020. Paraguay

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)	Año
1	Vengadores: Endgame	USA	270.329	1.538.976	2019
2	7 Cajas	Paraguay	260.588	1.208.998	2012
3	Vengadores: Infinity War	USA	200.326	1.113.826	2018
4	Fast & Furious 8	USA, China, Japón	191.733	1.170.489	2017
5	Toy Story 4	USA	168.311	822.406	2019
6	Fast & Furious 7	USA	159.791	1.059.518	2015
7	Coco	USA	150.024	701.952	2017, 2018
8	Joker	USA, Canadá	142.173	615.424	2019, 2020
9	Los Minions	USA	134.572	709.892	2015
10	Los Buscadores	Paraguay	134.039	559.008	2017

El ranking de estrenos nacionales, tras las dos producciones anteriormente mencionadas, está conformado en tercera posición por la película de acción *Leal, solo hay una forma de vivir* (Rodrigo Salomón y Pietro Scappini), con más de 100.000 espectadores y el film de terror *Morgue* (Hugo Cardozo) con casi 60.000 (cuadro 4.89). A continuación con más de 30.000 espectadores se situaron *Libertad* (Gustavo Delagdo), *Gritos del Monday* (Héctor Rodríguez) y *Luna de cigarras* (Jorge Bedoya).

Cuadro 4.89

## Ranking de estrenos nacionales. Década 2011-2020. Paraguay

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)	Año
1	7 cajas	Paraguay	260.588	1.208.998	2012
2	Los buscadores	Paraguay	134.039	559.008	2017
3	Leal, solo hay una forma de vivir	Paraguay, Argentina	100.324	438.198	2018
4	Morgue	Paraguay	59.217	247.933	2019
5	Libertad	Paraguay	36.726	180.774	2012
6	Gritos del Monday	Paraguay	31.381	126.707	2016
7	Luna de cigarras	Paraguay	30.292	162.218	2014
8	Truenos	Paraguay	23.408	107.303	2017
9	Las herederas	Paraguay, Brasil, Uruguay	14.475	64.722	2018
10	Orsai	Paraguay	12.840	57.964	2019, 2020

El ranking de estrenos iberoamericanos con más éxito durante la década 2011-2020 estuvo liderado por dos coproducciones entre España y Estados Unidos: *Fast & Furious 6* y *Lo imposible* (cuadro 4.90).

Las obras íntegramente iberoamericanas con más éxito en Paraguay fueron las producciones brasileñas *Nada a perder – Parte 1*, *Moisés y los diez mandamientos* y *Nada a perder – Parte 2*; la película argentina *El hilo rojo* (Daniela Goggi) y la obra de animación española *Las aventuras de Tadeo Jones*.



**Cuadro 4.90****Ranking de estrenos iberoamericanos. Década 2011-2020. Paraguay**

<b>N°</b>	<b>Título</b>	<b>Origen</b>	<b>Espectadores</b>	<b>Ingresos (\$)</b>	<b>Año</b>
1	Fast & Furious 6	España, USA	69.491	424.820	2013
2	Lo imposible	España, USA	21.292	104.360	2013
3	Nada a perder - Parte 1	Brasil	18.357	65.282	2018
4	El hilo rojo	Argentina	14.735	72.853	2016
5	Mamá	España, Canadá	10.338	62.428	2013

**Ranking de estrenos iberoamericanos (100%). Década 2011-2020. Paraguay**

<b>N°</b>	<b>Título</b>	<b>Origen</b>	<b>Espectadores</b>	<b>Ingresos (\$)</b>	<b>Año</b>
1	Nada a perder - Parte 1	Brasil	18.357	65.282	2018
2	El hilo rojo	Argentina	14.735	72.853	2016
3	Moisés y los diez mandamientos	Brasil	10.150	34.171	2017
4	Nada a perder - Parte 2	Brasil	9.073	35.974	2019
5	Las aventuras de Tadeo Jones	España	6.033	37.622	2013



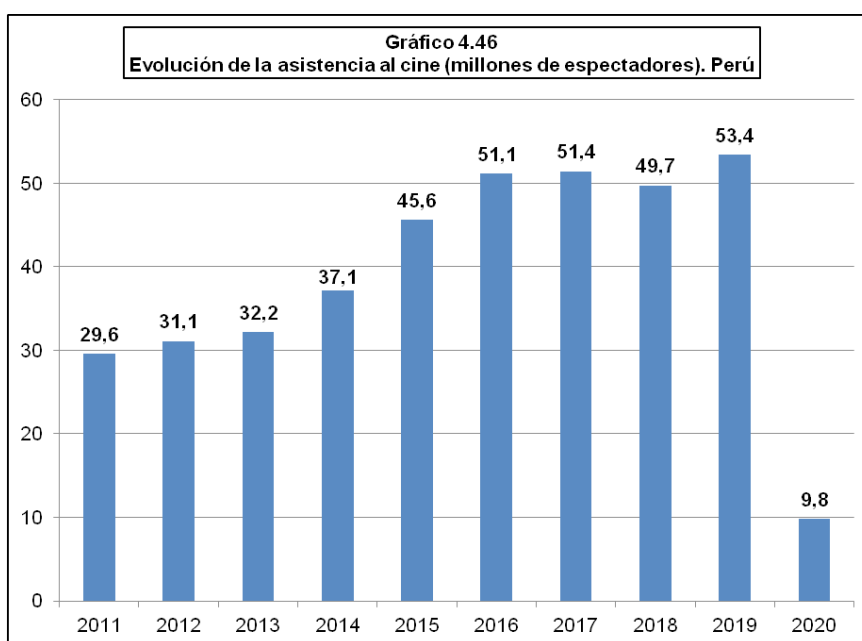
## PERÚ

Los datos socio-económicos de la década 2011-2020 en Perú reflejan que la población del país creció desde los 29,7 millones de 2011 hasta los 32,6 millones de habitantes de 2020. El PIB-ppa se situó en un intervalo comprendido entre 0,305 y 0,442 billones de dólares. El número de pantallas cinematográficas se incrementó desde las 396 de 2011 hasta las 661 de 2019 y la media por millón de habitantes se movió en un rango comprendido entre 13,3 y 20,8 pantallas (cuadro 4.91).

*Cuadro 4.91*  
*Datos socio-económicos y de equipamiento. Década 2011-2020. Perú*

Año	Población	PIB-ppa (Bn \$)	Pantallas	Pantallas/millón hab.
2011	29.798.000	0,305	396	13,3
2012	30.135.875	0,318	425	14,1
2013	30.475.144	0,338	474	15,6
2014	30.814.175	0,349	555	18,0
2015	31.151.643	0,355	571	18,3
2016	31.237.385	0,376	613	19,6
2017	31.380.000	0,399	625	19,9
2018	31.562.130	0,425	657	20,8
2019	32.131.400	0,442	661	20,6
2020	32.625.948	0,386	661	20,3

La evolución de la asistencia al cine en Perú registró su máximo en 2019 con 53,4 millones de espectadores. Los mínimos se produjeron en 2011 con 29,6 millones y, debido a la pandemia mundial en 2020, con solo 9,8 millones de espectadores (gráfico 4.46).

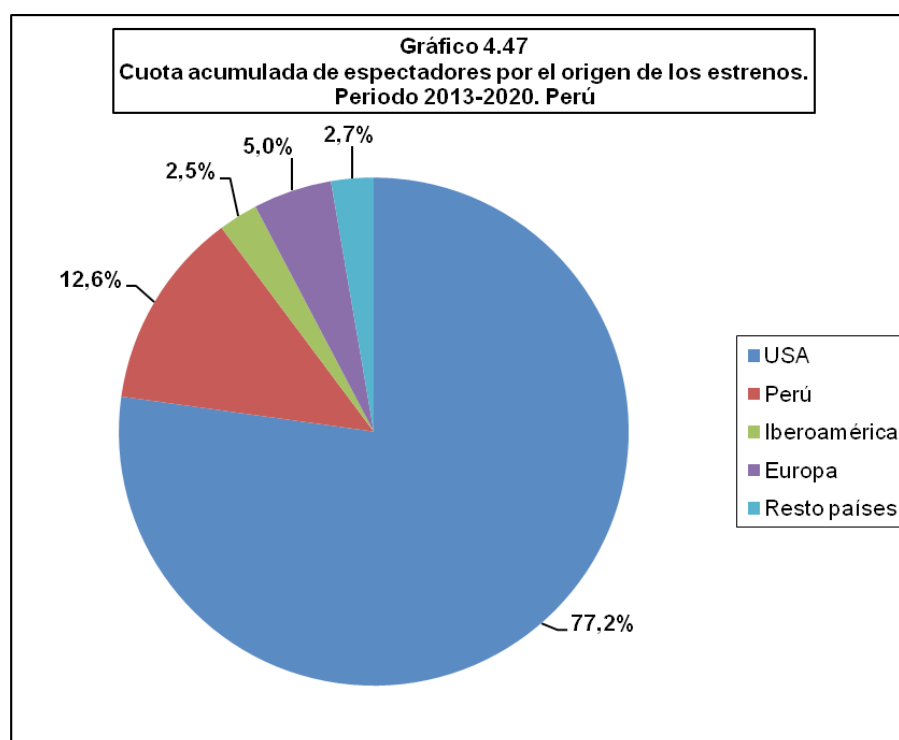


El número total de estrenos cinematográficos comerciales en la década 2011-2020 sumó 2.652 y los estrenos nacionales 200, lo cual supone un 7,5% sobre el total. La asistencia anual se situó en 1,3 películas por habitante y el coste medio de la entrada al cine en 3,5 dólares (cuadro 4.92).

**Cuadro 4.92**  
*Panorama cinematográfico. Década 2011-2020. Perú*

Año	Estrenos totales	Estrenos nacionales	Asistencia anual cine	Coste medio entrada (\$)
2011	247	9	0,9	3,8
2012	248	9	1,0	4,0
2013	289	14	1,1	4,0
2014	287	17	1,2	3,8
2015	268	29	1,5	3,5
2016	320	26	1,6	3,2
2017	267	25	1,6	3,3
2018	327	27	1,6	3,3
2019	325	36	1,7	3,3
2020	74	8	0,3	3,0
<b>Total</b>	<b>2.652</b>	<b>200</b>	<b>1,3</b>	<b>3,5</b>

La cuota acumulada de espectadores por el origen de los estrenos del top-100 en la década 2011-2020 refleja el dominio del cine USA, con un 77,2% del mercado, seguido del cine peruano con un 12,6% y el cine europeo con un 5%. El cine iberoamericano registra una cuota de mercado del 2,5% (gráfico 4.47).



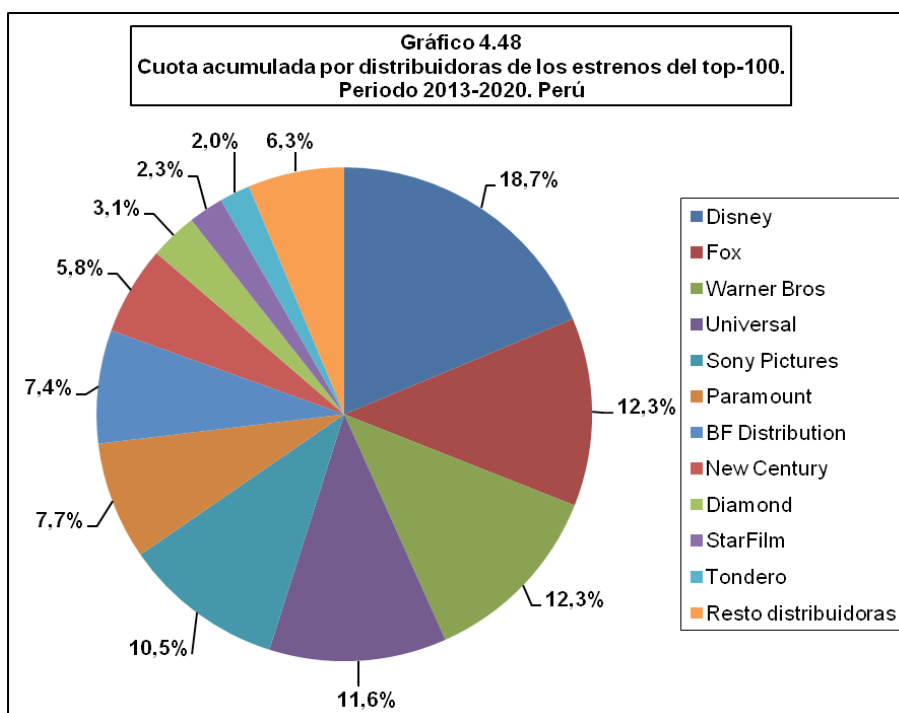
La actividad cinematográfica confirma unos ingresos acumulados en la década 2011-2020 de 1.373 millones de dólares por la venta de entradas en los cines. La asistencia de espectadores en los diez

años analizados se eleva a 391,5 millones, de los que 37,3 millones optaron por el cine nacional. La cuota media de mercado de los estrenos autóctonos se situó en este periodo en el 9,5% (cuadro 4.93).

**Cuadro 4.93**  
*Actividad cinematográfica. Década 2011-2020. Perú*

Año	Ingresos cine (\$)	Espectadores cine	Espectadores cine nacional	Cuota cine nacional (%)
2011	102.200.000	29.600.000	200.000	0,7
2012	125.000.000	31.100.000	470.000	1,5
2013	132.227.775	32.287.641	4.026.943	12,5
2014	142.098.575	37.192.093	3.835.921	10,3
2015	158.336.680	45.663.101	5.603.087	12,3
2016	163.831.630	51.113.035	5.702.078	11,2
2017	173.732.044	51.472.988	5.221.811	10,2
2018	166.668.318	49.788.078	7.311.113	14,7
2019	178.994.918	53.434.972	2.644.337	4,9
2020	29.923.580	9.862.741	2.373.227	24,0
<b>Total</b>	<b>1.373.013.521</b>	<b>391.514.649</b>	<b>37.388.517</b>	<b>9,5</b>

Las distribuidoras americanas en la década 2011-2020 representan una cuota conjunta en el top-100 del 80,5% del total de espectadores y las independientes el 19,5% restante (gráfico 4.48). Los Estudios con más cuota de mercado son Disney (18,7%), Warner (12,3%) y Fox (12,3%). Entre las independientes destaca BF Distribution (7,4%).



En la década 2011-2020, el ranking histórico estuvo liderado por los estrenos de la saga de los *Vengadores: Endgame* con 3,8 millones de espectadores e *Infinity War* con 3,1 millones. Las películas de animación *El rey León* y *Toy Story 4* con 3,4 y 2,7 millones de espectadores compartieron el éxito con las anteriores en la década (cuadro 4.94)

Hay que destacar que en el ranking histórico se encuentran las exitosas películas biográficas sobre el actor y humorista Carlos Alcántara. La primera y segunda parte de *Asu Mare!*, dirigidas por Ricardo Maldonado, en quinto y cuarto lugar del cuadro respectivamente, contabilizaron cada una más de 3 millones de espectadores, mientras que la tercera dirigida por Jorge Ulloa sumó casi 2 millones, situándose en el décimo lugar (cuadro 4.94).

**Cuadro 4.94**  
*Ranking de estrenos cinematográficos. Década 2011-2020. Perú*

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)	Año
1	Vengadores: Endgame	USA	3.861.988	15.864.403	2019
2	El rey León	USA	3.449.434	12.502.553	2019
3	Vengadores: Infinity War	USA	3.139.056	11.909.279	2018
4	Asu Mare! 2	Perú	3.062.023	11.234.680	2015
5	Asu Mare!	Perú	3.023.606	12.751.600	2013
6	Toy Story 4	USA	2.788.398	9.281.802	2019
7	Joker	USA, Canadá	2.396.167	8.755.483	2019, 2020
8	La Edad de Hielo 4	USA	2.319.824	9.279.296	2012
9	La Edad de Hielo 5	USA	2.256.669	7.377.307	2016
10	Asu Mare! 3	Perú	1.997.078	6.795.417	2018

Los estrenos peruanos con más éxito en la década 2011-2020 consiguieron unos niveles de aceptación en los cines muy significativos. Aparte de las tres obras presentes en el top-10 histórico, hay que resaltar los buenos resultados de las comedias a *Los 40* (Bruno Aszenso) con 1,6 millones y *Locos de amor* (Frank Pérez-Garland) con 1,2 millones (cuadro 4.95)

Y nada despreciables son también los números de *La Foquita: El 10 de la calle* (Martín Casapía Casanova) y *Calichín* (Ricardo Maldonado) con más de 900.000 espectadores cada estreno; y *Locos de amor 2* (Frank Pérez-Garland), *No me digas solterona* (Ani Alva Helfer), *Guerrero, la película* (Fernando Villarán) y *Once machos* (Aldo Miyashiro) superando los 800.000 espectadores cada una.

**Cuadro 4.95**  
*Ranking de estrenos nacionales. Década 2011-2020. Perú*

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)	Año
1	Asu Mare! 2	Perú	3.062.023	11.234.680	2015
2	Asu Mare!	Perú	3.023.606	12.751.600	2013
3	Asu Mare! 3	Perú	1.997.078	6.795.417	2018
4	A los 40	Perú	1.675.972	6.184.969	2014
5	Locos de amor	Perú	1.221.816	3.757.702	2016
6	La Foquita: El 10 de la calle	Perú	970.831	2.688.434	2020
7	Calichín	Perú	916.111	2.789.385	2016
8	Locos de amor 2	Perú	877.222	2.854.284	2018
9	No me digas solterona	Perú	868.257	2.816.653	2018
10	Guerrero, la película	Perú	848.706	2.710.926	2016

El ranking de estrenos iberoamericanos con más éxito durante la década 2011-2020 en los cines peruanos estuvo liderado por dos coproducciones entre España y Estados Unidos: *Fast & Furious 6* (925.061 espectadores) y *Exodus: Dioses y Reyes* (535.489 espectadores). En quinta posición, con casi 350.000 espectadores, se encuentra *En el corazón del mar*, otra coproducción hispano-americana junto con Canadá (cuadro 4.96)

Las obras íntegramente iberoamericanas más populares en Perú en dicho periodo fueron las producciones españolas y mexicanas, *Las aventuras de Tadeo Jones* y *No se aceptan devoluciones*, ambas con más de 400.000 espectadores. Con más de 200.000 completaron este top-5 la comedia argentina *Mamá se fue de viaje* (Ariel Winograd), la obra de terror española *REC 4* (Jaume Balagueró) y la película de animación mexicana *Don Gato 2* (Andrés Couturier).

Cuadro 4.96

*Ranking de estrenos iberoamericanos. Década 2011-2020. Perú*

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)	Año
1	Fast & Furious 6	España, USA	925.061	4.294.155	2013
2	Exodus: dioses y reyes	España, USA, UK	535.489	2.019.385	2015
3	Las aventuras de Tadeo Jones	España	464.139	2.090.976	2013
4	No se aceptan devoluciones	México	409.072	1.502.681	2014
5	En el corazón del mar	España, USA, Canadá	347.975	1.187.078	2015

<i>Ranking de estrenos iberoamericanos (100%). Década 2011-2020. Perú</i>					
Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)	Año
1	Las aventuras de Tadeo Jones	España	464.139	2.090.976	2013
2	No se aceptan devoluciones	México	409.072	1.502.681	2014
3	Mamá se fue de viaje	Argentina	251.279	936.902	2017
4	REC 4	España	246.565	795.361	2014
5	Don Gato 2	México	200.550	586.929	2016



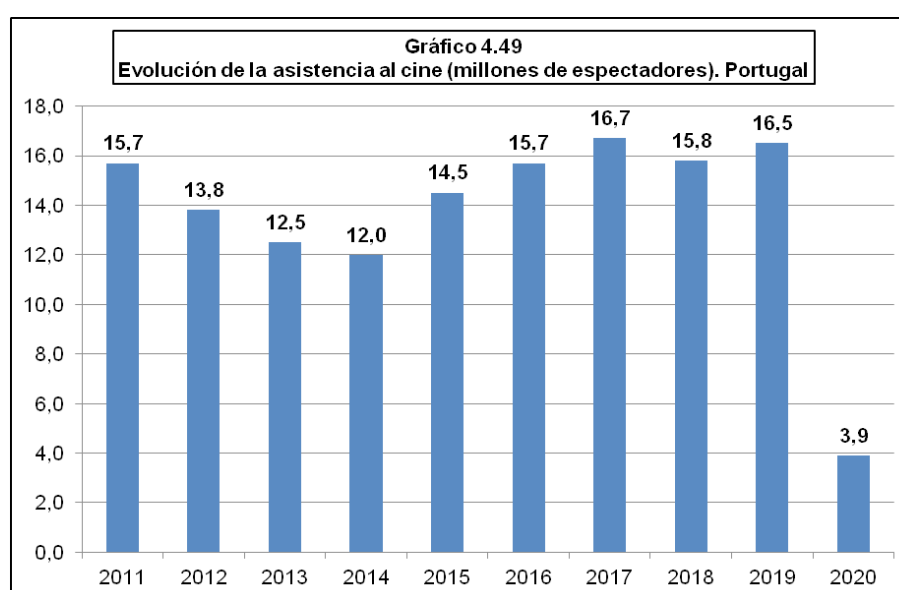
## PORTUGAL

Los datos socio-económicos de la década 2011-2020 en Portugal reflejan que la población del país decreció desde los 10,5 millones de 2011 hasta los 10,2 millones de habitantes en 2020. El PIB-ppa se situó en un intervalo comprendido entre 0,27 y 0,37 billones de dólares. El número de pantallas cinematográficas se incrementó desde las 551 de 2011 hasta las 580 de 2018 y la media por millón de habitantes se movió en un rango comprendido entre 51,9 y 56,4 pantallas (cuadro 4.97).

*Cuadro 4.97*  
*Datos socio-económicos y de equipamiento. Década 2011-2020. Portugal*

Año	Población	PIB-ppa (Bn \$)	Pantallas	Pantallas/millón hab.
2011	10.572.721	0,282	551	52,1
2012	10.542.398	0,278	558	52,9
2013	10.487.289	0,292	544	51,9
2014	10.427.301	0,299	545	52,3
2015	10.374.822	0,307	545	52,5
2016	10.341.330	0,326	549	53,1
2017	10.309.573	0,341	571	55,4
2018	10.291.027	0,358	580	56,4
2019	10.276.617	0,372	580	56,4
2020	10.295.909	0,340	561	54,5

La evolución de la asistencia al cine en Portugal registró su máximo en 2017 con 16,7 millones de espectadores. Los mínimos se produjeron en 2014 con 12 millones y, debido a la pandemia mundial, en 2020, con solo 3,9 millones de espectadores (gráfico 4.49).

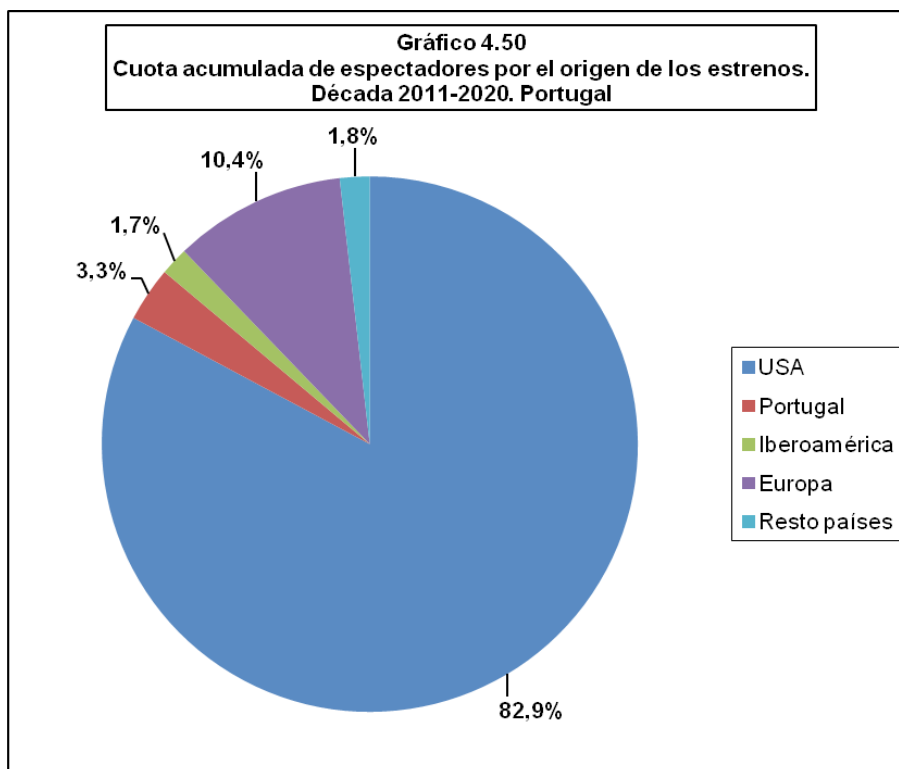


El número total de estrenos cinematográficos comerciales en la década 2011-2020 sumó 3.382 y los estrenos nacionales 306, lo cual supone un 9% sobre el total. La asistencia anual se situó en 1,3 películas por habitante y el coste medio de la entrada al cine en 5,7 dólares (cuadro 4.98).

**Cuadro 4.98**  
*Panorama cinematográfico. Década 2011-2020. Portugal*

Año	Estrenos totales	Estrenos nacionales	Asistencia anual cine	Coste medio entrada (\$)
2011	284	30	1,5	5,1
2012	288	26	1,3	5,3
2013	348	20	1,2	5,2
2014	313	35	1,1	5,2
2015	355	27	1,3	5,7
2016	389	25	1,4	5,7
2017	375	38	1,5	6,1
2018	397	40	1,5	6,3
2019	398	41	1,6	5,9
2020	235	24	0,4	6,0
<b>Total</b>	<b>3.382</b>	<b>306</b>	<b>1,3</b>	<b>5,7</b>

La cuota acumulada de espectadores por el origen de los estrenos del top-100 en la década 2011-2020 refleja el dominio del cine USA, con un 82,9% del mercado, seguido del cine europeo con un 10,4% y del cine portugués con un 3,3%. El cine iberoamericano registra una cuota de mercado del 1,7% (gráfico 4.50).





La actividad cinematográfica confirma unos ingresos acumulados en la década 2011-2020 de 881,2 millones de dólares por la venta de entradas en los cines. La asistencia de espectadores en los diez años analizados se eleva a 137,5 millones, de los que 4,8 millones optaron por el cine nacional. La cuota media de mercado de los estrenos autóctonos se situó en este periodo en el 3,5% (cuadro 4.99).

**Cuadro 4.99**  
*Actividad cinematográfica. Década 2011-2020. Portugal*

Año	Ingresos cine (\$)	Espectadores cine	Espectadores cine nacional	Cuota cine nacional (%)
2011	111.274.649	15.701.649	362.254	2,3
2012	95.090.787	13.810.572	734.264	5,3
2013	90.160.849	12.546.745	431.346	3,4
2014	83.383.529	12.090.667	578.501	4,8
2015	83.264.181	14.566.066	946.082	6,5
2016	92.831.561	15.707.914	348.319	2,3
2017	103.332.545	16.783.818	406.609	2,4
2018	100.473.261	15.871.598	281.775	1,8
2019	97.713.821	16.509.701	635.535	3,8
2020	23.727.592	3.927.672	133.847	3,5
<b>Total</b>	<b>881.252.776</b>	<b>137.516.402</b>	<b>4.858.532</b>	<b>3,5</b>

En la década 2011-2020, el ranking histórico estuvo liderado por las películas de animación *El rey León*, con 1,3 millones de espectadores, y *Los Minions*, con 937.383 espectadores. A continuación, *Fast & Furious 8* y *Joker* también superaron los 900.000 espectadores (cuadro 4.100)

Nueve producciones del top-10 histórico procedieron de Estados Unidos, con tres coproducciones (Canadá, China y Japón). En este ranking figura la película francesa *La jaula dorada* con más de 750.000 espectadores.

**Cuadro 4.100**  
*Ranking de estrenos cinematográficos. Década 2011-2020. Portugal*

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)	Año
1	El Rey León	USA	1.371.393	8.277.814	2019
2	Los Minions	USA	937.383	5.250.019	2015
3	Fast & Furious 8	USA, China, Japón	936.077	6.000.933	2017
4	Joker	USA, Canadá	926.955	5.743.959	2019, 2020
5	Fast & Furious 7	USA, Japón	832.800	4.910.516	2015
6	Vengadores: Endgame	USA	786.283	5.019.953	2019
7	La jaula dorada	Francia	757.594	5.348.855	2013
8	Frozen 2	USA	699.887	3.964.589	2019, 2020
9	Los Increíbles 2	USA	669.485	4.147.273	2018
10	Madagascar 3	USA	632.069	4.927.543	2012

El ranking de estrenos nacionales en Portugal está liderado por *O patio das Cantigas* (Leonel Vieira) con más de 600.000 espectadores (cuadro 4.101). A continuación, superando los 220.000 espectadores, se encuentran *7 pecados rurais* (Nicolau Breynner), *Variações* (Joao Maia), *Balas & Bolinhos: o ultimo capítulo* (Luis Ismael), *Morangos com açúcar, o filme* (Hugo de Sousa).

**Cuadro 4.101**  
**Ranking de estrenos nacionales. Década 2011-2020. Portugal**

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)	Año
1	O patio das Cantigas	Portugal	606.555	3.438.056	2015
2	7 pecados rurais	Portugal	287.144	2.047.357	2013
3	Variações	Portugal	272.583	1.650.170	2019
4	Balas & Bolinhos: o ultimo capítulo	Portugal, Vietnam	256.158	1.715.450	2012
5	Morangos com açúcar, o filme	Portugal	238.200	1.629.023	2012
6	O leao da estrela	Portugal	196.182	1.124.661	2015
7	A Canção de Lisboa	Portugal	187.596	1.045.633	2016
8	Os Maias - Cenas da vida romántica	Portugal	116.715	766.394	2014
9	Virados so Avesso	Portugal	106.736	731.536	2014
10	Os gatos nao tem vertigens	Portugal	93.305	633.863	2014

El ranking de estrenos iberoamericanos en Portugal con más éxito durante la década 2011-2020 estuvo liderado por tres coproducciones entre España y Estados Unidos: *Fast & Furious 6* (426.919 espectadores), *Lo imposible* (223.934 espectadores) y *Medianoche en París* (200.739 espectadores).

Las obras íntegramente iberoamericanas con más éxito son las producciones brasileñas *Nada a perder - Parte 2*, *Nada a perder - Parte 1* y *Tropa de Elite 2*. La primera producción supero los 100.000 espectadores. Completan el top-5, la producción española *Las aventuras de Tadeo Jones* y la coproducción hispano-americana *Metegol* (cuadro 4.102).

**Cuadro 4.102**  
**Ranking de estrenos iberoamericanos. Década 2011-2020. Portugal**

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)	Año
1	Fast & Furious 6	España, USA	426.919	3.039.631	2013
2	Lo imposible	España, USA	223.934	1.524.957	2013
3	Medianoche en París	España, USA	200.739	1.338.002	2011
4	Exodus: Dioses y Reyes	España, UK, USA	132.339	978.618	2014
5	Astérix y Obélix: Al servicio de su Majestad	España, Francia	121.731	913.037	2012

**Ranking de estrenos iberoamericanos (100%). Década 2011-2020. Portugal**

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)	Año
1	Nada a perder - Parte 2	Brasil	113.411	577.400	2019
2	Nada a perder - Parte 1	Brasil	78.938	416.812	2018
3	Metegol	España, Argentina	74.030	449.469	2014
4	Las aventuras de Tadeo Jones	España	59.047	376.086	2013
5	Tropa de Elite 2	Brasil	52.119	342.026	2011



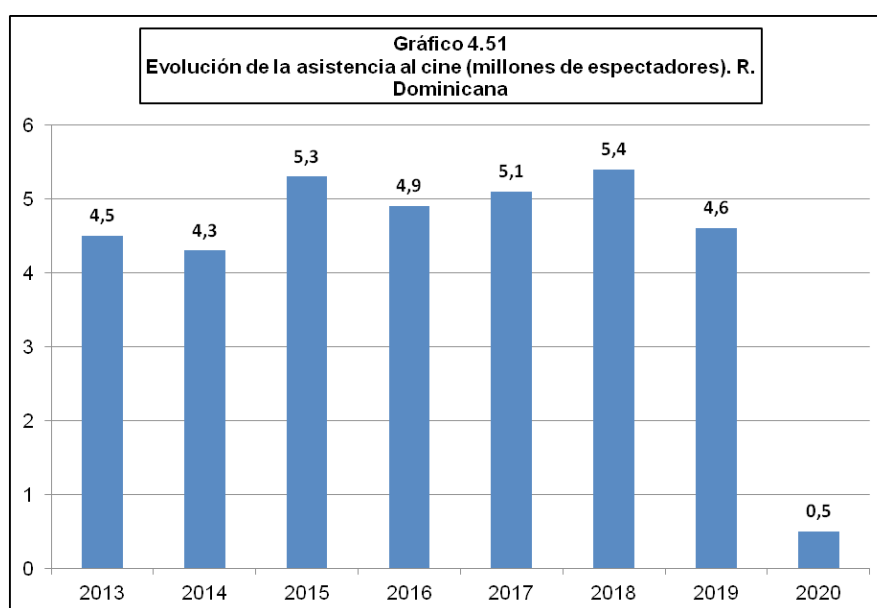
## REPÚBLICA DOMINICANA

Los datos socio-económicos de la década 2011-2020 en República Dominicana reflejan que la población del país creció desde los 9,8 millones de 2011 hasta los 10,7 millones de 2020. El PIB-ppa se situó en un intervalo comprendido entre 0,11 billones de dólares y 0,20 billones de dólares. El número de pantallas cinematográficas se incrementó desde las 180 de 2011 hasta las 201 de 2018 y la media por millón de habitantes se movió en un rango comprendido entre 17,7 y 19,1 pantallas (cuadro 4.103).

*Cuadro 4.103*  
*Datos socio-económicos y de equipamiento. Década 2011-2020. R. Dominicana*

Año	Población	PIB-ppa (Bn \$)	Pantallas	Pantallas/millón hab.
2011	9.813.210	0,116	*	*
2012	9.930.911	0,118	*	*
2013	10.048.224	0,126	*	*
2014	10.165.178	0,136	180	17,7
2015	10.281.680	0,151	182	17,7
2016	10.397.743	0,167	199	19,1
2017	10.513.131	0,175	191	18,2
2018	10.627.165	0,192	201	18,9
2019	10.739.000	0,206	200	18,6
2020	10.793.728	0,196	197	18,3

La evolución de la asistencia al cine en R. Dominicana en el periodo 2013-2020 registró su máximo en 2018 con 5,4 millones de espectadores. Los mínimos se produjeron en 2014 con 4,3 millones y, debido a la pandemia mundial, en 2020, con solo 0,5 millones de espectadores (gráfico 4.51).

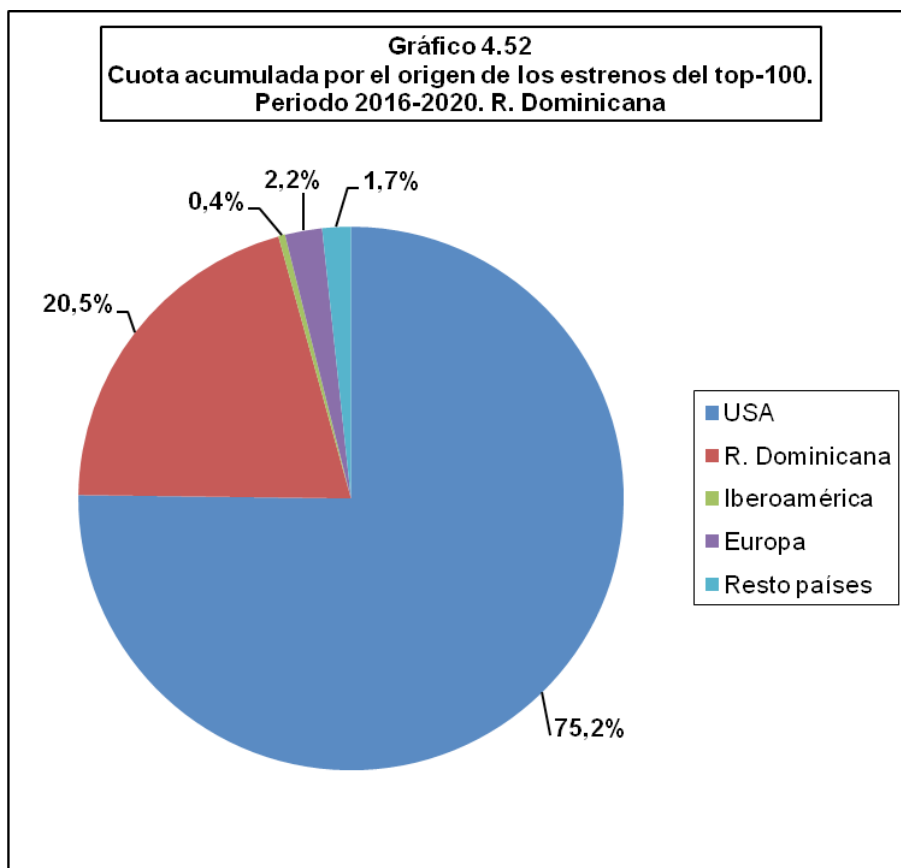


El número total de estrenos cinematográficos comerciales en el periodo 2013-2020 sumó 1.575 y los estrenos nacionales en la década 174, lo cual supone un 11% sobre el total. La asistencia anual se situó en 0,4 películas por habitante y el coste medio de la entrada al cine en 4,4 dólares (cuadro 4.104).

*Cuadro 4.104*  
*Panorama cinematográfico. Década 2011-2020. Dominicana*

Año	Estrenos totales	Estrenos nacionales	Asistencia anual cine	Coste medio entrada (\$)
2011	*	6	*	*
2012	*	8	*	*
2013	189	14	0,4	4,0
2014	206	20	0,4	4,0
2015	218	19	0,5	4,3
2016	208	20	0,5	4,3
2017	220	26	0,5	4,7
2018	256	23	0,5	5,0
2019	192	28	0,4	4,6
2020	86	10	0,1	4,6
<b>Total</b>	<b>1.575</b>	<b>174</b>	<b>0,4</b>	<b>4,4</b>

La cuota acumulada de espectadores por el origen de los estrenos del top-100 en el quinquenio 2016-2020 refleja el dominio del cine USA, con un 75,2% del mercado, seguido del cine dominicano con un 20,5% y del cine europeo con un 2,2%. El cine iberoamericano registra una cuota de mercado del 0,4% (gráfico 4.52).



La actividad cinematográfica confirma unos ingresos acumulados en el periodo 2013-2020 de 149,3 millones de dólares por la venta de entradas en los cines. La asistencia de espectadores en los diez años analizados se eleva a 34,8 millones, de los que casi 10 millones optaron por el cine nacional. La cuota media de mercado de los estrenos autóctonos se situó en este periodo en el 25,5% (cuadro 4.105).

**Cuadro 4.105**  
*Actividad cinematográfica. Década 2011-2020. R. Dominicana*

Año	Ingresos cine (\$)	Espectadores cine	Espectadores cine nacional	Cuota cine nacional (%)
2011	*	*	*	*
2012	*	*	1.097.733	*
2013	18.438.696	4.537.868	1.497.227	32,5
2014	18.085.478	4.338.286	1.406.595	32,4
2015	23.130.536	5.383.216	1.594.975	29,6
2016	21.393.062	4.902.028	1.123.467	22,9
2017	23.108.538	5.116.800	1.037.285	21,0
2018	21.745.551	5.407.901	1.303.901	26,4
2019	21.053.181	4.643.242	892.197	19,2
2020	2.373.013	533.239	46.046	8,6
<b>Total</b>	<b>149.328.056</b>	<b>34.862.580</b>	<b>9.999.426</b>	<b>25,5</b>

En la década 2011-2020, el ranking histórico estuvo liderado por cinco producciones nacionales y cinco americanas. Las obras autóctonas fueron: en primer lugar del cuadro *Lotoman* (Archie López), con más de 673.000 espectadores; en tercer lugar *Tubérculo Gourmet* (Archie López) con casi 540.000; en quinto lugar *Lotoman 2.0* (Archie López) con más de 485.000 espectadores; en séptima posición *Qué León* (Frank Perozo) con casi 425.000 y en novena posición *Vamos de robo* (Roberto Ángel Salcedo) con una audiencia de 369.300 espectadores (cuadro 4.106)

Las producciones estadounidenses se intercalaron entre los estrenos dominicanos y obtuvieron los siguientes resultados: *Vengadores: Endgame* 612.765 espectadores; *Los Increíbles 2* 525.810; *Vengadores: Infinity War* 435.505 espectadores y la séptima y octava película de *Fast & Furious* en octava y décima posición del top-10 histórico, con 398.893 y 361.952 espectadores, respectivamente.

**Cuadro 4.106**  
*Ranking de estrenos cinematográficos. Década 2011-2020. R. Dominicana*

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)	Año
1	Lotoman	R. Dominicana	673.759	1.038.333	2011
2	Vengadores: Endgame	USA	612.765	2.949.166	2019
3	Tubérculo Gourmet	R. Dominicana	538.808	2.182.285	2015
4	Los Increíbles 2	USA	525.810	1.348.983	2018
5	Lotoman 2.0	R. Dominicana	486.628	1.696.085	2012
6	Vengadores: Infinity War	USA	435.505	2.169.116	2018
7	Qué León	R. Dominicana	423.767	2.047.624	2018
8	Fast & Furious 7	USA	398.893	1.705.123	2015
9	Vamos de robo	R. Dominicana	369.300	1.396.252	2014
10	Fast & Furious 8	USA, China, Japón	361.952	1.404.752	2017

El ranking de estrenos nacionales en la República Dominicana refrenda el éxito del género de la *comedia*, compitiendo incluso en popularidad con las películas americanas de Superhéroes, animación o acción. Además, muchas de estas producciones demostraron una gran resistencia en la cartelera. Por ejemplo, *Lotoman* se mantuvo 21 semanas y se convirtió en el estreno más visto en las salas de cine de la República Dominicana en la década 2011-2020 (cuadro 4.107).

Aparte de los estrenos mencionados anteriormente en el ranking histórico, hay que reflejar los buenos datos de las películas autóctonas que las secundan. En este caso, superaron los 300.000 espectadores *Colao* (Frank Perozo) y *Profe por accidente* (Roberto Ángel Salcedo) y rebasaron los 250.000 espectadores *Tubérculo Presidente* (Archie López), *¿Quién manda?* (Ronni Castillo), *Sanky Panky 2* (José Enrique Pintor) y *Los Leones* (Frank Perozo).

**Cuadro 4.107**  
*Ranking de estrenos nacionales. Década 2011-2020. R. Dominicana*

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)	Año
1	Lotoman	R. Dominicana	673.759	1.038.333	2011
2	Tubérculo Gourmet	R. Dominicana	538.808	2.182.285	2015
3	Lotoman 2.0	R. Dominicana	486.628	1.696.085	2012
4	Qué León	R. Dominicana	423.767	2.047.624	2018
5	Vamos de robo	R. Dominicana	369.300	1.396.252	2014
6	Colao	R. Dominicana	341.598	1.509.173	2017
7	Profe por accidente	R. Dominicana	340.698	1.253.885	2013
8	Tubérculo Presidente	R. Dominicana	284.126	1.172.913	2016
9	¿Quién manda?	R. Dominicana	270.269	1.089.511	2013
10	Sanky Panky 2	R. Dominicana	261.080	1.003.632	2013

El ranking de estrenos iberoamericanos en el periodo 2014-2020 estuvo liderado por cuatro películas que superaron los 10.000 espectadores en los cines dominicanos: la producción peruana *Condorito: la película*, la brasileña *Moisés y los diez mandamientos*, la realización portorriqueña *Héctor el Father: conocerás la verdad* (Joel Antonio Colón) y la coproducción hispanoamericana *El parque mágico* (cuadro 4.108).

**Cuadro 4.108**  
*Ranking de estrenos iberoamericanos. Periodo 2014-2020. R. Dominicana*

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)	Año
1	Condorito: la película	Perú	13.798	48.098	2017
2	Moisés y los diez mandamientos	Brasil	11.532	27.705	2017
3	Héctor el Father: conocerás la verdad	Puerto Rico	11.339	47.796	2018
4	El parque mágico	España, USA	10.473	43.374	2019
5	Vico C: la vida de un filósofo	Puerto Rico	8.885	32.818	2017
6	Atrapa la bandera	España	6.950	29.373	2016
7	El cascanueces	Perú	5.301	18.977	2016
8	Dolor y gloria	España	2.684	16.428	2019



## URUGUAY

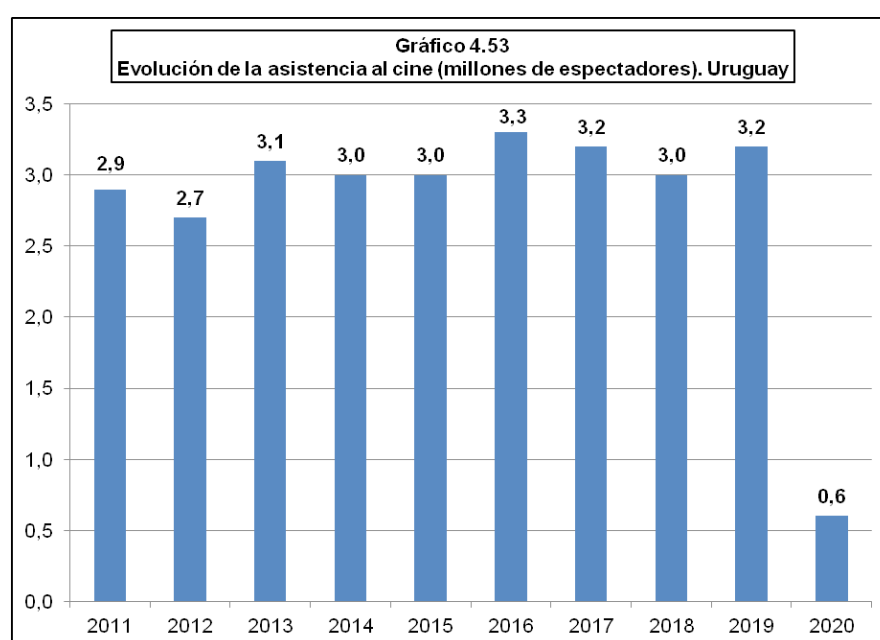
Los datos socio-económicos de la década 2011-2020 en Uruguay reflejan que la población del país creció desde los 3,3 millones de 2011 hasta los 3,5 millones de habitantes de 2020. El PIB-ppa se situó en un intervalo comprendido entre 0,06 y 0,07 billones de dólares. El número de pantallas cinematográficas se incrementó desde las 102 de 2011 hasta las 115 de 2016 y la media por millón de habitantes se movió en un rango comprendido entre 30 y 33,2 pantallas (cuadro 4.109).

*Cuadro 4.109*

*Datos socio-económicos y de equipamiento. Década 2011-2020. Uruguay*

Año	Población	PIB-ppa (Bn \$)	Pantallas	Pantallas/millón hab.
2011	3.396.706	0,060	102	30,0
2012	3.412.636	0,061	107	31,4
2013	3.426.466	0,065	107	31,2
2014	3.440.157	0,068	107	31,1
2015	3.453.691	0,069	109	31,6
2016	3.467.054	0,071	115	33,2
2017	3.480.222	0,073	112	32,2
2018	3.493.205	0,076	105	30,1
2019	3.505.985	0,078	105	29,9
2020	3.518.552	0,075	105	29,8

La evolución de la asistencia al cine en Uruguay registró su máximo en 2016 con 3,3 millones de espectadores. Los mínimos se produjeron en 2012 con 2,7 millones y, debido a la pandemia mundial, en 2020, con solo 0,6 millones de espectadores (gráfico 4.53).

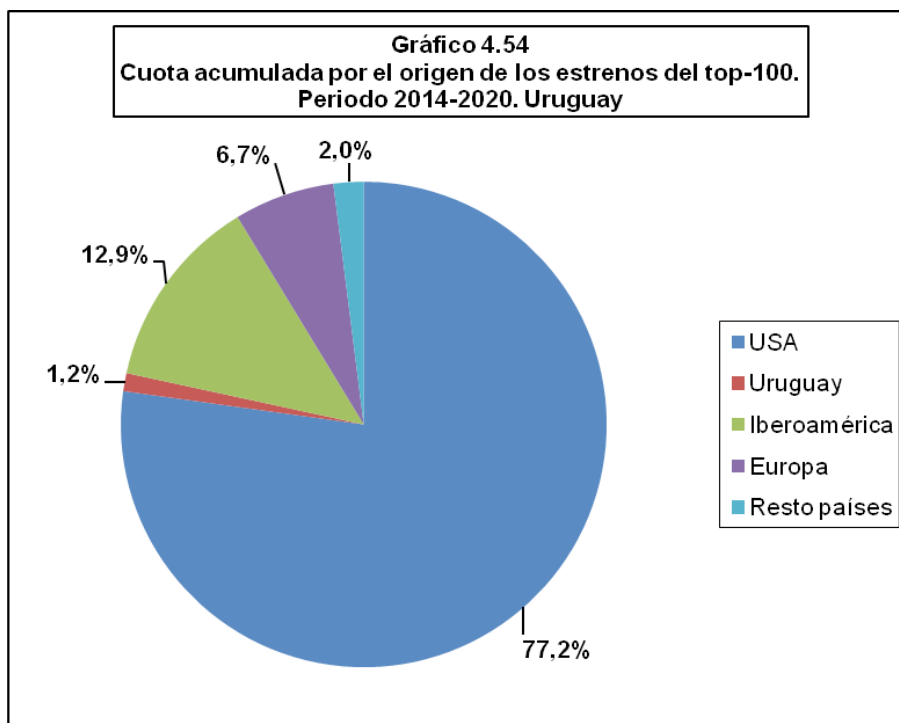


El número total de estrenos cinematográficos comerciales en la década 2011-2020 sumó 2.002 y los estrenos nacionales 142, lo cual supone un 7,1% sobre el total. La asistencia anual se situó en 0,9 películas por habitante y el coste medio de la entrada al cine en 5,9 dólares (cuadro 4.110).

**Cuadro 4.110**  
*Panorama cinematográfico. Década 2011-2020. Uruguay*

Año	Estrenos totales	Estrenos nacionales	Asistencia anual cine	Coste medio entrada (\$)
2011	204	19	0,9	5,9
2012	214	15	0,8	6,5
2013	206	11	1,0	6,0
2014	209	19	1,0	5,5
2015	188	11	0,9	5,9
2016	234	12	1,0	5,4
2017	211	14	0,9	6,3
2018	232	20	0,9	6,2
2019	208	17	0,9	5,7
2020	96	4	0,2	5,5
<b>Total</b>	<b>2.002</b>	<b>142</b>	<b>0,9</b>	<b>5,9</b>

La cuota acumulada de espectadores por el origen de los estrenos del top-100 en la década 2011-2020 refleja el dominio del cine USA, con un 77,2% del mercado, seguido del cine iberoamericano con un 12,9% y del cine europeo con un 6,7%. El cine uruguayo registra una cuota de mercado del 1,2% (gráfico 4.54).



La actividad cinematográfica confirma unos ingresos acumulados en la década 2011-2020 de 167,3 millones de dólares por la venta de entradas en los cines. La asistencia de espectadores en los

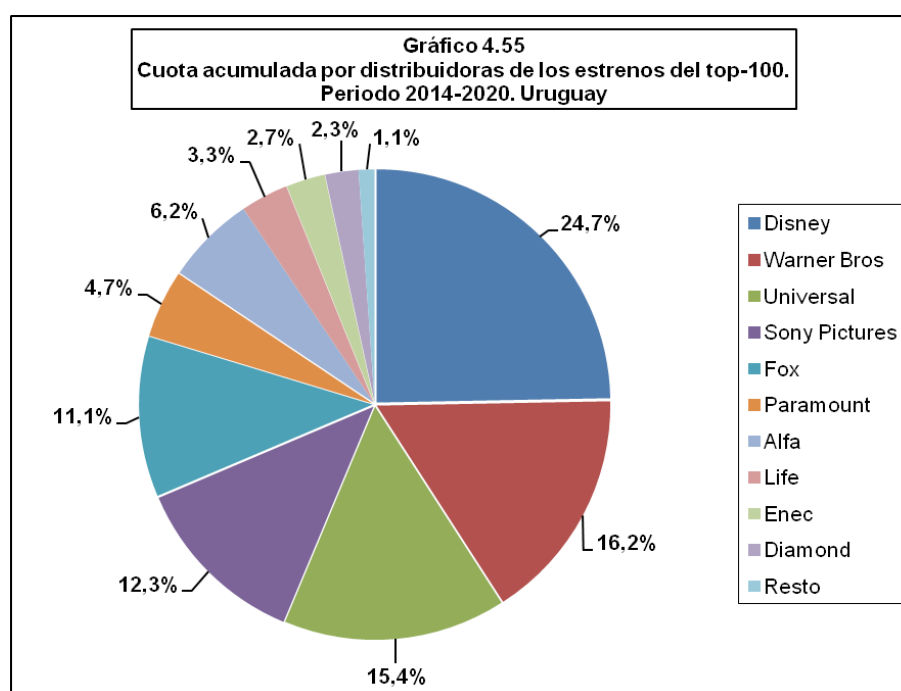


diez años analizados se eleva a 28,2 millones, de los que casi 677.000 optaron por el cine nacional. La cuota media de mercado de los estrenos autóctonos se situó en este periodo en el 2,4% (cuadro 4.111).

**Cuadro 4.111**  
*Actividad cinematográfica. Década 2011-2020. Uruguay*

Año	Ingresos cine (\$)	Espectadores cine	Espectadores cine nacional	Cuota cine nacional (%)
2011	17.020.170	2.900.000	167.422	5,8
2012	17.731.536	2.700.207	73.020	2,7
2013	18.500.000	3.100.000	75.499	2,4
2014	17.039.040	3.098.007	71.856	2,3
2015	17.937.367	3.004.071	35.847	1,2
2016	18.047.511	3.326.668	46.902	1,4
2017	20.453.611	3.285.600	91.568	2,8
2018	18.770.526	3.051.393	82.337	2,7
2019	18.409.003	3.221.916	26.678	0,8
2020	3.396.852	607.915	5.845	0,9
<b>Total</b>	<b>167.305.615</b>	<b>28.295.777</b>	<b>676.974</b>	<b>2,4</b>

Las distribuidoras americanas en la década 2011-2020 representan una cuota conjunta en el top-100 del 84,4% del total de espectadores y las independientes el 15,6% restante (gráfico 4.55). Los Estudios con más cuota de mercado son Disney (24,7%), Warner (16,2%) y Universal (15,4%). Entre las independientes destaca Alfa (6,2%).



En la década 2011-2020, el ranking histórico en Uruguay estuvo liderado por las películas de animación: *Toy Story 4* (323.334 espectadores), *Los Minions* (291.985), *Gru 3: mi villano favorito* (266.478 espectadores), *La edad de Hielo 4* (260.429 espectadores), *Los Increíbles 2* (225.959) y *El rey León* (210.082 espectadores)

Las dos únicas producciones de ficción que ocuparon un puesto en el top-10 histórico fueron *Vengadores: Endgame* y *Fast & Furious 7*, ambas con más de 200.000 espectadores en las salas de cine uruguayas (cuadro 4.112)

*Cuadro 4.112*

*Ranking de estrenos cinematográficos. Década 2011-2020. Uruguay*

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)	Año
1	Toy Story 4	USA	323.334	1.766.832	2019
2	Los Minions	USA	291.985	1.755.551	2015
3	Gru 3: Mi villano favorito	USA	266.478	1.626.241	2017
4	La Edad de Hielo 4	USA	260.429	1.692.791	2012
5	Los Increíbles 2	USA	225.959	1.337.632	2018
6	Vengadores: Endgame	USA	222.176	1.516.908	2019
7	El rey León	USA	210.082	1.210.261	2019
8	Fast & Furious 7	USA	205.011	1.380.870	2015
9	La Edad de Hielo 5	USA	193.875	1.064.779	2016
10	Madagascar 3	USA	190.978	1.241.360	2012

El ranking histórico de estrenos nacionales está liderado por la obra *La noche de 12 años* (Álvaro Brechner) con más de 57.000 espectadores seguida de *Artigas, La Redota* (César Charlone) y *Mi Mundial* (Sebastián Bednarik, Carlos Morelli y Pedro Luque) superando los 40.000 espectadores. En el cuadro hay que señalar la presencia de siete coproducciones y entre los países coproducciones se encuentran Argentina, Brasil, Chile, Colombia y España (cuadro 4.113).

*Cuadro 4.113*

*Ranking de estrenos nacionales. Década 2011-2020. Uruguay*

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)	Año
1	La noche de 12 años	Uruguay, Argentina, España	57.302	67.731	2018
2	Artigas, La Redota	Uruguay, Brasil, España	45.013	265.577	2011
3	Mi Mundial	Uruguay, Argentina, Brasil	41.632	245.411	2017
4	Anina	Uruguay, Colombia	25.491	152.946	2013
5	Wilson	Uruguay	24.585	129.085	2017
6	Maracaná	Uruguay	22.500	128.027	2014
7	Reus	Uruguay, Brasil	21.000	123.900	2011
8	Selkirk	Uruguay, Argentina, Chile	20.335	132.178	2012
9	Relocos y repasados	Uruguay, Brasil	17.087	102.631	2013
10	3 millones	Uruguay	17.000	100.300	2011

El ranking de estrenos iberoamericanos con más éxito durante la década 2011-2020 en Uruguay estuvo liderado por producciones íntegramente iberoamericanas, en su totalidad realizadas por productoras argentinas y de las que cuatro se produjeron junto con España (cuadro 4.114).

Los estrenos que superaron la barrera de los 100.000 espectadores en las salas uruguayas fueron: *Relatos salvajes* (Damián Szifron), *Me casé con un boludo* (Juan Taratuto), *La odisea de los Giles* (Sebastián Borensztein), *Re loca* (Martino Zaidelis), *El robo del siglo* (Ariel Winograd) y *El Clan* (Pablo Trapero).

*Cuadro 4.114**Ranking de estrenos iberoamericanos. Década 2011-2020. Uruguay*

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)	Año
1	Relatos salvajes	Argentina, España	141.237	776.803	2014
2	Me casé con un boludo	Argentina	129.272	593.401	2016
3	La odisea de los Giles	España, Argentina	115.310	590.449	2019
4	Re loca	Argentina	109.333	615.353	2018
5	El robo del siglo	Argentina	103.999	562.967	2020
6	El Clan	Argentina, España	100.188	479.040	2015
7	Sos mi pasión	Argentina	97.422	541.345	2017
8	Gilda, no me arrepiento de este amor	Argentina	94.272	502.666	2016
9	Mamá se fue de viaje	Argentina	78.873	423.452	2017
10	Mi obra maestra	España, Argentina	56.401	316.516	2018



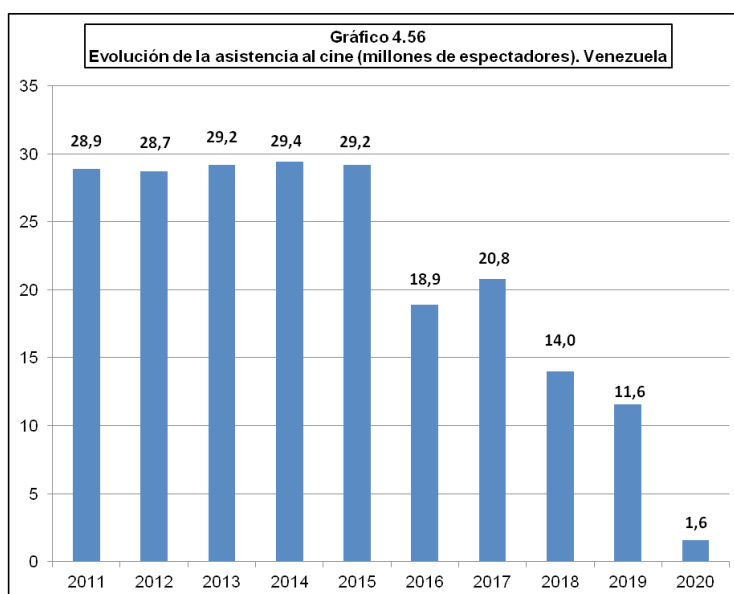
## VENEZUELA

Los datos socio-económicos de la década 2011-2020 en Venezuela reflejan que la población alcanzó un máximo de 30 millones en 2015 y se redujo hasta 28,4 millones de habitantes en 2020. El PIB-ppa se situó en un intervalo comprendido entre 0,18 y 0,56 billones de dólares. El número de pantallas cinematográficas llegó a sumar 470 en 2016 y reduciéndose progresivamente hasta las 379 en 2020. El número de habitantes por salas de cine se movió en un rango comprendido entre 12,8 y 15,7 (cuadro 4.115).

**Cuadro 4.115**  
*Datos socio-económicos y de equipamiento. Década 2011-2020. Venezuela*

Año	Población	PIB-ppa (Bn \$)	Pantallas	Pantallas/millón hab.
2011	28.888.369	0,506	370	12,8
2012	29.362.449	0,545	376	12,8
2013	29.783.571	0,562	435	14,6
2014	30.045.134	0,551	461	15,3
2015	30.081.829	0,521	468	15,6
2016	29.846.179	0,436	470	15,7
2017	29.390.409	0,375	447	15,2
2018	28.870.195	0,308	428	14,8
2019	28.515.829	0,204	399	14,0
2020	28.436.000	0,185	379	13,3

La evolución de la asistencia al cine en Venezuela registró sus máximos entre 2013 y 2015 con más de 29 millones de espectadores. Los mínimos tuvieron lugar a partir de 2016 y de forma más marcada en 2018 con 14 millones de espectadores, 2019 con 11,6 millones y, debido a la pandemia mundial, en 2020, con solo 1,6 millones de espectadores (gráfico 4.56).

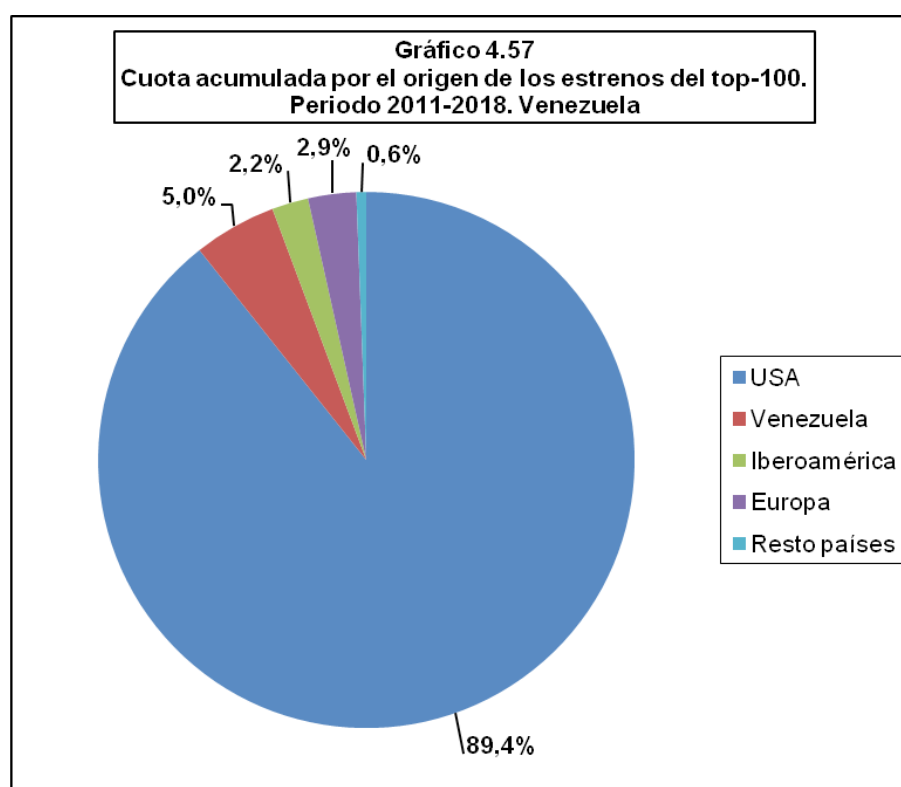


El número total de estrenos cinematográficos comerciales en la década 2011-2020 sumó 1.311 aunque no se tienen los datos de 2019 y 2020. Los estrenos nacionales fueron 181, lo cual supone un 13% aproximadamente sobre el total. La asistencia anual se situó en 0,7 películas por habitante (cuadro 4.116).

**Cuadro 4.116**  
*Panorama cinematográfico. Década 2011-2020. Venezuela*

Año	Estrenos totales	Estrenos nacionales	Asistencia anual cine
2011	152	12	1,0
2012	166	15	1,0
2013	172	21	0,9
2014	174	25	1,0
2015	188	29	0,9
2016	267	26	0,6
2017	116	16	0,6
2018	76	21	0,5
2019	*	12	0,4
2020	*	4	0,1
<b>Total</b>	<b>1.311</b>	<b>181</b>	<b>0,7</b>

La cuota acumulada de espectadores por el origen de los estrenos del top-100 en el periodo 2011-2018 refleja el dominio del cine USA, con un 89,4% del mercado, seguido del cine venezolano con el 5% y del europeo con un 2,9%. El cine iberoamericano registra una cuota de mercado del 2,2% (gráfico 4.57).

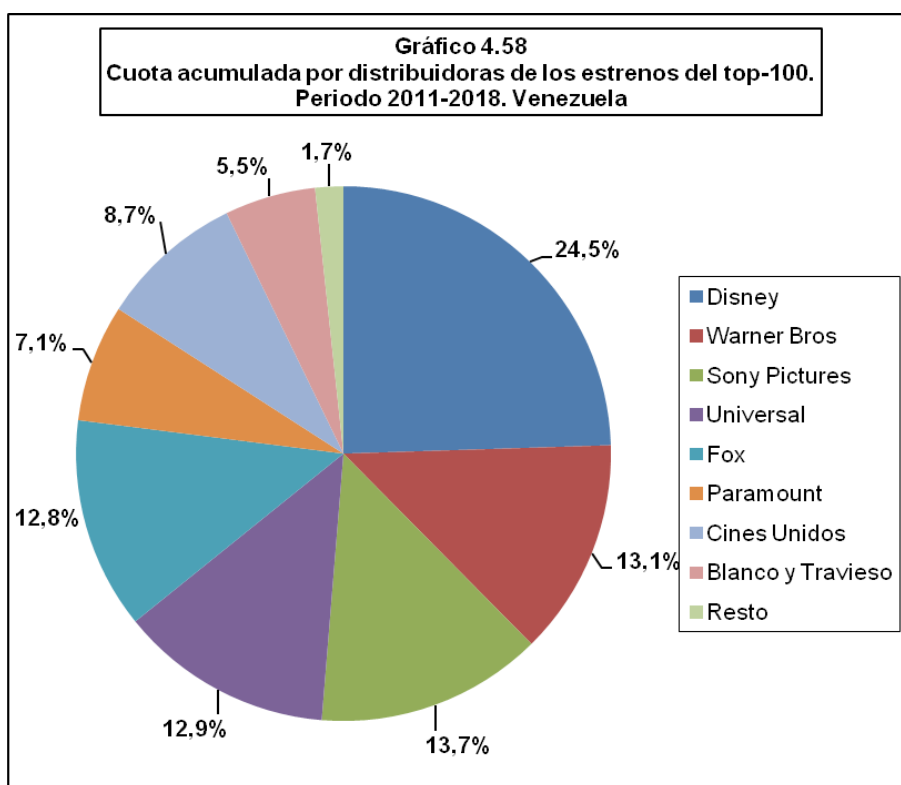


La actividad cinematográfica confirma una asistencia de espectadores en los diez años analizados de 212,8 millones, de los que 12,3 millones optaron por el cine nacional, si bien en este caso no se dispone de los datos de 2019 y 2020. La cuota media de mercado de los estrenos autóctonos se situó en este periodo en el 6,2% (cuadro 4.117).

**Cuadro 4.117**  
*Actividad cinematográfica. Década 2011-2020. Venezuela*

Año	Espectadores cine	Espectadores cine nacional	Cuota cine nacional (%)
2011	28.910.313	1.323.405	4,6
2012	28.742.658	1.955.560	6,8
2013	29.265.604	1.892.533	6,5
2014	29.481.692	4.577.680	15,5
2015	29.244.978	1.061.409	3,7
2016	18.958.701	429.773	2,3
2017	20.883.399	506.222	2,4
2018	14.021.046	621.548	4,4
2019	11.694.520	*	*
2020	1.600.000	*	*
<b>Total</b>	<b>212.802.911</b>	<b>12.368.130</b>	<b>6,2</b>

Las distribuidoras americanas en periodo 2011-2018 representan una cuota conjunta en el top-100 del 84,1% del total de espectadores y las independientes el 15,9% restante (gráfico 4.58). Los *Estudios* con más cuota de mercado son Disney (24,5%), Warner (13,1%) y Sony Pictures (13,7%). Entre las independientes destacan Cines Unidos (8,7%) y Blanco y Travieso (5,5%).



En la década 2011-2020, el ranking histórico en Venezuela, al contrario que en el resto de países los títulos con más éxitos se concentraron en la primera parte de la década debido a la disminución significativa de espectadores a partir de 2016 por la crisis económica y culminada por la pandemia provocada por el coronavirus en 2020 (cuadro 4.118)

Las diez producciones del ranking histórico procedieron de Estados Unidos. La única película que superó los 2 millones de espectadores fue *Maléfica* seguida de *Del revés* con 1,8 millones y *La Edad de Hielo 4* y *Los Minions* con 1,7 millones cada una.

**Cuadro 4.118**  
**Ranking de estrenos cinematográficos. Década 2011-2020. Venezuela**

Nº	Título	Origen	Espectadores	Año
1	Maléfica	USA, UK	2.025.182	2014
2	Del revés (Inside out)	USA	1.855.737	2015
3	La Edad de Hielo 4	USA	1.783.985	2012
4	Los Minions	USA	1.701.254	2015
5	Los Vengadores	USA	1.604.236	2012
6	Madagascar 3	USA	1.602.088	2012
7	Fast & Furious 7	USA	1.552.404	2015
8	Rio 2	USA	1.487.538	2014
9	Gru, mi villano favorito 2	USA	1.454.235	2013
10	Vengadores: la Era de Ultrón	USA	1.363.440	2015

El ranking de estrenos nacionales está liderado por la coproducción con España *Libertador* (Alberto Arévalo), con más de 700.000 espectadores (cuadro 4.119). Superando la barrera de los 670.000 espectadores se sitúa *Er Conde Jones* (Benjamín Rausseo), con casi 600.000 espectadores *La casa del fin de los tiempos* (Alejandro Hidalgo), y con más de 500.000 espectadores *Papita, Maní, Tostón 2* (Luis Carlos Hueck).

En este top-10 de cine nacional hay otras dos coproducciones, aparte de *Libertador*. Una realizada con España, dirigida por Miguel Ferrari (*Azul y no tan rosa*) y otra con Argentina y Perú, dirigida por Mariana Rondón y ganadora de la Concha de Oro del Festival de San Sebastián (*Pelo malo*).

**Cuadro 4.119**  
**Ranking de estrenos nacionales. Periodo 2011-2018. Venezuela**

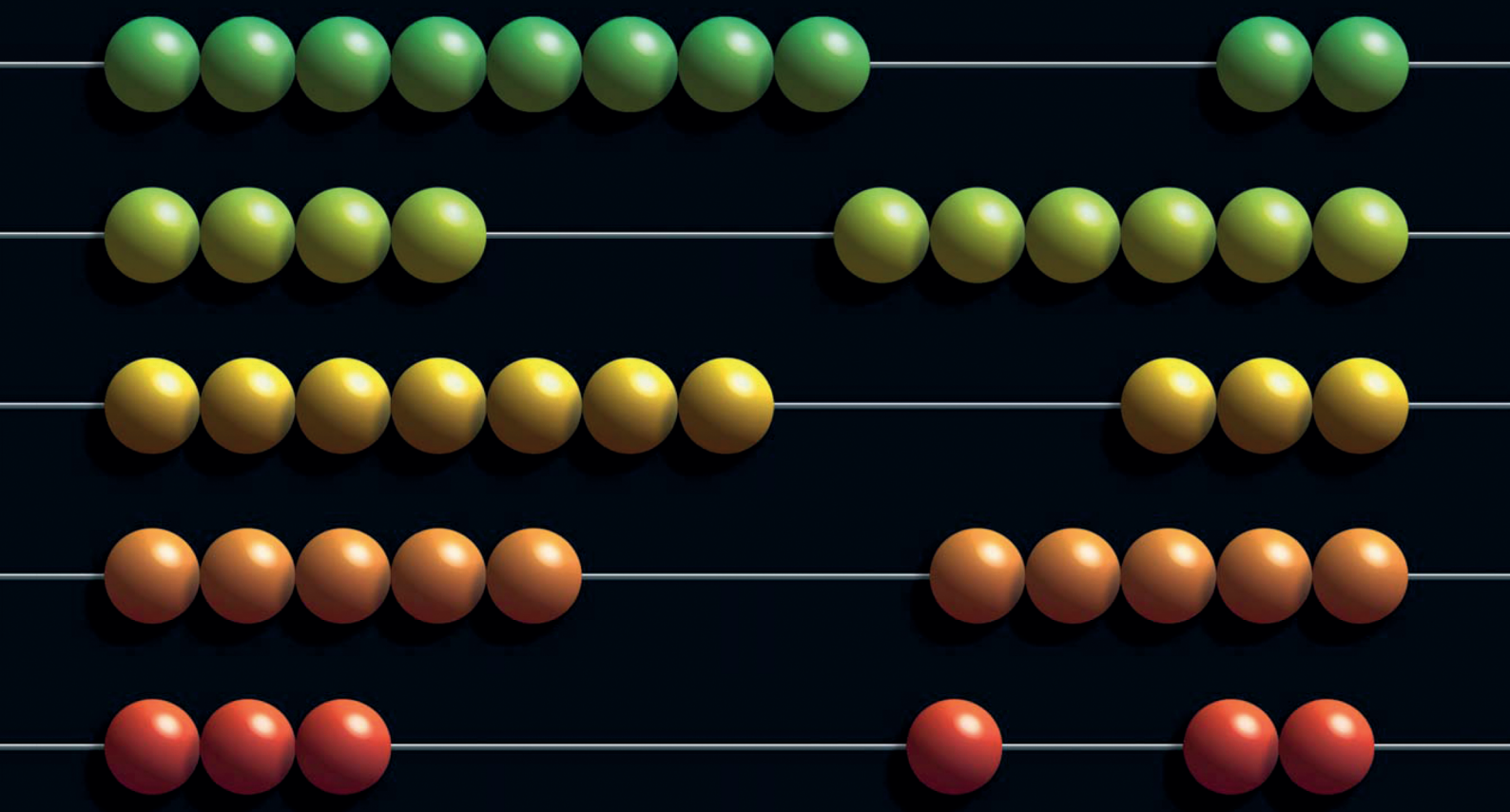
Nº	Título	Origen	Espectadores	Año
1	Libertador	España, Venezuela	704.639	2014
2	Er Conde Jones	Venezuela	671.334	2011
3	La casa del fin de los tiempos	Venezuela	591.520	2013
4	Papita, Maní, Tostón 2	Venezuela	510.123	2018
5	Er conde suelto in Hollywood	Venezuela	385.459	2014
6	Azul y no tan rosa	Venezuela, España	371.270	2012
7	Papita 2da Base	Venezuela	337.565	2017
8	Er Conde Bond	Venezuela	322.274	2012
9	El malquerido	Venezuela	317.059	2014
10	Pelo malo	Argentina, Perú, Venezuela	239.067	2015

El ranking de estrenos iberoamericanos con más éxito durante la década 2011-2018 en Venezuela estuvo liderado por la coproducción entre España y Estados Unidos *Fast & Furious 6* con más de 1,1 millón de espectadores, seguida de la producción colombiana *El cartel de los sapos* (Carlos Moreno) con más de 350.000 espectadores (cuadro 4.120).

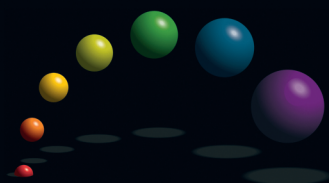
Las obras íntegramente iberoamericanas con más éxito en Venezuela, aparte del estreno colombiano ya citado, son la coproducción hispano-argentina *Metegol* y la mexicana *No se aceptan devoluciones*, con más de 100.000 espectadores cada una. Cierran este top-5 otras dos producciones españolas de terror: *XP 3D* (Sergi Vizcaíno) y *El Anticristo* (Manuel Carballo).

<i>Cuadro 4.120</i>				
<i>Ranking de estrenos iberoamericanos. Periodo 2011-2018. Venezuela</i>				
<b>Nº</b>	<b>Título</b>	<b>Origen</b>	<b>Espectadores</b>	<b>Año</b>
1	Fast & Furious 6	España, USA	1.172.640	2013
2	El cartel de los sapos	Colombia	351.504	2012
3	Exodus: Dioses y Reyes	España, USA, UK	290.476	2015
4	Lo Imposible	España, USA	231.556	2012
5	Tomorrowland	España, USA	189.421	2015
<i>Ranking de estrenos iberoamericanos (100%). Periodo 2011-2020. Venezuela</i>				
<b>Nº</b>	<b>Título</b>	<b>Origen</b>	<b>Espectadores</b>	<b>Año</b>
1	El cartel de los sapos	Colombia	351.504	2012
2	Metegol	Argentina, España	146.986	2014
3	No se aceptan devoluciones	México	115.152	2014
4	XP 3D	España	90.804	2013
5	El Anticristo	España	83.500	2012





# Una sociedad de servicios



**egeda**

Entidad de Gestión de Derechos  
de los Productores Audiovisuales



The background is a solid brown color. On the left side, there are dark brown silhouettes of the continents of North and South America. The text is centered in the upper half of the page.

LA GESTIÓN COLECTIVA OBLIGATORIA.  
ALTERNATIVA PARA LA OBSERVANCIA EFECTIVA  
DEL DERECHO PATRIMONIAL DE AUTOR



# LA GESTIÓN COLECTIVA OBLIGATORIA. ALTERNATIVA PARA LA OBSERVANCIA EFECTIVA DEL DERECHO PATRIMONIAL DE AUTOR

Por Antonio J. D'Jesus P.

## Prolegómenos

· La relevancia de la protección del derecho de autor en Iberoamérica se sustenta en que por los menos 21 países garantizan su protección constitucional; solo Cuba y Puerto Rico regulan su protección a partir de un régimen legal especial.

· Peter Drahos<sup>1</sup>, considera que el motor de la constitucionalización del derecho de autor en el mundo lo constituye la Declaración Universal de Derechos Humanos que, a pesar de asumir carácter obligatorio en el Acta final de la Conferencia Internacional sobre Derechos Humanos celebrada en Teherán en 1968, su altísimo valor moral ya era evidente desde su declaración por la Organización de las Naciones Unidas el 10 de diciembre de 1948.

· La Declaración Americana de Derecho y Deberes del Hombre (Bogotá, 1948), en su artículo XIII y la Declaración Universal de los Derechos del Hombre (París, 1948), en su artículo 27, incluyen el derecho de acceso a la cultura y el derecho de autor en forma aunada y no subordinada; Albert Verdoot<sup>2</sup> enseña que, los autores de la Declaración Universal incluyeron ambos derechos en una sola norma porque consideraron que ambos eran convergentes, coadyuvantes, no contrapuestos y recíprocamente incompatibles.

· Es rescatable la influencia del Sistema Interamericano en el proceso de constitucionalización y regulación interna del derecho de autor, particularmente el Tratado de Montevideo sobre propiedad literaria y artística (1889), la Convención de Buenos Aires (1910) y la Convención de

---

1 DRAHOS, Peter. *The Universality of Intellectual Property Rights: origins and development*". "Intellectual Property and Human Rights. A panel discussion to commemorate the 50th anniversary of the Universal Declaration of Human Rights. Geneva, November 9, 1998, organized by WIPO/OMPI in collaboration with the Office of the United Nations High Commissioner for Human Rights. Págs. 13-41.

2 VERDOOT, Albert. *Declaración Universal de los Derechos del Hombre. Nacimiento y Significación*. Ediciones Biblioteca Mensajero, Madrid, 1970, p. 45.

Washington (1946), conformando un sistema de protección alternativo al propuesto por Europa con la Convención de Berna (1886) complementado con la Convención Universal sobre Derecho de Autor (1952), administrada por la UNESCO, durante la transición legislativa de los países latinoamericanos para cumplir con los estándares mínimos de protección exigidos por Berna, allanando el camino con normas flexibles que permitieron avanzar en el proceso de hacerse parte de la propuesta europea, proceso alcanzado hoy por la mayoría de los países latinoamericanos.

- La revisión de Roma (1928) del Convenio de Berna introduce las licencias obligatorias (aparte 2 del artículo 11 bis y artículo 13.1)<sup>3</sup> y en la revisión de Bruselas (1948) se amplía el concepto de comunicación pública de obras radiodifundidas y se establece que los Estados miembros pueden determinar las condiciones en la que se puede ejercer determinados derechos exclusivos de autor. La revisión de París (1971) alude a la gestión de estos derechos, afirmando que «la protección se ejercerá en interés del autor y de sus derechohabientes» (artículo 2.6).

- Finalmente, y para cerrar esta sintética línea histórica, en 1994 la Organización Mundial del Comercio establece el Acuerdo sobre los Aspectos de la Propiedad Intelectual relacionadas con el Comercio, Acuerdo ADPIC o TRIPS, obligándose los países miembros de la OMC<sup>4</sup>, aunque no sean parte del Convenio de Berna, a observar los artículos del 1 a 21 del mismo, así como su apéndice. Una disposición similar figura en el nuevo Tratado de la OMPI sobre Derecho de Autor (1996).

- Todos los países iberoamericanos protegen y articulan el sistema de protección del derecho de autor a través de un marco legislativo nacional, internacional y, en algunos casos, comunitario. Nada falta en el orden nacional e internacional en Iberoamérica para considerar protegidos los derechos de los autores y los derechos conexos o afines, así como a los titulares que le asisten tales derechos de forma derivada.

- La existencia de un marco jurídico que brinda protección suficiente al derecho de autor y que reconoce la institución de la gestión colectiva como herramienta imprescindible para hacer efectivo el derecho sustantivo de autor, frente a las denuncias de usuarios que desde el punto de vista de la competencia lo consideran desfavorable, amerita el estudio del sistema y establecer los elementos que favorecen su aplicación y desarrollo, en este sentido nos aproximamos a partir de este artículo a una revisión del tema de la gestión individual y colectiva para aproximarnos a los retos que esta representa.

### **La gestión individual y la gestión colectiva (voluntaria y obligatoria) del derecho de autor**

- El contenido del derecho de autor, conforme al sistema latino-continental, comprende facultades de orden moral y patrimonial.

- El derecho de autor otorga reconocimiento a los autores y permite que obtengan una retribución económica por la explotación de sus obras.

- La retribución económica forma parte de la esfera del derecho patrimonial de autor que comprende derechos exclusivos (comunicación pública, distribución, reproducción, puesta a disposición) o de remuneración (v. gr. derecho de participación y derecho de compensación equitativa).

- Al titular del derecho patrimonial exclusivo le asiste la facultad de autorizar el uso de su obra protegida, lo que, en su vertiente negativa se traduce en la posibilidad de prohibir tales

3 Guía del Convenio de Berna para la Protección de la Obras Literarias y Artísticas (Acta de París, 1971) (wipo.int) [https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/es/copyright/615/wipo\\_pub\\_615.pdf](https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/es/copyright/615/wipo_pub_615.pdf)

4 Constituida por 164 países, incluyendo a todos los que conforman Iberoamérica [https://www.wto.org/spanish/thewto\\_s/whatis\\_s/tif\\_s/org6\\_s.htm](https://www.wto.org/spanish/thewto_s/whatis_s/tif_s/org6_s.htm)

utilizaciones. En estos casos, el objeto de la gestión colectiva es un auténtico *ius prohibendi* si el usuario no consigue obtener la autorización y honrar la remuneración económica<sup>5</sup>.

· Al titular del derecho de patrimonial de remuneración, no le asiste un derecho exclusivo de autorizar el uso de su obra protegida, pero sí el derecho irrenunciable a recibir una remuneración por su uso de parte del usuario.

· La obtención de autorizaciones para el uso de múltiples obras que conforman un repertorio representa el objetivo principal del desarrollo de determinadas actividades económicas y con la finalidad de lograr un efectivo ejercicio del derecho patrimonial de autor, el legislador ha favorecido al titular, en ciertos casos, o establecido como obligatoria, en otros, la gestión colectiva de derechos de autor.

· La gestión individual y colectiva del derecho de autor hace referencia al ejercicio del derecho patrimonial por parte de los titulares, lo que esencialmente se refiere al otorgamiento del usuario, en nombre de los titulares del derecho, de la autorización correspondiente mediante licencia y a la recaudación de los pagos conforme a la tarifa.

· La gestión individual consiste en la administración y el ejercicio de las facultades patrimoniales de forma directa por el titular del derecho de autor.

· La gestión colectiva se refiere al ejercicio del derecho patrimonial de autor, pero ya no por el propio titular, sino a través de una persona jurídica que actúa conforme a su reglamentación estatutaria por cuenta de varios titulares de derechos, ya sea porque estos la comisionan de forma voluntaria o porque la ley lo establece de forma obligatoria.

· La gestión colectiva obligatoria es una opción a la gestión individual cuando esta no resulta posible. Este tipo de gestión es determinada por ley cuando los derechos patrimoniales de autor no sean gestionados o sean imposible de gestionar de forma individual.

· La gestión colectiva obligatoria no trata sobre el desconocimiento del derecho exclusivo de autor de decidir cómo administrar el derecho de explotación que le asiste o desconocer su derecho de exclusiva, sino de una herramienta legal imprescindible para la observancia efectiva del derecho de autor cuando no es posible su gestión individual.

· Las entidades de gestión obligatoria administran derechos patrimoniales, exclusivos o de remuneración, de todos los titulares de obras protegidas en la modalidad de explotación que establezca la ley, sean o no socios de la entidad de gestión colectiva.

### **Consideraciones que justifican las entidades de gestión colectiva (voluntaria y obligatoria) del derecho de autor**

· El fomento de la cultura pasa por la posibilidad de que la obra pueda ser difundida con la autorización del titular del derecho de autor en todas las formas o ventanas existentes en el mercado. Cada forma de explotación es necesaria y garantiza, por lo menos, bajo la observancia del derecho de autor: la difusión de la obra, la valoración de la obra por la crítica, la remuneración económica del titular del derecho de autor y el derecho de acceso a la cultura.

<sup>5</sup> La ley 17.336 sobre Propiedad Intelectual de Chile establece en el artículo 21, segundo inciso, que "En ningún caso las autorizaciones otorgadas por dichas entidades de gestión colectiva podrán limitar la facultad de los titulares de derechos de administrar sus obras en forma individual respecto de utilizaciones singulares de ellos", desprendiéndose que el derecho de decidir sobre la autorización siempre estará en cabeza del titular del derecho, siendo así, algunas modalidades de explotación que no se gestionen bajo el manto de la gestión individual propia o por mandato, gestión colectiva voluntaria, deja en puertas la gestión colectiva obligatoria como herramienta para hacer efectivo el derecho de autor. Una regulación similar presenta el artículo 24 de la Ley 17.616 del Uruguay.

· El verdadero peligro para las culturas nacionales es que la falta de hábito de los usuarios de respetar los derechos de los titulares de derecho de autor, desaliente la creación y haga casi imposible la constitución de entidades de gestión colectiva de derechos de autor por falta de un repertorio nacional<sup>6</sup>.

· La opción de una gestión colectiva voluntaria, promocionada por los propios titulares del derecho patrimonial de autor, responde a la vieja aspiración de los creadores de considerar como parte de su derecho exclusivo, el poder administrar su propio derecho de autor o confiarlo voluntariamente a una entidad de gestión colectiva que los represente.

· Sobre la asociación voluntaria el artículo 44 de la Decisión Andina 351 de la Comisión del Acuerdo de Cartagena, establece que “La asociación de los titulares de derechos a una sociedad de gestión colectiva de derechos de autor o de derechos conexos, será voluntaria, salvo disposición expresa en contrario de la legislación interna de los países miembros”, de manera que la norma andina prevé la posibilidad que en las leyes nacionales de los países miembros se pueda establecer la asociación obligatoria de titulares de derechos patrimoniales de autor en entidades de gestión colectiva.

· La gestión colectiva obligatoria responde a la consideración legal de la eficaz observancia del derecho patrimonial de autor cuando este no puede ser gestionado o imposible de gestionar por el titular del derecho de forma directa, rigiendo para todos los titulares de derechos sobre un modelo de explotación particular, socios o no de la entidad de gestión colectiva, así como para la totalidad de obras del género de la modalidad regulada. Se establece una relación obligatoria entre la entidad de gestión colectiva obligatoria y el titular del derecho patrimonial, por ficción de la ley.

· Las entidades de gestión colectiva de derecho de autor, tanto de naturaleza voluntaria como obligatoria, encuentran brindan las siguientes ventajas de carácter social, cultural y económico para el titular del derecho patrimonial de autor y para el usuario, a saber:

a) El Ejercicio efectivo del Derecho de Autor. La gestión colectiva es seguramente la principal herramienta legal que permite al titular del derecho de autor hacer efectiva la prerrogativa constitucional de protección, cuando no puede o se hace imposible hacerla valer frente a terceros de forma directa o personal.

b) Garantiza la difusión lícita de obras y la seguridad jurídica de los usuarios. La gestión colectiva garantiza el uso lícito de las obras por parte de terceros, conforme a los propósitos e intereses del titular del derecho de autor de forma segura, sencilla, transparente y económica, reduciendo costos en el cumplimiento de la obligación al tener un solo punto de referencia para obtener la licencia.

c) Garantiza el respeto al derecho moral de autor. A través de la gestión colectiva es posible garantizar la identidad del autor en la explotación o uso de la obra, la identidad nacional, el patrimonio cultural de la humanidad y la diversidad cultural.

d) Es una solución al ejercicio individual del derecho de autor frente a las nuevas tecnologías, la omnipresencia del usuario y la simultaneidad en el uso. Con la aparición regular de las nuevas tecnologías, el ejercicio individual del derecho de autor no le resulta favorable en términos de tiempo, esfuerzo y dinero frente a la universalidad del usuario y el uso simultáneo de la obra, por lo que es necesario que los titulares del derecho de autor acudan a las entidades de gestión colectiva para hacer respetar de forma conjunta la creación intelectual en el territorio nacional y en los territorios extranjeros, elevando de esta manera la eficiencia productiva del usuario.

6 UCHTENHAGEN, Ulrich. El establecimiento de una sociedad de derecho de autor. Experiencias y observaciones. Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, 2005, p. 25.



e) Es una solución al ejercicio individual del derecho de autor frente al uso de la obra protegida en cualquier lugar del mundo. La gestión colectiva de derechos de autor, a través de los contratos de reciprocidad con otras entidades de igual naturaleza, hacen eficaz la protección del derecho de autor, facilitan el acceso a la cultura, fortalecen la identidad nacional, garantizan el derecho de autor y fortalecen el derecho de libertad de creación cultural a través de la producción, inversión y divulgación.

f) Es una herramienta que garantiza la gestión del derecho de remuneración por los usos secundarios que se hagan de la obra protegida, no solo a nivel de jurisdicción nacional, sino en los territorios del mundo.

g) Constituyen una solución a la responsabilidad social del titular del derecho de autor. Las entidades de gestión colectiva desarrollan políticas de responsabilidad social a pesar de que ese no su objeto social, sin embargo, garantizan a los autores soluciones conforme a cada necesidad individual, tema muy sensible en los países latinoamericanos en donde los autores son considerados trabajadores independientes que no tienen garantizada la seguridad social.

h) Facilita la tarea de los usuarios en orden a obtener las preceptivas licencias. Gracias a las entidades de gestión colectiva el usuario no necesita recabar autorizaciones de uso o licencias de cada titular en particular, sino que, para determinados usos, las entidades a través de las denominadas “ventanilla única” conceden licencias sobre repertorios globales o catálogos amplios de obras para su licenciamiento. Este sistema se presenta como un instrumento útil y absolutamente necesario para hacer frente a una sociedad que demanda cada vez más y mayor variedad de contenidos culturales.

i) Es el órgano de consultoría y observancia por excelencia para el titular del derecho de autor, a través del cual conoce el alcance del derecho que le asiste, recibe asesoría para el ejercicio legítimo de su derecho y actúa como representante para iniciar investigaciones y acciones ante las autoridades competentes de hechos que infringen el derecho de exclusiva.

j) Es una administradora de “datos” de la cultura. Las entidades de gestión colectiva son, desde el punto de vista de su actividad, una organización administradora de bases de datos sobre autores, titulares de derechos, contratos, identificación de la obra, entre otros datos necesarios para la administración eficaz del derecho de autor a través de la tecnología.

k) Genera seguridad jurídica en el mercado cultural. Las entidades de gestión colectiva fijan una remuneración adecuada, tarifa, adecuado al tipo de explotación que se realice. En el ámbito de las utilidades masivas, celebran contratos generales con asociaciones de usuarios del repertorio que representan y fijan tarifas generales por la utilización.

· Las nuevas tecnologías multiplican vertiginosamente el número de usuarios que pueden acceder para el uso o disfrute de una obra protegida y también han reducido los costes vinculados a la gestión individual del derecho de autor, haciendo “teóricamente” viable la gestión individual para determinados casos, siendo cuestionable para algunos la justificación de las entidades de gestión colectiva (voluntaria y obligatoria), considerando que la reducción generalizada en los costes de gestión derivada del progreso tecnológico está haciendo viable la gestión individual, que podría llevarse a cabo a través de sistemas de gestión digital de derechos (DRM). Estos sistemas permiten, desde una infraestructura tecnológica autorizar el uso de las obras, garantizar los pagos y vigilar y monitorizar el uso, de un modo barato y seguro.

· La gestión individual de derechos a través de sistemas de gestión digital (DRM), no es viable económicamente cuando los derechos de propiedad intelectual tienen poco valor relativo para un gran número de usuarios, porque los costes de transacción representan un obstáculo. En esta alternativa, el coste de la negociación individual y el coste de ejercitar las acciones administrativas o judiciales individualmente, son superior al beneficio que obtendría el titular del derecho. Por

este motivo la doctrina económica es unánime en reconocer que la gestión individual no es una solución eficaz para la administración de estos derechos<sup>7</sup>.

- El titular del derecho patrimonial de autor podría ejercer la administración individual que le asiste valiéndose de otras personas auxiliares, designadas y sufragadas por él mismo; pero desde luego, pensar en mandatarios individuales podría significar gastos muy onerosos. Existen propuestas de creación de agencias y oficinas en función de los intereses de una pluralidad y siempre pequeña representación de titulares de derecho; aunque hasta el presente, la experiencia indica que esta solución tampoco ha sido acertada<sup>8</sup>, menos aun cuando la representación ofrecida es limitada, evidenciándose una particular incapacidad para operar frente a las “utilizaciones masivas” de obras del ingenio.

- En boca de los usuarios, la pluralidad de tipologías de titulares de obras, de derechos y formas de explotación que recogen las leyes sobre derecho de autor da lugar a un sistema complejo, que en muchas ocasiones genera incertidumbre a los usuarios que explotan obras y prestaciones sobre los pagos que han de realizar y las autorizaciones que han de obtener, dificultando su interacción con los titulares de derecho de autor; ahora bien, sí a este le agregamos la posibilidad de la gestión individual a través de sistemas de gestión digital (DRM), la incertidumbre que plantean los usuarios será aún mayor.

- La incertidumbre de los usuarios disminuirá en la medida en que se fortalezca el sistema gestión colectiva, se regule la gestión colectiva obligatoria en aquellos casos o modalidades donde la gestión individual no sea viable; se establezcan sistemas de resolución de controversias eficientes, expeditos y económicos para la revisión de tarifas abusivas; Se den respuestas expeditas y ajustadas a derecho a las solicitudes de autorización de las entidades de gestión colectiva; los procesos de fiscalización de las entidades de gestión sean eficientes y teniendo como norte hacer valer los principios deontológicos de la gestión colectiva; la observancia del derecho de autor sea eficaz y las leyes sobre la protección del derecho de autor se actualicen y cumplan con las exigencias mínimas de protección internacional; Asegurarse que la representación a través de la gestión colectiva sea para todos los titulares del derecho patrimonial de autor, exclusivo o de remuneración, de la modalidad bajo gestión, sea o no socio de la entidad en el caso de la gestión colectiva obligatoria; convirtiéndose las entidades de gestión colectiva agentes imprescindibles para el mercado de la observancia eficaz del titular derecho patrimonial de autor y el mercado de la cultura.

### **Naturaleza jurídica de las entidades de gestión colectiva (voluntaria y obligatoria)**

- Las entidades de gestión colectiva de derecho de autor en Iberoamérica son, en su mayoría, constituidas y desarrolladas a través de asociaciones de naturaleza privada (para el CELARC el término más apropiado para catalogar su naturaleza jurídica es el de *sui generis* que les atribuyó el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina)<sup>9</sup>, de titulares de derecho que de forma voluntaria se hacen parte conforme a los estatutos del contrato social, sin propósito de lucro y cuyo objeto principal es administrar las remuneraciones recaudadas y distribuir las luego a los titulares del derecho de autor conforme al reglamento correspondiente que los propios titulares de derecho se dan en sus asambleas de socios; actividades que deben desarrollarse bajo los principios universales de la gestión colectiva de transparencia, respeto, igualdad y democracia<sup>10</sup>.

7 HANDKE, C. y TOWSE, R. (2007): “Economics of Copyright Collecting Societies”, International Review of Intellectual Property and Competition Law, Vol. 38, No.8, pág. 939.

8 LENCE REIJA, Carmen. La Gestión Colectiva de los derechos de Propiedad Intelectual Frente al Derecho de la Competencia. Universidad de Santiago de Compostela. Tesis Doctoral. 2013. p. 60

9 CERLAC. Panorama de la Gestión Colectiva del Derecho de Autor y los Derechos Conexos en Iberoamérica. Documentos CERLAC Derecho de Autor, 2018, p. 17. Sentencia del Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. Proceso 22-ip-98. Sentencia con fecha del 25 de noviembre de 1998. Recuperado de: <http://www.cerlalc.org/derechoenlinea/dar/index.php?mode=archivo&id=669>

10 ZIEGLER, Jean Alexiz. Sobre el cometido y posición de las Sociedades de Autores en el sistema del Derecho de Autor.

· La fuente sobre la administración colectiva de derechos asumida por una entidad de gestión colectiva puede proceder bien del contrato, -en el caso de la gestión colectiva voluntaria -, bien de la ley -gestión colectiva obligatoria- aunque luego la ejecución del mandato puede derivar en un contrato social. Se trata de supuestos en los que legalmente es indudable que la única manera de hacer efectivo el derecho de autor es a través de la gestión colectiva. En estos casos el legislador, prescindiendo de la libertad contractual del titular, pero reconociendo sus prerrogativas y la de los usuarios, decide que determinados derechos únicamente pueden ser administrados por las entidades autorizadas<sup>11</sup>.

· Son requisitos comunes en las legislaciones iberoamericanas a ser exigidos por la autoridad nacional competente en materia derecho de autor a los titulares de derechos en el contrato asociación civil que tenga por objeto gestionar derechos de autor de forma colectiva: a. no perseguir fines de lucro<sup>12</sup>, b. no hacer aportes a capital, c. no constituirse en *intuitu personae* y d. distribución de las remuneraciones en función del uso de la obra y no del número o importancia.

· La condición de asociación privada de las entidades de gestión colectiva no impide que la ley de cada país pueda establecer otros requisitos como son: a. la solicitud de funcionamiento y el régimen de fiscalización por parte del Estado, b. normas administrativas, c. órganos estatutarios, d. deberes y atribuciones de los socios, e. formalidades de registro especiales, f. rendición de cuentas, g. reglamentos de reparto, entre otros, los cuales formarían parte del carácter asociativo conforme a las particularidades de la gestión económica de los derechos administrados que sirven para brindar seguridad jurídica a los titulares de derecho y a usuarios de obras protegidas.

· La gestión colectiva obligatoria, a diferencia de la gestión colectiva voluntaria, no siempre están facultadas para fijar tarifas de remuneración ni establece las condiciones de las licencias de uso de la obra, sino que, en la mayoría de los casos, el propio dispositivo legal lo establece o participa la administración pública a través de la autoridad competente, un ejemplo es el artículo 219 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, que establece la reglamentación de las tarifas en el caso de la gestión obligatoria, a saber: “El titular de los derechos de una obra la cual sea objeto de una licencia obligatoria, tendrá derecho a recibir un pago por el uso efectivo de dicha obra, que será fijado por la autoridad nacional competente en materia de derechos intelectuales conforme lo disponga el reglamento respectivo. En caso de que el titular se niegue a recibir el pago o no se pueda efectuar dicho pago, este valor podrá ser consignado a su representante o a la sociedad colectiva del género de la obra o prestación<sup>13</sup>.”

---

Congreso Internacional sobre la protección de los derechos intelectuales: (del autor, el artista y el productor) a la memoria de Roberto Goldsmit / Universidad Católica Andrés Bello y Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, Caracas, 1991, p. 155.

11 Algunos ejemplos de gestión colectiva obligatoria los encontramos en la Ley sobre Derecho de Autor de Venezuela, el artículo 54 que regula la gestión del derecho de reventa de obras de artes plásticas que establece “(...) La recaudación de la remuneración prevista precedentemente, deberá ser encomendada a una entidad de gestión colectiva”, constituyéndose como entidad de gestión colectiva la Asociación de Artistas Plásticos y Visuales -AUTORARTE- derivada su constitución en un contrato social registrado en el año 1999”; en el artículo 121 del Código Orgánico de Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, establece un capítulo sobre la gestión colectiva obligatoria en donde se reconoce “a favor del autor de forma irrenunciable derechos de remuneración equitativa, el derecho de recibir una compensación por preventa de obras plásticas. Los derechos de remuneración equitativa serán de gestión obligatoria” ; en el artículo 36 de la Ley 1328 de 1998 “Ley de Derechos de Autor y Derechos Conexos” de Paraguay establece para el caso de los derechos de remuneración compensatoria que “La recaudación y distribución de la remuneración a que se refiere este capítulo, se hará efectiva a través de las correspondientes entidades de gestión colectiva, las cuales deberán verificar la recaudación, sea delegando la cobranza en una de ellas, o bien constituyendo un ente recaudador con personería jurídica propia” , pudiéndose interpretar que es necesario que el mandato legal de la gestión colectiva obligatoria se constituya a través de un contrato social para su desarrollo

12 Es el caso de Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, El Salvador, España, Guatemala, Honduras, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú y Uruguay. En los casos de Argentina, Bolivia, República Dominicana y Venezuela no especifican en su marco legal si les están vedados los fines de generar ganancia. Costa Rica permite expresamente que las sociedades de gestión colectiva también tengan por objeto la ganancia. CERLAC, Ob. Cit. p. 18.

13 Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, Ecuador, 01 de diciembre 2016.

- Las entidades colectivas originadas en el contrato asociativo privado se caracterizan por ser:
  - a) Abiertas, es decir, que pueden ser miembros de ellas todos los creadores titulares de derechos de autor.
  - b) Dirigidas y administradas por los propios titulares del derecho de autor, garantizando la autonomía del funcionamiento de las entidades de gestión colectiva como principales interesados.
  - c) Autorizadas y fiscalizadas por el Estado a través de la autoridad competente en materia de derecho de autor, que además puede sancionarlas cuando no cumplen con el mandato de la Ley, sobre todo en la eficiente de los costes administrativos de la entidad de gestión, como órgano rector garante del interés colectivo sobre la administración de las remuneraciones provenientes de la recaudación de las remuneraciones que correspondan por el licenciamiento de los repertorios de obras que administre.
  - d) De potestades no absolutas, reguladas por la ley, tanto en el establecimiento de tarifas como en la actuación administrativa, garantizándose el derecho a la defensa y la posibilidad de revisión administrativa o judicial de tarifas que asociaciones de usuarios consideren abusivas

· El núcleo fundamental de funciones que realizan las entidades de gestión colectiva consiste en: a) conceder licencias para el uso de su repertorio; b) fijar tarifas generales; c) recaudar los pagos por remuneración; d) vigilar el uso que se hace de las obras; e) detectar posibles infracciones y actuar contra ellas; f) distribuir los pagos recaudados, descontando los gastos administrativos; g) apoyar con ayuda social a los titulares socios de la entidad. Desde el punto de vista de la organización del mercado cultural, las entidades de gestión colectiva prestan servicio de gestión a los titulares, de concesión de licencias a usuarios y servicios de gestión a otras entidades de gestión colectivas, extranjeras o nacionales. Todas estas actividades fortalecen la observancia del derecho de autor y la evolución cultural de la sociedad civil.

### **Derechos de autor afectados por la gestión colectiva obligatoria, con especial referencia al derecho de comunicación pública**

· Las legislaciones iberoamericanas establecen un catálogo de actos que constituyen derechos exclusivos de comunicación pública de obras protegidas, que no podrán realizarse sin autorización previa del titular del derecho o, por haberlo decidido así este, de las entidades de gestión colectiva voluntaria<sup>14</sup>.

· A diferencia del derecho exclusivo de comunicación pública, legislaciones en derecho de autor como la de España, siguiendo las directivas europeas, prevén prerrogativas de carácter remunerativo e irrenunciable, para la cual se establece una gestión colectiva obligatoria, particularmente para el derecho de remuneración por actos de comunicación pública de obras audiovisuales en caso de retransmisión por cable<sup>15</sup>.

<sup>14</sup> Es el caso de México, artículo 27 de la Ley Federal del Derecho de Autor, publicada el 01.07.2020; Colombia, artículo 12(d) Ley 1915 de 2018; Perú, artículos 31 y 33 Decreto Legislativo No. 822 Ley sobre Derecho de Autor 1996, rev. 2021; Ecuador artículos 120 y 123 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Información 2016.

<sup>15</sup> Es el caso de España, artículo 20.4 de la Ley de Propiedad Intelectual -LPI-. Derechos de remuneración por actos de comunicación pública de los titulares de derechos de autor en el caso de la retransmisión por cable. Establece la modalidad colectiva de gestión obligatoria para este derecho conforme a lo establecido en la Directiva Europea 93/83/CEE al decir que “Los Estados miembros garantizarán que el derecho que asiste a los titulares de derechos de autor o derechos afines de prohibir o autorizar la distribución por cable de una emisión sólo pueda ejercerse a través de una entidad de gestión colectiva”. En efecto, el art. 20.4.b LPI establece que el derecho que asiste a los titulares de derechos de autor de autorizar la retransmisión por cable se ejercerá, exclusivamente, a través de una entidad de gestión de derechos

· Apuestas legislativas de gestión colectiva obligatoria como la de la Unión Europea en la modalidad de comunicación pública de obras audiovisuales en caso retransmisión por cable, fortalecen el derecho de autor de los titulares y la gestión colectiva como principal herramienta en la efectividad y eficiencia en la observancia del derecho de autor, tomando en consideración la imposibilidad de gestionar este derecho de forma individual.

· El reconocimiento legislativo del derecho de exclusiva por la comunicación pública de obras audiovisuales o el derecho de remuneración por retransmisión por cable de obras audiovisuales no es ni será una limitación para que asociaciones de distribuidores y operadores de señales de televisión por suscripción planteen ante las autoridades administrativas, judiciales y legislativas que se les exima de cumplir con la solicitud de autorización y de obtener licencias obligatorias de no remuneración para comunicación pública de obras audiovisuales de señales de televisión abierta retransmitidas en sus parrillas cerradas, fundamentándose en el derecho de acceso a la cultura y el derecho de acceso a la información, entre otros derechos humanos.

· La Ley Federal del Derecho de Autor de México, publicada el 01.07.2020, establece, sin menoscabo del derecho de autor y los derechos conexos que correspondan a los titulares del derecho de comunicación pública, la excepción al derecho de exclusiva de solicitar autorización para la comunicación pública de obras audiovisuales consagrado en el artículo 27, al señalar en el último aparte "(...) la obligación de los concesionarios de radiodifusión de permitir la retransmisión de su señal y de la obligación de los concesionarios de televisión restringida de retransmitirla en los términos establecidos en la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión", contradiciendo la regla de los "de los tres pasos" al establecer una excepción al derecho exclusivo de autor tan amplia, lo que conlleva a una inobservancia del derecho de autor.

· La Dirección Nacional de Derecho de Colombia de Colombia, es más clara al interpretar las normas que rigen las telecomunicaciones (Ley 680 de 2001), señalando que "(...) corresponde al deber de los operadores de televisión por suscripción de garantizar sin costo a los suscriptores la recepción de canales colombianos de televisión abierta no se contraponen con la obligación de que la comunicación al público de una obra audiovisual requiere de la autorización previa y expresa de sus titulares (...) y cuando un tercero se apropia del ejercicio de un derecho exclusivo del titular originario o derivado de una obra protegida sin contar con la debida autorización previa y expresa, o bien, sin estar amparado en alguna limitaciones y excepciones previstas en el ordenamiento jurídico, se está frente a una infracción en materia de propiedad intelectual".

· Al titular del derecho de autor le asisten prerrogativas fundamentales que garantizan su derecho de autor, fórmulas de regulación como el *must carry* y *must offer* constituyen excepciones al derecho de exclusiva o al derecho de remuneración que debilitan la observancia del derecho de autor y frente a tales excepciones, la observancia del derecho de autor se hace ineficaz frente a la inexistencia de las entidades de gestión colectiva, la reducción del repertorio nacional de obras, la creatividad nacional, el patrimonio cultural nacional y la identidad nacional.

· Llama la atención que en Latinoamérica no encontremos herramientas como la gestión colectiva obligatoria que permitan gestionar el derecho de comunicación pública en casos excepcionales donde no se gestione o se imposibilite su gestión, pero se encontramos legislaciones que avanzan en excepcionar el derecho exclusivo de autor, convirtiendo las declaraciones sobre derechos humanos de este derecho fundamental en declaraciones de papel.

---

de propiedad intelectual. Por tanto, está claro que no cabe la gestión individual, lo que no está tan claro es si el titular de los derechos puede oponerse o prohibir esta comunicación, puesto que el siguiente apartado de este precepto se nos dice que "En el caso de titulares que no hubieran encomendado la gestión de sus derechos a una entidad de gestión de derechos de propiedad intelectual, los mismos se harán efectivos a través de la entidad que gestione derechos de la misma categoría", señalando más adelante, "gozarán de los derechos y quedarán sujetos a las obligaciones derivadas del acuerdo celebrado entre la empresa de retransmisión por cable y la entidad en la que se considere hayan delegado la gestión de sus derechos".

### Consideraciones finales

· Este breve acercamiento al tema de la gestión colectiva obligatoria nos permite asegurar que la mayoría de los países iberoamericanos cuentan con leyes suficientes para la protección del derecho de autor que cumplen con los estándares mínimos de protección exigidos por el Sistema Internacional del Derecho Privado de Autor.

· Un ejemplo de la anterior afirmación lo encontramos en experiencias satisfactorias de gestión colectiva en la mayoría de los países iberoamericanos y en Latinoamérica, Argentina enseña el camino desde hace más de 100 años, lo que desde luego es una buena señal de que, la gestión colectiva es una herramienta indispensable para la observancia efectiva del derecho de autor.

· La gestión colectiva en Latinoamérica tiene aún un largo camino que recorrer, pero ya encontramos las primeras normas en 1993 con la Ley sobre Derecho de Autor de Venezuela y más recientemente el Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, creatividad e Innovación de 2016 que colocan los primeros cimientos para el desarrollo legislativo de esta institución del derecho de autor.

· En aquellos países donde la legislación ya ha establecido algunos principios sobre la materia, las autoridades competentes tienen el compromiso de apoyar la regulación y desarrollo de la gestión colectiva obligatoria y, en aquellos países en donde la legislación aún no se ha previsto, la obligación urgente de adoptar criterios para su reconocimiento y materialización en usos donde la administración individual no se gestione o sea imposible gestionarla, como es el caso particular de los actos de comunicación pública de obras audiovisuales en caso de retransmisión por cable.



**Antonio J. D'Jesús P.** Director General EGEDA Venezuela.

Abogado especialista en propiedad intelectual, Universidad de los Andes.

Profesor de Legislación Cultural Maestría en Gestión y Políticas Culturales de la Universidad Central de Venezuela y de Propiedad Intelectual en la especialización en Propiedad Intelectual de la Universidad de los Andes.



# BARLOVENTO COMUNICACIÓN

CONSULTORÍA AUDIOVISUAL Y DIGITAL



Audiencias  
**AUDÍMETRO TV**

**OPTIMIZADOR  
CONTENIDOS**

ANÁLISIS DE CONTENIDOS  
Big Data  
**BLV ANALYTICS**

en medios  
**IMPACTO y  
REPUTACIÓN**

Investigación  
**BARÓMETRO  
TV - OTT**

Análisis  
**MERCADO  
AUDIOVISUAL**

[www.barloventocomunicación.es](http://www.barloventocomunicación.es) | [blvcom@barloventocomunicacion.es](mailto:blvcom@barloventocomunicacion.es)

 TWITTER: @BLVCOM

 FACEBOOK: @BARLOVENTOCOMUNICACION

 INSTAGRAM: @BLVCOM

 LINKEDIN: /BARLOVENTO-COMUNICACION





## CAPITULO V

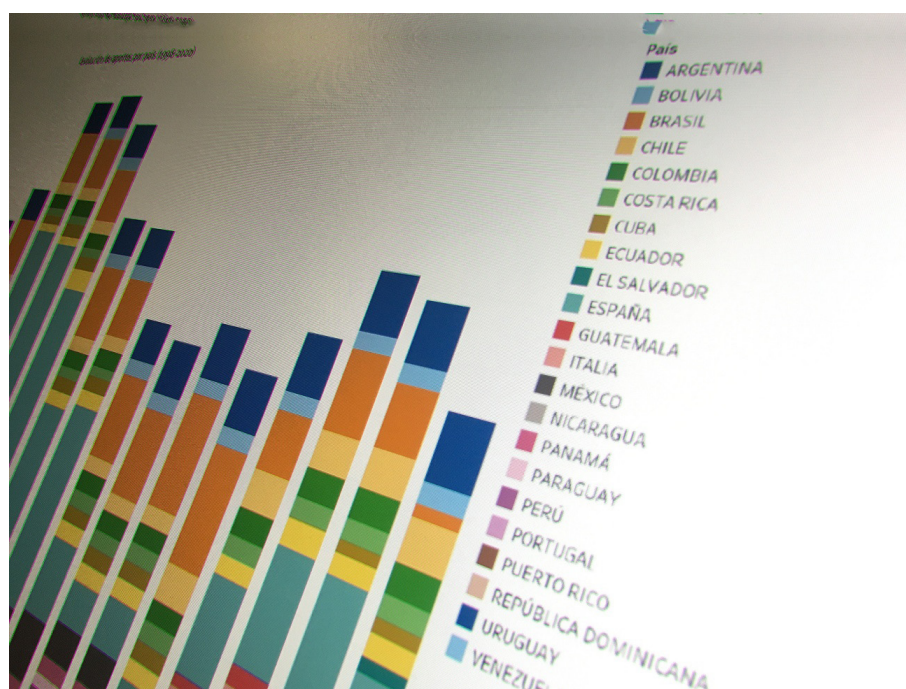
PROGRAMA IBERMEDIA. CONVOCATORIA 2020



## CAPITULO V

### PROGRAMA IBERMEDIA. CONVOCATORIA 2020

*Por Victor Sánchez*



## Introducción

Presentamos el informe de la convocatoria de ayudas del Programa Ibermedia 2020 conscientes de que los datos y gráficos manifiestan el impacto de la Covid-19 en el sector audiovisual iberoamericano desde una perspectiva particular. Hay que tener en cuenta que la convocatoria se abrió el 7 de febrero de 2020, en un periodo que ya denominamos de “antigua normalidad”; que se cerró el 20 de abril, cuando prácticamente el mundo entero se encontraba confinado, en una situación inédita hasta la fecha y con grandes incógnitas sobre la reactivación de rodajes y apertura de fronteras para las coproducciones; y que se resolvió el 3 de diciembre, tras la discreta vuelta a las calles, a las salas de cine y a la actividad de producción en algunos países, la llegada de la segunda ola en otros y la incertidumbre sobre el futuro de todos. Por ello cabe interpretar los datos con cierta prevención. De hecho, serán elocuentes cuando puedan contrastarse con la evolución del sector audiovisual de los próximos años ya que no solo se ha visto afectado directamente por la pandemia, sino por la acelerada mutación que ha supuesto la expansión meteórica de las plataformas de *streaming* y la globalización del mercado. No obstante, se puede tener una percepción positiva de la respuesta de las instituciones públicas de los distintos países miembros del Programa, en tanto que han mantenido sus aportaciones al fondo pese a las circunstancias y urgencias económicas, y de la alta tasa de proyectos presentados en las distintas categorías tradicionales de formación, desarrollo y coproducción, y en la nueva de desarrollo de series.

En paralelo a la convocatoria de ayudas a lo largo de 2020 se ha continuado con la labor de promoción del Programa, con la asistencia a foros y la implementación de mejoras y novedades de cara a la convocatoria de 2021. Antes de que la crisis de la pandemia azotara Europa participamos en el European Film Market de Berlín con un stand compartido con la Conferencia de Autoridades Audiovisuales y Cinematográficas de Iberoamérica (CAACI). Esta iniciativa permitió dar visibilidad a ambos organismos y ofrecer un espacio de encuentro a profesionales de los países miembros. Fue el último acto presencial, no obstante, satisfechos con la experiencia, en el marco de la presidencia española del Programa, el pabellón virtual *Cinema from Spain* creado para el Marché de Film de Cannes acogió el corner específico *Home of Ibermedia*. Sirvió de punto de información sobre las películas beneficiarias de las ayudas en años anteriores con sesiones de visionados en el mercado y contó con su propio evento en directo, “Ibermedia shows you the money. Producers Talk Access to Tax Incentives in Ibero-America”, una charla en la que participaron Michel Ruben (Dynamo / Colombia), Desiree Reyes (Panamericana de Producciones / República Dominicana), Bruno Bettati (Jirafa / Chile), Agustina Chiarino (Mutante Cine / Uruguay), Nicolás Celis (Pimienta Films / México), Sara Silveira (Dezenove Som e Imagens / Brasil) y Luis Urbano (O Som e a Furia / Portugal). Con Elena Manrique (Vértigo Films / España) como moderadora, estas siete productoras y productores de referencia del entorno iberoamericano hablaron sobre el acceso a los incentivos fiscales de sus respectivos países. Probablemente esta presencia contribuyó a que el stand logrará el Best Pavilion Design Award del Marché, otorgado en relación tanto con el contenido como con la tecnología.

La colaboración con el stand de *Cinema from Spain* se repitió para el gran mercado latinoamericano Ventana Sur que también organiza el Marché en diciembre en Buenos Aires. En esta ocasión se celebró la *Ibermedia Speed Meeting Session* articulada para dar un “empujón” o “impulso adicional” a los siete proyectos con la puntuación más alta en la convocatoria de ayudas a coproducción de 2019. En este contexto el Programa Ibermedia y Blood Window de Ventana Sur se unieron para fomentar la coproducción de proyectos iberoamericanos de género fantástico. Por un lado, Ibermedia podría favorecer la financiación a través de ayudas directas y, por otro, Blood Window facilitaría su visibilidad y circulación a través de los foros de negocio y actividades de promoción que desarrolla. Como solo se vieron beneficios en esta alianza, se agilizó su puesta en marcha y la convocatoria abierta en 2021 ya ha incluido que entre los proyectos que se presenten y se identifiquen en la categoría de género fantástico una comisión de Blood Window seleccionará un proyecto de coproducción, uno de desarrollo de largometraje y otro de desarrollo de serie para contar con una ayuda específica y la correspondiente promoción.

Entre otras cuestiones destacables, está el trabajo realizado para avanzar hacia una mayor igualdad en la participación de hombres y mujeres en las producciones y por primera vez la

convocatoria de 2021 incorpora en los criterios de valoración puntos adicionales para los proyectos liderados por mujeres, tanto en el campo de la dirección y creación como en la jefatura de los principales equipos técnicos. Es un paso importante que redundará en la riqueza y diversidad de la oferta audiovisual.

Por último, nos satisface enormemente que en el año 2020 se haya consumado la esperada incorporación de El Salvador y que se haya confirmado la de Honduras para la convocatoria de 2022, aunque en 2021 estará presente en las reuniones del comité intergubernamental.

El periodo en el que estamos inmersos requiere de acciones y respuestas audaces y de cierta paciencia hasta que la niebla de la incertidumbre se disipe. En este sentido, el Programa Ibermedia se mantendrá activo, despierto y dispuesto a contribuir en la medida que le sea posible en el proceso de reflexión y transformación de las estructuras de las industrias culturales y creativas, pues se han revelado frágiles e imprescindibles al mismo tiempo.



**Beatriz Navas**  
Directora General del  
Instituto de Cinematografía y Artes Audiovisuales

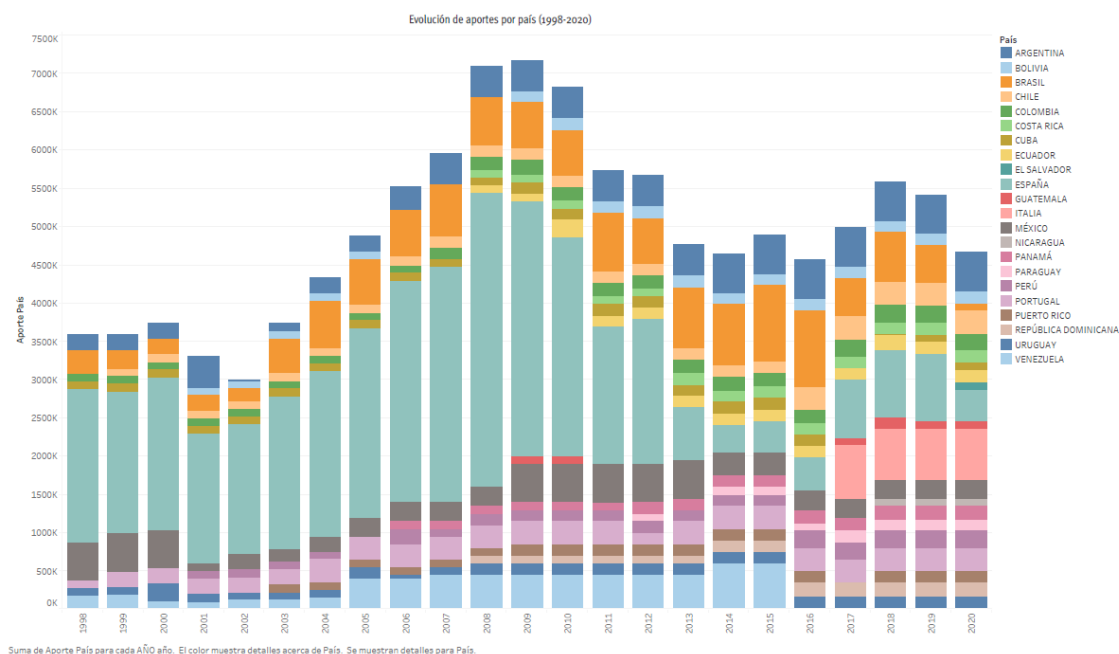
**PRESIDENTA DEL PROGRAMA IBERMEDIA**

## Aportes

### Marco historico

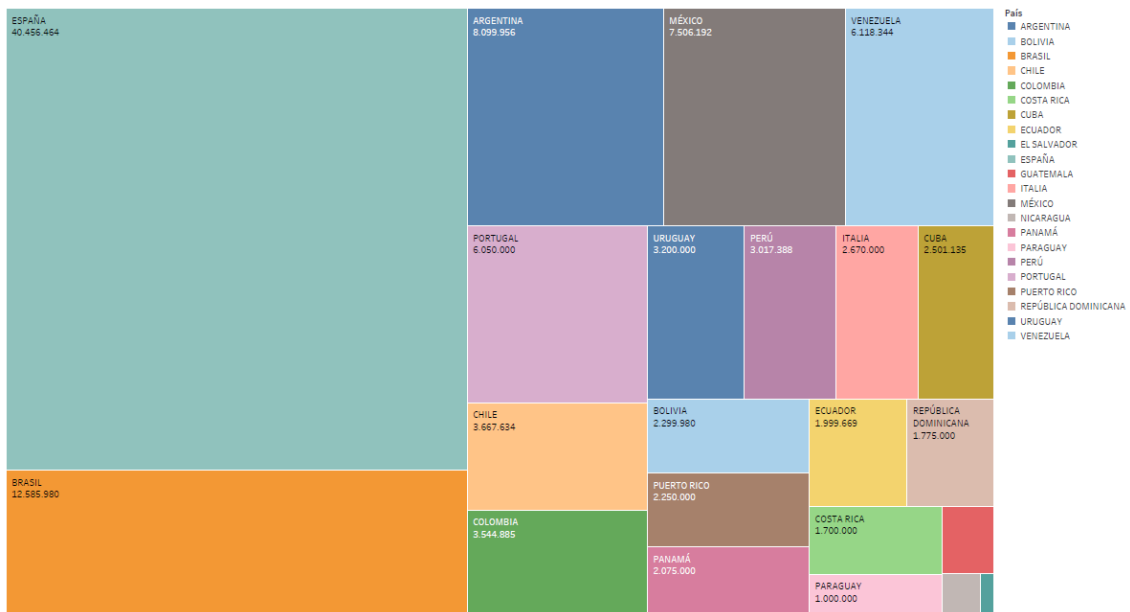
Desde su creación en 1998, el Programa IBERMEDIA ha gestionado 30 convocatorias de apoyo financiero, en las que se han otorgado 996 ayudas a la Coproducción de largometrajes iberoamericanos (con más de 750 obras ya estrenadas); 1.085 ayudas al Desarrollo de proyectos audiovisuales; ayudas a la Promoción y Distribución de 283 películas y a la Exhibición de 298; se han otorgado más de 2.900 becas de formación a profesionales del sector; bajo la modalidad de IBERMEDIA TV fueron otorgadas 416 ayudas financieras a la adquisición de derechos de películas para su difusión en televisoras públicas latinoamericanas.

La cifra total de aportes realizados al Programa IBERMEDIA, por parte los 22 países miembros a lo largo de estos 23 años, asciende a 113.567.627 USD y su distribución, a lo largo de los 23 ejercicios, es la siguiente:



Los países que se han ido adhiriendo al Programa son Argentina, Bolivia, Brasil, Colombia, Costa Rica, Cuba, Chile, Ecuador, El Salvador España, Guatemala, Italia, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, Portugal, Puerto Rico, República Dominicana, Uruguay y Venezuela. Los únicos países de la Conferencia Iberoamericana que aún no están incorporados son Andorra y Honduras (las autoridades de este último país ya han manifestado su voluntad de una inminente incorporación).

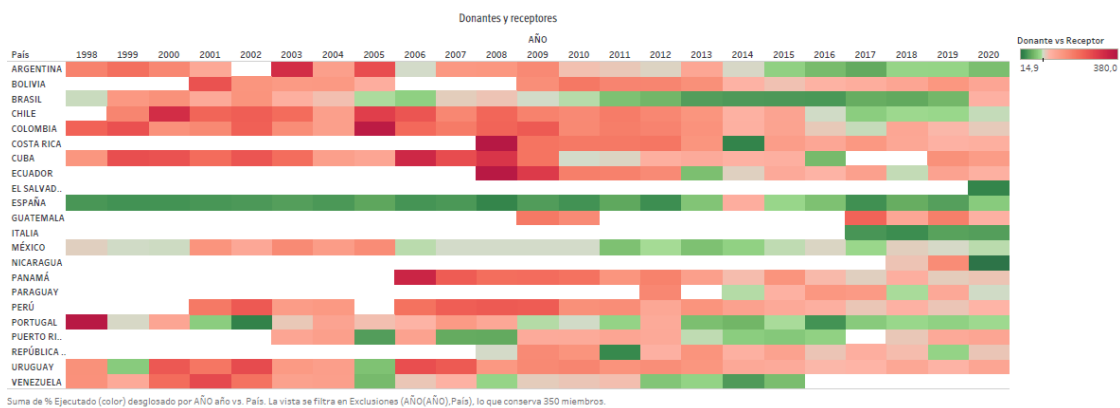
El siguiente gráfico muestra la distribución de los aportes acumulados por cada país, desde la creación del Programa:



### Países donantes y países receptores

El siguiente gráfico muestra cuán **donante** o **receptor** ha sido un país en cada uno de los ejercicios en los que ha participado. Esta definición se basa en la ratio entre el Aporte realizado y las ayudas obtenidas por un mismo país en un ejercicio determinado (coeficiente Aportes realizados / Ayudas recibidas)

Las celdas vacías (en blanco) corresponden a ejercicios en los que un determinado país no ha participado realizando aporte al fondo o está pendiente de realizarlo a día de hoy.



El cuadro de donantes y receptores permite observar las tendencias de cambio entre países con cinematografías más consolidadas, donde por regla general suelen pasar de ser receptores a ser donantes, como Argentina (a partir de 2014), Brasil (a partir de 2005 si bien ha cambiado su condición en el último ejercicio 2020), Chile (a partir de 2016), México (a partir de 2006), Portugal (a partir de 2009) y Venezuela (2005, 2008 y 2012-2015). Los perfiles altamente donantes de El Salvador y Nicaragua resultan atípicos en un año tan anómalo como ha sido 2020, marcado por la pandemia, debido principalmente a la escasez de proyectos presentados por parte de estos dos países.

Esta condición de *donante* en países que tradicionalmente no lo son, suele estar causada por la ausencia de proyectos que permitan efectivamente consolidar el perfil de estos países como receptores -desde el punto de vista estrictamente financiero- en el fondo IBERMEDIA. Como en los casos ya indicados de El Salvador y Nicaragua encontramos otros ejemplos a lo largo de la historia del Programa: Puerto Rico (2005-2008 y 2013-2016), Costa Rica y Paraguay (2014) o Rep. Dominicana (2011).

Casos como los de Brasil (2005-2019), España e Italia (a lo largo de sus trayectorias) y Portugal (a partir de 2009) muestran ejemplos de países eminentemente donantes cuya contribución al fondo de cooperación es determinante para constituir la base de la rentabilidad netamente financiera para el resto de países *receptores*.

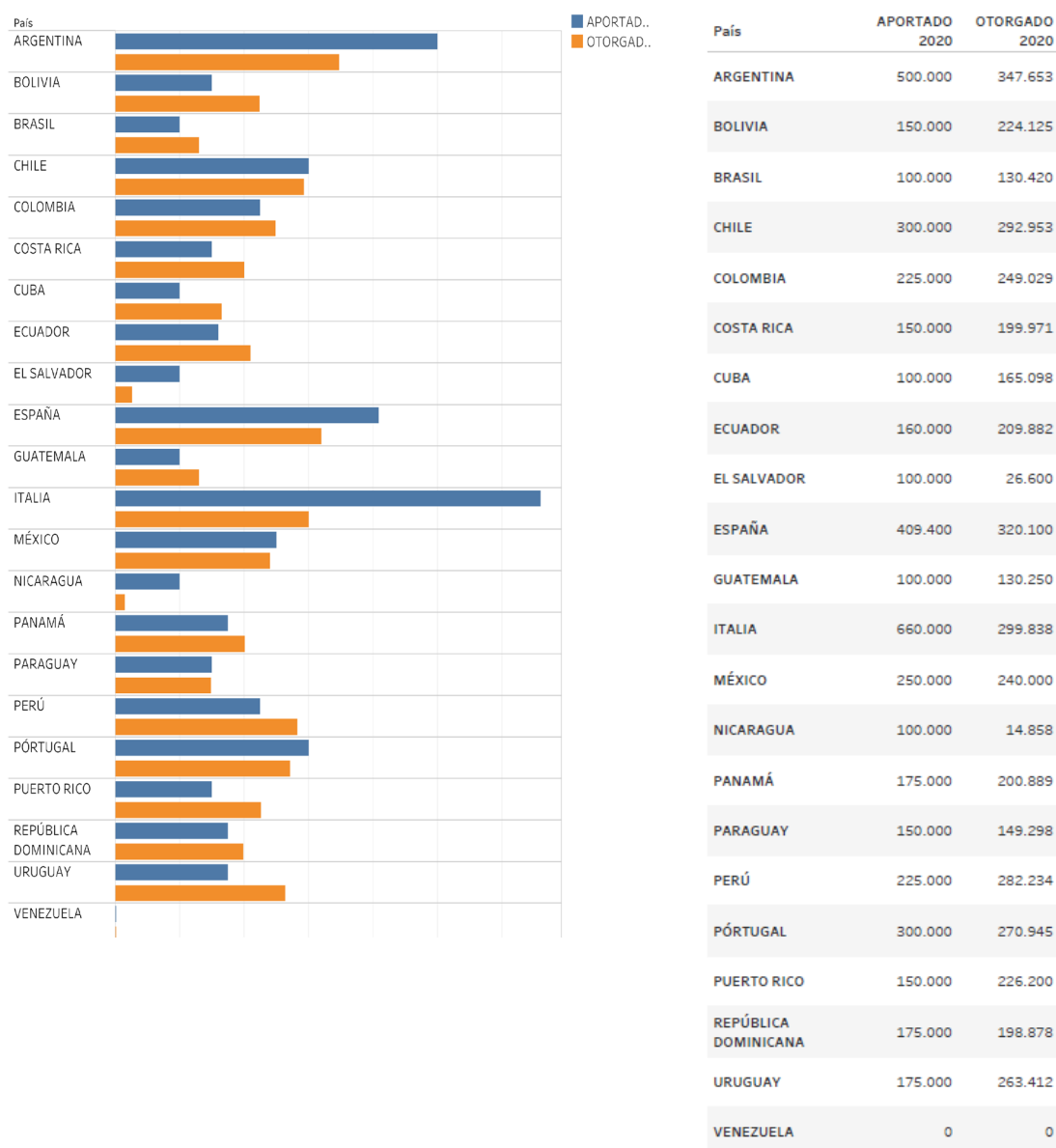
Por otro lado, solo estamos contabilizando ayudas directas como coproductores mayoritarios (en el caso de Coproducción), puesto que no se contabiliza la ayuda indirecta a países como coproductores minoritarios, de manera que bajo este reparto subyace otro beneficio que redundará en todos los países que participan minoritariamente.

En el año 2020, observamos un total de 8 países contribuidores netos (Argentina, Chile, El Salvador, España, Italia, México, Nicaragua, y Portugal) y 13 países *receptores* (Bolivia, Brasil, Colombia, Costa Rica, Cuba, Ecuador, Guatemala, Panamá, Perú, Puerto Rico, República Dominicana y Uruguay) mientras que Paraguay permanece prácticamente equilibrado entre fondos recibidos y aporte (siendo este último ligeramente superior). No cabe duda de que en algunos casos se dan ciertos perfiles cuando menos inusuales, que esperamos puedan normalizarse conforme la situación atípica provocada por la pandemia vaya mejorando.

### ***Ejercicio 2020: Aportes realizados y ayudas otorgadas***

El siguiente gráfico muestra el **aporte realizado por cada país** y la **ayuda recibida** (otorgada) durante el atípico ejercicio 2020. Nos permite determinar la condición de donante o receptor durante la pasada convocatoria y también en qué proporción varían las cifras de **aportes respecto a las ayudas finalmente otorgadas a cada país**.





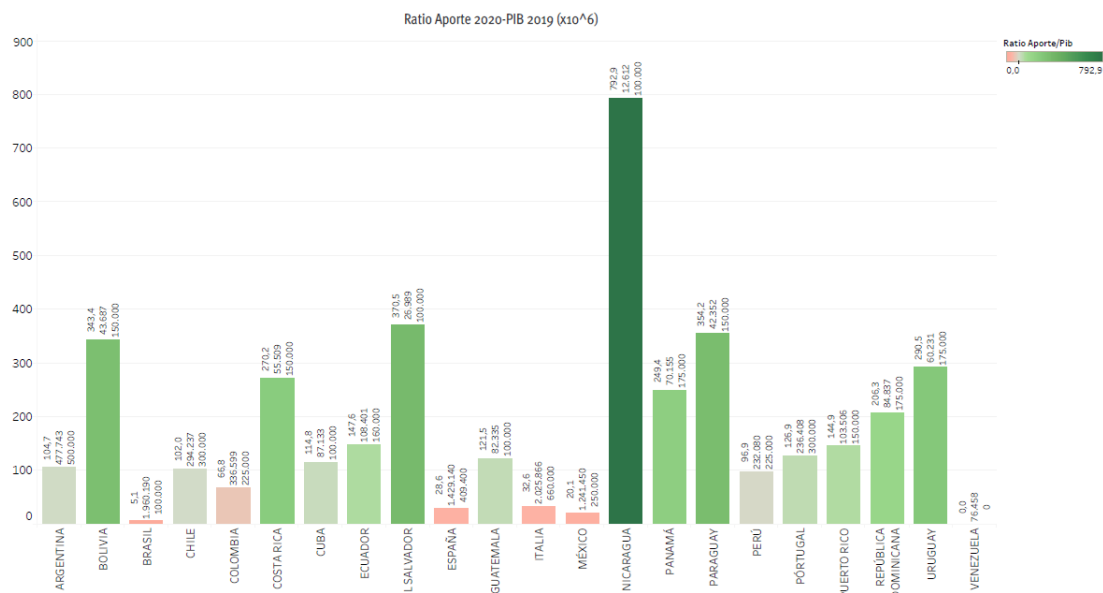
### Ejercicio 2020: Relación Aportes/PIB

El siguiente cuadro comparativo muestra la *ratio* del aporte realizado al Programa IBERMEDIA por parte de cada país, entre el PIB (en millones de dólares), según datos del Fondo Monetario Internacional, correspondiente al ejercicio 2019.

Esta referencia podría permitirnos contextualizar lo que supone para cada país realizar su aporte al fondo en función de sus posibilidades. Al igual que sucediera en el año anterior, estaca claramente la posición de Nicaragua, seguida de El Salvador, Paraguay, Bolivia, Uruguay y Panamá, habiéndose reducido drásticamente la de Brasil.

#### Las cifras indicadas en la parte superior de cada columna corresponden a:

- Ratio Aporte 2020 (en USD) / PIB 2019 x 10<sup>6</sup> (en millones de USD) - Rojo por debajo de 100; verde por encima de 100.
- PIB 2019 (en millones de USD)
- Aporte 2020 (en USD)



Suma de Ratio Aporte/PIB para cada País. El color muestra Ratio Aporte/PIB como un atributo. Las marcas se etiquetan por Ratio Aporte/PIB como un atributo. PIB2019\*10^-6 como un atributo y APORTADO 2020 como un atributo.

Ciertamente los países con PIB más elevados (especialmente Brasil, España, Italia y México) se ven relegados a una ratio mucho menor, pero no por ello debemos olvidar que todos los aportes realizados al fondo son fruto del compromiso por parte de todos los participantes suponiendo un gran esfuerzo y sacrificio en todos ellos.

El hecho de que haya una diferencia de 155 a 1 entre los dos casos más extremos (Nicaragua y Brasil) igualmente arroja una perspectiva esclarecedora sobre lo heterogénea de nuestra región, donde las asimetrías entre países no son obstáculo para encontrarse en el interés común que supone IBERMEDIA como programa de Cooperación.

## Evaluación de proyectos

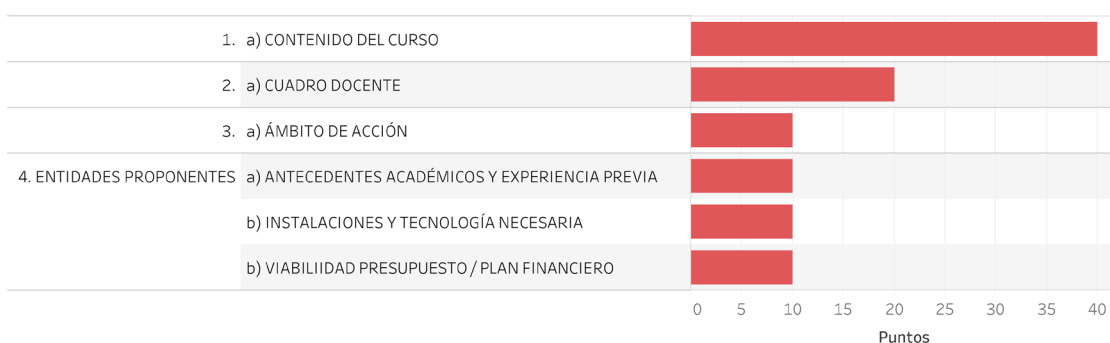
### Descripción general

Todos los proyectos preseleccionados en la Unidad Técnica son posteriormente evaluados por un Comité de Analistas externos (5 en el caso de Coproducción, 3 en la modalidad de Desarrollo, 3 en Desarrollo de series e igualmente 3 en la modalidad de Formación).

Los analistas son seleccionados por el Consejo Intergubernamental, y se renuevan cada año. Una vez obtenida la totalidad de las evaluaciones, los puntajes se promedian entre todos los analistas por cada proyecto y finalmente se normalizan a una escala de 0 a 100.

### Formación

Los tres analistas de la convocatoria de Formación: Andrés Bayona (COL), Tanya Valette (RD) y Roger Casas Alatraste (MEX) han formulado sus evaluaciones en base a los siguientes criterios para la puntuación:

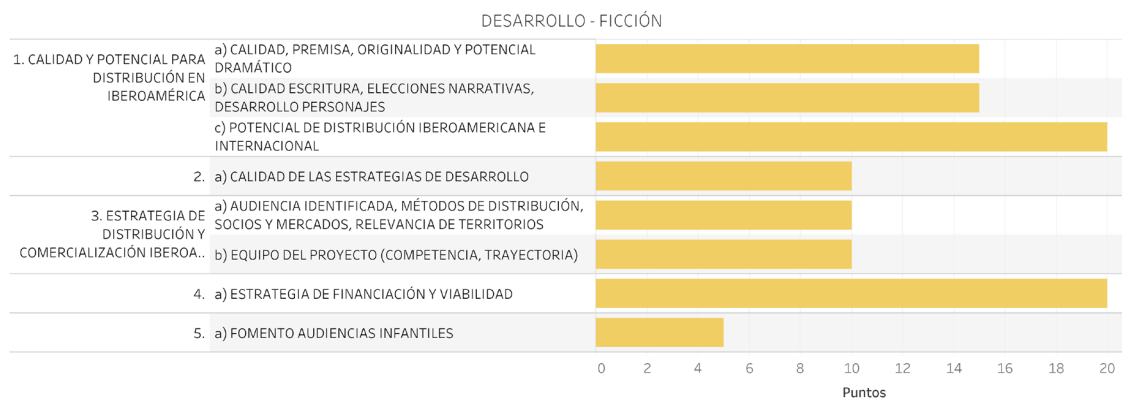


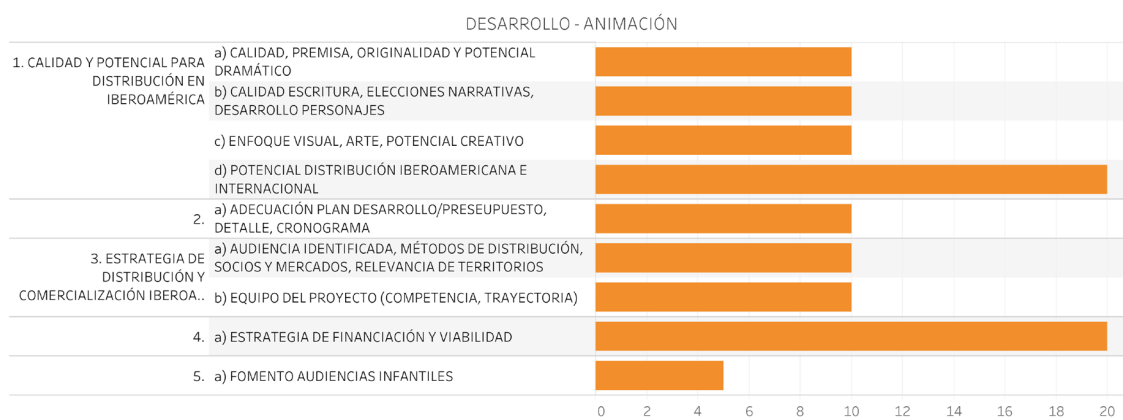
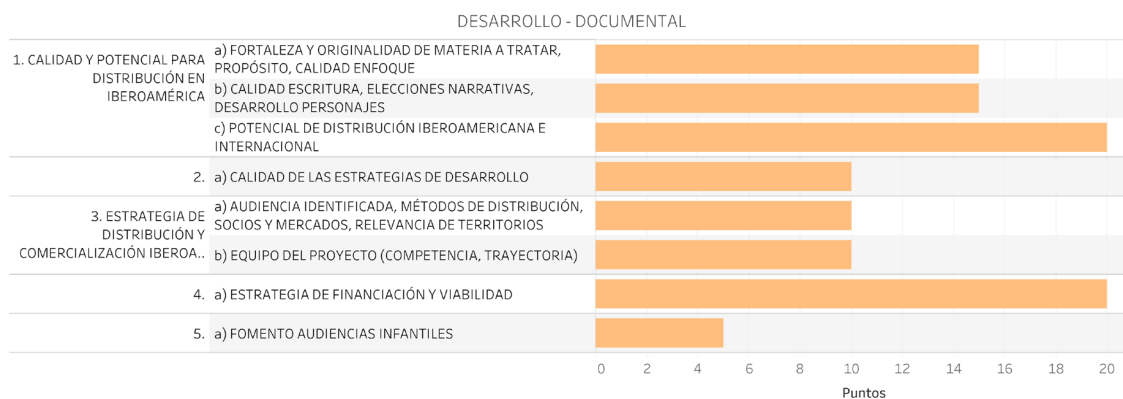
En esta modalidad se aprobaron 14 proyectos (uno menos que el ejercicio anterior), incluyendo EICTV y Taller de Desarrollo de Proyectos Audiovisuales Iberoamericanos (sin vínculo específico con ningún país) y fueron desestimados 12 (el doble que el año anterior), lo que arroja tasa de selección del 54% (frente al 71% del año pasado).

Curiosamente, esta reducción en la tasa de proyectos aprobados no ha afectado al porcentaje del Fondo destinado para ayudas a la Formación, aun a pesar de la inclusión de la nueva modalidad de Desarrollo de series, ya que en 2020 el importe destinado a esta modalidad ha sido del 10.19% (frente al 10.13% de 2019).

### Desarrollo largometrajes

Los analistas seleccionados han sido: Patricia Boero (URU), Senel Paz (CUB) e Isabel Martínez (CR). Para analizar los proyectos de Desarrollo se han perfilado criterios de evaluación con ligeros matices, dependiendo del tipo de proyecto (Documental, Ficción o Animación) según las notaciones que se indican a continuación:



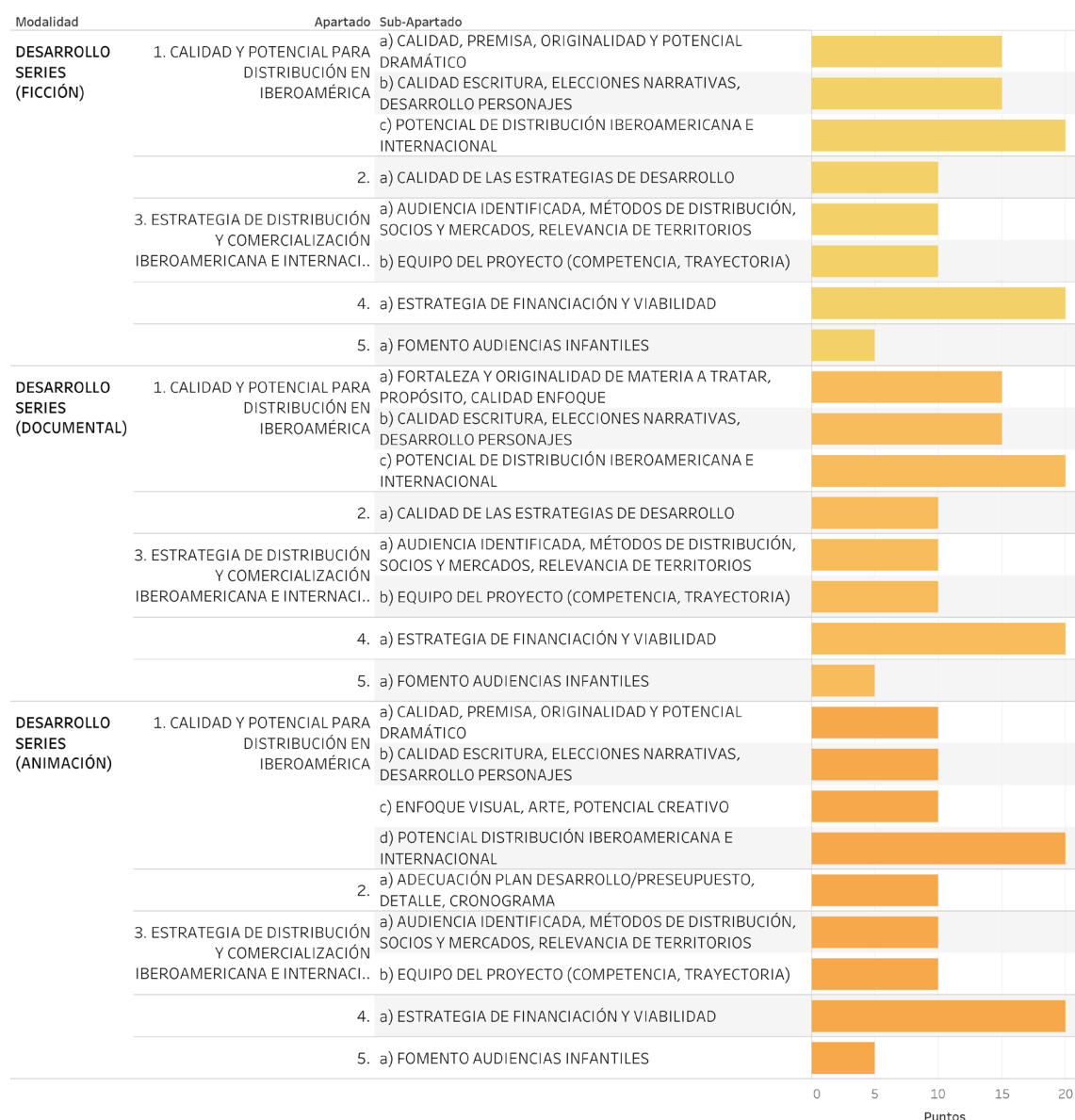


La escala de puntos para los proyectos de DESARROLLO es inicialmente de 0-105, para ser posteriormente normalizada de 0-100 durante la reunión del Consejo Intergubernamental.

En Desarrollo (largometrajes) fueron aprobados 43 proyectos, (9 menos respecto a 2019) y fueron desestimados 86 (frente a los 141 de 2019), lo que arroja una tasa de selección del 33,33% (siendo la más baja de las 4 categorías), un 5% más alta que en el ejercicio anterior.

### Desarrollo series

El grupo de analistas seleccionados para esta modalidad, implantada por primera vez en 2020, está compuesto por: Hugo Coya (PER), Daniela Pfeiffer (BRA) y Antonio Urrata (ITA). Para analizar los proyectos, igualmente se distingue entre Documental, Ficción o Animación, al igual que en el caso de largometrajes:

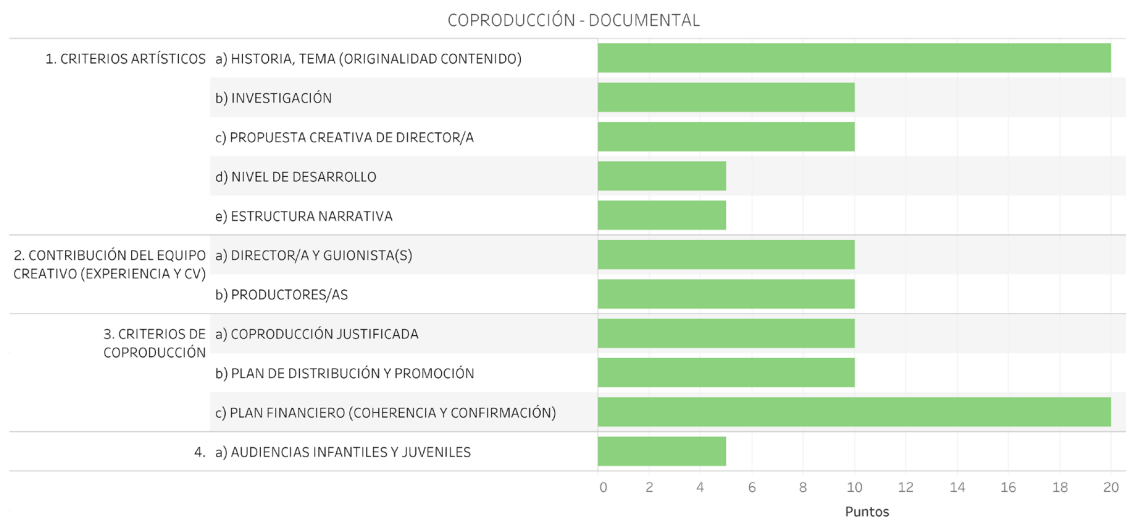
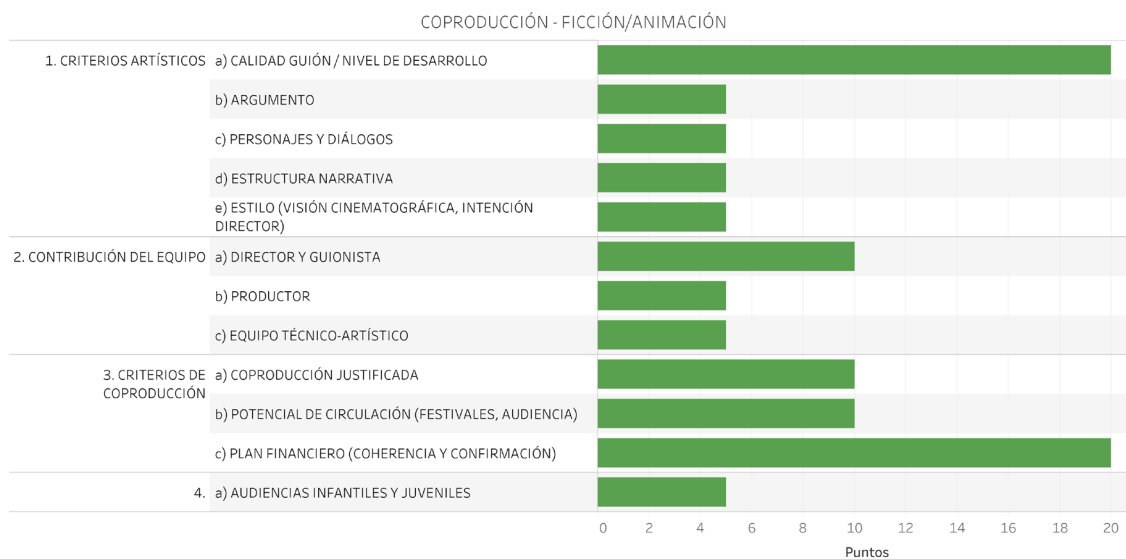


La escala de puntos para los proyectos de DESARROLLO DE SERIES es inicialmente de 0-105, para ser posteriormente normalizada de 0-100 durante la reunión del Consejo Intergubernamental.

DESARROLLO DE SERIES es una modalidad que se ha implantado por primera vez en 2020 (anteriormente se permitían candidaturas de series en Desarrollo, si bien no era una modalidad especialmente diseñada para ello). Se le ha atribuido el 7,37% del fondo. En este primer año de Desarrollo de series como categoría específica, fueron aprobados 20 proyectos, quedando desestimados un total de 33, lo que arroja una tasa de selección del 37,74%, porcentaje próximo al de Desarrollo (largometrajes).

### Coproducción

Como en los casos anteriores, indicaremos a continuación los criterios de valoración otorgados a los analistas: por un lado para proyectos de ficción/animación y por otro específicamente para documental. Los analistas de CÓPRODUCCIÓN en 2020 fueron: Iván Giraud (CUB), Lorenza Manrique (MEX), Manuel Pérez Estremera (ESP), Vanessa Ragone (ARG) y Diana Bustamante (COL).



En COPRODUCCIÓN la escala para proyectos de ficción y animación es de 0-105 puntos, mientras que en el caso de documental llegarían hasta una escala 0-115 puntos. Al igual que con el resto de las modalidades y tipos de proyecto, el puntaje final, en cualquier caso, siempre es normalizado a un rango de 0-100, para que todos los proyectos se rijan por la misma escala de puntos.

En el caso de COPRODUCCIÓN estamos hablando de la modalidad que acapara el mayor volumen de recursos del fondo financiero a repartir, si bien la incorporación de Desarrollo de Series ha influido claramente en el descenso del porcentaje atribuido a esta modalidad respecto al año pasado: un 71,38% frente al 78,95% de 2019. En esta modalidad fueron aprobados 48 proyectos (10 menos que en 2019), y fueron desestimados 62 (frente a los 49 del año anterior), lo que arroja una tasa de selección del 43,63% (ligeramente inferior a la del año anterior: 51%). El Salvador, Nicaragua y Venezuela fueron los países que no concurrieron con ninguna candidatura como país mayoritario (en el caso de Venezuela sí participó en una coproducción seleccionada por Italia, como país minoritario).

## Ayudas otorgadas

### Metodología para la asignación de las ayudas

#### Configuración del Fondo 2020

Todos los proyectos preseleccionados por parte de la Unidad Técnica (aquellos que cumplen con los requisitos estipulados en las bases de las diversas modalidades) son remitidos a las autoridades cinematográficas de todos los países miembros de IBERMEDIA. Dichas autoridades fueron las responsables de seleccionar los proyectos aprobados así como la cuantía de las respectivas ayudas, durante la pasada XXIX Reunión Ordinaria del Consejo Intergubernamental celebrada de manera virtual por las circunstancias de la crisis sanitaria, en diversas sesiones: principalmente en la del 11 de Noviembre de 2020 (donde se acordó la metodología del reparto) y en la del 3 de diciembre de 2020, donde se seleccionaron las ayudas propiamente dichas.

El reparto del fondo comienza con la configuración del fondo financiero, donde la Unidad Técnica expone los aportes comprometidos por todos los países y se procede a la confirmación/ estado del pago por parte de cada autoridad. Como novedad, cabe destacar que el Consejo Intergubernamental aprobó que el plazo para realizar los aportes pendientes expirará el 30 de junio de 2021, pudiendo ser canceladas las ayudas de un país en el caso de que no se hubiera procedido a la liquidación del aporte comprometido. Igualmente se computan los intereses generados por las cuentas del Programa durante el último ejercicio, así como los reembolsos y penalizaciones a aquellos proyectos que hubieran presentado incidencias y cualquier otro activo disponible. Posteriormente se deducen los gastos contemplados para analistas, presupuesto de funcionamiento del Programa y de la Unidad Técnica. El resultante acaba siendo el fondo a repartir, que en 2020 fue de 4.617.633 USD (un 11,61% inferior al de 2019, lo que no es de extrañar en un año marcado por la crisis sanitaria).

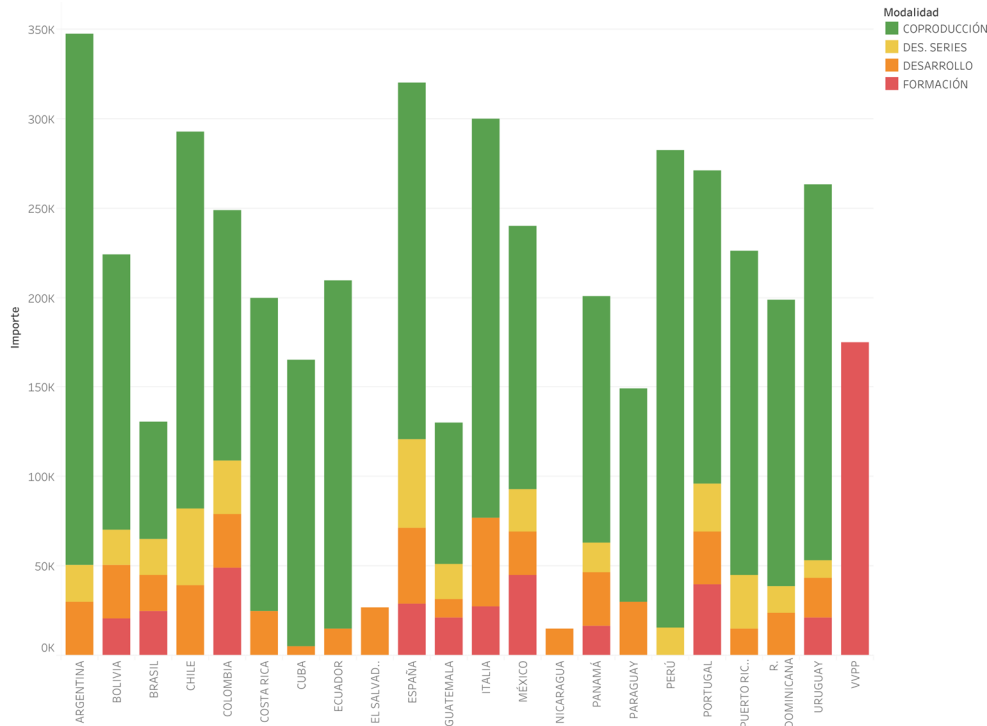
Posteriormente se procede a establecer -como referencia- los porcentajes atribuidos a cada una de las cuatro modalidades (FORMACIÓN, DESARROLLO, DESARROLLO DE SERIES y COPRODUCCIÓN): en vista de las ayudas solicitadas en cada una de estas áreas, se estableció -a modo de referencia- un 7% para FORMACIÓN (323.234 USD), un 10% para DESARROLLO (461.763 USD), un 8% para DESARROLLO DE SERIES (369.411 USD) y un 75% para COPRODUCCIÓN (3.463.225 USD).

FORMACIÓN es la primera modalidad en la secuencia lineal de la resolución de ayudas. Habitualmente se establece un determinado porcentaje de la ayuda solicitada que permita atender al menos una solicitud de cada país. En el caso de DESARROLLO (largometrajes), en 2020 se mantiene un fondo de reserva de hasta 200.000 USD para proyectos de animación, con un puntaje destacado. Siguiendo la metodología, cada autoridad procedió a seleccionar el proyecto mejor valorado de su país en DESARROLLO DE SERIES, para finalizar con la modalidad de COPRODUCCIÓN, que abarca tres cuartas partes del fondo.

Seguimos incluyendo indicadores cualitativos, que además de las puntuaciones elaboradas por los analistas externos, arrojan información sobre el tipo de obra (Ficción/Documental/Animación), perspectiva de género (mujer guionista/productora/directora), lenguas originarias y -en el caso de coproducción- proyectos que cuentan con ayuda previa de IBERMEDIA en la modalidad de DESARROLLO. Dichos indicadores permiten monitorizar y en todo caso refinar las ayudas otorgadas en relación a la perspectiva de género.

Las ayudas a la COPRODUCCIÓN vienen siendo las más cuantiosas en cada país, como es habitual. En el caso de FORMACIÓN el bloque de ayudas más cuantioso está asignado a "varios países" (ayudas otorgadas a la Escuela Internacional de Cine y TV de San Antonio de los Baños, así como al Curso de Desarrollo de Proyectos Audiovisuales Iberoamericanos, en colaboración con la Fundación Carolina) cuyos beneficiarios proceden de la gran mayoría de países miembros,

motivo por el que no se asigna a ningún país específico. Los bloques de ayudas al DESARROLLO (largos y series) se mantienen relativamente heterogéneos ya que dependen de las circunstancias y necesidades específicas de cada país.



En el reparto final, tras los ajustes definitivos de cada país, observamos algunas diferencias sobre los porcentajes inicialmente previstos (de 7% en Formación, 10% Desarrollo, 8% Desarrollo de series y 75% para Coproducción):

<b>FONDO A REPARTIR</b>	4.617.633	510.849	340.497	3.251.135	44.763	470.389	4.617.633
<b>EJECUTADO</b>	4.617.633	TOTAL DESARR.	TOTAL DES. SERIES	TOTAL COPROD.	TOTAL ADIC. DIST	TOTAL FORMACIÓN	TOTAL ASIGNADO
<b>POR EJECUTAR</b>	0	11,06%	7,37%	70,41%	0,97%	10,19%	100,00%

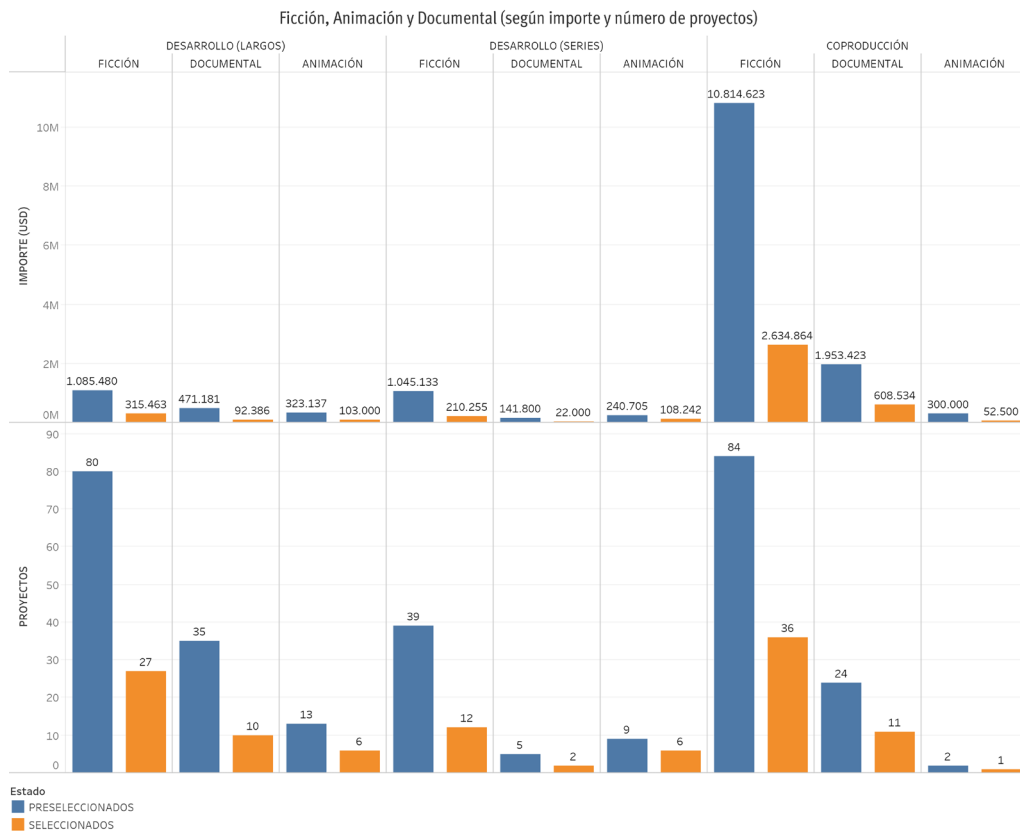
Y es que se ajustó bastante en Desarrollo de series (se asignó un 0,63% menos), así como en Desarrollo de largos (se asignó un 1,06% más), pero hubo diferencias mayores en Formación (se atribuyó un 3,19% más) y sobre todo en Coproducción (que acusó un 3,62% menos de lo inicialmente previsto).

### Ficción, documental y animación

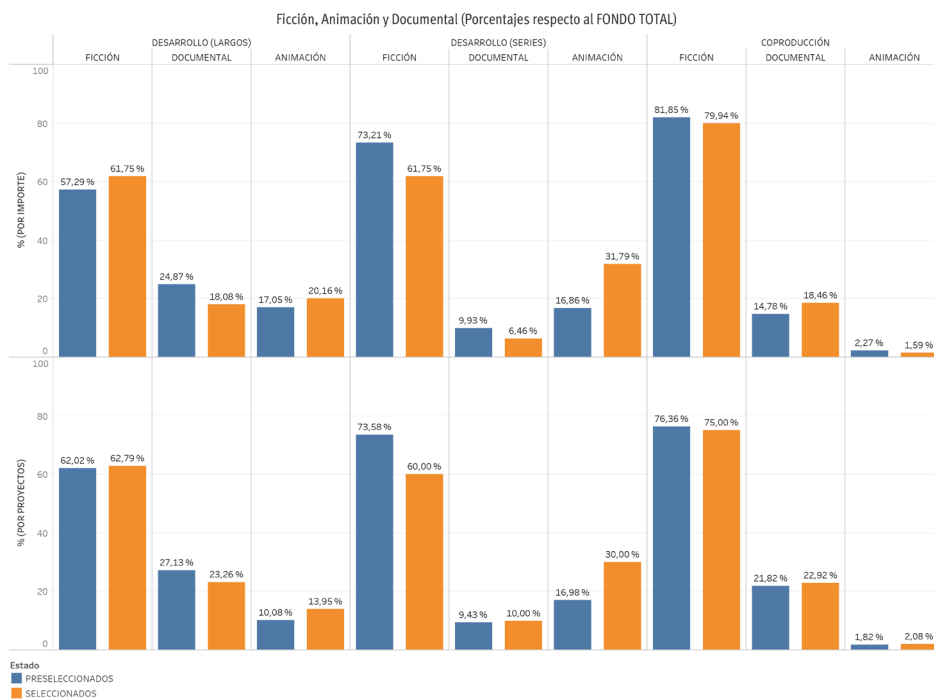
Siempre ha sido de interés por parte del Consejo Intergubernamental mantener una proporción diversa y equilibrada en el tipo de proyectos seleccionados.

El cuadro que presentamos a continuación establece la cifra de USD y de proyectos según el tipo de obra (ficción, documental, animación) que fueron preseleccionados desde la Unidad Técnica y los que finalmente fueron seleccionados por parte del Consejo Intergubernamental.





Para poder evaluar mejor las diferencias entre la proporción de lo que cada tipo de obra solicita y lo que finalmente le ha sido asignado mostraremos a continuación estas mismas diferencias expresadas en % respecto al fondo total. Esta disposición nos permitirá evaluar la relación y proporción de un determinado tipo de obra con el resto.



Como se puede observar, en el caso de DESARROLLO (largos), los importes asignados a animación y a ficción han superado el porcentaje de ayudas que inicialmente solicitaban; al igual que sucediera en el año anterior, ocurre al contrario con el documental, puesto que sus ayudas solicitadas suponían el 24,87% del total pero finalmente se le acabó otorgando el 18,08% de la ayuda repartida. Este panorama cambiará cuando tratemos, más adelante, la modalidad de COPRODUCCIÓN.

En DESARROLLO DE SERIES los proyectos de animación resultan claramente beneficiados en cuanto al importe que solicitan (16,86% del total de ayuda solicitada en esta modalidad) frente al que finalmente logran obtener: un 31,79% casi el doble. En este caso tanto ficción como documental resultan mermadas en lo que se refiere a porcentajes de solicitud y porcentajes de ayuda finalmente obtenida.

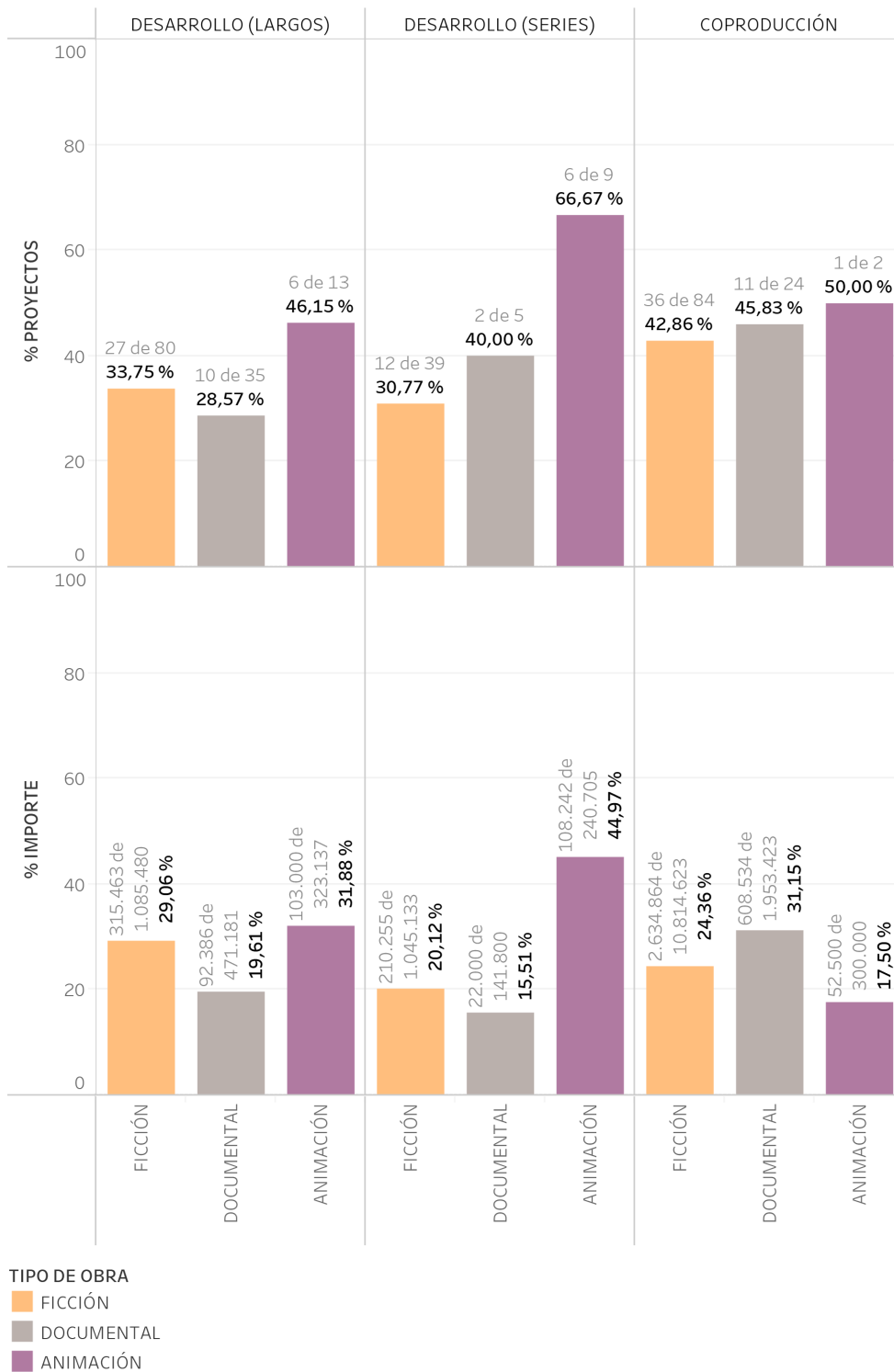
En cuanto a COPRODUCCIÓN, sigue habiendo por el momento una escasa participación de proyectos de animación. En este caso, el documental sí logra obtener, incluso superar ligeramente, la ayuda solicitada: los proyectos documentales solicitaban el 14,78% del importe de las ayudas y acabaron recibiendo un 18,46% de las ayudas otorgadas. Descienden, aunque ligeramente, ficción y animación.

En este caso, vamos a centrarnos en los porcentajes de ayuda que cada tipo de obra obtiene, no ya en relación a las otras modalidades como vimos en el cuadro anterior, sino en relación a su propio tipo.

En el bloque superior indicamos el número de proyectos seleccionados respecto a los que fueron preseleccionados por parte de la Unidad Técnica y su respectivo porcentaje.

En este otro bloque expresamos en dólares el importe otorgado respecto al inicialmente solicitado por los proyectos preseleccionados de cada tipo de proyecto y más abajo el porcentaje que implica.

Ficción, Animación y Documental: Porcentaje de ayuda otorgada sobre la presolicitada



## Perspectiva de género

### Resultados

Impulsar la participación de mujeres en la industria cinematográfica es una prioridad para IBERMEDIA.

Tanto a nivel de ayudas aprobadas como también en la estructura orgánica del propio Programa, existe una determinación clara por parte del Consejo Intergubernamental de IBERMEDIA, encaminada a corregir aquellos desequilibrios que podamos identificar, con la finalidad de ofrecer medidas que fomenten la participación de mujeres y la igualdad de oportunidades. Con la puesta en marcha de una exhaustiva minería de datos que iniciamos hace dos años, tratamos de recabar toda la información disponible para estudiar la evolución y situación actual de la presencia de mujeres en los proyectos que han ido concurriendo a lo largo de las convocatorias y poner en marcha herramientas que permitan incrementar su presencia, como veremos más adelante.

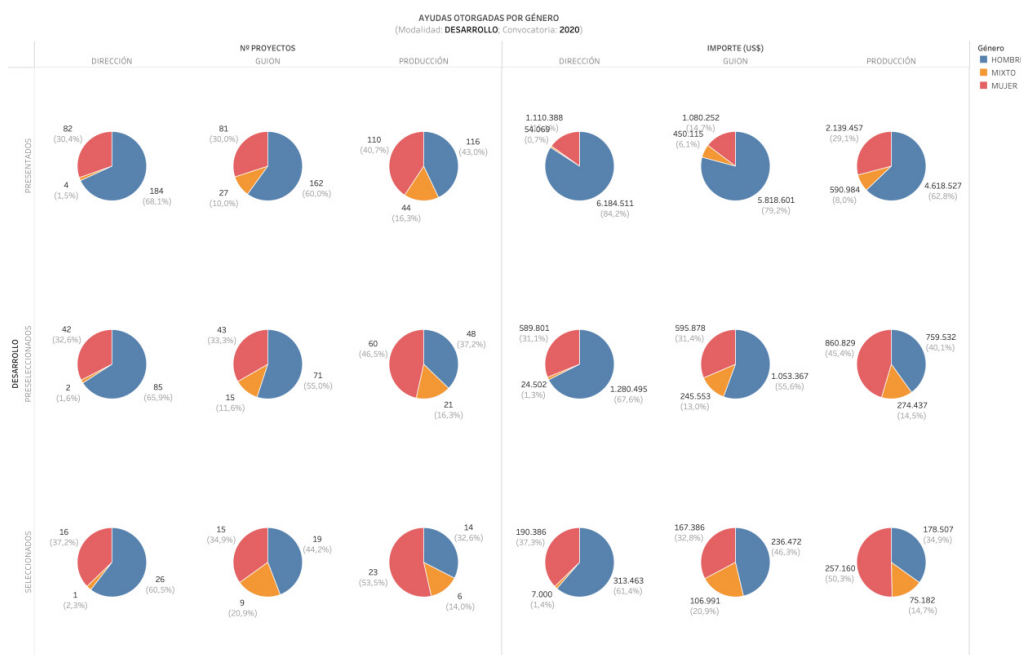
Ya en 2019 se implementó por primera vez una práctica de indicadores cualitativos de todos los proyectos participantes: junto a las puntuaciones elaboradas por los analistas externos, contemplamos otros aspectos como el uso de lenguas originarias o -en el caso de Coproducción- el antecedente de aquellos proyectos que previamente hayan contado con ayuda de IBERMEDIA en la modalidad de Desarrollo. En este sentido, la perspectiva de género ha ocupado uno de los lugares más destacados en la implantación de estos indicadores, expuestos durante el proceso de selección de las ayudas, donde se señalan los proyectos que cuentan con la participación de mujeres en diferentes funciones, como son la de guionista, directora y productora, permitiendo monitorizar las decisiones que va adoptando paulatinamente el Consejo.

A pesar de que los proyectos seleccionados que cuentan con mujeres en el desempeño de estas funciones siguen siendo aún minoritarios, un dato esperanzador es que el porcentaje de ayudas otorgadas a estos proyectos es sensiblemente superior que el porcentaje de las ayudas que inicialmente se solicitaban. Es decir, analizando -como veremos a continuación- el escenario de partida al que se enfrenta el Consejo Intergubernamental, finalmente se han otorgado más ayudas a proyectos participados por mujeres, si bien existe un cierto margen de mejora, que abordaremos con acciones concretas como veremos más adelante.

En los diagramas que vamos a mostrar, presentamos 3 filas correspondientes a Proyectos presentados (solicitudes recibidas) en la fila superior, Proyectos preseleccionados (solicitudes aprobadas por la Unidad Técnica conforme al cumplimiento de bases para poder ser evaluados) en la fila intermedia y finalmente los Proyectos seleccionados en la fila inferior (aquellos proyectos que finalmente resultaron seleccionados por el Consejo Intergubernamental obteniendo ayuda por parte del programa).

A su vez, la mitad izquierda muestra los datos como n° de proyectos mientras que la mitad derecha muestra los importes de ayudas en USD (solicitadas en las candidaturas presentadas, solicitadas por los proyectos preseleccionados y finalmente otorgadas a los proyectos seleccionados).

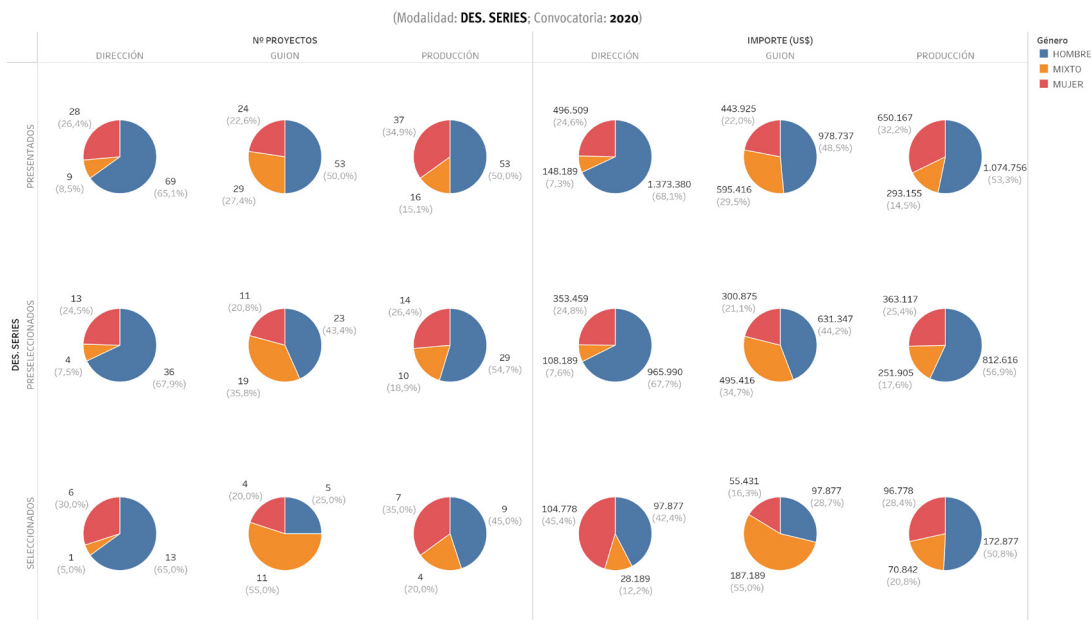
Por último, cada columna expresa los datos desagregados, según el cargo ocupado por **mujeres**, **hombres** o **mixto** (en dirección, en guion y en producción). Cada hoja corresponde a una modalidad de ayudas: Desarrollo, Desarrollo de series y Coproducción, respectivamente, seguida de una breve reseña sobre los datos arrojados.



Las ayudas a DESARROLLO (largometrajes) supusieron el 11,06% del fondo de ayudas total de 2020: 510.849 USD. En esta modalidad, que mostraremos a continuación podemos constatar los siguientes datos, a partir del cuadro anterior:

- El porcentaje de proyectos presentados cuya dirección está a cargo de mujeres es claramente minoritario: tan solo el 30,4%, pero además es especialmente reducido el importe de ayudas que estos proyectos solicitan respecto al total: únicamente el 15,1%. Este escenario, como ocurrirá masivamente en el resto de casos, influye decisivamente en los resultados finales ya que el escenario de partida está claramente desequilibrado. Avanzando en cuanto a proyectos preseleccionados por la Unidad Técnica, el importe de las ayudas solicitadas por dichos proyectos sube drásticamente hasta el 31,1% para -finalmente- alcanzar el 37,3% de las ayudas otorgadas a los proyectos seleccionados. Es decir, pasamos de un estado en que las ayudas solicitadas de proyectos presentados y dirigidos por mujeres suponían el 15,1% del importe total al resultado final por el que IBERMEDIA acaba otorgando un 37,3% del total. Este dato ciertamente positivo invita a un cierto optimismo, aunque -como ya hemos avanzado- el punto de partida tan desfavorable en cuanto a los proyectos presentados condiciona en gran medida el resultado final.
- En lo que a proyectos guionizados por mujeres se refiere, nuevamente encontramos porcentajes extraordinariamente minoritarios en las candidaturas presentadas: únicamente el 30% de proyectos y tan solo el 14,7% de la ayuda solicitada corresponde a proyectos cuya guionista es una o varias mujeres. Sin embargo, los porcentajes se ensanchan hasta el 33,3% y 31,4% respectivamente cuando hablamos de proyectos preseleccionados para acabar en un 34,9% de proyectos seleccionados, frente al 44,2% de proyectos dirigidos por hombres, junto al 20,9% de proyectos con guionización mixta. Igualmente se mantiene esta proporción si analizamos los importes otorgados a proyectos seleccionados: 32,8% en el caso de mujeres, 46,3% en el de hombres y 20,9% de composición mixta.
- Finalmente, en funciones de Producción, un dato que nos parece muy alentador es que, a pesar de que siguen siendo minoritarios los proyectos presentados por mujeres en esta modalidad, finalmente acaban superando al porcentaje de ayudas otorgadas a proyectos cuya producción está a cargo de hombres: un 53,5% de proyectos de mujeres frente a un 32,6% de proyectos de hombres (un 14% mixto); por otro lado, en cuanto a importes hay una diferencia muy

significativa a favor de proyectos producidos por mujeres: el 50,3% de ayudas a proyectos de mujeres productoras frente al 34,9% de ayudas a proyectos de hombres productores (además del 14,7% de producción mixta).

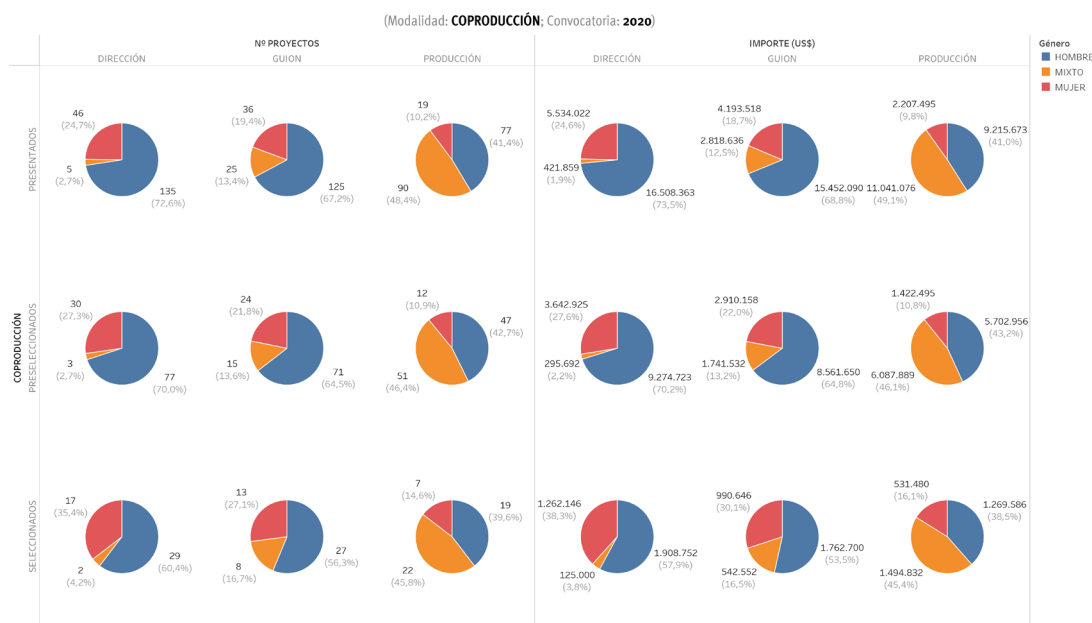


El importe de ayudas otorgadas a DESARROLLO DE SERIES supuso un total de 340.497 USD alcanzando el 7,37% de las ayudas totales.

- A nivel de dirección seguimos partiendo de un volumen de solicitudes claramente minoritario: el 26,4% de los proyectos presentados y el 24,6% de ayuda solicitada corresponde a proyectos con dirección a cargo exclusivamente de mujer(es). Estos porcentajes apenas presentan variaciones significativas cuando hablamos de proyectos que superan el primer filtro de preselección por parte de la Unidad Técnica. Sin embargo, un dato que merece la pena resaltar es que las ayudas otorgadas por el Consejo Intergubernamental nuevamente superan estas proporciones en favor de proyectos dirigidos por mujeres: especialmente significativo cuando se trata de importes ya que el 45,4% de ayudas otorgadas corresponden a proyectos de directoras frente al 42,4% de ayudas otorgadas a proyectos de directores (además del 12,2% de dirección mixta).

- En cuanto al guion, se da la circunstancia de que la mayoría de proyectos aprobados presentan una co-guionización mixta (al menos un hombre y al menos una mujer), como veremos a continuación. Si atendemos al importe de las ayudas solicitadas por proyectos preseleccionados, observamos claramente que la guionización mixta pasa del 34,7% a un mayoritario 55%. Esto se produce a costa de reducir porcentajes de importes solicitados por proyectos preseleccionados tanto de directoras como de directores (en mayor medida en este último caso).

- Finalmente en cuanto a la producción, igualmente constatamos ligeras mejoras respecto al volumen de ayudas que se solicita por parte de proyectos dirigidos por mujeres, tanto a nivel de número de proyectos como de importes de ayuda, aunque aun falte bastante recorrido para alcanzar la paridad. Sin duda mejorar el escenario de entrada determinado por los proyectos presentados con producción a cargo de mujeres (34,9%) podría contribuir a alcanzar mejores resultados finales.



**COPRODUCCIÓN** es la modalidad que mayor porcentaje del fondo abarca (71,38% del fondo total, incluyendo el 0,97% de las ayudas adicionales a distribución asociadas a esta categoría); también aquí puede verse una ligera mejora en el resultado final de ayudas otorgadas a proyectos con participación de mujeres en los 3 campos respecto a la ayuda solicitada por los proyectos que se presentan y también respecto a los que, posteriormente, pasan el filtro de preselección técnica. Sin embargo, aún falta camino por recorrer.

- A nivel de dirección no apreciamos variaciones significativas del porcentaje de número de proyectos ni del importe solicitado respecto a los proyectos que se presentan y los que a continuación son preseleccionados por la Unidad Técnica: en ambos casos se produce una mejora alrededor del 3%. Sin embargo, sí que encontramos una mejora sustancial cuando hablamos de las ayudas finalmente otorgadas por el Consejo, y es que a nivel de proyectos pasamos de un 27,3% de proyectos preseleccionados dirigidos por mujeres a un 35,4% de proyectos finalmente seleccionados dirigidos por mujeres. Esta mejora es aún mayor cuando nos fijamos en los importes de las ayudas: pasando del 27,6% de ayuda solicitada por proyectos preseleccionados dirigidos por mujeres a un 38,3% de ayuda finalmente otorgada por el Consejo Intergubernamental para proyectos dirigidos por mujeres. En definitiva, esta mejora supone alrededor de 352.661 USD en ayudas 'reorientadas' para proyectos de directoras, una cifra considerable para un fondo del volumen y características de IBERMEDIA (dicha cifra es, por citar un ejemplo, superior al total de ayudas otorgadas en Desarrollo de series).

- Por lo que respecta al cargo de guionista, vamos a encontrar una serie de mejoras, aunque no tan significativas como en el caso de la dirección. A grandes rasgos sigue sin haber una mejora especialmente cuantiosa entre proyectos presentados y preseleccionados, si bien se mejora muy ligeramente este porcentaje. En el aspecto más interesante, que es el de las ayudas finalmente otorgadas, vuelve a existir una cierta mejora en favor de proyectos guionizados por mujeres, si bien faltará todavía bastante recorrido para alcanzar cotas de paridad: de un 22% de importe solicitado por proyectos preseleccionados acabamos finalmente en el 30,1% de ayudas otorgadas. Aunque la mejora es considerable, dicho porcentaje aún queda lejos del 53,5% de importe otorgado a proyectos guionizados por hombres (que se completa con un 16,5% correspondiente a co-guionización mixta).

- Como suele ser habitual, la opción mayoritaria a nivel de producción en esta modalidad acaba siendo mixta. Es frecuente que en las coproducciones concurren al menos un coproductor hombre y al menos una coproductora mujer. A pesar de que los porcentajes relativos a proyectos

producidos íntegramente por coproductoras mujeres también acaban mejorando en el resultado final, es aquí donde encontramos las mayores diferencias entre proyectos de hombres y mujeres. Atendiendo al resultado final de los importes de ayudas otorgadas encontramos un 38,5% de proyectos coproducidos exclusivamente por hombres frente a tan solo un 16,1% de ayudas otorgadas a proyectos coproducidos exclusivamente por mujeres. No debemos olvidar, como avanzamos en este mismo apartado que la opción mayoritaria es mixta: 45,4% de las ayudas otorgadas, prácticamente la mitad de las mismas.

#### Puntos adicionales para proyectos con participación de mujeres

Durante la pasada XXIX Reunión Ordinaria del Consejo Intergubernamental, fue aprobada una medida específica para la modalidad de Coproducción consistente en fomentar proyectos que cuenten con participación de mujeres otorgando puntos adicionales sobre las valoraciones de los analistas. Esta medida ya ha sido publicada en las bases que han entrado en vigor para la Convocatoria 2021, en los términos siguientes:

- Un (1) punto adicional para películas dirigidas en un 100% por mujer(es)
- Un (1) punto adicional para películas guionizadas por, al menos, un 50% de mujer(es).
- Un (1) punto adicional por contener al menos el 40% de las jefaturas técnicas a cargo de mujer(es) en los siguientes ámbitos:
  - IMAGEN REAL: Composición musical, Dirección de fotografía, Dirección artística, Montaje, Sonido directo, Montaje de sonido, Mezclas de sonido, Dirección de producción, Supervisión de efectos especiales físicos y Supervisión de efectos especiales visuales.
  - ANIMACIÓN: Composición musical, Diseño de personajes, Supervisión de Story Board, Supervisión de Layout, Supervisión de composición, Supervisión de efectos especiales visuales, Dirección de fotografía/Iluminación, Edición, Montaje de Sonido, Mezclas de Sonido, Supervisión de pipeline.

#### Estructura orgánica

Además de los resultados y medidas anteriormente descritas, es interesante señalar la composición de los órganos de decisión, así como los órganos técnicos que articulan el día a día del Programa.

En 2020, y participando como autoridades de sus respectivos países en la pasada Reunión Ordinaria del Consejo Intergubernamental donde se decidieron las ayudas, encontramos 7 delegadas por parte de Argentina, Cuba, España, Italia, Nicaragua, Panamá y Paraguay, entre los 20 estados miembros signatarios del acta de dicha reunión, lo que implica un porcentaje del 35% de mujeres frente al 65% de hombres. Las personas delegadas que atienden la reunión en que son otorgadas las ayudas son las propias autoridades cinematográficas de cada país junto con la representación de AECID (siempre un/a representante por institución), o eventualmente aquellas personas designadas por dichas autoridades.

Respecto al grupo externo de analistas que puntuaron los proyectos, encontramos una paridad exacta entre mujeres (7) y hombres (7), distribuido de la siguiente forma:

FORMACIÓN: 1 mujer, 2 hombres  
 DESARROLLO: 2 mujeres, 1 hombre  
 DESARROLLO DE SERIES: 1 mujer, 2 hombres  
 COPRODUCCIÓN: 3 Mujeres, 2 hombres

La Unidad Técnica de IBERMEDIA cuenta con la participación de una mujer en el apartado de la Secretaría Técnica, al frente del órgano que se completa por una amplia mayoría de mujeres (4) frente a un (1) hombre. Por último, desde que se aprobó, en 2018, el reglamento que contempla la figura de la Presidencia del Programa, dicha figura ha recaído en una mujer.



## **ANEXO I**

### **Fichas-país**

Las «fichas-país» han sido elaboradas para proporcionar una instantánea sobre la participación de cada país y sus resultados en la Convocatoria. Indican información específica del aporte y el total de las ayudas recibidas, su diversificación en las diversas modalidades en las que ha participado a lo largo de las diversas etapas (proyectos presentados, preseleccionados y finalmente seleccionados).

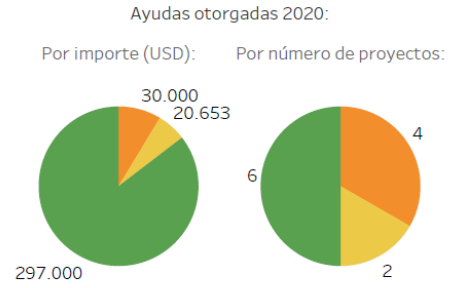
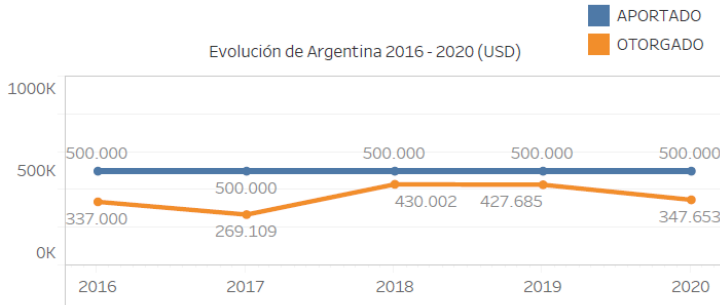
Desglosan igualmente la interacción con otras cinematografías a nivel de coproducción, tanto mayoritaria como minoritariamente y muestran la evaluación media de los proyectos en cada una de las modalidades.

Son además la mejor referencia para entender cómo ha sido afectado cada país por el sistema de baremos en Coproducción proporcionando información precisa sobre cada uno de los tres indicadores.

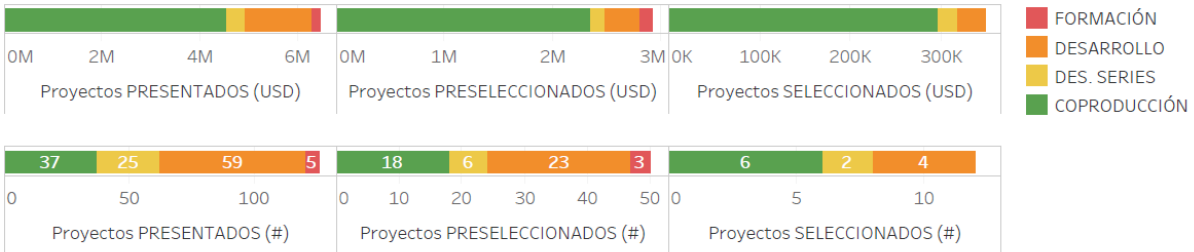
Cada ficha concluye con una breve información significativamente particular sobre ese país en concreto.

**ARGENTINA**

	Aportado	Otorgado	Ratio (%)
<b>Argentina</b>	500.000	347.653	69,53



Argentina en la Convocatoria 2020:

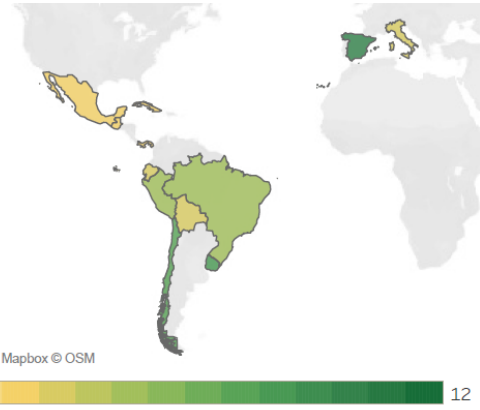


Coproducciones como MAYORITARIO: (en OSCURO seleccionadas)

Coproducciones como MINORITARIO: (en OSCURO seleccionadas)

Países coproductores con Argentina (preseleccionados) (incluye tanto MAYORITARIO como MINORITARIO)

País	MAYORITARIO	MINORITARIO	SELECCIONADAS
ARGENTINA	1	1	2
BOLIVIA	1	1	2
BRASIL	1	1	2
CHILE	2	2	4
COLOMBIA	1	1	2
COSTA RICA	1	1	2
CUBA	1	1	2
ECUADOR	1	1	2
EL SALVADOR	1	1	2
ESPAÑA	2	2	4
GUATEMALA	1	1	2
ITALIA	1	1	2
MÉXICO	1	1	2
NICARAGUA	1	1	2
PANAMÁ	1	1	2
PARAGUAY	1	1	2
PERÚ	1	1	2
PORTUGAL	1	1	2
PUERTO RICO	1	1	2
REPÚBLICA DOMINICANA	1	1	2
URUGUAY	1	1	2
VENEZUELA	1	1	2



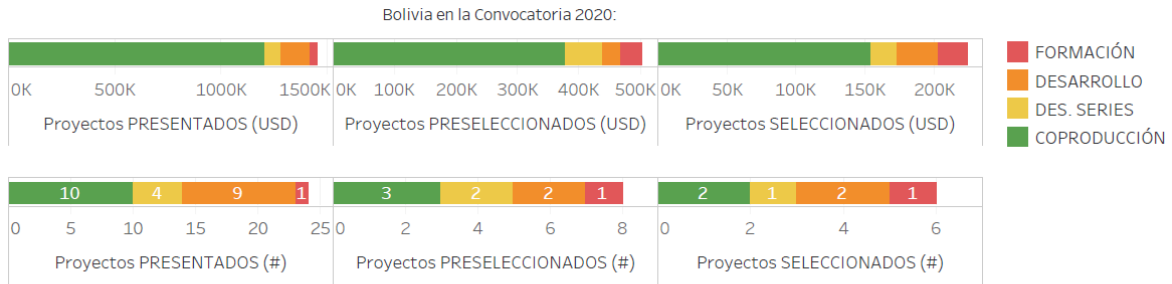
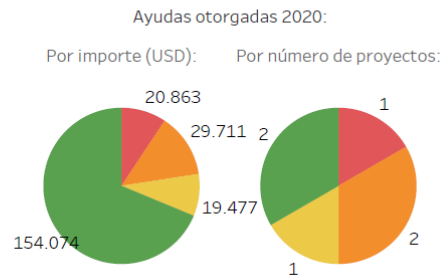
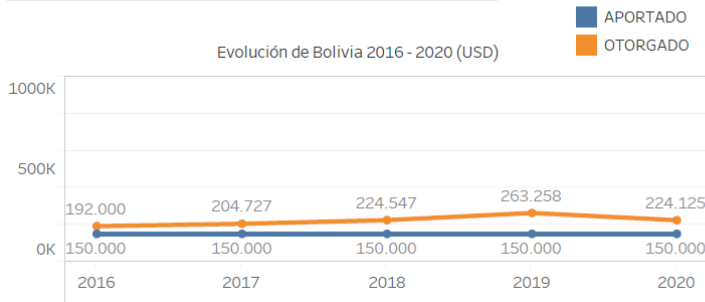
	NO SELECCIONADAS	SELECCIONADAS
<b>MAYORITARIO:</b>	14	6
<b>MINORITARIO:</b>	14	9
<b>TOTAL:</b>	28	15

Argentina fue el país que en 2020 recibió el mayor volumen de ayudas otorgadas (347.653 USD), sin embargo, su aporte de 500.000 USD ha sido decisivo para el fondo de cooperación del que se ha beneficiado la región. Argentina se consolida como el 3º mayor aportante al Programa IBERMEDIA en el acumulado de la serie histórica, habiendo superado los 8 millones de dólares en contribuciones.

Como es habitual, se trata del país con más coproducciones mayoritarias preseleccionadas (18) y proyectos de desarrollo (23). Su incidencia en otras cinematografías es muy heterogénea, destacando Chile, España y Uruguay.

**BOLIVIA**

	Aportado	Otorgado	Ratio (%)
<b>Bolivia</b>	150.000	224.125	149,42



Coproducciones como MAYORITARIO: (en OSCURO seleccionadas)

Coproducciones como MINORITARIO: (en OSCURO seleccionadas)

Países coproductores con Bolivia (preseleccionados) (incluye tanto MAYORITARIO como MINORITARIO)

ARGENTINA	1			ARGENTINA	1
BOLIVIA				BOLIVIA	
BRASIL				BRASIL	
CHILE				CHILE	
COLOMBIA				COLOMBIA	
COSTA RICA				COSTA RICA	
CUBA				CUBA	
ECUADOR				ECUADOR	
EL SALVADOR				EL SALVADOR	
ESPAÑA	1			ESPAÑA	
GUATEMALA				GUATEMALA	
ITALIA				ITALIA	
MÉXICO				MÉXICO	
NICARAGUA				NICARAGUA	
PANAMÁ				PANAMÁ	
PARAGUAY				PARAGUAY	
PERÚ	1			PERÚ	
PORTUGAL				PORTUGAL	
PUERTO RICO				PUERTO RICO	
REPÚBLICA DOMIN..				REPÚBLICA DOMIN..	
URUGUAY				URUGUAY	
VENEZUELA				VENEZUELA	



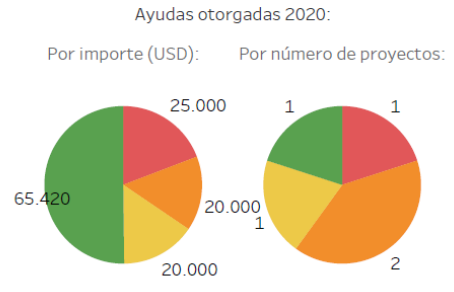
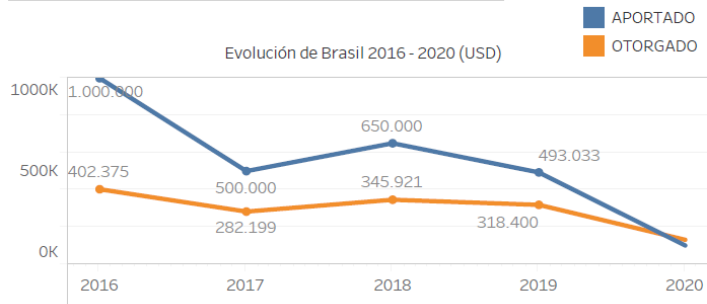
	NO SELECCIONADAS	SELECCIONADAS
<b>MAYORITARIO:</b>	1	2
<b>MINORITARIO:</b>	1	
<b>TOTAL:</b>	2	2

Se trata de uno de los países con la ratio aporte/ayuda recibida más favorable (149,2%). Ha concurrido a las 4 modalidades de la Convocatoria y en todas ellas ha obtenido ayuda, diversificando así los fondos recibidos.

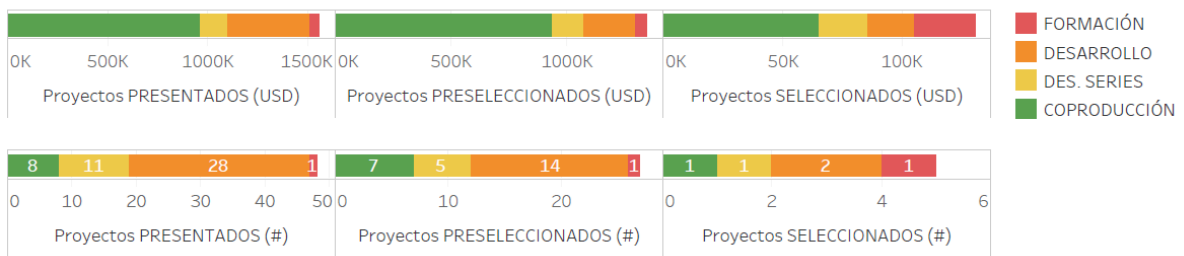
No ha obtenido ninguna ayuda en Coproducción como país minoritario, a pesar de tener un proyecto preseleccionado con estas características. En cuanto a Desarrollo (largometrajes) presenta un puntaje promedio (71,39) sensiblemente superior a la media global (71,39).

**BRASIL**

	Aportado	Otorgado	Ratio (%)
<b>Brasil</b>	100.000	130.420	130,42



Brasil en la Convocatoria 2020:



Coproducciones como MAYORITARIO: (en OSCURO seleccionadas)

Coproducciones como MINORITARIO: (en OSCURO seleccionadas)

Países coproductores con Brasil (preseleccionados) (incluye tanto MAYORITARIO como MINORITARIO)

ARGENTINA	2	1	1
BOLIVIA			
BRASIL			
CHILE		1	
COLOMBIA		1	
COSTA RICA			
CUBA			
ECUADOR			
EL SALVADOR			
ESPAÑA			
GUATEMALA			
ITALIA			
MÉXICO			
NICARAGUA			
PANAMÁ		1	
PARAGUAY		1	
PERÚ	1	1	1
PORTUGAL	1	2	2
PUERTO RICO			
REPÚBLICA DOMIN...			
URUGUAY	1		
VENEZUELA			



© Mapbox © OSM



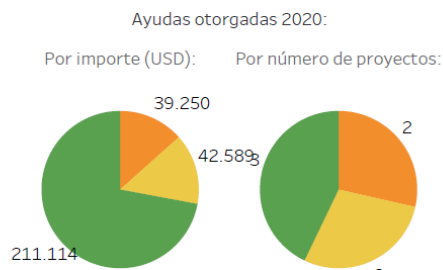
	NO SELECCIONADAS	SELECCIONADAS
<b>MAYORITARIO:</b>	6	1
<b>MINORITARIO:</b>	4	6
<b>TOTAL:</b>	10	7

Como puede observarse en la evolución de los últimos ejercicios, Brasil ha reducido drásticamente su aporte, así como la ayuda recibida, a pesar de lo cual sigue siendo el 2º mayor aportante de toda la serie histórica (con un valor que supera los 12,5 millones de dólares). En 2020 pasa a ser un país receptor neto del fondo de cooperación, tras 12 años siendo un contribuidor neto. Ha concurrido a las 4 modalidades habiendo obtenido ayuda en todas ellas.

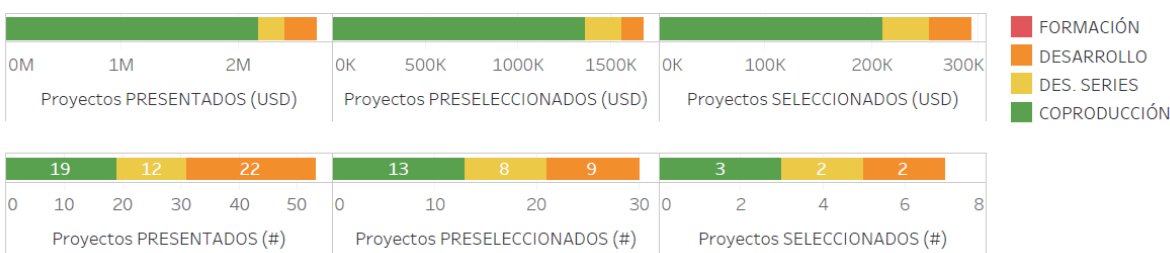
Aunque solo ha obtenido una ayuda como coproductor mayoritario, destaca su participación como minoritario, habiendo obtenido ayuda en 6 de las 10 producciones a las que concurría en esta condición. Sigue existiendo un lógico vínculo lingüístico con Portugal (su única coproducción mayoritaria seleccionada es con este país, y ambas coproducciones portuguesas en las que concurría fueron seleccionadas).

**CHILE**

	Aportado	Otorgado	Ratio (%)
<b>Chile</b>	300.000	292.953	97,65



Chile en la Convocatoria 2020:

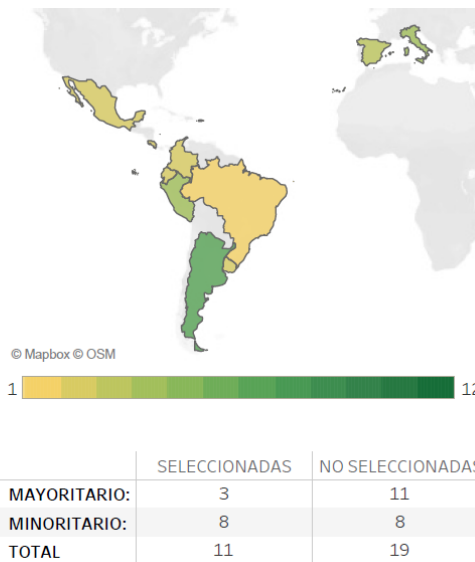


Coproducciones como MAYORITARIO: (en OSCURO seleccionadas)

Coproducciones como MINORITARIO: (en OSCURO seleccionadas)

Países coproductores con Chile (preseleccionados) (incluye tanto MAYORITARIO como MINORITARIO)

ARGENTINA	2	3	ARGENTINA	2
BOLIVIA			BOLIVIA	
BRASIL	1		BRASIL	
CHILE			CHILE	
COLOMBIA			COLOMBIA	2
COSTA RICA			COSTA RICA	1 1
CUBA			CUBA	
ECUADOR			ECUADOR	1 1
EL SALVADOR			EL SALVADOR	
ESPAÑA	2		ESPAÑA	1
GUATEMALA			GUATEMALA	
ITALIA	2		ITALIA	2
MÉXICO	1 1		MÉXICO	
NICARAGUA			NICARAGUA	
PANAMÁ			PANAMÁ	
PARAGUAY			PARAGUAY	
PERÚ			PERÚ	1 3
PORTUGAL			PORTUGAL	
PUERTO RICO			PUERTO RICO	1
REPÚBLICA DOMIN...			REPÚBLICA DOMIN...	
URUGUAY	2		URUGUAY	
VENEZUELA			VENEZUELA	

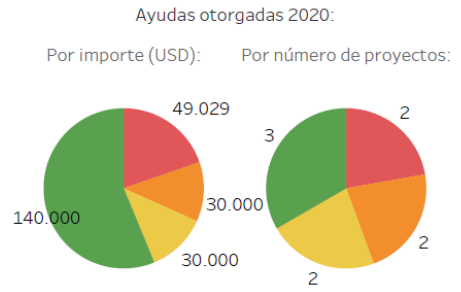


Chile ha llegado hasta una confluencia casi total entre el aporte que realiza al fondo y las ayudas que obtiene de éste, durante su evolución de los últimos 4 años.

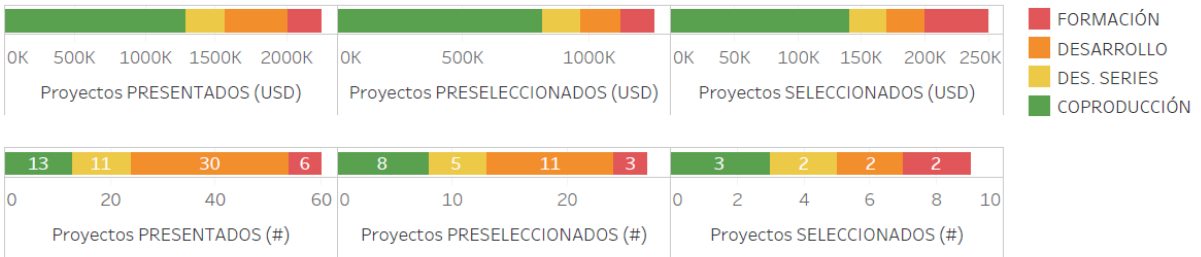
En 2020 no concurre con proyectos de Formación, pero sí mantiene una notable participación en Desarrollo (9 preseleccionados, quedando seleccionados 2), Desarrollo de Series (8 preseleccionados siendo seleccionados 2) y sobre todo Coproducción (13 preseleccionados de los que finalmente 3 resultaron seleccionados). Además es destacable su participación como coproductor minoritario (16 preseleccionados de los que fueron seleccionados 8).

**COLOMBIA**

	Aportado	Otorgado	Ratio (%)
<b>Colombia</b>	225.000	249.029	110,68



Colombia en la Convocatoria 2020:



Coproducciones como MAYORITARIO: (en OSCURO seleccionadas)

Coproducciones como MINORITARIO: (en OSCURO seleccionadas)

Países coproductores con Colombia (preseleccionados) (incluye tanto MAYORITARIO como MINORITARIO)

ARGENTINA				ARGENTINA			
BOLIVIA				BOLIVIA			
BRASIL	1			BRASIL			
CHILE	2			CHILE			
COLOMBIA				COLOMBIA			
COSTA RICA				COSTA RICA			
CUBA				CUBA	1		
ECUADOR				ECUADOR			
EL SALVADOR				EL SALVADOR			
ESPAÑA	2			ESPAÑA	1		
GUATEMALA				GUATEMALA			
ITALIA				ITALIA	1		
MÉXICO	1	1		MÉXICO			
NICARAGUA				NICARAGUA			
PANAMÁ	1			PANAMÁ	1		
PARAGUAY				PARAGUAY			
PERÚ				PERÚ	2	1	
PORTUGAL				PORTUGAL			
PUERTO RICO				PUERTO RICO			
REPÚBLICA DOMIN...				REPÚBLICA DOMIN...			
URUGUAY				URUGUAY			
VENEZUELA				VENEZUELA			



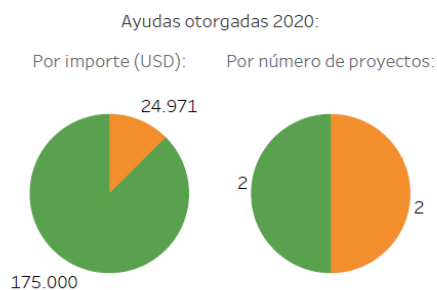
	SELECCIONADAS	NO SELECCIONADAS
<b>MAYORITARIO:</b>	3	5
<b>MINORITARIO:</b>	3	4
<b>TOTAL</b>	6	9

De Colombia cabe destacar en 2020 su diversificación de ayudas en las 4 modalidades: Coproducción, Desarrollo, Desarrollo de series y Formación (junto con México, los únicos países con varios proyectos aprobados en cada categoría), tanto a nivel de proyectos aprobados como ayudas repartidas.

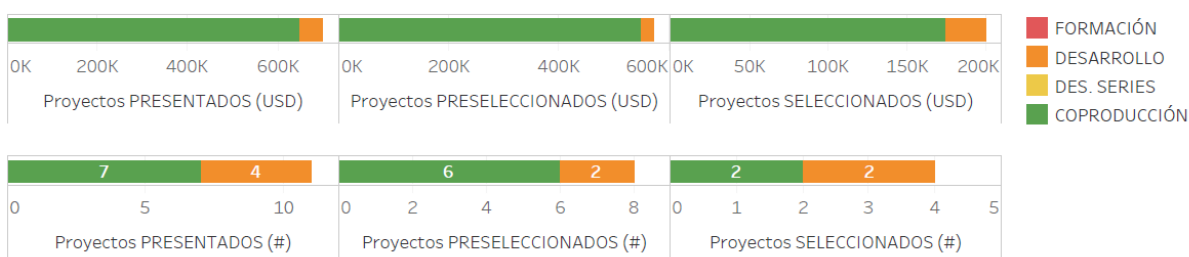
Mantiene una equilibrada proporción entre participación como coproductor mayoritario y minoritario, siendo favorecido en sus coproducciones con Perú.

## COSTA RICA

	Aportado	Otorgado	Ratio (%)
<b>Costa Rica</b>	150.000	199.971	133,31



Costa Rica en la Convocatoria 2020:

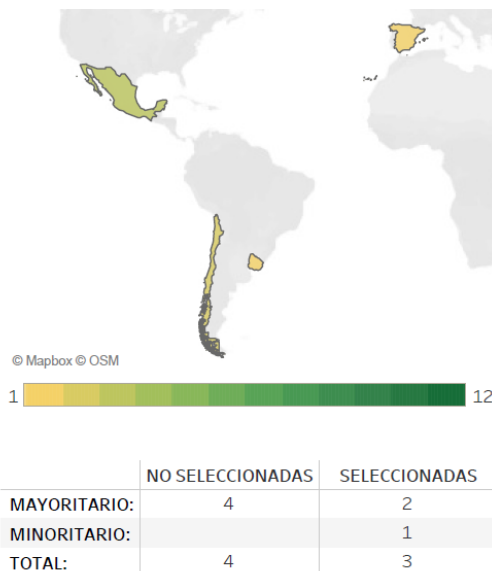


Coproducciones como MAYORITARIO: (en OSCURO seleccionadas)

Coproducciones como MINORITARIO: (en OSCURO seleccionadas)

Países coproductores con Costa Rica (preseleccionados) (incluye tanto MAYORITARIO como MINORITARIO)

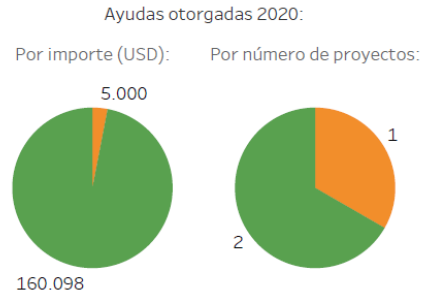
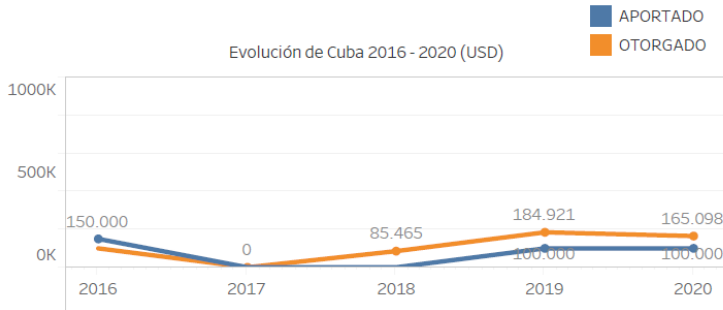
ARGENTINA		ARGENTINA	
BOLIVIA		BOLIVIA	
BRASIL		BRASIL	
CHILE	1 1	CHILE	
COLOMBIA		COLOMBIA	
COSTA RICA		COSTA RICA	
CUBA		CUBA	
ECUADOR		ECUADOR	
EL SALVADOR		EL SALVADOR	
ESPAÑA	1	ESPAÑA	
GUATEMALA		GUATEMALA	
ITALIA		ITALIA	
MÉXICO	2	MÉXICO	1
NICARAGUA		NICARAGUA	
PANAMÁ		PANAMÁ	
PARAGUAY		PARAGUAY	
PERÚ		PERÚ	
PORTUGAL		PORTUGAL	
PUERTO RICO		PUERTO RICO	
REPÚBLICA DOMIN..		REPÚBLICA DOMIN..	
URUGUAY	1	URUGUAY	
VENEZUELA		VENEZUELA	



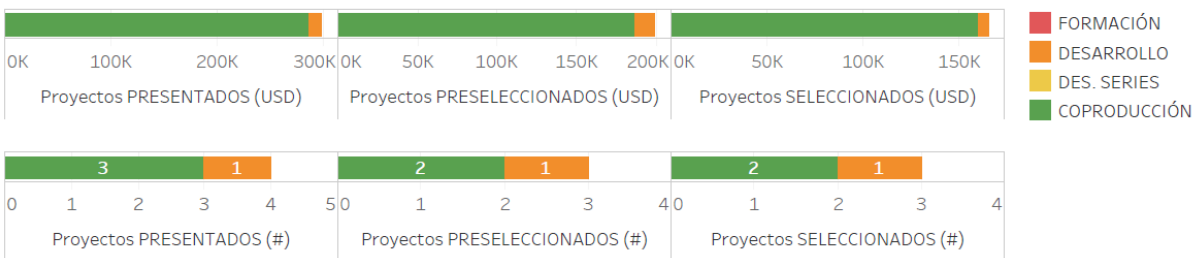
Costa Rica ha concurrido únicamente a Desarrollo y a Coproducción, como ocurre desde que se integró en IBERMEDIA, en 2008. En 2020 han sido preseleccionados 6 proyectos de coproducción, número relativamente alto comparado con ejercicios anteriores y todos ellos fuera de la región centroamericana. Su única participación minoritaria, con México, resultó seleccionada, al contrario que las 2 producciones mayoritarias con dicho país.

**CUBA**

	Aportado	Otorgado	Ratio (%)
<b>Cuba</b>	100.000	165.098	165,10



Cuba en la Convocatoria 2020:

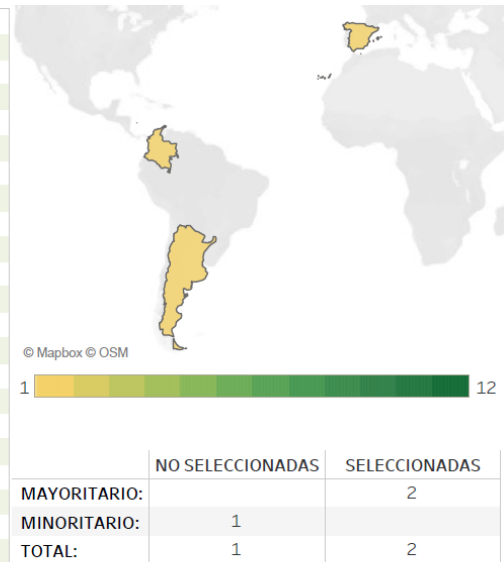


Coproducciones como MAYORITARIO: (en OSCURO seleccionadas)

Coproducciones como MINORITARIO: (en OSCURO seleccionadas)

Países coproductores con Cuba (preseleccionados) (incluye tanto MAYORITARIO como MINORITARIO)

ARGENTINA		ARGENTINA	1
BOLIVIA		BOLIVIA	
BRASIL		BRASIL	
CHILE		CHILE	
COLOMBIA	1	COLOMBIA	
COSTA RICA		COSTA RICA	
CUBA		CUBA	
ECUADOR		ECUADOR	
EL SALVADOR		EL SALVADOR	
ESPAÑA	1	ESPAÑA	
GUATEMALA		GUATEMALA	
ITALIA		ITALIA	
MÉXICO		MÉXICO	
NICARAGUA		NICARAGUA	
PANAMÁ		PANAMÁ	
PARAGUAY		PARAGUAY	
PERÚ		PERÚ	
PORTUGAL		PORTUGAL	
PUERTO RICO		PUERTO RICO	
REPÚBLICA DOMIN...		REPÚBLICA DOMIN...	
URUGUAY		URUGUAY	
VENEZUELA		VENEZUELA	



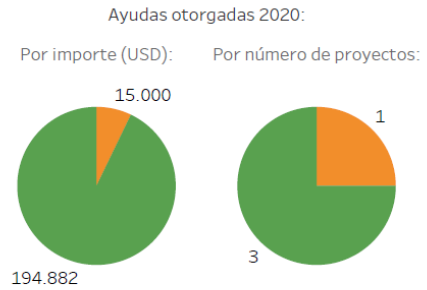
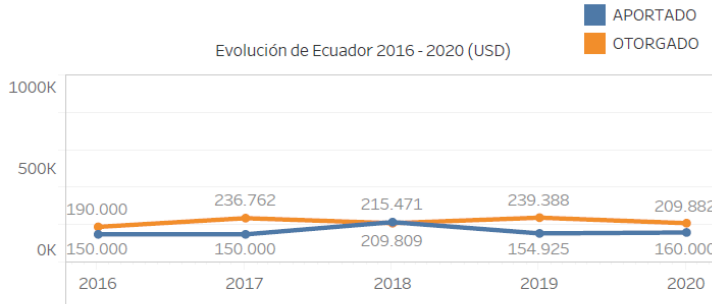
Segundo año de participación tras dos años de ausencia (aunque en 2018 fue aprobada una coproducción argentino-cubana). Tanto sus dos coproducciones preseleccionadas como el único proyecto de preseleccionado en Desarrollo fueron finalmente aprobados, si bien la inmensa mayoría de los fondos recibidos (96,97%) fueron destinados a Coproducción.

Aunque no concurra a Formación como tal, la Escuela Internacional de Cine y TV de San Antonio de los Baños (EICTV), ha venido recibiendo ayudas anuales otorgadas por el conjunto de países miembros del Programa desde 2004.

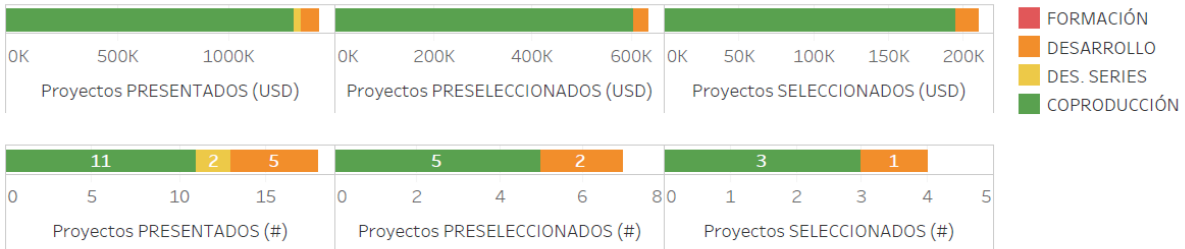


**ECUADOR**

	Aportado	Otorgado	Ratio (%)
<b>Ecuador</b>	160.000	209.882	131,18



Ecuador en la Convocatoria 2020:



Coproducciones como MAYORITARIO: (en OSCURO seleccionadas)

Coproducciones como MINORITARIO: (en OSCURO seleccionadas)

Países coproductores con Ecuador (preseleccionados) (incluye tanto MAYORITARIO como MINORITARIO)

ARGENTINA	1			ARGENTINA	1
BOLIVIA				BOLIVIA	
BRASIL				BRASIL	
CHILE	1	1		CHILE	
COLOMBIA				COLOMBIA	
COSTA RICA				COSTA RICA	
CUBA				CUBA	
ECUADOR				ECUADOR	
EL SALVADOR				EL SALVADOR	
ESPAÑA				ESPAÑA	
GUATEMALA				GUATEMALA	
ITALIA				ITALIA	
MÉXICO				MÉXICO	1
NICARAGUA				NICARAGUA	
PANAMÁ				PANAMÁ	
PARAGUAY				PARAGUAY	
PERÚ	1	1		PERÚ	
PORTUGAL				PORTUGAL	
PUERTO RICO				PUERTO RICO	
REPÚBLICA DOMIN...				REPÚBLICA DOMIN...	
URUGUAY				URUGUAY	
VENEZUELA				VENEZUELA	



Nuevamente encontramos un país enfocado principalmente a las ayudas de Coproducción (92,86% frente a 7,14% en Desarrollo). Aunque concurrió como coproductor minoritario con Argentina y México, en ninguno de ambos casos fue finalmente seleccionado.

## EL SALVADOR

	Aportado	Otorgado	Ratio (%)
<b>El Salvador</b>	100.000	26.600	26,60



El Salvador en la Convocatoria 2020:



Coproducciones como MAYORITARIO:  
(en OSCURO seleccionadas)

Coproducciones como MINORITARIO:  
(en OSCURO seleccionadas)

Países coproductores con El Salvador (preseleccionados)  
(incluye tanto MAYORITARIO como MINORITARIO)

ARGENTINA		ARGENTINA	
BOLIVIA		BOLIVIA	
BRASIL		BRASIL	
CHILE		CHILE	
COLOMBIA		COLOMBIA	
COSTA RICA		COSTA RICA	
CUBA		CUBA	
ECUADOR		ECUADOR	
EL SALVADOR		EL SALVADOR	
ESPAÑA		ESPAÑA	
GUATEMALA		GUATEMALA	
ITALIA		ITALIA	
MÉXICO		MÉXICO	
NICARAGUA		NICARAGUA	
PANAMÁ		PANAMÁ	
PARAGUAY		PARAGUAY	
PERÚ		PERÚ	
PORTUGAL		PORTUGAL	
PUERTO RICO		PUERTO RICO	
REPÚBLICA DOMIN...		REPÚBLICA DOMIN...	
URUGUAY		URUGUAY	
VENEZUELA		VENEZUELA	



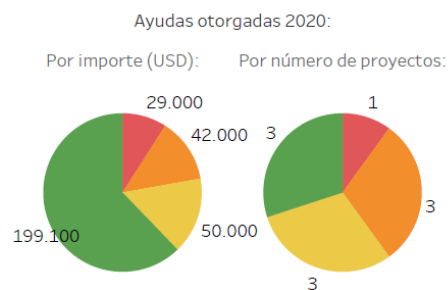
© Mapbox © OSM

	NO SELECCIONADAS	SELECCIONADAS
<b>MAYORITARIO:</b>		
<b>MINORITARIO:</b>		
<b>TOTAL</b>		

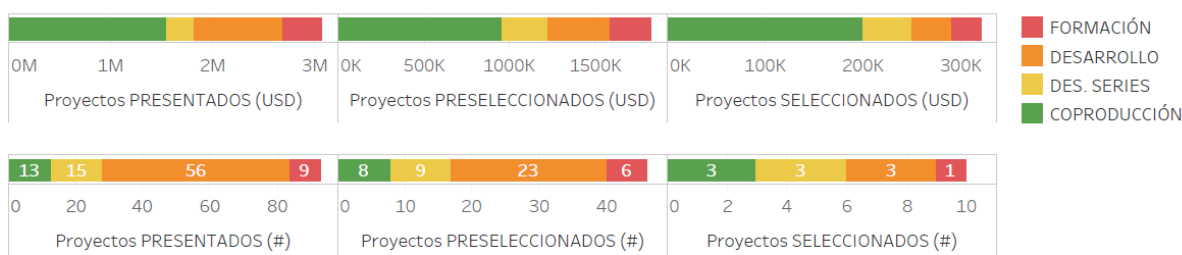
Primera participación de El Salvador en el Programa IBERMEDIA. Como puede observarse, únicamente ha concurrido con dos proyectos en la modalidad de Desarrollo de largometrajes, que -lógicamente- obtuvieron el máximo de la ayuda solicitada.

En condiciones normales, en ejercicios futuros debería ser un país receptor neto de fondos, al revés de lo que ha ocurrido en un ejercicio tan atípico como ha sido 2020.

# ESPAÑA



España en la Convocatoria 2020:

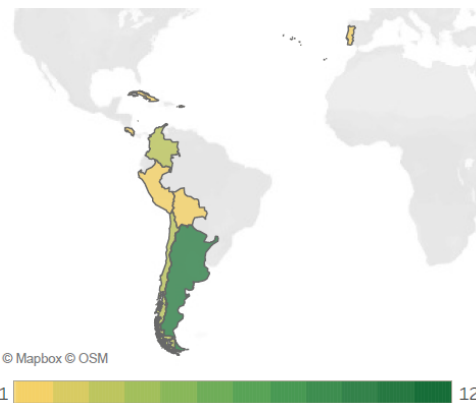


Coproducciones como MAYORITARIO:  
(en OSCURO seleccionadas)

Coproducciones como MINORITARIO:  
(en OSCURO seleccionadas)

Países coproductores con España (preseleccionados)  
(incluye tanto MAYORITARIO como MINORITARIO)

ARGENTINA	2	2		ARGENTINA	2	4	
BOLIVIA				BOLIVIA	1		
BRASIL				BRASIL			
CHILE	1			CHILE	2		
COLOMBIA	1			COLOMBIA	2		
COSTA RICA				COSTA RICA	1		
CUBA				CUBA	1		
ECUADOR				ECUADOR			
EL SALVADOR				EL SALVADOR			
ESPAÑA				ESPAÑA			
GUATEMALA				GUATEMALA			
ITALIA				ITALIA			
MÉXICO				MÉXICO			
NICARAGUA				NICARAGUA			
PANAMÁ				PANAMÁ			
PARAGUAY				PARAGUAY			
PERÚ	1			PERÚ			
PORTUGAL	1			PORTUGAL			
PUERTO RICO				PUERTO RICO	1		
REPÚBLICA DOMIN...				REPÚBLICA DOMIN...			
URUGUAY				URUGUAY			
VENEZUELA				VENEZUELA			



	SELECCIONADAS	NO SELECCIONADAS
<b>MAYORITARIO:</b>	3	5
<b>MINORITARIO:</b>	5	9
<b>TOTAL</b>	8	14

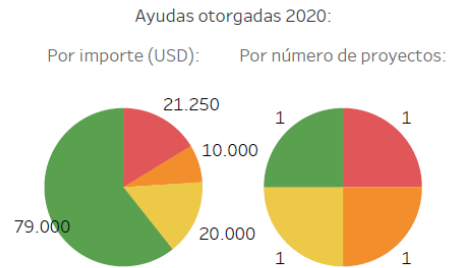
En un ejercicio atípico marcado por la crisis del COVID el aporte español se ha visto afectado por la ausencia de fondos procedentes de AECID por primera. Aun así, se trata del mayor aportante de la serie histórica (40,5 MM USD en los 22 años de IBERMEDIA, equivalente al 35,62% del total de aportes).

Destaca su vínculo coproductor con Argentina, como viene siendo habitual. Igualmente es reseñable la puntuación de proyectos preseleccionados, superior al promedio en todas las modalidades.

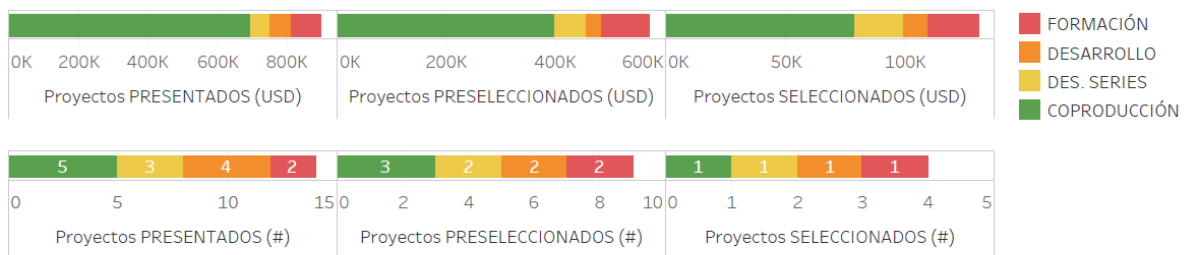
Desde 2018 ostenta la Presidencia del Programa, en la persona de Beatriz Navas, Directora General del ICAA.

## GUATEMALA

	Aportado	Otorgado	Ratio (%)
<b>Guatemala</b>	100.000	130.250	130,25



Guatemala en la Convocatoria 2020:



Coproducciones como MAYORITARIO:  
(en OSCURO seleccionadas)

Coproducciones como MINORITARIO:  
(en OSCURO seleccionadas)

Países coproductores con Guatemala (preseleccionados)  
(incluye tanto MAYORITARIO como MINORITARIO)

ARGENTINA		ARGENTINA	1
BOLIVIA		BOLIVIA	
BRASIL		BRASIL	
CHILE		CHILE	
COLOMBIA		COLOMBIA	
COSTA RICA		COSTA RICA	
CUBA		CUBA	
ECUADOR		ECUADOR	
EL SALVADOR		EL SALVADOR	
ESPAÑA		ESPAÑA	
GUATEMALA		GUATEMALA	
ITALIA		ITALIA	
MÉXICO	1 1	MÉXICO	
NICARAGUA		NICARAGUA	
PANAMÁ	1	PANAMÁ	
PARAGUAY		PARAGUAY	
PERÚ		PERÚ	
PORTUGAL		PORTUGAL	
PUERTO RICO		PUERTO RICO	
REPÚBLICA DOMIN...		REPÚBLICA DOMIN...	
URUGUAY		URUGUAY	
VENEZUELA		VENEZUELA	



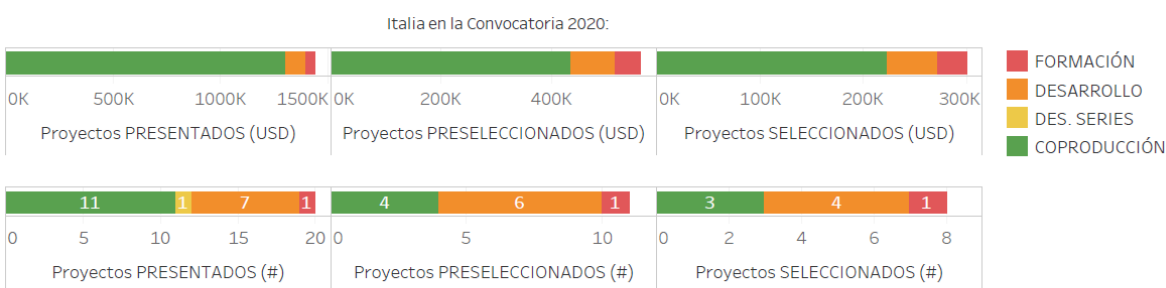
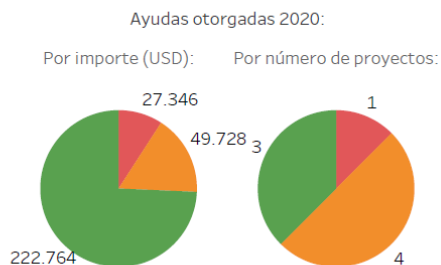
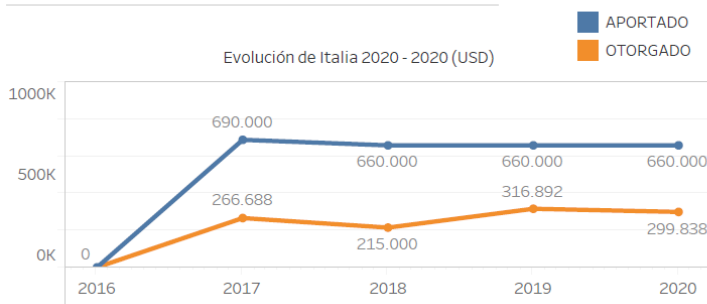
	NO SELECCIONADAS	SELECCIONADAS
<b>MAYORITARIO:</b>	2	1
<b>MINORITARIO:</b>	1	
<b>TOTAL:</b>	3	1

En 2020 Guatemala logró liquidar la deuda que se había generado desde 2010.

Únicamente ha concurrido con una coproducción minoritaria preseleccionada, que desafortunadamente no resultó elegida. Sin embargo, las ayudas a proyectos sí están diversificadas, habiendo obtenido un único proyecto en cada una de las cuatro modalidades.

**ITALIA**

	Aportado	Otorgado	Ratio (%)
<b>Italia</b>	660.000	299.838	45,43

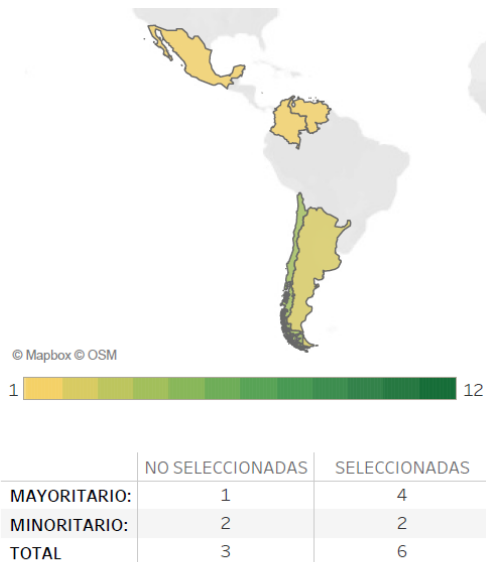


Coproducciones como MAYORITARIO: (en OSCURO seleccionadas)

Coproducciones como MINORITARIO: (en OSCURO seleccionadas)

Países coproductores con Italia (preseleccionados) (incluye tanto MAYORITARIO como MINORITARIO)

País	MAYORITARIO	MINORITARIO
ARGENTINA	1	1
BOLIVIA		
BRASIL		
CHILE	2	2
COLOMBIA	1	
COSTA RICA		
CUBA		
ECUADOR		
EL SALVADOR		
ESPAÑA		
GUATEMALA		
ITALIA		
MÉXICO		1
NICARAGUA		
PANAMÁ		
PARAGUAY		
PERÚ		
PORTUGAL		
PUERTO RICO		
REPÚBLICA DOMINICANA		
URUGUAY		
VENEZUELA	1	

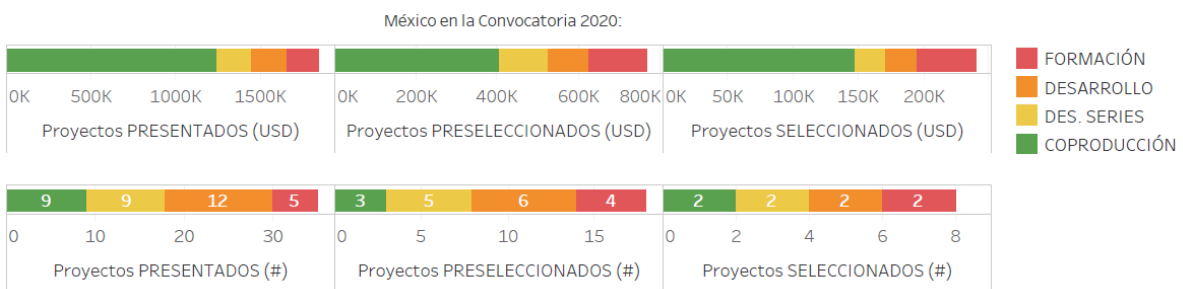
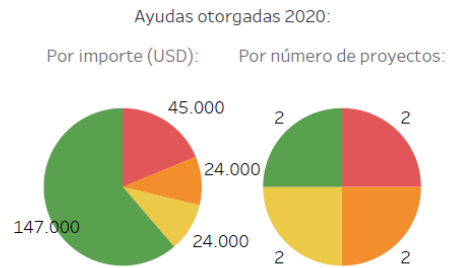
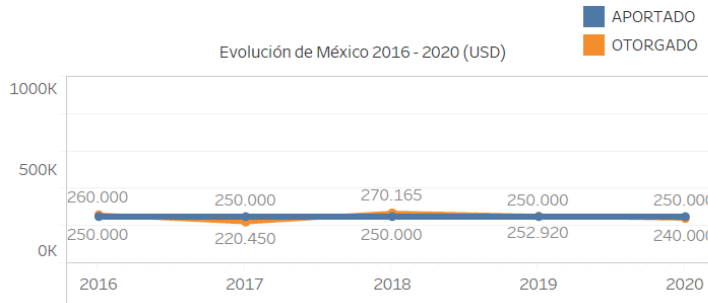


Italia ha realizado en 2020 el mayor aporte financiero al Programa (el 14,5% del total). Su ratio aporte/ayuda recibida (45,43%) arroja una contribución al fondo de cooperación por valor de 360.162 USD, el mayor de todos los participantes. No en vano, en 4 años de participación ha alcanzado el puesto nº 11 de países con mayor aporte realizado a IBERMEDIA en el acumulado de su serie histórica.

Ha obtenido ayudas en Formación, Desarrollo y Coproducción (la única solicitud de Desarrollo de series no fue preseleccionada). Además, este año ha aumentado su número de participaciones como país minoritario (4), alcanzando ayudas en 2 de ellas.

# MÉXICO

	Aportado	Otorgado	Ratio (%)
<b>México</b>	250.000	240.000	96,00

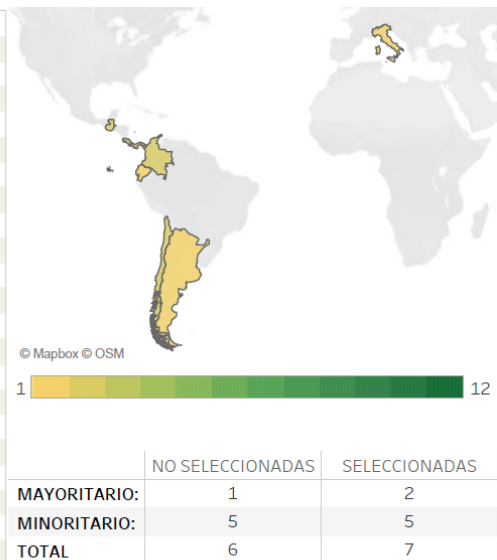


Coproducciones como MAYORITARIO: (en OSCURO seleccionadas)

Coproducciones como MINORITARIO: (en OSCURO seleccionadas)

Países coproductores con México (preseleccionados) (incluye tanto MAYORITARIO como MINORITARIO)

ARGENTINA		ARGENTINA	1
BOLIVIA		BOLIVIA	
BRASIL		BRASIL	
CHILE		CHILE	1 1
COLOMBIA		COLOMBIA	1 1
COSTA RICA	1	COSTA RICA	2
CUBA		CUBA	
ECUADOR	1	ECUADOR	
EL SALVADOR		EL SALVADOR	
ESPAÑA		ESPAÑA	
GUATEMALA		GUATEMALA	1 1
ITALIA	1	ITALIA	
MÉXICO		MÉXICO	
NICARAGUA		NICARAGUA	
PANAMÁ		PANAMÁ	1
PARAGUAY		PARAGUAY	
PERÚ		PERÚ	
PORTUGAL		PORTUGAL	
PUERTO RICO		PUERTO RICO	
REPÚBLICA DOMIN..		REPÚBLICA DOMIN..	
URUGUAY		URUGUAY	
VENEZUELA		VENEZUELA	

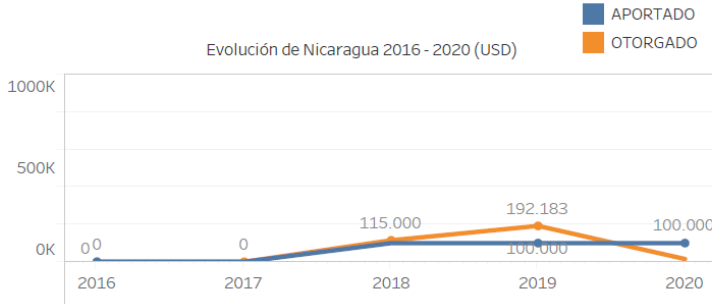


México, fiel a la trayectoria de equilibrar aporte realizado y ayudas recibidas, ha participado concurriendo a todas las modalidades, y obteniendo varias ayudas en cada una de ellas (junto a Colombia, los únicos casos). Además, los importes asignados también revelan una gran diversificación, destacando la mayor atribución a Formación de todos los participantes.

Aunque solo haya obtenido 2 ayudas de las 3 preseleccionadas como mayoritario, destaca su notable participación como país minoritario, nada menos que con 10 participaciones, de las cuales la mitad obtuvieron finalmente ayuda. Igualmente merece la pena destacar el puntaje de sus proyectos preseleccionados en general.

**NICARAGUA**

	Aportado	Otorgado	Ratio (%)
<b>Nicaragua</b>	100.000	14.858	14,86



Nicaragua en la Convocatoria 2020:



Coproducciones como MAYORITARIO:  
(en OSCURO seleccionadas)

Coproducciones como MINORITARIO:  
(en OSCURO seleccionadas)

Países coproductores con Nicaragua (preseleccionados)  
(incluye tanto MAYORITARIO como MINORITARIO)

ARGENTINA		ARGENTINA	
BOLIVIA		BOLIVIA	
BRASIL		BRASIL	
CHILE		CHILE	
COLOMBIA		COLOMBIA	
COSTA RICA		COSTA RICA	
CUBA		CUBA	
ECUADOR		ECUADOR	
EL SALVADOR		EL SALVADOR	
ESPAÑA		ESPAÑA	
GUATEMALA		GUATEMALA	
ITALIA		ITALIA	
MÉXICO		MÉXICO	
NICARAGUA		NICARAGUA	
PANAMÁ		PANAMÁ	
PARAGUAY		PARAGUAY	
PERÚ		PERÚ	
PORTUGAL		PORTUGAL	
PUERTO RICO		PUERTO RICO	
REPÚBLICA DOMIN...		REPÚBLICA DOMIN...	
URUGUAY		URUGUAY	
VENEZUELA		VENEZUELA	



© Mapbox © OSM

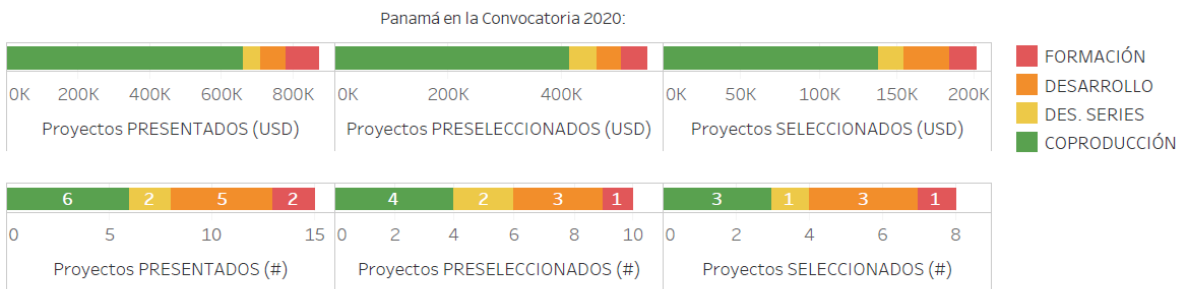
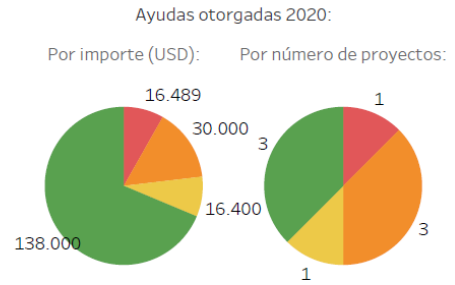
	NO SELECCIONADAS	SELECCIONADAS
<b>MAYORITARIO:</b>		
<b>MINORITARIO:</b>		
<b>TOTAL</b>		

Tercer año de Nicaragua en IBERMEDIA, en el que lamentablemente solo ha concurrido un proyecto preseleccionado en Desarrollo. Esta circunstancia arroja una situación ciertamente atípica, como ocurre también con el caso de El Salvador, en el que el país ha recibido una ayuda sensiblemente inferior a su aporte. Tampoco figura como coproductor minoritario en las coproducciones presentadas por parte del resto de países.

En ejercicios futuros debería revertirse esta situación, sin duda marcada por un año tan atípico como ha sido 2020.

# PANAMÁ

	Aportado	Otorgado	Ratio (%)
<b>Panamá</b>	175.000	200.889	114,79

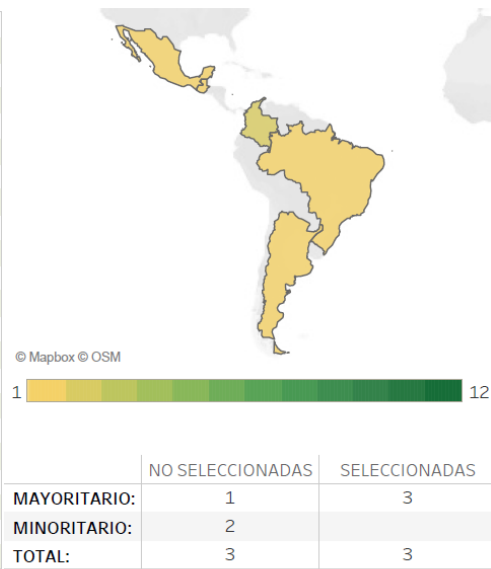


Coproducciones como MAYORITARIO: (en OSCURO seleccionadas)

Coproducciones como MINORITARIO: (en OSCURO seleccionadas)

Países coproductores con Panamá (preseleccionados) (incluye tanto MAYORITARIO como MINORITARIO)

ARGENTINA	1	ARGENTINA	
BOLIVIA		BOLIVIA	
BRASIL	1	BRASIL	
CHILE		CHILE	
COLOMBIA	1	COLOMBIA	1
COSTA RICA		COSTA RICA	
CUBA		CUBA	
ECUADOR		ECUADOR	
EL SALVADOR		EL SALVADOR	
ESPAÑA		ESPAÑA	
GUATEMALA		GUATEMALA	1
ITALIA		ITALIA	
MÉXICO	1	MÉXICO	
NICARAGUA		NICARAGUA	
PANAMÁ		PANAMÁ	
PARAGUAY		PARAGUAY	
PERÚ		PERÚ	
PORTUGAL		PORTUGAL	
PUERTO RICO		PUERTO RICO	
REPÚBLICA DOMIN...		REPÚBLICA DOMIN...	
URUGUAY		URUGUAY	
VENEZUELA		VENEZUELA	

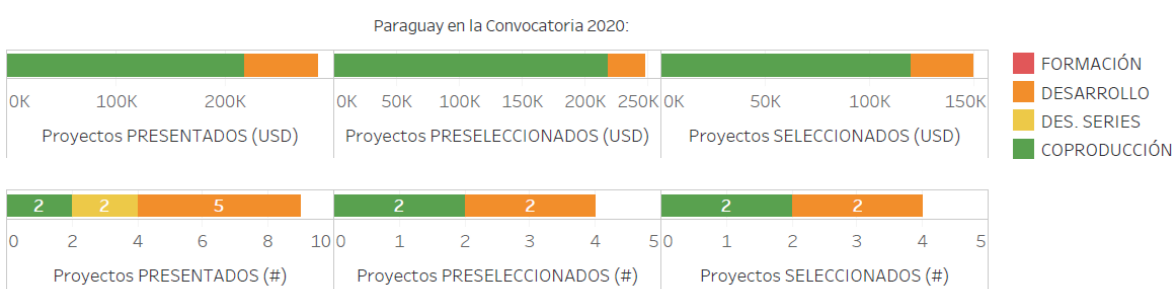
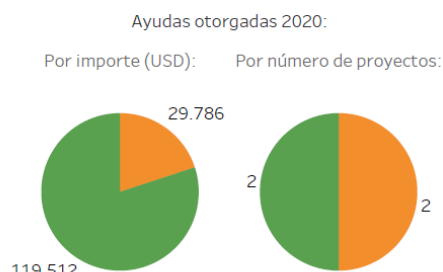
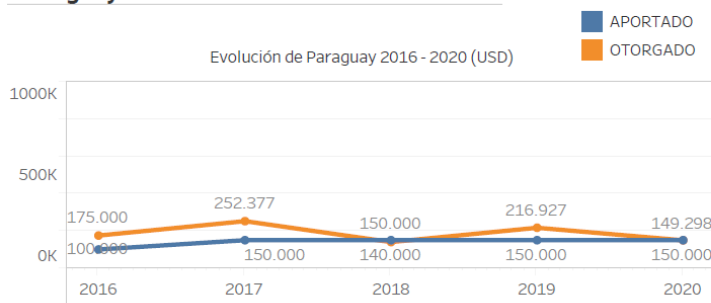


Como viene ocurriendo en los últimos años, la participación de Panamá en IBERMEDIA durante 2020 se cerró con un saldo ligeramente positivo (ratio 114,79%), habiendo concurrido en esta ocasión a las 4 modalidades y obteniendo ayudas en todas ellas. Los importes otorgados han sido considerablemente diversificados.



## PARAGUAY

	Aportado	Otorgado	Ratio (%)
<b>Paraguay</b>	150.000	149.298	99,53

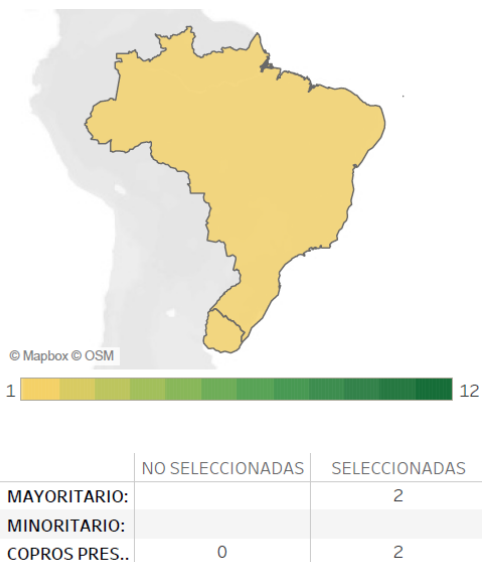


Coproducciones como MAYORITARIO: (en OSCURO seleccionadas)

Coproducciones como MINORITARIO: (en OSCURO seleccionadas)

Países coproductores con Paraguay (preseleccionados) (incluye tanto MAYORITARIO como MINORITARIO)

ARGENTINA						ARGENTINA					
BOLIVIA						BOLIVIA					
BRASIL			1			BRASIL					
CHILE						CHILE					
COLOMBIA						COLOMBIA					
COSTA RICA						COSTA RICA					
CUBA						CUBA					
ECUADOR						ECUADOR					
EL SALVADOR						EL SALVADOR					
ESPAÑA						ESPAÑA					
GUATEMALA						GUATEMALA					
ITALIA						ITALIA					
MÉXICO						MÉXICO					
NICARAGUA						NICARAGUA					
PANAMÁ						PANAMÁ					
PARAGUAY						PARAGUAY					
PERÚ						PERÚ					
PORTUGAL						PORTUGAL					
PUERTO RICO						PUERTO RICO					
REPÚBLICA DOMIN..						REPÚBLICA DOMIN..					
URUGUAY			1			URUGUAY					
VENEZUELA						VENEZUELA					

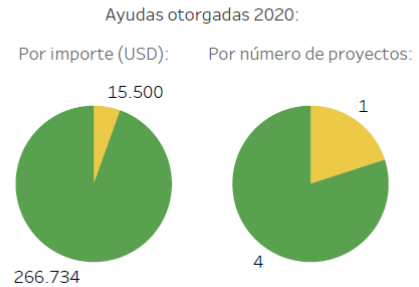
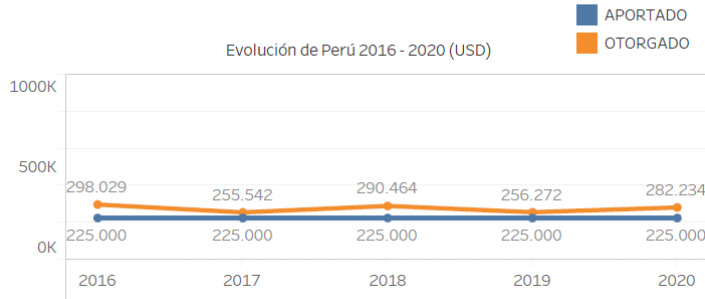


En un atípico 2020 Paraguay prácticamente ha logrado un equilibrio total entre aporte realizado y ayuda recibida (ratio: 99,53%), con ayudas enmarcadas en las modalidades de Coproducción y Desarrollo: 2 proyectos preseleccionados y seleccionados en cada categoría. Como ocurrió en el año anterior, su concurrencia en Coproducción ha sido exclusivamente como productor mayoritario.

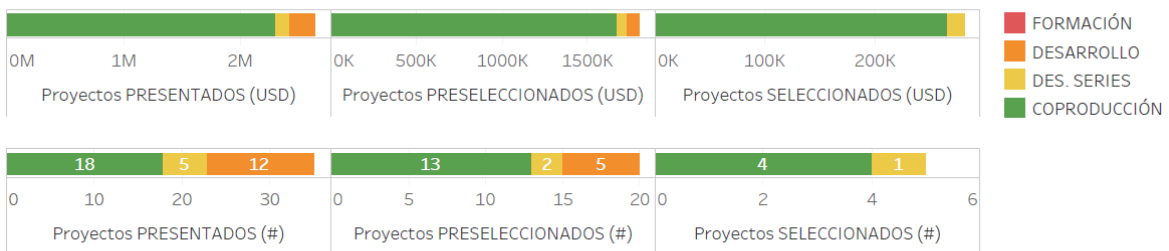
Destaca la excelente puntuación de sus proyectos preseleccionados, ligeramente por encima del promedio global.

**PERÚ**

	Aportado	Otorgado	Ratio (%)
<b>Perú</b>	225.000	282.234	125,44



Perú en la Convocatoria 2020:



Coproducciones como MAYORITARIO: (en OSCURO seleccionadas)

Coproducciones como MINORITARIO: (en OSCURO seleccionadas)

Países coproductores con Perú (preseleccionados) (incluye tanto MAYORITARIO como MINORITARIO)

ARGENTINA	4	ARGENTINA	
BOLIVIA		BOLIVIA	1
BRASIL	1 1	BRASIL	1
CHILE	1 3	CHILE	
COLOMBIA	2 1	COLOMBIA	
COSTA RICA		COSTA RICA	
CUBA		CUBA	
ECUADOR		ECUADOR	1 1
EL SALVADOR		EL SALVADOR	
ESPAÑA		ESPAÑA	1
GUATEMALA		GUATEMALA	
ITALIA		ITALIA	
MÉXICO		MÉXICO	
NICARAGUA		NICARAGUA	
PANAMÁ		PANAMÁ	
PARAGUAY		PARAGUAY	
PERÚ		PERÚ	
PORTUGAL		PORTUGAL	
PUERTO RICO		PUERTO RICO	
REPÚBLICA DOMIN..		REPÚBLICA DOMIN..	
URUGUAY		URUGUAY	
VENEZUELA		VENEZUELA	



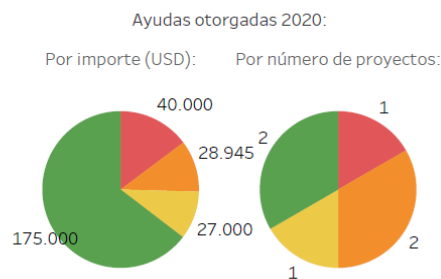
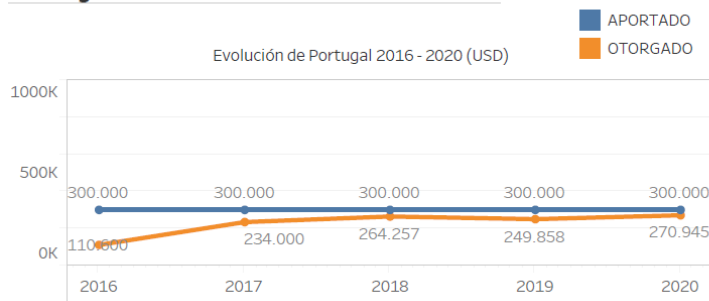
	NO SELECCIONADAS	SELECCIONADAS
<b>MAYORITARIO:</b>	9	4
<b>MINORITARIO:</b>	3	2
<b>TOTAL:</b>	12	6

Con una ratio Aportado/Otorgado (125,44%) ligeramente superior al del año precedente, Perú ha obtenido en 2020 ayudas enfocadas claramente a la Coproducción (94,5% frente a un 5,5% de importe otorgado al único proyecto seleccionado de Desarrollo de series). Ha concurrido con 13 proyectos de Coproducción preseleccionados (participando con 15 países -al ser 2 de ellas multilaterales-).

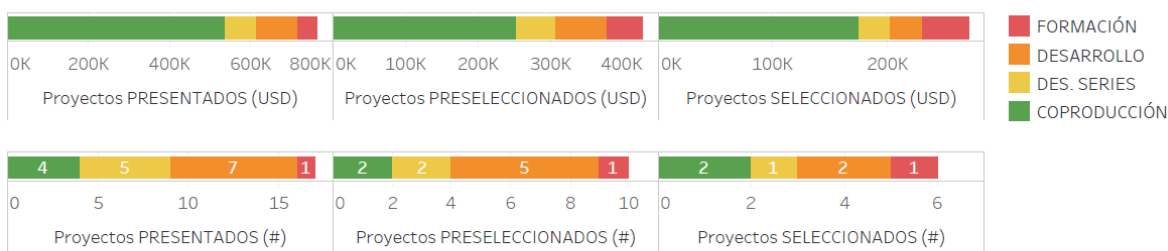
Por lo general el puntaje de los proyectos peruanos fue superior al promedio, excepto en Desarrollo de largometrajes (modalidad en la que finalmente no obtuvo ayuda).

**PORTUGAL**

	Aportado	Otorgado	Ratio (%)
<b>Portugal</b>	300.000	270.945	90,32



Portugal en la Convocatoria 2020:

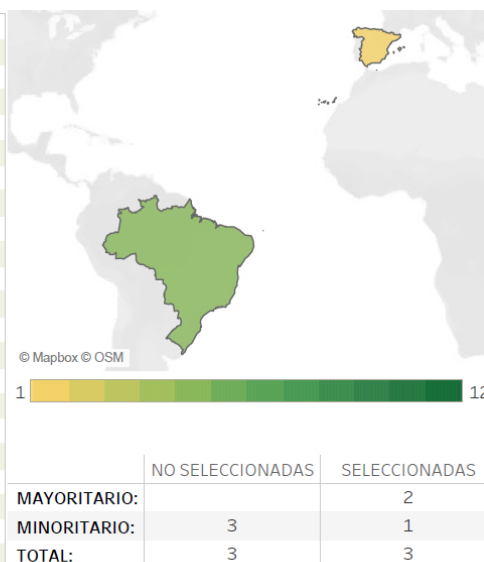


Coproducciones como MAYORITARIO:  
(en OSCURO seleccionadas)

Coproducciones como MINORITARIO:  
(en OSCURO seleccionadas)

Países coproductores con Portugal (preseleccionados)  
(incluye tanto MAYORITARIO como MINORITARIO)

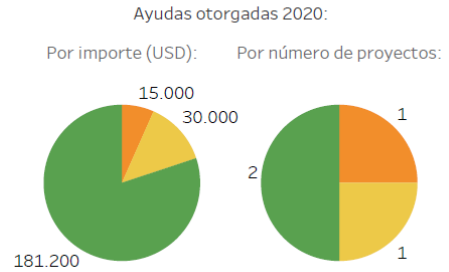
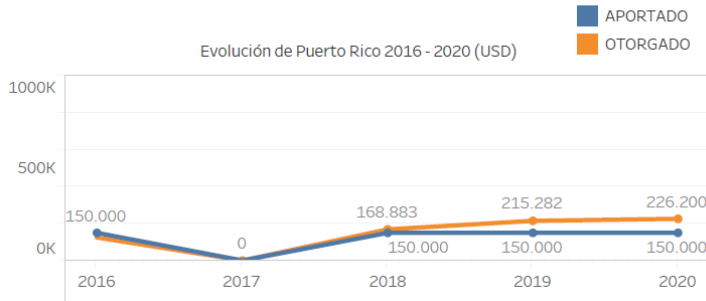
ARGENTINA		ARGENTINA	
BOLIVIA		BOLIVIA	
BRASIL	2	BRASIL	1 2
CHILE		CHILE	
COLOMBIA		COLOMBIA	
COSTA RICA		COSTA RICA	
CUBA		CUBA	
ECUADOR		ECUADOR	
EL SALVADOR		EL SALVADOR	
ESPAÑA		ESPAÑA	1
GUATEMALA		GUATEMALA	
ITALIA		ITALIA	
MÉXICO		MÉXICO	
NICARAGUA		NICARAGUA	
PANAMÁ		PANAMÁ	
PARAGUAY		PARAGUAY	
PERÚ		PERÚ	
PORTUGAL		PORTUGAL	
PUERTO RICO		PUERTO RICO	
REPÚBLICA DOMIN...		REPÚBLICA DOMIN...	
URUGUAY		URUGUAY	
VENEZUELA		VENEZUELA	



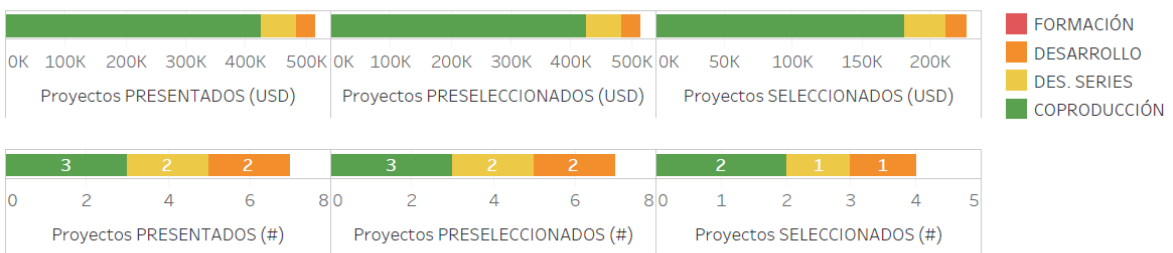
Manteniendo la tendencia de los 3 últimos años, Portugal se posiciona como un país ligeramente donante al fondo de cooperación, aportando un importe superior a las ayudas que finalmente recibe. En 2020 ha diversificado sus ayudas en las cuatro modalidades: Formación, Desarrollo (largometrajes), Desarrollo (series) y Coproducción, donde -un año más- destaca notablemente el puntaje de sus proyectos preseleccionados, muy por encima de la media.

## PUERTO RICO

	Aportado	Otorgado	Ratio (%)
<b>Puerto Rico</b>	150.000	226.200	150,80



Puerto Rico en la Convocatoria 2020:

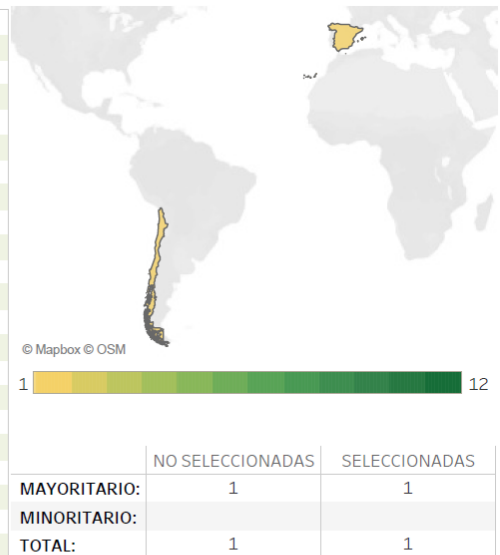


Coproducciones como MAYORITARIO: (en OSCURO seleccionadas)

Coproducciones como MINORITARIO: (en OSCURO seleccionadas)

Países coproductores con Puerto Rico (preseleccionados) (incluye tanto MAYORITARIO como MINORITARIO)

ARGENTINA		ARGENTINA	
BOLIVIA		BOLIVIA	
BRASIL		BRASIL	
CHILE	1	CHILE	
COLOMBIA		COLOMBIA	
COSTA RICA		COSTA RICA	
CUBA		CUBA	
ECUADOR		ECUADOR	
EL SALVADOR		EL SALVADOR	
ESPAÑA	1	ESPAÑA	
GUATEMALA		GUATEMALA	
ITALIA		ITALIA	
MÉXICO		MÉXICO	
NICARAGUA		NICARAGUA	
PANAMÁ		PANAMÁ	
PARAGUAY		PARAGUAY	
PERÚ		PERÚ	
PORTUGAL		PORTUGAL	
PUERTO RICO		PUERTO RICO	
REPÚBLICA DOMIN..		REPÚBLICA DOMIN..	
URUGUAY		URUGUAY	
VENEZUELA		VENEZUELA	

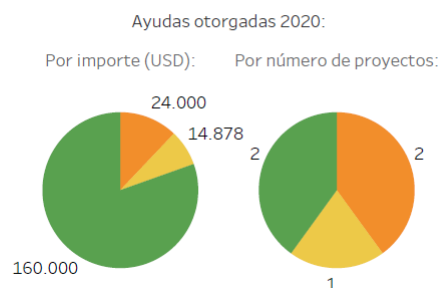
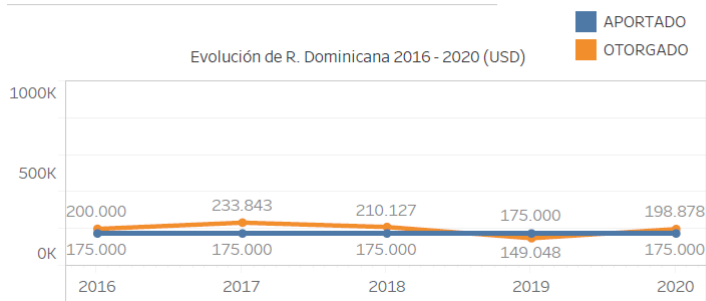


Como particularidad de Puerto Rico, todos sus proyectos presentados fueron finalmente preseleccionados por la Unidad Técnica, aunque finalmente fueron seleccionados poco más de la mitad. Los proyectos seleccionados en Desarrollo (tanto largometraje como serie) lograron ser seleccionados alcanzando el importe máximo permitido; aun así, el importe de ayudas otorgadas en Coproducción acapara más del 80% de las atribuciones.

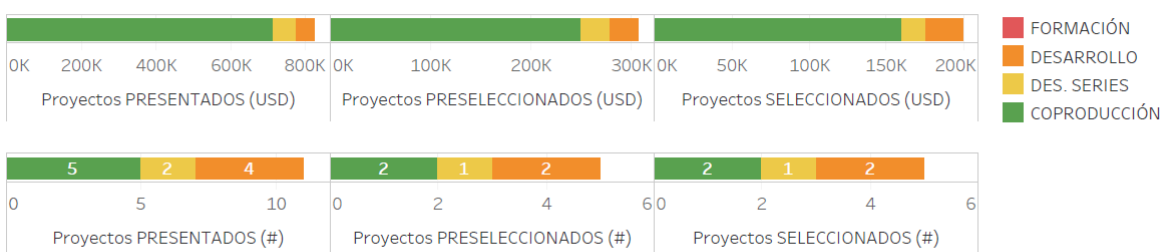
Carece de participación como coproductor minoritario en otras cinematografías.

## REPÚBLICA DOMINICANA

	Aportado	Otorgado	Ratio (%)
<b>R. Dominica..</b>	175.000	198.878	113,64



R. Dominicana en la Convocatoria 2020:

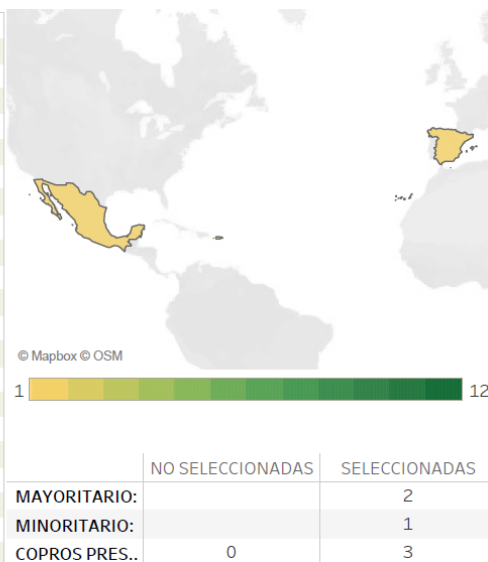


Coproducciones como MAYORITARIO:  
(en OSCURO seleccionadas)

Coproducciones como MINORITARIO:  
(en OSCURO seleccionadas)

Países coproductores con R. Dominicana (preseleccionados)  
(incluye tanto MAYORITARIO como MINORITARIO)

ARGENTINA		ARGENTINA	
BOLIVIA		BOLIVIA	
BRASIL		BRASIL	
CHILE		CHILE	
COLOMBIA		COLOMBIA	
COSTA RICA		COSTA RICA	
CUBA		CUBA	
ECUADOR		ECUADOR	
EL SALVADOR		EL SALVADOR	
ESPAÑA	1	ESPAÑA	
GUATEMALA		GUATEMALA	
ITALIA		ITALIA	
MÉXICO	1	MÉXICO	
NICARAGUA		NICARAGUA	
PANAMÁ		PANAMÁ	
PARAGUAY		PARAGUAY	
PERÚ		PERÚ	
PORTUGAL		PORTUGAL	
PUERTO RICO		PUERTO RICO	1
REPÚBLICA DOMIN..		REPÚBLICA DOMIN..	
URUGUAY		URUGUAY	
VENEZUELA		VENEZUELA	

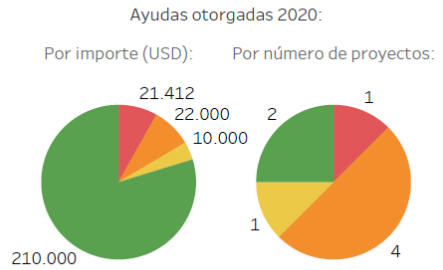
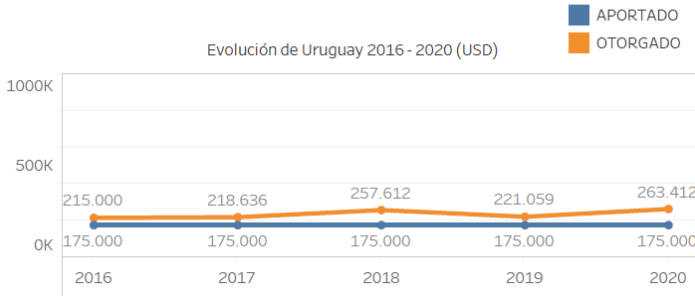


República Dominicana ha mejorado su ratio de ayuda otorgada en relación al aporte (113,64%) respecto al año anterior.

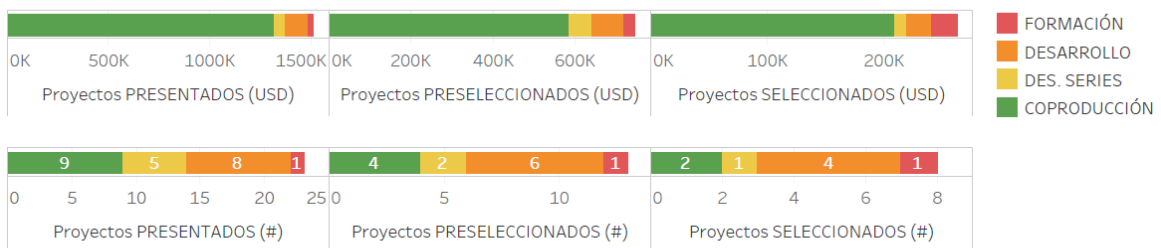
Se repiten dos circunstancias como en 2019: todos sus proyectos preseleccionados obtuvieron ayuda del Programa y además su única participación minoritaria, de nuevo con Puerto Rico, resultó finalmente seleccionada.

**URUGUAY**

	Aportado	Otorgado	Ratio (%)
<b>Uruguay</b>	175.000	263.412	150,52



Uruguay en la Convocatoria 2020:



Coproducciones como MAYORITARIO: (en OSCURO seleccionadas)

Coproducciones como MINORITARIO: (en OSCURO seleccionadas)

Países coproductores con Uruguay (preseleccionados) (incluye tanto MAYORITARIO como MINORITARIO)

ARGENTINA	2	2	ARGENTINA	1	3
BOLIVIA			BOLIVIA		
BRASIL			BRASIL	1	
CHILE			CHILE	2	
COLOMBIA			COLOMBIA		
COSTA RICA			COSTA RICA	1	
CUBA			CUBA		
ECUADOR			ECUADOR		
EL SALVADOR			EL SALVADOR		
ESPAÑA			ESPAÑA		
GUATEMALA			GUATEMALA		
ITALIA			ITALIA		
MÉXICO			MÉXICO		
NICARAGUA			NICARAGUA		
PANAMÁ			PANAMÁ		
PARAGUAY			PARAGUAY	1	
PERÚ			PERÚ		
PORTUGAL			PORTUGAL		
PUERTO RICO			PUERTO RICO		
REPÚBLICA DOMIN..			REPÚBLICA DOMIN..		
URUGUAY			URUGUAY		
VENEZUELA			VENEZUELA		



	SELECCIONADAS	NO SELECCIONADAS
<b>MAYORITARIO:</b>	2	2
<b>MINORITARIO:</b>	3	6
<b>TOTAL</b>	5	8

En 2020 Uruguay ha sido el país con la 3ª ratio más favorable entre aporte país y ayuda recibida (150,52%) habiendo participado en todas las modalidades y obteniendo ayuda en todas ellas si bien el mayor peso de las cuantías sigue claramente orientado a Coproducción (casi el 80% del total). Destaca su vinculación a Argentina con 8 proyectos preseleccionados (al 50% como mayoritario y como minoritario, habiendo obtenido ayuda en 2 y 1 caso, respectivamente).

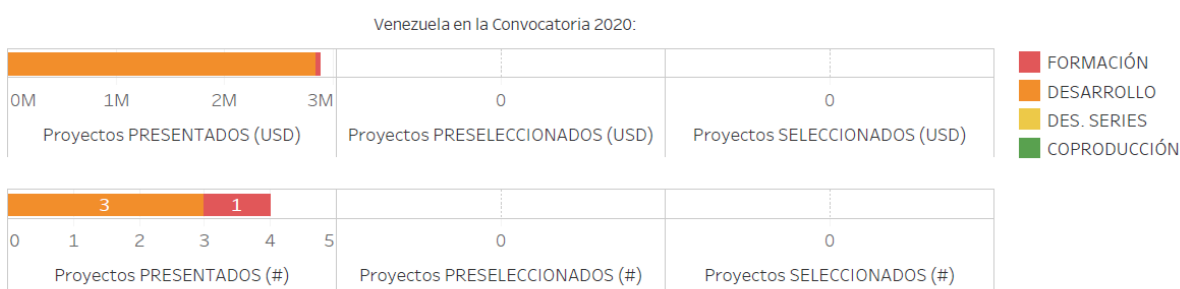
Igualmente reseñables son las evaluaciones de proyectos, con especial énfasis en Desarrollo y Formación.

## VENEZUELA

	Aportado	Otorgado	Ratio (%)
<b>Venezuela</b>	150.000	0	0,00



Ayudas otorgadas 2020:

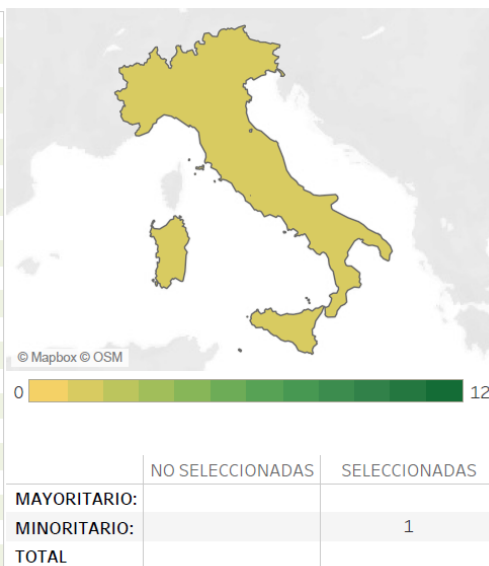


Coproducciones como MAYORITARIO:  
(en OSCURO seleccionadas)

Coproducciones como MINORITARIO:  
(en OSCURO seleccionadas)

Países coproductores con Venezuela (preseleccionados)  
(incluye tanto MAYORITARIO como MINORITARIO)

ARGENTINA		ARGENTINA	
BOLIVIA		BOLIVIA	
BRASIL		BRASIL	
CHILE		CHILE	
COLOMBIA		COLOMBIA	
COSTA RICA		COSTA RICA	
CUBA		CUBA	
ECUADOR		ECUADOR	
EL SALVADOR		EL SALVADOR	
ESPAÑA		ESPAÑA	
GUATEMALA		GUATEMALA	
ITALIA		ITALIA	1
MÉXICO		MÉXICO	
NICARAGUA		NICARAGUA	
PANAMÁ		PANAMÁ	
PARAGUAY		PARAGUAY	
PERÚ		PERÚ	
PORTUGAL		PORTUGAL	
PUERTO RICO		PUERTO RICO	
REPÚBLICA DOMIN..		REPÚBLICA DOMIN..	
URUGUAY		URUGUAY	
VENEZUELA		VENEZUELA	



\*Desde 2016 el aporte de Venezuela se contabiliza aparte del fondo IBERMEDIA. Las ayudas aprobadas durante estos ejercicios están pendientes de trámite, condicionadas al desembolso del aporte comprometido durante estos años. En 2020 únicamente se presentaron 3 proyectos venezolanos en Desarrollo y 1 en Formación, aunque ninguno de ellos logró ser preseleccionado y por tanto no pudieron obtener ningún tipo de ayuda. El único proyecto con participación venezolana (como coproductor minoritario) que fue preseleccionado por parte de Italia, obtuvo ayuda y se encuentra en producción al momento de redactar este informe.

Venezuela es el 5º mayor aportante de los 22 países participantes en la serie histórica de IBERMEDIA, con un total acumulado de 6.118.344 USD.

## ANEXO II

### Países coproductores

A continuación veremos, caso a caso, cuáles son los otros países con los que coproduce cada estado miembro, tanto a nivel mayoritario (en la parte superior) como minoritario (en la parte inferior). Se contabilizan todos los proyectos preseleccionados por la Unidad Técnica. En color más oscuro aquellas coproducciones que finalmente fueron seleccionadas por el Consejo Intergubernamental.

### ARGENTINA

Participaciones de Argentina como país MAYORITARIO (CONVOCATORIA 2020):



Participaciones de Argentina como país MINORITARIO (CONVOCATORIA 2020):





# BOLIVIA

Participaciones de Bolivia como país MAYORITARIO (CONVOCATORIA 2020):

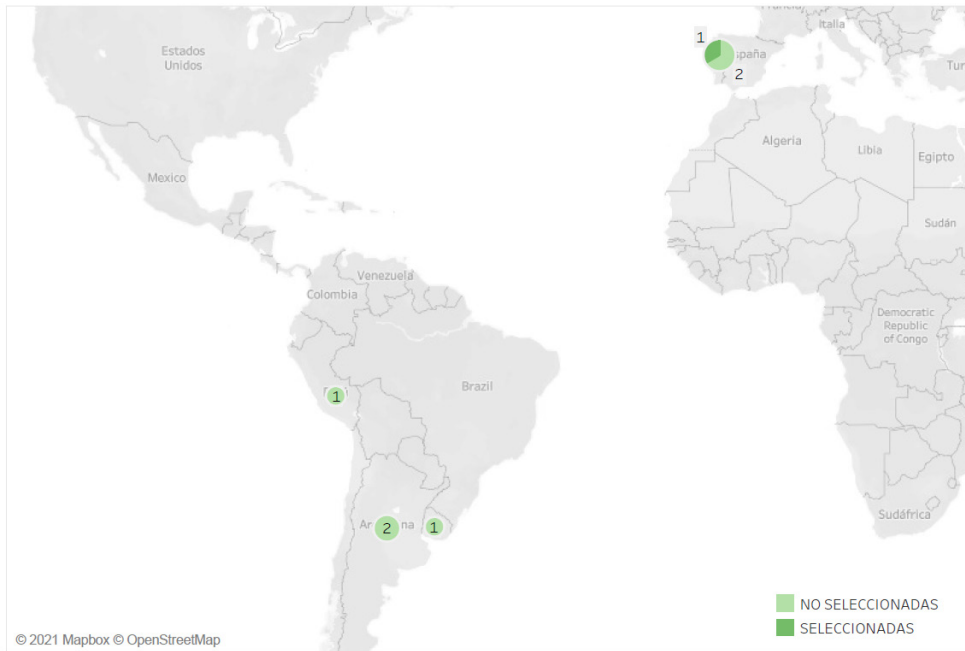


Participaciones de Bolivia como país MINORITARIO (CONVOCATORIA 2020):



**BRASIL**

Participaciones de Brasil como país MAYORITARIO (CONVOCATORIA 2020):

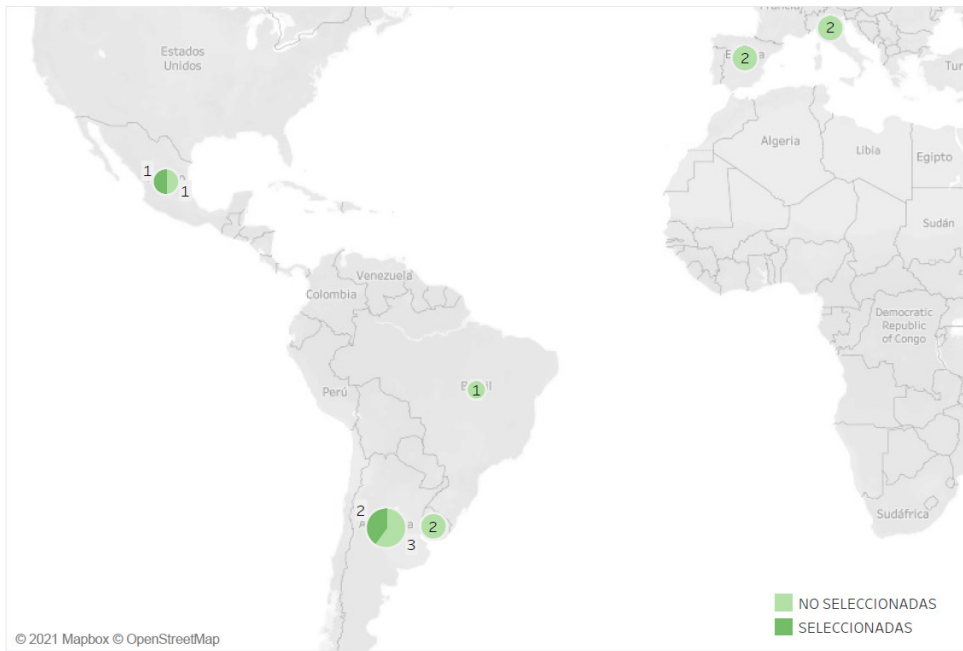


Participaciones de Brasil como país MINORITARIO (CONVOCATORIA 2020):



**CHILE**

Participaciones de Chile como país MAYORITARIO (CONVOCATORIA 2020):



Participaciones de Chile como país MINORITARIO (CONVOCATORIA 2020):



## COLOMBIA

Participaciones de Colombia como país MAYORITARIO (CONVOCATORIA 2020):

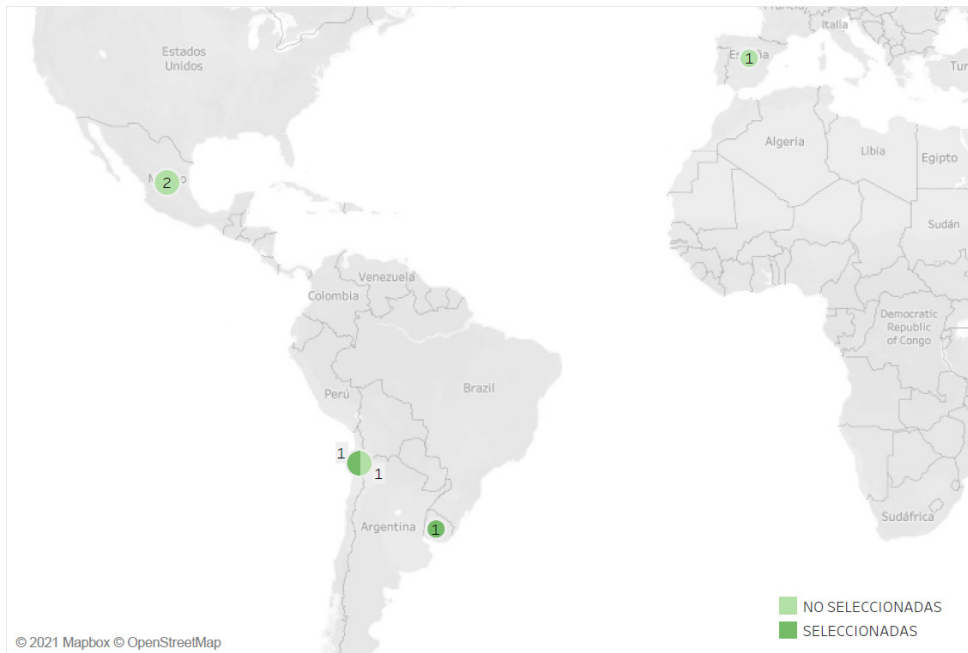


Participaciones de Colombia como país MINORITARIO (CONVOCATORIA 2020):

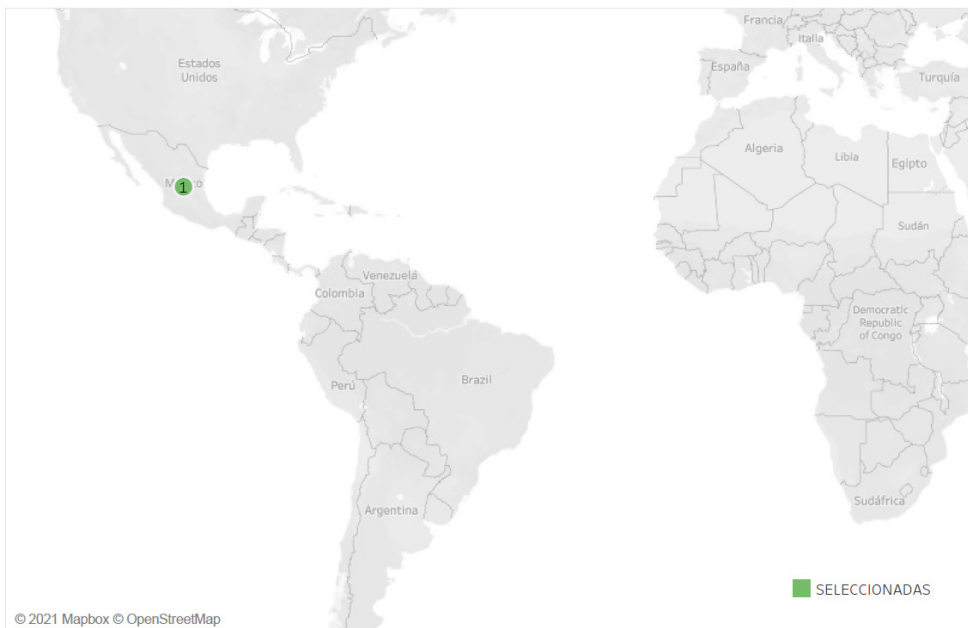


## COSTA RICA

Participaciones de Costa Rica como país MAYORITARIO (CONVOCATORIA 2020):



Participaciones de Costa Rica como país MINORITARIO (CONVOCATORIA 2020):



# CUBA

Participaciones de Cuba como país MAYORITARIO (CONVOCATORIA 2020):



Participaciones de Cuba como país MINORITARIO (CONVOCATORIA 2020):



# ECUADOR

Participaciones de Ecuador como país MAYORITARIO (CONVOCATORIA 2020):

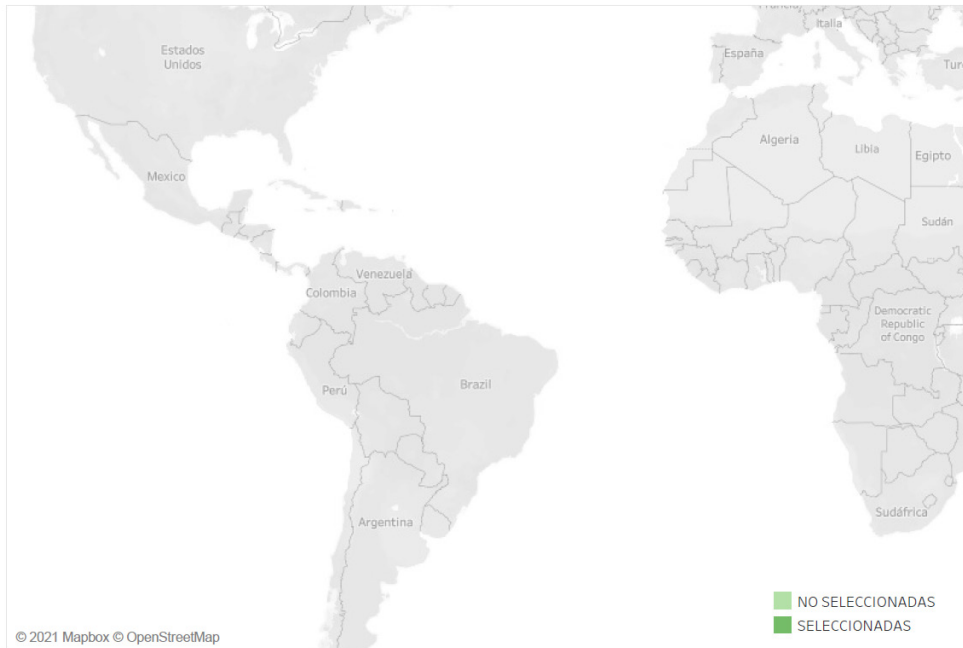


Participaciones de Ecuador como país MINORITARIO (CONVOCATORIA 2020):



## EL SALVADOR

Participaciones de El Salvador como país MAYORITARIO (CONVOCATORIA 2020):



Participaciones de El Salvador como país MINORITARIO (CONVOCATORIA 2020):





**ESPAÑA**

Participaciones de España como país MAYORITARIO (CONVOCATORIA 2020):



Participaciones de España como país MINORITARIO (CONVOCATORIA 2020):



# GUATEMALA

Participaciones de Guatemala como país MAYORITARIO (CONVOCATORIA 2020):



Participaciones de Guatemala como país MINORITARIO (CONVOCATORIA 2020):



**ITALIA**

Participaciones de Italia como país MAYORITARIO (CONVOCATORIA 2020):



Participaciones de Italia como país MINORITARIO (CONVOCATORIA 2020):



# MÉXICO

Participaciones de México como país MAYORITARIO (CONVOCATORIA 2020):

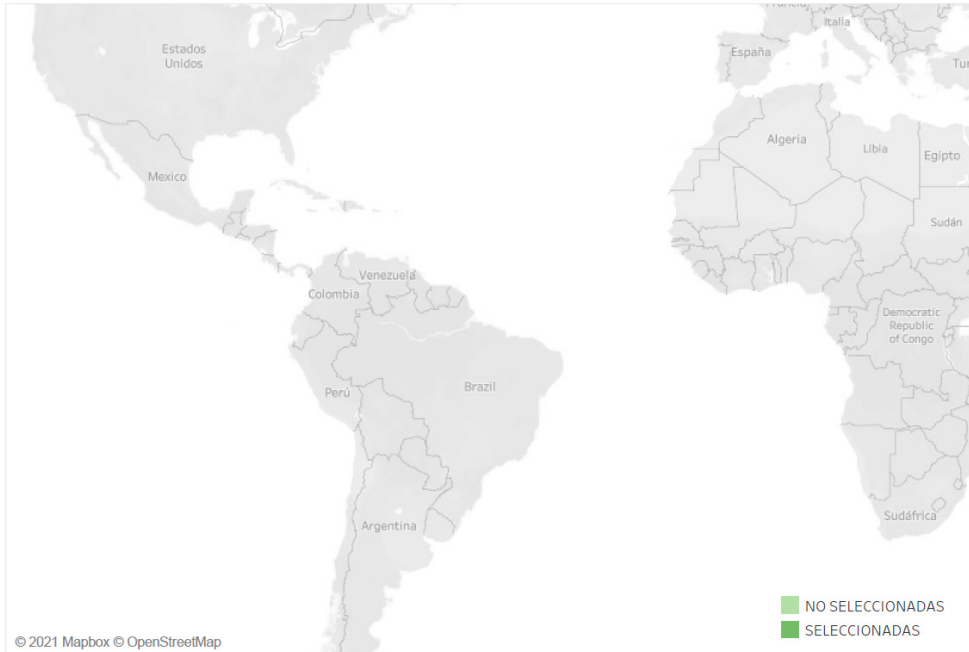


Participaciones de México como país MINORITARIO (CONVOCATORIA 2020):



## NICARAGUA

Participaciones de Nicaragua como país MAYORITARIO (CONVOCATORIA 2020):



Participaciones de Nicaragua como país MINORITARIO (CONVOCATORIA 2020):

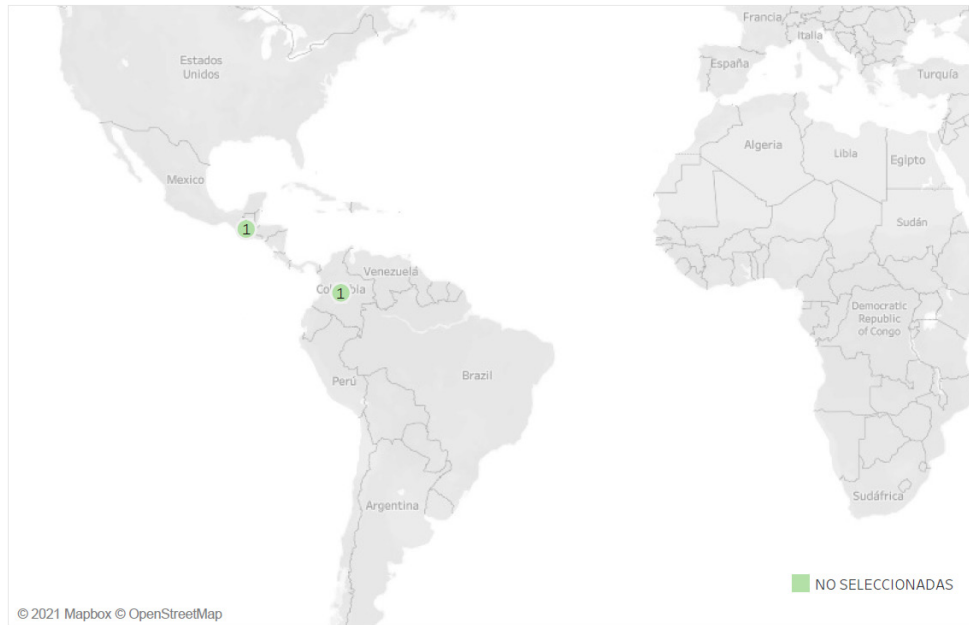


# PANAMÁ

Participaciones de Panamá como país MAYORITARIO (CONVOCATORIA 2020):



Participaciones de Panamá como país MINORITARIO (CONVOCATORIA 2020):



## PARAGUAY

Participaciones de Paraguay como país MAYORITARIO (CONVOCATORIA 2020):

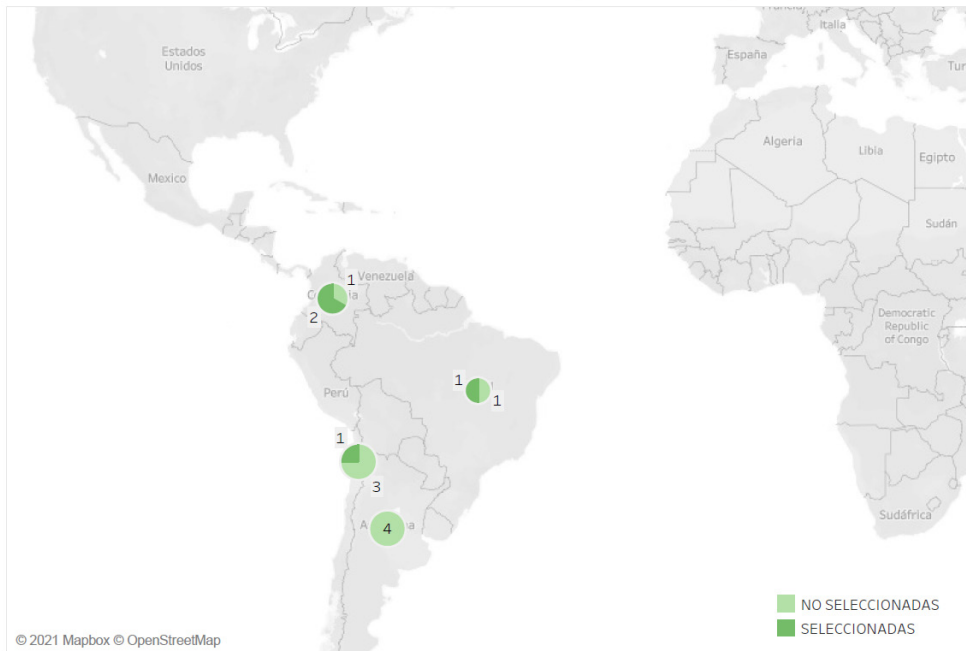


Participaciones de Paraguay como país MINORITARIO (CONVOCATORIA 2020):



# PERÚ

Participaciones de Perú como país MAYORITARIO (CONVOCATORIA 2020):



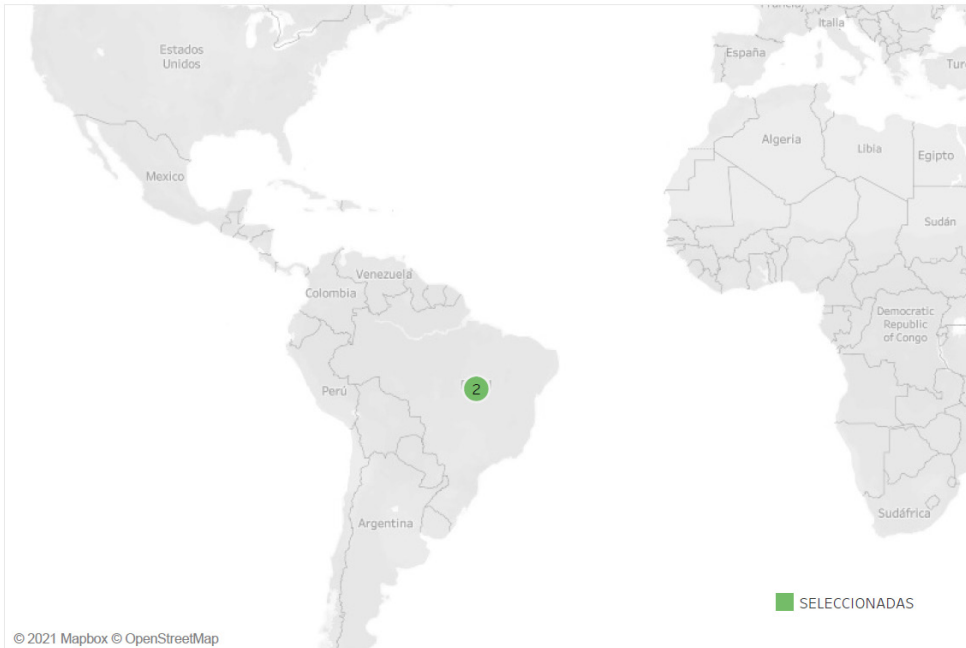
Participaciones de Perú como país MINORITARIO (CONVOCATORIA 2020):



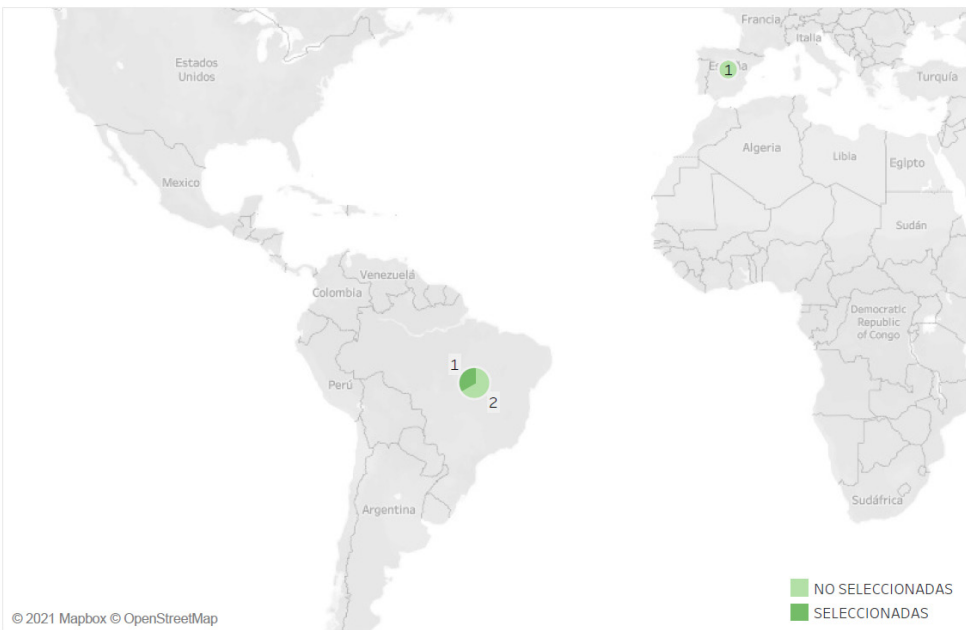


# PORTUGAL

Participaciones de Portugal como país MAYORITARIO (CONVOCATORIA 2020):



Participaciones de Portugal como país MINORITARIO (CONVOCATORIA 2020):



## PUERTO RICO

Participaciones de Puerto Rico como país MAYORITARIO (CONVOCATORIA 2020):

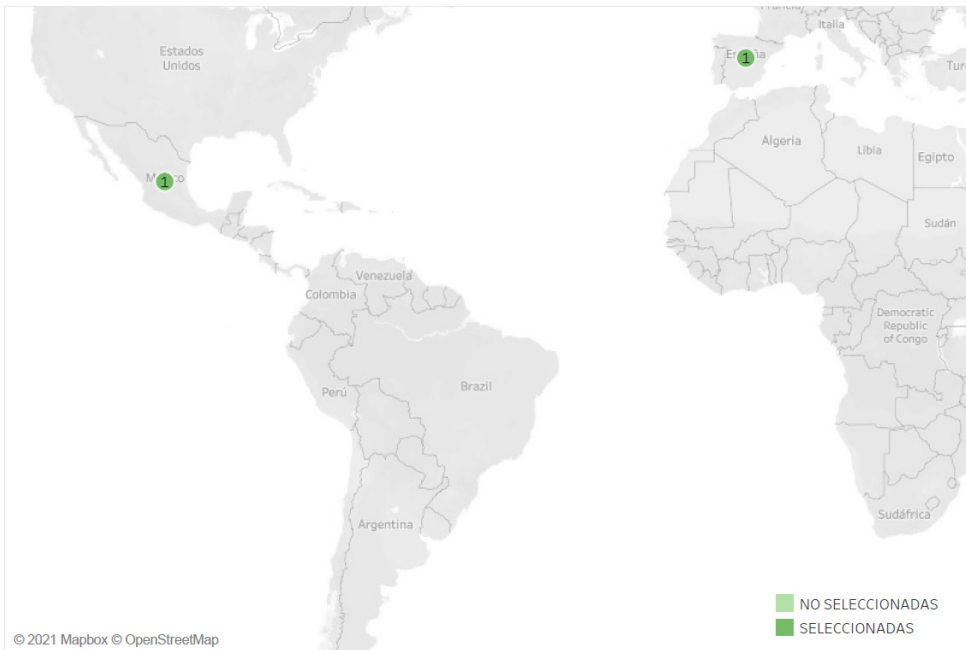


Participaciones de Puerto Rico como país MINORITARIO (CONVOCATORIA 2020):

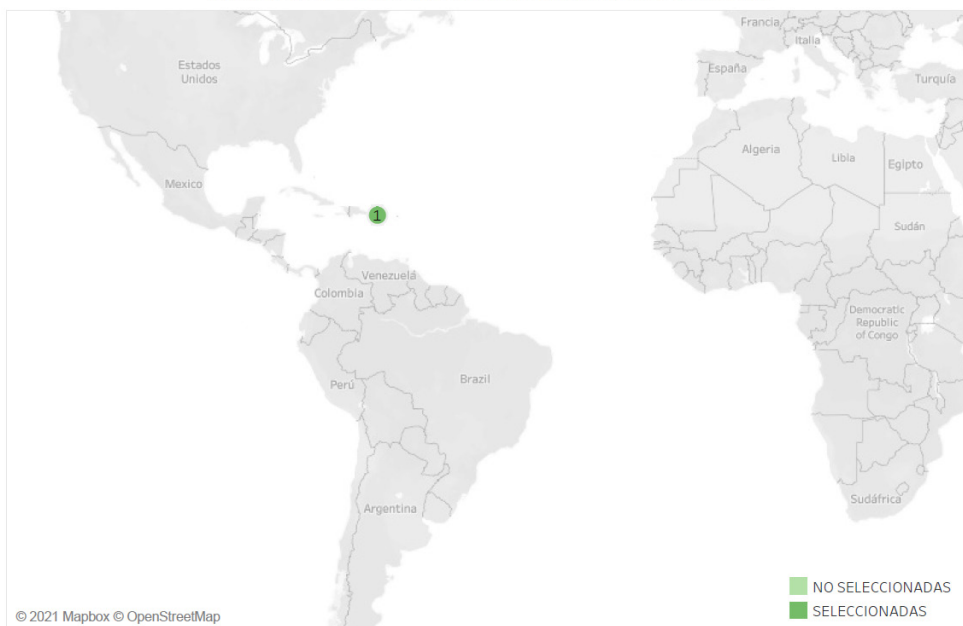


## REPÚBLICA DOMINICANA

Participaciones de R. Dominicana como país MAYORITARIO (CONVOCATORIA 2020):

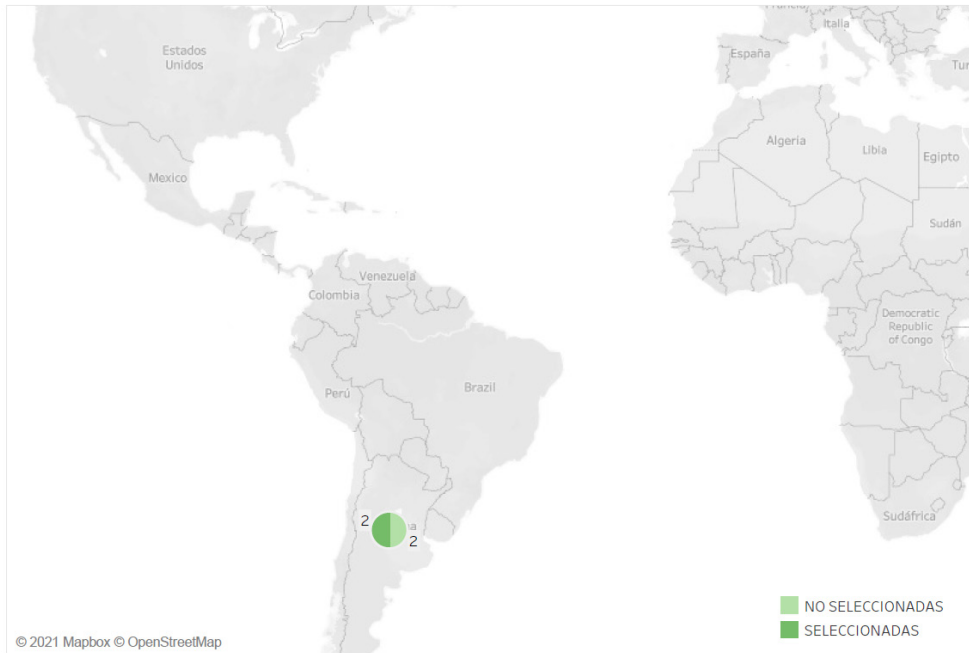


Participaciones de R. Dominicana como país MINORITARIO (CONVOCATORIA 2020):



# URUGUAY

Participaciones de Uruguay como país MAYORITARIO (CONVOCATORIA 2020):

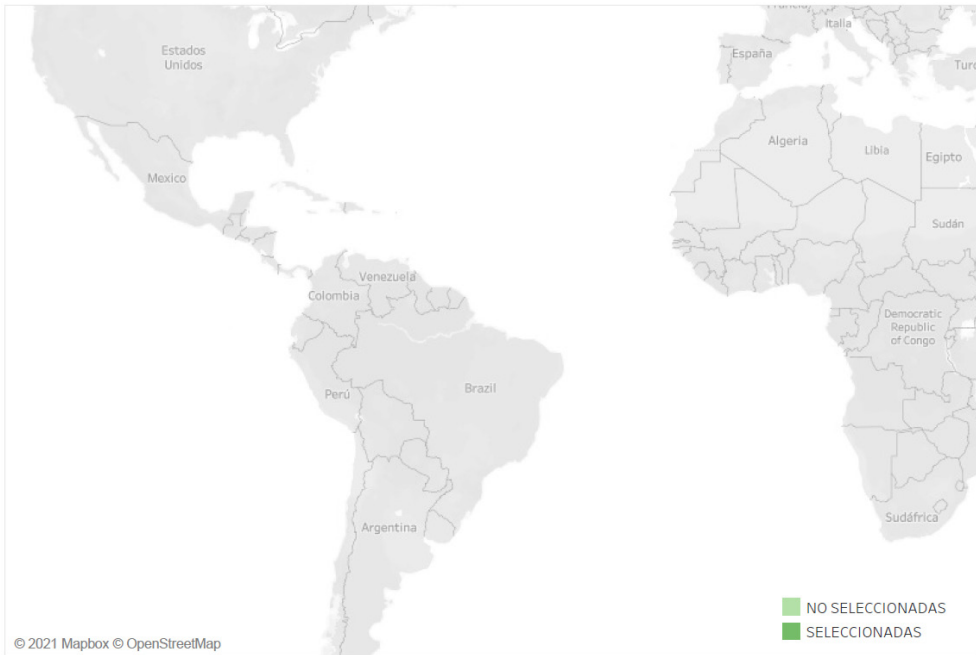


Participaciones de Uruguay como país MINORITARIO (CONVOCATORIA 2020):



## VENEZUELA

Participaciones de Venezuela como país MAYORITARIO (CONVOCATORIA 2020):



Participaciones de Venezuela como país MINORITARIO (CONVOCATORIA 2020):



## ANEXO III

## Datos desagregados Convocatoria 2020

Los datos desagregados permiten auscultar la distribución del fondo de ayudas y su impacto según los indicadores de Documental, Animación, Perspectiva de género (a nivel de guión, de dirección y de producción), lenguas originarias y series. Adicionalmente en el caso de Coproducción se muestra además la proporción de ayudas a proyectos previamente apoyados en la modalidad de Desarrollo.

Permite igualmente comparar los porcentajes de ayudas preseleccionadas en cada una de las modalidades y su relación con el resto del fondo.

Desarrollo				Proyectos				Importe			Puntaje		
Preseleccionados	#	%	Solicitado (USD)	%	Seleccionados	#	%	%	Otorgado (USD)	%	%	Prom.	Prom.
<b>Total</b>	<b>129</b>		<b>1.894.798</b>	<b>10,71%</b>	<b>Total</b>	<b>43</b>	<b>33,33%</b>		<b>510.849</b>		<b>26,96%</b>	<b>75,83</b>	<b>71,39</b>
Documental	36	27,91%	471.181	24,87%	Documental	10	23,26%	27,78%	92.386	18,08%	19,61%	74,95	71,45
Animación	13	10,08%	323.137	17,05%	Animación	6	13,95%	46,15%	103.000	20,16%	31,88%	82,65	77,70
Mujer (Guionista)	47	36,43%	660.538	34,86%	Mujer (Guionista)	18	41,86%	38,30%	204.386	40,01%	30,94%	74,94	72,14
Mixto (Coguión)	23	17,83%	358.103	18,90%	Mixto (Coguionista)	9	20,93%	39,13%	98.046	19,19%	27,38%	78,45	72,63
Mujer (Directora)	45	34,88%	624.790	32,97%	Mujer (Directora)	17	39,53%	37,78%	197.386	38,64%	31,59%	74,60	71,52
Mixto (Codirección)	2	1,55%	25.506	1,35%	Mixto (Codirectora)	1	2,33%	50,00%	7.000	1,37%	27,44%	82,86	76,83
Mujer (Productora)	57	44,19%	816.846	43,11%	Mujer (Productora)	22	51,16%	38,60%	244.092	47,78%	29,88%	75,43	71,56
Mixto (Coproducc.)	6	4,65%	79.488	4,20%	Mixto (Coproducc.)	5	11,63%	83,33%	50.728	9,93%	63,82%	75,05	72,17
Lenguas originarias	9	6,98%	139.487	7,36%	Lenguas originarias	3	6,98%	33,33%	29.000	5,68%	20,79%	80,00	72,63

Desarrollo de Series				Proyectos				Importe			Puntaje		
Preseleccionados	#	%	Solicitado (USD)	%	Seleccionados	#	%	%	Otorgado (USD)	%	%	Prom.	Prom.
<b>Total</b>	<b>53</b>		<b>1.427.638</b>	<b>8,07%</b>	<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>37,74%</b>		<b>340.497</b>		<b>23,85%</b>	<b>78,27</b>	<b>74,38</b>
Documental	5	9,43%	141.800	9,93%	Documental	2	10,00%	40,00%	22.000	6,46%	15,51%	82,86	76,19
Animación	9	16,98%	240.705	16,86%	Animación	6	30,00%	66,67%	108.242	31,79%	44,97%	80,58	78,34
Mujer (Guionista)	11	20,75%	300.875	21,08%	Mujer (Guionista)	4	20,00%	36,36%	55.431	16,28%	18,42%	77,46	73,91
Mixto (Coguión)	19	35,85%	495.416	34,70%	Mixto (Coguionista)	11	55,00%	57,89%	187.189	54,98%	37,78%	79,91	76,84
Mujer (Directora)	13	24,53%	353.459	24,76%	Mujer (Directora)	6	30,00%	46,15%	104.778	30,77%	29,64%	78,15	73,80
Mixto (Codirección)	4	7,55%	108.189	7,58%	Mixto (Codirectora)	1	5,00%	25,00%	28.189	8,28%	26,06%	78,73	71,59
Mujer (Productora)	14	26,42%	363.117	25,43%	Mujer (Productora)	7	35,00%	50,00%	96.778	28,42%	26,65%	78,28	73,97
Mixto (Coproducc.)	10	18,87%	251.905	17,64%	Mixto (Coproducc.)	4	20,00%	40,00%	70.842	20,81%	28,12%	84,13	76,67
Lenguas originarias	4	7,55%	122.700	8,59%	Lenguas originarias	1	5,00%	25,00%	10.000	2,94%	8,15%	79,37	76,43

Coproducción <sup>1</sup>				Proyectos				Importe <sup>1</sup>			Puntaje		
Preseleccionados	#	%	Solicitado (USD)	%	Seleccionados	#	%	%	Otorgado (USD)	%	%	Prom.	Prom.
<b>Total</b>	<b>110</b>		<b>13.213.340</b>	<b>74,66%</b>	<b>Total</b>	<b>48</b>	<b>43,64%</b>		<b>3.295.898</b>		<b>24,94%</b>	<b>71,40</b>	<b>67,87</b>
Documental	24	21,82%	1.983.260	15,01%	Documental	11	22,92%	45,83%	608.534	18,46%	30,68%	70,74	67,84
Animación	2	1,82%	300.000	2,27%	Animación	1	2,08%	50,00%	52.500	1,59%	17,50%	72,95	72,95
Mujer (Guionista)	24	21,82%	2.910.158	22,02%	Mujer (Guionista)	13	27,08%	54,17%	990.646	30,06%	34,04%	70,90	67,92
Mixto (Coguionista)	15	13,64%	1.741.532	13,18%	Mixto (Coguionista)	8	16,67%	53,33%	542.552	16,46%	31,15%	75,39	70,62
Mujer (Directora)	30	27,27%	3.642.925	27,57%	Mujer (Directora)	17	35,42%	56,67%	1.262.146	38,29%	34,65%	71,66	69,02
Mixto (Codirectora)	3	2,73%	295.692	2,24%	Mixto (Codirectora)	2	4,17%	66,67%	125.000	3,79%	42,27%	76,17	74,21
Mujer (CoProd)	12	10,91%	1.422.495	10,77%	Mujer (CoProd)	7	14,58%	58,33%	531.480	16,13%	37,36%	72,94	69,42
Mixto (Coproducc.)	51	46,36%	6.087.889	46,07%	Mixto (Coproducc.)	22	45,83%	43,14%	1.494.832	45,35%	24,55%	71,11	67,77
Lenguas originarias	10	9,09%	1.163.721	8,81%	Lenguas originarias	3	6,25%	30,00%	205.308	6,23%	17,64%	67,75	65,02
Ayuda a Desarrollo	13	11,82%	1.713.577	12,97%	Ayuda a Desarrollo	6	12,50%	46,15%	462.500	14,03%	26,99%	70,15	67,71

<sup>1</sup>. Incluye ayudas adicionales a la distribución

Formación				Proyectos				Importe			Puntaje		
Preseleccionados	#	%	Solicitado (USD)	%	Seleccionados	#	%	%	Otorgado (USD)	%	%	Prom.	Prom.
<b>Total</b>	<b>26</b>		<b>1.162.572</b>	<b>6,57%</b>	<b>Total</b>	<b>14</b>	<b>53,85%</b>		<b>470.389</b>		<b>40,46%</b>	<b>90,36</b>	<b>86,49</b>



**Víctor Sánchez.** Coordinador de la Unidad Técnica de Ibermedia.

Licenciado en Ciencias de la Información (Imagen), por la U. Complutense de Madrid (España), graduado en Animación 3D por la escuela Oscillon School, de Alicante (España) y Programa Ejecutivo en Big Data & Visual Analytics por la Universidad San Pablo CEU (España). Ponente en seminarios de producción audiovisual en más de quince países, especializado en contenidos digitales desde el año 2000 bajo el grupo Terra Networks. Coordinador de Coproducción y Distribución del Programa IBERMEDIA de 2002 a 2010. Delegado de Next Limit Technologies, compañía madrileña galardonada con el Oscar Técnico en 2008, trabajó en el área de California durante 6 años, especializado en software para animación y efectos visuales.

*En 2016 regresa al Programa IBERMEDIA donde actualmente ocupa el puesto de Coordinador de la Unidad Técnica de IBERMEDIA, entre otras funciones, reportando directamente a la Secretaria Técnica y Ejecutiva del Programa IBERMEDIA, Elena Vilardell.*





The image features a solid brown background. On the left side, there are dark brown silhouettes of the Iberian Peninsula (Spain and Portugal) at the top and the continent of South America below it. The text is centered in the upper-middle portion of the image.

¿ES LA BANDA SONORA UN ELEMENTO COMERCIAL  
EN EL AUDIOVISUAL IBEROAMERICANO?



# ¿ES LA BANDA SONORA UN ELEMENTO COMERCIAL EN EL AUDIOVISUAL IBEROAMERICANO?

*Por Raúl Vázquez y Gabriel Salcedo*

## **Introducción**

Sin duda una de las consideraciones más importante en el desarrollo de cualquier proyecto audiovisual es la banda sonora. Usamos el término banda sonora para definir todos los componentes musicales de la obra audiovisual. Normalmente incluye contenido musical con canciones pregrabadas o compuestas por encargo específicamente para la obra audiovisual. La banda sonora y la parte musical dan a los creadores de la obra una herramienta adicional con la cual destacar momentos importantes en la obra o crear el ambiente apropiado que quieren proyectar. Aún más interesante, existen casos donde la música es el elemento esencial de la película como en "Saturday Night Fever", "Lion King", "Cinema Paradiso", "Diarios de Motocicleta" y "Amores Perros". Muchas de estas bandas sonoras se convirtieron en productos fonográficos de éxito vendiendo millones de discos.

El objetivo principal de este documento es ayudar a los productores audiovisuales a evaluar las oportunidades comerciales que puedan existir sobre la música que desarrollan como parte de sus proyectos.

## **Derechos sobre la música**

Cuando un productor audiovisual decide qué obras musicales preexistentes serían las más adecuadas para una escena de la película, y que usualmente están también ya fijadas en fonogramas por algún artista intérprete y una compañía discográfica, entra en la obligación de obtener una licencia de sincronización, que le permita la inclusión de la obra musical y eventualmente el fonograma, como parte de la obra audiovisual. Estas licencias o autorizaciones son usualmente obtenidas a través de:

1. En cuanto a la obra musical: La editora musical que tenga derechos sobre la misma. Si no hubiera una editorial, directamente con el compositor, y en muchos casos con la sociedad de gestión colectiva de derechos autorales musicales que los represente;

2. En cuanto a la fijación: La compañía discográfica titular de los derechos de propiedad intelectual sobre el fonograma; sociedades de gestión colectiva de productores fonográficos no gestionan en ningún caso estos derechos.

Los presupuestos de producción en Iberoamérica son limitados, lo que fuerza a los productores a ser extremadamente creativos al contratar los elementos que necesitan para sus obras. Las obras musicales preexistentes que hayan tenido algún grado de éxito, representadas por editoras de música y compañías discográficas, normalmente requieren un precio de licencia que pueden exceder los presupuestos que se manejan para una obra audiovisual en esos territorios. La opción que se practica usualmente es la contratación de obras musicales y grabaciones específicamente creadas para la película, show o serie que estén produciendo, directamente con compositores, artistas intérpretes y/o productores musicales. Los elementos esenciales de la negociación en estos casos incluyen (pero no se limitan a):

1. Territorios; normalmente el mundo, pero hay casos de limitaciones basadas en derechos editoriales o compromisos de grabaciones exclusivas;
2. Derechos de explotación: la integración de la obra musical y la grabación a la obra audiovisual en todos los formatos; lanzamiento como obras y fonogramas independientes de la obra audiovisual;
3. Derechos:
  - a. Sincronización en la obra audiovisual
  - b. Explotación comercial en todos los formatos existentes de la obra audiovisual
  - c. Comunicación al público (a través de sociedades de gestión colectiva),
  - d. Publicación editorial y fonográfica.
4. Periodo: usualmente la duración de los derechos de autor, pero puede haber variaciones;
5. Compensación: pagos únicos, regalías, adelantos, etc.;
6. Presupuesto de producción de la grabación;
7. Condiciones generales – número de obras y duración, etc.

### **La música como un elemento comercial**

Una vez negociados y contratados los derechos de la música (obra musical y grabación) en la obra, existe la oportunidad de explotarlos comercialmente. Normalmente, en los casos de obras musicales y grabaciones preexistentes, los derechos pueden ser muy limitados, pero no debe excluirse la posibilidad de también explotarlos como un producto separado de la obra audiovisual. Woody Allen musicalizó muchas de sus películas con grabaciones clásicas, y existen publicaciones de sus bandas sonoras, como en el caso maravilloso de Manhattan, por citar un solo y claro ejemplo. Pero resultará mucho más habitual este tipo de negocios con obras musicales y grabaciones encargadas y contratadas especialmente para la película.

Para dar inicio a este proyecto comercial, el primer paso será publicar las grabaciones independientemente de la obra audiovisual, en formatos digitales (y/o eventualmente físicos, cosa cada vez más rara pero no imposible y en ocasiones necesario para mejorar ciertos criterios de distribución de regalías de las sociedades de gestión colectiva).

La ejecución comercial requiere de una distribución efectiva de la banda sonora. Posiblemente la manera más eficiente de distribuirla es a través de un acuerdo con un “agregador digital”. El agregador se encargaría de subirla en las tiendas digitales y manejar toda la relación de administración y cobranza con las mismas. En la medida que la obra audiovisual gane exposición por la promoción que se le haga y consecuentemente, por la sinergia natural que existe, también la banda sonora se convierte en un elemento comercial, el agregador buscaría incluir una o varias canciones en “playlists” de plataformas digitales para potencializar su venta. Un punto a tener en cuenta, reconociendo que existe este canal comercial, es que, en la medida de lo artísticamente posible, los productores audiovisuales tendrían que considerar el desarrollo de música popular, comercialmente atractiva, como parte de sus películas o series.

Publicar y poner a disposición en sitios digitales la banda sonora, también generará el pago de derechos de autor para el compositor y la editora musical que tenga los derechos editoriales. Cuando el productor audiovisual encarga y paga por el desarrollo de la banda sonora, incluyendo la composición de las obras musicales, puede en la negociación inicial con el compositor -y como parte del acuerdo- retener los derechos editoriales sobre las mismas. Con esos derechos tiene la opción de cobrar un porcentaje -que normalmente pueden variar del 25 al 50%- sobre los derechos de autor que se generen por todos los usos de la obra musical.

Es difícil evaluar el potencial comercial que tendrían la publicación de bandas sonoras como fonogramas. En base a números presentados por IFPI, la federación mundial de las compañías discográficas, el mercado discográfico en América Latina (sin contar España) fue aproximadamente de US\$843 millones en 2019. La mayor parte de esas ventas se deben a algún tipo de streaming. En vista al potencial de mercado, no estaría fuera de lugar pensar que, por menor que sea la participación de bandas sonoras en ese mercado, puede existir un potencial interesante de ingresos para productores audiovisuales.

La parte editorial también tiene el potencial de generar algunas cifras interesantes. Según CISAC, la confederación de sociedades de gestión colectiva de autores y compositores, el mercado de América Latina generó en 2018 más de US\$600 millones de los cuales aproximadamente US\$ 270 millones se cobraron de la ejecución pública en radio y televisión y US\$84 millones de explotaciones digitales.

Ambos son mercados extremadamente activos y a los que los productores audiovisuales podrían tener acceso, especialmente a estos dos últimos generadores de derechos, con la publicación de bandas sonoras como productos independientes y actuando como editores musicales.

Estos números no incluyen el potencial que los derechos editoriales tendrían en mercados como España con cobranza de aproximadamente US\$250 millones en 2018 y Estados Unidos donde se cobraron más de US\$2 mil millones durante el mismo periodo.

### **Administración de los derechos musicales**

Implementar la explotación de los derechos fonográficos y editoriales sobre las bandas sonoras, requiere establecer una estrategia administrativa que controle su documentación, licenciamiento y explotación. En la medida que el productor audiovisual tenga condiciones de hacerlo, la manera más efectiva de controlar esta parte del proyecto audiovisual es estableciendo una editora musical donde se depositen los derechos autorales de la banda sonora y un sello discográfico a través del cual se puedan publicar los fonogramas.

En términos de comercialización de los derechos discográficos y como la mayor parte de las ventas fonográficas ocurren a través de streaming y "downloads", una opción es manejar los derechos directamente estableciendo acuerdos con cada uno de los sitios más populares como por ejemplo Spotify, Apple Music, Google Music, Deezer, etc. Esto requiere crear relaciones con los sitios para que tomen la banda sonora en cuenta, entregar el contenido y coordinar la promoción.

La alternativa -como antes explicamos- es buscar un acuerdo con una plataforma que comercialice y haga entrega de contenidos a los mayores sitios de música. Con el desarrollo en los últimos años de contenidos digitales ya existen varias compañías que dan este servicio y pueden facilitar el proceso de comercialización. Son las integradoras digitales que antes mencionamos como: The Orchard, Ditto Music, Altafonte, OneRPM, Believe Digital, CD Baby, DistroKid, TuneCore, etc. Adicionalmente a la entrega del contenido, como cualquier producto de música, la banda sonora y/o las canciones requieren de promoción para motivar su escucha por el público (cuantas más escuchas, mayores regalías). Lo que no es un gran problema para los productores audiovisuales ya que existe una sinergia natural entre la promoción de la película y sus contenidos musicales.

### **Conclusión.**

Si bien ya hay una buena parte de productores audiovisuales que han encontrado la sinergia comercial de la música en las películas y demás obras audiovisuales, aún no es un estándar de la industria. Estamos -probablemente- dejando explotaciones -y dinero- en el camino.

Grandes compañías productoras, con más recursos administrativos, inversión y estructuras estables, tienen sus propios departamentos que motorizan y monetizan este tipo de explotaciones. Sin embargo, productoras medianas, aun con estructura administrativa permanente y pequeños productores, pueden encontrar dificultades al momento de estructurar un proyecto de explotaciones secundarias de sus productos, como serían los derechos sobre obras musicales y bandas sonoras musicales.

Para estos últimos casos, nuestra mejor opción es buscar la generación de emprendimientos comunes que -en forma asociativa- permita a los productores explotar a través de una empresa común y en forma económica, derechos sobre obras y grabaciones musicales. Probablemente sea complejo para una pequeña productora generar en forma individual un proyecto editorial o discográfico. Pero muchas productoras pueden juntar esfuerzos para la generación del espacio comercial que canalice estos proyectos.



**Raúl Vázquez.** Gerente General EGEDA América Latina

Raúl Vázquez posee títulos de Amherst College en Massachusetts y el Stern School of Business de New York University. Durante su carrera profesional ha estado en posiciones de liderazgo en compañías como CBS Inc., Sony Music International, IFPI (International Federation of the Phonographic Industry) y ahora EGEDA América Latina. Aunque comenzó dando servicios como contador público, sus responsabilidades lo han llevado a servir como director financiero, gerente general de varias compañías y director regional de América Latina. La experiencia de Raúl también incluye conocimientos en áreas de consultoría, auditoría, editorial, música y cine.



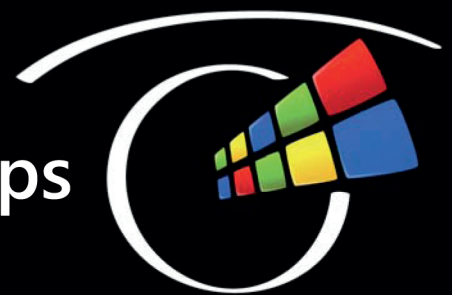
**Gabriel Salcedo.** Director de Asuntos Legales para América Latina de EGEDA.

Abogado argentino especializado en derechos de autor. Reside en Buenos Aires. Conferencista en temas de su especialidad, fue en el pasado Director de CAPIF (Cámara Argentina de Productores de Fonogramas) y miembro del directorio de AADI-CAPIF (entidad de gestión colectiva de artistas intérpretes musicales y productores fonográficos).



**Promociona y rentabiliza tus obras  
a través de VEOCLIPS  
un canal de YouTube  
especializado en cine español**

**[www.youtube.com/veoclips](http://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](mailto:octavio.dapena@egeda.com) o [juan.alia@egeda.com](mailto:juan.alia@egeda.com)





## CAPITULO VI

### RESUMEN Y CONCLUSIONES



## CAPITULO VI

### RESUMEN Y CONCLUSIONES

*Por Departamento de Reparto y Documentación de EGEDA*

#### CAPÍTULO 1. PRODUCCIÓN CINEMATOGRAFICA EN IBEROAMÉRICA

##### *Panorama cinematográfico iberoamericano (2020)*

- Países analizados: Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, España, Guatemala, Honduras, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, Portugal, R. Dominicana y Uruguay.
- La actividad cinematográfica se redujo en un 80% con respecto a 2019, tanto en la venta de entradas como en los ingresos.
- Las distribuidoras estrenaron un 51% menos de títulos con respecto a 2019.
- La cuota acumulada de espectadores por los estrenos del top-100 de los 19 países analizados refleja el dominio estadounidense, con casi el 68% del total, seguido del cine nacional con el 16,3%.
- La cuota acumulada de espectadores por los estrenos del top-10 en el conjunto de países supera el 60% sobre el total, siendo del 48,5% en 2019.
- La cuota acumulada de espectadores por las distribuidoras de los Estudios americanos representa el 71,4% perdiendo 15 puntos porcentuales respecto a 2019.
- Los títulos que dominan los top-1 cinematográficos en Iberoamérica son: *Sonic the Hedgehog* (6 países), *Jumanji: Siguiente nivel* (4 países), *Bad boys for life* (3 países) y *Frozen 2* (2 países).
- Los top-1 cinematográficos procedentes de países iberoamericanos son: *Minha mae é uma peça 3* (Brasil) y *Padre no hay más que uno 2* (España). *El robo del siglo* (Argentina) se convirtió en el top-1 en Uruguay.

- Los top-1 iberoamericanos presentes en el top-10 cinematográfico de su país, aparte de los dos anteriores, son: *El robo del siglo* (Argentina), *Pacto de fuga* (Chile), *La fiesta* (Colombia), *Cindy la Regia* (México), *Locos de amor 3* (Perú) y *Me gusta la tuya* (R. Dominicana).
- La película surcoreana *Parásitos* se situó en el top-10 cinematográfico de casi todos los países iberoamericanos analizados.

### **Panorama cinematográfico en los países iberoamericanos (2020)**

- **Argentina:** La pandemia mundial reduce la actividad cinematográfica en un 81,6% en cuanto a la venta de entradas y un 82,1% en cuanto a los ingresos, respecto a 2019. La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en un 65,8% del total de espectadores y la del cine nacional en el 24%. Las distribuidoras americanas acumulan una cuota conjunta de espectadores del 92,3% y las independientes el 7,7% restante. El ranking cinematográfico está liderado por la película estadounidense *Frozen 2* y por la producción nacional *El robo del siglo*, ambas con 2 millones de espectadores.
- **Bolivia:** La pandemia mundial reduce la actividad cinematográfica en un 76,8% en cuanto a la venta de entradas y un 77,6% en cuanto a los ingresos respecto a 2019. La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en un 81,7% del total de espectadores, la del iberoamericano en el 2,1% y la del cine nacional en el 1,4%. Las distribuidoras americanas acumulan una cuota conjunta de espectadores del 74,8% y las independientes el 25,2% restante. El ranking cinematográfico está liderado por la película estadounidense *Frozen 2*, con 279.455 espectadores. El estreno nacional con más éxito es *Mi socio 2.0*, con más de 10.000 espectadores.
- **Brasil:** La pandemia mundial reduce la actividad cinematográfica en un 77,1% en cuanto a la venta de entradas y un 78,2% en cuanto a los ingresos respecto a 2019. La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en un 66,6% del total de espectadores y la del cine nacional en el 23%. Las distribuidoras americanas representan una cuota conjunta de espectadores del 67,8% y las independientes el 32,2% restante. El ranking cinematográfico está liderado por la película brasileña *Minha mãe é uma peça 3* con 9 millones de espectadores y por la estadounidense *Frozen 2* con 7,8 millones.
- **Chile:** La pandemia mundial reduce la actividad cinematográfica en un 83,9% en cuanto a la venta de entradas y un 86,6% en cuanto a los ingresos respecto a 2019. La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en un 74,2% del total de espectadores y la del cine nacional en el 7,7%. Las distribuidoras americanas, representan una cuota conjunta de espectadores del 83,5% y las independientes el 16,5% restante. El ranking cinematográfico está liderado por *Sony the Hedgedhog* y *Jumanji: Siguiente nivel*, ambas con más de 600.000 espectadores y el ranking nacional está encabezado por *Pacto de fuga* con casi 230.000.
- **Colombia:** La pandemia mundial reduce la actividad cinematográfica en un 82,8% en cuanto a la venta de entradas y un 82% en cuanto a los ingresos respecto a 2019. La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en un 80,4% del total de espectadores y la del cine nacional en el 6,1%. Las distribuidoras americanas tienen una cuota conjunta de espectadores del 79,4% y las independientes el 20,6% restante. El ranking cinematográfico está liderado por *Jumanji: Siguiente nivel* con 1,8 millones de espectadores y por *Bad boys for life* con 1,6 millones y el ranking nacional por *La fiesta* con casi 400.000 espectadores.
- **Costa Rica:** La pandemia mundial reduce la actividad cinematográfica en un 83,3% tanto en la venta de entradas como en los ingresos, respecto a 2019. La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en un 85,2% del total de espectadores y la del cine nacional en un 1,3%. Las distribuidoras americanas representan una cuota conjunta de espectadores del 84,7% y las empresas independientes el 15,3% restante. El ranking cinematográfico está

liderado por *Jumanji: Siguiete nivel* con casi 200.000 espectadores y el nacional por *La boda del tigre* con casi 10.000.

· **Ecuador:** La pandemia mundial reduce la actividad cinematográfica en un 79,4% en cuanto a la venta de entradas y un 80,9% en cuanto a los ingresos respecto a 2019. La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en un 79% del total de espectadores, la del iberoamericano en el 2,3% y la del cine nacional en el 0,9%. Las distribuidoras americanas representan una cuota conjunta de espectadores del 72,8% y las independientes el 27,2% restante. El ranking cinematográfico está liderado por *Sony the Hedgehog* con 468.813 espectadores y el nacional por *Dedicada a mi ex* con casi 20.000.

· **El Salvador:** La pandemia mundial reduce la actividad cinematográfica en un 84,6% en cuanto a la venta de entradas y un 84,9% en cuanto a los ingresos respecto a 2019. La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en un 89% del total de espectadores. Las distribuidoras americanas representan una cuota conjunta de espectadores del 82,6% y las independientes el 17,4%. El ranking cinematográfico está liderado por la película estadounidense *Sony the Hedgehog* con más de 90.000 espectadores y el ranking nacional por *Cachada* con casi 4.000.

· **España:** La pandemia mundial reduce la actividad cinematográfica en un 72,9% en cuanto a la venta de entradas y un 71,8% en cuanto a los ingresos respecto a 2019. La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en un 48,6% del total de espectadores y la del cine nacional en el 25,7%. Las distribuidoras americanas representan una cuota conjunta de espectadores del 67,7% y las independientes el 32,3% restante. El ranking cinematográfico está liderado por la película española *Padre no hay más que uno 2* con 2,3 millones de espectadores y por la coproducción angloamericana *1917* con 1,5 millones.

· **Guatemala:** La pandemia mundial reduce la actividad cinematográfica en un 87,5% en cuanto a la venta de entradas y un 87,8% en cuanto a los ingresos respecto a 2019. La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en un 89,8%. Las distribuidoras americanas representan una cuota de espectadores del 86,4% y las independientes el 13,6%, el restante. El ranking de audiencia está liderado por *Sony the Hedgehog* con 136.848 espectadores y el nacional por *La Llorona* con casi 5.000.

· **Honduras:** La pandemia mundial reduce la actividad cinematográfica en un 84,1% en cuanto a la venta de entradas y un 84,8% en cuanto a los ingresos respecto a 2019. La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en un 88,1% del total de espectadores y la cuota del cine nacional en el 4%. Las distribuidoras americanas representan una cuota conjunta de espectadores del 83% y las independientes el 17%. El ranking cinematográfico está liderado por *Bad boys for life* con más de 100.000 espectadores y el nacional por *Locuras de amor* con casi 17.000.

· **México:** La pandemia mundial reduce la actividad cinematográfica en un 82% en cuanto a la venta de entradas y un 83,3% en cuanto a los ingresos por taquilla respecto a 2019. La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en un 72,2% del total de espectadores y la del cine nacional en el 12%. Las distribuidoras americanas representan una cuota conjunta de espectadores del 71,1% y las independientes el 28,9%. El ranking cinematográfico está liderado por la película americana *Sony the Hedgehog* con 6,8 millones de espectadores y el ranking nacional por *Cindy la Regia* con 1,8 millones.

· **Nicaragua:** La pandemia mundial reduce la actividad cinematográfica en un 82,3% en cuanto a la venta de entradas y un 82,1% en cuanto a los ingresos por taquilla respecto a 2019. La cuota de mercado del cine USA se sitúa en un 86,6% del total de espectadores y la del cine iberoamericano es del 1,9%. Las distribuidoras americanas representan una cuota conjunta de espectadores del 81,5% y las independientes el 18,5%. El ranking cinematográfico está liderado por *Sony the Hedgehog* con 33.263 espectadores y *Bad boys for life* con 29.666 y el ranking iberoamericano por *Malasaña 32* con 3.350 espectadores.

· **Panamá:** La pandemia mundial reduce la actividad cinematográfica casi en un 84% en tanto para la venta de entradas como ingresos por taquilla respecto a 2019. La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en un 90,3% del total de espectadores. Las distribuidoras americanas representan una cuota conjunta de espectadores del 88,1% y las independientes el 11,9%. El ranking cinematográfico está liderado por *Bad boys for life* y *Jumanji: Siguiete nivel*, ambas con más 170.000 espectadores.

· **Paraguay:** La pandemia mundial reduce la actividad cinematográfica en un 84,9% en cuanto a la venta de entradas y en un 86,6% en cuanto a los ingresos por taquilla respecto a 2019. La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en un 84,7% del total de espectadores y la del cine nacional en el 2,1%. Las distribuidoras americanas representan una cuota conjunta de espectadores del 84,8% y las independientes el 15,2%. El ranking cinematográfico está liderado por *Jumanji: Siguiete nivel* con más de 50.000 espectadores y el nacional por *Matar a un muerto* con más de 6.000.

· **Perú:** La pandemia mundial reduce la actividad cinematográfica en un 81,5% en cuanto a la venta de entradas y en un 83,2% en cuanto a los ingresos por taquilla respecto a 2019. La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en un 65,8% del total de espectadores y la cine nacional en el 24,1%. Las distribuidoras americanas representan una cuota conjunta de espectadores del 60,9% y las independientes el 39,1%. El ranking cinematográfico está liderado por *Jumanji: Siguiete nivel* con un millón de espectadores y por la película peruana *La Foquita: El 10 de la calle* con 970.831 espectadores.

· **Portugal:** La pandemia mundial reduce la actividad cinematográfica en un 76,2% en cuanto a la venta de entradas y en un 75,7% en cuanto a los ingresos por taquilla respecto a 2019. La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en un 63,3% del total de espectadores y la del nacional el 2,4%. Las distribuidoras americanas representan una cuota conjunta de espectadores del 76,7% y las independientes el 23,3%. El ranking cinematográfico está liderado por *1917* y *Bad boy for life*, ambas con más de 300.000 espectadores y el ranking nacional por *Listen* con 42.024 espectadores.

· **R. Dominicana:** La pandemia mundial reduce la actividad cinematográfica en un 88,5% en cuanto a la venta de entradas e ingresos por taquilla respecto a 2019. La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en un 82,7% del total de espectadores y la del cine dominicano en el 8,6%. El ranking cinematográfico está liderado por *Bad boys for life* con casi 180.000 espectadores y el nacional por *Me gusta la tuya* con más de 40.000 espectadores.

· **Uruguay:** La pandemia mundial reduce la actividad cinematográfica en más de 81% tanto para la venta de entradas como para los ingresos por taquilla respecto a 2019. La cuota de mercado del cine USA se sitúa en un 62% del total de espectadores y la del cine iberoamericano en el 19,6%. Las distribuidoras americanas representan una cuota conjunta de espectadores del 82% y las independientes el 18% restante. El ranking cinematográfico está liderado por el estreno argentino *El robo del siglo*, con 103.999 espectadores, y por el americano *Jumanji: Siguiete nivel*, con 72.338 espectadores.

## CAPÍTULO 2. LA PRODUCCIÓN DE FICCIÓN EN IBEROAMÉRICA

### *Panorama global de la ficción iberoamericana en televisión y en VoD (2010-2019)*

- Países analizados: Argentina, Brasil, Colombia, España, México, Perú, Portugal, Uruguay y Estados Unidos (habla hispana).
- La muestra de canales de televisión en la década 2010-2019 abarca un total de 93 (59 privados y 34 públicos).
- La muestra suma un total de 4.941 títulos de obras de ficción de estreno, 330.455 emisiones y 272.988 horas de difusión.
- El tiempo dedicado por los canales de televisión de los países iberoamericanos a la ficción televisiva se sitúa en el 26,5% del tiempo total de emisión.
- Los países cuyos canales de televisión dedican más tiempo de programación a la Ficción son: Estados Unidos (42,9%), Chile (37,3%) y Perú (37,3%).
- El peso de la ficción nacional de estreno frente a la ficción iberoamericana (no nacional) representa el 45,9% en títulos, el 39,4% en emisiones y el 36,3% en horas de programación.
- La distribución de los títulos de ficción por géneros en la década 2010-2019 es la siguiente: Telenovela (57,7%), Series (29%) y Miniserie (7,4%).
- Los países cuyos canales suman más títulos de ficción en la muestra son Chile (553) y Estados Unidos (503).
- Los países cuyos canales suman más emisiones de ficción en la muestra son Chile (41.737), Estados Unidos (35.345) y Venezuela (33.330).
- Los países cuyos canales suman más emisiones de ficción nacional en la muestra son Brasil (20.316), Portugal (18.850) y México (18.089).
- Los países cuyos canales suman más tiempo de emisión de ficción en la muestra son Estados Unidos (36.273), Chile (29.585) y Venezuela (26.735).
- Por el origen de la producción, los países que más ficción de estreno suman en la década 2010-2019 son: México (1.250 títulos, 103.819 emisiones y 90.470 horas), Brasil (823 títulos, 50.691 emisiones y 40.249 horas) y Colombia (598 títulos, 42.157 emisiones y 34.726 horas).
- Las series que consiguieron los porcentajes de audiencia más elevados en 2019 son: *A dona do Pedaço* (Globo, 34,1%) y *O Sétimo Guardiao* (Globo, 28,1%).
- Las series que fueron el *top-1* de audiencia en su país de origen en 2019 son: *ATAV* (Argentina), *A dona do Pedaço* (Brasil), *Loquito por ti* (Colombia), *La que se avecina* (España), *Silvia Pinal, frente a ti* (México), *De vuelta al barrio* (Perú) y *Nazaré* (Portugal).
- El análisis de ficción en VOD de 2019 incluye el consumo en una muestra de 500 plataformas.
- El volumen de ficción disponible en la muestra, en las plataformas VoD analizadas, suma un total de 484 títulos de estreno y 6.091 capítulos de series. Del total de la oferta de títulos de ficción, el 21,7% pertenecen a producciones nacionales y el 78,3% a obra iberoamericanas

- Por los países de acceso, los que tienen una mayor oferta en VoD en 2019 son España, Uruguay y Portugal con más de 60 títulos cada país.
- Por países de origen, España y México son los mayores distribuidores de series a través de este sistema, con 145 y 100 obras, respectivamente, seguidos de Brasil con 98, Argentina con 69 y Colombia con 46 títulos de ficción.
- La distribución por géneros de los títulos de ficción disponibles en plataformas VoD en 2019 pone de manifiesto que el 87,1% son series y el 7,7% son miniserias.
- La plataforma con el mayor volumen de títulos en servicio en 2019 en VOD fue Netflix con 298 series disponibles en los diferentes países, que se correspondieron con 90 títulos diferentes. A continuación, Movistar y Amazon Prime con una oferta de 39 títulos cada una.
- Las series disponibles en VoD en más países son las producciones españolas *Alta Mar* y *Las chicas del cable*, la serie argentina *Apache: la vida de Carlos Tévez* y la obra brasileña *El elegido*

### **Panorama de la Ficción en televisión en abierto en países iberoamericanos (2010-2019)**

- **Argentina:** la ficción aportó a los canales de televisión un 7,2% del tiempo de emisión en 2019 y un 15,3% en la década 2010-2019. La ficción nacional de estreno representó el 42,5%, tanto en emisiones como en horas de programación, en la década 2010-2019. En este periodo, además de Argentina, el país que más ficción aportó a los canales analizados fue México. Las telenovelas, con el 53,1%, y las series con el 24% fueron los géneros más habituales. La ficción con más éxito de audiencia se difundió en El Trece y Telefé. El *ranking* de audiencia de 2019 estuvo liderado por la telenovela argentina *ATAV (Argentina, tierra de amor y esperanza)* con un máximo del 13,5%. El *ranking* histórico de la década 2010-2019 estuvo liderado por el título argentino *Valientes* (29,3%). En este periodo, la serie iberoamericana más vista fue la producción brasileña *Avenida Brasil* (20,7%).
- **Brasil:** La ficción aportó a los canales de televisión un 11,8% del tiempo de emisión en 2019 y un 15,8% en la década 2010-2019. La ficción nacional de estreno supuso el 85,1% del total de emisiones y el 84,5% del tiempo total de programación en la década 2010-2019. En este periodo, además de Brasil, el país que más ficción aportó a los canales analizados fue México. Las telenovelas, con el 39,4%, y las series con el 31% fueron los géneros más habituales. La ficción con más éxito de audiencia se difundió en Globo. El *ranking* de audiencia de 2019 estuvo liderado por la telenovela *A dona do Pedaco* (34,1%) El *ranking* histórico de la década 2010-2019 estuvo liderado por las series *Passione* (43,9%), *Fina estampa* (42,1%), *Avenida Brasil* (41,5%), *Amor a vida* (41%), *Fina estampa* (40,1%) y *Salve Jorge* (40%).
- **Chile:** la Ficción aportó a los canales de televisión un 37,9% del tiempo de emisión en el periodo 2010-2018. La ficción nacional de estreno supuso el 28,9% del total de emisiones y el 24,3% del tiempo total de programación. El país que más ficción aportó fue México con más del 40% del volumen total de programación. Las telenovelas con el 65,6% y las series con el 20,8% fueron los géneros más habituales. La ficción con más éxito de audiencia se difundió en Mega y Canal 13. El *ranking* histórico de audiencia del periodo 2010-2018 estuvo liderado por las series *Los 80: más que una moda* (29,8%), *Perdona nuestros pecados* (26,8%) y *Soltera otra vez* (26,8%).
- **Colombia:** la Ficción aportó a los canales de televisión un 33,9% del tiempo de emisión en 2019 y un 18,9% en la década 2010-2019. La ficción nacional de estreno supuso más del 60% del total de emisiones y tiempo de programación en la década 2010-2019. En este periodo, además de Colombia, el país que más ficción aportó a los canales analizados fue México con más del 20% de la programación total. Las telenovelas (51,3%) y las series (47%) fueron los géneros más habituales. La ficción con más éxito de audiencia se difundió en Caracol y RCN.



El *ranking* de audiencia de 2019 estuvo liderado por *Loquito por ti* (13,8%) y *La gloria de Lucho* (12,9%). El *ranking* histórico de la década 2010-2019 estuvo liderado por las series *A corazón abierto* (40,1%), *La Pola* (38,4%) y *Amor sincero* (36,7%).

- **Ecuador:** la Ficción aportó a los canales de televisión un 37,1% del tiempo de emisión en el periodo 2010-2016. La ficción nacional de estreno supuso el 13,3% del total de emisiones y el 10,2% del tiempo total de programación. Los países que más ficción aportaron fueron México y Colombia. Las telenovelas (78%) y las series (17,3%) fueron los géneros más habituales. La ficción con más éxito de audiencia se difundió en TC Televisión y Ecuavisa. El *ranking* histórico de audiencia del periodo 2010-2016 estuvo liderado por las series colombianas *El capo* (22%) y *Amor sincero* (18,5%). La serie ecuatoriana más vista fue *El más querido* (16,7%).

- **España:** la Ficción aportó a los canales de televisión un 42,7% del tiempo de emisión en 2019 y un 33% en la década 2010-2019. La ficción nacional de estreno supuso el 75% del total de emisiones y el 77,2% del tiempo total de programación en la década 2010-2019. En este periodo, además de España, el país que más ficción aportó a los canales analizados fue México. Las series (58,9%) y los seriales-telenovelas (18,4%) fueron los géneros más habituales. La ficción con más éxito de audiencia se difundió en La1 (TVE), Telecinco y Antena 3. El *ranking* de audiencia de 2019 estuvo liderado por *La que se avecina* (5,6%). El *ranking* histórico de la década 2010-2019 estuvo liderado por las series *Águila Roja* (14,7%), *La que se avecina* (12,3%) y *Cuéntame cómo pasó* (12,2%).

- **Estados Unidos (habla hispana):** la Ficción aportó a los canales de televisión un 40,7% del tiempo de emisión en 2019 y un 42,8% en la década 2010-2019. La ficción nacional de estreno supuso el 26% del total de emisiones y el 25% del tiempo total de programación en la década 2010-2019. El país que más ficción aportó fue México con más del 50% del volumen total de programación. Las telenovelas (74,3%) y las series (13,9%) fueron los géneros más habituales. La ficción con más éxito de audiencia se difundió en Telemundo y Univision. El *ranking* de audiencia de 2019 estuvo liderado por *La Reina del Sur T2* (8,7%). El *ranking* histórico de audiencia de la década 2010-2019 estuvo liderado por las series mexicanas *Soy tu dueña* (22,5%) y *Sortilegio* (22%) y por la estadounidense *Eva Luna* (20,9%).

- **México:** la Ficción aportó a los canales de televisión un 16% del tiempo de emisión en 2019 y un 15,3% en la década 2010-2019. La ficción nacional de estreno supuso más del 60% del total de emisiones y tiempo de programación en la década 2010-2019. En este periodo, además de México, el país que más ficción aportó a los canales analizados fue Estados Unidos. Las telenovelas (61,3%) y las series (35,8%) fueron los géneros más habituales. La ficción con más éxito de audiencia se difundió en Canal 2 (Televisa). El *ranking* de audiencia de 2019 estuvo liderado por la serie *Silvia Pinal, frente a ti* (17,7%) y la telenovela *La Rosa de Guadalupe* (17,1%). El *ranking* histórico de audiencia de la década 2010-2019 estuvo liderado por tres títulos que superaron el 25% de audiencia: *Abismo de pasión*, *Soy tu dueña* y *Amores verdaderos*.

- **Perú:** la Ficción aportó a los canales de televisión un 32,8% del tiempo de emisión en 2019 y un 37,3% en el periodo 2012-2019. La ficción nacional de estreno se situó en torno al 22% del total de emisiones y tiempo de programación en el periodo 2012-2019. El país que más ficción aportó fue México con más del 40% del volumen total de programación. Las telenovelas (67,1%) y las series (19,2%) fueron los géneros más habituales. La ficción con más éxito de audiencia se difundió en América TV. El *ranking* de audiencia de 2019 estuvo liderado por la serie peruana *De vuelta al barrio* (24,7%). El *ranking* histórico de audiencia del periodo 2012-2019 estuvo liderado por las series peruanas *Al fondo hay sitio* (31,2%) y *VBQ todo por la fama* (28%). En este periodo, la serie iberoamericana más vista fue la mexicana *Corazón indomable* (24,8%).

- **Portugal:** la Ficción aportó a los canales de televisión un 19,9% del tiempo de emisión en 2019 y un 22,9% en la década 2010-2019. La ficción nacional de estreno supuso el 68,7% del total de emisiones y el 63,8% del tiempo total de programación en la década 2010-2019. En

este periodo, además de Portugal, el país que más ficción aportó a los canales analizados fue Brasil. Las telenovelas (48,9%) y las series (31,3%) fueron los géneros más habituales. La ficción con más éxito se difundió en los canales privados SIC y TVI. El *ranking* de audiencia de 2019 estuvo liderado por las series *Nazaré* (13,7%), *Terra Brava* (12,7%) y *Golpe de sorte* (12%). El *ranking* histórico de audiencia de la década 2010-2019 estuvo liderado por la serie brasileña *Dancin' days* (16,3%) y la portuguesa *Única mulher T2* (16%).

· **Uruguay:** la Ficción aportó a los canales de televisión un 25,8% del tiempo de emisión en 2019 y un 27% en la década 2010-2019. La ficción nacional de estreno supuso solo el 1% del total de emisiones y tiempo de programación en la década 2010-2019. Los países que más ficción aportaron en este periodo fueron Argentina, Brasil, México y España. Las telenovelas (63,1%) y las series (26,7%) fueron los géneros más habituales. La ficción con más éxito se difundió en Teledoce. El *ranking* de audiencia de 2019 estuvo liderado por la serie brasileña *El otro lado del paraíso* (13,1%), la coproducción entre Colombia y Estados Unidos *Betty en NY* (10,9%) y por otra serie brasileña *Ojos sin culpa* (10,8%). El *ranking* histórico de audiencia de la década 2010-2019 estuvo liderado por dos series brasileñas que superaron el 20% de audiencia: *Insensato corazón* y *Rastros de mentiras*.

· **Venezuela:** la Ficción aportó a los canales de televisión un 22,1% del tiempo de emisión en 2019 y un 19,9% en la década 2010-2019. La ficción nacional de estreno supuso el casi el 14% del volumen total de programación. Los países que más ficción aportaron en este periodo fueron México y Colombia. Las telenovelas (76,1%) y las series (13,7%) fueron los géneros más habituales. La ficción con más éxito se difundió en Venevisión y Televen. El *ranking* de audiencia de 2019 estuvo liderado por la serie colombiana *Loquito por ti* (2,6%) y por la mexicana *Mi marido tiene más familia* (2,4%). El *ranking* histórico de audiencia de la década 2010-2019 estuvo liderado por la serie venezolana *La mujer perfecta* (8,5%), la mexicana *Soy tu dueña* (8,3%) y por las estadounidenses *El clon* (8,1%) y *¿Dónde está Elisa?* (8%).

### **Panorama de la Ficción en plataformas VoD en países iberoamericanos (2019)**

· **Argentina:** Los países con una mayor oferta de títulos en las plataformas VoD que operaron en Argentina en 2019 fueron: España (16), Argentina (14), Brasil (9), México (7) y Colombia (6). La ficción nacional supone el 26% de la oferta en títulos y capítulos. La serie es el género más habitual en la oferta de las plataformas. Los títulos argentinos con mayor disponibilidad en las plataformas VoD en los países iberoamericanos fueron: *Apache: la vida de Carlos Tévez* (9 países), *El Marginal 3* (8 países), *Go! Vive a tu manera* (5 países) y *El jardín de bronce* (4 países). Las plataformas que distribuyeron los títulos argentinos fueron Netflix, Cablevision, HBO y Movistar.

· **Brasil:** Los países con una mayor oferta de títulos en las plataformas VoD que operaron en Brasil en 2019 fueron: Brasil (23), México (12) y España (7). La ficción nacional supone el 46% de la oferta total de títulos y casi el 40% de los capítulos. La serie es el género más habitual en la oferta de las plataformas. Los títulos brasileños con una mayor disponibilidad en las plataformas VoD en los países iberoamericanos fueron: *El elegido* (9 países), *Sintonía* (8 países), *3T* (6 países), *Coisa mais linda* (6 países), *Samantha* (6 países) y *El mecanismo* (5 países). Las plataformas que distribuyeron los títulos brasileños fueron Netflix, HBO y FOX.

· **Colombia:** Los países con una mayor oferta de títulos en las plataformas VoD que operaron en Colombia en 2019 fueron: Colombia (9), Brasil (9), México (8), España (7) y Argentina (5). La ficción nacional supone el 22,5% de la oferta total de títulos y el 24,4% de capítulos. La serie es el único género ofertado en las plataformas. Los títulos colombianos con mayor disponibilidad en las plataformas VoD en los países iberoamericanos fueron: *Frontera verde* (8 países), *Siempre bruja* (8 países), *Bolívar* (5 países) y *Distrito salvaje* (4 países). Las plataformas que distribuyeron los títulos colombianos fueron Netflix y FOX.

· **España:** Los países con una mayor oferta de títulos en las plataformas VoD que operaron en España en 2019 fueron: España (30), Brasil (13), México (10), Colombia (6) y Argentina (5). La ficción nacional supone el 44% de la oferta total de títulos y el 28% de capítulos. La serie es el género más habitual en la oferta de las plataformas. Los títulos españoles con una mayor disponibilidad en las plataformas VoD en los países iberoamericanos fueron: *Alta Mar* (9 países), *Las chicas del cable* (9 países) *Élite* (8 países), *Hache* (8 países), *Paquita Salas* (8 países), *La Casa de Papel* (7 países) y *Criminal* (6 países). Las plataformas que distribuyeron los títulos españoles fueron Netflix y Movistar.

· **Estados Unidos (habla hispana):** Los países con una mayor oferta de títulos en las plataformas VoD que operaron en Estados Unidos en 2019 fueron: España (17), Brasil (7), Colombia (7), México (7) y Argentina (5). La serie es el género más habitual en la oferta de las plataformas. Los títulos estadounidenses de habla hispana con una mayor disponibilidad en las plataformas VoD en los países iberoamericanos fueron: *Preso nº 1* (5 países), *Yankee* (4 países), *La Reina del Sur T2* (3 países), *Jugando con fuego* (2 países) y *Los Espookys* (2 países). Las plataformas que distribuyeron estos títulos fueron Netflix y HBO.

· **México:** Los países con una mayor oferta de títulos en las plataformas VoD que operaron en México en 2019 fueron: México (19), España (4), Argentina (2) y Colombia (2). La ficción nacional supone el 70% de la oferta total de títulos y el 78% de los capítulos. La serie es el género más común en la oferta de las plataformas. Los títulos mexicanos con una mayor disponibilidad en las plataformas VoD en los países iberoamericanos fueron: *La Casa de las Flores* (8 países), *Tijuana* (8 países), *El Club* (6 países), *Monarca* (6 países), *Hernán* (6 países), *Club de Cuervos* (5 países), *Historia de un crimen: Colosio* (5 países) y *El juego de las llaves* (5 países). Las plataformas que distribuyeron estos títulos fueron Netflix y Amazon.

· **Perú:** Los países con una mayor oferta de títulos en las plataformas VoD que operaron en Perú en 2019 fueron: España (13), Brasil (12), Argentina (8), México (8), Perú (3), Colombia (2) y Estados Unidos (1). La ficción nacional supone el 6% de la oferta total de títulos y el 3% de capítulos. La serie es el género más común en la oferta de VoD. El título peruano con una mayor disponibilidad en las plataformas VoD en los países iberoamericanos fue *El día de mi suerte* en Movistar.

· **Portugal:** Los países con una mayor oferta de títulos en las plataformas VoD que operaron en Portugal en 2019 fueron: España (19), México (15), Brasil (12), Argentina (6), Portugal (5) y Colombia (4). La ficción nacional supone el 8% de la oferta total de títulos y el 3% de los capítulos. La serie es el género más habitual en la oferta de las plataformas. Las series portuguesas solo estuvieron accesibles en la plataforma de la televisión pública RTP Play. Las plataformas VOD que operaron en Portugal fueron Netflix, HBO, Amazon Prime y RTP Play.

· **Uruguay:** Los países con una mayor oferta de títulos en las plataformas VoD que operaron en Uruguay en 2019 fueron: España (23), Argentina (19), Brasil (10), México (6) y Colombia (3). La serie es el género más habitual en la oferta de las plataformas. La única serie uruguaya en VoD fue *Hotel Romanov* y estuvo disponible en UN3 TV (Youtube). Las plataformas con una mayor oferta de títulos fueron Netflix, Cablevision, Movistar, Amazon y HBO.

· **Venezuela:** Los países con títulos en las plataformas VoD que operaron en Venezuela en 2019 fueron: España (9), México (8), Colombia (5), Brasil (3), Argentina (2) y Venezuela (1). La serie es el género más habitual en la oferta de las plataformas. La única serie venezolana en VoD fue *La dama y el vigilante* y estuvo disponible en Tves (Youtube). Los títulos procedentes de países iberoamericanos estuvieron disponibles, exclusivamente, en Netflix.

### CAPÍTULO 3. EL CINE IBEROAMERICANO MÁS ALLÁ DE SUS FRONTERAS

#### *Panorama cinematográfico mundial (2020)*

- El número de pantallas de cine en el mundo superó las 200.000 en 2019. La reducción de la actividad cinematográfica por la pandemia mundial en 2020 podría provocar una disminución del equipamiento en años venideros.
- La reducción media mundial de la asistencia de espectadores a las salas en 2020 en un 71,5% respecto a 2019. Iberoamérica y Estados Unidos tuvieron una reducción por encima del 80% y Europa en torno al 70%.
- La actividad de los cines en el mundo en 2020 registró una asistencia de algo más de 2.100 espectadores y unos 12.000 millones de dólares de ingresos.
- Los tres únicos estrenos que superaron los 400 millones de dólares de ingresos fueron: *Bad boy for life* (USA), *The Eight Hundred* (China) y *My people, my homeland* (China).
- La asistencia a los cines en la Unión Europea y Reino Unido en 2020 suma 295 millones de espectadores y 2.346 millones de dólares de recaudación.
- Los estrenos con más éxito en Europa son: *1917* (Reino Unido, USA), *Tenet* (Reino Unido, USA), *Sonic: The Hedgehog* (USA) y *Star Wars: El ascenso de Skywalker* (USA).
- La asistencia a los cines en Iberoamérica en 2020 suma 186 millones de espectadores y 716,1 millones de dólares de recaudación.
- Los estrenos con más éxito en Iberoamérica, con más de 40 millones de dólares de recaudación, son: *Sonic the Hedgehog*, *Frozen 2*, *Jumanji: siguiente nivel* y *Bad boys for life*.
- Los estrenos iberoamericanos con más éxito en Iberoamérica son la obra brasileña *Minha mãe é uma peça 3* (9 millones de espectadores), la española *Padre no hay mas que uno 2* (2,3 millones de espectadores) y la producción argentina *El robo del siglo* (2,1 millones de espectadores).
- El estreno surcoreano *Parásitos* se situó en la octava posición del ranking iberoamericano con casi 6 millones de espectadores.
- La asistencia a los cines en Estados Unidos en 2020 suma casi 237 millones de espectadores y 2.154,8 millones de dólares de recaudación.
- Los estrenos con más éxito en Estados Unidos son *Bad boys for life* con 211,3 millones de dólares de recaudación, seguido de *1917* y *Sonic the Hedgehog* con más de 100 millones de dólares.
- Los estrenos iberoamericanos con más éxito en Estados Unidos son las obras mexicanas *Loco por ti* (3,1 millones de dólares) y *Medios hermanos* (1,8 millones de dólares).

- El cuadro siguiente muestra los estrenos iberoamericanos en USA en 2020:

**Cuadro 6.1.**  
*Ranking de estrenos iberoamericanos. Año 2020. USA (est. 9,1\$)*

Nº	Título	Origen	Espectadores
1	Loco por ti	México	345.324
2	Medios hermanos	México, USA	208.126
3	Dolor y gloria	España	76.208
4	A vida Invisível de Eurídice Gusmão	Brasil, Alemania	13.390
5	Bacurau	Brasil, Francia	3.087
6	José	Guatemala, USA	3.020
7	Familia de medianoche	México, USA	2.905
8	Alice y Martin (1998)	España, Francia	1.514
9	Aquí sigo	México, USA	559
10	Temblores	Guatemala, Francia	521
11	Fin de siglo	Argentina	161

- El cuadro siguiente muestra los porcentajes de coproducción en los diferentes territorios:

**Cuadro 6.2**  
*Porcentaje de coproducción de los estrenos iberoamericanos en los mercados analizados. Año 2020*

Mercado	Títulos muestra	Coproducciones totales	Coproducciones iberoamericanas
Nacional	191	21,5%	46,3%
Iberoamérica	58	38,0%	45,4%
Europa	41	51,2%	28,5%
USA	11	72,7%	0,0%

### *El cine iberoamericano en Europa (2020)*

- Países analizados: Alemania, Austria, Francia, Italia, Países Bajos, Reino Unido, Rusia y Turquía.
- El número total de estrenos iberoamericanos en los países analizados en 2020 asciende a 85, siendo Francia (28) el que estrenó un mayor número de producciones.
- El total de espectadores que vieron los estrenos del cine iberoamericano asciende a 1,7 millones y la recaudación total superó los 10 millones de dólares.
- Los países con un mayor número de espectadores de cine iberoamericano son Francia y Rusia.
- Los estrenos del top-10 de los países analizados suman un total de 60 estrenos, que se corresponden con 41 títulos y suman una asistencia conjunta de 1,5 millones de espectadores y 9,3 millones de dólares de recaudación.
- El 51% (21 títulos) de los títulos estrenados se realizó en régimen de coproducción y, de estos, un 30% (6 títulos) se coprodujo entre países iberoamericanos.

- El país con más estrenos en los top-10 europeos fue España (21 estrenos), seguido a mucha distancia por Brasil (8 estrenos) y Chile (8 estrenos).
- Los estrenos iberoamericanos con más éxito en Europa en 2020 son *Malasaña 32* (387.391 espectadores), *La red Avispa* (218.000 espectadores), *Josep* (172.000 espectadores) y *Mientras dure la guerra* (112.000 espectadores).
- Los estreno exhibidos en un mayor número de países son la producción chilena *Ema* (5 países), la coproducción entre Portugal y USA *Color out of space* (4 países), la brasileña *Bacurau* (3 países) y la producción colombiana *Monos* (3 países).
- El top-1 del cine iberoamericano en los mercados europeos analizados se incluye en el siguiente cuadro:

**Cuadro 6.3**  
**Top-1 del cine iberoamericano en los mercados europeos. Año 2020**

País	Nº	Título	Origen	Espectadores
Alemania	1	Ventajas de viajar en tren	España, Francia	17.832
Austria	1	Ventajas de viajar en tren	España, Francia	1.386
Francia	1	La red Avispa	España, Francia	185.708
Italia	1	La odisea de los Giles	Argentina, España	8.453
Países Bajos	1	Bacurau	Brasil, Francia	13.254
R. Unido	1	Color out of space	USA, Portugal	13.109
Rusia	1	Malasaña 32	España	387.391
Turquía	1	Bacurau	Brasil, Francia	4.284

### **El cine iberoamericano (no nacional) en el mercado iberoamericano (2020)**

- El número total de estrenos de los 19 países incluidos en la muestra suma 125, los cuales se corresponden con 58 títulos, acumulan una asistencia de 1,2 millones de espectadores y 4,4 millones de dólares de recaudación.
- El porcentaje de coproducción se sitúa en el 38% (22 títulos), de los que el 45,4% se realizan entre países iberoamericanos (10 títulos).
- La distribución de los 125 estrenos iberoamericanos no nacionales por mercados de estreno refleja que Bolivia (12) y Uruguay (11) son los países con más películas en el top-100 de 2020.
- Los mercados que aglutinan una mayor asistencia al cine iberoamericano son México (595.282 espectadores) y Brasil (228.915 espectadores).
- La distribución de los títulos por países de origen refleja que España (20 títulos), México (11 títulos) y Argentina (7 títulos) son los que más títulos situaron en los top-100.
- Los estrenos iberoamericanos no nacionales presentes en el top-100 de un mayor número de mercados en 2020 son las producciones españolas *Malasaña 32* (13 países), *Padre no hay más que uno* (8 países) y *Renacidos* (8 países), el estreno argentino *El robo del siglo* (7 países) y la producción paraguaya *Morgue* (7 países).

· La película con más éxito en los mercados iberoamericanos es *Malasaña 32* (España) con casi 560.000 espectadores y superando los 100.000 se encuentran *El robo del siglo* (Argentina), *Contra el demonio* (Chile) y *Padre no hay más que uno* (España).

· El siguiente cuadro muestra el top-1 iberoamericano no nacional en Iberoamérica:

**Cuadro 6.4**  
**Top-1 del cine iberoamericano en los mercados de Iberoamérica. Año 2020**

País	Nº	Título	Origen	Espectadores
Argentina	1	Bacurau	Brasil, Francia	6.802
Bolivia	1	Malasaña 32	España	5.619
Brasil	1	Malasaña 32	España	198.425
Chile	1	El robo del siglo	Argentina	11.664
Colombia	1	Escuadrón de la muerte	España, USA	17.348
Costa Rica	1	Morgue	Paraguay	2.094
Ecuador	1	Día de Muertos	México	20.449
El Salvador	1	Morgue	Paraguay	2.320
España	1	Ema	Chile	15.708
Guatemala	1	Morgue	Paraguay	1.617
Honduras	1	Morgue	Paraguay	3.760
México	1	Malasaña 32	España	330.308
Nicaragua	1	Malasaña 32	España	3.350
Panamá	1	Los Leones	R. Dominicana	1.944
Paraguay	1	El robo del siglo	Argentina	2.269
Perú	1	El robo del siglo	Argentina	3.084
Portugal	1	Animal Crackers	España, USA	19.205
R. Dominicana	1	Monos	Argentina, Colombia, Uruguay	95
Uruguay	1	El robo del siglo	Argentina	103.999

### ***El cine iberoamericano (no nacional) en el mercado iberoamericano (década 2011-2020)***

· El número total de estrenos iberoamericanos no nacionales en la década 2011-2020 presente en los top-100 suma 1.020 que se corresponden con 520 títulos, los cuales, acumulan una asistencia 102 millones de espectadores y unos ingresos de 451,6 millones de dólares.

· El porcentaje de coproducción se sitúa en el 38,2% (199 títulos), de los que un 48,7% se realizan entre países iberoamericanos (97 títulos).

· La distribución de los estrenos por mercados de estreno refleja que España (137) fue el país que más estrenos iberoamericanos no nacionales aportó a la muestra (en este país se analizan todos los estrenos exhibidos) seguido de Uruguay (72), México (71), Bolivia (68), Colombia (68), Argentina (60), Brasil (60) y Chile (51).

· Los mercados que acumulan en la década 2011-2020 una mayor asistencia de espectadores a los estrenos iberoamericanos no nacionales son: México (42,8 millones), Brasil (14,6 millones), Colombia (9,4 millones), Argentina (8,5 millones), Perú (5,5 millones), Venezuela (3,8 millones) y Chile (3,6 millones).

· La distribución de los títulos por países de origen refleja que España (178 títulos), Argentina (119 títulos) y México (7 títulos) fueron los países que más producciones iberoamericanas incluyeron en los top-100 en la década 2011-2020.

· El *ranking* acumulado de títulos iberoamericanos, realizados exclusivamente por productoras iberoamericanas, está liderado por *Las aventuras de Tadeo Jones* (España), con casi cuatro millones de espectadores, y *Perfectos desconocidos* (España), con 2,3 millones, seguidos por *Tadeo Jones 2* (España), *Metegol* (Argentina, España) y *No se aceptan devoluciones* (México).

Cuadro 6.5

*Top-1 iberoamericano no nacional con más éxito en un mercado iberoamericano*

Nº	País de estreno	Título	País de origen	Espectadores	Año
1	Brasil	Relatos salvajes	Argentina	292.897	2014
2	México	Zona Sur	Bolivia	1.997	2011
3	Argentina	Nada a perder - Parte 1	Brasil	625.678	2018
4	México	Los 33	Chile, Colombia	1.154.610	2015
5	México	El cartel de los sapos	Colombia	932.657	2013
6	Guatemala	Maikol Yordan de viaje perdido	Costa Rica	8.758	2015
7	Venezuela	Meñique	Cuba, España	70.368	2015
8	Perú	Dedicada a mi ex	Ecuador, Colombia	170.030	2019
9	Guatemala	El cruce de Guatemala	El Salvador	9	2020
10	México	Las aventuras de Tadeo Jones	España	2.181.107	2013
11	Nicaragua	Exorcismo documentado	Guatemala	7.628	2014
12	Colombia	No se aceptan devoluciones	México	1.460.203	2014
13	Venezuela	Manos de piedra	Panamá	84.912	2016
14	España	Las Herederas	Paraguay, Brasil, Uruguay	32.701	2019
15	Chile	Condorito: la película	Perú	455.163	2017
16	Brasil	Singularidades de una chica rubia	Portugal, España, Francia	17.069	2011
17	R. Dominicana	Héctor el Father	Puerto Rico	11.339	2018
18	Perú	Todos los hombres son iguales	R. Dominicana	120.007	2016
19	México	La casa muda	Uruguay	135.775	2011
20	España	Desde allá	Venezuela	8.122	2016

### *El cine iberoamericano en USA (Década 2011-2020)*

· El total de títulos iberoamericanos estrenados en USA en la década 2011-2020 suma 236, acumulan una asistencia acumulada de 45 millones de espectadores y 376,6 millones de dólares de recaudación.

· El porcentaje de coproducción de la década se sitúa en un 75,5% y el porcentaje de coproducción entre países iberoamericanos supone el 32%.

· Un total de 17 países iberoamericanos consiguieron estrenar al menos una producción en el mercado americano.

· La distribución por países es la siguiente: 69 películas españolas, 56 mexicanas, 36 brasileñas, 23 chilenas, 18 argentinas, 8 portuguesas, 5 colombianas y 5 cubanas.



- Los títulos españoles en la década en Estados Unidos acumularon un total de 18,1 millones de espectadores, los mexicanos casi 17 millones, los títulos chilenos 4,6 millones, los títulos brasileños 3 millones y los títulos argentinos casi un millón.
- Los estrenos con más éxito en la década son la producción española *Mamá* (9,2 millones de espectadores), la película mexicana *No se aceptan devoluciones* (5,7 millones) y la obra española *Lo imposible* (2,2 millones de espectadores). Con más de un millón de espectadores se sitúan *Los 33* (Chile, Colombia, USA), *Lláname por tu nombre* (Brasil, Francia, Italia), *No manches, Frida* (México, USA) y *Un gallo con muchos huevos* (México).
- Los estrenos íntegramente iberoamericanos con más éxito en la década son las producciones mexicanas *No se aceptan devoluciones* (5,7 millones) y *Un gallo con muchos huevos* (un millón) seguidas de *Cantinflas* y *Amor a primera vista*, ambas con más de 700.000 espectadores.

## CAPÍTULO 4. UNA DÉCADA DE CINE EN IBEROAMÉRICA (2011-2020)

### *Panorama cinematográfico iberoamericano (Década 2011-2020)*

- El número total de pantallas cinematográficas acumuladas en los 20 países analizados se incrementó desde las 15.146 de 2011 hasta las 20.593 de 2019. Esta cifra supone un crecimiento del 35%.
- La frecuencia anual de asistencia al cine se sitúa en 1,4 películas por habitante y el precio medio de la entrada en 4,2 dólares.
- La actividad cinematográfica en la década 2011-2020 registra unos ingresos de 31.674 millones de dólares, una asistencia de 7.466 millones de espectadores y más de 49.000 estrenos comerciales.
- El rendimiento del cine nacional en la década 2011-2020 confirma la exhibición de más de 7.500 producciones y una asistencia de espectadores de 763 millones. La cuota de mercado del cine nacional representa un 10,2% en este periodo.
- La cuota acumulada de espectadores por el origen de los estrenos del top-100 en la década 2011-2020 refleja el dominio del cine USA, con un 83,1% del mercado, frente al 11,5% de la obtenida por el cine nacional e iberoamericano de forma conjunta.
- El porcentaje de coproducción de los títulos iberoamericanos se sitúa en un 22% del total de los incluidos en el top-100. El 55,6% de estas coproducciones se realizó entre países iberoamericanos.
- Las distribuidoras americanas en la década 2011-2020 representan una cuota conjunta en el top-100 del 81,2% del total de espectadores y las independientes el 18,8% restante.
- El estreno cinematográfico con más éxito en Iberoamérica en la década 2011-2020 fue *Vengadores: Endgame* (2019), liderando el ranking en 12 de los 20 países analizados. La obra de animación *Toy Story 4* (2019) fue el top-1 histórico en cuatro países.
- Nueve estrenos iberoamericanos formaron parte de los top-10 históricos de su país: *Relatos salvajes* (Argentina, top-4), *Nada a perder 1* (Brasil, top-4), *Stefan vs Kramer* (Chile, top-7), *Maikol Yordan* (Costa Rica, top-2), *Ocho apellidos vascos* (España, top-1), *No se aceptan devoluciones* (México, top-8), *7 cajas* (Paraguay, top-2), *Asu Mare! 2* (Perú, top-4) y *Lotoman* (R. Dominicana, top-1).
- El ranking histórico de estrenos está liderado por *Vengadores: Engame* con 73 millones de espectadores acumulados en los países iberoamericanos, seguido de *El rey León* con 60 millones y *Toy Story 4* y *Vengadores: Infinity War*, ambas con 59 millones.
- El ranking histórico de estrenos, íntegramente iberoamericanos, está liderado por la producción mexicana *No se aceptan devoluciones*, con 17,3 millones de espectadores, seguida de las obras brasileñas *Nada a perder – Parte 1* (13 millones) y *Moisés y los diez mandamientos* (11,7 millones)
- Los títulos, íntegramente iberoamericanos, con más presencia en los top-100 de los países iberoamericanos son *Las aventuras de Tadeo Jones*, *Tadeo Jones 2* y *Metegol* en 16 países cada uno y *Condorito: la película* en 14 países.

### **Panorama cinematográfico en países iberoamericanos (Década 2011-2020)**

· **Argentina:** El número de pantallas cinematográficas se incrementó desde las 800 de 2011 hasta las 982 de 2019. La actividad cinematográfica registra 3.945 estrenos en la década 2011-2020, 2.402 millones de dólares de ingresos y 441,5 millones de espectadores. La cuota de espectadores por el origen de los estrenos del top-100 se distribuye de la siguiente forma: el cine USA un 79,3% del mercado, el cine argentino un 13,2% y el cine iberoamericano un 2,2%. Las distribuidoras americanas representan una cuota conjunta del 90,5% del total de espectadores y las independientes el 9,5%. El ranking histórico de estrenos estuvo liderado por *Toy Story 4* (6,5 millones de espectadores) y el ranking histórico nacional por *Relatos salvajes* (3,9 millones).

· **Bolivia:** El número de pantallas cinematográficas se incrementó desde las 79 de 2011 hasta las 124 de 2019. La actividad cinematográfica registra 2.327 estrenos en la década 2011-2020, 286,2 millones de dólares de ingresos y 52,3 millones de espectadores. La cuota de espectadores por el origen de los estrenos del top-100 tiene la siguiente distribución: el cine USA un 88,6%, el iberoamericano un 3,3% y el nacional un 0,8%. Las distribuidoras americanas representan una cuota conjunta del 86,7% del total de espectadores y las independientes el 13,3%. El ranking histórico de estrenos estuvo liderado por *Vengadores: Endgame* (817.153 espectadores) y el ranking histórico nacional por *Muralla* con más de 37.000 espectadores.

· **Brasil:** El número de pantallas cinematográficas se incrementó desde las 2.352 de 2011 hasta las 3.477 de 2019. La actividad cinematográfica registra 3.905 estrenos en la década 2011-2020, 7.177,6 millones de dólares de ingresos y 1.512 millones de espectadores. La cuota de espectadores por el origen de los estrenos del top-100 se distribuye de la siguiente forma: el cine USA un 80,9% del mercado y el cine brasileño un 13,1%. Las distribuidoras americanas representan una cuota conjunta del 76,5% del total de espectadores y las independientes el 23,5%. El ranking histórico de estrenos estuvo liderado por *Vengadores: Endgame* (19,6 millones de espectadores) y el ranking histórico nacional por *Nada a perder – Parte 1* con 12,1 millones de espectadores.

· **Chile:** El número de pantallas cinematográficas se incrementó desde las 320 de 2011 hasta las 472 de 2019. La actividad cinematográfica registra 2.037 estrenos en la década 2011-2020, 1.173,6 millones de dólares de ingresos y 224,1 millones de espectadores. La cuota de espectadores por el origen de los estrenos del top-100 se distribuye de la siguiente forma: el cine USA un 87% del mercado y el cine chileno un 4%. Las distribuidoras americanas representan una cuota conjunta del 86% del total de espectadores y las independientes el 14%. El ranking histórico de estrenos estuvo liderado por *Toy Story 4* (3,1 millones de espectadores) y el ranking histórico nacional por *Stefan vs Kramer* (2 millones).

· **Colombia:** El número de pantallas cinematográficas se incrementó desde las 643 de 2011 hasta las 1.227 de 2019. La actividad cinematográfica registra 2.701 estrenos en la década 2011-2020, 1.662,4 millones de dólares de ingresos y 503,4 millones de espectadores. La cuota de espectadores por el origen de los estrenos del top-100 se distribuye de la siguiente forma: el cine USA un 85,8% y el cine colombiano un 5,8%. Las distribuidoras americanas representan una cuota conjunta del 83,1% del total de espectadores y las independientes el 16,9%. El ranking histórico de estrenos estuvo liderado por *Vengadores: Endgame* (5,9 millones de espectadores) y *Toy Story 4* (5,1 millones de espectadores). El ranking histórico nacional estuvo liderado por la película documental *Colombia magia salvaje* con 2 millones de espectadores, seguida de *Uno al año no hace daño* y *El paseo 4*, ambas con 1,6 millones.

· **Costa Rica:** El número de pantallas cinematográficas se incrementó desde las 110 de 2011 hasta las 151 de 2019. La actividad cinematográfica registra 1.908 estrenos en la década 2011-2020, 326,1 millones de dólares de ingresos y 62 millones de espectadores. La cuota de espectadores por el origen de los estrenos del top-100 se distribuye de la siguiente forma: el cine USA un 89% del mercado y el cine costarricense un 3,5%. Las distribuidoras americanas representan

una cuota conjunta del 87,4% del total de espectadores y las independientes el 12,6%. El ranking histórico de estrenos estuvo liderado por *Vengadores: Endgame* con más de 800.000 espectadores y el ranking histórico nacional por *Maikol Jordan* con 772.000 espectadores.

· **Ecuador:** El número de pantallas cinematográficas se incrementó desde las 196 de 2011 hasta las 356 de 2019. La actividad cinematográfica registra 2.152 estrenos en la década 2011-2020, 625,6 millones de dólares de ingresos y 140 millones de espectadores. La cuota de espectadores por el origen de los estrenos del top-100 se distribuye de la siguiente forma: el cine USA un 89,4% del mercado, el cine iberoamericano un 2% y el cine ecuatoriano un 0,6%. Las distribuidoras americanas representan una cuota conjunta del 88,4% del total de espectadores y las independientes el 11,6%. El ranking histórico de estrenos estuvo liderado por *Vengadores: Endgame* con 1,8 millones de espectadores y el ranking histórico nacional por *Dedicada a mi ex* con más de 300.000 espectadores.

· **El Salvador:** El número de pantallas cinematográficas se incrementó desde las 59 de 2011 hasta las 66 de 2019. La actividad cinematográfica registra 1.565 estrenos en la década 2011-2020, 120,7 millones de dólares de ingresos y 31,8 millones de espectadores. La cuota de espectadores por el origen de los estrenos del top-100 se distribuye de la siguiente forma: el cine USA un 92,1% del mercado y el cine iberoamericano un 2,3%. Las distribuidoras americanas representan una cuota conjunta del 88,7% del total de espectadores y las independientes el 11,3%. El ranking histórico de estrenos estuvo liderado por *Vengadores: Endgame* con más de 400.000 espectadores y el ranking histórico nacional por *La rebúsqueda* con 21.581 espectadores.

· **España:** El número de pantallas cinematográficas se redujo desde las 3.932 de 2011 hasta las 3593 de 2019. La actividad cinematográfica registra más de 6.000 estrenos en la década 2011-2020, 6.617 millones de dólares de ingresos y 891,4 millones de espectadores. La cuota de espectadores por el origen de los estrenos del top-100 se distribuye de la siguiente forma: el cine USA un 71,8% del mercado y el cine español un 18,2%. Las distribuidoras americanas representan una cuota conjunta del 82% del total de espectadores y las independientes el 18%. El ranking histórico de estrenos estuvo liderado por *Ocho apellidos vascos* 9,5 millones de espectadores y el ranking histórico de estrenos extranjeros por *El Rey León* con 6,3 millones.

· **Guatemala:** El número de pantallas cinematográficas se incrementó desde las 115 de 2014 hasta las 172 de 2019. La actividad cinematográfica registra 1.661 estrenos en la década 2011-2020, 233,6 millones de dólares de ingresos y 50,8 millones de espectadores. La cuota de espectadores por el origen de los estrenos del top-100 se distribuye de la siguiente forma: el cine USA un 92,5% del mercado y el cine iberoamericano un 2,5%. Las distribuidoras americanas representan una cuota conjunta del 90,9% del total de espectadores y las independientes el 9,1%. El ranking histórico de estrenos estuvo liderado por *Vengadores: Endgame* con más de 750.000 espectadores y el ranking histórico nacional por *Exorcismo documentado* con casi 100.000 espectadores.

· **Honduras:** El número de pantallas cinematográficas se incrementó desde las 65 de 2014 hasta las 111 de 2019. La actividad cinematográfica registra 1.461 estrenos en la década 2011-2020, 114,2 millones de dólares de ingresos y 30,6 millones de espectadores. La cuota de espectadores por el origen de los estrenos del top-100 se distribuye de la siguiente forma: el cine USA un 89,8% del mercado, el cine hondureño el 3,7% y el cine iberoamericano un 2,5%. Las distribuidoras americanas representan una cuota conjunta del 86,7% del total de espectadores y las independientes el 13,3%. El ranking histórico de estrenos estuvo liderado por *Vengadores: Endgame* con más de 450.000 espectadores y el ranking histórico nacional por *¿Quién paga la cuenta?* con más de 100.000 espectadores.

· **México:** El número de pantallas cinematográficas se incrementó desde las 5.166 de 2011 hasta las 7.619 de 2019. La actividad cinematográfica registra 3.854 estrenos en la década 2011-2020, 7.969 millones de dólares de ingresos y 2.637,1 millones de espectadores. La cuota de espectadores por el origen de los estrenos del top-100 se distribuye de la siguiente forma:

el cine USA un 84,1% del mercado y el cine mexicano un 7,6%. Las distribuidoras americanas representan una cuota conjunta del 80% del total de espectadores y las independientes el 20%. El ranking histórico de estrenos estuvo liderado por *Toy Story 4* (25,2 millones de espectadores) y el ranking histórico nacional por *No se aceptan devoluciones* (15,2 millones de espectadores).

· **Nicaragua:** El número de pantallas cinematográficas se incrementó desde las 40 de 2011 hasta las 55 de 2019. La actividad cinematográfica registra 1.373 estrenos en la década 2011-2020, 59,3 millones de dólares de ingresos y 14,7 millones de espectadores. La cuota de espectadores por el origen de los estrenos del top-100 se distribuye de la siguiente forma: el cine USA un 90,9% del mercado y el cine iberoamericano un 3%. Las distribuidoras americanas representan una cuota conjunta del 86,7% del total de espectadores y las independientes el 13,3%. El ranking histórico de estrenos estuvo liderado por *Vengadores: Endgame* con más de 180.000 espectadores y el ranking histórico nacional por *El canto de Bosawas* con 10.000 espectadores.

· **Panamá:** El número de pantallas cinematográficas se incrementó desde las 80 de 2013 hasta las 167 de 2019. La actividad cinematográfica registra 1.732 estrenos en la década 2011-2020, 257,4 millones de dólares de ingresos y 53,6 millones de espectadores. La cuota de espectadores por el origen de los estrenos del top-100 se distribuye de la siguiente forma: el cine USA un 90,5% del mercado, el cine iberoamericano un 2,5% y el cine panameño un 1,4%. Las distribuidoras americanas representan una cuota conjunta del 88,1% del total de espectadores y las independientes el 11,9%. El ranking histórico de estrenos estuvo liderado por *Vengadores: Endgame* con más de 600.000 espectadores y el ranking histórico nacional por *Congelado en Rusia* y *Manos de piedra*, ambas con más de 150.000 espectadores.

· **Paraguay:** El número de pantallas cinematográficas se incrementó desde las 30 de 2011 hasta las 76 de 2019. La actividad cinematográfica registra 1.377 estrenos en la década 2011-2020, 71,7 millones de dólares de ingresos y 13,7 millones de espectadores. La cuota de espectadores por el origen de los estrenos del top-100 se distribuye de la siguiente forma: el cine USA un 87,6% del mercado, el cine paraguayo un 4,8% y el cine iberoamericano un 2%. Las distribuidoras americanas representan una cuota conjunta del 89,6% del total de espectadores y las independientes el 10,4%. El ranking histórico de estrenos estuvo liderado por *Vengadores: Endgame* con 270.000 espectadores y el ranking histórico nacional por *7 cajas* con 260.000 espectadores.

· **Perú:** El número de pantallas cinematográficas se incrementó desde las 396 de 2011 hasta las 661 de 2019. La actividad cinematográfica registra 2.652 estrenos en la década 2011-2020, 1.373 millones de dólares de ingresos y 391,5 millones de espectadores. La cuota de espectadores por el origen de los estrenos del top-100 se distribuye de la siguiente forma: el cine USA un 77,2% del mercado, el cine peruano un 12,6% y el cine iberoamericano un 2,5%. Las distribuidoras americanas representan una cuota conjunta del 80,5% del total de espectadores y las independientes el 19,5%. El ranking histórico de estrenos estuvo liderado por *Vengadores: Endgame* con 3,8 millones de espectadores y el ranking histórico nacional por *Asu mare! 2* y *Asu mare!*, ambas con 3 millones de espectadores.

· **Portugal:** El número de pantallas cinematográficas se incrementó desde las 551 de 2011 hasta las 561 de 2019. La actividad cinematográfica registra 3.382 estrenos en la década 2011-2020, 881,2 millones de dólares de ingresos y 137,5 millones de espectadores. La cuota de espectadores por el origen de los estrenos del top-100 se distribuye de la siguiente forma: el cine USA un 82,9% del mercado, el cine portugués un 3,3% y el cine iberoamericano un 1,7%. El ranking histórico de estrenos estuvo liderado por *El rey León* 1,3 millones de espectadores y el ranking histórico nacional por *O patio das Cantigas* con más de 600.000 espectadores.

· **República Dominicana:** El número de pantallas cinematográficas se incrementó desde las 180 de 2014 hasta las 200 de 2019. La actividad cinematográfica registra 1.575 estrenos en el periodo 2013-2020, 149,3 millones de dólares de ingresos y 34,8 millones de espectadores. La cuota de espectadores por el origen de los estrenos del top-100 se distribuye de la siguiente

forma: el cine USA un 75,2% del mercado y el cine dominicano un 20,5%. El ranking histórico de estrenos estuvo liderado por *Lotoman* con 673.000 espectadores y el ranking de estrenos extranjeros por *Vengadores: Endgame* con 612.000 espectadores.

· **Uruguay:** El número de pantallas cinematográficas se incrementó desde las 102 de 2011 hasta las 105 de 2019. La actividad cinematográfica registra 2.002 estrenos en la década 2011-2020, 167,3 millones de dólares de ingresos y 28,2 millones de espectadores. La cuota de espectadores por el origen de los estrenos del top-100 se distribuye de la siguiente forma: el cine USA un 77,2% del mercado y el cine iberoamericano un 12,9%. Las distribuidoras americanas representan una cuota conjunta del 84,4% del total de espectadores y las independientes el 15,6%. El ranking histórico de estrenos estuvo liderado por *Toy Story 4* con más de 320.000 espectadores y el ranking histórico nacional por *La noche de 12 años* con casi 60.000 espectadores.

· **Venezuela:** El número de pantallas cinematográficas se incrementó desde las 370 de 2011 hasta las 399 de 2019. La actividad cinematográfica registra 1.311 estrenos en el periodo 2011-2018 y en la década 2011-2020 una asistencia de 212,8 millones de espectadores. La cuota de espectadores por el origen de los estrenos del top-100 en el periodo 2011-2018 se distribuye de la siguiente forma: el cine USA un 89,4% del mercado, el cine venezolano un 5% y el cine iberoamericano un 2,2%. Las distribuidoras americanas representan una cuota conjunta del 84,1% del total de espectadores y las independientes el 15,9%. El ranking histórico de estrenos estuvo liderado por *Maléfica* con 2 millones de espectadores y el ranking histórico nacional por *Libertador* con más de 700.000 espectadores.

## CAPÍTULO 5. PROGRAMA IBERMEDIA. CONVOCATORIA 2020

### *Programa IBERMEDIA. Datos totales convocatoria 2020*

· La cifra total de aportes realizados al Programa IBERMEDIA, desde su creación en 1998, por parte los 22 países miembros asciende a 113,5 millones de dólares. El cuadro siguiente muestra las aportaciones acumuladas por cada país:

*Cuadro 6.6*

*Importes acumulados por IBERMEDIA. Periodo 1998-2020*

País	Importe (\$)	%
Argentina	8.099.956	7,1
Bolivia	2.299.980	2,0
Brasil	12.585.980	11,1
Chile	3.667.634	3,2
Colombia	3.544.885	3,1
Costa Rica	1.700.000	1,5
Cuba	2.501.135	2,2
Ecuador	1.999.669	1,8
El Salvador	100.000	0,1
España	40.456.464	35,6
Guatemala	650.000	0,6
Italia	2.670.000	2,4
México	7.506.192	6,6
Nicaragua	300.000	0,3
Panamá	2.075.000	1,8
Paraguay	1.000.000	0,9
Perú	3.017.388	2,7
Portugal	6.050.000	5,3
Puerto Rico	2.250.000	2,0
R. Dominicana	1.775.000	1,6
Uruguay	3.200.000	2,8
Venezuela	6.118.344	5,4
<b>Total</b>	<b>113.567.627</b>	

· El Programa IBERMEDIA ha gestionado 30 convocatorias de apoyo financiero, en las que se han otorgado 996 ayudas a la Coproducción de largometrajes iberoamericanos, 1.085 ayudas al Desarrollo de proyectos audiovisuales, 283 ayudas a la Promoción y Distribución de películas, 298 a la Exhibición, 2.900 becas de formación a profesionales del sector y 416 ayudas financieras a la adquisición de derechos de películas para su difusión en televisiones públicas latinoamericanas.

· Los países que se han adherido al Programa IBERMEDIA desde su creación, son Argentina, Bolivia, Brasil, Colombia, Costa Rica, Cuba, Chile, Ecuador, El Salvador, España, Guatemala, Italia, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, Portugal, Puerto Rico, República Dominicana, Uruguay y Venezuela. A partir de 2022, se incorporará Honduras.

· El cuadro siguiente contiene la distribución monetaria del fondo por categorías:

*Cuadro 6.7*  
*Distribución del programa IBERMEDIA. Año 2020*

Categorías	Importe (\$)	%
Desarrollo largometrajes	510.849	11,1
Desarrollo series	340.497	7,4
Coproducción	3.251.135	70,4
Formación	470.389	10,2
Distribución	44.763	1,0
<b>Total Repartido</b>	<b>4.617.633</b>	<b>100,0</b>

· El cuadro siguiente contiene las aportaciones brutas de cada país y el importe final recibido:

*Cuadro 6.8*  
*Aportaciones e importes recibidos de cada país. IBERMEDIA 2020*

País	Aportado	Otorgado	Diferencia	%
Argentina	500.000	347.653	-152.347	-30,5
Bolivia	150.000	224.125	74.125	49,4
Brasil	100.000	130.420	30.420	30,4
Chile	300.000	292.953	-7.047	-2,3
Colombia	225.000	249.029	24.029	10,7
Costa Rica	150.000	199.971	49.971	33,3
Cuba	100.000	165.098	65.098	65,1
Ecuador	160.000	209.882	49.882	31,2
El Salvador	100.000	26.600	-73.400	-73,4
España	409.400	320.100	-89.300	-21,8
Guatemala	100.000	130.250	30.250	30,3
Italia	660.000	299.838	-360.162	-54,6
México	250.000	240.000	-10.000	-4,0
Nicaragua	100.000	14.858	-85.142	-85,1
Panamá	175.000	200.889	25.889	14,8
Paraguay	150.000	149.298	-702	-0,5
Perú	225.000	282.234	57.234	25,4
Portugal	300.000	270.945	-29.055	-9,7
Puerto Rico	150.000	226.200	76.200	50,8
R. Dominicana	175.000	198.878	23.878	13,6
Uruguay	175.000	263.412	88.412	50,5
Venezuela	0	0		
<b>Total</b>	<b>4.654.400</b>	<b>4.442.633</b>		



· El cuadro siguiente muestra la distribución de los proyectos e importes por géneros en cada categoría:

<i>Cuadro 6.9</i>			
<i>Distribución de los proyectos por géneros. IBERMEDIA 2020</i>			
<i>Desarrollo largometrajes</i>			
<b>Géneros</b>	<b>Animación</b>	<b>Documental</b>	<b>Ficción</b>
<b>Proyectos</b>	6	10	27
<b>Importe (\$)</b>	103.000	92.386	315.463
<i>Desarrollo series</i>			
<b>Géneros</b>	<b>Animación</b>	<b>Documental</b>	<b>Ficción</b>
<b>Proyectos</b>	6	2	12
<b>Importe (\$)</b>	108.242	22.000	210.255
<i>Coproducción</i>			
<b>Géneros</b>	<b>Animación</b>	<b>Documental</b>	<b>Ficción</b>
<b>Proyectos</b>	1	11	36
<b>Importe (\$)</b>	52.500	608.534	2.634.864

· El cuadro siguiente muestra la distribución de los proyectos y coproducciones por países:

<i>Cuadro conclusiones 6.10</i>				
<i>Distribución de los proyectos y coproducciones por países. IBERMEDIA 2020</i>				
<b>Países</b>	<b>Proyectos preseleccionados</b>	<b>Proyectos seleccionados</b>	<b>Total coproducciones</b>	<b>Coproducciones mayoritarias</b>
Argentina	50	12	15	6
Bolivia	8	6	2	2
Brasil	27	5	7	1
Chile	30	7	11	3
Colombia	27	9	6	3
Costa Rica	8	4	3	2
Cuba	3	3	2	2
Ecuador	7	4	3	3
El Salvador	2	2	0	0
España	46	10	8	3
Guatemala	9	4	1	1
Italia	11	8	6	3
México	18	8	7	2
Nicaragua	1	1	0	0
Panamá	10	8	3	3
Paraguay	4	4	2	2
Perú	20	5	6	4
Portugal	10	6	3	2
Puerto Rico	7	4	1	1
Dominicana	5	5	3	2
Uruguay	13	8	5	2
<b>Total</b>	<b>316</b>	<b>123</b>	<b>94</b>	<b>47</b>

· El cuadro siguiente muestra la distribución de las Coproducciones (129) por países de origen y países coproductores:

*Cuadro conclusiones 6.11*  
*Distribución de las coproducciones por países. IBERMEDIA 2020*

Países	AR	BO	BR	CL	CO	CR	CU	EC	ES	GU	IT	ME	PA	PG	PE	PO	PR	UG	VE
Argentina	X		1	2				1	4		2	1	1						3
Bolivia		X							1						1				
Brasil	1		X										1	1	1	3			
Chile	2			X	2	1		1	1		2	1			1				
Colombia				2	X		1					1			2				
Costa Rica				1		X						1							1
Cuba					1		X		1										
Ecuador	1			1				X							1				
España	4	1		1			1		X									1	
Guatemala										X		1							
Italia	2			2							X	1							1
México	1			1	1	1				1	1	X	1						
Panamá	1		1									1	X						
Paraguay			1											X					1
Perú		1	1	1	2			1							X				
Portugal			3														X		
Puerto Rico									1										X
Dominicana									1			1							1
Uruguay	3					1								1					X
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>2</b>	<b>7</b>	<b>11</b>	<b>6</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>9</b>	<b>1</b>	<b>5</b>	<b>8</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>6</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>5</b>	<b>1</b>

### *Programa IBERMEDIA. Datos por países convocatoria 2020*

· **Argentina:** El importe aportado suma 500.000 dólares y el importe otorgado suma 347.653 dólares. Los proyectos argentinos seleccionados son 12. El total de proyectos coproducidos con Argentina asciende a 15 (6 mayoritarios). Los países coproductores son: Brasil (1), Chile (2), Ecuador (1), España (4), México (1), Italia (2), Paraguay (1) y Uruguay (3).

· **Bolivia:** El importe aportado suma 150.000 dólares y el importe recibido suma 224.125 dólares. Los proyectos bolivianos seleccionados son 6. El total de proyectos coproducidos con Bolivia asciende a 2 (todos mayoritarios). Los países coproductores son: España (1) y Perú (1).

· **Brasil:** El importe aportado suma 100.000 dólares y el importe otorgado suma 130.420 dólares. Los proyectos brasileños seleccionados son 5. El total de proyectos coproducidos con Brasil asciende a 7 (uno mayoritario). Los países coproductores son: Argentina (1), Panamá (1), Paraguay (1), Perú (1) y Portugal (3).

· **Chile:** El importe aportado suma 300.000 dólares y el importe otorgado supone 292.953 dólares. Los proyectos chilenos seleccionados son 7. El total de proyectos del programa coproducidos con Chile asciende a 11 (3 mayoritarios). Los países coproductores son: Argentina (2), Colombia (2), Costa Rica (1), Ecuador (1), España (1), Italia (2), México (1) y Perú (1).

- **Colombia:** El importe aportado suma 225.000 dólares y el importe otorgado supone 249.029 dólares. Los proyectos colombianos seleccionados son 9. El total de proyectos del programa coproducidos con Colombia asciende a 6 (3 mayoritarios). Los países coproductores son: Chile (2), Cuba (1), México (1) y Perú (2).
- **Costa Rica:** El importe aportado suma 150.000 dólares y el importe otorgado suma 199.971 dólares. Los proyectos costarricenses seleccionados son 4. El total de proyectos del programa coproducidos con Costa Rica ascienden a 3 (2 mayoritarios). Los países coproductores son: Chile (1), México (1) y Uruguay (1).
- **Cuba:** El importe aportado suma 100.000 dólares y el importe otorgado suma 165.098 dólares. Los proyectos cubanos seleccionados son 3. El total de proyectos del programa coproducidos con Cuba asciende a 2 (todos mayoritarios). Los países coproductores son: Colombia (1) y España (1).
- **Ecuador:** El importe aportado suma 160.000 dólares y el importe recibido supone 209.882 dólares. Los proyectos ecuatorianos seleccionados son 4. El total de proyectos del programa coproducidos con Costa Rica asciende a 3 (todos mayoritarios). Los países coproductores son: Argentina (1), Chile (1) y Perú (1).
- **El Salvador:** El importe aportado suma 100.000 dólares y el importe otorgado suma 26.600 dólares. Los proyectos salvadoreños seleccionados son 2 y no hay ninguno en coproducción.
- **España:** El importe aportado suma 409.400 dólares y el importe concedido suma 320.100 dólares. Los proyectos españoles seleccionados son 10. El total de proyectos coproducidos con España asciende a 8 (3 mayoritarios). Los países coproductores son: Argentina (4), Bolivia (1), Chile (1), Cuba (1) y Puerto Rico (1).
- **Guatemala:** El importe aportado suma 100.000 dólares y el importe recibido suma 130.250 dólares. Los proyectos guatemaltecos seleccionados son 4. Solo un proyecto del programa se realizó en coproducción con México, siendo el país centroamericano el mayoritario.
- **Italia:** El importe aportado suma 660.000 dólares y el importe recibido suma 299.838 dólares. Los proyectos italianos seleccionados son 8. El total de proyectos del programa coproducidos con Italia asciende a 6 (4 mayoritarios). Los países coproductores son: Argentina (2), Chile (2), México (1) y Venezuela (1).
- **México:** El importe aportado suma 250.000 dólares y el importe recibido suma 240.000 dólares. Los proyectos mexicanos seleccionados son 8. El total de proyectos coproducidos con México asciende a 7 (2 mayoritarios). Los países coproductores son: Argentina (1), Chile (1), Colombia (1), Costa Rica (1), Guatemala (1), Italia (1) y Panamá (1).
- **Nicaragua:** El importe aportado suma 100.000 dólares y el importe recibido suma 14.858 dólares. Solo se seleccionó un proyecto nicaragüense y no estuvo en coproducción con ningún país.
- **Panamá:** El importe aportado suma 175.000 dólares y el importe recibido supone 200.889 dólares. Los proyectos panameños seleccionados son 8. El total de proyectos del programa coproducidos con Panamá asciende a 3 (todos mayoritarios). Los países coproductores son: Argentina (1), Brasil (1) y México (1).
- **Paraguay:** El importe aportado suma 150.000 dólares y el importe recibido supone 149.298 dólares. Los proyectos paraguayos seleccionados son 4. El total de proyectos del programa coproducidos con Paraguay asciende a 2 (todos mayoritarios). Los países coproductores son: Brasil (1) y Uruguay (1).

- **Perú:** El importe aportado suma 225.000 dólares y el importe recibido supone 282.234 dólares. Los proyectos peruanos seleccionados son 5. El total de proyectos coproducidos con Perú asciende a 6 (4 mayoritarios). Los países coproductores son: Bolivia (1), Brasil (1), Chile (1), Colombia (2) y Ecuador (1).
- **Portugal:** El importe aportado suma 300.000 dólares y el importe recibido supone 270.945 dólares. Los proyectos portugueses seleccionados son 6. El total de proyectos coproducidos con Portugal asciende a 3 (2 mayoritarios). El país coproductor es Brasil en todos los proyectos.
- **Puerto Rico:** El importe aportado suma 150.000 dólares y el importe recibido supone 226.200 dólares. Los proyectos puertorriqueños seleccionados son 4. Solo uno de los proyectos del programa fue en coproducción, con España.
- **R. Dominicana:** El importe aportado suma 175.000 dólares y el importe recibido supone 198.878 dólares. Los proyectos dominicanos seleccionados son 5. El total de proyectos del programa coproducidos con la República Dominicana asciende a 3 (2 mayoritarios). Los países coproductores son: España (1), México (1) y Puerto Rico (1).
- **Uruguay:** El importe aportado suma 175.000 dólares y el importe recibido supone 263.412 dólares. Los proyectos uruguayos seleccionados son 8. El total de proyectos del programa coproducidos con Uruguay asciende a 5 (2 mayoritarios). Los países coproductores son: Argentina (3), Costa Rica (1) y Paraguay (1).
- **Venezuela:** El importe aportado suma 150.000 dólares. Las cantidades aportadas por Venezuela se contabilizan aparte del fondo IBERMEDIA desde 2016. Solo seleccionó un proyecto realizado en coproducción con Italia.

A dark brown silhouette map of Latin America is positioned on the left side of the page, extending from the top to the bottom. The rest of the page has a solid, lighter brown background. The title is centered in the upper half of the page.

EL DERECHO DE COMUNICACIÓN PÚBLICA  
DE LOS PRODUCTORES AUDIOVISUALES FRENTE  
A LOS HOSPEDAJES "AIR BnB"



# EL DERECHO DE COMUNICACIÓN PÚBLICA DE LOS PRODUCTORES AUDIOVISUALES FRENTE A LOS HOSPEDAJES “AIR BnB”

Por Eduardo de la Parra Trujillo

## 1.- Introducción.

En los últimos años han entrado al mercado del alojamiento diversos jugadores disruptivos, que han planteado varias ventajas a los huéspedes, a la par que han generado importantes cuestionamientos a la industria hotelera. El más famoso y destacado es el conocido como *Air BnB*.

La clave de este sistema es una plataforma digital donde un huésped puede elegir sitios para alojarse (casas, departamentos, estudios, etc.) en lugar de un hotel u hostel tradicional. La plataforma contiene una serie de anuncios de las personas que ofrecen esos hospedajes (llamados “Anfitriones”), y sirve para gestionar las reservaciones y cobrar la contraprestación.

Sin embargo, *Air BnB* es sólo el operador de la plataforma, pero no presta los servicios de hospedaje, sino que esto lo realiza el Anfitrión (a quien la plataforma la paga el porcentaje acordado de la tarifa cubierta por el huésped).

En realidad, el contrato de hospedaje crea una relación jurídica entre el Anfitrión y el huésped (pues *Air BnB* es algo parecido a una agencia de reservaciones o viajes que ayuda a reunir a un oferente con un demandante). Lo anterior queda expuesto en los Términos de Servicio de *Air BnB* (se toma la página de México como ejemplo):

#1.2 En calidad de proveedor de la Plataforma de Airbnb, Airbnb no posee, crea, vende, revende, suministra, controla, gestiona, ofrece, entrega ni presta ningún Anuncio ni Servicio de Anfitrión, ni es un organizador o minorista de viajes en paquete de conformidad con la Directiva (UE) 2015/2302. Los Anfitriones son los exclusivos responsables de sus Anuncios y Servicios de Anfitrión. Cuando los Miembros realizan o aceptan una reserva, suscriben un contrato directamente entre ellos. Airbnb no es ni pasará a ser una parte ni un participante en ninguna relación contractual entre Miembros, ni tampoco constituye un agente inmobiliario ni de seguros. Airbnb no actúa como agente en capacidad alguna para ningún Miembro, excepto conforme a lo dispuesto en los Términos de Pago”.

Esta situación es muy relevante para determinar al responsable jurídico de los posibles actos de comunicación pública en los inmuebles de los anfitriones, como veremos a continuación.

## 2.- La existencia de actos de comunicación pública.

La gran duda que *Air BnB* ha supuesto para los derechos de los productores audiovisuales es: ¿existe comunicación pública de obras en estos hospedajes?

La respuesta es afirmativa, pues la situación de los establecimientos gestionados a través de *Air BnB* es muy similar a la de las habitaciones de hotel para efectos de derechos de autor (de hecho, se trata de competidores directos de los hoteles).

En efecto, el huésped es un cliente que paga por un servicio de hospedaje, que incluye, entre otras cosas, la posibilidad de gozar con entretenimiento audiovisual como parte de la tarifa. Pero sobre todo, se cumple con el requisito de “intermediación”, pues el huésped no recibe las obras audiovisuales directamente de la empresa televisora que las emitió, sino con la intermediación del Anfitrión, quien dota a su inmueble de la infraestructura necesaria (televisión y conexión a ella) en términos de apartado iii) del artículo 11 Bis.1 del Convenio de Berna, constituyendo un verdadero acto de “utilización secundaria” o “nuevo acto comunicación pública” (como lo han calificado algunos tribunales a lo largo del mundo).

El hecho de que los lugares de hospedaje sean domicilios privados (e incluso inmuebles propiedad de los Anfitriones destinados a la casa habitación) es irrelevante para negar que existen actos de comunicación pública, pues la privacidad e inviolabilidad del domicilio no se contraponen al derecho de comunicación pública.

Tampoco afecta el hecho de que el huésped no use realmente la televisión, pues no se requiere el acceso efectivo a las obras, basta la mera puesta a disposición, para que haya comunicación pública. Por consiguiente, es suficiente que dentro de la oferta de hospedaje del Anfitrión haya televisión con acceso a contenidos, para que se configure la comunicación pública.

Sin embargo, la principal objeción que se podría hacer valer, es que en muchas leyes el “público” se entiende como “pluralidad de personas”, por lo que algunos pudieran considerar en que en muchos hospedajes de *Air BnB* el Anfitrión sólo le da el servicio a un único cliente que ocupa el lugar, por lo que ahí no habría pluralidad de personas.

En nuestra opinión, ese obstáculo es salvable, si consideramos al “público acumulativo” y no sólo al individuo aislado que se está hospedando en un momento determinado. Es decir, dado que el Anfitrión tiene diversos huéspedes a lo largo de varios meses, eso hace que una “pluralidad de personas” haya ocupado sucesivamente el lugar de hospedaje.

Por lo que se concluye que los Anfitriones de *Air BnB* realizan verdaderos actos de comunicación pública, sujetos a una licencia por parte de los titulares correspondientes.

## 3.- Conclusión.

El sistema de *Air BnB* y modelos de negocio similares está sujeto a la legislación de derechos de autor, por lo que deben suscribirse licencias de comunicación pública, lo que a su vez representa un reto y una gran oportunidad para las sociedades de gestión colectiva.





**Eduardo de la Parra Trujillo.** Secretario General EGEDA México.

Abogado especializado en Entretenimiento y Derechos de Autor, con más de 20 años de experiencia, y más de 40 largometrajes como asesor jurídico. Además de llevar innumerables litigios en la materia, y ser el abogado de Derechos de Autor con más asuntos ante la Suprema Corte de Justicia de la Nación. Es árbitro permanente del Tribunal de Arbitraje Audiovisual de IBERMEDIA.

Socio fundador del despacho "De la Parra & Asociados", especializado en derechos de autor, entretenimiento y medios de comunicación.

Prestó sus servicios en la División de Oposición de Marcas de la Oficina de Armonización para el Mercado Interior de la Unión Europea. Asimismo, fue investigador del Intellectual Property Rights-Helpdesk de la Unión Europea; y es perito autorizado en Derecho Autoral Mexicano ante los tribunales de Madrid, España.

Doctor en Derecho, con Mención Honorífica, por el Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM, con Maestría en Propiedad Intelectual y Derecho de la Sociedad de la Información por la Universidad de Alicante, España; realizó estudios de posgrado en Derechos de Autor y Derechos Conexos en la Universidad de Buenos Aires, Argentina; especialista en Derecho de la Propiedad Intelectual, por la Universidad Panamericana; Licenciado en Derecho, con mención Honorífica, por la Facultad de Derecho de la UNAM.

Profesor de Propiedad Intelectual, desde hace más de 16 años, en el Posgrado y la Licenciatura de la Facultad de Derecho de la UNAM; así como en la Universidad Panamericana, el Instituto de Propiedad Intelectual y Derecho de la Competencia (IPIDEC) y el Centro de Capacitación Cinematográfica (CCC)

Ha sido galardonado por la Academia Mexicana de Ciencias, el Instituto Nacional del Derecho de Autor, la Asociación de Derechos Intelectuales de Argentina, el Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM, la Secretaría de Gobernación, la Asociación para la Enseñanza e Investigación del Derecho de Autor en España (ASEDA), etc.

LÍNEA LIQUIDEZ

*Covid-19*

CULTURA



**PRÉSTAMOS**

hasta **2 millones de euros**

SOLICÍTALO EN

[www.creasgr.com](http://www.creasgr.com)

**AUDIOVISUAL** ARTES ESCÉNICAS-INDUSTRIA MUSICAL  
BELLAS ARTES-INDUSTRIA DEL LIBRO-OTRAS INDUSTRIAS CULTURALES





## NOTA METODOLÓGICA



## NOTA METODOLÓGICA

El *Panorama Audiovisual Iberoamericano 2021* editado por EGEDA sobre la producción audiovisual iberoamericana se constituye como un valor añadido de las 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 *Panorama Audiovisual Iberoamericano* presta especial atención a los retos del audiovisual iberoamericano y su potencial futuro, la consolidación de las iniciativas para la financiación de las obras audiovisuales, la mejora de la distribución regional e internacional de sus obras, la protección de los derechos de propiedad intelectual, la actividad profesional del sector como el programa **IBERMEDIA**, la plataforma **PLATINO EDUCA**, el encuentro audiovisual **IBERSERIESPLATINO INDUSTRIA** y el evento de reconocimiento global 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. Estos países son: 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. El estudio también incluye, puntualmente, a los Estados Unidos de América porque tiene un 15% de su población hispana y por su influencia mundial en la industria audiovisual.

El análisis del *Panorama Audiovisual Iberoamericano* está vertebrado en tres territorios: Iberoamérica (centro y sur de América), Europa (España y Portugal) y Norteamérica (Estados Unidos). El alcance del estudio depende de la información disponible por EGEDA a través de los siguientes medios: datos de proveedores independientes, informes estadísticos e históricos publicados por los organismos oficiales, estudios o artículos de profesionales del sector audiovisual e informaciones de los medios de comunicación especializados en sus portales *web* específicos.

El *Panorama Audiovisual Iberoamericano 2021* está estructurado en seis capítulos:

- 1) Producción cinematográfica en Iberoamérica.
- 2) Ficción televisiva en Iberoamérica.
- 3) El Cine Iberoamericano más allá de sus fronteras.
- 4) Una década de cine en Iberoamérica: 2011-2020.
- 5) Programa IBERMEDIA. Convocatoria 2020.
- 6) Resumen y conclusiones.
- 7) Artículos desarrollados por profesionales del sector.

El capítulo 1 sobre el mercado cinematográfico en Iberoamérica se configura con los datos de **COMSCORE** correspondientes al top-100 de Argentina, Brasil, Bolivia, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, España, Guatemala, Honduras, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, Portugal, y Uruguay y se completa con los datos de organismos oficiales aportados por la República Dominicana, sumando un total de 19 países.

El capítulo 2 sobre la difusión de la Ficción iberoamericana en televisión tiene su fuente en la publicación anual del **Observatorio Iberoamericano de Ficción Televisiva (OBITEL)** y abarca un total de 10 países: Argentina, Brasil, Colombia, España, México, Perú, Portugal, Uruguay y Estados Unidos (habla hispana).

El capítulo 3 sobre el Cine Iberoamericano más allá de sus fronteras ofrece una breve visión del panorama cinematográfico mundial y la exhibición del cine iberoamericano en Europa, Iberoamérica y Estados Unidos con datos aportados por **COMSCORE** y la publicación anual publicada por el Observatorio Europeo del Audiovisual **FOCUS**.

El capítulo 4 sobre la exhibición cinematográfica en Iberoamérica durante la década 2011-2020 se realiza conforme a los datos proporcionados por **COMSCORE** en los Panoramas de ediciones anteriores.

El capítulo 5 sobre el Programa **IBERMEDIA** incluye un histórico previo desde el inicio del funcionamiento de dicho programa y un profundo análisis de los datos de la convocatoria de 2020.

El capítulo 6 contiene un resumen de los principales datos y conclusiones de los cinco capítulos anteriormente comentados, desarrollados en el *Panorama Audiovisual 2021*.

El contenido del *Panorama Audiovisual* se completa con **artículos** realizados por profesionales de reconocido prestigio dentro del sector y se intercalan entre los diferentes capítulos. La temática es variada y se trata de dar una visión actual del sector audiovisual en nuestra región.

La metodología del *Panorama Audiovisual Iberoamericano 2021* depende en gran parte de la disponibilidad de los datos sectoriales al alcance de los autores que participan en su edición.

La organización general de la información es la siguiente en cada capítulo:

**Capítulo 1:** La secuencia de la configuración de datos y el análisis de los mismos el siguiente:

- Panorama cinematográfico.
- Espectadores e ingresos cinematográficos del top-100.
- Cuota de espectadores por países de origen del top-100.
- Cuota de espectadores por distribuidoras del top-100
- Ranking de estrenos

El tratamiento de los datos **COMSCORE** 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 pequeña 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 *trillón* 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 seguido para analizar la difusión de la Ficción en los canales de televisión en abierto, tanto en la introducción global 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 subgéneros de ficción.
- Ranking de audiencia de la Ficción.

Los datos del anuario de **OBITEL** a lo largo de los últimos años 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 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 genérico de la presentación de la información en cada una de las cuatro partes es el siguiente:

- Datos generales de la muestra utilizada: espectadores, ingresos y porcentaje de coproducción.
- Distribución de los estrenos por país de exhibición y origen.
- Rankings de los estrenos con más éxito.

**Capítulo 4:** El orden genérico de la presentación de la información para países los analizados es la siguiente:

- Datos socio-económicos y de equipamiento cinematográfico.
- Datos de espectadores e ingresos en taquilla.
- Datos del número de estrenos y cuotas por su origen.
- Datos de la cuota de mercado por distribuidoras.
- Rankings acumulados de los estrenos con más éxito.

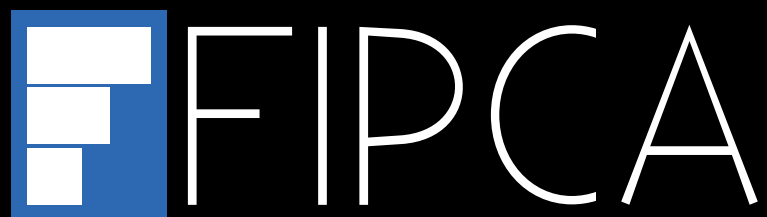
**Capítulo 5:** El orden de presentación de la información **IBERMEDIA** es la siguiente:

- Histórico de los datos acumulados por años y países desde la creación del Programa.
- Datos desglosados de la convocatoria 2020 por modalidad (Desarrollo, Coproducción, Distribución y Formación), géneros (Animación, documental y Ficción) y proyectos (seleccionados y confirmados).
- Datos desglosados por países participantes en el Programa.

**Artículos:** El contenido, la realización y las fuentes citadas en los artículos que completan el *Panorama Audiovisual Iberoamericano 2021* es responsabilidad exclusiva de sus autores, los cuales, están citados en la cabecera de su artículo y al final del mismo se expone una breve reseña profesional de cada articulista.

El *Panorama Audiovisual Iberoamericano* pretende ser un análisis cinematográfico y televisivo dirigido a toda la comunidad audiovisual y el gran volumen de datos empleados por sus autores ofrecen la posibilidad de la realización de estudios alternativos por parte de otros especialistas del sector audiovisual.

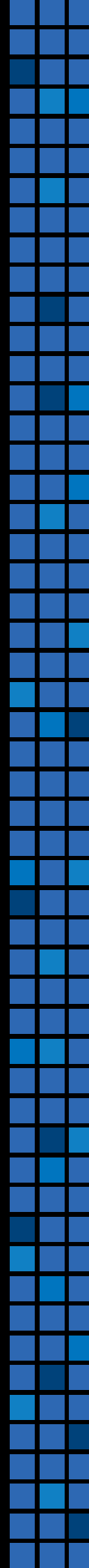




Federación Iberoamericana de Productores  
Cinematográficos y Audiovisuales

Somos Cine, Televisión,  
Cultura, Industria Iberoamericana

[www.fipca.com](http://www.fipca.com)





The background of the page is a solid, medium-brown color. On the left side, there are dark brown silhouettes of the continents of North and South America. The title 'FUENTES Y BIBLIOGRAFÍA' is centered in the upper half of the page in a white, sans-serif font.

## FUENTES Y BIBLIOGRAFÍA



## FUENTES Y BIBLIOGRAFÍA

### CAPÍTULO 1

#### *Introducción*

Base de datos Erato. EGEDA  
Base de datos COMSCORE 2020  
Fondo Monetario Internacional (FMI) y Banco Central europeo  
Portal [www.knoema.es](http://www.knoema.es)

#### *Argentina*

Base de datos Erato. EGEDA  
Base de datos COMSCORE 2020  
Fondo Monetario Internacional (FMI)  
Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales. INCAA. Argentina  
Portal [www.knoema.es](http://www.knoema.es)

#### *Bolivia*

Base de datos Erato. EGEDA  
Base de datos COMSCORE 2020  
Fondo Monetario Internacional (FMI)  
Instituto Nacional de Estadística (INE)  
Consejo Nacional de Cine. CONACINE. Bolivia  
Portal [www.knoema.es](http://www.knoema.es)

### *Brasil*

Base de datos Erato. EGEDA  
Base de datos COMSCORE 2020  
Fondo Monetario Internacional (FMI)  
Informe do acompanhamento do mercado 2020. ANCINE. Brasil  
Instituto Brasileño de Geografía y Estadística (IBGE)  
Portal [www.knoema.es](http://www.knoema.es)

### *Chile*

Base de datos Erato. EGEDA  
Base de datos de COMSCORE 2020  
Instituto Nacional de Estadística (INE)  
Fondo Monetario Internacional (FMI)  
Consejo Nacional de Cultura y Artes (CNCA)  
Informe Cámara de exhibidores Multicine (CAEM)  
[www.observatorioaudiovisual.cl](http://www.observatorioaudiovisual.cl)  
Portal [www.knoema.es](http://www.knoema.es)

### *Colombia*

Base de datos Erato. EGEDA  
Base de datos de COMSCORE 2020  
Fondo Monetario Internacional (FMI)  
Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE)  
Cine en Cifras 2020. Proimágenes Colombia  
Portal [www.knoema.es](http://www.knoema.es)

### *Costa Rica*

Base de datos Erato. EGEDA  
Base de datos de COMSCORE 2020  
Fondo Monetario Internacional (FMI)  
Instituto Nacional de Estadística (INEC)  
Portal web [www.horariodecine.com](http://www.horariodecine.com)  
Portal [www.knoema.es](http://www.knoema.es)

### *Ecuador*

Base de datos Erato. EGEDA  
Base de datos de COMSCORE 2020  
Fondo Monetario Internacional (FMI)  
Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (INEC)  
Instituto de Cine y de Creación Audiovisual  
Portal web [www.fandango.com](http://www.fandango.com)  
Portal [www.knoema.es](http://www.knoema.es)

### *El Salvador*

Base de datos Erato. EGEDA  
Base de datos de COMSCORE 2020  
Fondo Monetario Internacional (FMI)  
Dirección General de Estadísticas y Censos (DIGESTYC)  
Portal web [www.fandango.com](http://www.fandango.com)  
Portal [www.knoema.es](http://www.knoema.es)

### *España*

Base de datos Erato. EGEDA  
Base de datos COMSCORE 2020  
Instituto Nacional de Estadística (INE)  
Fondo Monetario Internacional (FMI)  
Instituto de Cinematografía y de las Artes Audiovisuales. ICAA. España  
Censo de salas de cine. Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC)  
Portal [www.knoema.es](http://www.knoema.es)

### *Guatemala*

Base de datos Erato. EGEDA  
Base de datos de COMSCORE 2020  
Fondo Monetario Internacional (FMI)  
Instituto Nacional de Estadística (INE)  
Portal web [www.fandango.com](http://www.fandango.com)  
Portal [www.knoema.es](http://www.knoema.es)

### *Honduras*

Base de datos Erato. EGEDA  
Base de datos de COMSCORE 2020  
Fondo Monetario Internacional (FMI)  
Instituto Nacional de Estadística (INE)  
Portal web [www.fandango.com](http://www.fandango.com)  
Portal [www.knoema.es](http://www.knoema.es)

### *México*

Base de datos Erato. EGEDA  
Base de datos de COMSCORE 2020  
Fondo Monetario Internacional (FMI)  
Consejo Nacional de Población (CONAPO)  
Informe de la Cámara Nacional de la Industria Cinematográfica (CANACINE)  
Secretaría de Cultura. Instituto Mexicano de Cinematografía  
Portal [www.knoema.es](http://www.knoema.es)

### *Nicaragua*

Base de datos Erato. EGEDA  
Base de datos de COMSCORE 2020  
Fondo Monetario Internacional (FMI)  
Instituto Nacional de Información y Desarrollo (INIDE)  
Portal web [www.fandango.com](http://www.fandango.com)  
Portal [www.knoema.es](http://www.knoema.es)

### *Panamá*

Base de datos Erato. EGEDA  
Base de datos de COMSCORE 2020  
Fondo Monetario Internacional (FMI)  
Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC)  
Portal web [www.fandango.com](http://www.fandango.com)  
Portal [www.knoema.es](http://www.knoema.es)

### *Paraguay*

Base de datos Erato. EGEDA  
Base de datos de COMSCORE 2020  
Fondo Monetario Internacional (FMI)  
Dirección General de Estadísticas, Encuestas y Censos (DGEEC)  
Portal web [www.fandango.com](http://www.fandango.com)  
Portal [www.knoema.es](http://www.knoema.es)

### *Perú*

Base de datos Erato. EGEDA  
Base de datos de COMSCORE 2020  
Fondo Monetario Internacional (FMI)  
Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI)  
Portal [www.knoema.es](http://www.knoema.es)

### *Portugal*

Base de datos Erato. EGEDA  
Base de datos de COMSCORE 2020  
Fondo Monetario Internacional (FMI)  
Instituto Nacional de Estadística (INE)  
Cinema de Portugal 2020. ICA. Ministerio de Cultura  
Portal [www.knoema.es](http://www.knoema.es)

### *R. Dominicana*

Base de datos Erato. EGEDA  
Datos Cine 2019 y 2020. DGCINE  
Fondo Monetario Internacional (FMI)  
Oficina Nacional de Estadística (ONE)  
Portal [www.knoema.es](http://www.knoema.es)

### *Uruguay*

Base de datos Erato. EGEDA  
Base de datos de COMSCORE 2020  
Fondo Monetario Internacional (FMI)  
Instituto Nacional de Estadística (INE)  
Instituto Nacional del Cine y el Audiovisual Uruguayo (ICAU)  
Portal [www.knoema.es](http://www.knoema.es)

### *Venezuela*

Datos de espectadores de la Asociación de la Industria de Cine (ASOINCI)  
Instituto Nacional de Estadística (INE)



## CAPÍTULO 2

Base de datos Erato. EGEDA  
Anuarios del Observatorio Iberoamericano de Ficción Televisiva 2010-2020. OBITEL  
Informe 2020 de la *Motion Pictures Association* (MPAA)

## CAPÍTULO 3

Base de datos Erato. EGEDA  
Base de datos COMSCORE 2020  
Fondo Monetario Internacional (FMI)  
Informe 2020 de la *Motion Pictures Association* (MPAA)  
FOCUS 2020. Observatorio Europeo del Audiovisual  
Estimaciones de taquilla en Europa 2020. Union Internacional des Cinémas (UNIC)  
Portal [www.knoema.es](http://www.knoema.es)

## CAPÍTULO 4

Base de datos Erato. EGEDA  
Panorama Audiovisual ediciones 2013-2020.  
Base de datos COMSCORE 2011-2020  
Fondo Monetario Internacional (FMI)  
Portal [www.knoema.es](http://www.knoema.es)

## CAPÍTULO 5

Programa IBERMEDIA. Convocatoria 2020

# EUROPA CREATIVA MEDIA

Apoyando las historias europeas desde hace 30 años.

3 CAMINOS

30

AÑOS  
DE  
MEDIA



## Oficina MEDIA España

Ofrecemos información, orientación y asistencia técnica sobre Europa Creativa MEDIA.

Gracias a vuestro esfuerzo, implicación y creatividad, así como a la inestimable e importante colaboración de las diferentes instituciones españolas de la industria audiovisual, celebramos que en el último septenio (2014-2020) este programa haya otorgado más de 40 millones de euros en ayudas a nuestro país.

Deseamos poder seguir ayudando a la industria audiovisual a sacar el máximo provecho posible del programa, que en 2021 celebra su treinta aniversario. Esperamos que, como siempre, nos acompañéis en el siguiente ciclo de 2021-2027.

Encuétranos en:

[www.ofcinamediaespana.eu](http://www.ofcinamediaespana.eu)



LAS NIÑAS

Europa Creativa MEDIA apoya el desarrollo, la distribución y la promoción de contenido europeo.

MEDITERRÁNEO



Creative  
Europe  
MEDIA

Fundación Cultural Oficina MEDIA España

Gracias a nuestros patrones:



GOBIERNO  
DE ESPAÑA

MINISTERIO  
DE CULTURA  
Y DEPORTE

