



# Panorama Audiovisual Iberoamericano

2025

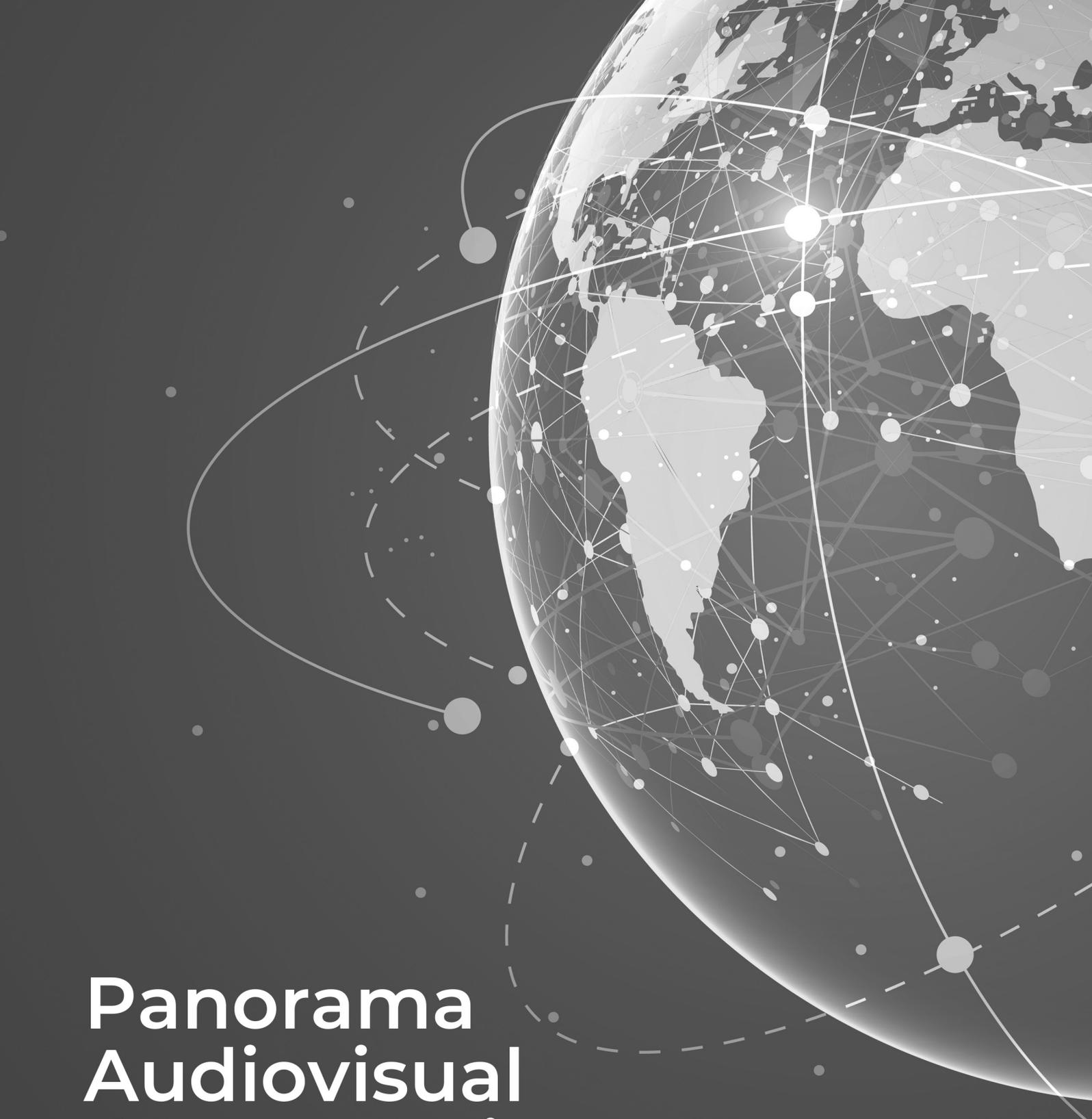




**PANORAMA  
AUDIOVISUAL  
IBEROAMERICANO**

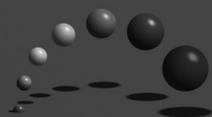
2025





# Panorama Audiovisual Iberoamericano

2025



egeda

 **FIPCA**

La elaboración, edición y comentarios de los datos del *Panorama Audiovisual Iberoamericano 2025* han sido realizados por el Departamento de Reparto y Documentación de EGEDA:

**Oscar Berrendo Pérez**  
**Juan Antonio Serrano Fernández**  
**Carmen Ozema Ortoño Merejo**

Nuestro agradecimiento a todos aquellos que han aportado sus experiencias y opiniones a través de sus textos y/o artículos (por orden alfabético):

**Arturo Yopez Z.** (CEO 2bLatam)  
**Daniel Hidalgo Valdéz** (CEO de LIPA y La Consultor-IA)  
**Eduardo de la Parra** (Secretario General de EGEDA México)  
**GECA** (Gabinete de Estudios de Comunicación Audiovisual)  
**Liliana Rincón Ladino** (Productora Ejecutiva 3Dados Media)  
**Norma Cuadros González** (Directora de Planet On)  
**Raymundo Díaz** (Productor y Consultor)

Igualmente agradecer a aquellas empresas o personas 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 ([www.fipca.com](http://www.fipca.com))  
Ibermedia ([www.programaibermedia.com](http://www.programaibermedia.com))  
Kantar Media ([www.kantarmedia.com/es](http://www.kantarmedia.com/es))

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

@ EGEDA 2025. 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.

INTRODUCCIÓN	9
Del <i>Prime Time</i> al <i>Scroll Time</i> : el ascenso del ecosistema digital	
ARTÍCULO 1	21
Explorando el mapa global de oportunidades audiovisuales: Claves y tendencias por territorios	
ARTÍCULO 2	39
Sueños que se convierten en redes: La metamorfosis de la animación iberoamericana ante los desafíos que impone la inteligencia artificial	
CAPÍTULO I	49
Producción Cinematográfica en Iberoamérica	
ARTÍCULO 3	163
Reinventar para conectar: El <i>remake</i> como espejo cultural	
CAPÍTULO II	173
La producción de ficción en Iberoamérica	
ARTÍCULO 4	263
Inteligencia Artificial y sector audiovisual	
CAPÍTULO III	269
El cine iberoamericano más allá de sus fronteras	
ARTÍCULO 5	319
Todos somos programadores: ¡ <i>Prompt</i> . Cámara. Acción!	
CAPÍTULO IV	327
La producción audiovisual iberoamericana en Asia y... viceversa	
ARTÍCULO 6	363
Producción Audiovisual y Sostenibilidad en América Latina: Retos Estructurales y Caminos Emergentes	
CAPÍTULO V	371
Programa Ibermedia. Convocatoria 2024	
CAPÍTULO VI	403
Resumen y conclusiones	
NOTA METODOLÓGICA	421
FUENTES Y BIBLIOGRAFÍA	429

25 abril

XIII

EDICIÓN

PREMIOS DE CINE Y SERIES  
IBEROAMERICANOS

platin@

xcaret

Riviera Maya, México



# INTRODUCCIÓN

Del *prime time* al *scroll time*:  
el ascenso del ecosistema digital



# Del *prime time* al *scroll time*: el ascenso del ecosistema digital

Arturo Yépez Z.

Comencé mi carrera en 1998 como microfonista en la película ecuatoriana “Ratas, Ratones, Rateros”, el primer largometraje de Sebastián Cordero —una película que no solo marcó el inicio de una nueva etapa para el cine ecuatoriano, sino que transformó profundamente nuestro medio audiovisual. Desde entonces, he sido testigo de una industria en constante evolución. El paso del fílmico al digital, el paso de las copias en 35mm al DCP, la aparición de las plataformas de streaming. Pero ningún cambio ha sido tan abrupto y profundo como el que estamos viviendo hoy.

En menos de una década pasamos de un modelo de distribución escalonado y con ventanas muy bien definidas a un ecosistema donde los estrenos son simultáneos, multiplataforma y moldeados por algoritmos, redes sociales y comunidades digitales. Las plataformas digitales dejaron de ser una alternativa para convertirse en el centro sobre el que gira la industria del entretenimiento. Los creadores de contenido digital pasaron de estar al margen de la industria a ser su punta de lanza. Lo que antes era una carrera de largo aliento, hoy es una maratón de adaptación constante. Y entender este nuevo terreno no es una opción, es la única forma de seguir contando historias que conecten, que trasciendan y que encuentren su público en medio de una avalancha de contenidos, medios y plataformas que nos bombardean a diario.



En 2019 estrenamos nuestra primera película para el cine, “Dedicada a mi ex”, una comedia romántica que se promocionó como “la película de los creadores de Enchufe.tv”. Para quienes no lo conocen, Enchufe.tv es un canal de sketches de humor lanzado en 2012 en YouTube, que para el 2014 se había convertido en el canal de comedia en español más grande del mundo. Más de 320 mil espectadores en el país y más de 600 mil en la región fueron al cine a ver la película, convirtiéndola en la más taquillera en la historia del cine ecuatoriano. Para un productor como yo, formado en un país sin una tradición audiovisual, que había producido películas de autor que se estrenaban en festivales y que lograban taquillas de 80 mil espectadores, en el mejor de los casos, fue un momento profundamente simbólico. Sentí que habíamos dado el salto del mundo digital —donde Enchufe.tv nació y creció— al llamado contenido premium.

Creamos dentro de la empresa un área de desarrollo para buscar ideas y propiedades paralelas a Enchufe, para ejecutar películas y series y seguir aprovechando el alcance y la conexión con la audiencia que nuestras redes sociales nos daban. En ese momento, varios colegas del medio me preguntaban por qué queríamos dar ese salto hacia el cine o la televisión, justo cuando tantos cineastas y ejecutivos de televisión estaban tratando de entender a las nuevas generaciones, a los nativos digitales que ya no consumen contenido en los formatos de antes. Lo cierto es que, para nosotros, no era un salto sino una extensión lógica: contar historias en múltiples formatos, para medios y plataformas donde estuviera presente la audiencia.

Sin embargo, apenas dos años después, al estrenar nuestra segunda película, “Misfit, eres o te haces”, en 2021, habíamos vivido una pandemia y nos encontramos con un ecosistema audiovisual radicalmente distinto. Tras 10 semanas en cartelera, alcanzamos solamente 86.000 espectadores y aun así nos convertimos en la película ecuatoriana más vista de ese año. Si bien fue un logro notable (top 15 en la historia del cine nacional), la diferencia con “Dedicada a mi ex” era evidente. Ya no se trataba solo de la pandemia o de factores coyunturales: algo más profundo había cambiado.



Este giro en el comportamiento del público no es un fenómeno aislado, sino parte de una transformación global del consumo audiovisual, y esto se hizo evidente en Content Americas 2025. Durante la charla inaugural, María Rúa Aguete, analista senior de la firma británica Omdia, dejó en evidencia el alcance de este cambio: YouTube y TikTok se consolidan como las plataformas de video principales para millennials y Gen Z, superando a Instagram, Facebook e incluso Netflix. TikTok alcanzó 1.900 millones de usuarios activos mensuales en 2024, mientras que YouTube mantiene cifras igualmente colosales, aunque lo más revelador es su tiempo de uso, que creció de unos 40 minutos en 2019 a casi 49 minutos por día, lo que representa un crecimiento de más del 20% en cinco años. Lo que no tiene precedentes, es su oferta de contenido: actualmente se suben a YouTube más de 500 horas de contenido por minuto, lo que equivale a 30.000 minutos por hora y más de 720.000 horas de nuevo contenido cada día. Esta cifra impresionante refleja una abundancia en la oferta audiovisual global, pero también subraya la urgencia por destacar con propuestas que conjuguen calidad, relevancia y autenticidad. En este mar de contenidos, lo que realmente sobresale no es solo lo que entretiene, sino lo que conecta emocionalmente, lo que aporta valor y construye comunidad.

En Estados Unidos, la revolución es aún más evidente. Según Nielsen, en abril de 2025, YouTube alcanzó una cuota del 12,4% del tiempo total de visualización en televisores, superando a Disney (10,7%) y Netflix (7,5%). Además, los usuarios ven más de mil millones de horas diarias de YouTube solo en pantallas de TV. Que YouTube encabece el ranking de consumo en aparatos de televisión es profundamente simbólico: incluso en el espacio que antes pertenecía exclusivamente a la TV lineal y al *home video*, hoy el contenido digital domina.

En América Latina vemos una transición similar. Cada vez más hogares conectan YouTube o Netflix en sus Smart TVs, y servicios gratuitos con publicidad (AVOD/FAST), como Pluto TV, Tubi o canales nativos de YouTube ganan terreno. Las fronteras entre “televisión” e “internet” se difuminan: para el espectador promedio, todo es parte de una misma experiencia de entretenimiento. Hace poco las amas de casa veían su telenovela en la televisión de la cocina, las familias se sentaban frente al televisor a ver el *game show* o el partido de fútbol por señal abierta o en televisión por cable; hoy los mismos aparatos transmiten la señal de YouTube, donde el contenido se encuentra bajo demanda.

En medio de esta transición, una de nuestras mayores fortalezas como productores ecuatorianos ha sido haber apostado temprano por el contenido digital. Enchufe.tv, es el canal de sketches cómicos que inició en YouTube hace más de una década. Lo que comenzó como un experimento entre amigos y una alternativa para publicar contenido frente a una televisión tradicional que no creía en

el proyecto, se convirtió en el canal de comedia en español más grande del mundo, con más de 60 millones de suscriptores y alrededor de 40 millones de visualizaciones al mes. Pero más allá de las cifras, lo que realmente constituye Enchufe es su comunidad: una audiencia joven, leal, activa, que semana a semana espera reírse con nosotros. Esa relación directa nos enseñó algo fundamental: en redes sociales, la autenticidad no se negocia.



En 2015, Enchufe.tv ya era un fenómeno digital: con un alcance masivo y un engagement-rate bastante superior al de muchos otros creadores, comenzó a llamar la atención de las marcas que buscaban conectar con audiencias jóvenes. Al inicio el equipo creativo de Enchufe pensó que incluir marcas en el contenido orgánico del canal, era traicionar a la audiencia, “nos van a tachar de vendidos”, decían. Pero la insistencia fue tanta que decidieron aceptarlo. Optaron por la transparencia radical: decidieron contarle a la audiencia que lo que iban a ver era un *sketch* patrocinado, y lo etiquetaron con orgullo como *sponsor*. El contenido se desarrolló con el mismo humor, calidad narrativa y estética que cualquier otro video del canal, pero con una integración natural de la marca. No ocultaron nada. Y esa honestidad fue clave para que el formato funcionara. El público entendió la lógica, la aceptó, y en muchos casos incluso celebró la creatividad con la que las marcas eran integradas a las historias. Así logramos que el *branded content* no fuera una concesión comercial, sino una evolución creativa, y se convirtió en parte fundamental del modelo de negocio.

En este nuevo ecosistema digital de redes sociales, el acceso a los datos se vuelve un diferenciador clave. Hoy no solo sabemos cuántas personas ven un contenido, sino también quiénes, desde dónde, cuánto tiempo permanecen viéndolo y qué acciones toman después. Esta trazabilidad permite ser mucho más precisos en la segmentación, en la planificación de campañas y en la optimización de formatos. Ya no hablamos de audiencias estimadas, sino de métricas verificables y en tiempo real. Esto no solo mejora la eficacia de la inversión publicitaria, sino que abre la puerta a modelos sostenibles como el *revenue share* con plataformas, donde los creadores ganan una parte de los ingresos por publicidad generados directamente por su contenido. Plataformas como YouTube o Facebook en LATAM y TikTok en EE.UU. permiten monetizar directamente, sin intermediarios y ajustan las recomendaciones del algoritmo con base en estos mismos datos. El contenido deja de ser solo arte o comunicación, se convierte también en un activo que puede monetizarse con transparencia, precisión y eficiencia. Esta información también sirve para ajustar estrategias narrativas, duración, frecuencia de publicación, decisiones sobre talento y segmentación de audiencias, permitiendo una relación más cercana entre creadores y espectadores. Por ejemplo, al analizar el rendimiento de ciertos *sketches* en diferentes países, hemos podido adaptar temáticas, formatos o tiempos de publicación para maximizar su impacto.

Cuando la empresa española 2btube se interesó en lo que hacíamos, supimos que era el momento de escalar. En 2019 concretamos una alianza estratégica: 2btube adquirió una participación de Touché Films (los creadores de Enchufe.tv), dando origen a lo que hoy es 2bLatam. Esta integración nos permitió combinar lo mejor de dos mundos. Touché aportó su experiencia en producción de contenido de humor y gestión de comunidades digitales, mientras 2btube trajo una red amplia de creadores hispanohablantes su experiencia en marketing digital y las conexiones directas con plataformas globales como YouTube, Meta y TikTok. Esta alianza nos permitió entender que el negocio del contenido de entretenimiento estaba en nuestras manos.

Hoy, 2bLatam opera desde oficinas en Quito y Ciudad de México con cuatro líneas de negocio claras: (1) Enchufe.tv como comunidad digital de humor; (2) una agencia creativa que conecta marcas con audiencias digitales activas (branded entertainment); (3) una red regional de creadores de contenido; y (4) 2bOriginals, nuestra división de producción de series y películas con ambición global.

En medio de este panorama, en 2024 decidimos aliarnos con Elefantec, una productora especializada en contenido *premium*, cuyos propietarios son profesionales creativos con amplia experiencia en cine, televisión y el mundo del entretenimiento. Nuestro objetivo inicial fue claro: localizar nuestra IP (Enchufe.tv) en la cultura mexicana y expandir su potencial. Para 2bLatam esta alianza representó una apuesta estratégica para encontrar nuevas audiencias en el mercado hispano más grande del mundo: México, pero para Elefantec también significó la posibilidad de conectar con las nuevas audiencias de manera directa. Juntos desarrollamos una versión localizada del universo Enchufe, diseñada para conectar con los códigos culturales del público mexicano y abrir nuevas oportunidades de monetización a través de *branded content*. Esta colaboración no sólo permitió diversificar nuestras fuentes de ingreso, sino que también marcó el inicio de una ruta de expansión hacia el mercado latino en Estados Unidos, donde el consumo de contenido en español y la influencia de creadores hispanos siguen creciendo. La decisión de trabajar con un socio experto en contenido de alta calidad refuerza nuestra convicción de que el futuro no está en elegir entre medios digitales o tradicionales, sino en integrarlos con inteligencia para escalar narrativas que trasciendan fronteras.

Y ahí entra un modelo de negocio cada vez más relevante: el *branded content*. En un ecosistema donde los anuncios tradicionales pierden eficacia y los bloqueadores de publicidad abundan, las marcas necesitan integrarse al contenido sin invadirlo. Nosotros apostamos por un modelo mixto, donde mantenemos la propiedad intelectual, financiamos con marcas y desarrollamos formatos en los que las marcas no son interrupciones, sino participantes activas. Las marcas se vuelven creadoras, y los creadores, marcas. Este cruce virtuoso es una de las formas más sostenibles de producción para nosotros, y también una de las más potentes en términos de *engagement* y fidelidad del público.

Pero no todo puede ser exclusivamente ingresos y risas, el mundo digital está lleno de contenido vacío, y es la responsabilidad de los creadores de contenido e incluso de las mismas plataformas digitales generar y promover contenido de valor, contenido responsable. Las redes sociales no son solo espacios de entretenimiento: son espacios de transformación. La experiencia de Enchufe.tv nos enseñó que cuando abordamos temas como el *bullying*, la salud mental, la equidad de género o la diversidad con humor y empatía, la respuesta del público es mucho más profunda. No se trata solo de reír; se trata de reflexionar, de sentirse visto, de reconocerse. En un mundo saturado de estímulos, el contenido con propósito no solo genera mayor *engagement*, sino también mayor retención y recuerdo. Hoy más que nunca, hacer contenido también es una forma de educar, acompañar y transformar. Y eso abre un abanico enorme de posibilidades: alianzas con organizaciones sociales, campañas educativas en formato de entretenimiento, proyectos que mezclan *storytelling* con impacto real. Porque en un mundo hiperconectado, pero profundamente desconectado en lo humano, el contenido puede ser mucho más que entretenimiento: puede ser una vía para reconectarnos, para generar empatía, para inspirar acción. El mismo YouTube ha desarrollado programas en las verticales de contenido que llaman “de responsabilidad” para dar más visibilidad a médicos que cuidan lo que dicen en sus canales y comunican de manera responsable sin ser amarillistas a través de YouTube Health, o a educadores que dan clases en la plataforma para que cualquier persona del mundo pueda acceder a una clase de matemáticas o de lectura de manera gratuita a través de YouTube Education.

En un ecosistema donde la atención es el bien más escaso, lo que más valor tiene no es quién grita más fuerte, sino quién logra conectar más profundo. Y esa conexión genuina ocurre cuando el contenido no solo se consume, sino que se siente. Cuando provoca conversación, cuando toca una fibra emocional, cuando se vuelve espejo o refugio. En este contexto, el contenido de valor no solo es una herramienta de *branding* o *engagement*: es un puente hacia una sociedad más empática, informada y humana. En su mejor versión, el contenido puede literalmente salvar el mundo, porque puede transformar cómo nos vemos, cómo nos relacionamos y cómo actuamos; y en este contexto, el humor también juega un papel fundamental, un papel sanador.

El cine y la TV abierta enfrentan desafíos sin precedentes, La taquilla en España cayó aproximadamente un 5% en 2024 respecto al año anterior. Según Comscore, fueron 71 millones de espectadores con una recaudación de 477 millones de euros, lo que representa una baja del 5%. En Latinoamérica, el informe *Panorama Audiovisual Iberoamericano 2024* (EGEDA/FIPCA) destaca que la asistencia al cine continúa recuperándose tras la pandemia, mientras que el impulso del *streaming* ha ganado ritmo: el informe revela que los suscriptores de video por suscripción duplicaron a la base de TV de pago tradicional, alcanzando 110 millones. En México, de acuerdo con el estudio *Marketing Strategy & Media Investment 2024–2025* de IAB México, semanas atrás se reportó que en 2023 alrededor del 60% de la inversión publicitaria audiovisual se dirigió a medios digitales, y las proyecciones indican que para 2025 ese porcentaje superará el 57% de la inversión publicitaria total, relegando a TV, radio y prensa al 43% restante

El caso de Enchufe.tv es un ejemplo claro de cómo el ecosistema digital cambió las reglas del juego. Nacido en 2012, supo leer con claridad el espíritu de una nueva generación. En lugar de replicar el modelo tradicional de “estrellas” lejanas, apostó por la cercanía: personajes cotidianos, humor local, interacción directa. Esa decisión construyó un vínculo real, sostenido en el tiempo. En un entorno donde las audiencias ya no sólo consumen, sino que participan, comentan, comparten, Enchufe entendió que el valor está en construir una conversación permanente.



El mundo cambió y con él, la lógica de una industria que por décadas se sostuvo en jerarquías claras y ventanas cerradas. Hoy vivimos una época de modelos mixtos: la multiventana regresa adaptada al entorno digital, el licenciamiento de contenido recupera vigencia, el estreno simultáneo es algo real que antes era impensable y los catálogos adquieren nuevo valor en un mercado globalizado. Esta nueva realidad no es una tendencia, es una reconfiguración estructural del ecosistema que requiere de nuevas estrategias, nuevas métricas y una apertura total al cambio.

En este contexto, YouTube se consolida como la plataforma número uno del consumo audiovisual. Lo que antes decidían ejecutivos, hoy lo definen millones de clics sobre una figura de un pulgar arriba. Fenómenos del streaming como “La Velada del Año”, la “Kings League” o el éxito del youtuber Mr Beast con sus “Beast Games” son mucho más que virales: son manifestaciones de una nueva era donde la cultura se crea desde la cercanía, la inmediatez y la comunidad. Son eventos que compiten —y muchas veces superan— en audiencia e impacto a los grandes hitos de la televisión tradicional como los Juegos Olímpicos o la final del Mundial.

Y la cosa recién está comenzando; ahora, la inteligencia artificial abre un nuevo capítulo: uno en el que estudios pequeños, equipos unipersonales e incluso creadores solitarios pueden producir con calidad cinematográfica. La IA no reemplaza la creatividad, pero democratiza herramientas, acelera procesos y exige nuevas habilidades. Con herramientas como Sora, Runway, Eleven Labs o Pika, los procesos de pre y postproducción se aceleran, los costos bajan y la barrera de entrada se reduce. El talento por sí solo ya no basta: hace falta una disposición constante a aprender, colaborar y reinventarse.

Vivimos un momento donde el centro se ha desplazado. Los contenidos más vistos ya no vienen necesariamente de estudios tradicionales, sino de jóvenes con ideas frescas, cámaras y comunidades activas. El audiovisual ya no es una industria que se observa desde arriba, sino un ecosistema en movimiento. Y quizás esa sea la transformación más profunda de todas: el relato ya no está en manos de unos pocos, sino en las de quienes se atreven a contar lo suyo, de manera auténtica, en su propio lenguaje y con su propia comunidad. Quienes entiendan esto no solo liderarán el nuevo audiovisual: lo harán con una ventaja insuperable. Porque en el fondo, este cambio no se trata solo de tecnología, sino de conexión. Y en conectar está el verdadero poder de nuestra industria.



**FUENTES:**

1. Nielsen. (2025). *The gauge: April 2025 – Streaming’s share continues to grow*.  
<https://www.nielsen.com>
2. Omdia. (2025). *Video content & platforms: Global market trends and forecasts 2024–2029*. Omdia.
3. Content Americas. (2025). *Keynote: The future of video consumption — María Rúa Agüete*.  
<https://www.contentamericas.com>
4. Statista. (2024). *Number of monthly active TikTok users worldwide from 2019 to 2024*.  
<https://www.statista.com>
5. YouTube. (2024). *YouTube for press – Statistics & trends*.  
<https://www.youtube.com/about/press/>
6. IAB México. (2024). *Estudio de inversión publicitaria en medios digitales 2023*.  
<https://www.iabmexico.com>
7. Fundación SGAE. (2024). *Panorama audiovisual iberoamericano 2024*.  
<https://www.fundacionsgae.org>
8. Alexander, J. (2025). *How AI tools like Sora and Runway are changing content creation*. *Variety*.  
<https://variety.com>
9. Patel, N. (2024). *YouTube is winning the TV screen*. *The Verge*.  
<https://www.theverge.com>
10. Deloitte. (2024). *Digital media trends – 18th edition: Gen Z and Millennial viewing behaviors*.  
<https://www2.deloitte.com>
11. Rodríguez, A. (2024, diciembre 12). *La caída de la taquilla y el auge del streaming en Iberoamérica*. *El País*.  
<https://elpais.com>
12. Google. (2024). *The role of YouTube in the modern TV ecosystem*. *Think with Google*.  
<https://www.thinkwithgoogle.com>



## Arturo Yépez Z.

Productor ejecutivo.

Arturo Yépez Z. (Quito, 1977) es CEO de 2bLatam y productor ejecutivo con más de 25 años de experiencia en cine, televisión y contenido digital. Ha trabajado en más de una decena de películas y series en Ecuador, y ha producido cuatro largometrajes como productor independiente. Es Master of Fine Arts en guión y dirección de cine y TV por Florida State University, donde estudió con una beca Fulbright.

Actualmente, como CEO de 2bLatam, ha producido dos largometrajes, una serie para YouTube Originals y es el productor ejecutivo del contenido de Enchufe.tv, el canal de comedia en español número uno del mundo.

Ha sido jurado de premios como los Rose d'or, Platino, FIAP y Produ, y ha participado como conferencista en foros como VidCon México, Conecta Fiction, Content Americas y BAM. En 2013, Variety lo destacó como uno de los "10 Rising Stars of Latin America".

# CREA SGR y UNIVERSO PLATINO

Un universo de  
oportunidades para los  
productores audiovisuales





# ARTÍCULO 1

Explorando el mapa global de oportunidades audiovisuales:  
claves y tendencias por territorios



# ARTÍCULO 1

## Explorando el mapa global de oportunidades audiovisuales: claves y tendencias por territorios

GECA

En un contexto de transformación constante para la industria audiovisual, conocer con precisión qué contenidos están funcionando en cada mercado, qué géneros generan mayor interés y qué territorios presentan señales tempranas de oportunidad se ha vuelto imprescindible. A lo largo de los últimos meses, en GECA hemos realizado un análisis estratégico por país, centrado en la detección de oportunidades reales tanto para productores como para distribuidores y agentes del sector.

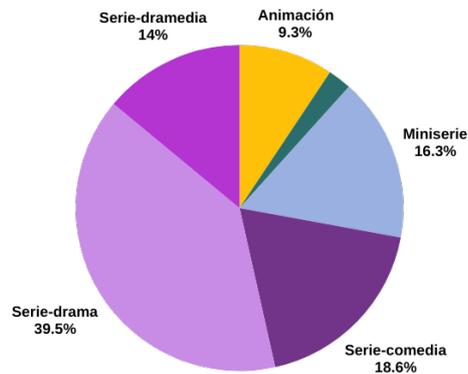
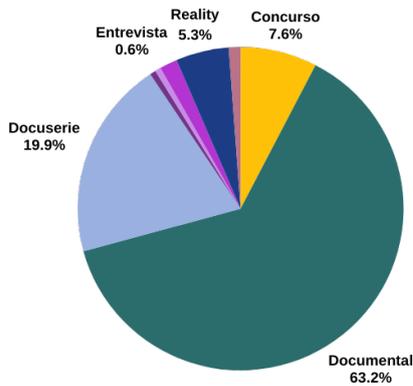
Este artículo recoge una síntesis de esas investigaciones, basadas en el seguimiento de estrenos recientes a través de nuestra herramienta Teleformat, el análisis del comportamiento social de los contenidos a través de Social Intelligence y la identificación de títulos con mayor potencial de funcionar en otros mercados. De Europa a Asia, de América Latina a los países nórdicos, este recorrido revela patrones, tendencias y pistas clave para quienes buscan entender hacia dónde se mueve la demanda internacional.

### **Entre lo emocional y lo espectacular: claves globales del audiovisual actual**

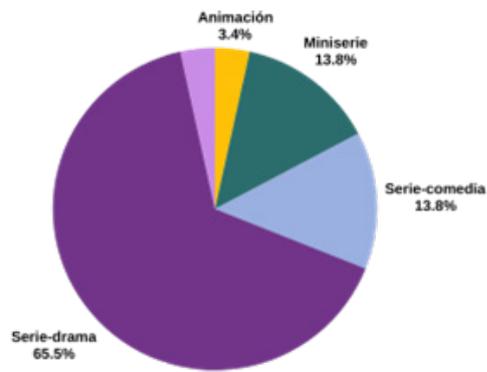
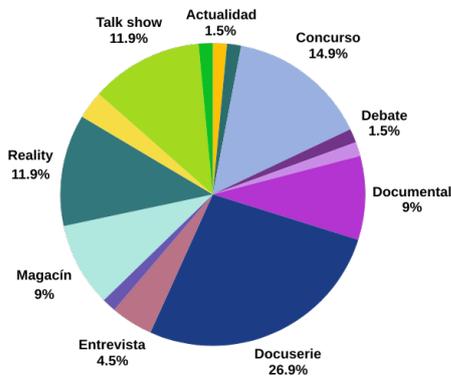
A partir del análisis de más de una veintena de territorios —realizado por GECA a través de sus herramientas Teleformat y Social Intelligence— se dibuja un mapa audiovisual dominado por tres ejes fundamentales: el auge del factual con identidad local, el dominio del drama en ficción, y una demanda creciente de narrativas espectaculares lideradas por el suspense, la fantasía y la acción. La televisión lineal sigue siendo clave en muchos mercados, pero las plataformas SVOD consolidan su posición como motor de estrenos, especialmente en ficción. Por su parte, los formatos de entretenimiento con estructuras simples, emociones claras y temáticas universales (relaciones humanas, retos físicos o musicales) mantienen su vigencia a escala global. Esta radiografía permite detectar no solo qué funciona hoy, sino qué formatos podrían viajar y generar oportunidades en nuevos territorios mañana.

### Francia e Italia: dos potencias europeas con el dominio lineal y la fidelidad al drama

Francia e Italia mantienen una industria audiovisual sólida, marcada por una fuerte presencia del contenido nacional en televisión lineal y una preferencia clara por los géneros tradicionales como el documental y el drama. Entre octubre de 2024 y marzo de 2025, Francia estrenó 171 programas de entretenimiento (el 63% de ellos documentales) y 43 ficciones, donde el drama acapara casi el 40% del total.



Por su parte, Italia registró 67 nuevos programas -con la docuserie como formato predominante- y 29 estrenos de ficción, también centrados en el drama, especialmente de corte biográfico, literario o histórico.



En ambos territorios, las cadenas lineales continúan liderando los estrenos, con Arte y France 5 destacando en Francia, y Rai Play como principal plataforma en Italia, aunque aún lejos de igualar a las emisoras tradicionales. En cuanto al interés social, medido a través de Social Intelligence, las producciones internacionales -especialmente estadounidenses y coreanas- ocupan los primeros puestos del ranking en ambos países, con títulos como *Severance*, *The White Lotus* (ambas de Estados Unidos) u *Ojingeo Geim* (*El juego del calamar*, Corea del Sur) liderando la conversación.

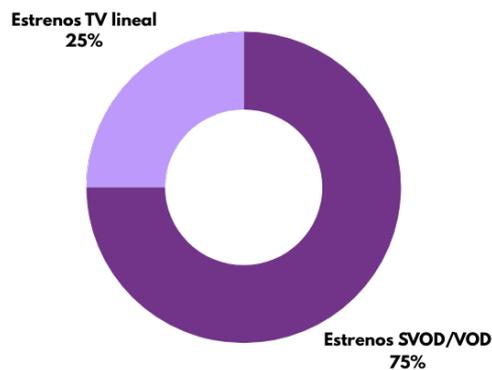
Pese al peso del contenido local, el análisis de *vijabilidad* revela qué formatos internacionales tienen potencial de éxito en estos mercados. En Francia, destacan títulos alemanes y estadounidenses, mientras que en Italia se observa una apertura mayor a producciones de diversa procedencia, desde Brasil hasta Suecia.

La fotografía de estos dos países deja claro que el consumo sigue siendo mayoritariamente lineal, que el drama continúa siendo el género rey, y que el público sigue muy conectado con las grandes producciones internacionales, un dato clave para quienes buscan posicionar contenido en estos mercados.

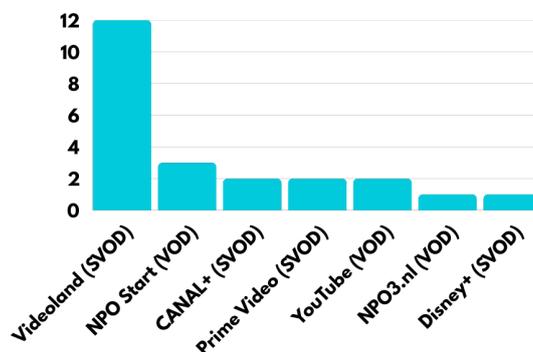
**Bélgica y Países Bajos: contenidos locales fuertes, realities en auge y plataformas domésticas al frente**

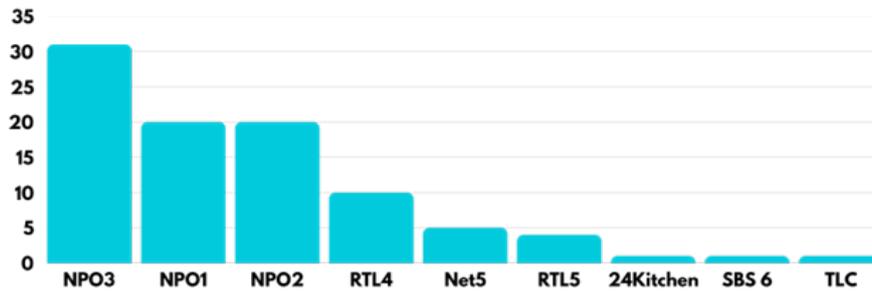
Tanto Bélgica como Países Bajos muestran una clara inclinación hacia los contenidos locales y el entretenimiento factual, con una oferta abundante de *realities* y *docuseries*. Entre julio y diciembre de 2024, Bélgica estrenó 59 programas (la mitad realities) y solo 8 ficciones, mientras que en Países Bajos se contabilizaron 109 nuevos programas y 15 títulos de ficción.

En ambos mercados, la televisión lineal continúa siendo la vía principal para el estreno de entretenimiento. No obstante, Bélgica destaca por una mayor proporción de estrenos de ficción en plataformas SVOD, especialmente en servicios locales como Streamz o VRT MAX.



En Países Bajos, plataformas como Videoland también ganan presencia, aunque el grueso de los estrenos sigue produciéndose en canales como NPO1, NPO2 y NPO3.





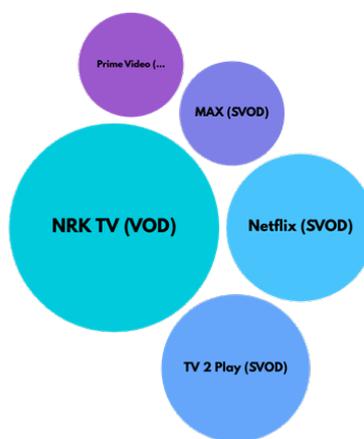
Desde el punto de vista de la conversación social, ambos países demuestran una fuerte conexión con el contenido nacional. En Bélgica, títulos como *Putain* o *Chantal* lideran el ranking de demanda social, mientras que en Países Bajos lo hace el veterano concurso *Wie is de Mol?*, que sigue reinventándose. Sin embargo, también hay una fuerte presencia de series internacionales de éxito como *Ojingeo Geim* (*El juego del calamar*, Corea del Sur), *The Night Agent* o *The Last of Us*, estas dos últimas procedentes de EE.UU.

En cuanto a la *viajabilidad* de contenidos hacia estos mercados, destacan formatos europeos como *Black Out - Vite Sospese* (Italia), *Star Academy* (Francia) o *Sretni Gradovi* (Croacia), lo que confirma la receptividad de estas audiencias a propuestas de orígenes diversos, especialmente si combinan temáticas realistas, tensión narrativa y un enfoque emocional o competitivo.

### Países nórdicos: alto consumo local, narrativa cuidada y potencial de exportación

Los mercados nórdicos —Suecia, Dinamarca, Noruega y Finlandia— comparten una industria audiovisual enfocada en el contenido local, con una fuerte presencia de géneros documentales y *realities* en entretenimiento, y una ficción dominada por el drama de autor. Entre octubre de 2024 y marzo de 2025, Suecia lideró en volumen de estrenos, con 49 nuevos programas y 18 ficciones, seguida de Noruega, Dinamarca y Finlandia.

La televisión lineal continúa siendo el principal escaparate para los estrenos, aunque las plataformas nacionales (como SVT Play, DR TV o NRK TV) juegan un papel clave como impulsores de nuevos títulos, especialmente en ficción. Las plataformas globales tienen una presencia limitada, lo que refuerza la identidad de estos ecosistemas audiovisuales y su apuesta por el contenido propio.



## Plataformas por número de estrenos en Noruega

En cuanto al interés social, medido a través de Social Intelligence, se observa una combinación de fidelidad al producto nacional con una apertura clara a grandes ficciones internacionales, especialmente estadounidenses y coreanas. Títulos como *Ronja Rövardotter* (Suecia), *Kompani Lauritzen* (Noruega) o *Pohjoisen tähti* (Finlandia) se posicionan en lo más alto del ranking local, junto a fenómenos globales como *Ojingeo Geim*, *The White Lotus* o *Outlander*, de Corea del Sur y Estados Unidos, respectivamente.

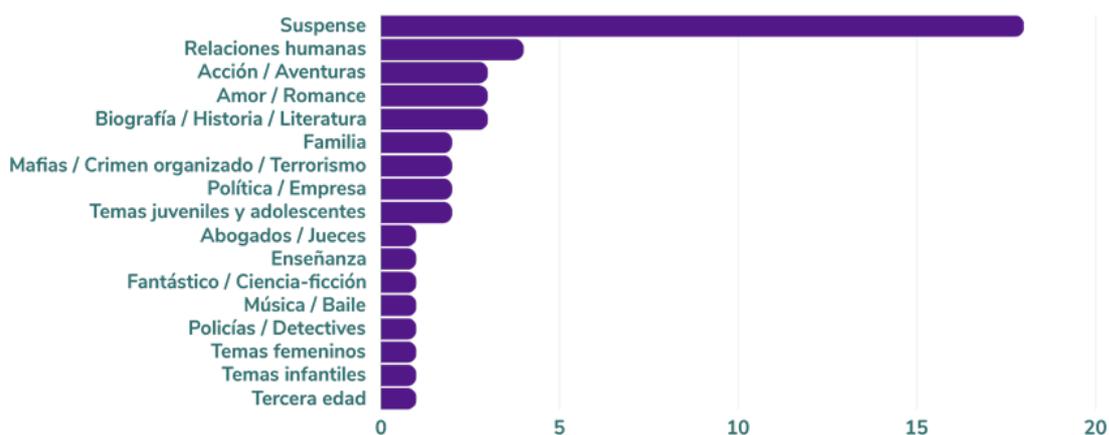
Los datos de *viajabilidad* refuerzan la idea de una identidad compartida en la región: los títulos que mejor funcionan en estos territorios suelen proceder de otros países nórdicos, lo que evidencia la cercanía cultural y la buena recepción de formatos regionales. *Realities* de pruebas físicas, dramas policíacos y series de corte emocional con base en hechos reales son los formatos con más potencial de éxito en estos mercados.

## Reino Unido: factual en prime time, dramas de suspense y foco en el contenido nacional

El ecosistema televisivo británico mantiene una identidad clara: fuerte presencia del contenido local, alto consumo de factual en horario de máxima audiencia y una apuesta sostenida por la ficción de suspense. En los últimos seis meses analizados a través de Teleformat, Reino Unido estrenó **164 nuevos programas**, con un dominio abrumador de las *series documentales* (57,9%), seguidas de *realities* (30,5%). Dentro del factual, destacan los títulos de *true crime*, *historia* y *viajes*, mientras que en el terreno del *reality* se imponen temáticas ligadas a *turismo* y *gastronomía*.

El *prime time* británico (entre las 20:00 y las 24:00) está protagonizado precisamente por estos géneros, lo que revela un consumo alineado con el entretenimiento basado en hechos reales y formatos que combinan información, emoción y cercanía.

En cuanto a la ficción, se estrenaron **47 nuevas series**, con el *drama* como género líder (42,6%), seguido por *miniserie* y *dramedia*. El subgénero más recurrente es el *suspense/thriller*, con 18 títulos en el período, la mayoría emitidos en cadenas lineales como Channel 5 o BBC One.



Este dato refuerza el peso de la televisión tradicional en la creación de contenidos originales, aunque plataformas como Netflix o Prime Video también logran posicionar algunos de los títulos más comentados del momento.

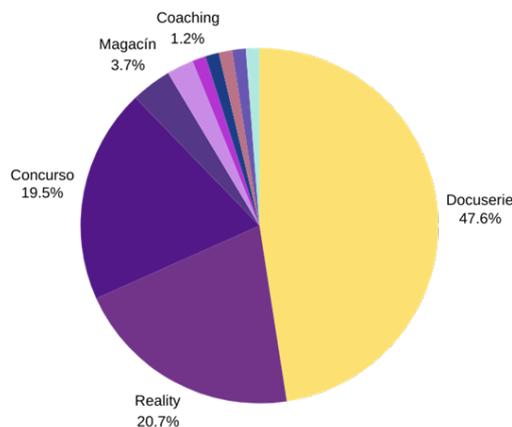
Desde el punto de vista del interés social, medido a través de Social Intelligence, las ficciones británicas y estadounidenses dominan el Top 50, con algunos fenómenos globales destacados como

*Baby Reindeer* (Netflix, Reino Unido), *Fallout* (Prime Video, EE.UU.) o *X-Men '97* (Disney+, EE.UU.), aunque destaca también la presencia en el tercer puesto de la serie india *Heeramandi: The Diamond Bazaar* (Netflix).

Los géneros con mayor éxito en demanda social son *acción/aventuras*, *fantasía/ciencia ficción* y *relaciones humanas*, seguidos por el *suspense*, lo que confirma la afinidad del público británico con el contenido de alto impacto narrativo y emocional.

### Alemania: factual en crecimiento, drama introspectivo y una ventana abierta al género fantástico

El mercado alemán presenta un equilibrio notable entre el contenido de entretenimiento factual y la ficción de corte dramático. Durante el primer semestre de 2024, Alemania registró **82 nuevos programas**, con una clara mayoría de *docuseries* (47,6%), seguidas por *realities* (20,7%) y *concursos* (19,5%). Las temáticas más frecuentes fueron los *viajes* en docuseries/factual, el *dating* en realities y las *preguntas culturales o de conocimiento general* en concursos, confirmando la apuesta por formatos que conectan con la vida cotidiana y la curiosidad del espectador.



En *prime time*, este patrón se refuerza: la docuserie continúa liderando, pero los concursos ganan peso en la programación nocturna, lo que indica una mayor diversificación del factual en franjas clave.

En el ámbito de la ficción, se estrenaron **33 nuevas series**, con el *drama* como género predominante (57,6%). Los subgéneros más explorados fueron *relaciones humanas* y *suspense*, temáticas que tienden a presentarse desde una mirada introspectiva, social o psicológica. La ficción alemana mantiene una identidad sólida, aunque con escasa presencia aún en plataformas frente a las cadenas lineales tradicionales.

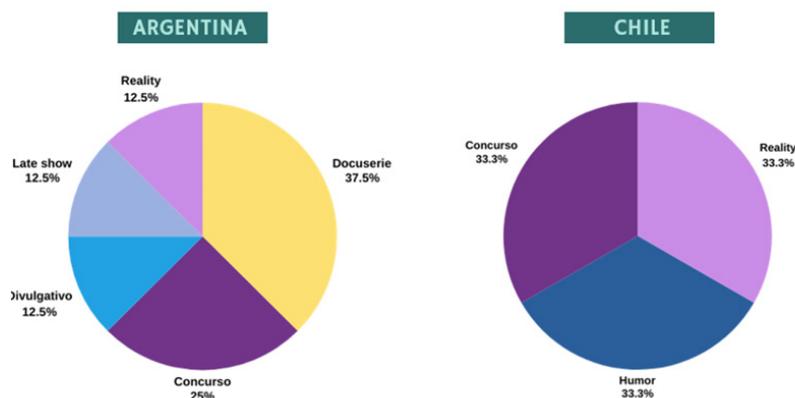
Sin embargo, cuando se observa el interés social a través de Social Intelligence, el panorama cambia: las series más demandadas por la audiencia alemana pertenecen en su mayoría a géneros como la *fantasía* o la *ciencia ficción*, y proceden de Estados Unidos. Títulos como *Fallout*, *Yellowstone*, *The Boys* o *House of the Dragon* lideran el ranking, aunque la serie alemana *Maxton Hall – Die Welt zwischen uns* (Amazon Prime Video) ha conseguido alzarse como fenómeno local en este mismo período, dominando en el primer puesto.

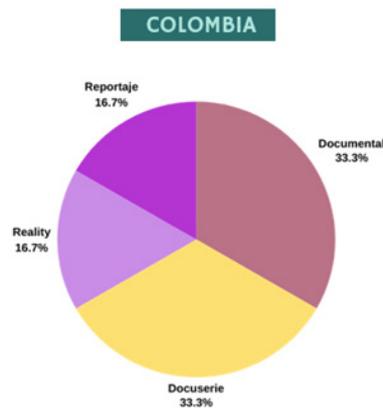
TÍTULO	PAIS	CADENA	GÉNERO
Maxton Hall - Die Welt zwischen uns	Alemania	Amazon Prime Video with Ads	Amor / Romance
Yellowstone	Alemania	Sony AXN Amazon Channel	Western
Fallout	Alemania	Amazon Prime Video with Ads	Acción / Aventuras
House of the Dragon	Alemania	WOW	Fantástico / Ciencia-ficción
The Boys	Alemania	Amazon Prime Video (SVOD)	Fantástico / Ciencia-ficción
Game of Thrones	Alemania	WOW	Fantástico / Ciencia-ficción
The Acolyte	Alemania	Disney+ (SVOD)	Fantástico / Ciencia-ficción
Grey's Anatomy	Alemania	MagentaTV	Médicos / Hospitales
Unschuldig - Der Fall Julia B.	Alemania	Das Erste	Policías / Detectives
Mord mit Aussicht	Alemania	WOW	Policías / Detectives

Este contraste entre la oferta nacional (más realista y centrada en el drama cotidiano) y la demanda social (orientada a lo espectacular) abre una ventana de oportunidad clara: la introducción de contenidos fantásticos o híbridos —especialmente si están adaptados al gusto narrativo local— podría encontrar un espacio todavía poco explotado por la producción alemana.

### Argentina, Chile y Colombia: factual con sello local, drama en alza y realidades sociales como motor narrativo

Los mercados de Argentina, Chile y Colombia comparten una tendencia clara hacia el factual con mirada local y un creciente interés por contenidos que exploran las relaciones humanas, ya sea desde el entretenimiento o la ficción. En lo que va de 2024, entre los tres países se han estrenado **17 programas de entretenimiento**, donde dominan las *docuseries*, *realities* y *documentales*, con un peso especial del *humor* en Chile. Los *realities* de *convivencia* y *supervivencia* son el formato más repetido, con ejemplos como *La casa de los famosos* (Colombia), *¿Ganar o servir?* (Chile) o *Survivor: Expedición Robinson* (Argentina).





Las docuseries, por su parte, se inclinan hacia el *true crime* y el reportaje de impacto social, como *'ARA San Juan: El submarino que desapareció'* (Netflix) y *'Menem Junior: La muerte del hijo del presidente'* (MAX) en Argentina, o *'500 días de Escobar: La vertiginosa caída del capo'* (Netflix) en Colombia; demostrando el peso de los contenidos basados en hechos reales y su capacidad para atraer a la audiencia.

En ficción, se han registrado **16 estrenos** entre los tres países, con el *drama* como género dominante, seguido de cerca por la *comedia* (que lidera en Argentina), y con una pérdida de protagonismo notable de la *telenovela*. Los subgéneros más representados son el *suspense* y las *relaciones humanas*, en una oferta que va migrando progresivamente hacia las plataformas SVOD, especialmente en Argentina, donde todos los estrenos de ficción en 2024 han sido en plataformas digitales.

Los datos de Social Intelligence revelan una conexión emocional fuerte con el contenido local. En cada país, los títulos más demandados son producciones nacionales —desde *Escape perfecto* (Argentina) hasta *La casa de los famosos* (Colombia) o *Juego de ilusiones* (Chile)—, aunque en los rankings también destacan ficciones estadounidenses (*Yellowstone*, *The Walking Dead*), japonesas (*Kimetsu no Yaiba*) o españolas (*La casa de papel*).

El análisis por géneros muestra un mapa diferenciado: en Argentina, lo más buscado es la *fantasía/ciencia ficción*; en Chile, el *amor/romance*; y en Colombia, el contenido de *convivencia y relaciones humanas*. Esta segmentación ofrece pistas valiosas para detectar oportunidades de entrada con contenidos adaptados al tono narrativo y emocional de cada territorio.

### Brasil y México: factual diverso, realities en auge y una ficción que apela a lo emocional

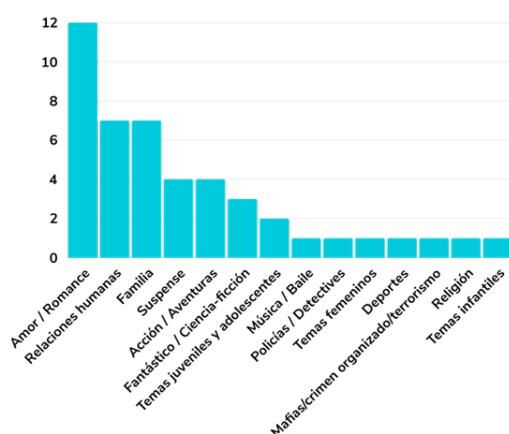
Brasil y México comparten una programación rica en factual y entretenimiento basado en la realidad, aunque con matices diferenciales en sus apuestas más recientes. En lo que va de 2024, han estrenado en conjunto **43 nuevos programas de entretenimiento**, con la *docuserie* como género líder (13 estrenos), seguida de *realities* (11) y *concursos* (8).

En México, predominan los *realities de parejas* —como *Love is Blind México* o *Temptation Island México*— y los *concursos de pruebas físicas y mentales*. En cambio, Brasil ha apostado con más fuerza por el factual, con docuseries de temáticas variadas (*true crime*, salud, biografías), entre ellas *Bob Burnquist: La Leyenda del Skate* (MAX), *O Ninho: Futebol & Tragédia* (Netflix) y *Alergia – O Corpo em Alerta* (Globo); y los *realities Os Hassums* (Multishow) y *Quílos Mortais Brasil* (MAX), por citar algunos.

En *prime time*, el género más habitual es el concurso, especialmente en México, donde este formato ha logrado consolidarse como apuesta segura en franjas de máxima audiencia.

En cuanto a la ficción, Brasil y México han lanzado **46 nuevas series** este año, con el *drama* como género dominante y una importante presencia de la *telenovela* —especialmente en México, donde mantiene su fuerza como formato identitario—. Más de la mitad de los estrenos han sido en plataformas SVOD, lo que confirma la creciente penetración del consumo digital en ambos territorios.

Los subgéneros más frecuentes son el *amor/romance*, las *relaciones humanas* y la *familia*, lo que refleja una clara preferencia del público por historias cercanas y de fuerte componente emocional.



Este patrón también se ve reforzado por los datos de Social Intelligence, que sitúan en los primeros puestos del ranking en Brasil a títulos como *No Rancho Fundo* o *Renascer* (ambas de Globo, la primera en la lineal y la segunda en la plataforma del grupo, Globoplay), y en México a contenidos como *Vivir de Amor* o *MasterChef Celebrity*, junto a ficciones extranjeras como *Yellowstone* o *Kimetsu no Yaiba*.

Mientras que en Brasil los títulos nacionales concentran gran parte del interés social, en México el ranking está más equilibrado entre producciones locales y extranjeras, lo que sugiere una mayor permeabilidad a formatos internacionales.

### España: factual en alza, drama con acento local y plataformas al mando en ficción

En los últimos seis meses analizados por Teleformat, España ha mantenido un ritmo constante de estrenos, con **108 nuevos programas de entretenimiento** y **26 series de ficción**. En el ámbito del entretenimiento, destacan el *documental* y la *docuserie* como géneros más representados (ambos con un 24,1% de cuota), seguidos de *concursos* (15,7%) y *realities* (13%). El *true crime*, los *temas deportivos* y los programas de *música/baile* figuran como subgéneros más recurrentes.

La ficción sigue liderada por la *serie-drama* (73,1% de los títulos), con predominancia de subgéneros como el *suspense* y el *amor/romance*, aunque también tienen presencia las *dramedias*, *miniseries* y *comedias*. El ecosistema de estrenos revela un reparto claro: mientras que el entretenimiento se estrena mayoritariamente en cadenas lineales (66,7%), la ficción encuentra su espacio en plataformas SVOD/VOD (65,4%), siendo **Netflix** y **Filmin** las más prolíficas, seguidas de **Prime Video**, **Atresplayer** y **Disney+**.

En cuanto a las lineales, **TVE1** es la cadena que más destaca en número de estrenos en el período analizado, con 11 en total entre programas y ficción. Le sigue de cerca **Telecinco** y, un poco más atrás, la autonómica vasca **ETB2** y la nacional **laSexta**.



### \*Cadenas lineales por número de estrenos en España

Desde la perspectiva del interés social, el público español se muestra altamente receptivo a títulos internacionales, especialmente de origen estadounidense, británico y coreano. El *fantástico/ciencia ficción* encabeza el ranking de los géneros con mayor éxito social, seguido de cerca por el *romance* y, algo más atrás, el *suspense* y el *terror*. No obstante, también se destacan formatos nacionales como *El Desafío* (Antena 3), que se cuela en el Top 3 de títulos con mayor demanda social en 2024, junto a series internacionales tan sonadas como *Yellowstone* y *Succession* (ambas de EE.UU.)

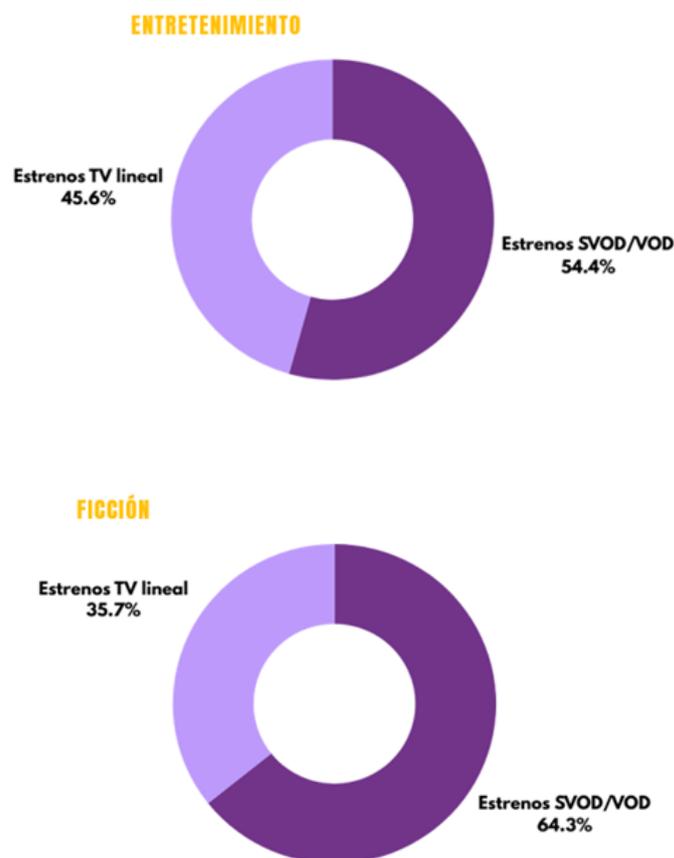
En términos de *viajabilidad*, se observa una apertura notable a formatos latinoamericanos con ficciones colombianas como *Rigo* o *La teoría del promedio*, concursos musicales mexicanos como *Juego de voces* y títulos brasileños como *Body by Beth* o *Mania de Você*. Esto refleja una oportunidad para introducir contenido de estos mercados en España, especialmente si responde a claves emocionales o narrativas afines a las preferencias locales.

### Estados Unidos: liderazgo en volumen, plataformas al frente y dominio de la ficción de alto impacto

Estados Unidos continúa siendo el epicentro mundial de la producción audiovisual. Solo entre junio y diciembre de 2024, se estrenaron **287 nuevos programas de entretenimiento** y **98 ficciones**, lo que consolida su liderazgo en volumen de estrenos. En entretenimiento, la *docuserie* domina con claridad (47,4% del total), seguida por *realities* y *documentales*, y con menor presencia de *concursos*. Los subgéneros más recurrentes son el *true crime*, los *temas deportivos* y la *cocina/gastronomía*.

En ficción, el *drama* lidera el panorama, pero destaca el peso creciente de la *animación* (29,6%) y la escasa presencia de *comedia*. Los subgéneros más prolíficos son *acción/aventuras*, *suspense* y *fantástico/ciencia ficción*, lo que refleja una apuesta sostenida por narrativas espectaculares y de alto impacto emocional.

El reparto entre plataformas y cadenas es cada vez más equilibrado: en entretenimiento, un 54,4% de los estrenos se producen en SVOD/VOD frente a un 45,6% en lineal. En ficción, las plataformas lideran con claridad (63 de los 98 estrenos). **Netflix**, **MAX**, **Disney+** y **Prime Video** son las plataformas más activas, mientras que en lineal destacan canales como *Investigation Discovery*, *Discovery*, *PBS*, *CBS* o *History Channel*.



Según los datos de Social Intelligence, los títulos más demandados del año en EE.UU. son ficciones locales como *House of the Dragon* (HBO) y *Fallout* (Prime Video), con *Baby Reindeer* (Reino Unido) como única excepción internacional en el Top 3. El género con mayor éxito social es *fantástico/ciencia ficción*, seguido por *acción/aventuras* y *suspense*.

En cuanto a la *viajabilidad*, el mercado estadounidense muestra interés por títulos internacionales que combinan identidad fuerte y narrativa potente. Figuran entre los más prometedores el reality brasileño *A Grande Conquista*, la serie mexicana *¿Quién lo mató?*, la ficción turca *Yalı Çapkını* o la neerlandesa *Zussen*, junto a la dramedia sueca *Allt Och Eva*, lo que sugiere oportunidades concretas para contenidos no anglosajones con propuestas diferenciadoras.

### **Egipto y Turquía: narrativas propias, dominio de la ficción y un fuerte anclaje local**

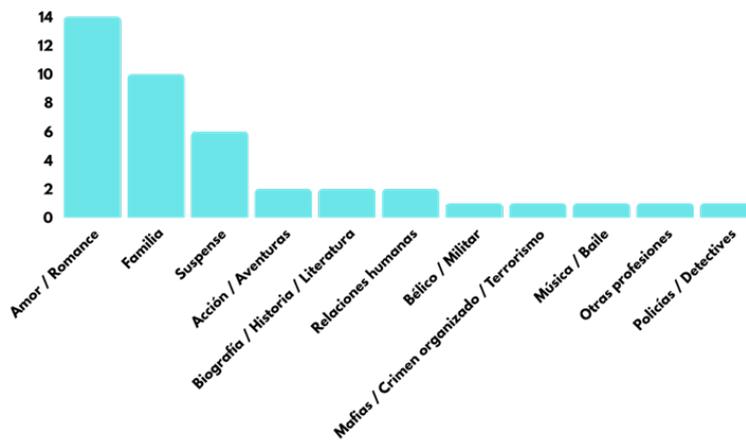
Egipto y Turquía muestran un comportamiento muy diferenciado en cuanto a volumen de producción, pero comparten una preferencia clara por la ficción y un fuerte vínculo con el contenido local.

En Egipto, el mercado audiovisual presenta todavía una actividad limitada: en los últimos 10 meses solo se ha registrado **1 estreno de entretenimiento** y **4 ficciones**. El único programa es una adaptación del *reality* británico *Million Pound Menu*, emitido por MBC Masr y centrado en emprendimiento gastronómico. En ficción, los títulos se reparten entre *dramas* y *animación*, con estrenos principalmente en plataformas SVOD como Shahid o Netflix (60% del total).

A pesar del volumen reducido, el interés social en Egipto se concentra casi exclusivamente en contenido nacional, liderado por series como *Embartoreyet Meem*, *Bait Al Refai* o *Al Atawla*.

Según Social Intelligence, los géneros más exitosos son *acción/aventuras* y *familiar*, seguidos por *suspense* y *fantástico*. En cuanto a *viajabilidad*, destacan títulos estadounidenses (*The Last of Us*, *Andor*), franceses y hasta seriales orientales, lo que apunta a una receptividad moderada hacia producciones internacionales con alto valor de producción.

En contraste, Turquía exhibe una enorme vitalidad creativa, con **41 estrenos de ficción** en el mismo período. La mayoría son *series-drama* emitidas en televisión lineal (71,4%), especialmente en canales como ATV, Kanal D y NOW. Los subgéneros más frecuentes son *amor/romance*, *familia* y *suspense*, lo que consolida el perfil narrativo característico del drama turco.



En entretenimiento, solo se ha registrado un estreno: *Alarga*, un formato relajado de entrevistas a famosos en la plataforma GAIN.

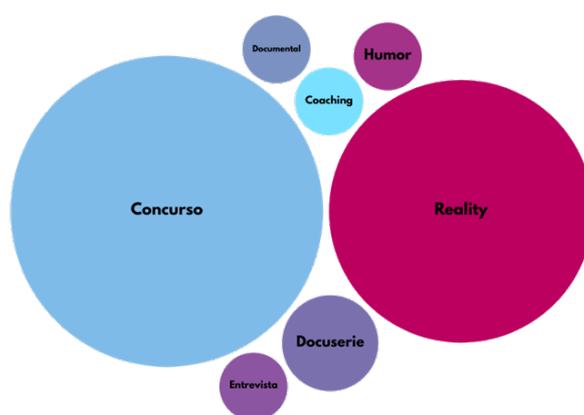
En términos de demanda social, los títulos turcos copan el ranking local (*Annem Ankara*, *Hudutsuz Sevda*, *Esref Rüya*), aunque también se cuelan fenómenos globales como *Ojingeo Geim* (Corea del Sur) o *Game of Thrones* (EE.UU.). El género con más éxito en Turquía según SI es *amor/romance*, lo que sigue reforzando su atractivo en la exportación de ficciones emocionales y familiares.

La *viajabilidad* hacia Turquía destaca por títulos de múltiples procedencias, desde concursos neerlandeses (*The Floor*) hasta telenovelas mexicanas o ficciones chilenas, demostrando que, aunque el contenido local es dominante, existe espacio para propuestas foráneas con fuerte carga emocional o estructuras competitivas claras.

### Otros países: un mapa global de señales emergentes y formatos con proyección

El análisis transversal de territorios no cubiertos por informes individuales —desde Oriente Medio hasta África, pasando por el Sudeste Asiático, Europa del Este, Oceanía y Canadá— permite detectar tendencias comunes y formatos destacados que aportan pistas sobre oportunidades futuras.

En entretenimiento, los géneros más destacados a nivel global han sido el *concurso* (21 títulos) y el *reality* (15), con una fuerte presencia de subgéneros como *música/baile*, *pruebas físicas y mentales* y *convivencia o relaciones humanas*. Desde Arabia Saudí con *El Leyla Doub* (concurso musical), hasta Tailandia con *19Lab* (talent show), pasando por Puerto Rico con *Super Chef Celebrities*, los géneros *concurso* y *reality* se muestran como terrenos fértiles para formatos accesibles y replicables.



En ficción, el *drama* ha sido el género dominante con 85 títulos destacados, muy por delante de la *comedia* (18) y la *dramedia* (10). Los temas más exitosos se repiten con consistencia en todos los territorios: *suspense*, *amor/romance* y *familia*, aunque destacan propuestas tan diversas como *Òlòturé: The Journey* (Nigeria), *Dong Zhi* (China), *So long, Marianne* (Canadá), *Territory* (Australia) o *Dead and Buried* (Irlanda).

El informe también subraya la presencia creciente de contenidos locales en mercados como Rusia, Sudáfrica o Indonesia, con narrativas que conectan con sus audiencias pero que, en algunos casos, podrían encontrar vías de exportación si se adaptan a marcos de guion internacionales.

Este repaso global reafirma una conclusión clara: incluso en mercados menos analizados tradicionalmente, hay señales de innovación formal, propuestas diferenciadoras y formatos con recorrido, tanto para inspirar desarrollos como para plantear adaptaciones a otros entornos.

### Conclusiones:

El análisis global realizado a través de los informes de GECA permite trazar un mapa dinámico del ecosistema audiovisual internacional, donde conviven lógicas locales muy arraigadas con patrones globales que se repiten de forma sorprendente. Mientras la ficción sigue girando en torno al drama —ya sea desde el suspense, las relaciones o la emoción romántica—, el entretenimiento consolida formatos de consumo rápido, alta identificación y potencial de adaptación.

La clave, en todos los casos, pasa por entender qué géneros están creciendo, cómo evoluciona el comportamiento del espectador y qué contenidos tienen capacidad real de cruzar fronteras. Para ello, herramientas como **Teleformat** (que permite monitorizar de forma estratégica todos los estrenos televisivos del mundo, con datos técnicos, sinopsis, audiencias, etc.) y **Social Intelligence** (que mide la demanda social de títulos, géneros y plataformas) son hoy más que nunca aliadas estratégicas para productores, programadores y distribuidores que quieran anticiparse a lo que viene.

En un mercado saturado de contenidos, la diferencia no solo está en tener una buena historia, sino en saber **dónde**, **cuándo** y **para quién** puede funcionar. Y eso solo se consigue con datos, contexto y mirada internacional.



**GECA**  
*(Gabinete de Estudios de Comunicación Audiovisual)*

GECA (*Gabinete de Estudios de Comunicación Audiovisual*) es una empresa española de investigación audiovisual e, inicialmente, de desarrollo de formatos fundada en 1993.

Tiene como misión guiar estratégicamente a las empresas en el mercado audiovisual. El propósito es compartir su conocimiento, experiencia y herramientas para lograr el éxito de sus clientes, pero siempre desde los valores que les caracterizan: compromiso, innovación, rigor y versatilidad.

Cuentan con diferentes áreas de especialización que abarcan desde el análisis de audiencias, el minutado de contenidos y la consultoría especializada para las grandes empresas de la industria, hasta el estudio de las tendencias mundiales para la venta, compra, distribución, producción y emisión de formatos.

Apuestan por la inversión en Inteligencia Artificial y la renovación de las aplicaciones para agilizar el trabajo de clientes y trabajadores.



## 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)



## ARTÍCULO 2

Sueños que se convierten en redes:  
la metamorfosis de la animación iberoamericana ante  
los desafíos que impone la inteligencia artificial



## ARTÍCULO 2

# Sueños que se convierten en redes: la metamorfosis de la animación iberoamericana ante los desafíos que impone la inteligencia artificial

Liliana Rincón Ladino

Hace menos de dos décadas, la idea de vivir de la animación digital en Colombia parecía una fantasía lejana. Cuando fundamos nuestro estudio en 3DADOS MEDIA, junto a mi socio, veníamos de años de trabajo en la ficción y el documental. Encontramos en la animación una herramienta narrativa poderosa, pero en ese entonces, desde mi punto de vista el panorama nacional era muy distinto: la animación se limitaba a piezas publicitarias de 30 segundos, muy costosas y reservadas a marcas que podían pagar por personajes vendiendo pan o yogur.

Para hacer realidad nuestra empresa nos preparamos durante dos años. Él se fue a estudiar animación en Buenos Aires, mientras yo me formé en gestión y cooperación internacional en Bogotá. Pero cuando comenzamos, todo se sentía profundamente solitario. No existía un ecosistema de apoyo a la creación en animación, ni referentes cercanos. Producir cortometrajes de ocho a diez minutos era un reto técnico, económico y emocional: debíamos formar talento, convencer clientes, explicar procesos y crear nuestras herramientas en un sector aún en construcción.

Hoy, la realidad es otra. La animación ha dejado de ser una excepción publicitaria para convertirse en una forma de creación reconocida, diversa y en plena expansión. Colombia y Latinoamérica han visto florecer estudios, contenidos, escuelas, eventos, festivales, investigaciones, convocatorias, fondos, liderazgos, laboratorios, redes y políticas públicas que han impulsado este crecimiento. Ya no trabajamos aislados, sino que tejemos redes iberoamericanas sólidas, como las que se celebran cada año en los Premios Quirino.

En mi día a día vivo una transformación muy significativa: doy clases en una carrera profesional de animación, participo en mercados como el Bogotá Audiovisual Market, la Cumbre Digital Colombia 4.0, Pixelatl, Animation! MIFA, tengo el honor de representar el sector de la animación digital en encuentros con Gobierno, y desde 2020 imparto el primer curso de formación especializado para productores de animación en el país.

Este recorrido me permite afirmar que estamos ante un momento clave para la industria de la animación iberoamericana: con una identidad en construcción, una energía creativa innegable y, ahora, frente a una nueva transformación que redefine las reglas del juego: la irrupción de la inteligencia artificial.

## Una región que crea, conecta y transforma: el auge de la animación iberoamericana

Entre *El Apóstol*, la película animada argentina dirigida por Quirino Cristiani en 1917, y lo que vivimos hoy en Iberoamérica, han pasado más de cien años de búsquedas, intentos, silencios y conquistas. Y aunque aún tenemos mucho camino por recorrer, puedo decir con certeza que la animación iberoamericana ya no es una promesa, sino una realidad vibrante, múltiple y conectada.

### Una producción diversa, valiente y en expansión

Desde mi experiencia como productora, gestora y docente colombiana, he visto de cerca cómo hemos pasado de ser territorios aislados, a construir un ecosistema más articulado. Esto no quiere decir que no existan desafíos pendientes, pero sí que emerge una industria que estamos construyendo a muchas manos en la región.

Hoy en día la animación iberoamericana se produce desde ciudades tan diversas como Santiago, Madrid, Lima, Bogotá o Ciudad de México solo por nombrar algunas. Y no solo se produce: se ve, se premia y se coproduce. El número de estudios ha aumentado significativamente, hemos aprendido a escribir, producir, equivocarnos, corregir, levantar fondos y formar equipos. Pero lo más importante: contamos nuestros propios universos.

Gracias al trabajo de instituciones públicas y privadas en países como España, México, Brasil, Colombia, Chile, Argentina y Portugal, se han consolidado convocatorias, residencias, laboratorios y apoyos fundamentales que permiten a creadores y productores sumar talentos, recursos y visiones. Estos esfuerzos se traducen en productos animados que participan en los mercados clave y aportan su propio capítulo a esta gran historia que escribimos día a día en la animación de la región. Algunos ejemplos destacados desde la institucionalidad son el Programa de Fomento al Cine Mexicano (FOCINE, del Instituto Mexicano de Cinematografía - IMCINE); el Fondo de Desarrollo Cinematográfico (FDC, de Proimágenes Colombia); el Concurso Nacional de Proyectos de Animación (DAFO, Perú); el Fondo Audiovisual y el Fondo anual del CNTV (Chile); las líneas de apoyo del Instituto do Cinema e do Audiovisual (ICA, Portugal); el Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales (ICAA, España); la convocatoria de series infantiles de Radio Televisión Española; el Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (INCAA, Argentina); y, por supuesto, el Programa Ibermedia.

Cabe en este punto mencionar que cada país vive sus particularidades y lo que nos hace fuertes, en un abrir y cerrar de ojos nos hace débiles con un cambio de gobierno. El caso Brasil y el caso Argentina son pruebas de que la política pública que impulsa la animación en un mandato, puede abandonarla en otro.

En medio de estos vaivenes de liderazgo, continúa esta expansión porque contamos con una voz clara y una ambición creativa enorme. Hoy, veo con emoción cómo nuestra región ha crecido hacia largometrajes, series, contenidos transmedia, videojuegos narrativos y hasta formatos híbridos con motores en tiempo real.

### Premios Quirino y las redes que nos conectan

Un punto de inflexión en este proceso de articulación ha sido la creación de los Premios Quirino de la Animación Iberoamericana. Este evento no solo ha visibilizado lo mejor de nuestra producción, sino que ha generado un espacio de encuentro y confianza entre profesionales de distintos países. Uno de sus grandes logros ha sido convocar a las asociaciones de cada país en la región. Soy gestora de GEMA Colombia (Grupo Empresas Animación) y fui su presidenta durante seis años. Gracias a los Quirino nos reunimos por primera vez en 2018 con nuestras asociaciones hermanas y fue fascinante descubrir-nos, conocer-nos, unir-nos y visualizar un camino conjunto. Cada año nos encontramos en Canarias y se fortalecen profundamente los lazos y el trabajo colaborativo. Lo que antes era una industria fragmentada y con escasa comunicación transnacional, hoy empieza a consolidarse como una comunidad-identidad organizativa y creativa con voz propia.

## **Nuevas voces, nuevos formatos, nuevas audiencias**

Lo noto también en los temas que elegimos. Las narrativas han ganado profundidad y diversidad. Cada vez más proyectos buscan explorar nuevas estéticas, lenguajes visuales y temáticas que se alejan del canon tradicional. La animación iberoamericana se caracteriza por una enorme libertad autoral y contar con grandes de grandes que admiro profundamente como Jorge Gutiérrez (México) y Juan Pablo Zaramella (Argentina).

La ahora lejana pandemia aceleró una transformación en el consumo de contenidos animados que aún estamos comprendiendo y las OTT, canales de YouTube, aplicaciones, se tomaron los ojos, oídos y mentes de todas las audiencias; el volumen de producción se volvió una necesidad constante y esto abrió oportunidades de trabajo remoto antes difíciles de imaginar.

En cada país trabajamos arduamente para desarrollar y producir ese proyecto de alto impacto comercial soñado. Incluso los estudios pequeños nos atrevemos a pensar en multiplataformas o universos transmedia, no porque sea una moda, sino porque nuestras historias lo piden. Así como se ha perfeccionado el uso de las técnicas, hemos comenzado a trabajar en la creación de realidades expandidas que nos permitan generar propiedades intelectuales de calidad.

### **¡Obstáculos desafiantes!**

Por supuesto, no todo es sencillo. Los fondos siguen siendo escasos para los costos de desarrollo y producción, la circulación muchas veces depende del esfuerzo individual de cada estudio, y las condiciones para emprendedores y empresarios en varios países siguen siendo difíciles. A eso se suma que las plataformas globales —aunque han abierto puertas— no siempre visibilizan lo local ni apuestan por contenidos más autorales.

Necesitamos consolidar un mercado interno iberoamericano más fuerte, donde podamos consumirnos entre nosotros y generar apropiación real de nuestros talentos y contenidos que permita la creación de negocios autosostenibles.

Tengamos en cuenta que la competencia es feroz. La audiencia puede escoger entre miles de opciones y en segundos recibe bombardeos de marketing de contenidos creados en el primer mundo con presupuestos que nos parecen infinitos comparados con los que tenemos.

### **Una comunidad en movimiento**

Aun así, confieso que nunca había sentido tanta energía creativa como ahora. Cada vez que hablo con mis colegas en otras asociaciones de la región, comparto en paneles/*streamings*, o participo en el BAM, Pixelatl, Animation!, MIFA o los Quirino, tengo la sensación de que estamos gestando algo más grande: una comunidad creativa que no solo produce contenido, sino también pensamiento, colaboración y futuro.

También me emociona profundamente ver el aumento de mujeres en cargos decisorios, de producción y dirección, así como el interés de más y más jóvenes talentosas por comenzar una carrera en animación. Actualmente soy parte de la junta directiva de MIA (Mujeres en la Industria de la Animación) y contamos con planes y proyectos para facilitar la presencia y visibilidad de las mujeres en nuestro sector.

### **Una transformación inevitable: inteligencia artificial y los nuevos desafíos de la animación**

La animación siempre ha estado ligada a la tecnología. Cada avance técnico ha transformado nuestras formas de contar, dibujar, producir y distribuir. Pero hoy enfrentamos un cambio de otro calibre: la irrupción masiva de la inteligencia artificial (IA) está modificando no solo las herramientas, sino también las preguntas éticas, económicas y creativas que atraviesan nuestro oficio.

Al principio parecía una curiosidad lejana. Hoy, muchas de estas herramientas ya están integradas al flujo de trabajo en diferentes momentos del proceso animado: asistentes de guion, generadores de *concept art*, herramientas automáticas de *lipsync*, *rigging* y composición, *softwares* que limpian líneas o colorean fondos. Los motores en tiempo real, combinados con IA, permiten visualizaciones inmediatas de escenas completas. Esto ya no es el futuro. Es el presente. ¡Y sucedió-sucede-está sucediendo (porque hay una nueva versión todos los días) en meses! Tenemos cada vez menos plazo de aprendizaje y reacción.

### Beneficios reales, promesas tentadoras

Lo admito: la eficiencia que ofrecen algunas de estas herramientas es asombrosa. Para estudios pequeños, los beneficios son claros: reducción de tiempos, agilización de procesos, posibilidad de experimentar con nuevos estilos, acceso a funciones antes impensables sin grandes equipos o presupuestos. Para creadores emergentes, estas herramientas democratizan el acceso y abren puertas a propuestas visuales innovadoras.

Pero no todo lo que brilla...

Con esta promesa de eficiencia, vienen también retos de fondo. Uno de los más urgentes tiene que ver con los derechos de autor y el uso de *datasets*: muchas herramientas generativas se entrenan con millones de imágenes, textos y videos de nuestros contenidos en nuestros propios sitios web y redes sin autorización como creadores y productores. ¿Cómo defender la originalidad si nuestros estilos y personajes podrían estar alimentando motores sin que lo sepamos?

A esto se suma el riesgo para el talento especializado. Si una IA puede hacer un *concept art* en segundos, ¿qué espacio queda para ilustradores y diseñadores que han dedicado años a perfeccionar su trazo? No se trata de rechazar la tecnología, sino de preguntarnos cómo aseguramos condiciones justas de transición para quienes han hecho de la animación (y todos los trabajos conexos) su profesión y su oficio.

También me preocupa el efecto que estas herramientas puedan tener sobre la homogeneización visual y narrativa. Muchas de las plataformas más populares tienden a replicar estilos dominantes —en su mayoría anglosajones o asiáticos— y eso puede ir borrando poco a poco la diversidad estética que hemos logrado construir en Iberoamérica. ¿Qué pasará con nuestras texturas, con nuestras atmósferas, con ese “sello iberoamericano” que tanto nos ha costado perfilar?

### Ética, autoría y creatividad en la era algorítmica

En el fondo, la pregunta que ronda todo esto es: ¿quién firma la obra? Si parte de un episodio fue generado por una IA, ¿quién es su autor? ¿El guionista? ¿El artista? ¿El *prompt engineer*? ¿El algoritmo?

En Colombia, la Ley 23 de 1982 y la Ley 1915 de 2018 regulan el derecho de autor. Estas leyes protegen las obras literarias, científicas y artísticas creadas por personas naturales, es decir, por humanos. No se protegen las ideas en sí, sino la forma específica en que se expresan. Pero ojo, obras creadas por humanos, no por IAs. La Dirección Nacional de Derecho de Autor (DNDA) en Colombia es la entidad encargada de regular y proteger los derechos de autor en el país, y al igual que otras oficinas de derechos de autor, ha enfatizado que para que una obra sea protegida por derechos de autor, se requiere la participación de un autor humano, y se entiende como autor a “la persona física que realiza la creación intelectual”. Veamos lo que la DNDA nos presenta en sus más recientes pronunciamientos:

*\*De acuerdo con el ordenamiento jurídico vigente en materia de derecho de autor, la condición de autor -y de titular originario- sólo puede ser reconocida en cabeza de las personas naturales que crearon la obra, excluyéndose de dicha protección las inteligencias artificiales.*

*\*El proceso de elaboración de las creaciones generadas por una inteligencia artificial, la intervención del intelecto humano solo se ve reflejado en las instrucciones dadas al programa de inteligencia artificial pero no en la ejecución o elaboración de la expresión concreta. Así pues, aunque la persona física es quien da los lineamientos o “prompts” al programa de inteligencia artificial, la creación resulta siendo producto de la ejecución de los algoritmos que esta emplea. Con lo anterior, a la luz de la normativa autoral vigente no es dable considerar que las expresiones generadas por la inteligencia artificial se enmarquen en la categoría de obra protegida por derecho de autor. Así pues, quien dio las instrucciones o ideas a dicho programa tampoco podría estimarse como autor de tales expresiones, toda vez que las ideas no son susceptibles de protección por el derecho de autor.*

*\*Sólo puede ser considerado una obra protegida por derechos de autor las creaciones totales o aportes intelectuales que cumplan con los requisitos de originalidad, susceptibilidad de ser reproducida y divulgada y cuyo origen provenga de la expresión intelectual de una persona física.*

*\*A la luz del marco jurídico, no es considerado obra el contenido que genera el programa ChatGPT. Así tampoco, aquellas instrucciones dadas como “inspiración”, “guía”, y “lineamientos” pues en sí mismas no se enmarcan en el concepto de originalidad.*

Es claro, ¿verdad?

¿Será claro o importante para la realidad del mercado, el consumo acelerado y casi frenético de la audiencia, y la dictadura de los likes?

Estos dilemas no son simples ni tienen una única respuesta, pero como región debemos dar la conversación sin miedo. No podemos dejar que las decisiones las tomen únicamente los gigantes tecnológicos. Necesitamos incluir estos debates en nuestras políticas públicas, en nuestras escuelas de animación, en nuestras asociaciones gremiales.

Estoy convencida de que la inteligencia artificial puede ser una gran aliada, siempre que sepamos cómo usarla, cuándo usarla y para qué historias. Porque, en última instancia, lo que define una obra no es la herramienta, sino la mirada. Y esa sigue siendo profundamente humana.

### **Un nuevo mapa en construcción: adaptarse o quedar atrás**

La velocidad del cambio tecnológico nos ha puesto a los estudios de animación iberoamericanos -con nuestras múltiples escalas, trayectorias y enfoques- en una encrucijada. No se trata solo de aprender a usar nuevas herramientas, sino de redefinir procesos, roles y formas de colaboración. Como si no fuera suficiente tener una empresa, gestionar clientes y recursos, crear contenidos y buscar su financiación, ser sostenibles, contar con seguidores en nuestras redes, actualizarnos en todo lo relacionado con actualizaciones tributarias, laborales, normativas y reglamentarias, ya no basta con hacer bien nuestro trabajo: hoy es imprescindible entender cómo ese trabajo se transforma, y qué habilidades necesitamos para no quedarnos “atrás”.

Desde lo que observo en el día a día del sector, muchos estudios estamos intentando reaccionar con inteligencia *natural*, buscando adaptarnos, sin perder nuestra identidad. Vivimos en medio de un maremágnum de información y en medio de nuestras múltiples preguntas los influenciadores nos invitan a tener *disposición a experimentar, aprender y dialogar con otras formas de creación*.

La capacitación se vuelve ahora una herramienta crítica. No basta con saber usar una herramienta de IA: necesitamos comprender sus implicaciones legales, éticas y culturales. ¿Qué modelos de negocio se abren o se cierran? ¿Cómo debemos transformar nuestros modelos de negocio para darles sentido en un entorno donde una imagen puede generarse en segundos? ¿Cómo explicamos a nuestros clientes el valor de lo que hacemos, cuando lo “automático” parece más rápido y barato (las dos palabras favoritas de un cliente)? ¿Qué marcos legales nos protegen y cuáles debemos exigir como sector?

Aquí es donde las redes, asociaciones y políticas públicas pueden marcar la diferencia. Necesitamos marcos regulatorios que nos incluyan, convocatorias que entiendan los nuevos modelos de creación, fondos que valoren la experimentación con tecnologías emergentes. Pero también necesitamos espacios de conversación y apoyo entre pares: lugares para compartir aprendizajes, dudas, miedos y hallazgos. Porque nadie tiene todas las respuestas, pero juntos podemos construirlas.

Si algo ha demostrado la historia reciente de la animación iberoamericana es que sabemos adaptarnos, reinventarnos y crecer. Este momento no será la excepción. Nos enfrentamos a un reto sin precedentes, sí. Pero también tenemos la oportunidad de dar forma —desde nuestra identidad y creatividad— a un nuevo mapa de la animación. Uno donde lo tecnológico no borre lo humano, sino que lo potencie.

### **Una mirada hacia el futuro: tecnología con alma**

Puedo decir que he recorrido un camino intenso, creativo y profundamente desafiante y creo que también ha sido así para la animación iberoamericana. Y ahora, frente al vértigo tecnológico que impone la inteligencia artificial, nos enfrentamos a una nueva decisión. Recuerdo lo que sentía hace casi veinte años, cuando parecía que todo lo que soñábamos era imposible. Hoy, esa misma sensación de incertidumbre regresa, y para mí es una señal de que algo importante está por comenzar.

No se trata solo de aprender nuevas herramientas, sino de defender algo más profundo: nuestra manera de contar, de mirar, de sentir el mundo. Las historias que creamos tienen raíces, acentos, texturas que no pueden ser reemplazadas por un algoritmo. Por eso, más que técnica, este momento exige conciencia. Y compromiso. Compromiso para innovar sin perder el alma del oficio. Para hacer preguntas difíciles. Para defender lo que hemos construido como sector, y también para imaginar lo que aún podemos transformar.

¿Qué tipo de industria queremos ser en cinco años? (Diez años en este sector y en el marco de la evolución frenética de la tecnología, ya son una eternidad) ¿Queremos adaptarnos pasivamente a lo que impongan los algoritmos, o escribir las reglas desde nuestras propias realidades y talentos? Puede sonar a David versus Goliat, pero estoy convencida de que la decisión no debería quedar solo en manos de los gigantes tecnológicos. La tomamos cada vez que elegimos qué producir, cómo formar a los nuevos creadores, qué defender en nuestras políticas públicas.

Ustedes y yo lo hemos escuchado muchas veces: “la IA no es ni buena ni mala en sí misma”. Es cierto. Pero también es cierto que el cómo, el cuándo y el para qué dependen de nosotros. Y creo que la voz iberoamericana tiene algo muy valioso que aportar: sensibilidad, pensamiento crítico, conexión con lo local, redes solidarias.

El futuro no está escrito. Pero sí está en nuestras manos. Y si algo hemos demostrado los creadores y productores de animación en esta región, es que sabemos crear desde la incertidumbre, resistir con ingenio y transformar con imaginación. Con esos ingredientes —y con la fuerza colectiva que nos acompaña— nuestro futuro puede estar lleno de oportunidades, contenidos, diversidad... y esperanza.

Como decimos en 3DADOS MEDIA: #AmamosLosRetos



## Liliana Rincón Ladino

Productora ejecutiva 3DADOS MEDIA.

Productora y gestora con amplia trayectoria en el fortalecimiento del sector de animación digital en Colombia. Cofundadora de 3DADOS MEDIA, estudio dedicado a la creación de contenidos animados con proyección nacional e internacional. Productora de la primera película colombiana seleccionada en competencia oficial del Festival de Cine de Animación de Annecy, el más importante del mundo en su categoría.

Forma parte de la junta directiva de MIA – Mujeres en la Industria de la Animación, asociación iberoamericana que promueve el liderazgo femenino en el sector. Impulsó la creación de GEMA Colombia – Grupo de Empresas de Animación, asociación que presidió durante seis años, liderando su consolidación como plataforma clave para el desarrollo del ecosistema de animación en el país.

Ha sido consultora para estudios, marcas e instituciones en estrategias de producción, formación y desarrollo de proyectos animados. Creadora del primer curso especializado en Producción para Animación en Colombia, ha participado activamente en la construcción de políticas públicas, la defensa de los estímulos estatales al sector y la promoción de contenidos con identidad propia. Su trabajo ha estado marcado por una apuesta decidida por el fortalecimiento de la creación de propiedad intelectual colombiana en animación.



# CAPÍTULO I

Producción Cinematográfica en Iberoamérica



# CAPÍTULO I

## Producción Cinematográfica en Iberoamérica

Por Departamento de Reparto de EGEDA

### INTRODUCCIÓN

La exhibición cinematográfica en 2024 en Iberoamérica cuenta con más de 20.500 salas de cine en funcionamiento que posibilitaron el lanzamiento de 7.209 estrenos (735 más que en 2023), de los que 1.266 correspondieron a estrenos nacionales (17,5%).

Los ingresos de los cines iberoamericanos rebasan los 2.700 millones de dólares y la asistencia de espectadores a las salas suma 628,7 millones. La venta de entradas se redujo en 36,1 millones con respecto a 2023, lo que representa un 5,4% menos que en dicho año (cuadro introducción 1.1).

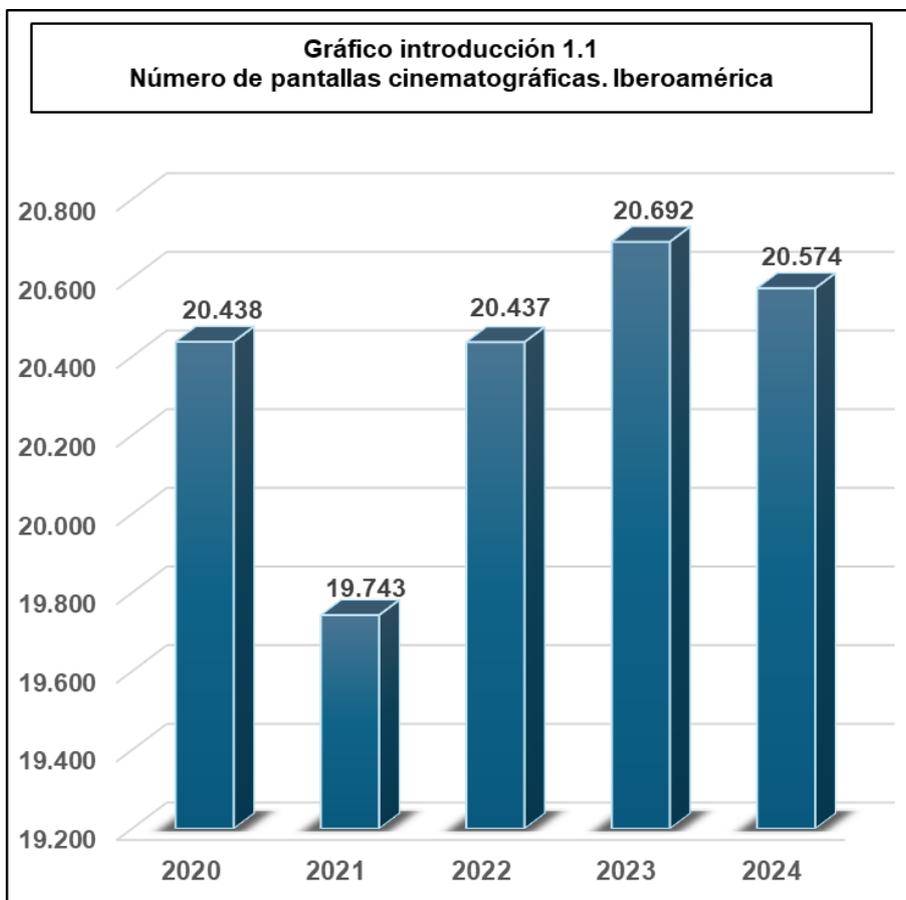
*Cuadro Introducción 1.1*

*Datos cinematográficos en Iberoamérica. Año 2024*

País	Pantallas	Estrenos		Espectadores		Ingresos (\$)
		Totales	Nacionales	Totales	Cine Nacional	
Argentina	954	550	241	36.100.407	1.109.893	165.765.146
Bolivia	132	254	11	6.065.485	51.196	31.295.288
Brasil	3.510	456	197	126.208.072	12.638.143	463.414.317
Chile	495	280	33	21.612.034	403.404	104.689.196
Colombia	1.275	396	79	49.630.000	1.178.404	143.618.297
Costa Rica	151	289	8	5.018.254	48.752	32.632.966
Ecuador	397	248	10	12.424.443	80.871	63.898.276
El Salvador	69	242	2	2.891.131	42.771	12.960.358
España	3.560	1.301	342	72.709.454	12.986.185	524.656.075
Guatemala	187	263	2	5.259.558	14.550	26.332.598
Honduras	127	254	2	3.081.676	40.362	12.202.976
México	7.467	559	145	213.889.751	9.400.000	821.880.509
Nicaragua	45	176	0	1.144.267	0	5.611.484

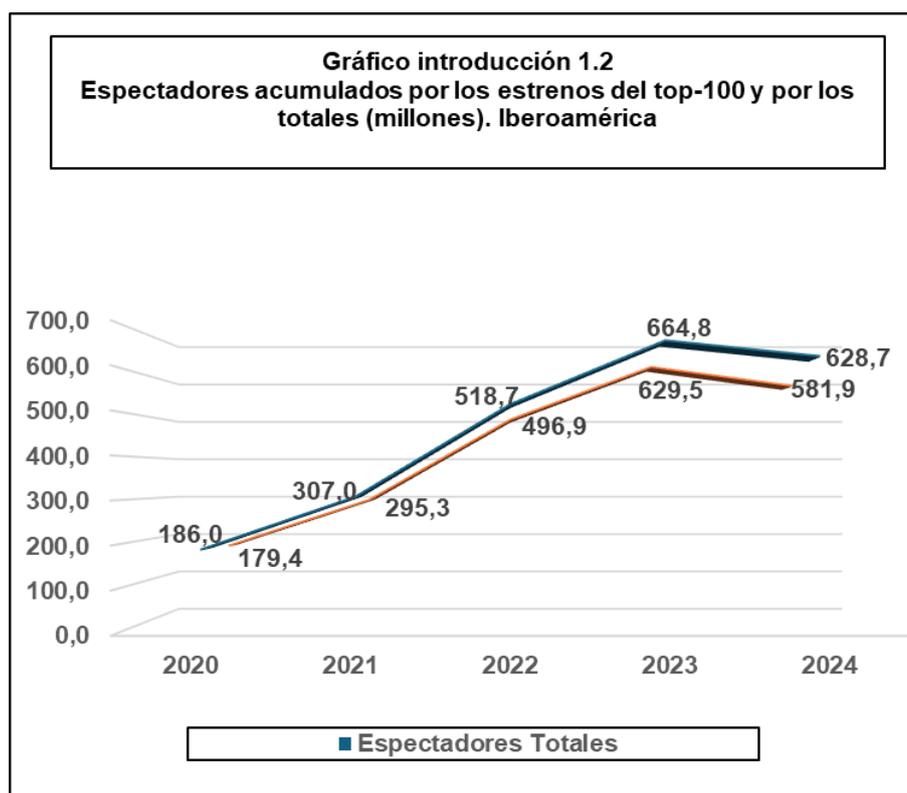
Panamá	173	289	6	4.088.521	90.509	24.606.990
Paraguay	99	190	2	1.332.024	21.687	6.192.237
Perú	704	335	31	41.990.643	3.004.452	136.802.643
Portugal	559	391	62	11.838.962	533.895	79.173.206
R. Dominicana	193	263	39	3.550.809	487.576	19.988.640
Uruguay	99	267	31	2.090.681	38.987	14.935.481
Venezuela	378	206	23	7.810.000	86.803	19.763.351
<b>Totales</b>	<b>20.574</b>	<b>7.209</b>	<b>1.266</b>	<b>628.736.172</b>	<b>42.258.440</b>	<b>2.710.420.035</b>

La evolución de la capacidad de exhibición cinematográfica en el periodo 2020-2024 pone de manifiesto que el rango de variación se sitúa entre 20.400 y casi 20.700 pantallas (gráfico introducción 1.1)



La recuperación de la actividad cinematográfica desde la pandemia se aprecia de forma significativa. En 2024 tiene lugar una ligera reducción de la venta de entradas en las salas de cine iberoamericanas con respecto al año anterior que supone una ligera ralentización de la recuperación de los niveles de asistencia prepandemia (gráfico introducción 1.2).

En 2019 el número de espectadores acumulado por los top-100 supuso el 92,5% del total de espectadores. En el año de la pandemia esta relación se situó en el 96,5% debido a la reducida asistencia de espectadores y menor número de estrenos. En 2023 este porcentaje se acercó al registrado en el año prepandemia, con un 94,7% de espectadores acumulados por los estrenos del top-100, y en 2024 (5 años después) se iguala el volumen del 92,5%.



La distribución de espectadores acumulados por los estrenos del top-100 por su origen, refrenda el dominio del cine USA con el 83,7% del total de espectadores. El cine nacional representa el 6%, el europeo el 7%, el cine de otros países casi el 3% y el iberoamericano tan solo el 0,5% (cuadro introducción 1.2).

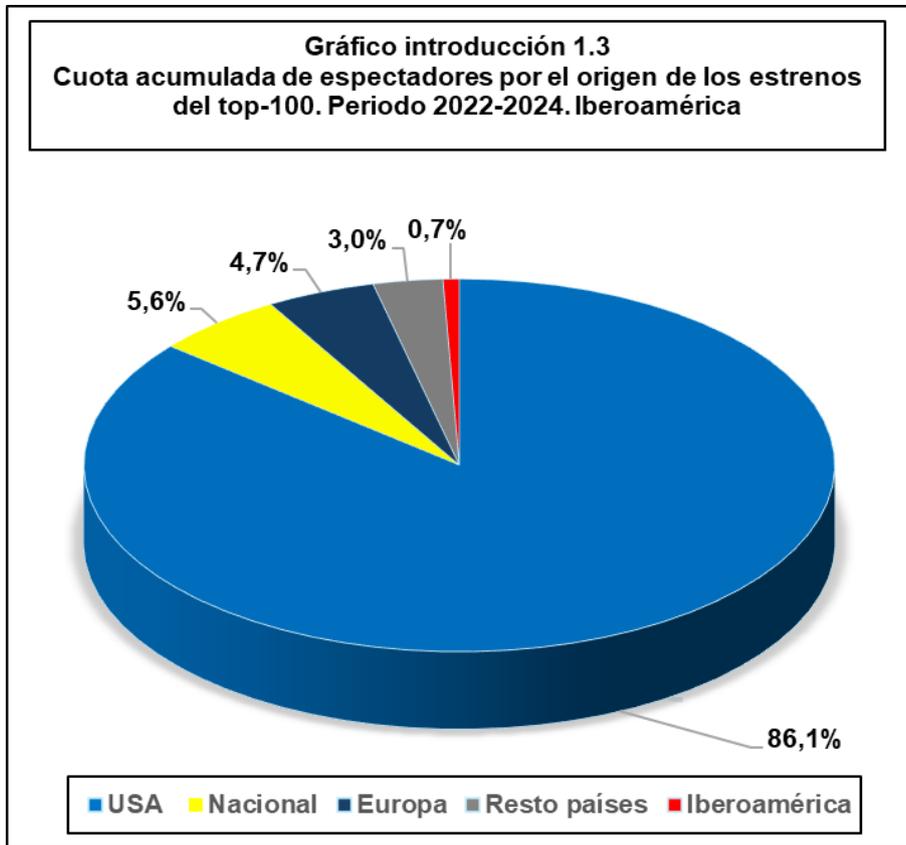
*Cuadro introducción 1.2*  
*Cuota de espectadores por el origen de los estrenos del top-100. Iberoamérica*

ESPECTADORES						
Origen	2022	%	2023	%	2024	%
USA	424.063.705	85,3	561.531.473	89,2	486.877.608	83,7
Nacional	26.645.317	5,4	33.625.338	5,3	34.687.063	6,0
Iberoamérica	5.303.425	1,1	3.636.508	0,6	2.690.675	0,5
Europa	20.743.670	4,2	18.859.603	3,0	40.601.992	7,0
Resto países	20.208.767	4,1	11.886.572	1,9	17.099.883	2,9
<b>Total</b>	<b>496.964.884</b>		<b>629.539.494</b>		<b>581.957.221</b>	

INGRESOS						
Origen	2022	%	2023	%	2024	%
USA	1.688.946.385	84,5	2.402.454.655	88,5	2.080.789.836	82,9
Nacional	128.288.560	6,4	157.206.564	5,8	162.124.559	6,5
Iberoamérica	19.369.754	1,0	12.809.039	0,5	10.930.457	0,4
Europa	83.758.207	4,2	83.542.281	3,1	188.515.641	7,5
Resto países	78.113.667	3,9	57.410.436	2,1	68.203.947	2,7
<b>Total</b>	<b>1.998.476.573</b>		<b>2.713.422.979</b>		<b>2.510.564.440</b>	

El gráfico introducción 1.3 refleja la prevalencia del cine estadounidense frente al resto de cinematografías en el trienio postpandemia 2022-2024 con el 86,1% del total. El cine iberoamericano suma un porcentaje conjunto del 6,3% (nacional y no nacional), el europeo el 4,7% y el del resto de países el 3%. (gráfico introducción 1.3).

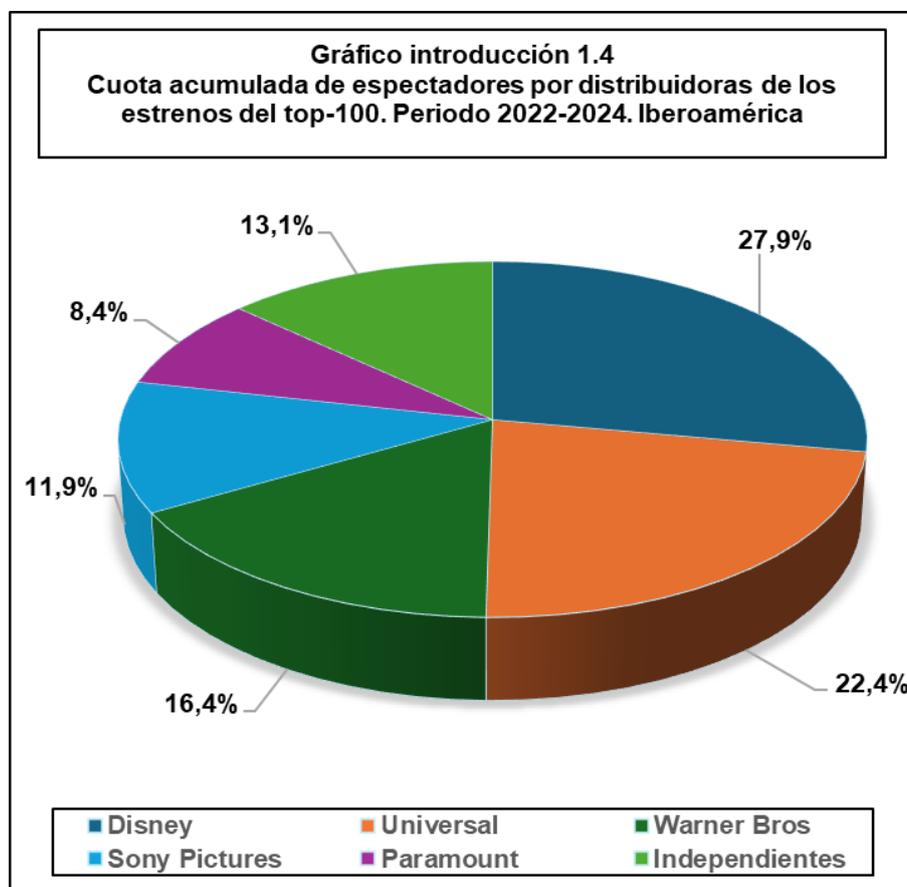


La distribución de los estrenos más exitosos en los cines de Iberoamérica está dominada por los Estudios americanos (cuadro introducción 1.3). La cuota de espectadores conjunta supera el 86% y los estudios con más entradas vendidas son Disney (200 millones), Universal (95,6 millones), Sony (86,3 millones) y Warner (78,8 millones).

*Cuadro introducción 1.3*  
*Cuota de espectadores por distribuidoras de los estrenos del top-100. Iberoamérica*

Distribuidora	2022	%	2023	%	2024	%
Disney	147.033.539	29,6	123.345.101	19,6	200.080.220	34,4
Universal	116.006.285	23,3	173.382.182	27,5	95.699.576	16,4
Warner Bros	69.017.546	13,9	137.242.132	21,8	78.819.020	13,5
Sony Pictures	58.000.201	11,7	57.057.723	9,1	86.342.914	14,8
Paramount	54.200.003	10,9	45.567.371	7,2	41.123.717	7,1
Independientes	52.707.310	10,6	92.944.985	14,8	79.891.774	13,7
<b>Total</b>	<b>496.964.884</b>		<b>629.539.494</b>		<b>581.957.221</b>	

El gráfico introducción 1.4 pone de manifiesto que, en el trienio 2022-2024 los Estudios americanos aglutinaron el 87% del total de espectadores de los estrenos del top-100 y las distribuidoras independientes el 13% restante. Las productoras con más éxito en dicho periodo son Disney (27,9%) y Universal (22,4%).



La distribución de los estrenos presentes en el top-100 de 2024, por su origen, refleja que el 66,5% son producciones estadounidenses, el 14,1% europeas y casi el 10% son producciones iberoamericanas (nacionales y no nacionales).

Los títulos que corresponden con los 1.900 lanzamientos analizados suman 335, y en este caso, casi el 39% son producciones iberoamericanas, el 35,8% son estadounidenses y el 15,8% producciones europeas (cuadro introducción 1.4)

El porcentaje de coproducción de los títulos iberoamericanos se sitúa en el 25,4% (33 títulos) y de estos títulos, el 45,5% son coproducciones exclusivamente entre países iberoamericanos (15 títulos). El porcentaje de coproducción de los títulos del resto de países (USA, Europa y otros) se sitúa en el 42,9% (88 títulos).

<i>Cuadro Introducción 1.4</i>						
<i>Distribución de estrenos y títulos del top-100 por su origen. Iberoamérica</i>						
<i>Estrenos</i>						
Origen	2022		2023		2024	
	Total	%	Total	%	Total	%
USA	1.232	61,6	1.476	73,8	1.263	66,5
Iberoamérica	228	11,4	200	10,0	183	9,6
Europa	268	13,4	181	9,1	267	14,1
Resto países	272	13,6	143	7,2	187	9,8
<b>Total</b>	<b>2.000</b>		<b>2.000</b>		<b>1.900</b>	

<i>Títulos</i>						
Origen	2022		2023		2024	
	Total	%	Total	%	Total	%
USA	119	31,4	122	38,0	120	35,8
Iberoamérica	146	38,5	123	38,3	130	38,8
Europa	64	16,9	48	15,0	53	15,8
Resto países	50	13,2	28	8,7	32	9,6
<b>Total</b>	<b>379</b>		<b>321</b>		<b>335</b>	

<i>Distribución de los títulos del top-100 por el tipo de producción</i>						
<i>Tipo de producción de los títulos iberoamericanos</i>						
Tipo	2022		2023		2024	
	Total	%	Total	%	Total	%
No coproducción	113	77,4	94	76,4	97	74,6
Coproducción	33	22,6	29	23,6	33	25,4
<b>Total</b>	<b>146</b>		<b>123</b>		<b>130</b>	

<i>Tipo de producción de los títulos del resto de países</i>						
Tipo	2022		2023		2024	
	Total	%	Total	%	Total	%
No coproducción	178	76,4	135	68,2	117	57,1
Coproducción	55	23,6	63	31,8	88	42,9
<b>Total</b>	<b>233</b>		<b>198</b>		<b>205</b>	

<i>Tipo de coproducciones de los títulos iberoamericanos</i>						
Tipo	2022		2023		2024	
	Total	%	Total	%	Total	%
Iberoamericanas	16	48,5	20	69,0	15	45,5
Con otros países	17	51,5	9	31,0	18	54,5
<b>Total</b>	<b>33</b>		<b>29</b>		<b>33</b>	

La distribución de los títulos de estreno por géneros en 2024 refleja el dominio de la ficción con imagen real, con un porcentaje del 78,2% del total de títulos, respecto al 14% del género de la animación y el 5,7% de los documentales. Estos porcentajes no son proporcionales en cuanto a las entradas vendidas y los ingresos en la taquilla puesto que, en este caso, la ficción registra más del 71% en ambos parámetros y la animación supera el 26% (cuadro introducción 1.5).

Cuadro introducción 1.5

*Distribución de los títulos de estreno del top-100 por géneros de producción en Iberoamérica. Año 2024*

Género	Títulos	%	Espectadores	%	Ingresos (\$)	%
Ficción	262	78,2	417.772.555	71,8	1.824.410.192	72,7
Animación	47	14,0	160.999.236	27,7	671.315.474	26,7
Documentales	19	5,7	3.138.970	0,5	14.606.146	0,6
Otros	7	2,1	46.460	0,0	232.626	0,0
<b>Total</b>	<b>335</b>		<b>581.957.221</b>		<b>2.510.564.438</b>	

En el trienio 2022-2024 las distribuidoras de los Estudios americanos promediaron más de 1.100 lanzamientos de 110 títulos y las distribuidoras independientes 824 lanzamientos de 236 títulos.

Las distribuidoras independientes operativas en este trienio se situaron en torno a 80 empresas, de las cuales un promedio de 66 (82,5%) estrenaron un solo título en un país (cuadro introducción 1.6).

Cuadro introducción 1.6

*Distribuidoras de los estrenos del top-100. Iberoamérica*

Año	Estudios			Independientes		
	Número	Estrenos	Títulos	Número	Estrenos	Títulos
2022	5	1.119	111	80	881	268
2023	5	1.223	111	86	777	210
2024	5	1.087	108	78	813	230
<b>Promedio</b>	<b>5</b>	<b>1.143</b>	<b>110</b>	<b>81</b>	<b>824</b>	<b>236</b>

*Mercados de las distribuidoras independientes del top-100. Iberoamérica*

Año	Un país	Entre 2 y 3	Entre 4 y 5	Entre 6 y 7	Entre 8 y 9	Más de 10
2022	63	9	0	6	1	1
2023	73	3	1	6	1	2
2024	63	3	3	7	2	0
<b>Promedio</b>	<b>66</b>	<b>5</b>	<b>1</b>	<b>6</b>	<b>1</b>	<b>1</b>

La cuota de espectadores acumulada por los estrenos del top-10, con respecto al total de espectadores de cada país, representa un promedio de un 51,7% en 2024 (cuadro introducción 1.7)

Los países con mayor concentración del éxito de los estrenos del top-10 son Guatemala (60%), Paraguay (59%) y El Salvador (58,2%). En el extremo contrario, los países con una mayor distribución de la popularidad del top-10 de los estrenos con más éxito son España (36,9%), Portugal (40,7%) y Perú (43,9%).

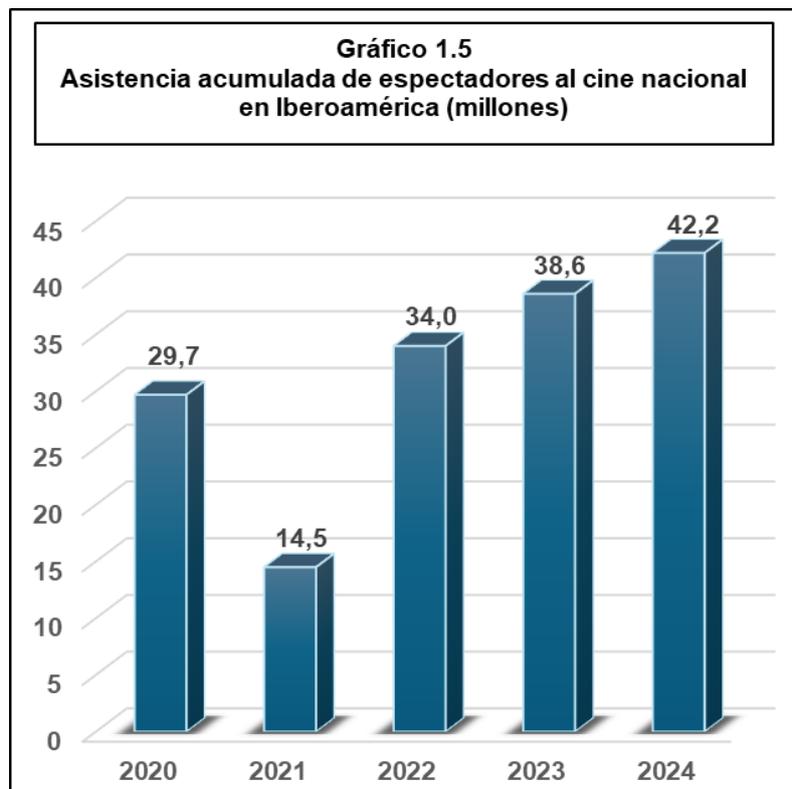
Cuadro introducción 1.7

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

N.	País	2022	2023	2024	Promedio
1	Argentina	44,8	47,1	56,0	49,3
2	Bolivia	59,4	45,3	53,9	52,9
3	Brasil	60,2	46,2	49,7	52,0
4	Chile	58,2	52,0	57,4	55,9
5	Colombia	52,4	44,2	49,6	48,7

6	Costa Rica	60,2	51,1	59,3	56,9
7	Ecuador	53,5	45,7	52,3	50,5
8	El Salvador	61,4	53,5	59,6	58,2
9	España	38,3	35,1	37,2	36,9
10	Guatemala	64,1	53,7	62,2	60,0
11	Honduras	59,6	50,2	55,6	55,1
12	México	51,7	39,6	45,2	45,5
13	Nicaragua	60,5	53,1	57,2	56,9
14	Panamá	56,8	46,5	48,7	50,7
15	Paraguay	63,3	54,3	59,5	59,0
16	Perú	47,3	40,5	43,9	43,9
17	Portugal	43,0	38,3	40,7	40,7
18	R. Dominicana	55,0	49,4	55,7	53,4
19	Uruguay	52,8	50,0	56,5	53,1
20	Venezuela	55,3	51,6	57,9	54,9
	<b>Promedio</b>	<b>54,9</b>	<b>47,4</b>	<b>52,9</b>	<b>51,7</b>

El cine nacional recupera espectadores progresivamente en el periodo postpandemia. Desde los récords de 2018 y 2019 con 93 y 85 millones de entradas vendidas, respectivamente, se pasó al mínimo de 14,5 millones en 2021. En 2023 esta cifra se sitúa en 38,6 millones de espectadores y en 2024 en 42,2 millones (gráfico introducción 1.5).



El estreno con más éxito en 2024 en Iberoamérica fue la producción de animación *Del revés 2* (*Inside out 2*). El dominio de esta obra estadounidense es inapelable, puesto que en los 20 países analizados se situó en el top-1 (cuadro introducción 1.8).

Cuadro introducción 1.8

Top-1 cinematográfico en cada país. Año 2024. Iberoamérica

País estreno	Título	Origen	Espectadores
Argentina	Del revés 2	USA	6.489.643
Bolivia	Del revés 2	USA	705.005
Brasil	Del revés 2	USA	22.453.714
Chile	Del revés 2	USA	3.769.228
Colombia	Del revés 2	USA	7.005.602
Costa Rica	Del revés 2	USA	886.203
Ecuador	Del revés 2	USA	1.578.043
El Salvador	Del revés 2	USA	456.264
España	Del revés 2	USA	6.894.206
Guatemala	Del revés 2	USA	990.432
Honduras	Del revés 2	USA	447.075
México	Del revés 2	USA	25.671.020
Nicaragua	Del revés 2	USA	175.802
Panamá	Del revés 2	USA	500.966
Paraguay	Del revés 2	USA	266.459
Perú	Del revés 2	USA	4.081.040
Portugal	Del revés 2	USA	1.322.684
R. Dominicana	Del revés 2	USA	472.401
Uruguay	Del revés 2	USA	393.370
Venezuela	Del revés 2	USA	1.561.380

En cuanto al top-1 del cine nacional de cada país, representado en el cuadro introducción 1.9, tan solo tres estrenos estuvieron presentes en el top-10 cinematográfico de 2024: *Ainda estou aqui* (Brasil), *Padre no hay más que uno 4* (España) y *Capitán Avispa* (República Dominicana).

Respecto al resto, los estrenos que se situaron dentro del top-20 de su país son *La balada de Hortensia* (El Salvador), *Navidad Catracha 2* (Honduras), *No entres* (Paraguay), *Vaguito* (Perú) y *Balas & Bolinhos: Só mais uma coisa* (Portugal).

Cuadro introducción 1.9

Top-1 del cine nacional en cada país. Año 2024. Iberoamérica

País estreno	Título	Origen	Espectadores	Top
Argentina	Muchachos	Argentina	162.399	33
Bolivia	El ladrón de perros	Bolivia	18.385	48
Brasil	Ainda estou aqui	Brasil	3.033.992	5
Chile	Los Bunkers: MTV unplugged	Chile	19.588	84
Colombia	El paseo 7	Colombia	355.897	31
Costa Rica	Gato por liebre	Costa Rica	29.545	36
Ecuador	Chuzalongo	Ecuador	19.823	69
El Salvador	La balada de Hortensia	El Salvador	41.346	16
España	Padre no hay más que uno 4	España	2.179.045	6
Guatemala	Rita	Guatemala	9.651	51
Honduras	Navidad Catracha 2	Honduras	39.257	20
México	El candidato honesto	México	1.656.091	31

Nicaragua	*	*	*	*
Panamá	Érase una vez en Panamá	Panamá	49.044	22
Paraguay	No entres	Panamá	21.577	14
Perú	Vaguito	Perú	772.140	11
Portugal	Balas & Bolinhos: Só mais uma coisa	Portugal	248.754	11
R. Dominicana	Capitán Avispa	R. Dominicana	150.485	6
Uruguay	Jorge Batlle: Entre el Cielo y el Infierno	Uruguay	19.504	23
Venezuela	Alí Primera	Venezuela	20.220	45

El top-1 del cine iberoamericano no nacional estuvo muy repartido entre los 19 países analizados (cuadro introducción 1.10). El largometraje documental argentino *El Apocalipsis de San Juan* se situó en lo más alto en tres países (Costa Rica, Nicaragua y Paraguay) y la producción de animación española *Robot Dreams* en otros tres (El Salvador, Guatemala y México).

Cuadro introducción 1.10

## Top-1 del cine iberoamericano en cada país. Año 2024. Iberoamérica

País estreno	Título	Origen	Espectadores
Argentina	La habitación de al lado	España	51.454
Bolivia	Vaguito	Perú	13.212
Brasil	La habitación de al lado	España	122.149
Chile	Cuando acecha la maldad	Argentina	34.762
Colombia	Radical	México	39.181
Costa Rica	El Apocalipsis de San Juan	Argentina	3.396
Ecuador	Mi amigo el pingüino	Brasil, USA	23.241
El Salvador	Robot Dreams	España	3.517
España	Parpadea dos veces	México	186.828
Guatemala	Robot Dreams	España	7.171
Honduras	Parpadea dos veces	México	3.191
México	Robot Dreams	España	833.879
Nicaragua	El Apocalipsis de San Juan	Colombia	2.025
Panamá	Capitán Avispa	R. Dominicana	6.502
Paraguay	El Apocalipsis de San Juan	Colombia	3.776
Perú	Mi amigo el pingüino	Brasil	69.120
Portugal	Inseparables	España	38.740
Uruguay	Historias para no contar	España	10.462
Venezuela	Gigantes	Argentina	19.097

El estreno europeo que acaparó casi todo el éxito en 2024 en Iberoamérica es la producción británica *Gladiator II*, dominando el top-1 en 16 países (cuadro introducción 1.11).

Cuadro introducción 1.11

## Top-1 del cine europeo en cada país. Año 2024. Iberoamérica

País estreno	Título	Origen	Espectadores
Argentina	Gladiator II	R. Unido	805.715
Bolivia	La sustancia	R. Unido	94.106
Brasil	Gladiator II	R. Unido	2.106.273

Chile	Gladiator II	R. Unido	505.200
Colombia	Gladiator II	R. Unido	815.142
Costa Rica	Gladiator II	R. Unido	72.666
Ecuador	Gladiator II	R. Unido	164.363
El Salvador	Gladiator II	R. Unido	37.041
España	Gladiator II	R. Unido	2.734.578
Guatemala	Gladiator II	R. Unido	72.989
Honduras	Gladiator II	R. Unido	57.736
México	Gladiator II	R. Unido	4.446.826
Nicaragua	Gladiator II	R. Unido	24.569
Panamá	Gladiator II	R. Unido	106.158
Paraguay	Gladiator II	R. Unido	27.320
Perú	La sustancia	R. Unido	743.727
Portugal	Gladiator II	R. Unido	323.502
Uruguay	Gladiator II	R. Unido	35.200
Venezuela	Wonka	R. Unido	101.385

Los estrenos de otros países con más éxito en 2024 en Iberoamérica son las producciones japonesas *Guardianes de la noche 3* (8 países) y *El chico y la garza* (5 países). El cine asiático completó un buen año con la producción china *Hachiko*, presente en el top-1 de otros tres países (cuadro introducción 1.12).

Cuadro introducción 1.12

*Top-1 del cine de otros países en cada país. Año 2024. Iberoamérica*

<b>País estreno</b>	<b>Título</b>	<b>Origen</b>	<b>Espectadores</b>
Argentina	El chico y la garza	Japón	161.737
Bolivia	Hachiko	China	52.598
Brasil	Furiosa. De la saga Mad Max	Australia	999.141
Chile	El chico y la garza	Japón	281.381
Colombia	El chico y la garza	Japón	430.163
Costa Rica	El chico y la garza	Japón	54.278
Ecuador	Hachiko	China	149.560
El Salvador	Guardianes de la noche 3	Japón	37.158
España	Furiosa. De la saga Mad Max	Australia	404.883
Guatemala	Guardianes de la noche 3	Japón	46.427
Honduras	Guardianes de la noche 3	Japón	24.034
México	Guardianes de la noche 3	Japón	1.664.678
Nicaragua	Guardianes de la noche 3	Japón	13.302
Panamá	Guardianes de la noche 3	Japón	36.473
Paraguay	Guardianes de la noche 3	Japón	12.231
Perú	Hachiko	China	332.786
Portugal	Furiosa. De la saga Mad Max	Australia	65.781
Uruguay	El chico y la garza	Japón	6.893
Venezuela	Guardianes de la noche 3	Japón	52.275

## PANORAMA CINEMATOGRAFICO EN PAÍSES IBEROAMERICANOS



## ARGENTINA

Los cines argentinos en 2024 suman una asistencia de 36,1 millones de espectadores y recaudan 165,7 millones de dólares. La venta de entradas se reduce en 8,3 millones con respecto a 2023 (cuadro 1.1).

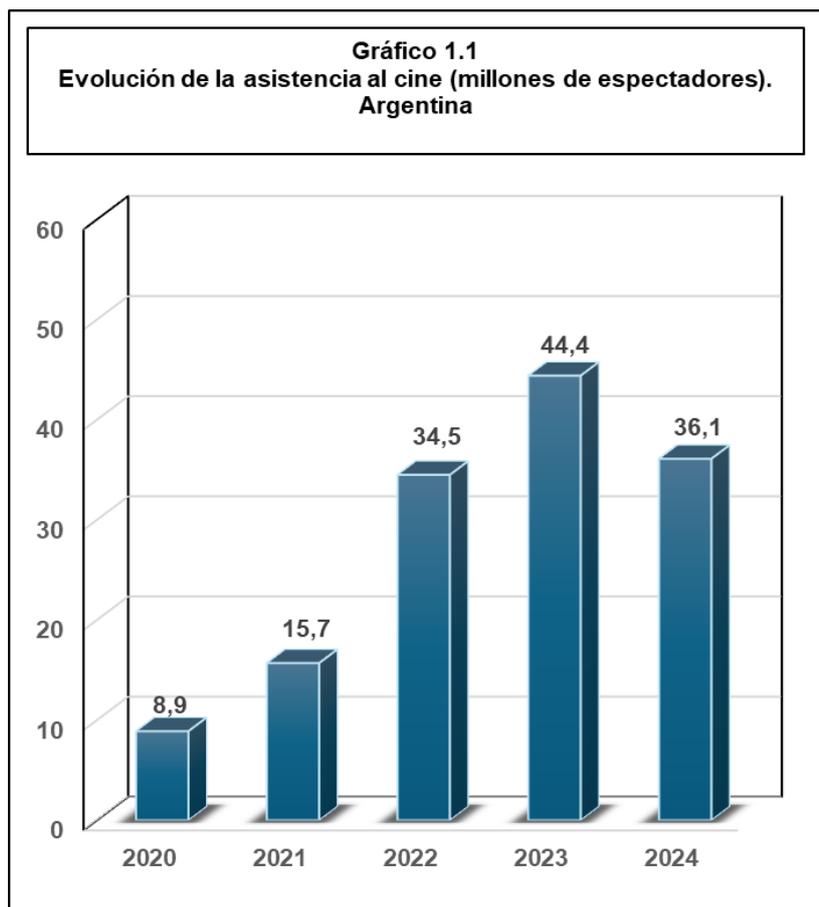
La audiencia anual se sitúa en 0,8 películas por habitante y el importe medio de la entrada asciende a 4,5 dólares. El número de estrenos nacionales representa el 43,8% y el cine argentino obtiene una cuota de mercado del 3,1%.

La evolución de la venta de entradas en los últimos cinco años muestra un máximo de 44,4 millones de espectadores en 2023 y un mínimo de 8,9 en 2020 debido a la covid-19 (gráfico 1.1).

Cuadro 1.1

## Panorama cinematográfico en Argentina

Concepto	2020	2021	2022	2023	2024
Población (millones)	45,3	45,8	46,2	46,6	47,0
Número de pantallas de cine	982	965	943	954	954
Ingresos cine (millones USD)	33,0	60,2	165,8	206,6	165,7
Espectadores cine (millones)	8,9	15,7	34,5	44,4	36,1
Espectadores cine nacional (millones)	2,12	0,27	2,83	3,44	1,10
Cuota de mercado cine nacional (%)	23,6	1,9	8,2	7,8	3,1
Número de estrenos totales	68	327	415	420	550
Número de estrenos extranjeros	40	143	211	222	309
Número de estrenos nacionales	28	184	204	204	241
Asistencia anual por habitante	0,2	0,3	0,7	0,9	0,8
Importe entrada (USD)	3,2	3,7	4,6	5,0	4,5



La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en 2024 en un 88,4% del total de espectadores, la del cine europeo en 7,3% y la cuota del cine nacional en el 2% (cuadro 1.2).

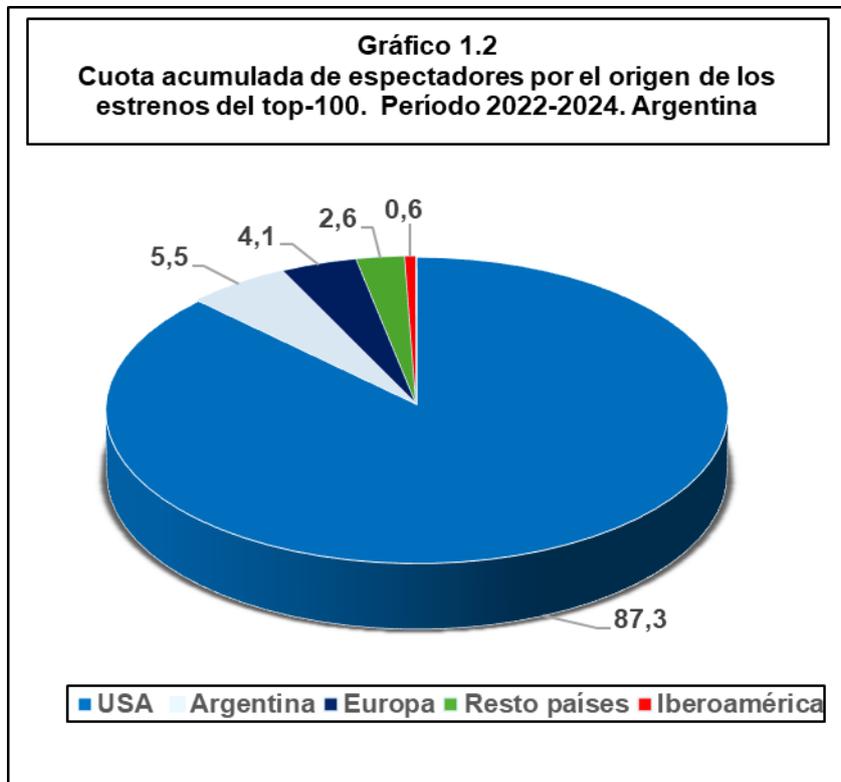
*Cuadro 1.2*  
*Distribución por el origen de los estrenos del Top-100. Argentina*

<b>ESPECTADORES</b>						
<b>Origen</b>	<b>2022</b>	<b>%</b>	<b>2023</b>	<b>%</b>	<b>2024</b>	<b>%</b>
USA	27.635.626	84,2	37.004.473	89,3	29.363.653	88,4
Argentina	2.534.627	7,7	2.793.176	6,7	654.675	2,0
Iberoamérica	295.562	0,9	236.661	0,6	79.380	0,2
Europa	1.049.786	3,2	717.200	1,7	2.432.355	7,3
Resto países	1.302.832	4,0	675.674	1,6	682.558	2,1
<b>Total</b>	<b>32.818.433</b>		<b>41.427.184</b>		<b>33.212.621</b>	

<b>INGRESOS</b>						
<b>Origen</b>	<b>2022</b>	<b>%</b>	<b>2023</b>	<b>%</b>	<b>2024</b>	<b>%</b>
USA	133.627.833	85,3	176.642.120	88,4	135.867.548	88,5
Argentina	10.884.733	7,0	14.577.835	7,3	2.939.920	1,9
Iberoamérica	1.239.130	0,8	1.042.146	0,5	390.011	0,3
Europa	4.549.329	2,9	4.229.772	2,1	11.964.263	7,8
Resto países	6.309.655	4,0	3.268.931	1,6	2.385.273	1,6
<b>Total</b>	<b>156.610.681</b>		<b>199.760.804</b>		<b>153.547.015</b>	

La cuota acumulada de espectadores en el trienio postpandemia 2022-2024 refleja el dominio del cine USA, con un 87,3% del mercado, seguido del cine argentino con un 5,5% y del cine europeo con un 4,1% (gráfico 1.2).

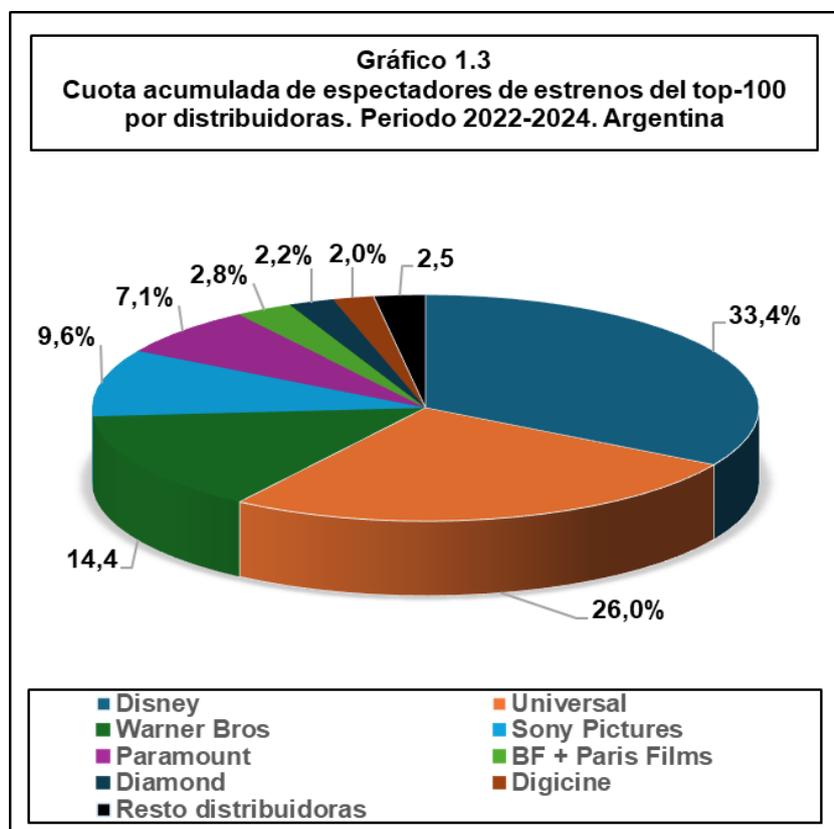


Las distribuidoras americanas, en 2024 representan en el top-100 una cuota conjunta de espectadores del 92,3% y las independientes el 7,7% restante (cuadro 1.3). Los Estudios con más entradas vendidas son Disney (14,8 millones) y Universal (6,8 millones).

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

Distribuidora	2022	%	2023	%	2024	%
Disney	9.954.690	30,3	10.412.611	25,1	14.867.166	44,8
Universal	9.454.772	28,8	11.798.265	28,5	6.865.095	20,7
Warner Bros	3.837.777	11,7	8.713.108	21,0	3.478.453	10,5
Sony	3.367.558	10,3	2.879.908	7,0	3.808.962	11,5
Paramount	3.394.372	10,3	2.587.771	6,2	1.627.911	4,9
Diamond	738.274	2,2	641.408	1,5	962.964	2,9
BF + Paris Films	569.559	1,7	2.108.447	5,1	568.258	1,7
Digicine	1.338.802	4,1	679.738	1,6	93.103	0,3
Imagem	0	0,0	98.911	0,2	529.299	1,6
Impacto Cine	95.301	0,3	0	0,0	35.152	0,1
Angel Studios	0	0,0	1.084.494	2,6	0	0,0
Resto distribuidoras	67.328	0,2	422.523	1,0	376.258	1,1
<b>Total</b>	<b>32.818.433</b>		<b>41.427.184</b>		<b>33.212.621</b>	

En el trienio 2022-2024, el porcentaje de espectadores acumulado por las *Majors* se sitúa en un 90,5% y el de las independientes en el 9,5% restante (gráfico 1.3). Las distribuidoras con más cuota de mercado son Disney (33,4%) y Universal (26%). Entre las independientes destaca BF+Paris Films (2,8%).



En 2024, el ranking de taquilla está liderado por la película estadounidense *Del revés 2* con 6,4 millones de espectadores, seguida de otros dos estrenos americanos con un rendimiento de más de 3 millones de espectadores cada uno: *Gru 4. Mi villano favorito* y *Deadpool y Lobezno*. Todos los estrenos del top-10 provienen de Estados Unidos, salvo la británica *Gladiator II* (cuadro 1.4).

*Cuadro 1.4*  
*Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2024. Argentina*

N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Del revés 2	USA	6.489.643	30.564.024
2	Gru 4. Mi villano favorito	USA	3.269.613	15.856.687
3	Deadpool y Lobezno	USA	3.004.646	15.711.305
4	Vaiana 2	USA	1.650.072	9.355.180
5	Kung Fu Panda 4	USA, Canadá	1.494.683	6.067.088
6	El reino del planeta de los simios	USA, Australia	958.167	4.193.113
7	Romper el círculo	USA	949.344	4.148.525
8	Gladiator II	R. Unido, USA	805.715	4.519.563
9	Godzilla y Kong: el nuevo imperio	USA, Australia	799.485	3.579.650
10	Migración: Un viaje patas arriba	USA, Canadá	788.979	2.465.328

En el *ranking* nacional, las dos producciones con más éxito son: *Muchachos, la película de la gente* (Jesús Braceras) con más de 162.000 espectadores y *El Jockey* (Luis Ortega) con casi 120.000 espectadores. En este *ranking*, hay siete películas íntegramente argentinas, dos en coproducción con España y una con Alemania (cuadro 1.5).

**Cuadro 1.5**  
**Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Año 2024. Argentina**

N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Muchachos	Argentina	162.399	1.107.773
2	El Jockey	Argentina, España, México	119.516	468.089
3	Nueve reinas	Argentina	83.023	194.090
4	Culpa cero	Argentina	72.008	320.379
5	Jaque mate	Argentina	60.182	183.805
6	Cuando acecha la maldad	Argentina	37.263	183.679
7	La Renga: Totalmente poseídos	Argentina	35.593	125.512
8	Gigantes	Argentina, Alemania	32.921	138.964
9	Linda	Argentina, España	29.072	103.930
10	El apocalipsis de San Juan	Argentina	22.698	113.698

El estreno iberoamericano más exitoso en 2024 en Argentina es el largometraje español *La habitación de al lado* (Pedro Almodóvar) con más de 50.000 espectadores, seguida de la producción mexicana *Parpadea dos veces* (Zoe Kravitz), con casi 28.000 espectadores (cuadro 1.6).

La película del resto de países más popular es la producción británica *Gladiator II* (en coproducción con USA), con más de 800.000 espectadores. Otros tres estrenos de Reino Unido que superaron los 300.000 espectadores son: *Wonka*, *La sustancia* y *Pobres criaturas*. La primera en coproducción con USA, la segunda con Francia y la tercera con Irlanda. El cine asiático fue protagonista con la película japonesa *El chico y la garza*, con más de 160.000 entradas vendidas.

**Cuadro 1.6**  
**Ranking de estrenos cinematográficos de otros países. Año 2024. Argentina**

<b>Iberoamérica</b>				
N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	La habitación de al lado	España	51.454	265.979
2	Parpadea dos veces	México, USA	27.926	124.033
<b>Resto de países</b>				
N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Gladiator II	R. Unido, USA	805.715	4.519.563
2	Wonka	R. Unido, USA	322.633	2.323.772
3	La sustancia	R. Unido, Francia	302.456	1.341.887
4	Pobres criaturas	Irlanda, R. Unido	300.526	987.930
5	El chico y la garza	Japón	161.737	498.292



## BOLIVIA

Los cines bolivianos en 2024 suman una asistencia de 6 millones de espectadores y recaudan 31,2 millones de dólares. La venta de entradas apenas se incrementa en 0,1 millones con respecto a 2023 (cuadro 1.7).

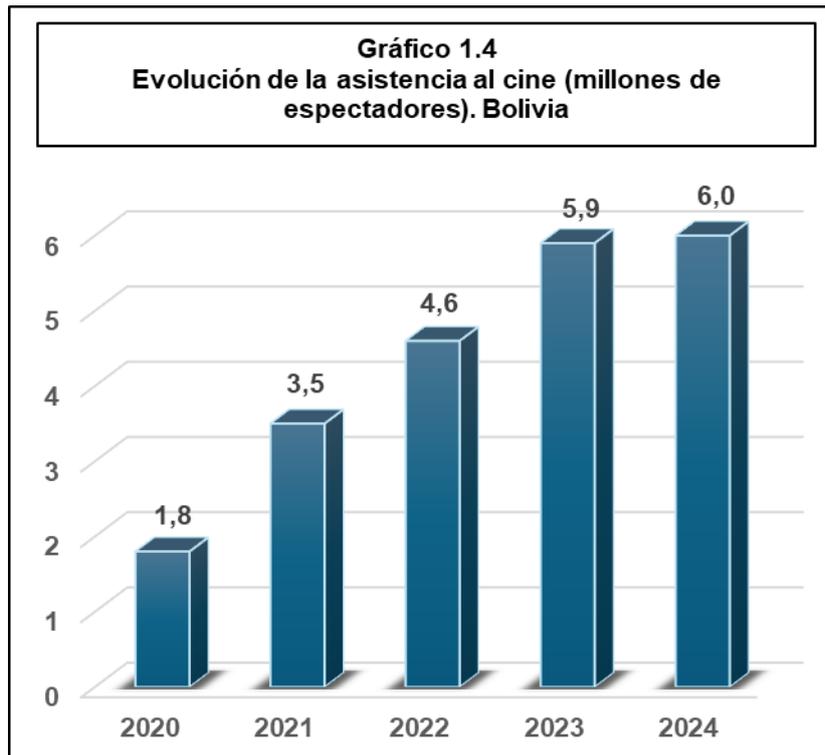
La audiencia anual se sitúa en 0,5 películas por habitante y el importe medio de la entrada asciende a 5,1 dólares. El número de estrenos nacionales representa el 4,3% y el cine boliviano obtiene una cuota de mercado del 0,8%.

La evolución de la venta de entradas en los últimos cinco años muestra un máximo de 6 millones de espectadores en 2024 y un mínimo de 1,8 en 2020 debido a la covid-19 (gráfico 1.4).

*Cuadro 1.7*

*Panorama cinematográfico en Bolivia*

Datos	2020	2021	2022	2023	2024
Población (millones)	11,6	11,8	12,0	12,2	12,3
Número de pantallas de cine	124	124	130	132	132
Ingresos cine (millones USD)	9,0	17,7	23,6	30,0	31,2
Espectadores cine (millones)	1,8	3,5	4,6	5,9	6,0
Espectadores cine nacional (millones)	0,02	0,03	0,11	0,008	0,05
Cuota de mercado cine nacional (%)	1,4	1,0	2,4	0,1	0,8
Número de estrenos totales	140	257	226	232	254
Número de estrenos extranjeros	134	243	210	22	243
Número de estrenos nacionales	6	14	16	10	11
Asistencia anual por habitante	0,2	0,3	0,4	0,5	0,5
Importe entrada (USD)	4,8	5,0	5,1	5,0	5,1



La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en 2024 en un 87,1% del total de espectadores, la del resto de países en un 6,1% y la cuota del cine europeo en un 5,5% (cuadro 1.8).

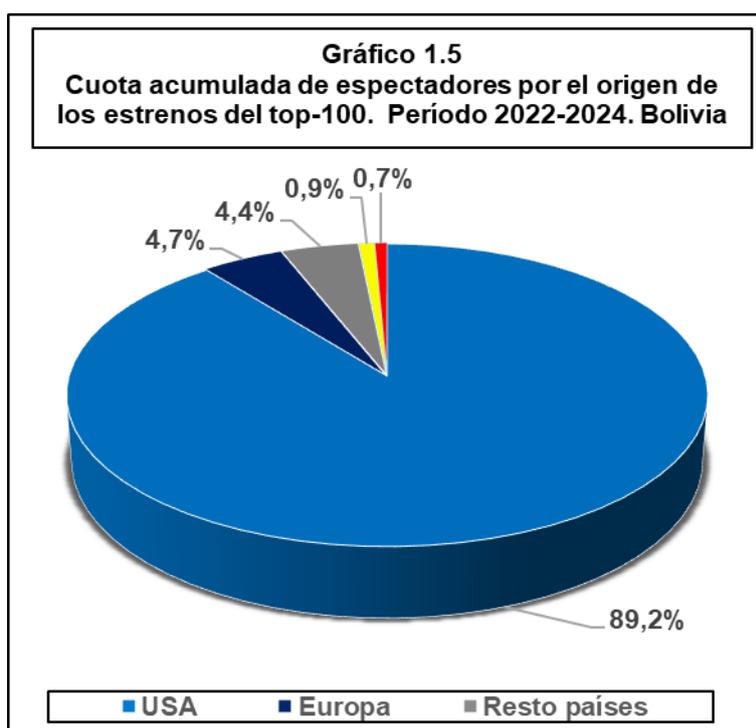
*Cuadro 1.8*  
*Distribución por el origen de los estrenos del Top-100. Bolivia*

<b>ESPECTADORES</b>						
<b>Origen</b>	<b>2022</b>	<b>%</b>	<b>2023</b>	<b>%</b>	<b>2024</b>	<b>%</b>
USA	3.927.113	88,2	5.243.158	92,4	4.992.763	87,1
Bolivia	94.499	2,1	0	0,0	40.566	0,7
Iberoamérica	41.953	0,9	36.394	0,6	28.014	0,5
Europa	183.362	4,1	257.314	4,5	317.974	5,5
Resto países	203.099	4,6	140.255	2,5	351.147	6,1
<b>Total</b>	<b>4.450.026</b>		<b>5.677.121</b>		<b>5.730.464</b>	

<b>INGRESOS</b>						
<b>Origen</b>	<b>2022</b>	<b>%</b>	<b>2023</b>	<b>%</b>	<b>2024</b>	<b>%</b>
USA	20.228.464	89,1	26.671.156	92,8	26.353.541	88,4
Bolivia	423.457	1,9	0	0,0	185.832	0,6
Iberoamérica	177.181	0,8	163.861	0,6	124.601	0,4
Europa	875.508	3,9	1.231.027	4,3	1.561.955	5,2
Resto países	1.008.392	4,4	687.798	2,4	1.575.673	5,3
<b>Total</b>	<b>22.713.002</b>		<b>28.753.843</b>		<b>29.801.602</b>	

La cuota acumulada de espectadores en el trienio postpandemia 2022-2024 refleja el dominio del cine USA, con un 89,2% del mercado, seguido del cine europeo con un 4,7% y del cine del resto de países con un 4,4% (gráfico 1.5).

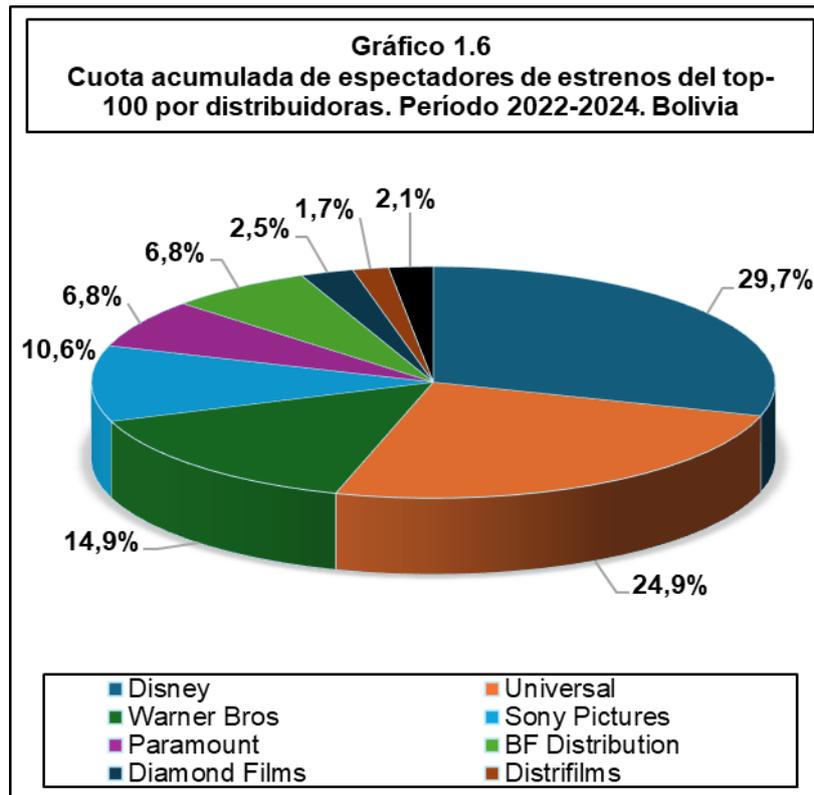


Las distribuidoras americanas, en 2024 representan en el top-100 una cuota conjunta de espectadores del 87,2% y las independientes el 12,8% restante (cuadro 1.9). Los *Estudios* con más entradas vendidas son Disney (2 millones) y Universal (1,1 millones).

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

Distribuidora	2022	%	2023	%	2024	%
Disney	1.485.050	33,4	1.124.004	19,8	2.058.852	35,9
Universal	1.121.634	25,2	1.700.643	30,0	1.113.165	19,4
Warner Bros	460.957	10,4	1.210.921	21,3	738.734	12,9
Sony Pictures	469.806	10,6	437.340	7,7	780.215	13,6
Paramount	382.251	8,6	375.595	6,6	306.328	5,3
BF Distribution	269.626	6,1	430.527	7,6	377.852	6,6
Independiente	51.483	1,2	42.037	0,7	71.962	1,3
Distrifilms	50.697	1,1	117.502	2,1	102.145	1,8
Diamond Films	148.330	3,3	81.766	1,4	167.999	2,9
Angel Studios	0	0,0	151.862	2,7	0	0,0
Navsa Films	0	0,0	0	0,0	13.212	0,2
Resto	10.192	0,2	4.924	0,1	0	0,0
<b>Total</b>	<b>4.450.026</b>		<b>5.677.121</b>		<b>5.730.464</b>	

En el trienio 2022-2024, el porcentaje de espectadores acumulado por las *Majors* se sitúa casi en un 87% y el de las independientes en el 13% restante (gráfico 1.6). Las distribuidoras con más cuota de mercado son Disney (29,7%) y Universal (24,9%). Entre las independientes destaca BF Distribution (6,8%).



En 2024, el ranking de taquilla está liderado por la película estadounidense *Del revés 2* con más de 700.000 espectadores, seguida de *Deadpool* y *Lobezno* con casi 500.000 y *Gru 4. Mi villano favorito* con más de 385.000 espectadores. Todos los estrenos del top-10 provienen de Estados Unidos (cuadro 1.10).

*Cuadro 1.10*  
*Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2024. Bolivia*

N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Del revés 2	USA	705.005	3.652.704
2	Deadpool y lobezno	USA	494.478	2.892.564
3	Gru 4. Mi villano favorito	USA	385.533	1.923.581
4	Kung Fu Panda 4	USA, Canadá	300.398	1.569.843
5	Vaiana 2	USA	289.021	1.642.777
6	Robot salvaje	USA	275.815	1.274.031
7	Godzilla y Kong: El nuevo imperio	USA, Australia	260.150	1.455.921
8	Mufasa: El rey Leon	USA, Canadá	194.260	1.292.999
9	Venom: El último baile	USA, R. Unido	188.314	1.103.744
10	El reino del planeta de los Simios	USA, Australia	174.654	981.795

En el ranking nacional, las dos producciones con más éxito son *El ladrón de perros* (Vinko Tomacic), con 18.385 espectadores, y *Mano propia* (Gory Patiño), con más de 13.000 espectadores. En este ranking, hay ocho películas íntegramente bolivianas, una en coproducción con Chile y Ecuador y otra con Reino Unido (cuadro 1.11).

Cuadro 1.11

## Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Año 2024. Bolivia

N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	El ladrón de perros	Bolivia, Chile, Ecuador	18.385	92.822
2	Mano propia	Bolivia	13.247	55.701
3	Los viejos soldados	Bolivia	8.934	37.310
4	La lengua desnuda	Bolivia	1.671	8.148
5	El llamado de Ajayu	Bolivia	457	1.316
6	Baulera 12	Bolivia, R. Unido	365	2.116
7	Llaki	Bolivia	317	1.363
8	Después del después	Bolivia	259	1.309
9	Nicola	Bolivia	204	946
10	Un abrazo en el Chaco	Bolivia	81	352

El estreno iberoamericano más exitoso en 2024 en Bolivia es el largometraje peruano *Vaguito* (Alex Hidalgo) con más de 13.000 espectadores, seguida de la producción argentina *Cuando acecha la maldad* (Demián Rugna), con 9.281 espectadores (cuadro 1.12).

Las películas del resto de países más populares son las producciones británicas *La sustancia* (94.106 espectadores), *Gladiator II* (74.258 espectadores) y *Wonka* (59.182 espectadores). El cine asiático fue protagonista con la película china *Hachiko* y la japonesa *Guardianes de la noche 3*, con más de 50.000 espectadores cada una.

Cuadro 1.12

## Ranking de estrenos cinematográficos iberoamericanos. Año 2024. Bolivia

Iberoamérica				
N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Vaguito	Perú	13.212	63.646
2	Cuando acecha la maldad	Argentina	9.281	36.510
3	Herencia siniestra	Portugal	5.521	24.445
Resto de países				
N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	La sustancia	R. Unido, Francia	94.106	419.948
2	Gladiator II	R. Unido, USA	74.258	452.173
3	Wonka	R. Unido, USA	59.182	258.688
4	Hachiko	China	52.598	235.523
5	Guardianes de la noche 3	Japón	51.461	215.321



## BRASIL

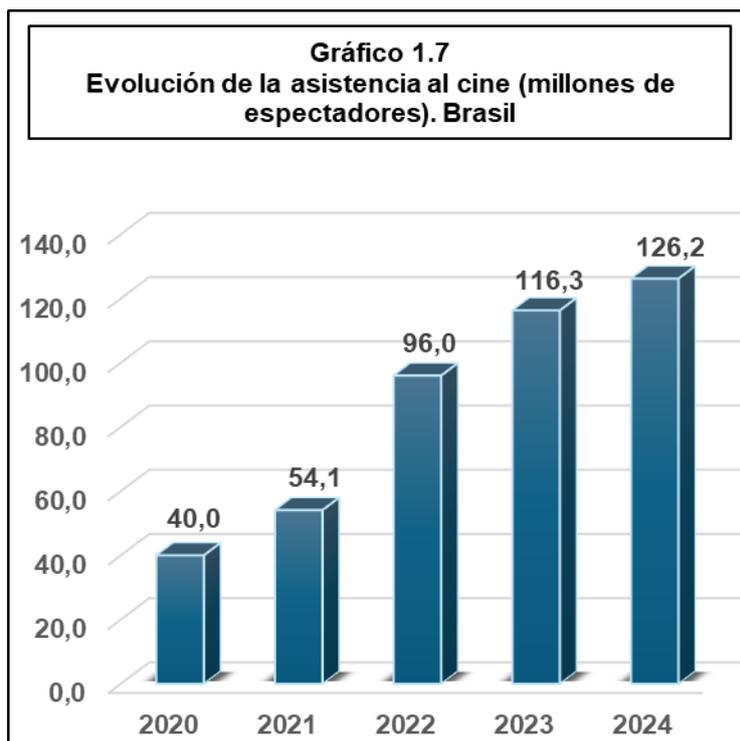
Los cines brasileños en 2024 suman una asistencia de 126,2 millones de espectadores y recaudan 463,4 millones de dólares. La venta de entradas en las salas aumenta en casi 10 millones con respecto a 2023 (cuadro 1.13).

La audiencia anual se sitúa en 0,6 películas por habitante y el importe medio de la entrada asciende a 3,7 dólares. El número de estrenos nacionales representa el 43,2% y el cine brasileño obtiene una cuota de mercado del 10%.

La evolución de la venta de entradas en los últimos cinco años muestra un aumento progresivo desde el mínimo de 40 millones en 2020 debido a la covid-19 hasta los 126,2 millones de 2024. Respecto al máximo de 175,1 millones de 2019, las salas de cine todavía tienen que recuperar casi 50 millones de espectadores (gráfico 1.7).

*Cuadro 1.13*  
*Panorama cinematográfico en Brasil*

Datos	2020	2021	2022	2023	2024
Población (millones)	209,1	210,1	210,8	211,7	212,6
Número de pantallas de cine	3.477	3.266	3.415	3.468	3.510
Ingresos cine (millones USD)	154,0	176,3	354,5	453,5	463,4
Asistencia espectadores (millones)	40,0	54,1	96,0	116,3	126,2
Espectadores cine nacional (millones)	8,70	0,89	4,02	3,70	12,63
Cuota de mercado cine nacional (%)	21,7	1,7	4,2	3,2	10,0
Número de estrenos totales	175	308	385	415	456
Número de estrenos extranjeros	115	180	212	254	259
Número de estrenos nacionales	60	128	173	161	197
Asistencia anual por habitante	0,2	0,3	0,4	0,5	0,6
Importe entrada (USD)	3,1	3,3	3,7	3,9	3,7

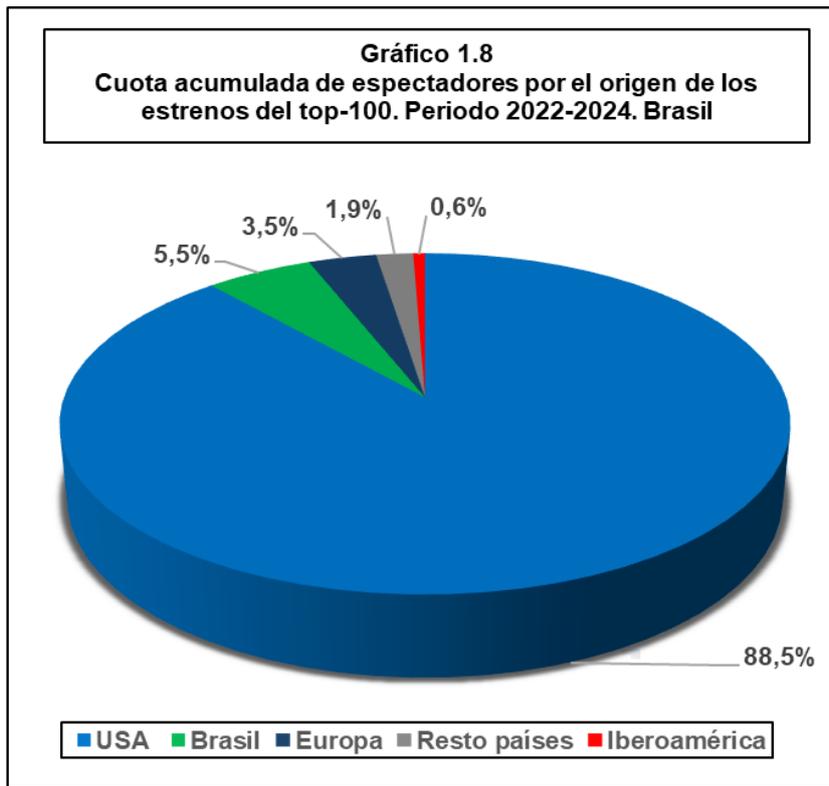


La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en 2024 en un casi en 84% del total de espectadores, la del cine brasileño en un 10% y la del europeo en un 4,4% (cuadro 1.14).

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

<i>ESPECTADORES</i>						
<b>Origen</b>	<b>2022</b>	<b>%</b>	<b>2023</b>	<b>%</b>	<b>2024</b>	<b>%</b>
USA	83.424.720	88,5	105.088.471	93,4	99.799.630	83,6
Brasil	3.505.359	3,7	3.071.095	2,7	11.876.024	10,0
Iberoamérica	1.113.673	1,2	469.349	0,4	332.672	0,3
Europa	3.710.470	3,9	2.386.792	2,1	5.240.637	4,4
Resto países	2.504.158	2,7	1.502.191	1,3	2.079.651	1,7
<b>Total</b>	<b>94.258.380</b>		<b>112.517.898</b>		<b>119.328.614</b>	
<i>INGRESOS</i>						
<b>Origen</b>	<b>2022</b>	<b>%</b>	<b>2023</b>	<b>%</b>	<b>2024</b>	<b>%</b>
USA	308.377.816	88,5	410.334.176	93,4	363.333.177	82,8
Brasil	11.780.831	3,4	11.407.647	2,6	45.181.328	10,3
Iberoamérica	3.785.815	1,1	1.755.644	0,4	1.318.992	0,3
Europa	14.227.616	4,1	9.555.143	2,2	21.599.452	4,9
Resto países	10.128.131	2,9	6.445.675	1,5	7.377.447	1,7
<b>Total</b>	<b>348.300.209</b>		<b>439.498.286</b>		<b>438.810.396</b>	

La cuota acumulada de espectadores en el trienio postpandemia 2022-2024 refleja el dominio del cine USA, con un 88,5% del mercado, seguido del cine brasileño con un 5,5% y del cine europeo con un 3,5% (gráfico 1.8).

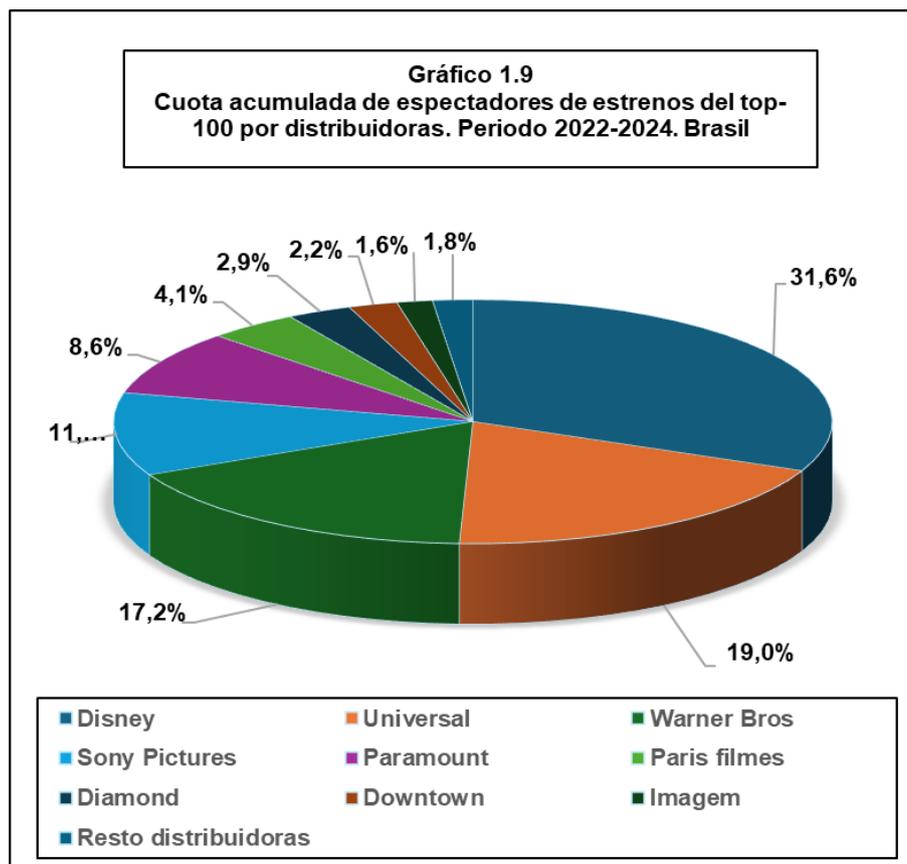


Las distribuidoras americanas, en 2024 representan en el top-100 una cuota conjunta de espectadores del 85,5% y las independientes el 14,5% restante (cuadro 1.15). Los *Estudios* con más entradas vendidas son Disney (48,6 millones) y Sony Pictures (17,5 millones).

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

Distribuidora	2022	%	2023	%	2024	%
Disney	30.418.334	32,3	24.365.837	21,7	48.650.533	40,8
Universal	17.175.654	18,2	29.230.463	26,0	15.307.834	12,8
Warner Bros	15.446.692	16,4	27.164.517	24,1	13.394.957	11,2
Sony Pictures	10.096.236	10,7	8.624.279	7,7	17.521.060	14,7
Paramount	11.595.805	12,3	8.326.628	7,4	7.103.315	6,0
Imagem	1.237.175	1,3	1.113.696	1,0	2.862.431	2,4
Paris Filmes	1.097.059	1,2	8.871.658	7,9	3.786.320	3,2
Downtown	2.245.352	2,4	847.348	0,8	4.032.194	3,4
California	78.568	0,1	936.204	0,8	378.987	0,3
H2O Films	0	0,0	181.223	0,2	1.584.926	1,3
Diamond	3.850.305	4,1	1.583.441	1,4	3.969.252	3,3
Resto distribuidoras	1.017.200	1,1	1.272.604	1,1	736.805	0,6
<b>Total</b>	<b>94.258.380</b>		<b>112.517.898</b>		<b>119.328.614</b>	

En el trienio 2022-2024, el porcentaje de espectadores acumulado por las *Majors* se sitúa en un 87,4% y el de las independientes en el 12,6% restante (gráfico 1.9). Las distribuidoras con más cuota de mercado son Disney (31,6%) y Universal (19%). Entre las independientes destaca Paris Filmes (4,1%).



En 2024, el ranking de taquilla está liderado ampliamente por la película estadounidense *Del revés 2* con 22,4 millones de espectadores, seguida de otros tres estrenos americanos con un rendimiento en los cines de más de 7 millones de espectadores cada uno: *Vaiana 2*, *Gru 4. Mi villano favorito* y *Deadpool y Lobezno*. Todos los estrenos del top-10 provienen de Estados Unidos, salvo la cinta brasileña *Ainda estou aqui* (cuadro 1.16).

*Cuadro 1.16*  
*Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2024. Brasil*

N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Del revés 2	USA	22.453.714	82.558.530
2	Vaiana 2	USA	7.955.091	27.284.200
3	Gru 4. Mi villano favorito	USA	7.921.918	27.446.516
4	Deadpool y Lobezno	USA	7.440.021	27.708.301
5	Ainda estou aqui	Brasil, Francia	3.033.992	11.617.534
6	El especialista	USA	3.003.564	9.010.642
7	La fragua	USA	2.971.084	10.383.060
8	El reino del planeta de los simios	USA	2.913.600	11.270.760
9	Venom: El último baile	USA, Australia	2.584.285	9.113.392
10	Mufasa: El rey León	USA, R. Unidos	2.412.160	8.708.795

En el *ranking* nacional, la producción con más éxito es la mencionada *Ainda estou aqui* (Walter Salles) con 3 millones de espectadores y casi 12 millones de dólares de ingresos en las taquillas de los cines brasileños. Estos datos la aúpan al top-5 del ranking cinematográfico. Otros cuatro estrenos superaron el millón de espectadores: *Os Farofeiros 2* (Roberto Santucci), *Minha Irmã e Eu* (Susana García), *Nosso Lar 2* (Wagner de Assis) y *O auto da compadecida 2* (Guel Arraes). En este *ranking*, todas las películas son íntegramente brasileñas (cuadro 1.17).

**Cuadro 1.17**  
**Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Año 2024. Brasil**

N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Ainda estou aqui	Brasil	3.033.992	11.617.534
2	Os Farofeiros 2	Brasil	1.907.848	7.314.726
3	Minha Irmã e Eu	Brasil	1.827.465	7.043.188
4	Nosso Lar 2: Os oensageiros	Brasil	1.645.608	6.517.986
5	O auto da compadecida 2	Brasil	1.375.069	4.970.128
6	Mamonas assassinas	Brasil	554.937	2.099.123
7	Noah's Ark	Brasil	366.361	1.302.068
8	Evidências do amor	Brasil	296.819	1.207.351
9	Príncipe Lu e a lenda do Dragão	Brasil	209.857	794.482
10	Turma da Mônica jovem	Brasil	205.799	753.121

El estreno iberoamericano más exitoso en 2024 en Brasil es el largometraje español *La habitación de al lado* (Pedro Almodóvar) con más de 120.000 espectadores, seguida de la producción argentina *Cuando acecha la maldad* (Demián Rugna) y la mexicana *Parpadea dos veces* (Zoe Kravitz), ambas con 105.000 espectadores (cuadro 1.18).

La película del resto de países más popular es la producción británica *Gladiator II* (en coproducción con USA), con 2,1 millones de espectadores. Otros estrenos con un éxito significativo es la coproducción entre Irlanda y Reino Unido, *Pobres criaturas*, con casi 750.000 espectadores y las anglo-francesas *Vivir el momento* y *La sustancia*, ambas con más de 450.000 espectadores.

**Cuadro 1.18**  
**Ranking de estrenos cinematográficos de otros países. Año 2024. Brasil**

<b>Iberoamérica</b>				
N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	La habitación de al lado	España	122.149	495.076
2	Cuando acecha la maldad	Argentina	105.442	417.626
3	Parpadea dos veces	México, USA	105.081	406.290
<b>Resto de países</b>				
N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Gladiator II	R. Unido, USA	2.106.273	8.602.514
2	Pobres criaturas	Irlanda, R. Unido	745.272	3.199.303
3	Vivir el momento	R. Unido, Francia	482.777	1.760.121
4	La sustancia	R. Unido, Francia	459.084	1.888.546
5	Wonka	R. Unido, USA	347.453	1.371.913



## CHILE

Los cines chilenos en 2024 suman una asistencia de 21,6 millones de espectadores y recaudan 104,6 millones de dólares. La venta de entradas se reduce en 2,7 millones con respecto a 2023 (cuadro 1.19).

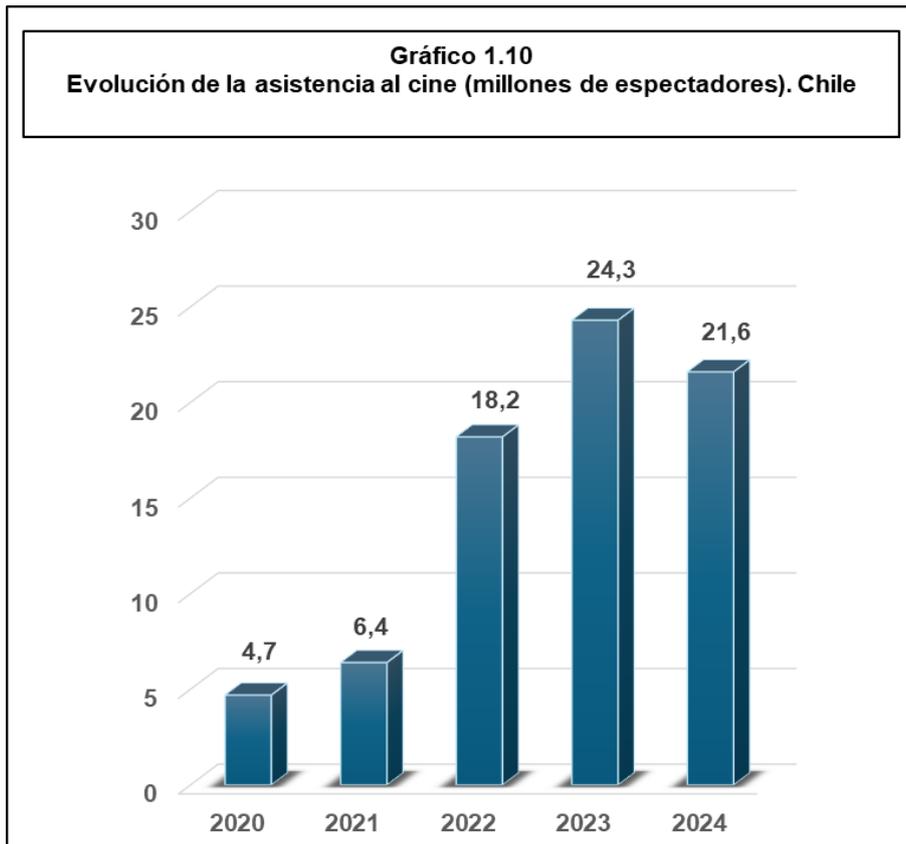
La audiencia anual se sitúa en 1,1 películas por habitante y el importe medio de la entrada asciende a 4,8 dólares. El número de estrenos nacionales representa el 11,8% y el cine argentino obtiene una cuota de mercado del 1,9%.

La evolución de la venta de entradas en los últimos cinco años muestra un máximo de 24,3 millones de espectadores en 2023 y un mínimo de 4,7 en 2020 debido a la covid-19 (gráfico 1.10).

*Cuadro 1.19*

*Panorama cinematográfico en Chile*

	2020	2021	2022	2023	2024
Población (millones)	19,4	19,6	19,8	19,9	20,0
Número de pantallas de cine	475	478	495	495	495
Ingresos cine (millones USD)	18,8	31,7	84,5	124,5	104,6
Espectadores cine (millones)	4,7	6,4	18,2	24,3	21,6
Espectadores cine nacional (millones)	0,36	0,01	0,09	0,61	0,40
Cuota de mercado cine nacional (%)	7,7	0,1	0,5	2,5	1,9
Número de estrenos totales	62	133	196	241	280
Número de estrenos extranjeros	55	126	175	215	247
Número de estrenos nacionales	7	7	21	26	33
Asistencia anual por habitante	0,2	0,3	0,9	1,2	1,1
Importe entrada (USD)	4,0	4,9	4,6	5,1	4,8



La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en 2024 en un 87,1% del total de espectadores, la del cine europeo en un 7,8% y la cuota del resto de países en el 4,7% (cuadro 1.20).

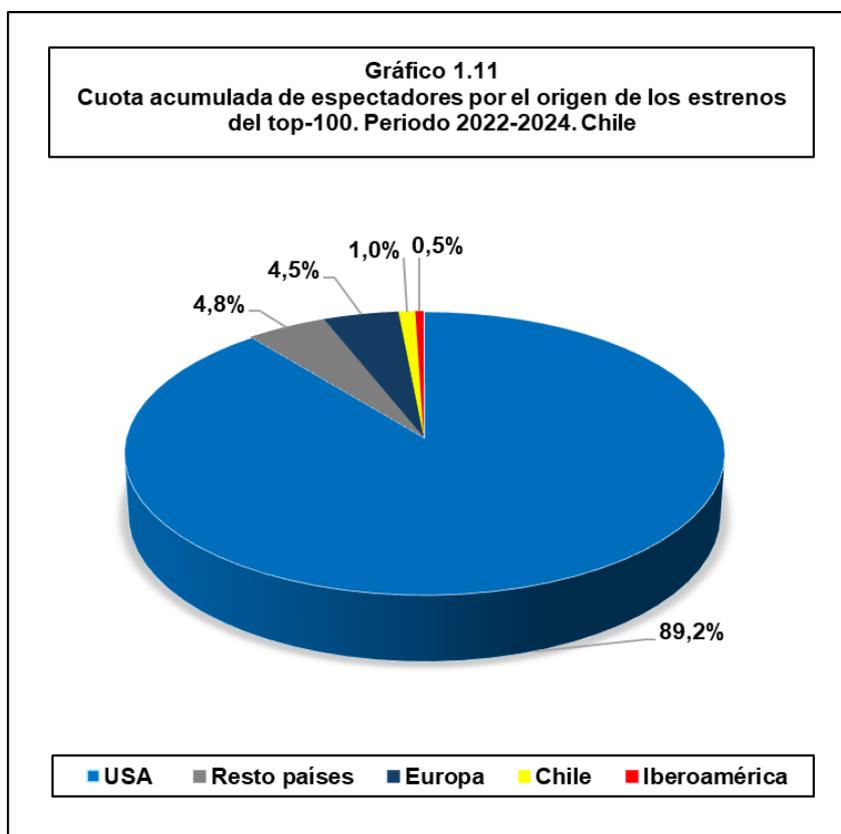
*Cuadro 1.20*  
*Distribución por el origen de los estrenos del Top-100. Chile*

<i>ESPECTADORES</i>						
<b>Origen</b>	<b>2022</b>	<b>%</b>	<b>2023</b>	<b>%</b>	<b>2024</b>	<b>%</b>
USA	16.082.956	89,1	21.830.757	91,4	18.310.898	87,1
Chile	74.661	0,4	589.549	2,5	36.693	0,2
Iberoamérica	149.277	0,8	116.999	0,5	52.038	0,2
Europa	609.008	3,4	532.128	2,2	1.635.237	7,8
Resto países	1.131.246	6,3	823.189	3,4	985.734	4,7
<b>Total</b>	<b>18.047.148</b>		<b>23.892.622</b>		<b>21.020.600</b>	

<i>INGRESOS</i>						
<b>Origen</b>	<b>2022</b>	<b>%</b>	<b>2023</b>	<b>%</b>	<b>2024</b>	<b>%</b>
USA	74.681.778	89,4	112.977.108	92,0	89.504.130	87,6
Chile	318.981	0,4	2.603.429	2,1	237.762	0,2
Iberoamérica	600.876	0,7	557.083	0,5	200.122	0,2
Europa	2.881.001	3,4	2.583.869	2,1	7.432.154	7,3
Resto países	5.067.730	6,1	4.097.960	3,3	4.801.324	4,7
<b>Total</b>	<b>83.550.366</b>		<b>122.819.449</b>		<b>102.175.492</b>	

La cuota acumulada de espectadores en el trienio postpandemia 2022-2024 refleja el dominio del cine USA con un 89,2% del mercado, seguido del cine del resto de países con un 4,8% y del cine europeo con un 4,5% (gráfico 1.11).

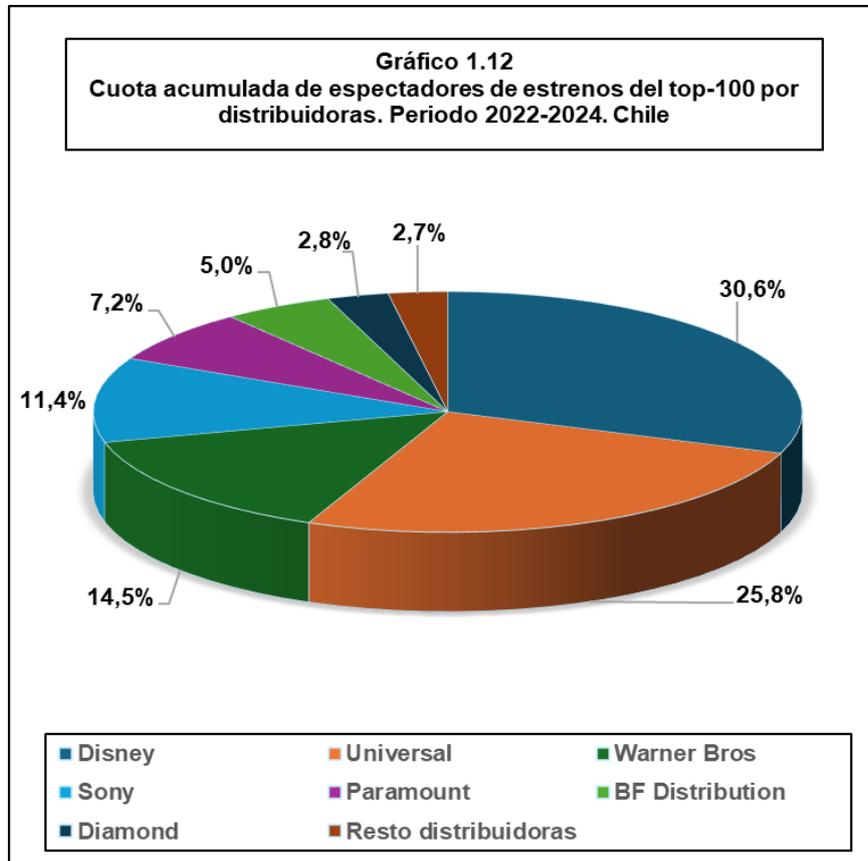


Las distribuidoras americanas, en 2024 representan en el top-100 una cuota conjunta de espectadores del 91,2% y las independientes el 8,8% restante (cuadro 1.21). Los *Estudios* con más entradas vendidas son Disney (8,5 millones) y Universal (4,2 millones).

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

Distribuidora	2022	%	2023	%	2024	%
Disney	5.467.697	30,3	4.956.543	20,7	8.577.664	40,8
Universal	4.638.613	25,7	7.554.168	31,6	4.233.790	20,1
Warner Bros	2.223.247	12,3	4.710.610	19,7	2.432.401	11,6
Sony	2.276.919	12,6	2.137.507	8,9	2.647.748	12,6
Paramount	1.920.892	10,6	1.192.994	5,0	1.284.669	6,1
BF distribution	470.464	2,6	2.094.193	8,8	747.685	3,6
Diamond	818.519	4,5	299.111	1,3	544.976	2,6
Andes films	35.446	0,2	0	0,0	0	0,0
New Century	136.868	0,8	96.498	0,4	81.665	0,4
Independent	0	0,0	498.129	2,1	356.426	1,7
Angel Studios	0	0,0	280.380	1,2	0	0,0
Resto distribuidoras	58.483	0,3	72.489	0,3	113.576	0,5
<b>Total</b>	<b>18.047.148</b>	<b>100,0</b>	<b>23.892.622</b>	<b>100,0</b>	<b>21.020.600</b>	<b>100,0</b>

En el trienio 2022-2024, el porcentaje de espectadores acumulado por las *Majors* se sitúa en un 89,5% y el de las independientes en el 11,5% restante (gráfico 1.12). Las distribuidoras con más cuota de mercado son Disney (30,6%) y Universal (25,8%). Entre las independientes destaca BF Distribution (5%).



En 2024, el ranking de taquilla está liderado por la película estadounidense *Del revés 2* con 3,7 millones de espectadores, seguida de otros tres estrenos americanos con un rendimiento de más de un millón de espectadores cada uno: *Deadpool y Lobezno*, *Gru 4. Mi villano favorito* y *Vaiana 2*. Todos los estrenos del top-10 provienen de Estados Unidos, salvo la británica *Gladiator II* (cuadro 1.22).

**Cuadro 1.22**  
**Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2024. Chile**

N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Del revés 2	USA	3.769.228	19.406.536
2	Deadpool y Lobezno	USA	1.885.794	9.965.321
3	Gru 4. Mi villano favorito	USA	1.697.037	8.428.996
4	Vaiana 2	USA	1.161.031	6.153.126
5	Kung Fu Panda 4	USA, Canadá	996.265	4.468.537
6	Robot salvaje	USA	867.288	3.743.443
7	The Garfield movie	USA, R. Unido	549.221	2.433.544
8	El reino del planeta de los simios	USA, Australia	518.061	2.585.491
9	Gladiator II	R. Unido, USA	505.200	2.644.315
10	Godzilla y Kong: el nuevo imperio	USA, Australia	466.581	2.090.528

En el *ranking* nacional, las dos producciones con más éxito son el largometraje documental *Los Bunkers: MTV unplugged* (Pablo Larraín) y el *western* chileno *Los Colonos* (Felipe Gálvez), superando ambas los 17.000 espectadores (cuadro 1.23). En este *ranking*, hay cinco películas íntegramente chilenas y otras cinco en coproducción con países iberoamericanos (Argentina, Bolivia, Brasil, Ecuador y España).

**Cuadro 1.23**  
*Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Año 2024. Chile*

N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Los Bunkers: MTV unplugged	Chile	19.588	161.162
2	Los Colonos	Chile, Argentina, Francia	17.105	76.424
3	La contadora de películas	Chile, España, Francia	7.724	33.278
4	Historia y geografía	Chile	3.433	13.565
5	Malas costumbres	Chile	2.850	12.326
6	Análogos	Chile	2.794	12.254
7	El fantasma	Chile, Argentina, Brasil	2.357	10.948
8	El ladrón de perros	Chile, Bolivia, Ecuador	1.789	5.552
9	Los afectos	Chile, Ecuador	1.375	4.636
10	Tupungato	Chile	1.085	3.836

El estreno iberoamericano más exitoso en 2024 en Chile es la cinta de terror argentina *Cuando acecha la maldad* (Demián Rugna), con casi 35.000 espectadores, seguido de la producción de animación española *Robot Dreams* (Pablo Berger), con más de 17.000 (cuadro 1.24).

La película del resto de países más popular es la producción británica *Gladiator II* (en coproducción con USA), con más de medio millón de espectadores, seguida de la también británica *Wonka* con casi 400.000 espectadores. El cine asiático fue protagonista con los estrenos japoneses *El chico y la garza* (281.381 espectadores) y *Guardianes de la noche 3* (190.132 espectadores).

**Cuadro 1.24**  
*Ranking de estrenos cinematográficos de otros países. Año 2024. Chile*

<i>Iberoamérica</i>				
N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Cuando acecha la maldad	Argentina	34.762	133.605
2	Robot Dreams	España, Francia	17.276	66.516
<i>Resto de países</i>				
N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Gladiator II	R. Unido, USA	505.200	2.644.315
2	Wonka	R. Unido, USA	396.110	1.712.334
3	El chico y la garza	Japón	281.381	1.256.905
4	La sustancia	R. Unido, Francia	272.476	1.127.784
5	Guardianes de la noche 3	Japón	190.132	946.032



## COLOMBIA

Los cines colombianos en 2024 suman una asistencia de casi 50 millones de espectadores y recaudan 143,6 millones de dólares. La venta de entradas se reduce en 4,5 millones con respecto a 2023 (cuadro 1.25).

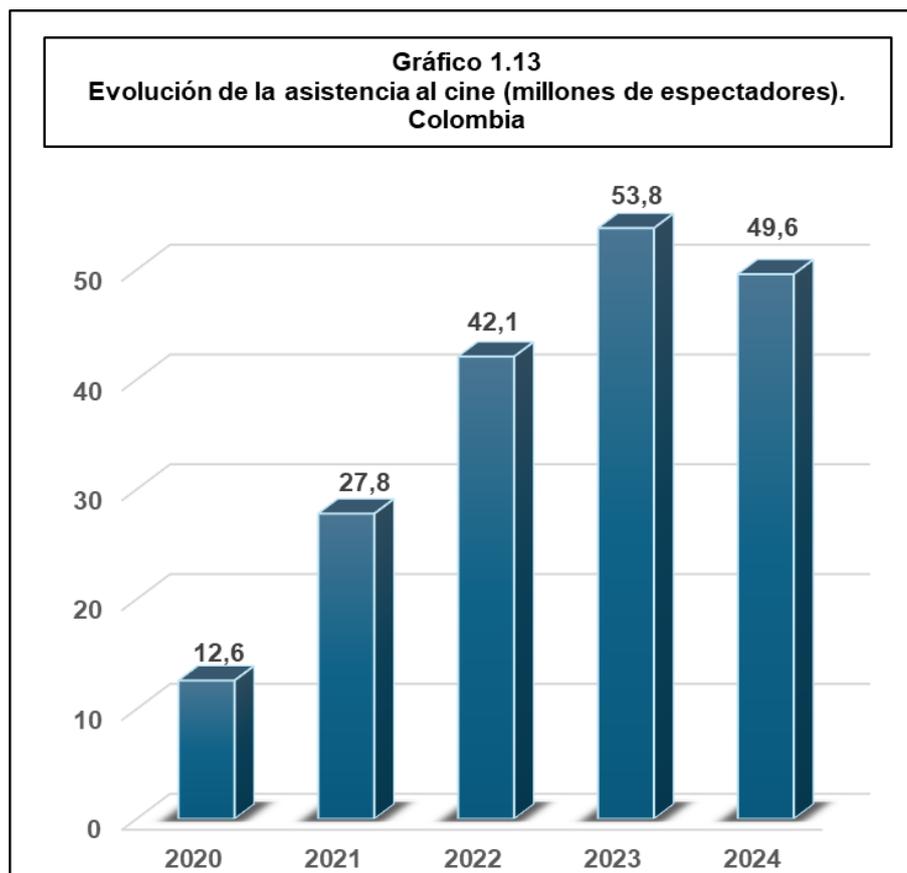
La audiencia anual se sitúa en 0,9 películas por habitante y el importe medio de la entrada asciende a 2,5 dólares. El número de estrenos nacionales representa casi un 20% y el cine colombiano obtiene una cuota de mercado del 2,4%.

La evolución de la venta de entradas en los últimos cinco años muestra un máximo de 53,8 millones de espectadores en 2023 y un mínimo de 12,6 en 2020 debido a la covid-19 (gráfico 1.13).

*Cuadro 1.25*

*Panorama cinematográfico en Colombia*

Datos	2020	2021	2022	2023	2024
Población (millones)	50,3	50,8	51,6	52,2	52,6
Número de pantallas de cine	1.210	1.224	1.239	1.260	1.275
Ingresos cine (millones USD)	35,8	78,4	112,9	148,1	143,6
Espectadores cine (millones)	12,6	27,8	42,1	53,8	49,6
Espectadores cine nacional (millones)	0,85	0,95	1,33	0,63	1,17
Cuota de mercado cine nacional (%)	6,8	3,4	3,2	1,2	2,4
Número de estrenos totales	125	213	279	328	396
Número de estrenos extranjeros	98	183	222	256	317
Número de estrenos nacionales	27	30	57	72	79
Asistencia anual por habitante	0,2	0,5	0,8	1,0	0,9
Importe entrada (USD)	2,4	2,5	2,6	2,7	2,5



La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en 2024 en un 87,5% del total de espectadores, la del cine europeo en un 6,7% y la cuota del resto de países en un 3,5% (cuadro 1.26).

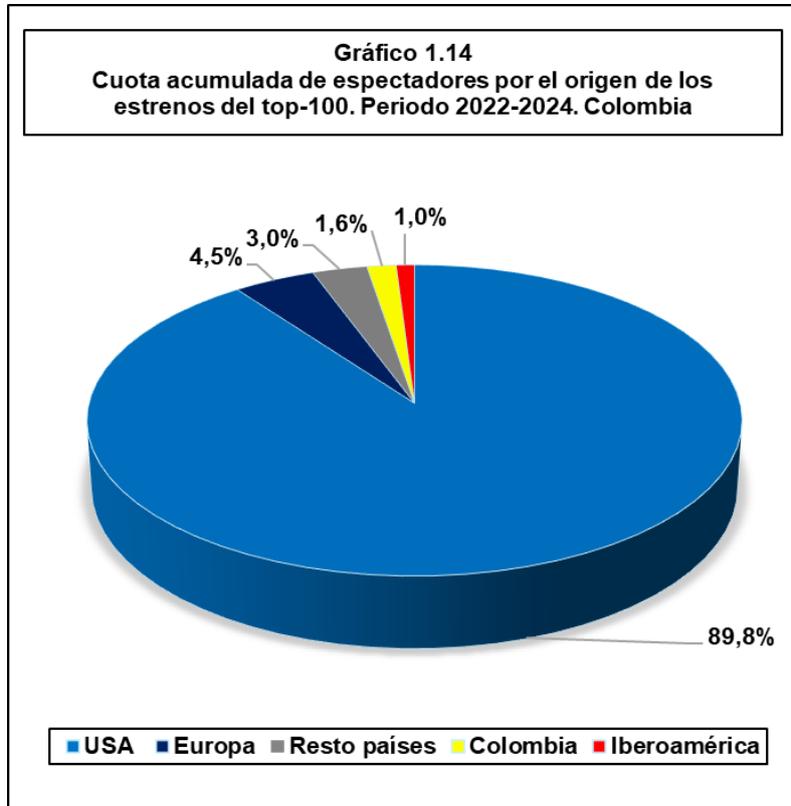
*Cuadro 1.26*  
*Distribución por el origen de los estrenos del Top-100. Colombia*

ESPECTADORES						
Origen	2022	%	2023	%	2024	%
USA	35.660.035	88,3	48.218.492	93,9	40.472.647	87,5
Colombia	991.612	2,5	378.874	0,7	663.351	1,4
Iberoamérica	448.995	1,1	483.315	0,9	434.672	0,9
Europa	1.584.277	3,9	1.550.260	3,0	3.079.973	6,7
Resto países	1.679.309	4,2	730.497	1,4	1.599.540	3,5
<b>Total</b>	<b>40.364.228</b>		<b>51.361.438</b>		<b>46.250.183</b>	

INGRESOS						
Origen	2022	%	2023	%	2024	%
USA	96.066.083	88,7	134.237.613	93,8	119.361.690	87,2
Colombia	2.403.739	2,2	1.006.295	0,7	1.896.449	1,4
Iberoamérica	1.021.899	0,9	1.218.465	0,9	1.186.822	0,9
Europa	4.468.148	4,1	4.426.194	3,1	9.525.711	7,0
Resto países	4.401.740	4,1	2.203.068	1,5	4.859.595	3,6
<b>Total</b>	<b>108.361.609</b>		<b>143.091.635</b>		<b>136.830.267</b>	

La cuota acumulada de espectadores en el trienio postpandemia 2022-2024 refleja el dominio del cine USA, con un 89,8% del mercado, seguido del cine europeo con un 4,5% y del cine del resto de países con un 3% (gráfico 1.14).

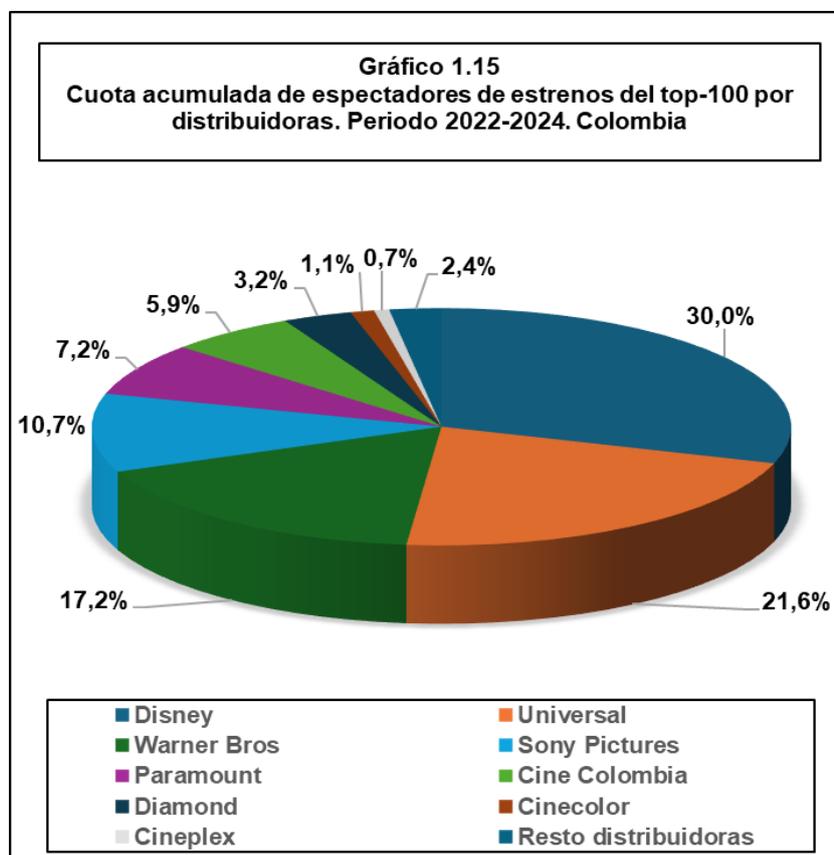


Las distribuidoras americanas, en 2024 representan en el top-100 una cuota conjunta de espectadores de casi el 87% y las independientes el 13% restante (cuadro 1.27). Los *Estudios* con más entradas vendidas son Disney (16,5 millones), Universal (7,2 millones) y Warner (7,1 millones).

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

Distribuidora	2022	%	2023	%	2024	%
Disney	13.580.751	33,6	10.579.468	20,6	16.593.746	35,9
Universal	8.623.509	21,4	14.255.001	27,8	7.242.883	15,7
Warner Bros	5.587.294	13,8	11.485.757	22,4	7.150.875	15,5
Sony Pictures	4.210.643	10,4	3.813.115	7,4	6.627.473	14,3
Paramount	3.691.558	9,1	3.552.208	6,9	2.567.858	5,6
Cine Colombia	2.293.255	5,7	4.422.241	8,6	1.504.390	3,3
Cinecolor	386.239	1,0	337.788	0,7	740.894	1,6
Cineplex	191.817	0,5	33.266	0,1	638.819	1,4
Diamond	1.368.714	3,4	862.706	1,7	2.070.036	4,5
Santa Bárbara	294.331	0,7	129.257	0,3	413.556	0,9
Angel Studios	0	0,0	1.620.595	3,2	0	0,0
Resto distribuidoras	136.117	0,3	270.036	0,5	699.653	1,5
<b>Total</b>	<b>40.364.228</b>		<b>51.361.438</b>		<b>46.250.183</b>	

En el trienio 2022-2024, 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 1.15). Las distribuidoras con más cuota de mercado son Disney (30%) y Universal (21,6%). Entre las independientes destaca Cine Colombia (5,9%).



En 2024, el ranking de taquilla está liderado por la película estadounidense *Del revés 2* con 7 millones de espectadores, seguida de *Deadpool y Lobezno* con un rendimiento de 3,3 millones, *Gru 4. Mi villano favorito* con 2,6 millones de espectadores y *Vaiana 2* con 2,4 millones. Todos los estrenos del top-10 provienen de Estados Unidos (cuadro 1.28).

**Cuadro 1.28**  
**Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2024. Colombia**

N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Del revés 2	USA	7.005.602	20.278.874
2	Deadpool y Lobezno	USA	3.362.343	10.826.987
3	Gru 4. Mi villano favorito	USA	2.682.857	7.435.147
4	Vaiana 2	USA	2.424.750	6.409.520
5	Kung Fu Panda 4	USA, Canadá	1.657.719	4.869.888
6	El reino del planeta de los simios	USA, Australia	1.573.669	4.955.623
7	Robot salvaje	USA	1.556.392	4.102.037
8	Bad Boys 4	USA	1.555.846	4.779.394
9	Godzilla y Kong: El nuevo imperio	USA, Australia	1.482.345	4.783.660
10	Venom: El último baile	USA, R. Unido	1.301.891	3.767.169

En el *ranking* nacional, las dos producciones con más éxito son las comedias *El paseo 7* (Ricardo Coral), con más de 355.000 espectadores, y *Especial Éste - Camilo Sánchez* (Andrés Valencia) con 122.273 espectadores. En este *ranking*, todas las películas son íntegramente colombianas (cuadro 1.29).

**Cuadro 1.29**  
*Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Año 2024. Colombia*

N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	El paseo 7	Colombia	355.897	975.065
2	Especial Éste - Camilo Sánchez	Colombia	122.273	345.166
3	La pena máxima 2	Colombia	81.967	266.387
4	Los de la culpa	Colombia	64.663	205.383
5	Asalto al mayor	Colombia	38.551	103.767
6	Malta	Colombia	27.059	86.158
7	Quiero que me mantengan	Colombia	19.470	53.848
8	40 días perdidos en la selva	Colombia	18.721	58.723
9	Estimados Señores	Colombia	18.713	60.033
10	La Patasola	Colombia	16.719	50.987

El estreno iberoamericano más exitoso en 2024 en Colombia es el largometraje brasileño en coproducción con Estados Unidos *Mi amigo el pingüino* (David Schurmann), con más de 280.000 espectadores. El resto de las producciones presentes en el top-100 de cine en Colombia son el estreno argentino *El apocalipsis de San Juan* (Simón Delacre, Patricio Dondo), el mexicano *Radical* (Christopher Zalla), el dominicano *Capitán Avispa* (Jean Gabriel Guerra, Jonnathan Meléndez) y el español *La habitación de al lado* (Pedro Almodóvar), todos con más de 30.000 espectadores cada uno (cuadro 1.30).

La película del resto de países con más éxito es la producción británica *Gladiator II*, con más de 815.000 espectadores. Otros dos estrenos de Reino Unido que tuvieron un rendimiento significativo en las salas son *La sustancia*, con casi 557.000 espectadores, y *Wonka* con casi 436.000 espectadores. El cine asiático fue protagonista con la película japonesa *El chico y la garza*, con 430.163 espectadores

**Cuadro 1.30**  
*Ranking de estrenos cinematográficos de otros países. Año 2024. Colombia*

<i>Iberoamérica</i>				
N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Mi amigo el pingüino	Brasil, USA	280.533	721.524
2	El apocalipsis de San Juan	Argentina	41.583	112.041
3	Radical	México	39.181	124.850
4	Capitán Avispa	R. Dominicana	38.564	102.896
5	La habitación de al lado	España	34.811	125.511
<i>Resto de países</i>				
N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Gladiator II	R. Unido, USA	815.142	2.467.794
2	La sustancia	R. Unido, Francia	556.997	1.669.970
3	Wonka	R. Unido, USA	435.919	1.276.694
4	El chico y la garza	Japón	430.163	1.270.956
5	Furiosa. De la saga Mad Max	Australia, USA	378.810	1.257.488



## COSTA RICA

Los cines costarricenses en 2024 suman una asistencia de 5 millones de espectadores y recaudan 32,6 millones de dólares. La venta de entradas se reduce en casi medio millón con respecto a 2023 (cuadro 1.31).

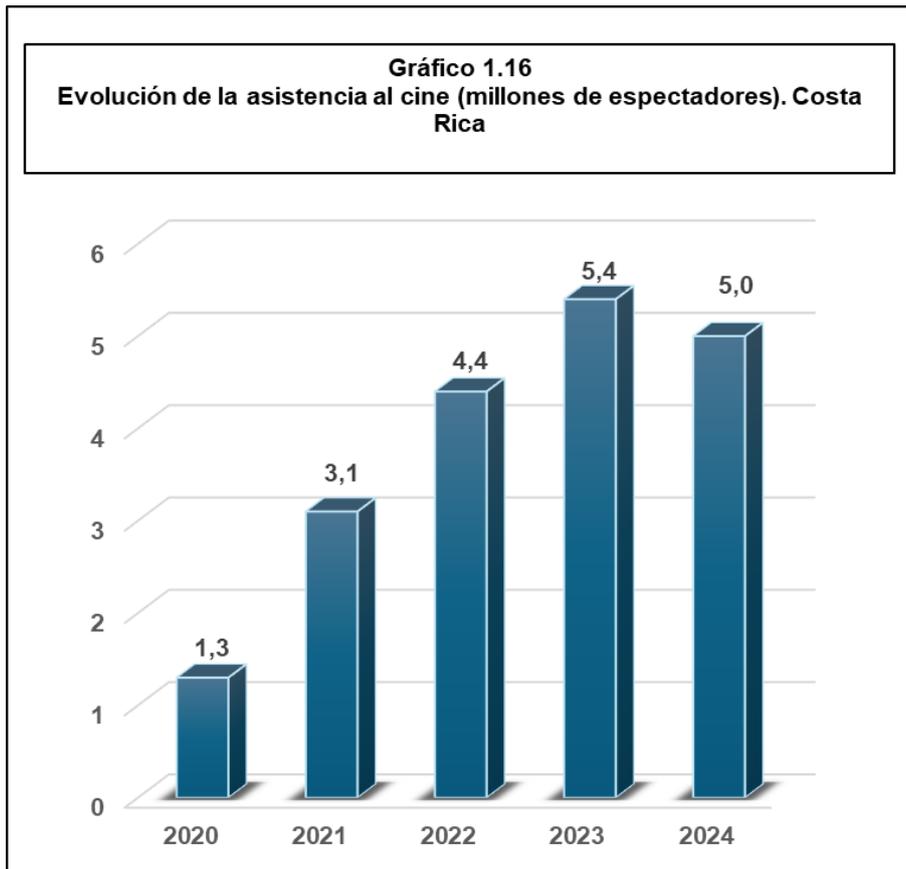
La audiencia anual se sitúa en 0,9 películas por habitante y el importe medio de la entrada asciende a 6,5 dólares. El número de estrenos nacionales representa el 2,7% y el cine costarricense obtiene una cuota de mercado del 1%.

La evolución de la venta de entradas en los últimos cinco años muestra un máximo de 5,4 millones de espectadores en 2023 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	2020	2021	2022	2023	2024
Población (millones)	5,1	5,1	5,2	5,2	5,3
Número de pantallas de cine	110	152	147	149	151
Ingresos cine (millones USD)	6,9	16,1	23,3	34,4	32,6
Espectadores cine (millones)	1,3	3,1	4,4	5,4	5,0
Espectadores cine nacional (millones)	0,01	0,05	0,1	0,01	0,04
Cuota de mercado cine nacional (%)	1,0	1,7	2,3	0,1	1,0
Número de estrenos totales	134	197	216	276	289
Número de estrenos extranjeros	128	188	207	267	281
Número de estrenos nacionales	6	9	9	9	8
Asistencia anual por habitante	0,2	0,6	0,9	1,0	0,9
Importe entrada (USD)	5,0	5,1	5,2	6,3	6,5



La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en 2024 en un 90,1% del total de espectadores, la del cine europeo en un 5,3% y la cuota del cine del resto de países en un 3,5% (cuadro 1.32).

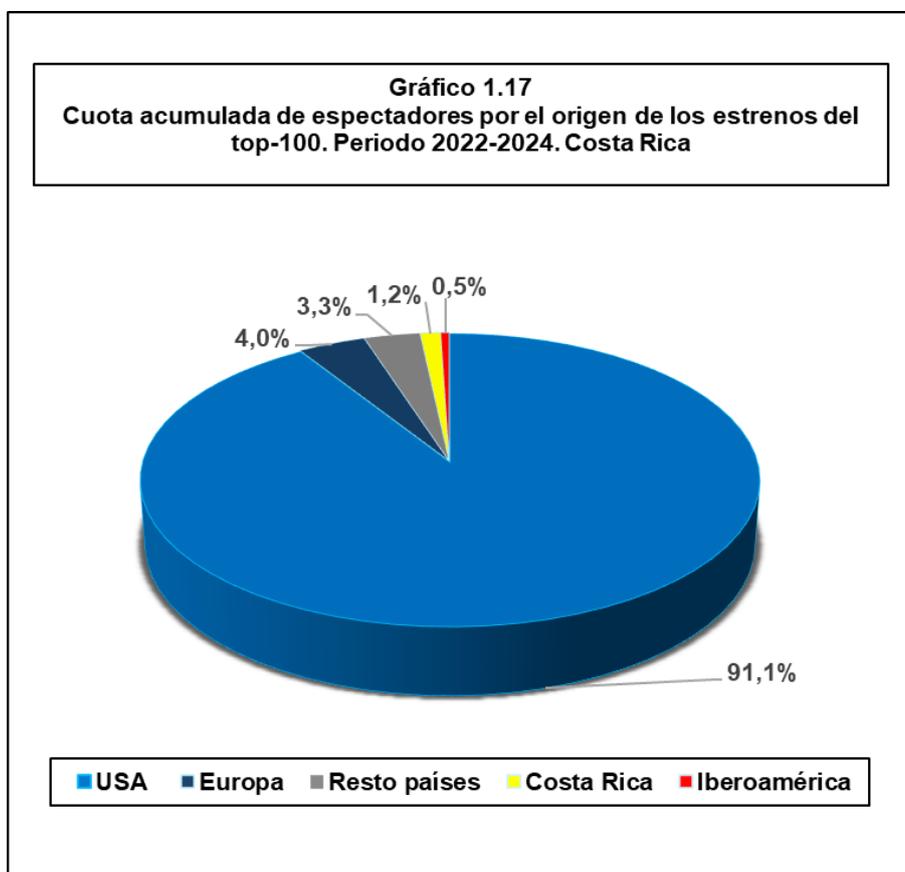
*Cuadro 1.32*  
*Distribución por el origen de los estrenos del Top-100. Costa Rica*

<i>ESPECTADORES</i>						
<b>Origen</b>	<b>2022</b>	<b>%</b>	<b>2023</b>	<b>%</b>	<b>2024</b>	<b>%</b>
USA	3.867.155	88,5	5.050.930	94,8	4.396.022	90,1
Costa Rica	100.899	2,3	12.920	0,2	45.423	0,9
Iberoamérica	31.435	0,7	23.116	0,4	11.536	0,2
Europa	165.663	3,8	148.838	2,8	258.291	5,3
Resto países	206.829	4,7	91.022	1,7	170.100	3,5
<b>Total</b>	<b>4.371.981</b>		<b>5.326.826</b>		<b>4.881.372</b>	

<i>INGRESOS</i>						
<b>Origen</b>	<b>2022</b>	<b>%</b>	<b>2023</b>	<b>%</b>	<b>2024</b>	<b>%</b>
USA	20.291.407	89,0	31.972.249	94,8	28.460.105	89,4
Costa Rica	497.109	2,2	76.379	0,2	438.595	1,4
Iberoamérica	149.007	0,7	132.890	0,4	76.117	0,2
Europa	842.120	3,7	901.153	2,7	1.751.705	5,5
Resto países	1.030.483	4,5	641.266	1,9	1.110.545	3,5
<b>Total</b>	<b>22.810.126</b>		<b>33.723.937</b>		<b>31.837.067</b>	

La cuota acumulada de espectadores en el trienio postpandemia 2022-2024 refleja el dominio del cine USA, con un 91,1% del mercado, seguido del cine europeo con un 4% y del cine del resto de países con un 3,3% (gráfico 1.17).

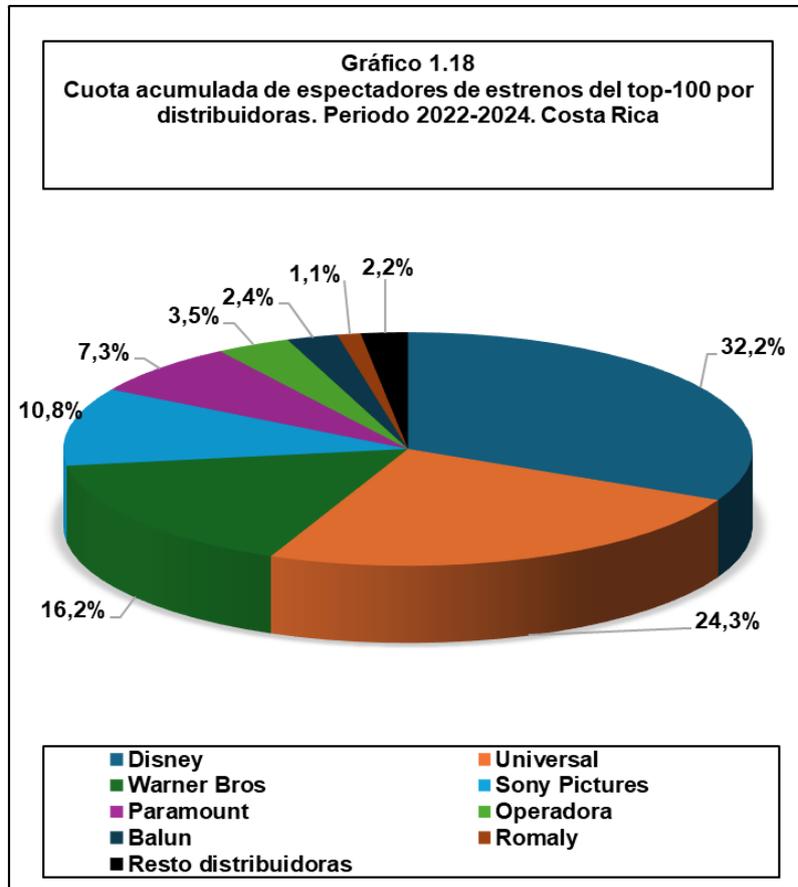


Las distribuidoras americanas, en 2024 representan en el top-100 una cuota conjunta de espectadores del 92,7% y las independientes el 7,3% restante (cuadro 1.33). El *Estudio* con más entradas vendidas es Disney (1,9 millones).

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

Distribuidora	2022	%	2023	%	2024	%
Disney	1.568.528	35,9	1.119.496	21,0	1.940.335	39,7
Universal	1.033.839	23,6	1.631.736	30,6	907.099	18,6
Warner Bros	639.004	14,6	1.101.234	20,7	649.504	13,3
Sony Pictures	442.954	10,1	436.902	8,2	686.210	14,1
Paramount	380.354	8,7	325.073	6,1	342.005	7,0
Balun	36.772	0,8	278.387	5,2	61.120	1,3
Romaly	95.502	2,2	17.357	0,3	33.276	0,7
Angel Studios	0	0,0	220.983	4,1	0	0,0
Operadora	136.244	3,1	168.973	3,2	199.643	4,1
Resto distribuidoras	38.784	0,9	26.685	0,5	62.180	1,3
<b>Total</b>	<b>4.371.981</b>		<b>5.326.826</b>		<b>4.881.372</b>	

En el trienio 2022-2024, el porcentaje de espectadores acumulado por las *Majors* se sitúa en un 90,8% y el de las independientes en el 9,2% restante (gráfico 1.18). Las distribuidoras con más cuota de mercado son Disney (33,2%) y Universal (24,3%). Entre las independientes destaca Balun (2,4%).



En 2024, el ranking de taquilla está liderado por la película estadounidense *Del revés 2* con casi 900.000 de espectadores, seguida de otros tres estrenos americanos con un rendimiento de más de 300.000 espectadores cada uno: *Deadpool y Lobezno*, *Gru 4. Mi villano favorito* y *Vaiana 2*. Todos los estrenos del top-10 provienen de Estados Unidos (cuadro 1.34).

**Cuadro 1.34**  
**Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2024. Costa Rica**

N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Del revés 2	USA	886.203	5.440.626
2	Deadpool y Lobezno	USA	395.909	2.739.860
3	Vaiana 2	USA	353.097	2.258.009
4	Gru 4. Mi villano favorito	USA	344.791	2.102.650
5	Kung Fu Panda 4	USA, Canadá	220.261	1.377.251
6	Robot salvaje	USA	169.342	961.258
7	Bitelchús Bitelchús	USA, Francia	168.890	1.097.652
8	The Garfield movie	USA, R. Unido	154.726	965.642
9	Mufasa: El rey Leon	USA, Canadá	148.806	1.095.191
10	Romper el círculo	USA	135.340	857.899

En el *ranking* nacional, las dos producciones con más éxito son el documental *Gato por liebre* (Hernán Jiménez) con casi 30.000 espectadores y el drama *Memorias de un cuerpo que arde* (Antonella Sudasassi Furniss) con más de 15.000 espectadores. En este *ranking*, hay seis películas íntegramente costarricenses, una en coproducción con España y otra con Chile (cuadro 1.35).

**Cuadro 1.35**  
**Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Año 2024. Costa Rica**

N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Gato por liebre	Costa Rica	29.545	343.748
2	Memorias de un cuerpo que arde	Costa Rica, España	15.878	94.523
3	Delirio	Costa Rica, Chile	956	6.201
4	Paradise Falls: A christmas Story	Costa Rica	530	3.639
5	La raíz del mal	Costa Rica	561	3.301
6	Guián	Costa Rica	475	3.090
7	Temporal	Costa Rica	437	2.585
8	Prisionera del lente	Costa Rica	370	2.131

Los estrenos iberoamericanos más exitosos en 2024 en Costa Rica son el documental argentino *El Apocalipsis de San Juan* (Simón Delacre, Patricio Dondo), el *thriller* mexicano *Parpadea dos veces* (Zoe Kravitz) y el largometraje de animación español *Robot Dreams* (Pablo Berger). El rendimiento en las salas costarricenses de estos tres lanzamientos se sitúa entre casi 3.400 espectadores y 2.700 (cuadro 1.36).

La película del resto de países más popular en los cines, es la producción británica *Gladiator II* (en coproducción con USA), con casi 73.000 espectadores. Otros dos estrenos de Reino Unido que superaron los 40.000 espectadores son *Wonka* y *La sustancia*. La primera en coproducción con USA y la segunda con Francia. El cine asiático fue protagonista con dos estrenos japoneses *El chico y la garza* (54.278 espectadores) y *Guardianes de la noche 3* (41.048 espectadores).

**Cuadro 1.36**  
**Ranking de estrenos cinematográficos de otros países. Año 2024. Costa Rica**

<i>Iberoamérica</i>				
N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	El Apocalipsis de San Juan	Argentina	3.396	20.790
2	Parpadea dos veces	México, USA	3.231	22.291
3	Robot Dreams	España, Francia	2.712	17.398
<i>Resto de países</i>				
N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Gladiator II	R. Unido, USA	72.666	573.881
2	El chico y la garza	Japón	54.278	330.538
3	Wonka	R. Unido, USA	46.815	266.286
4	La sustancia	R. Unido, Francia	42.555	276.014
5	Guardianes de la noche 3	Japón	41.048	270.248



## ECUADOR

Los cines ecuatorianos en 2024 suman una asistencia de 12,4 millones de espectadores y recaudan casi 64 millones de dólares. La venta de entradas se reduce en 1,5 millones con respecto a 2023 (cuadro 1.37).

La audiencia anual se sitúa en 0,7 películas por habitante y el importe medio de la entrada asciende a 5,1 dólares. El número de estrenos nacionales representa el 4% y el cine ecuatoriano obtiene una cuota de mercado del 0,7%.

La evolución de la venta de entradas en los últimos cinco años muestra un máximo de 13,9 millones de espectadores en 2023 y un mínimo de 4,1 en 2020 debido a la covid-19 (gráfico 1.19).

*Cuadro 1.37*

*Panorama cinematográfico en Ecuador*

Datos	2020	2021	2022	2023	2024
Población (millones)	17,5	17,7	18,0	18,3	18,6
Número de pantallas de cine	356	363	387	387	397
Ingresos cine (millones USD)	18,1	38,2	51,5	70,1	63,8
Asistencia espectadores (millones)	4,1	7,9	10,6	13,9	12,4
Espectadores cine nacional (millones)	0,03	0,10	0,15	0,02	0,08
Cuota de mercado cine nacional (%)	1,0	1,3	1,4	0,2	0,7
Número de estrenos totales	135	192	216	252	248
Número de estrenos extranjeros	128	179	199	244	238
Número de estrenos nacionales	7	13	17	8	10
Asistencia anual por habitante	0,2	0,4	0,6	0,8	0,7
Importe entrada (USD)	4,4	4,8	4,9	5,0	5,1



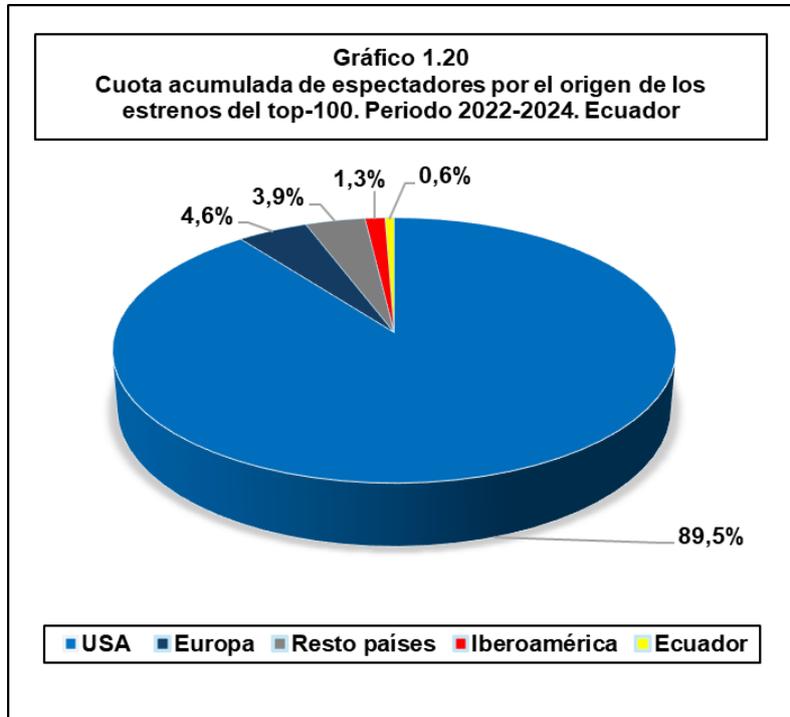
La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en 2024 en un 88,7% del total de espectadores, la del cine europeo en un 6,2% y la cuota del cine del resto de países un 3,8% (cuadro 1.38).

*Cuadro 1.38*

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

<i>ESPECTADORES</i>						
<b>Origen</b>	<b>2022</b>	<b>%</b>	<b>2023</b>	<b>%</b>	<b>2024</b>	<b>%</b>
USA	8.794.258	86,6	12.517.884	93,3	10.471.855	88,7
Ecuador	124.760	1,2	12.768	0,1	47.171	0,4
Iberoamérica	165.866	1,6	204.151	1,5	95.988	0,8
Europa	460.688	4,5	428.794	3,2	737.549	6,2
Resto países	613.579	6,0	255.645	1,9	448.967	3,8
<b>Total</b>	<b>10.159.151</b>		<b>13.419.242</b>		<b>11.801.530</b>	
<i>INGRESOS</i>						
<b>Origen</b>	<b>2022</b>	<b>%</b>	<b>2023</b>	<b>%</b>	<b>2024</b>	<b>%</b>
USA	43.438.591	87,4	63.359.828	93,7	54.831.077	89,7
Ecuador	531.600	1,1	65.058	0,1	229.407	0,4
Iberoamérica	740.845	1,5	888.867	1,3	416.006	0,7
Europa	2.054.615	4,1	2.028.988	3,0	3.529.037	5,8
Resto países	2.925.494	5,9	1.291.143	1,9	2.113.579	3,5
<b>Total</b>	<b>49.691.145</b>		<b>67.633.885</b>		<b>61.119.106</b>	

La cuota acumulada de espectadores en el trienio postpandemia 2022-2024 refleja el dominio del cine USA, con un 89,5% del mercado, seguido del cine europeo con un 4,6% y del cine del resto de países con un 3,9% (gráfico 1.20).

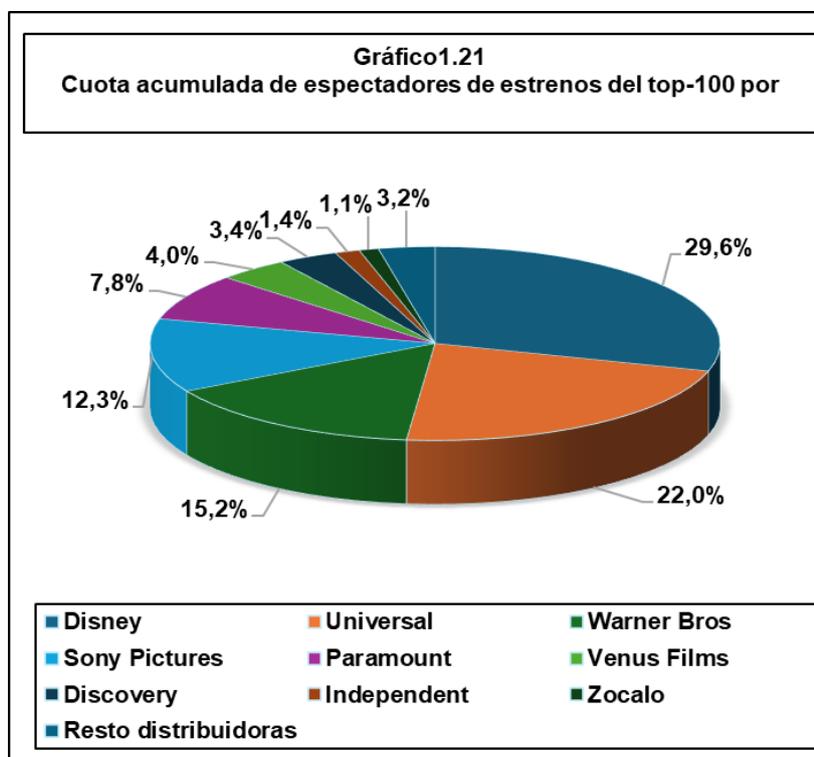


Las distribuidoras americanas representan en el top-100 de 2024 una cuota conjunta de espectadores del 85,8% y las independientes el 14,2% restante (cuadro 1.39). Los *Estudios* con más entradas vendidas son Disney (4,2 millones), Sony (1,9 millones), Universal (1,7 millones) y Warner (1,4 millones).

**Cuadro 1.39**  
**Cuota de espectadores por distribuidoras del Top-100. Ecuador**

Distribuidora	2022	%	2023	%	2024	%
Disney	3.191.816	31,4	2.804.883	20,9	4.294.261	36,4
Universal	2.158.651	21,2	3.983.351	29,7	1.766.541	15,0
Warner Bros	1.312.000	12,9	2.747.450	20,5	1.457.459	12,3
Sony Pictures	1.158.890	11,4	1.195.877	8,9	1.969.258	16,7
Paramount	1.164.721	11,5	878.678	6,5	637.085	5,4
Venus Films	379.817	3,7	626.365	4,7	423.067	3,6
Multicine	97.677	1,0	162.624	1,2	45.186	0,4
Cineplex	189.401	1,9	57.051	0,4	0	0,0
Independent	183.034	1,8	170.493	1,3	116.870	1,0
Zocalo	124.342	1,2	97.128	0,7	160.821	1,4
Discovery	198.802	2,0	279.393	2,1	719.098	6,1
Angel Studios	0	0,0	415.949	3,1	0	0,0
BF Distribution	0	0,0	0	0,0	198.055	1,7
Cinetopía	0	0,0	0	0,0	13.829	0,1
Resto distribuidoras	0	0,0	0	0,0	0	0,0
<b>Total</b>	<b>10.159.151</b>		<b>13.419.242</b>		<b>11.801.530</b>	

En el trienio 2022-2024, el porcentaje de espectadores acumulado por las *Majors* se sitúa en un 86,9% y el de las independientes en el 13,1% restante (gráfico 1.21). Las distribuidoras con más cuota de mercado son Disney (29,6%) y Universal (22%). Entre las independientes destaca Venus Films (4%).



En 2024, el ranking de taquilla está liderado por la película estadounidense *Del revés 2*, con 1,5 millones de espectadores, seguida del también estreno americano *Deadpool y Lobezno*, con un millón de espectadores. Todos los estrenos del top-10 provienen de Estados Unidos (cuadro 1.40).

*Cuadro 1.40*  
*Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2024. Ecuador*

N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Del revés 2	USA	1.578.043	8.568.531
2	Deadpool y Lobezno	USA	1.011.362	5.835.482
3	Vaiana 2	USA	661.989	3.740.597
4	Kung fu Panda 4	USA, Canadá	552.435	2.686.986
5	Gru 4. Mi villano favorito	USA	507.455	2.353.046
6	Godzilla y Kong: El nuevo imperio	USA, Australia	487.635	2.535.579
7	Robot salvaje	USA	456.384	2.039.251
8	Venom: El último baile	USA, R. Unido	433.044	2.406.191
9	The Garfield movie	USA, R. Unido	408.663	2.152.087
10	El reino del planeta de los simios	USA, Australia	405.584	2.342.748

En el *ranking* nacional, las dos producciones con más éxito son *Chuzalongo* (Diego Ortuño) con más de 19.000 espectadores y el documental *Al otro lado de la niebla* (Sebastián Cordero) con casi 14.000 espectadores (cuadro 1.41). En este *ranking*, hay cuatro películas íntegramente ecuatorianas y seis en coproducción con países iberoamericanos (Colombia, Cuba, España (3), Perú y Venezuela).

**Cuadro 1.41**  
*Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Año 2024. Ecuador*

N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Chuzalongo	Ecuador, España, Perú	19.823	101.453
2	Al otro lado de la niebla	Ecuador	13.931	75.845
3	La invención de las especies	Ecuador, Cuba	4.149	18.529
4	Don Goyo	Ecuador	1.276	5.800
5	Ratas, ratones, rateros	Ecuador	823	3.377
6	A tus espaldas	Ecuador, Venezuela	695	2.778
7	Tiempos futuros	Ecuador, España, Perú	599	2.913
8	Qué tan lejos	Ecuador, España	557	1.726
9	La cima de la vida	Ecuador	146	286
10	En el nombre de la hija	Ecuador, Colombia	86	363

Los estrenos iberoamericanos más exitosos en 2024 en Ecuador son el largometraje brasileño, en coproducción con Estados Unidos, *Mi amigo el pingüino* (David Schurmann) y la obra de animación argentina, en coproducción con Alemania, *Gigantes* (Gonzalo Gutiérrez); ambas con más de 20.000 espectadores (cuadro 1.42).

Las películas del resto de países más populares en las salas son las producciones británicas *Gladiator II* (en coproducción con USA) y *La sustancia* (en coproducción con Francia), con más de 160.000 y 150.000 espectadores, respectivamente. El cine asiático tuvo presencia con la película china *Hachiko*, con 149.560 espectadores, y la japonesa *Guardianes de la noche 3*, con 89.450 espectadores.

**Cuadro 1.42**  
*Ranking de estrenos cinematográficos de otros países. Año 2024. Ecuador*

<i>Iberoamérica</i>				
N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Mi amigo el pingüino	Brasil, USA	23.241	102.576
2	Gigantes	Argentina, Alemania	21.839	91.376
3	Radical	México	19.565	83.383
4	Capitán Avispa	R. Dominicana	17.557	81.320
5	Noche de bodas	México	13.786	57.351
<i>Resto de países</i>				
N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Gladiator II	R. Unido, USA	164.363	870.522
2	La sustancia	R. Unido, Francia	151.835	686.102
3	Hachiko	China	149.560	671.311
4	Guardianes de la noche 3	Japón	89.450	396.424
5	Vivir el momento	R. Unido, Francia	87.074	401.990



## EL SALVADOR

Los cines salvadoreños en 2024 suman una asistencia de 2,8 millones de espectadores y recaudan casi 13 millones de dólares. La venta de entradas se reduce en 0,3 millones con respecto a 2023 (cuadro 1.43).

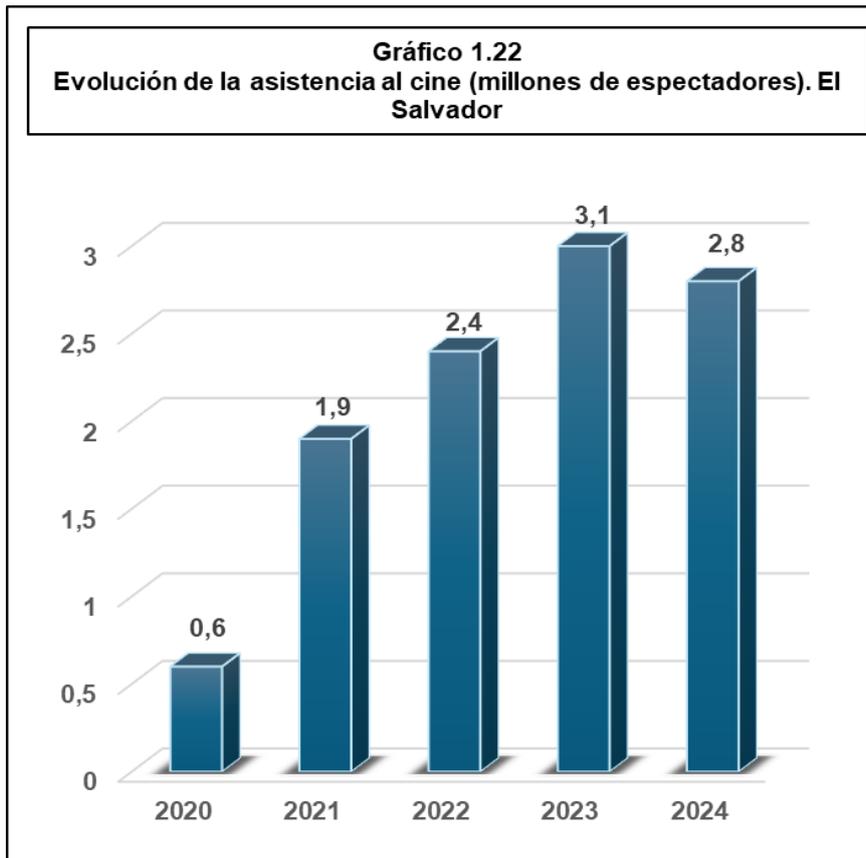
La audiencia anual se sitúa en 0,4 películas por habitante y el importe medio de la entrada asciende a 4,5 dólares. El número de estrenos nacionales representa casi el 1% y el cine salvadoreño obtiene una cuota de mercado del 1,5%.

La evolución de la venta de entradas en los últimos cinco años muestra un máximo de 3,1 millones de espectadores en 2023 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	2020	2021	2022	2023	2024
Población (millones)	6,3	6,3	6,3	6,3	6,3
Número de pantallas de cine	66	67	67	67	69
Ingresos cine (millones USD)	2,5	8,1	10,7	14,5	12,9
Asistencia espectadores (millones)	0,6	1,9	2,4	3,1	2,8
Espectadores cine nacional (millones)	0,004	0,001	0,015	0,000	0,042
Cuota de mercado cine nacional (%)	0,6	0,1	0,6	0,0	1,5
Número de estrenos totales	99	179	186	220	242
Número de estrenos extranjeros	97	174	181	218	240
Número de estrenos nacionales	2	5	5	2	2
Asistencia anual por habitante	0,1	0,3	0,4	0,5	0,4
Importe entrada (USD)	4,0	4,2	4,5	4,6	4,5

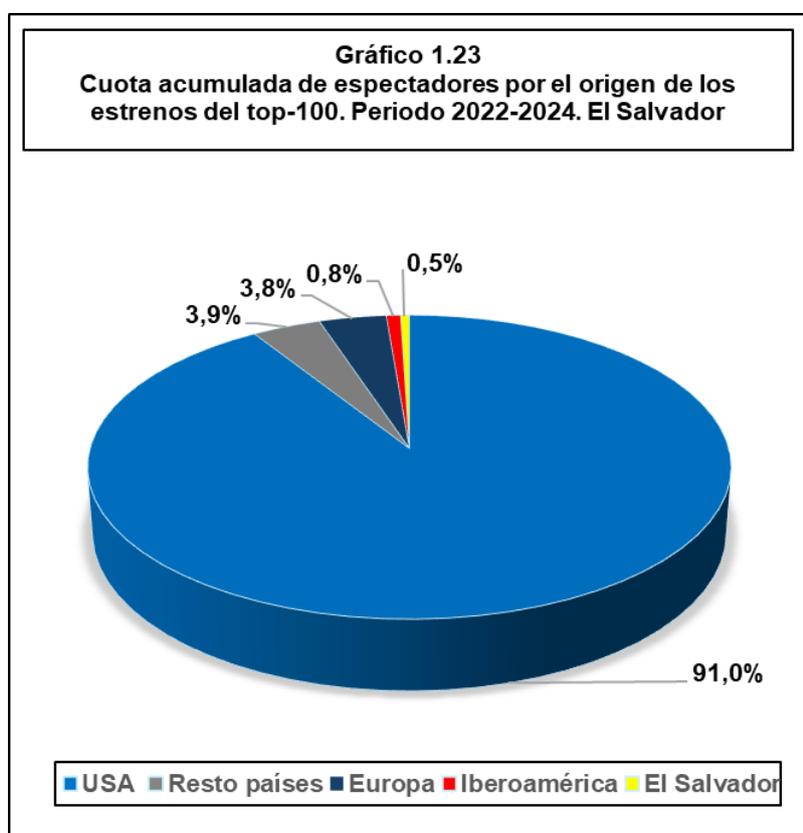


La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en 2024 en un 89,8% del total de espectadores, la del cine europeo en un 4,7% y la cuota del cine del resto de países en un 3,6% (cuadro 1.44).

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

<i>ESPECTADORES</i>						
<b>Origen</b>	<b>2022</b>	<b>%</b>	<b>2023</b>	<b>%</b>	<b>2024</b>	<b>%</b>
USA	2.107.880	89,1	2.921.872	94,2	2.542.007	89,8
El Salvador	1.703	0,1	0	0,0	42.771	1,5
Iberoamérica	29.854	1,3	18.181	0,6	10.780	0,4
Europa	88.216	3,7	92.949	3,0	133.440	4,7
Resto países	136.937	5,8	67.562	2,2	102.615	3,6
<b>Total</b>	<b>2.364.590</b>		<b>3.100.564</b>		<b>2.831.613</b>	
<i>INGRESOS</i>						
<b>Origen</b>	<b>2022</b>	<b>%</b>	<b>2023</b>	<b>%</b>	<b>2024</b>	<b>%</b>
USA	9.290.620	88,1	13.371.538	93,5	11.416.139	89,7
El Salvador	54.482	0,5	0	0,0	203.692	1,6
Iberoamérica	236.007	2,2	77.895	0,5	45.560	0,4
Europa	391.327	3,7	400.030	2,8	600.173	4,7
Resto países	568.872	5,4	446.461	3,1	461.111	3,6
<b>Total</b>	<b>10.541.308</b>		<b>14.295.924</b>		<b>12.726.675</b>	

La cuota acumulada de espectadores en el trienio postpandemia 2022-2024 refleja el dominio del cine USA, con un 91% del mercado, seguido del cine del resto de países con un 3,9% y del cine europeo con un 3,8% (gráfico 1.23).

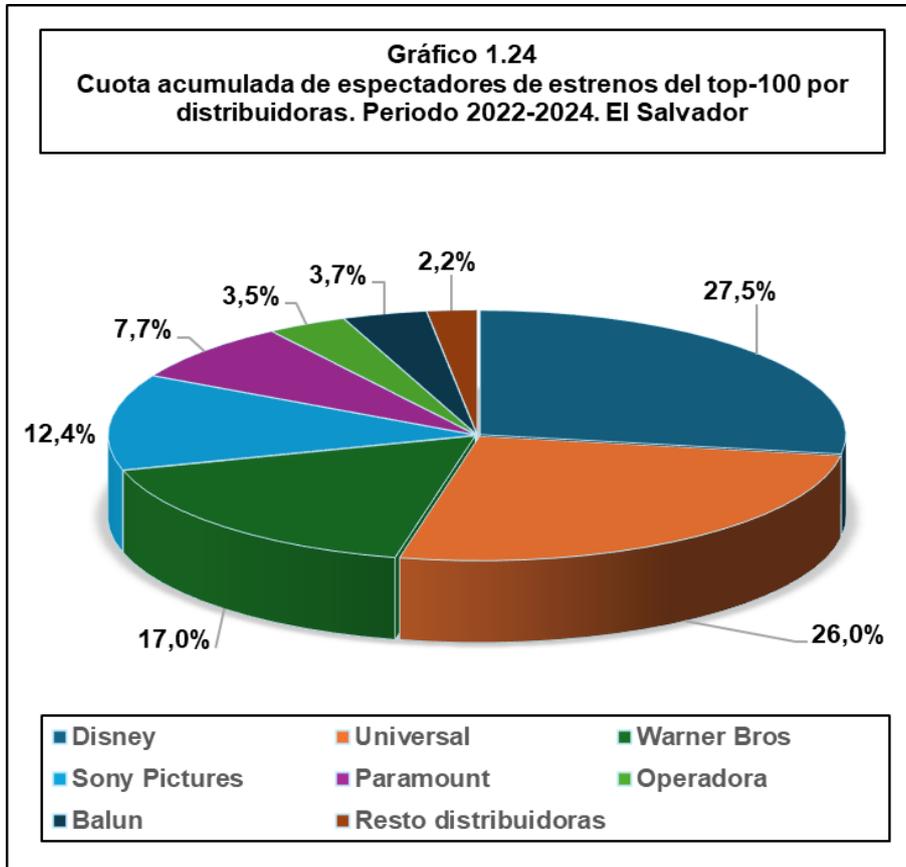


Las distribuidoras americanas representan en el top-100 de 2024 una cuota conjunta de espectadores del 91,6% y las independientes el 8,4% restante (cuadro 1.45). Los *Estudios* con más entradas vendidas son Disney (1 millón) y Universal (511.909).

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

Distribuidora	2022	%	2023	%	2025	%
Disney	714.420	30,2	471.474	15,2	1.050.722	37,1
Universal	613.893	26,0	1.050.491	33,9	511.909	18,1
Warner Bros	328.222	13,9	747.252	24,1	367.446	13,0
Sony Pictures	266.687	11,3	259.883	8,4	496.280	17,5
Paramount	262.747	11,1	191.650	6,2	166.161	5,9
Operadora	86.014	3,6	86.051	2,8	112.747	4,0
Canzion	1.322	0,1	0	0,0	6.112	0,2
Balun	34.110	1,4	194.034	6,3	93.472	3,3
Cineplex	0	0,0	0	0,0	10.191	0,4
Romaly	0	0,0	0	0,0	4.536	0,2
Angel Studios	0	0,0	58.376	1,9	0	0,0
Resto distribuidoras	57.175	2,4	41.353	1,3	12.037	0,4
<b>Total</b>	<b>2.364.590</b>		<b>3.100.564</b>		<b>2.831.613</b>	

En el trienio 2022-2024, 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 1.24). Las distribuidoras con más cuota de mercado son Disney (27,5%) y Universal (26%). Entre las independientes destaca Balun (3,7%).



En 2024, el ranking de taquilla está liderado por la película estadounidense *Del revés 2*, con más de 455.000 espectadores, seguida de otro estreno americano, *Deadpool y Lobezno*, con un rendimiento de más 250.000 espectadores. Todos los estrenos del top-10 provienen de Estados Unidos (cuadro 1.46).

**Cuadro 1.46**  
**Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2024. El Salvador**

N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Del revés 2	USA	456.264	2.020.601
2	Deadpool y Lobezno	USA	251.635	1.200.475
3	Gru 4. Mi villano favorito	USA	190.126	827.778
4	Vaiana 2	USA	179.786	797.395
5	Kung Fu Panda 4	USA, Canadá	144.521	630.045
6	The Garfield movie	USA, R. Unido	116.695	514.496
7	Godzilla y Kong: el nuevo imperio	USA, Australia	114.665	534.122
8	Robot salvaje	USA	101.166	407.422
9	Venom: El último baile	USA, R. Unido	90.138	409.699
10	Bad Boys 4	USA	76.719	341.508

El estreno nacional más exitoso en 2024 es la comedia, en coproducción con Estados Unidos, *La balada de Hortensia* (Arturo Menéndez), con más de 41.000 espectadores y casi 200.000 dólares de ingresos (cuadro 1.47).

*Cuadro 1.47*

*Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Año 2024. El Salvador*

N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	La balada de Hortensia	El Salvador, USA	41.346	197.794
2	Nunca es tarde	El Salvador	1.425	5.897

El estreno iberoamericano más exitoso en 2024 en El Salvador es el largometraje de animación español *Robot Dreams* (Pablo Berger) con 3.517 espectadores. Otros cuatro estrenos que superan los 1.000 espectadores son el documental español *Guadalupe, Madre de la Humanidad* (Andrés Garrigó), el thriller mexicano *Parpadea dos veces* (Zoe Kravitz) y los largometrajes de terror *Herencia siniestra* (Gabriel Abrantes) y *Cuando acecha la maldad* (Demián Rugna). El primero producido en Portugal y el segundo en Argentina.

Las películas del resto de países más populares en las salas salvadoreñas son la producción japonesa *Guardianes de la noche 3* y la británica *Gladiator II* (en coproducción con USA), ambas con más de 37.000 espectadores (cuadro 1.48).

*Cuadro 1.48*

*Ranking de estrenos cinematográficos de otros países. Año 2024. El Salvador*

<i>Iberoamérica</i>				
N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Robot Dreams	España, Francia	3.517	15.991
2	Guadalupe, Madre de la Humanidad	España	1.863	6.798
3	Parpadea dos veces	México, USA	1.464	6.055
4	Herencia siniestra	Portugal	1.440	6.117
5	Cuando acecha la maldad	Argentina	1.249	5.205
<i>Resto de países</i>				
N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Guardianes de la noche 3	Japón	37.158	171.047
2	Gladiator II	R. Unido, USA	37.041	182.896
3	La sustancia	R. Unido, Francia	32.981	141.844
4	Wonka	R. Unido, USA	23.602	98.441
5	El chico y la garza	Japón	19.304	81.667



**ESPAÑA**

Los cines españoles en 2024 suman una asistencia de 72,7 millones de espectadores y recaudan 524,6 millones de dólares. La venta de entradas se reduce en 3,7 millones con respecto a 2023 (cuadro 1.49).

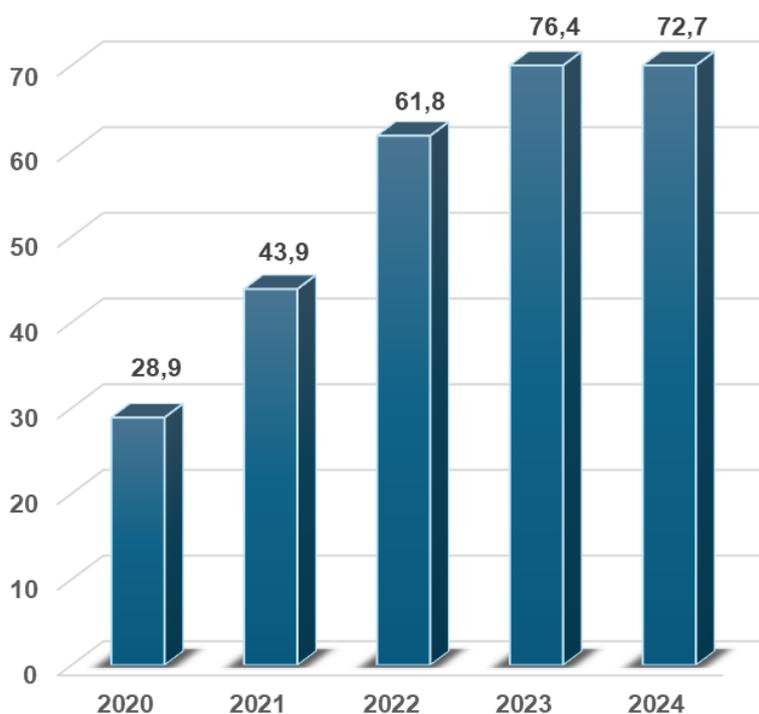
La audiencia anual se sitúa en 1,5 películas por habitante y el importe medio de la entrada asciende a 7,2 dólares. El número de estrenos nacionales representa el 26,3% y el cine español obtiene una cuota de mercado de casi el 18%.

La evolución de la venta de entradas en los últimos cinco años muestra un máximo de 76,4 millones de espectadores en 2023 y un mínimo de 28,9 en 2020 debido a la covid-19 (gráfico 1.25).

*Cuadro 1.49*  
*Panorama cinematográfico en España*

Concepto	2020	2021	2022	2023	2024
Población (millones)	47,3	47,3	47,8	48,3	48,7
Número de pantallas de cine	3.563	3.432	3.626	3.591	3.560
Ingresos cine (millones USD)	198,3	315,2	404,9	534,3	524,6
Espectadores cine (millones)	28,9	43,9	61,8	76,4	72,7
Espectadores cine nacional (millones)	7,37	7,10	13,80	13,19	12,98
Cuota de mercado cine nacional (%)	25,4	16,2	22,3	17,3	17,9
Número de estrenos totales	673	681	1.108	1.242	1.301
Número de estrenos extranjeros	489	386	794	876	959
Número de estrenos nacionales	184	295	314	366	342
Asistencia anual por habitante	0,6	0,9	1,3	1,6	1,5
Importe entrada (USD)	6,8	7,2	6,6	6,9	7,2

**Gráfico 1.25**  
Evolución de la asistencia al cine (millones de espectadores).  
España



La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en 2024 en un 70,8% del total de espectadores, la cuota del cine nacional en un 16,6% y la del cine europeo en casi un 11% (cuadro 1.50).

*Cuadro 1.50*

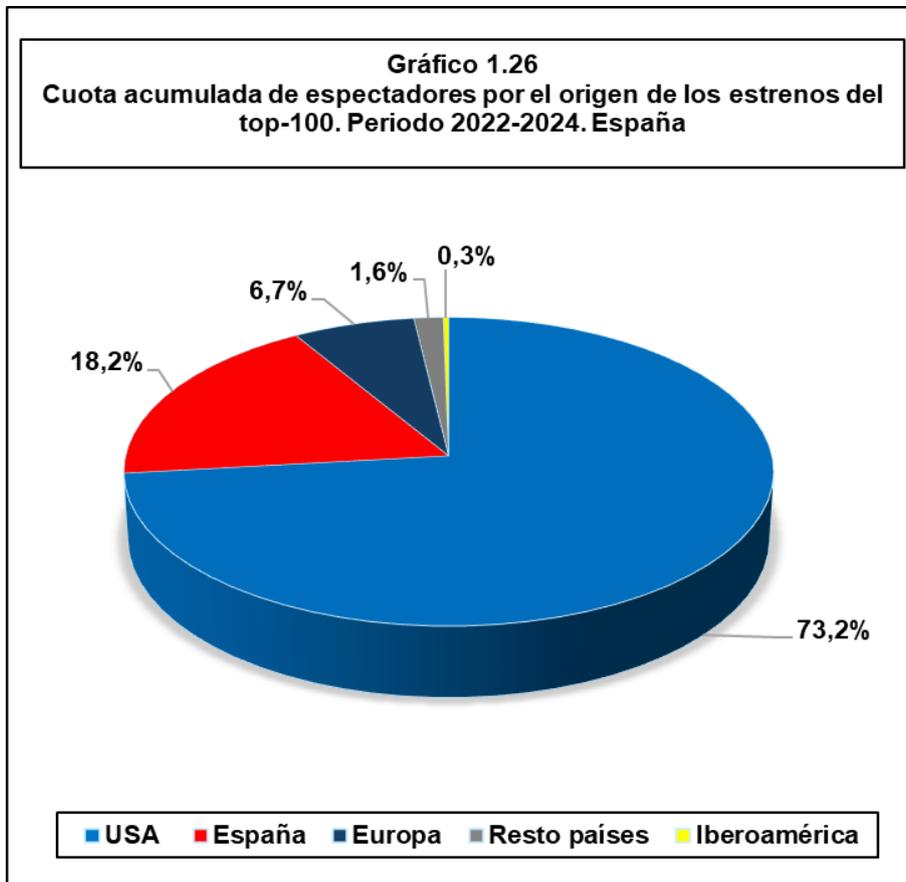
*Distribución por el origen de los estrenos del top-100. España*

ESPECTADORES						
Origen	2022	%	2023	%	2024	%
USA	39.836.106	70,0	54.710.544	78,7	45.574.120	70,8
España	12.534.766	22,0	11.135.698	16,0	10.707.871	16,6
Iberoamérica	392.233	0,7	0	0,0	186.828	0,3
Europa	2.895.966	5,1	2.901.873	4,2	7.012.667	10,9
Resto países	1.260.652	2,2	790.794	1,1	887.255	1,4
<b>Total</b>	<b>56.919.723</b>		<b>69.538.909</b>		<b>64.368.741</b>	

INGRESOS						
Origen	2022	%	2023	%	2024	%
USA	265.230.390	70,8	388.315.912	79,5	335.516.185	71,5
España	79.269.199	21,2	75.053.587	15,4	73.843.959	15,7
Iberoamérica	2.362.766	0,6	0	0,0	1.299.301	0,3
Europa	19.055.456	5,1	20.114.574	4,1	51.672.187	11,0
Resto países	8.563.338	2,3	4.862.029	1,0	6.246.932	1,3
<b>Total</b>	<b>374.481.149</b>		<b>488.346.102</b>		<b>468.578.564</b>	

La cuota acumulada de espectadores en el trienio postpandemia 2022-2024 refleja el dominio del cine USA, con un 73,2% del mercado, seguido del cine español con un 18,2% y del cine europeo con un 6,7% (gráfico 1.26).



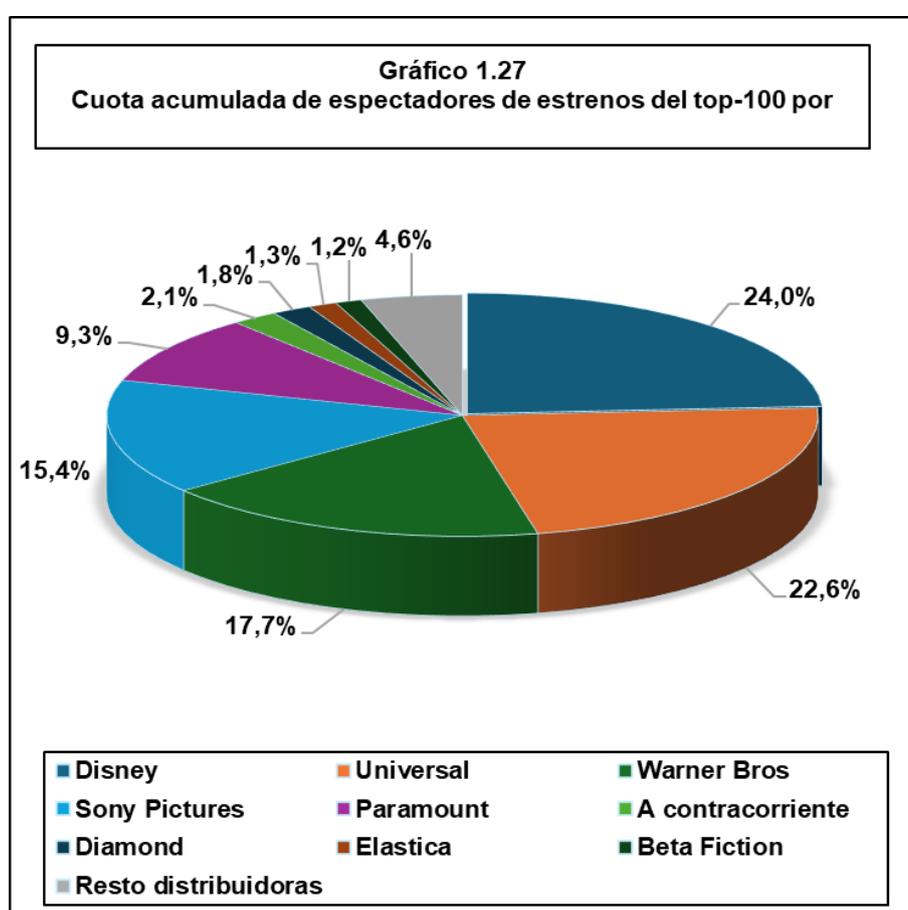
Las distribuidoras americanas representan en el top-100 de 2024 una cuota conjunta de espectadores del 85,7% y las independientes el 14,3% restante (cuadro 1.51). Los *Estudios* con más entradas vendidas son Disney (17 millones) y Universal (11 millones).

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

Distribuidora	2022	%	2023	%	2024	%
Disney	12.553.540	22,1	15.342.430	22,1	17.927.851	27,9
Universal	12.909.471	22,7	19.317.239	27,8	11.055.705	17,2
Warner Bros	8.678.258	15,2	15.201.002	21,9	10.341.812	16,1
Sony Pictures	11.037.527	19,4	7.572.109	10,9	10.321.149	16,0
Paramount	7.401.524	13,0	4.327.914	6,2	5.513.285	8,6
A contracorriente	1.314.604	2,3	1.552.186	2,2	1.176.216	1,8
Diamond	747.592	1,3	1.584.263	2,3	1.112.111	1,7
Flins	434.433	0,8	151.123	0,2	0	0,0
Tri Pictures	359.666	0,6	168.672	0,2	0	0,0
Vertice	175.158	0,3	1.319.226	1,9	397.054	0,6
Vercine	0	0,0	0	0,0	456.815	0,7

Filmax	137.952	0,2	392.753	0,6	0	0,0
DeaPlaneta	0	0,0	583.205	0,8	1.280.462	2,0
Elastica	918.017	1,6	381.638	0,5	1.189.183	1,8
Bteam Pictures	86.602	0,2	288.816	0,4	387.542	0,6
Beta Fiction	0	0,0	0	0,0	2.303.467	3,6
SelectaVisión	0	0,0	0	0,0	547.131	0,8
Resto productoras	165.379	0,3	1.354.310	0,5	358.958	0,6
<b>Total</b>	<b>56.919.723</b>		<b>69.538.909</b>		<b>64.368.741</b>	

En el trienio 2022-2024, el porcentaje de espectadores acumulado por las *Majors* se sitúa en un 89% y el de las independientes en el 11% restante (gráfico 1.27). Las distribuidoras con más cuota de mercado son Disney (24%) y Universal (22,6%). Entre las independientes destaca A Contracorriente (2,1%).



En 2024, el ranking de taquilla está liderado por la película estadounidense *Del revés 2* con 6,8 millones de espectadores, seguida de otros dos estrenos americanos con un rendimiento de más de 3 millones de espectadores cada uno: *Deadpool* y *Lobezno y Gru 4. Mi villano favorito*. Todos los estrenos del top-10 provienen de Estados Unidos, salvo la producción británica *Gladiator II* y la española *Padre no hay más que uno 4* (cuadro 1.52).

**Cuadro 1.52**  
**Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2024. España**

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Del revés 2	USA	6.894.206	49.265.429
2	Deadpool y Lobezno	USA	3.348.563	25.966.739
3	Gru 4. Mi villano favorito	USA	3.237.173	22.448.121
4	Gladiator II	R. Unido, USA	2.734.578	21.331.215
5	Vaiana 2	USA	2.475.163	18.454.783
6	Padre no hay más que uno 4	España	2.179.045	14.542.615
7	Dune: Parte dos	USA, Canadá	1.830.811	15.027.010
8	Robot salvaje	USA	1.617.824	11.229.553
9	Kung Fu Panda 4	USA, Canadá	1.442.850	10.608.078
10	Mufasa: El rey León	USA, Canadá	1.319.181	10.375.004

En el *ranking* nacional, las dos producciones con más éxito son la mencionada comedia *Padre no hay más que uno 4* (Santiago Segura), con 2,1 millones de espectadores, y el *thriller La infiltrada* (Arantxa Echevarría), con 1,2 millones de espectadores. Otros dos lanzamientos que tuvieron un éxito significativo en los cines españoles son la obra de animación *Buffalo Kids* (Juan Jesús García Galocha, Pedro Solís García) y la comedia *Odio el verano* (Fernando García-Ruiz), ambas con más de 800.000 espectadores (cuadro 1.53).

**Cuadro 1.53**  
**Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Año 2024. España**

N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Padre no hay más que uno 4	España	2.179.045	14.542.615
2	La infiltrada	España	1.277.791	8.798.994
3	Buffalo Kids	España	837.070	5.654.503
4	Odio el verano	España	818.250	5.637.938
5	La familia Benetton	España	622.534	4.400.468
6	Ocho Apellidos Marroquíes	España	602.899	4.386.612
7	El 47	España	503.136	3.501.724
8	Una casa en flames	España, Italia	456.815	3.319.773
9	La habitación de al lado	España	395.924	2.630.792
10	Menudas piezas	España	387.581	2.755.157

El ranking de producciones españolas en coproducción con países iberoamericano está liderado por la comedia *La Navidad en sus manos* (Joaquín Mazón) y el drama biográfico *La estrella azul* (Javier Macipe). La primera con casi 100.000 espectadores y en coproducción con México y la segunda con casi 90.000 y en coproducción con Argentina (cuadro 1.54).

La obra iberoamericana con más éxito en 2024 en los cines españoles, con mucha diferencia sobre el resto, es la producción mexicana *Parpadea dos veces* (Zoe Kravitz), con más de 186.000 espectadores, y la gran dominadora del cine del resto de países es la británica *Gladiator II* con 2,7 millones.

Cuadro 1.54

## Ranking de estrenos cinematográficos de otros países. Año 2024. España

<i>España en coproducción con Iberoamérica (top-500)</i>				
N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	La Navidad en sus manos	España, México	99.896	673.068
2	La estrella azul	España, Argentina	89.305	595.021
3	¿Es el enemigo?	España, Portugal	42.456	281.642
4	El llanto	España, Argentina	32.401	215.925
5	Reinas	España, Perú	8.568	54.305
<i>Iberoamérica (top-500)</i>				
N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Parpadea dos veces	México, USA	186.828	1.299.301
2	Radical	México	49.538	321.060
3	Puan	Argentina, Francia	47.278	325.284
4	El arca de Noé	Brasil	44.099	297.104
5	Cuando acecha la maldad	Argentina	42.590	309.143
<i>Resto de países</i>				
N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Gladiator II	R. Unido, USA	2.734.578	21.331.215
2	Wonka	R. Unido, USA	738.735	5.319.254
3	Pobres criaturas	Irlanda, R. Unido	718.927	5.283.285
4	La sustancia	R. Unido, Francia	547.904	3.781.694
5	Furiosa. De la saga Mad Max	Australia, USA	404.883	2.811.706



## GUATEMALA

Los cines guatemaltecos en 2024 suman una asistencia de 5,2 millones de espectadores y recaudan 26,3 millones de dólares. La venta de entradas se reduce en unos 2 millones con respecto a 2023 (cuadro 1.55).

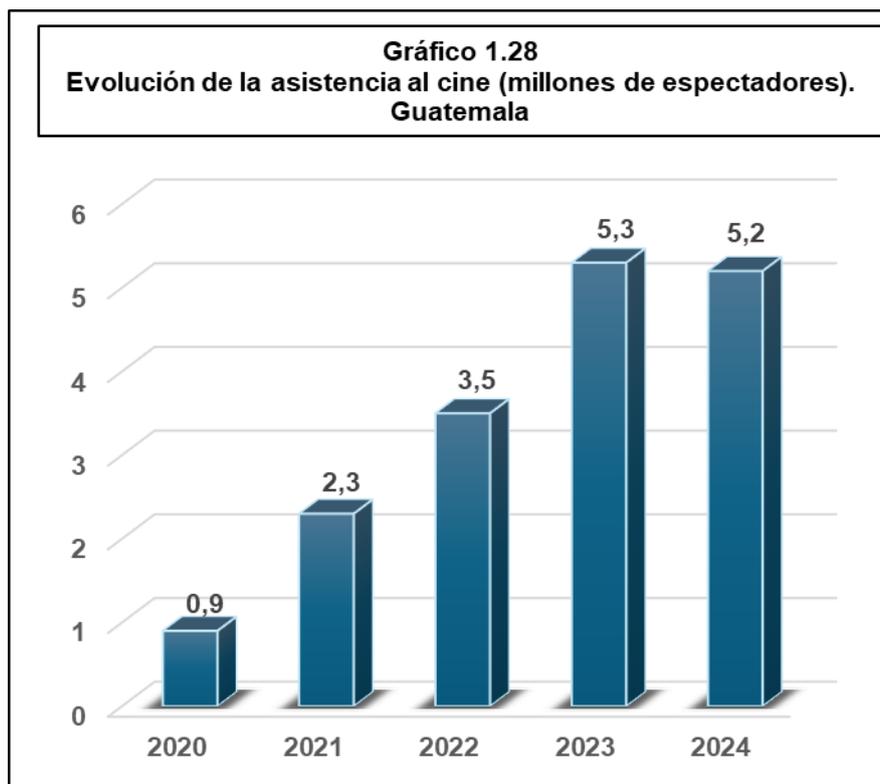
La audiencia anual se sitúa en 0,3 películas por habitante y el importe medio de la entrada asciende a 5 dólares. El número de estrenos nacionales representa tan solo el 0,8% y el cine guatemalteco obtiene una cuota de mercado del 0,3%.

La evolución de la venta de entradas en los últimos cinco años muestra un máximo de 5,3 millones de espectadores en 2023 y un mínimo de casi un millón en 2020 debido a la covid-19 (gráfico 1.28).

*Cuadro 1.55*

*Panorama cinematográfico en Guatemala*

Datos	2020	2021	2022	2023	2024
Población (millones)	16,8	17,1	17,3	17,6	17,8
Número de pantallas de cine	172	172	172	186	187
Ingresos cine (millones USD)	4,1	11,8	18,3	28,0	26,3
Espectadores cine (millones)	0,9	2,3	3,5	5,3	5,2
Espectadores cine nacional (millones)	0,01	0,01	0,006	0,01	0,01
Cuota de mercado cine nacional (%)	0,9	0,5	0,2	0,2	0,3
Número de estrenos totales	93	183	184	229	263
Número de estrenos extranjeros	90	178	182	225	261
Número de estrenos nacionales	3	5	2	4	2
Asistencia anual por habitante	0,1	0,1	0,2	0,3	0,3
Importe entrada (USD)	4,6	5,0	5,2	5,2	5,0

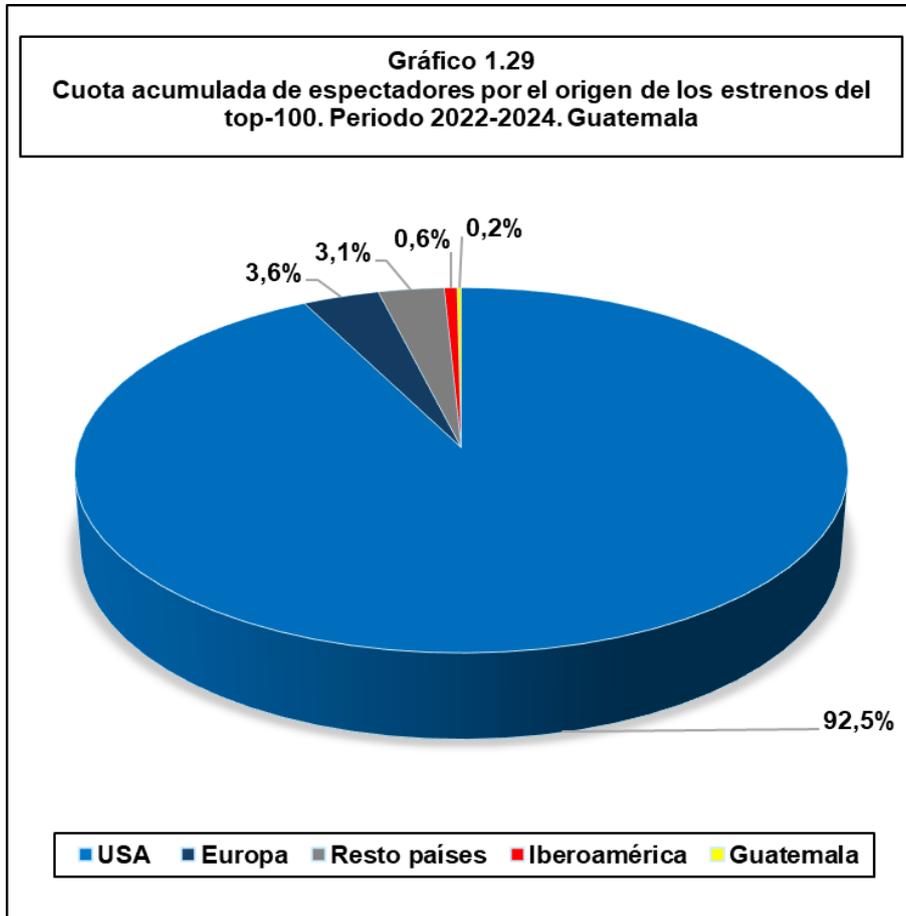


La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en 2024 en un 92,5% del total de espectadores, la del cine europeo en un 4,2% y la cuota del cine del resto de países en un 2,8% (cuadro 1.56).

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

<i>ESPECTADORES</i>						
<b>Origen</b>	<b>2022</b>	<b>%</b>	<b>2023</b>	<b>%</b>	<b>2024</b>	<b>%</b>
USA	3.121.719	90,6	4.959.679	94,5	4.752.621	92,5
Guatemala	5.079	0,1	6.258	0,1	14.186	0,3
Iberoamérica	34.825	1,0	28.362	0,5	10.702	0,2
Europa	120.466	3,5	158.261	3,0	215.373	4,2
Resto países	162.635	4,7	97.829	1,9	144.169	2,8
<b>Total</b>	<b>3.444.724</b>		<b>5.250.389</b>		<b>5.137.051</b>	
<i>INGRESOS</i>						
<b>Origen</b>	<b>2022</b>	<b>%</b>	<b>2023</b>	<b>%</b>	<b>2024</b>	<b>%</b>
USA	16.379.251	91,1	26.011.787	94,4	23.852.095	92,5
Guatemala	24.284	0,1	28.715	0,1	71.181	0,3
Iberoamérica	161.022	0,9	138.173	0,5	54.833	0,2
Europa	595.685	3,3	747.228	2,7	1.079.471	4,2
Resto países	815.122	4,5	639.310	2,3	724.409	2,8
<b>Total</b>	<b>17.975.364</b>		<b>27.565.213</b>		<b>25.781.989</b>	

La cuota acumulada de espectadores en el trienio postpandemia 2022-2024 refleja el dominio del cine USA con un 92,5% del mercado, seguido del cine europeo con un 3,6% y del cine resto de países con un 3,1% (gráfico 1.29).



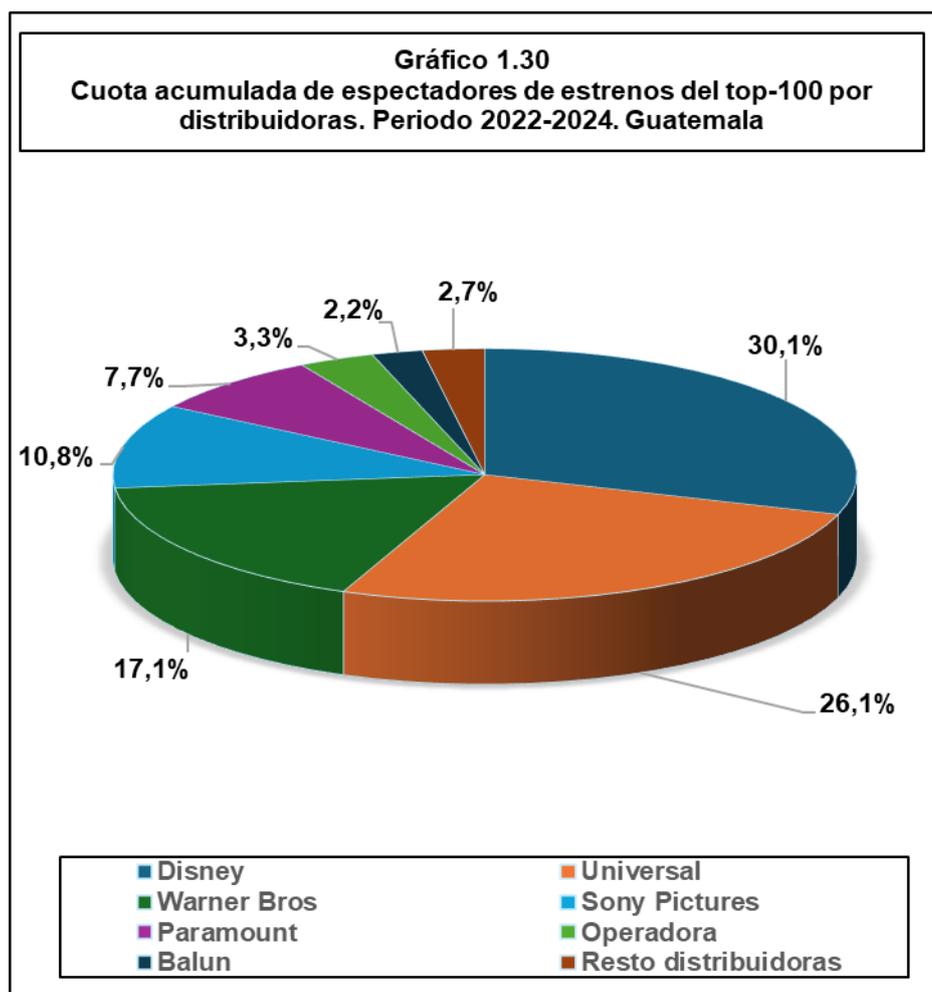
Las distribuidoras americanas representan en el top-100 de 2024 una cuota conjunta de espectadores del 93,4% y las independientes el 6,6% restante (cuadro 1.57). El *Estudio* con más entradas vendidas es Disney (2,1 millones).

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

Distribuidora	2022	%	2023	%	2024	%
Disney	1.159.608	33,7	808.836	15,4	2.122.895	41,3
Universal	892.510	25,9	1.845.108	35,1	890.377	17,3
Warner Bros	469.006	13,6	1.282.174	24,4	683.747	13,3
Sony Pictures	328.895	9,5	413.427	7,9	771.260	15,0
Paramount	358.071	10,4	332.374	6,3	329.526	6,4
Operadora	131.761	3,8	136.816	2,6	180.532	3,5
Balun	34.606	1,0	224.402	4,3	66.478	1,3
Cineplex	16.606	0,5	25.629	0,5	15.757	0,3
Independent CA	2.004	0,1	7.097	0,1	17.717	0,3
Angel Studios	0	0,0	139.856	2,7	0	0,0

Vic Films	0	0,0	0	0,0	24.235	0,5
CanZion Films	0	0,0	0	0,0	22.998	0,4
Resto distribuidoras	51.657	1,5	34.670	0,7	11.529	0,2
<b>Total</b>	<b>3.444.724</b>	<b>100,0</b>	<b>5.250.389</b>	<b>100,0</b>	<b>5.137.051</b>	<b>100,0</b>

En el trienio 2022-2024, el porcentaje de espectadores acumulado por las *Majors* se sitúa en un 91,8% y el de las independientes en el 8,2% restante (gráfico 1.30). Las distribuidoras con más cuota de mercado son Disney (30,1%) y Universal (26,1%). Entre las independientes destaca Operadora (3,3%).



En 2024, el ranking de taquilla está liderado por la película estadounidense *Del revés 2* con casi un millón de espectadores, seguida de otros tres estrenos americanos con un rendimiento inferior al medio millón de espectadores cada uno: *Deadpool y Lobezno*, *Vaiana 2* y *Gru 4. Mi villano favorito*. Todos los estrenos del top-10 provienen de Estados Unidos (cuadro 1.58).

Cuadro 1.58

## Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2024. Guatemala

N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Del revés 2	USA	990.432	4.846.549
2	Deadpool y Lobezno	USA	446.328	2.397.243
3	Vaiana 2	USA	331.887	1.639.014
4	Gru 4. Mi villano favorito	USA	301.579	1.517.180
5	Kung Fu Panda 4	USA, Canadá	261.670	1.293.627
6	Godzilla y Kong: El nuevo imperio	USA, Australia	228.503	1.192.215
7	Robot salvaje	USA	217.159	977.640
8	Mufasa: El rey León	USA, Canadá	173.465	955.441
9	Venom: El último baile	USA, R. Unido	160.857	806.520
10	The Garfield movie	USA, R. Unido	158.392	785.624

El *ranking* nacional solo cuenta con dos producciones en 2024: *Rita* (Jayro Bustamante) con 9.651 espectadores y el documental *El caso Sperisen* (Daniel Eguren) con 4.535. La primera es una obra en coproducción con Estados Unidos y, la segunda, íntegramente producida en Guatemala (cuadro 1.59).

Cuadro 1.59

## Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Año 2024. Guatemala

N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Rita	Guatemala, USA	9.651	47.240
2	El caso Sperisen	Guatemala	4.535	23.941

Los dos estrenos iberoamericanos más exitosos en 2024 en Guatemala son el largometraje de animación español *Robot Dreams* (Pablo Berger), con más de 7.100 espectadores, y el documental argentino *El Apocalipsis de San Juan* (Simón Delacre, Patricio Dondo), con 3.531 espectadores (cuadro 1.60).

La película del resto de países más popular en las salas guatemaltecas es la producción británica *Gladiator II* (en coproducción con USA), con casi 73.000 espectadores, seguida de la obra japonesa *Guardianes de la noche 3* y la británica *La sustancia* (en coproducción con Francia), ambas con más de 40.000 espectadores.

Cuadro 1.60

## Ranking de estrenos cinematográficos de otros países. Año 2024. Guatemala

Iberoamérica				
N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Robot Dreams	España, Francia	7.171	36.138
2	El Apocalipsis de San Juan	Colombia	3.531	18.695
Resto de países				
N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Gladiator II	R. Unido, USA	72.989	396.359
2	Guardianes de la noche 3	Japón	46.427	239.643
3	La sustancia	R. Unido, Francia	42.850	210.571
4	Wonka	R. Unido, USA	33.778	159.727
5	El chico y la garza	Japón	21.752	106.083



## HONDURAS

Los cines hondureños en 2024 suman una asistencia de 3 millones de espectadores y recaudan 12,2 millones de dólares. La venta de entradas se reduce en 0,3 millones con respecto a 2023 (cuadro 1.61).

La audiencia anual se sitúa en 0,3 películas por habitante y el importe medio de la entrada asciende a 4 dólares. El número de estrenos nacionales representa el 0,8% y el cine hondureño obtiene una cuota de mercado del 1,3%.

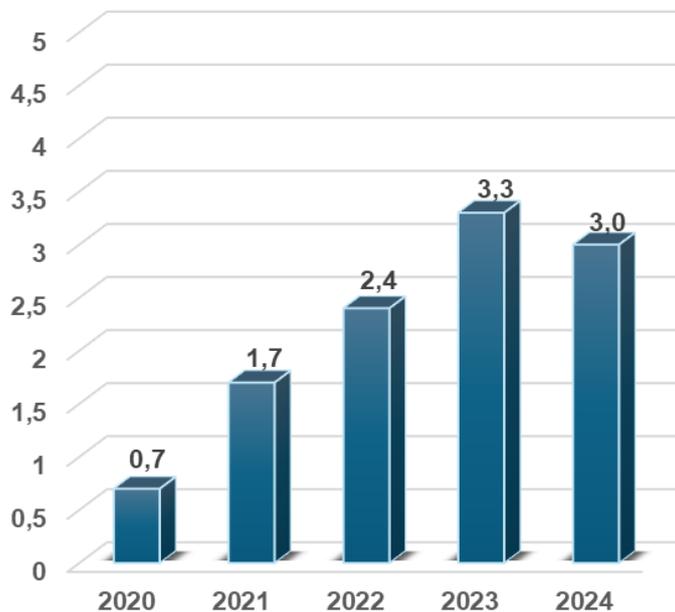
La evolución de la venta de entradas en los últimos cinco años muestra un máximo de 3,3 millones de espectadores en 2023 y un mínimo de 0,7 en 2020 debido a la covid-19 (gráfico 1.31).

*Cuadro 1.61*

*Panorama cinematográfico en Honduras*

Datos	2020	2021	2022	2023	2024
Población (millones)	9,3	9,4	9,5	9,7	9,8
Número de pantallas de cine	111	124	124	127	127
Ingresos cine (millones USD)	2,5	6,4	9,4	13,4	12,2
Asistencia espectadores (millones)	0,7	1,7	2,4	3,3	3,0
Espectadores cine nacional (millones)	0,03	0,006	0,013	0,003	0,14
Cuota de mercado cine nacional (%)	4,0	0,4	0,5	0,1	1,3
Número de estrenos totales	89	173	181	217	254
Número de estrenos extranjeros	86	169	176	215	252
Número de estrenos nacionales	3	4	5	2	2
Asistencia anual por habitante	0,1	0,2	0,3	0,4	0,3
Importe entrada (USD)	3,3	3,7	3,8	3,9	4,0

**Gráfico 1.31**  
**Evolución de la asistencia al cine (millones de espectadores).**



La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en 2024 en un 90,7% del total de espectadores, la del cine europeo casi en un 5% y la cuota del cine del resto de países en un 2,8% (cuadro 1.62).

*Cuadro 1.62*

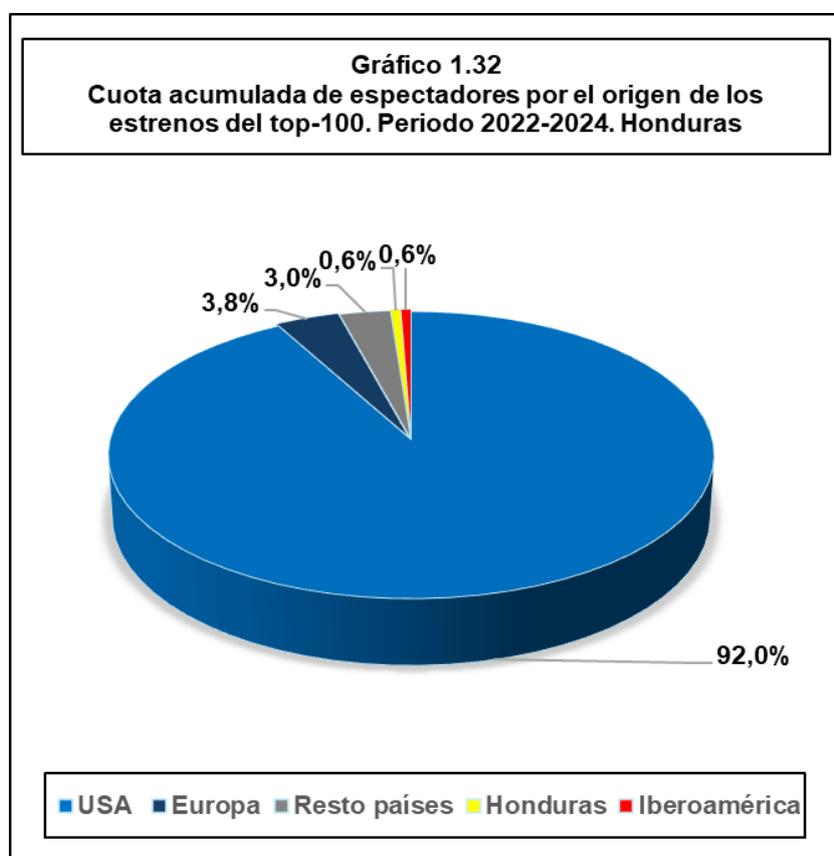
*Distribución por el origen de los estrenos del Top-100. Honduras*

<i>ESPECTADORES</i>						
<b>Origen</b>	<b>2022</b>	<b>%</b>	<b>2023</b>	<b>%</b>	<b>2024</b>	<b>%</b>
USA	2.198.875	90,1	3.178.640	95,2	2.742.961	90,7
Honduras	8.852	0,4	1.996	0,1	39.257	1,3
Iberoamérica	27.837	1,1	13.272	0,4	8.746	0,3
Europa	82.362	3,4	100.962	3,0	149.064	4,9
Resto países	121.694	5,0	44.456	1,3	83.855	2,8
<b>Total</b>	<b>2.439.620</b>		<b>3.339.326</b>		<b>3.023.883</b>	

<i>INGRESOS</i>						
<b>Origen</b>	<b>2022</b>	<b>%</b>	<b>2023</b>	<b>%</b>	<b>2024</b>	<b>%</b>
USA	8.485.228	90,6	12.584.745	95,0	10.925.985	90,9
Honduras	29.108	0,3	6.352	0,0	140.898	1,2
Iberoamérica	97.165	1,0	47.353	0,4	31.582	0,3
Europa	296.600	3,2	373.326	2,8	593.699	4,9
Resto países	452.390	4,8	240.012	1,8	328.610	2,7
<b>Total</b>	<b>9.360.491</b>		<b>13.251.788</b>		<b>12.020.774</b>	

La cuota acumulada de espectadores en el trienio postpandemia 2022-2024 refleja el dominio del cine USA, con un 92% del mercado, seguido del cine europeo con un 3,8% y del resto de países con un 3% (gráfico 1.32).

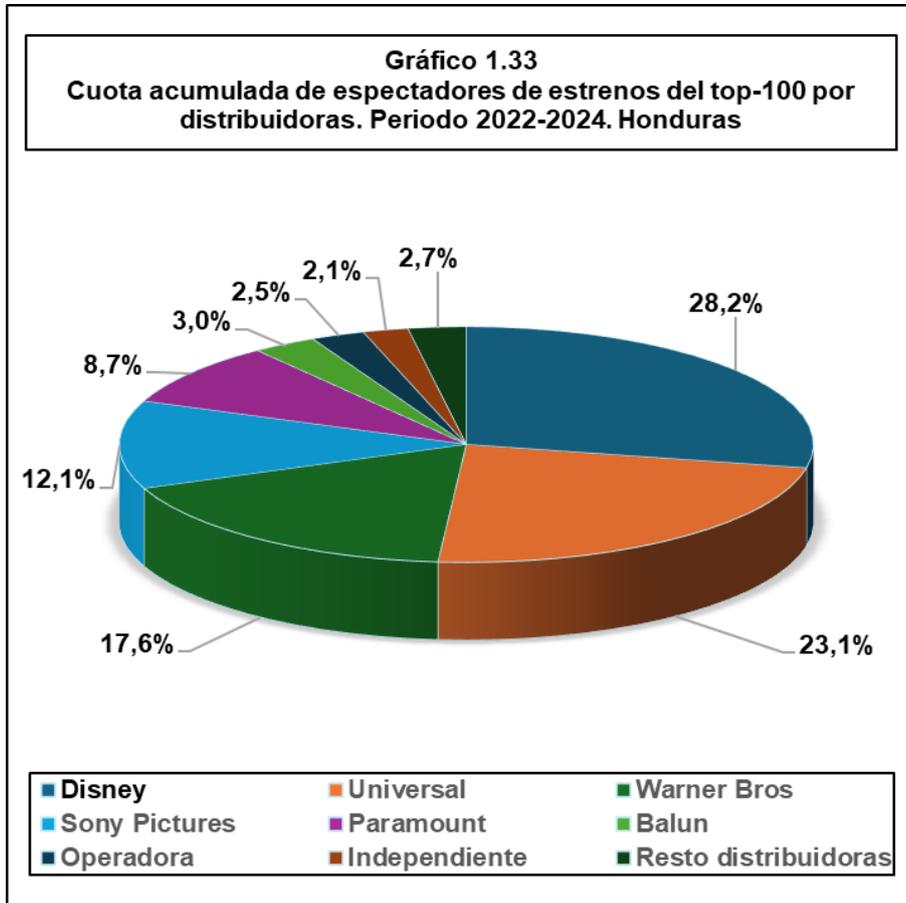


Las distribuidoras americanas representan en el top-100 de 2024 una cuota conjunta de espectadores del 91,6% y las independientes el 8,4% restante (cuadro 1.63). El *Estudio* con más entradas vendidas es Disney (1 millón).

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

Distribuidora	2022	%	2023	%	2024	%
Disney	796.400	32,6	532.142	15,9	1.095.210	36,2
Universal	561.708	23,0	1.024.513	30,7	475.154	15,7
Warner Bros	326.499	13,4	830.403	24,9	436.484	14,4
Sony Pictures	267.013	10,9	259.853	7,8	535.529	17,7
Paramount	288.554	11,8	223.302	6,7	226.750	7,5
Balun	32.917	1,3	202.897	6,1	45.205	1,5
Independent	113.482	4,7	7.346	0,2	40.742	1,3
Canzion	8.852	0,4	0	0,0	13.361	0,4
Operadora	3.612	0,1	89.526	2,7	141.975	4,7
Angel Studios	0	0,0	139.904	4,2	0	0,0
Resto distribuidoras	40.583	1,7	29.440	0,9	13.473	0,4
<b>Total</b>	<b>2.439.620</b>		<b>3.339.326</b>		<b>3.023.883</b>	

En el trienio 2022-2024, 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 1.33). Las distribuidoras con más cuota de mercado son Disney (28,2%) y Universal (23,1%). Entre las independientes destaca Balun (3%).



En 2024, el ranking de taquilla está liderado por la película estadounidense *Del revés 2* con casi 450.000 espectadores, seguida por *Deadpool y Lobezno* con más de 250.000 espectadores. Todos los estrenos del top-10 provienen de Estados Unidos (cuadro 1.64).

**Cuadro 1.64**  
**Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2024. Honduras**

N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Del revés 2	USA	447.075	1.787.505
2	Deadpool y Lobezno	USA	254.552	1.121.582
3	Vaiana 2	USA	182.477	703.230
4	Gru 4. Mi villano favorito	USA	167.048	644.833
5	Bad Boys 4	USA	142.944	549.427
6	Kung Fu Panda 4	USA, Canadá	121.799	467.089
7	Godzilla y Kong: El nuevo imperio	USA, Australia	104.853	447.310
8	Robot salvaje	USA	103.131	355.942
9	Venom: el último baile	USA, R. Unido	97.596	399.530
10	Mufasa: El rey León	USA, Canadá	93.031	394.008

El *ranking* nacional solo cuenta con dos producciones en 2024: *Navidad Catracha 2* (Carlos Membreño), con casi 40.000 espectadores, y *Una maestra de cabeza* (David Corrales), con casi 1.000 espectadores. Ambas comedias están producidas íntegramente en Honduras (cuadro 1.65).

*Cuadro 1.65*

*Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Año 2024. Honduras*

N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Navidad Catracha 2	Honduras	39.257	140.898
2	Una maestra de cabeza	Honduras	919	2.067

Los estrenos iberoamericanos más exitosos en 2024 en Honduras son el largometraje mexicano de suspense *Parpadea dos veces* (Zoe Kravitz), con más de 3.100 espectadores y la producción argentina de terror *Cuando acecha la maldad* (Demián Rugna), con algo menos de 2.500 espectadores (cuadro 1.66).

La película del resto de países con más éxito en las salas es la producción británica *Gladiator II* (en coproducción con USA), con casi 60.000 espectadores, seguida del largometraje australiano *Furiosa. De la saga Mad Max* con más de 30.000 espectadores. El cine asiático se cuelga en la tercera posición con la película japonesa *Guardianes de la noche 3*, con casi 25.000 espectadores.

*Cuadro 1.66*

*Ranking de estrenos cinematográficos de otros países. Año 2024. Honduras*

<i>Iberoamérica</i>				
N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Parpadea dos veces	México, USA	3.191	13.314
2	Cuando acecha la maldad	Argentina	2.409	7.361
3	Herencia siniestra	Portugal	1.661	6.400
4	El Apocalipsis de San Juan	Colombia	1.485	4.506
<i>Resto de países</i>				
N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Gladiator II	R. Unido USA	57.736	249.585
2	Furiosa. De la saga Mad Max	Australia, USA	30.254	129.204
3	Guardianes de la noche 3	Japón	24.034	93.370
4	La sustancia	R. Unido, Francia	23.626	91.847
5	Wonka	R. Unido USA	21.183	77.864



## MÉXICO

Los cines mexicanos en 2024 suman una asistencia de 217 millones de espectadores y recaudan casi 822 millones de dólares. La venta de entradas se reduce en 16 millones con respecto a 2023 (cuadro 1.67).

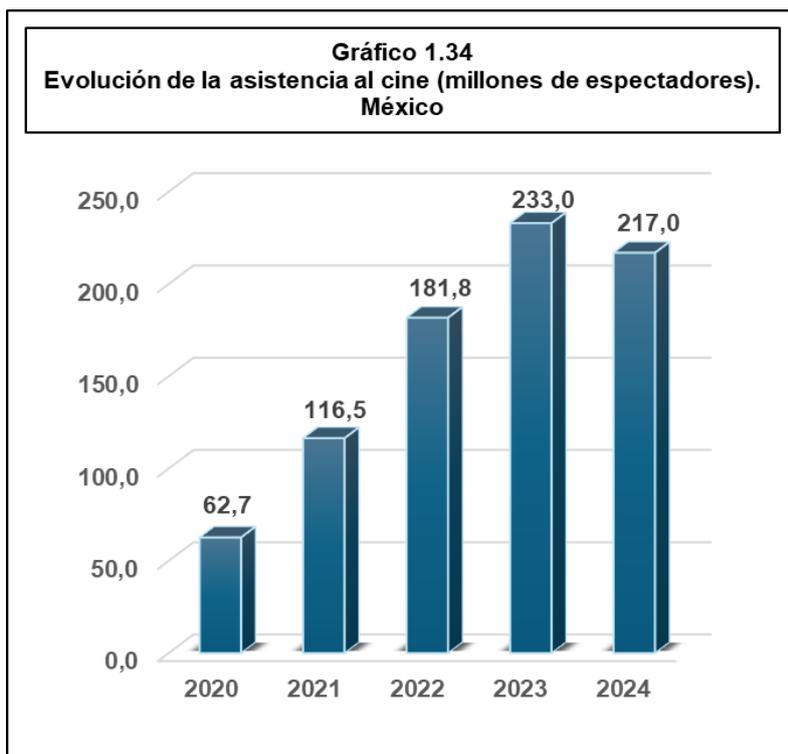
La audiencia anual se sitúa en 1,6 películas por habitante y el importe medio de la entrada asciende a 3,9 dólares. El número de estrenos nacionales representa el 26% y el cine argentino obtiene una cuota de mercado de casi el 4%.

La evolución de la venta de entradas en los últimos cinco años muestra un máximo de 233 millones de espectadores en 2023 y un mínimo de 62,7 en 2020 debido a la covid-19 (gráfico 1.34).

*Cuadro 1.67*

*Panorama cinematográfico en México*

Datos	2020	2021	2022	2023	2024
Población (millones)	127,7	128,9	130,1	131,1	132,3
Número de pantallas de cine	7.525	7.252	7.471	7.637	7.467
Ingresos cine (millones USD)	188,0	380,5	598,8	880,0	821,8
Asistencia espectadores (millones)	62,7	116,5	181,8	233,0	217,0
Espectadores cine nacional (millones)	7,6	4,6	6,4	12,2	9,4
Cuota de mercado cine nacional (%)	12,1	4,0	3,5	5,2	3,9
Número de estrenos totales	255	367	470	494	559
Número de estrenos extranjeros	209	301	373	402	414
Número de estrenos nacionales	46	66	87	92	145
Asistencia anual por habitante	0,5	0,9	1,4	1,8	1,6
Importe entrada (USD)	2,7	3,2	3,3	3,8	3,9



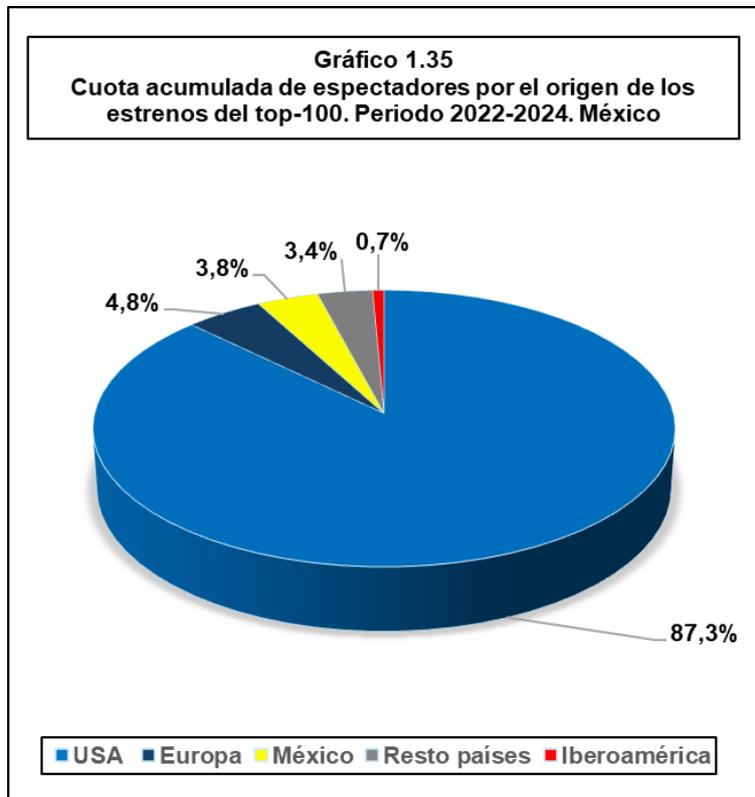
La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en 2024 en un 85,4% del total de espectadores, la del cine europeo en un 7,1% y la cuota del cine nacional en un 3,6% (cuadro 1.68).

*Cuadro 1.68*

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

<b>ESPECTADORES</b>						
<b>Origen</b>	<b>2022</b>	<b>%</b>	<b>2023</b>	<b>%</b>	<b>2024</b>	<b>%</b>
USA	152.776.189	87,8	195.178.367	88,7	169.899.725	85,4
México	4.810.920	2,8	11.117.601	5,1	7.071.930	3,6
Iberoamérica	1.407.008	0,8	1.390.928	0,6	1.086.904	0,5
Europa	7.101.574	4,1	6.987.801	3,2	14.185.603	7,1
Resto países	7.927.443	4,6	5.318.657	2,4	6.657.218	3,3
<b>Total</b>	<b>174.023.134</b>		<b>219.993.354</b>		<b>198.901.380</b>	
<b>INGRESOS</b>						
<b>Origen</b>	<b>2022</b>	<b>%</b>	<b>2023</b>	<b>%</b>	<b>2024</b>	<b>%</b>
USA	505.586.624	88,1	734.372.255	88,3	656.179.202	85,4
México	14.723.845	2,6	38.551.945	4,6	25.386.626	3,3
Iberoamérica	4.535.076	0,8	4.150.495	0,5	4.161.394	0,5
Europa	22.854.758	4,0	27.050.765	3,3	55.925.332	7,3
Resto países	26.194.531	4,6	27.296.900	3,3	26.479.174	3,4
<b>Total</b>	<b>573.894.834</b>		<b>831.422.360</b>		<b>768.131.728</b>	

La cuota acumulada de espectadores en el trienio postpandemia 2022-2024 refleja el dominio del cine USA, con un 87,3% del mercado, seguido del cine europeo con un 4,8% y del cine mexicano con un 3,8% (gráfico 1.35).



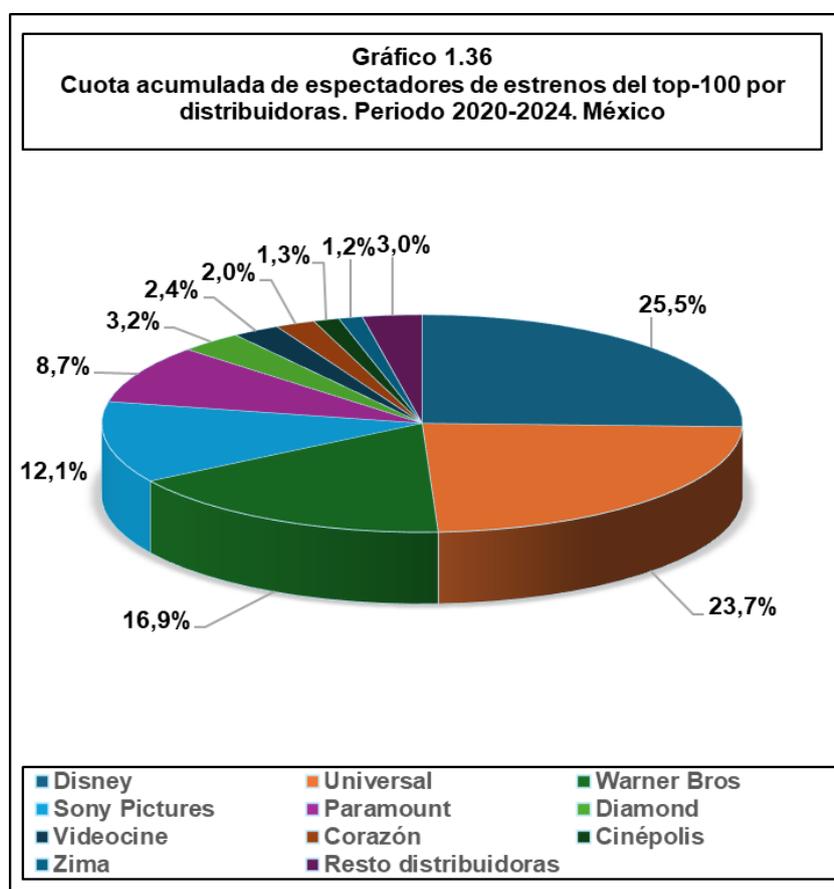
Las distribuidoras americanas representan en el top-100 de 2024 una cuota conjunta de espectadores del 86,7% y las independientes el 13,3% restante (cuadro 1.69). Los *Estudios* con más entradas vendidas son Disney (59,8 millones) y Universal (34,8 millones).

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

Distribuidora	2022	%	2023	%	2024	%
Disney	51.050.195	29,3	37.305.687	17,0	59.897.082	30,1
Universal	45.255.226	26,0	61.032.686	27,7	34.819.724	17,5
Warner Bros	23.419.392	13,5	48.336.771	22,0	29.965.156	15,1
Sony Pictures	17.939.682	10,3	23.239.569	10,6	30.679.872	15,4
Paramount	17.968.286	10,3	15.847.768	7,2	17.049.779	8,6
Videocine	2.464.217	1,4	7.214.088	3,3	5.019.427	2,5
Diamond	6.546.435	3,8	3.090.364	1,4	8.969.425	4,5
Gussi	152.460	0,1	0	0,0	0	0,0
Supra	372.058	0,2	3.012.361	1,4	482.187	0,2
Angel Studios	0	0,0	3.316.931	1,5	0	0,0
Zima	2.600.824	1,5	3.195.268	1,5	1.030.194	0,5
Corazón	2.280.675	1,3	8.725.553	4,0	1.519.722	0,8
Cinepolis	1.603.918	0,9	3.861.553	1,8	2.485.539	1,2

Imagen	771.478	0,4	458.172	0,2	2.442.477	1,2
Dark side	341.435	0,2	0	0,0	0	0,0
Star	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Canibal	358.854	0,2	358.094	0,2	1.306.854	0,7
MUBI	0	0,0	0	0,0	2.931.638	1,5
Resto distribuidoras	897.999	0,5	998.489	0,5	302.304	0,2
<b>Total</b>	<b>174.023.134</b>		<b>219.993.354</b>		<b>198.901.380</b>	

En el trienio 2022-2024, el porcentaje de espectadores acumulado por las *Majors* se sitúa casi en un 87% y el de las independientes en el 13% restante (gráfico 1.36). Las distribuidoras con más cuota de mercado son Disney (25,5%) y Universal (23,7%). Entre las independientes destaca Diamond Films (3,2%).



En 2024, el ranking de taquilla está liderado por la película estadounidense *Del revés 2* con 25,6 millones de espectadores, seguida de *Gru 4. Mi villano favorito* con 11,6 millones y de *Deadpool y Lobezno* con 10,8 millones. Todos los estrenos del top-10 provienen de Estados Unidos (cuadro 1.70).

Cuadro 1.70

## Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2024. México

N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Del revés 2	USA	25.671.020	99.829.069
2	Gru 4. Mi villano favorito	USA	11.665.406	45.678.744
3	Deadpool y Lobezno	USA	10.808.565	44.425.046
4	Kung Fu Panda 4	USA, Canadá	8.857.626	36.000.434
5	Vaiana 2	USA	8.104.910	28.975.943
6	Godzilla y Kong: El nuevo imperio	USA, Australia	8.082.519	34.024.999
7	Robot salvaje	USA	6.227.568	20.557.804
8	Venom: El último baile	USA, R. Unido	6.070.797	20.860.430
9	Bitelchús Bitelchús	USA, Francia	5.605.185	18.949.283
10	The Garfield movie	USA, R. Unido	5.533.308	20.662.813

En el *ranking* nacional, las dos producciones con más éxito son *El candidato honesto* (Luis Felipe Ybarra), con 1,6 millones de espectadores, y *El Roomie* (Pedro Pablo Ibarra), con 1,2 millones. En este *ranking*, todas las películas son íntegramente mexicanas salvo una en coproducción con Italia y Estados Unidos (cuadro 1.71).

Cuadro 1.71

## Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Año 2024. México

N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	El candidato honesto	México	1.656.091	5.260.012
2	El Roomie	México	1.273.740	4.682.267
3	Noche de bodas	México	661.441	2.746.806
4	Jugaremos en el bosque	México	642.227	2.322.426
5	Casi el paraíso	México, Italia, USA	628.701	2.274.478
6	Turno nocturno	México	610.513	2.032.974
7	Todas menos tú	México	594.617	2.275.826
8	Una pequeña confusión	México	499.389	2.006.723
9	María, ¡Me muero!	México	286.539	884.291
10	Un actor malo	México	218.672	900.822

El estreno iberoamericano más exitoso en 2024 en México es el largometraje de animación español *Robot Dreams* (Pablo Berger) con más de 830.000 espectadores, seguida de la producción argentina de terror *Cuando acecha la maldad* (Demián Rugna), con 253.025 espectadores (cuadro 1.72).

Las películas del resto de países más populares en las salas son las producciones británicas *Gladiator II* (en coproducción con USA), con 4,4 millones de espectadores, y *La sustancia* (en coproducción con Francia), con 2,6 millones de espectadores. El cine asiático estuvo presente con la película japonesa *Guardianes de la noche 3*, con 1,6 millones de espectadores.

**Cuadro 1.72**  
**Ranking de estrenos cinematográficos de otros países. Año 2024. México**

<i>Iberoamérica</i>				
N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Robot Dreams	España, Francia	833.879	3.260.161
2	Cuando acecha la maldad	Argentina	253.025	901.233
<i>Resto de países</i>				
N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Gladiator II	R. Unido, USA	4.446.826	17.230.686
2	La sustancia	R. Unido, Francia	2.647.409	9.792.265
3	Wonka	R. Unido, USA	1.697.436	6.227.114
5	Guardianes de la noche 3	Japón	1.664.678	6.452.934
4	Vivir el momento	R. Unido, Francia	1.489.690	5.175.420



## NICARAGUA

Los cines nicaragüenses en 2024 suman una asistencia de 1,1 millones de espectadores y recaudan 5,6 millones de dólares. La venta de entradas se reduce en 100.000 espectadores con respecto a 2023. La audiencia anual se sitúa en 0,2 películas por habitante y el importe medio de la entrada asciende a 4,9 dólares (cuadro 1.73).

La evolución de la venta de entradas en los últimos cinco años muestra un máximo de 1,2 millones de espectadores en 2023 y un mínimo de 0,3 en 2020 debido a la covid-19 (gráfico 1.37).

*Cuadro 1.73*

*Panorama cinematográfico en Nicaragua*

Datos	2020	2021	2022	2023	2024
Población (millones)	6,6	6,6	6,7	6,8	6,8
Número de pantallas de cine	55	52	52	45	45
Ingresos cine (millones USD)	1,2	3,0	3,6	5,7	5,6
Asistencia espectadores (millones)	0,3	0,7	0,8	1,2	1,1
Espectadores cine nacional (millones)	0	0	0	0	0
Cuota de mercado cine nacional (%)	0	0	0	0	0
Número de estrenos totales	84	147	151	173	176
Número de estrenos extranjeros	84	147	151	173	176
Número de estrenos nacionales	0	0	0	0	0
Asistencia anual por habitante	0,05	0,1	0,1	0,2	0,2
Importe entrada (USD)	3,9	4,1	4,3	4,5	4,9

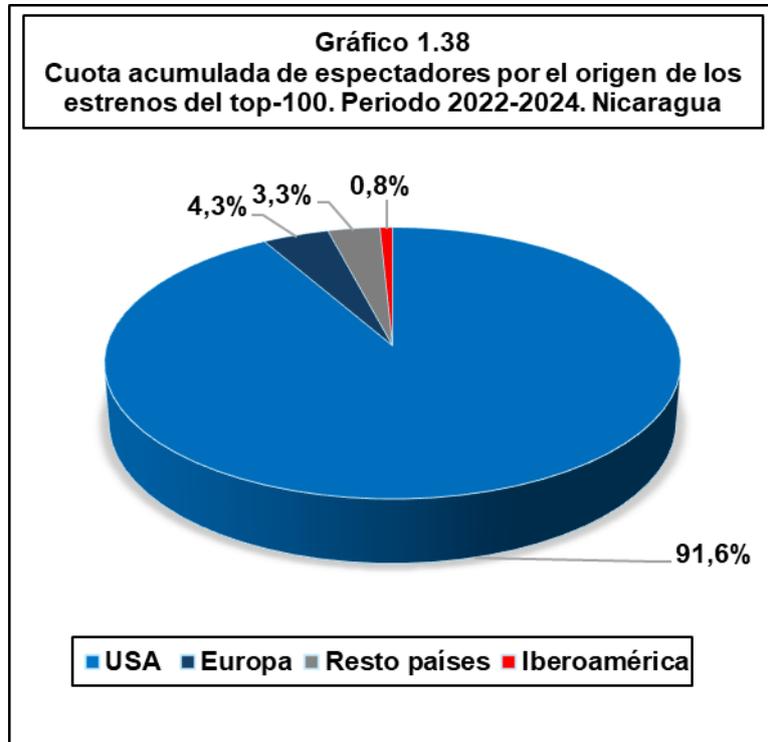


La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en 2024 en un 91,1% del total de espectadores, la cuota del cine europeo en un 5% y la cuota del resto de países en un 3,2% (cuadro 1.74).

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

<i>ESPECTADORES</i>						
<b>Origen</b>	<b>2022</b>	<b>%</b>	<b>2023</b>	<b>%</b>	<b>2024</b>	<b>%</b>
USA	748.905	89,3	1.175.425	94,6	1.025.618	91,1
Nicaragua	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Iberoamérica	7.283	0,9	10.086	0,8	7.674	0,7
Europa	36.423	4,3	40.369	3,2	56.160	5,0
Resto países	45.786	5,5	17.129	1,4	35.839	3,2
<b>Total</b>	<b>838.397</b>		<b>1.243.009</b>		<b>1.125.291</b>	
<i>INGRESOS</i>						
<b>Origen</b>	<b>2022</b>	<b>%</b>	<b>2023</b>	<b>%</b>	<b>2024</b>	<b>%</b>
USA	3.230.869	89,4	5.389.760	94,7	5.015.912	90,8
Nicaragua	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Iberoamérica	31.457	0,9	42.804	0,8	35.459	0,6
Europa	151.111	4,2	180.834	3,2	301.084	5,5
Resto países	201.977	5,6	77.701	1,4	170.763	3,1
<b>Total</b>	<b>3.615.414</b>		<b>5.691.099</b>		<b>5.523.218</b>	

La cuota acumulada de espectadores en el trienio postpandemia 2022-2024 refleja el dominio del cine USA, con un 91,6% del mercado, seguido del cine europeo con un 4,3% y del cine del resto de países con un 3,3% (gráfico 1.38).

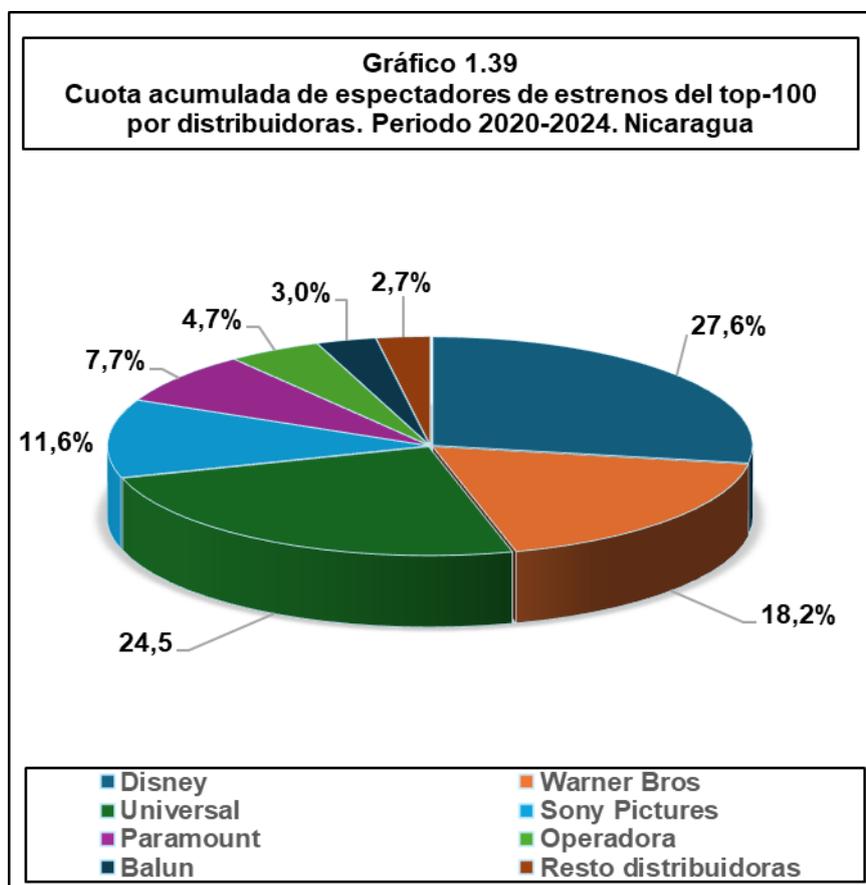


Las distribuidoras americanas representan en el top-100 de 2024 una cuota conjunta de espectadores de casi el 92% y las independientes el 8% restante (cuadro 1.75). El *Estudio* con más entradas vendidas es Disney (431.090).

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

Distribuidora	2022	%	2023	%	2024	%
Disney	266.214	31,8	158.011	12,7	431.090	38,3
Universal	205.234	24,5	412.277	33,2	176.224	15,7
Warner Bros	116.234	13,9	328.203	26,4	162.287	14,4
Sony Pictures	88.086	10,5	100.434	8,1	181.632	16,1
Paramount	83.369	9,9	72.797	5,9	81.717	7,3
Angel Studios	0	0,0	44.053	3,5	1.602	0,1
Operadora	48.591	5,8	39.692	3,2	59.064	5,2
Balun	14.269	1,7	74.033	6,0	15.849	1,4
Independent	2.113	0,3	4.985	0,4	4.245	0,4
Canzion	0	0,0	0	0,0	5.224	0,5
Resto distribuidoras	14.287	1,7	8.524	0,7	6.357	0,6
<b>Total</b>	<b>838.397</b>		<b>1.243.009</b>		<b>1.125.291</b>	

En el trienio 2022-2024, el porcentaje de espectadores acumulado por las *Majors* se sitúa en un 89,6% y el de las independientes en el 10,4% restante (gráfico 1.39). Las distribuidoras con más cuota de mercado son Disney (27,6%) y Universal (24,5%). Entre las independientes destaca Operadora (4,7%).



En 2024, el ranking de taquilla está liderado por la película estadounidense *Del revés 2* con 175.802 espectadores, seguida de *Deadpool y Lobezno* con más de 102.000 espectadores. Todos los estrenos del top-10 provienen de Estados Unidos (cuadro 1.76).

*Cuadro 1.76*  
*Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2024. Nicaragua*

N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Del revés 2	USA	175.802	838.630
2	Deadpool y Lobezno	USA	102.556	525.774
3	Vaiana 2	USA	85.233	406.089
4	Gru 4. Mi villano favorito	USA	61.921	294.813
5	Kung Fu Panda 4	USA, Canadá	49.851	225.845
6	Godzilla y Kong: el nuevo imperio	USA, Australia	48.078	227.365
7	Venom: El último baile	USA, R. Unido	33.063	165.400
8	Mufasa: El rey León	USA	33.036	174.209
9	Bad Boys 4	USA, Canadá	32.846	167.808
10	The Garfield movie	USA, R. Unido	32.097	152.549

El estreno iberoamericano más exitoso en 2024 en Nicaragua es el documental argentino *El Apocalipsis de San Juan* (Simón Delacre, Patricio Dondo) con 2.025 espectadores, seguida por otro documental mexicano, *El gran aviso* (Juan Carlos Salas), y por la producción de terror argentina *Cuando acecha la maldad* (Demián Rugna), ambas con más de 1.000 espectadores (cuadro 1.77).

La película del resto de países más popular en las salas es la producción británica *Gladiator II* (en coproducción con USA), con casi 25.000 espectadores (cuadro 1.77). El cine asiático fue protagonista con la película japonesa *Guardianes de la noche 3* (13.302 espectadores).

<i>Cuadro 1.77</i>				
<i>Ranking de estrenos cinematográficos de otros países. Año 2024. Nicaragua</i>				
<i>Iberoamérica</i>				
<b>N.</b>	<b>Título</b>	<b>Origen</b>	<b>Espectadores</b>	<b>Ingresos (\$)</b>
1	El Apocalipsis de San Juan	Argentina	2.025	10.403
2	El gran aviso	México	1.417	5.869
3	Cuando acecha la maldad	Argentina	1.173	5.002
4	Parpadea dos veces	México, USA	872	4.390
5	Guadalupe, Madre de la Humanidad	España	803	3.002
<i>Resto de países</i>				
<b>N.</b>	<b>Título</b>	<b>Origen</b>	<b>Espectadores</b>	<b>Ingresos (\$)</b>
1	Gladiator II	R. Unido, USA	24.569	139.581
2	Guardianes de la noche 3	Japón	13.302	60.398
3	Furiosa. De la saga Mad Max	Australia, USA	7.945	42.867
4	La sustancia	R. Unido, Francia	7.060	40.182
5	Wonka	R. Unido, USA	6.882	31.254



## PANAMÁ

Los cines panameños en 2024 suman una asistencia de 4 millones de espectadores y recaudan 24,6 millones de dólares. La venta de entradas se reduce en medio millón con respecto a 2023 (cuadro 1.78).

La audiencia anual se sitúa en 0,9 películas por habitante y el importe medio de la entrada asciende a 6 dólares. El número de estrenos nacionales representa el 2% y el cine panameño obtiene una cuota de mercado del 2,2%.

La evolución de la venta de entradas en los últimos cinco años muestra un máximo de 4,5 millones de espectadores en 2023 y un mínimo de 1,1 en 2020 debido a la covid-19 (gráfico 1.40).

Cuadro 1.78

*Panorama cinematográfico en Panamá*

Datos	2020	2021	2022	2023	2024
Población (millones)	4,2	4,3	4,3	4,4	4,5
Número de pantallas de cine	167	169	173	173	173
Ingresos cine (millones USD)	5,7	14,8	21,7	27,0	24,6
Asistencia espectadores (millones)	1,1	2,6	3,8	4,5	4,0
Espectadores cine nacional (millones)	0	0,03	0,04	0,006	0,09
Cuota de mercado cine nacional (%)	0,0	1,0	1,0	0,1	2,2
Número de estrenos totales	89	177	210	247	289
Número de estrenos extranjeros	89	174	206	244	283
Número de estrenos nacionales	0	3	4	3	6
Asistencia anual por habitante	0,2	0,6	0,9	1,0	0,9
Importe entrada (USD)	5,0	5,5	5,6	5,9	6,0



La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en 2024 en un 88,8% del total de espectadores, la del cine europeo en un 5,6% y la cuota del cine nacional en un 2,2% (cuadro 1.79).

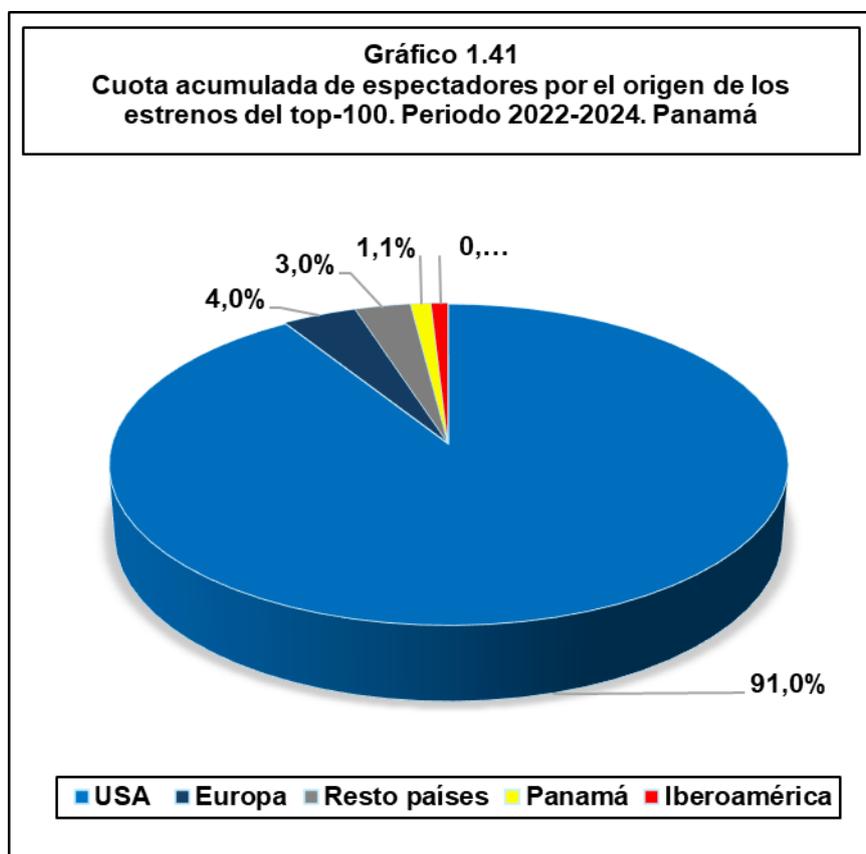
*Cuadro 1.79*  
*Distribución por el origen de los estrenos del Top-100. Panamá*

<i>ESPECTADORES</i>						
<b>Origen</b>	<b>2022</b>	<b>%</b>	<b>2023</b>	<b>%</b>	<b>2024</b>	<b>%</b>
USA	3.350.134	89,2	4.228.126	95,0	3.516.550	88,8
Panamá	36.891	1,0	3.924	0,1	87.958	2,2
Iberoamérica	51.412	1,4	33.937	0,8	17.426	0,4
Europa	147.399	3,9	110.838	2,5	220.746	5,6
Resto países	168.297	4,5	74.131	1,7	117.861	3,0
<b>Total</b>	<b>3.754.133</b>		<b>4.450.956</b>		<b>3.960.541</b>	

<i>INGRESOS</i>						
<b>Origen</b>	<b>2022</b>	<b>%</b>	<b>2023</b>	<b>%</b>	<b>2024</b>	<b>%</b>
USA	19.023.642	89,8	25.234.574	95,2	21.223.981	89,1
Panamá	182.107	0,9	0	0,0	508.162	2,1
Iberoamérica	248.957	1,2	206.798	0,8	88.638	0,4
Europa	828.896	3,9	671.076	2,5	1.397.905	5,9
Resto países	903.367	4,3	394.062	1,5	697.222	2,9
<b>Total</b>	<b>21.186.969</b>		<b>26.506.510</b>		<b>23.915.908</b>	

La cuota acumulada de espectadores en el trienio postpandemia 2022-2024 refleja el dominio del cine USA, con un 91% del mercado, seguido del cine europeo con un 4% y del cine del resto de países con un 3% (gráfico 1.41).

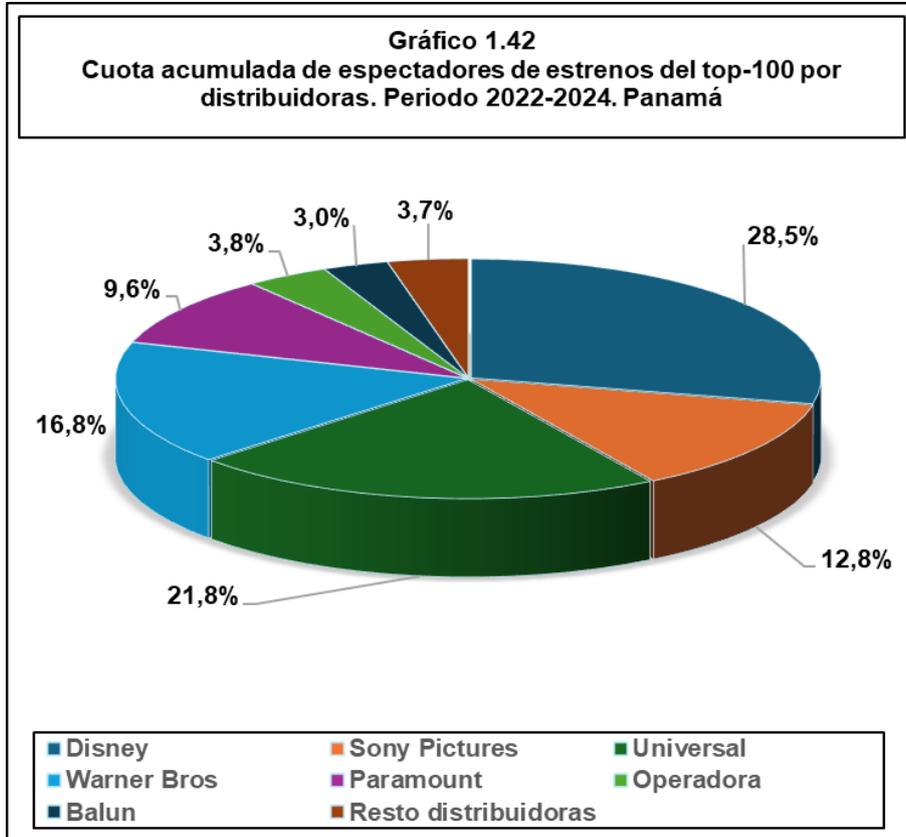


Las distribuidoras americanas representan en el top-100 de 2024 una cuota conjunta de espectadores del 90,3% y las independientes el 9,7% restante (cuadro 1.80). El *Estudio* con más entradas vendidas es Disney (1,3 millones).

**Cuadro 1.80**  
**Cuota de espectadores por distribuidoras del Top-100. Panamá**

Distribuidora	2022	%	2023	%	2024	%
Disney	1.264.705	33,7	811.876	18,2	1.330.179	33,6
Universal	853.389	22,7	1.278.412	28,7	555.111	14,0
Warner Bros	484.227	12,9	944.727	21,2	642.486	16,2
Sony Pictures	452.382	12,1	392.652	8,8	688.218	17,4
Paramount	400.572	10,7	395.538	8,9	359.720	9,1
Angel Studios	0	0,0	154.993	3,5	0	0,0
Operadora	147.258	3,9	144.009	3,2	168.780	4,3
Independent	0	0,0	7.650	0,2	14.223	0,4
Balun	43.677	1,2	281.472	6,3	55.335	1,4
Vic Films	0	0,0	0	0,0	103.909	2,6
Resto distribuidoras	107.923	2,9	39.627	0,9	42.580	1,1
<b>Total</b>	<b>3.754.133</b>		<b>4.450.956</b>		<b>3.960.541</b>	

En el trienio 2022-2024, el porcentaje de espectadores acumulado por las *Majors* se sitúa en un 89,5% y el de las independientes en el 10,5% restante (gráfico 1.42). Las distribuidoras con más cuota de mercado son Disney (28,5%) y Universal (21,8%). Entre las independientes destaca Operadora (3,8%).



En 2024, el ranking de taquilla está liderado por la película estadounidense *Del revés 2* con medio millón de espectadores, seguida de otros dos estrenos americanos con un rendimiento de más de 200.000 de espectadores cada uno: *Deadpool* y *Lobezno* y *Vaiana 2*. Todos los estrenos del top-10 provienen de Estados Unidos (cuadro 1.81).

**Cuadro 1.81**  
**Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2024. Panamá**

N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Del revés 2	USA	500.966	2.943.426
2	Deadpool y Lobezno	USA	278.034	1.764.960
3	Vaiana 2	USA	246.893	1.456.728
4	Gru 4. Mi villano favorito	USA	175.499	1.031.709
5	Godzilla y Kong: el nuevo imperio	USA, Australia	156.583	914.794
6	Bad Boys 4	USA	156.084	966.647
7	El reino del planeta de los simios	USA, Australia	127.284	771.337
8	Venom: El último baile	USA, R. Unido	123.223	736.792
9	Kung Fu Panda 4	USA, Canadá	115.638	691.747
10	Robot salvaje	USA	112.663	627.352

En el *ranking* nacional, las dos producciones con más éxito son la comedia *Érase una vez en Panamá* (Elmis Castillo) y el *thriller* *Tumbadores* (María Isabel Burnes), con más de 49.000 y 20.000 espectadores, respectivamente. En este *ranking*, hay tres películas íntegramente panameñas y tres en coproducción con Argentina, Colombia y España (cuadro 1.82).

**Cuadro 1.82**  
*Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Año 2024. Panamá*

N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Érase una vez en Panamá	Panamá	49.044	280.227
2	Tumbadores	Panamá, Colombia	20.863	114.207
3	Despierta mamá	Panamá, Argentina	10.929	69.660
4	Chacalería	Panamá	7.122	43.692
5	Me dicen el panzer	Panamá, España	2.152	10.963
6	Gauguin y el Canal	Panamá	388	1.779

Los estrenos iberoamericanos más exitoso en 2024 en Panamá son el largometraje de animación dominicano *Capitán Avispa* (Jean Gabriel Guerra, Jonnathan Meléndez), con 6.500 espectadores, y el largometraje mexicano de suspense *Parpadea dos veces* (Zoe Kravitz), con casi 5.000 espectadores (cuadro 1.83).

La película del resto de países más popular en las salas es la producción británica *Gladiator II* (en coproducción con USA), con más de 106.000 espectadores. El cine asiático fue también protagonista con la película japonesa *Guardianes de la noche 3* con 36.473 espectadores.

**Cuadro 1.83**  
*Ranking de estrenos cinematográficos de otros países. Año 2024. Panamá*

<i>Iberoamérica</i>				
N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Capitán Avispa	R. Dominicana	6.502	25.366
2	Parpadea dos veces	México, USA	4.813	31.129
3	El Apocalipsis de San Juan	Argentina	3.294	16.827
4	Inseparables	España, Francia	2.817	15.317
<i>Resto de países</i>				
Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Gladiator II	R. Unido, USA	106.158	736.293
2	Guardianes de la noche 3	Japón	36.473	210.320
3	Furiosa. De la saga Mad Max	Australia, USA	32.193	215.166
4	La sustancia	R. Unido, Francia	27.818	162.046
5	Wonka	R. Unido, USA	25.227	138.437



## PARAGUAY

Los cines paraguayos en 2024 suman una asistencia de 1,3 millones de espectadores y recaudan 6,1 millones de dólares. La venta de entradas se reduce en casi 100.000 con respecto a 2023 (cuadro 1.84).

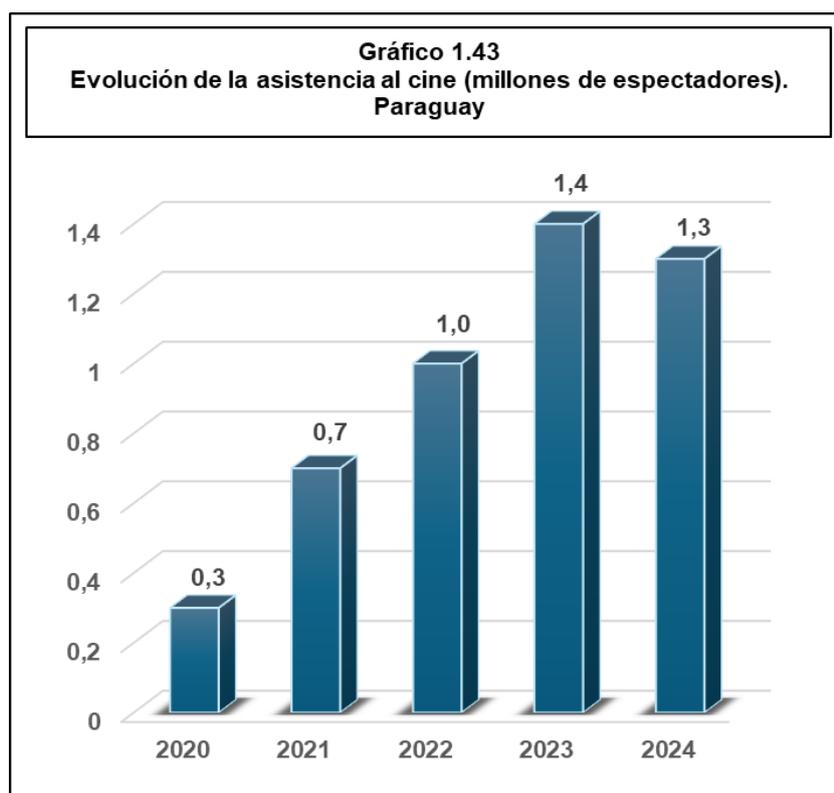
La audiencia anual se sitúa en 0,2 películas por habitante y el importe medio de la entrada asciende a 4,6 dólares. El número de estrenos nacionales representa el 1% y el cine paraguayo obtiene una cuota de mercado del 1,6%.

La evolución de la venta de entradas en los últimos cinco años muestra un máximo de 1,4 millones de espectadores en 2023 y un mínimo de 300.000 espectadores en 2020 debido a la covid-19 (gráfico 1.43).

*Cuadro 1.84*

*Panorama cinematográfico en Paraguay*

	2020	2021	2022	2023	2024
Población (millones)	7,2	7,3	7,4	7,5	7,6
Número de pantallas de cine	76	87	99	99	99
Ingresos cine (millones USD)	1,4	3,5	5,0	6,4	6,1
Asistencia espectadores (millones)	0,3	0,7	1,0	1,4	1,3
Espectadores cine nacional (millones)	0,01	0,01	0,04	0,03	0,02
Cuota de mercado cine nacional (%)	2,0	1,6	3,3	2,0	1,6
Número de estrenos totales	74	149	151	172	190
Número de estrenos extranjeros	71	145	145	165	188
Número de estrenos nacionales	3	4	6	7	2
Asistencia anual por habitante	0,1	0,1	0,2	0,2	0,2
Importe entrada (USD)	4,2	4,8	4,8	4,5	4,6



La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en 2024 en un 88,1% del total de espectadores, la del cine europeo en un 6,1% y la cuota del cine del resto de países en un 3,3% (cuadro 1.85).

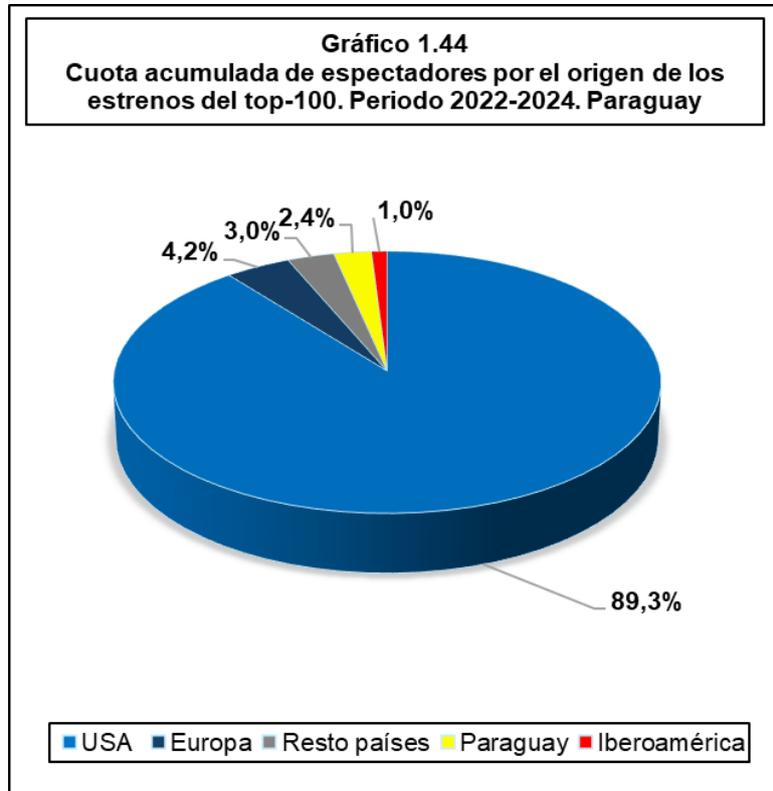
*Cuadro 1.85*  
*Distribución por el origen de los estrenos del Top-100. Paraguay*

<i>ESPECTADORES</i>						
<b>Origen</b>	<b>2022</b>	<b>%</b>	<b>2023</b>	<b>%</b>	<b>2024</b>	<b>%</b>
USA	916.510	87,5	1.283.721	92,4	1.149.058	88,1
Paraguay	35.151	3,4	28.301	2,0	23.297	1,8
Iberoamérica	15.241	1,5	11.873	0,9	9.414	0,7
Europa	31.080	3,0	49.807	3,6	79.011	6,1
Resto países	49.002	4,7	15.566	1,1	42.986	3,3
<b>Total</b>	<b>1.046.984</b>		<b>1.389.268</b>		<b>1.303.766</b>	

<i>INGRESOS</i>						
<b>Origen</b>	<b>2022</b>	<b>%</b>	<b>2023</b>	<b>%</b>	<b>2024</b>	<b>%</b>
USA	4.434.057	88,5	5.861.964	92,9	5.388.779	88,6
Paraguay	153.082	3,1	123.213	2,0	98.980	1,6
Iberoamérica	59.651	1,2	48.290	0,8	35.986	0,6
Europa	146.139	2,9	204.137	3,2	375.243	6,2
Resto países	219.488	4,4	73.533	1,2	181.547	3,0
<b>Total</b>	<b>5.012.417</b>		<b>6.311.137</b>		<b>6.080.535</b>	

La cuota acumulada de espectadores en el trienio postpandemia 2022-2024 refleja el dominio del cine USA, con un 89,3% del mercado, seguido del cine europeo con un 4,2% y del cine del resto de países con un 3% (gráfico 1.44).

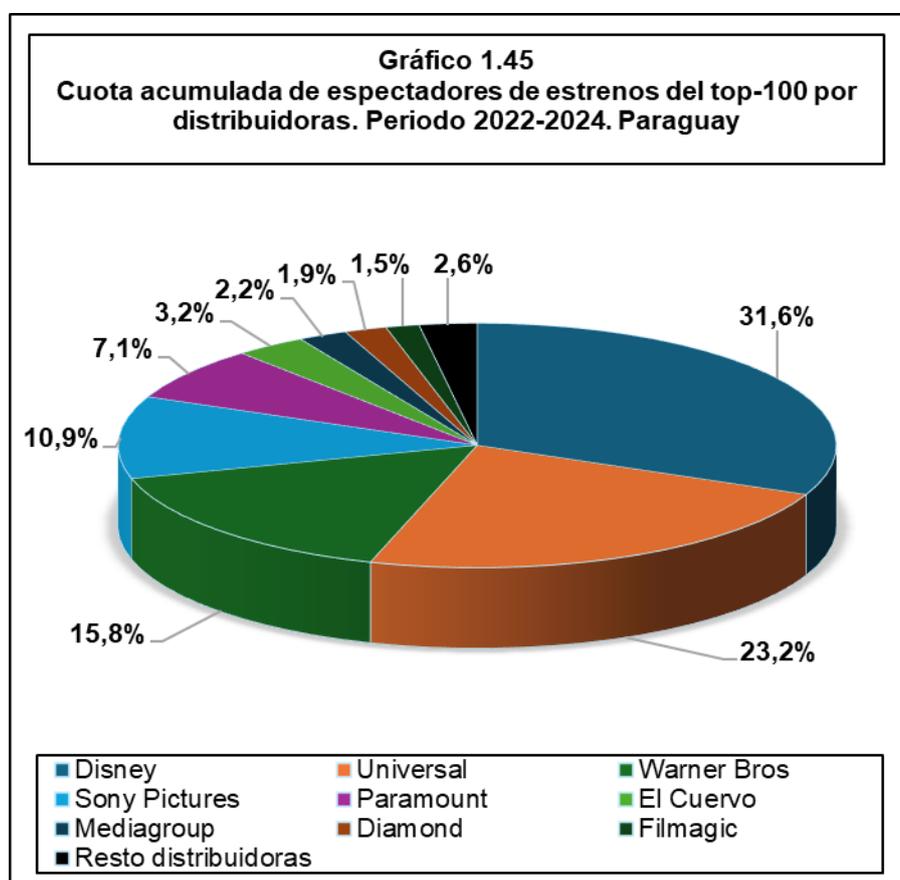


Las distribuidoras americanas representan en el top-100 de 2024 una cuota conjunta de espectadores del 90% y las independientes el 10% restante (cuadro 1.86). Los *Estudios* con más entradas vendidas son Disney con casi 600.000 y Universal con más de 200.000.

*Cuadro 1.86*  
*Cuota de espectadores por distribuidoras del Top-100. Paraguay*

Distribuidora	2022	%	2023	%	2024	%
Disney	334.913	32,0	256.998	18,5	576.286	44,2
Universal	231.969	22,2	438.869	31,6	206.979	15,9
Warner Bros	139.188	13,3	324.485	23,4	140.639	10,8
Sony Pictures	114.049	10,9	96.475	6,9	192.363	14,8
Paramount	128.228	12,2	68.001	4,9	56.698	4,3
Mediagroup	18.514	1,8	23.007	1,7	40.747	3,1
Indenpendent	1.706	0,2	17.801	1,3	4.226	0,3
Life Films	10.661	1,0	0	0,0	0	0,0
Filmagic	29.126	2,8	23.020	1,7	0	0,0
Diamond	21.917	2,1	8.486	0,6	38.504	3,0
Angel Studios	0	0,0	49.975	3,6	0	0,0
El Cuervo	4.636	0,4	76.908	5,5	47.324	3,6
Resto distribuidoras	12.077	1,2	5.243	0,4	0	0,0
<b>Total</b>	<b>1.046.984</b>		<b>1.389.268</b>		<b>1.303.766</b>	

En el trienio 2022-2024, el porcentaje de espectadores acumulado por las *Majors* se sitúa en un 88,6% y el de las independientes en el 11,4% restante (gráfico 1.45). Las distribuidoras con más cuota de mercado son Disney (31,6%) y Universal (23,2%). Entre las independientes destaca El Cuervo (3,2%).



En 2024, el ranking de taquilla está liderado por la película estadounidense *Del revés 2* con más de 265.000 espectadores, seguida *Deadpool* y *Lobezno* con casi 150.000. Todos los estrenos del top-10 provienen de Estados Unidos (cuadro 1.87).

Cuadro 1.87

## Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2024. Paraguay

N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Del revés 2	USA	266.459	1.213.876
2	Deadpool y Lobezno	USA	146.281	772.966
3	Gru 4. Mi villano favorito	USA	92.417	414.613
4	Vaiana 2	USA	68.963	317.437
5	Kung Fu Panda 4	USA, Canadá	51.242	241.698
6	Romper el círculo	USA	44.444	191.468
7	Bad Boys 4	USA	32.255	142.302
8	Godzilla y Kong: El nuevo imperio	USA, Australia	31.829	163.032
9	Mufasa: El rey León	USA, Canadá	29.611	158.075
10	Cualquiera menos tú	USA, Australia	29.502	128.388

En el *ranking* nacional, las dos únicas producciones exhibidas obtuvieron un éxito muy diferente. En primer lugar, el largometraje de terror *No entres* (Hugo Cardozo) sobrepasó los 21.500 espectadores y en segunda posición el drama basado en hechos reales, en coproducción con Argentina, *Una sola primavera* (Joaquín Pedretti), no llegó a los 2.000 espectadores (cuadro 1.88).

**Cuadro 1.88**

*Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Año 2024. Paraguay*

N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	No entres	Panamá	21.577	92.865
2	Una sola primavera	Panamá, Argentina	1.720	6.046

El estreno iberoamericano más exitoso en 2024 en Paraguay es el documental argentino *El Apocalipsis de San Juan* (Simón Delacre, Patricio Dondo), con más de 3.700 espectadores, seguida de tres producciones con más de 1.500 entradas vendidas: la cinta de terror argentina *Cuando acecha la maldad*, el documental mexicano *El gran aviso* (Juan Carlos Salas Támez) y el también documental español *Guadalupe, Madre de la Humanidad* (Andrés Garrigó, Pablo Moreno).

Las películas del resto de países más populares en las salas paraguayas son las producciones británicas en coproducción con Estados Unidos *Gladiator II* (27.320 espectadores) y *Wonka* (12.928 espectadores). El cine asiático estuvo presente con las películas japonesas *Guardianes de la noche 3* y *El chico y la garza*, con más de 12.000 y 9.000 espectadores, respectivamente (cuadro 1.89).

**Cuadro 1.89**

*Ranking de estrenos cinematográficos de otros países. Año 2024. Paraguay*

<i>Iberoamérica</i>				
N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	El Apocalipsis de San Juan	Argentina	3.776	15.097
2	Cuando acecha la maldad	Argentina	1.694	6.568
3	El gran aviso	México	1.585	5.317
4	Guadalupe, Madre de la Humanidad	España	1.569	5.631
5	Parpadea dos veces	México, USA	790	3.372
<i>Resto de países</i>				
N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Gladiator II	R. Unido, USA	27.320	143.228
2	Wonka	R. Unido, USA	12.928	51.399
3	Guardianes de la noche 3	Japón	12.231	38.941
4	La sustancia	R. Unido, Francia	9.884	45.982
5	El chico y la garza	Japón	9.098	41.309



## PERÚ

Los cines peruanos en 2024 suman una asistencia de casi 42 millones de espectadores y recaudan 136,8 millones de dólares. La venta de entradas se reduce en 3,7 millones con respecto a 2023 (cuadro 1.90).

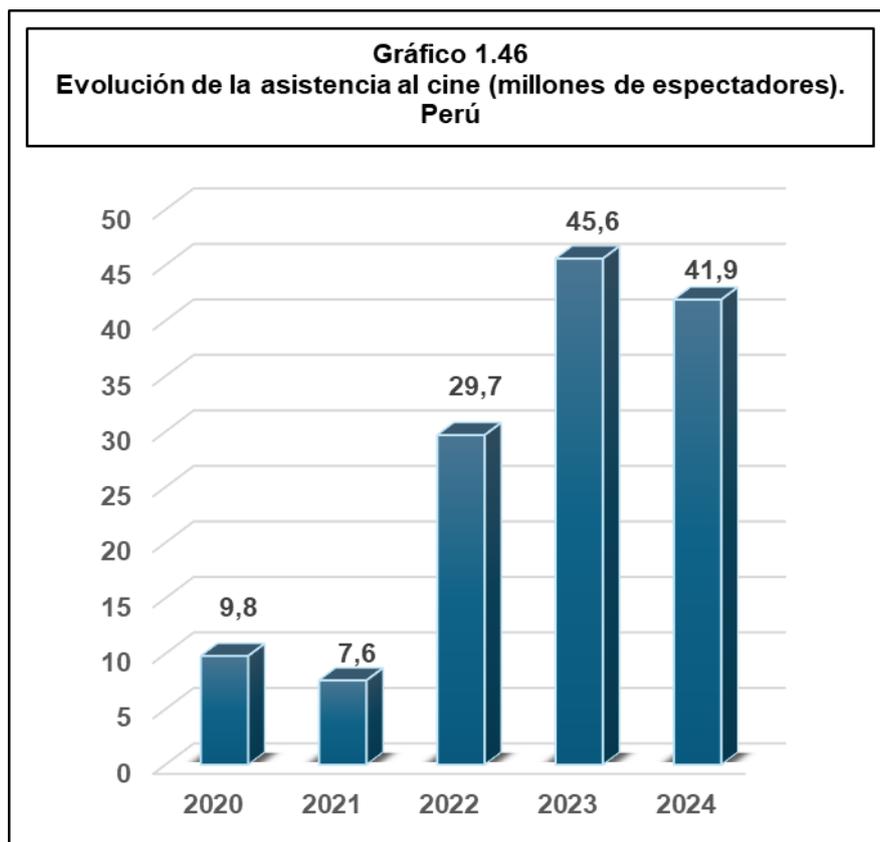
La audiencia anual se sitúa en 1,2 películas por habitante y el importe medio de la entrada asciende a 3,3 dólares. El número de estrenos nacionales representa el 9,2% y el cine peruano obtiene una cuota de mercado del 7,2%.

La evolución de la venta de entradas en los últimos cinco años muestra un máximo de 45,6 millones de espectadores en 2023 y un mínimo de 9,8 en 2020 debido a la covid-19 (gráfico 1.46).

Cuadro 1.90

*Panorama cinematográfico en Perú*

Conceptos	2020	2021	2022	2023	2024
Población (millones)	32,6	33,0	33,4	33,7	34,0
Número de pantallas de cine	661	663	688	699	704
Ingresos cine (millones USD)	29,9	25,4	95,8	147,7	136,8
Espectadores cine (millones)	9,8	7,6	29,7	45,6	41,9
Espectadores cine nacional (millones)	2,37	0,13	2,83	3,74	3,00
Cuota de mercado cine nacional (%)	24,0	5,2	9,6	8,2	7,2
Número de estrenos totales	74	143	270	369	335
Número de estrenos extranjeros	66	134	244	319	304
Número de estrenos nacionales	8	9	26	50	31
Asistencia anual por habitante	0,3	0,2	0,9	1,3	1,2
Importe entrada (USD)	3,0	3,3	3,2	3,2	3,3



La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en 2024 casi en un 79% del total de espectadores, la del cine europeo en un 7,6% y la cuota del cine nacional en un 7,2% (cuadro 1.91).

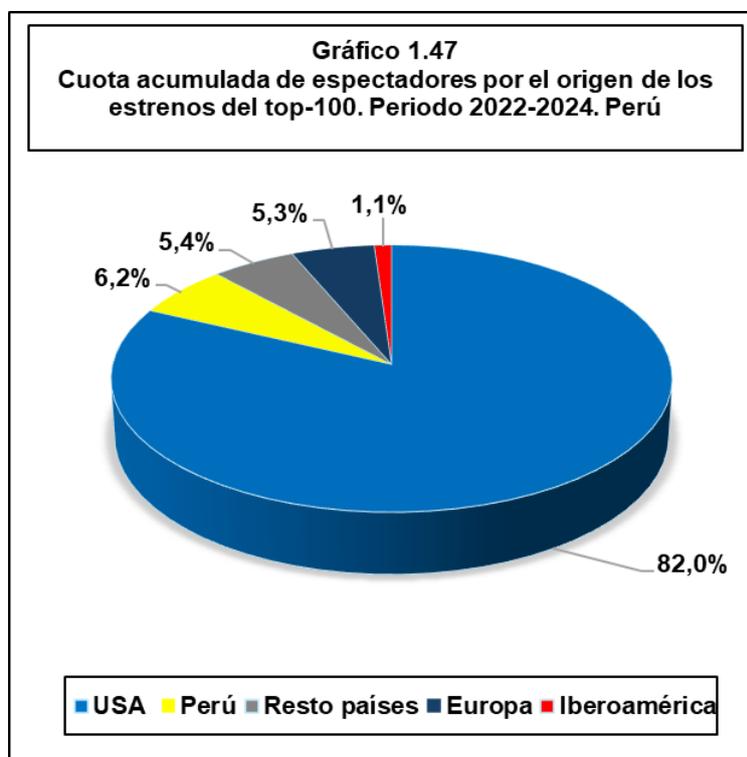
*Cuadro 1.91*  
*Distribución por el origen de los estrenos del Top-100. Perú*

<b>ESPECTADORES</b>						
<b>Origen</b>	<b>2022</b>	<b>%</b>	<b>2023</b>	<b>%</b>	<b>2024</b>	<b>%</b>
USA	22.979.560	81,9	36.865.669	85,1	31.002.188	78,9
Perú	805.762	2,9	3.680.962	8,5	2.839.287	7,2
Iberoamérica	722.358	2,6	291.608	0,7	69.120	0,2
Europa	1.394.014	5,0	1.487.489	3,4	2.996.197	7,6
Resto países	2.173.062	7,7	1.007.057	2,3	2.370.487	6,0
<b>Total</b>	<b>28.074.756</b>		<b>43.332.785</b>		<b>39.277.279</b>	

<b>INGRESOS</b>						
<b>Origen</b>	<b>2022</b>	<b>%</b>	<b>2023</b>	<b>%</b>	<b>2024</b>	<b>%</b>
USA	75.956.532	83,5	122.566.179	87,0	105.620.915	81,9
Perú	2.337.789	2,6	9.916.199	7,0	7.628.235	5,9
Iberoamérica	1.958.545	2,2	822.790	0,6	180.386	0,1
Europa	4.017.465	4,4	4.180.773	3,0	8.510.984	6,6
Resto países	6.703.822	7,4	3.392.783	2,4	6.944.282	5,4
<b>Total</b>	<b>90.974.153</b>		<b>140.878.724</b>		<b>128.884.802</b>	

La cuota acumulada de espectadores en el trienio postpandemia 2022-2024 refleja el dominio del cine USA, con un 82% del mercado, seguido del cine peruano con un 6,2%, del cine europeo con un 5,3% y del cine del resto de países con un 5,4% (gráfico 1.47).

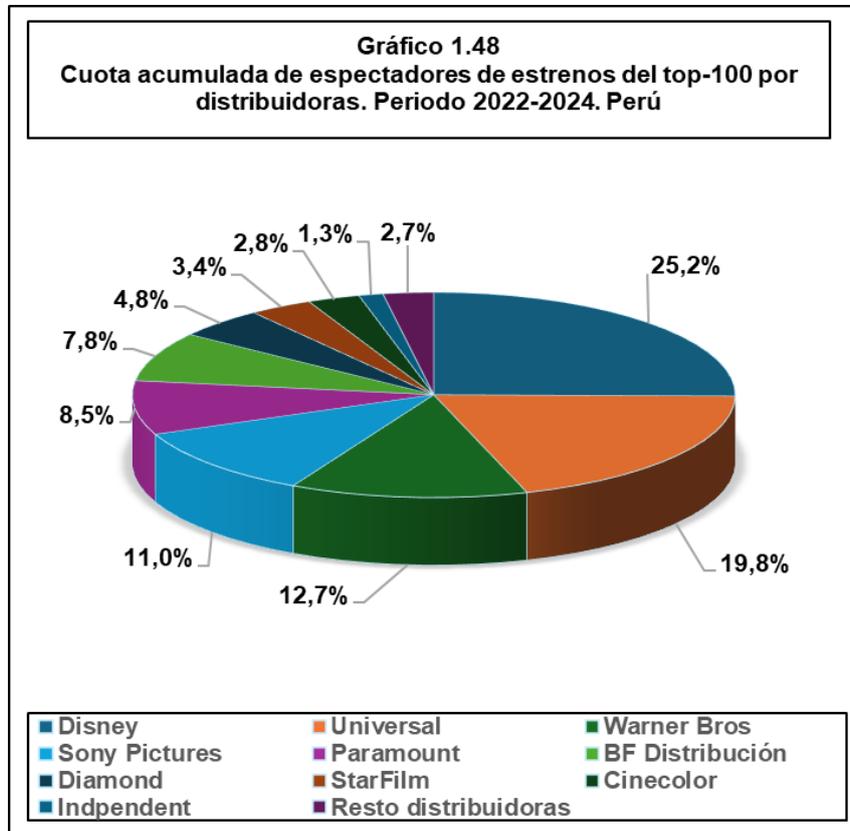


Las distribuidoras americanas representan en el top-100 de 2024 una cuota conjunta de espectadores del 76,1% y las independientes casi el 24% restante (cuadro 1.92). Los *Estudios* con más entradas vendidas son Disney (11,8 millones) y Universal (6 millones).

**Cuadro 1.92**  
**Cuota de espectadores por distribuidoras del Top-100. Perú**

Distribuidora	2022	%	2023	%	2024	%
Disney	7.970.247	28,4	7.387.261	17,0	11.825.024	30,1
Universal	5.804.822	20,7	10.114.743	23,3	6.098.093	15,5
Warner Bros	2.919.155	10,4	7.389.123	17,1	4.132.660	10,5
Sony Pictures	3.083.789	11,0	3.167.262	7,3	5.729.276	14,6
Paramount	2.353.435	8,4	5.086.803	11,7	2.085.540	5,3
BF Distribution	1.438.834	5,1	4.334.599	10,0	3.201.803	8,2
Diamond	1.948.747	6,9	1.246.745	2,9	1.743.453	4,4
Star Film	1.367.935	4,9	814.719	1,9	1.295.563	3,3
Cinecolor	405.284	1,4	1.427.853	3,3	1.471.411	3,7
Tondero Films	86.495	0,3	717.321	1,7	0	0,0
Angel Studios	0	0,0	979.346	2,3	0	0,0
West Bay Distribution	181.345	0,6	247.884	0,6	563.582	1,4
Independent	247.969	0,9	283.633	0,7	925.799	2,4
Resto distribuidoras	266.699	0,9	135.493	0,3	205.075	0,5
<b>Total</b>	<b>28.074.756</b>		<b>43.332.785</b>		<b>39.277.279</b>	

En el trienio 2022-2024, el porcentaje de espectadores acumulado por las *Majors* se sitúa en un 77,2% y el de las independientes en el 22,8% restante (gráfico 1.48). Las distribuidoras con más cuota de mercado son Disney (25,2%) y Universal (19,8%). Entre las independientes destaca BF Distribution (7,8%).



En 2024, el ranking de taquilla está liderado por la película estadounidense *Del revés 2* con 4 millones de espectadores, seguida de otros dos estrenos americanos con un rendimiento de más de 2 millones de espectadores cada uno (*Deadpool y Lobezno* y *Gru 4. Mi villano favorito*) y de otras tres producciones con más de 1,5 millones cada una (*El reino del planeta de los simios*, *Vaiana 2* y *Kung Fu Panda 4*). Todos los estrenos del top-10 provienen de Estados Unidos (cuadro 1.93).

**Cuadro 1.93**  
**Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2024. Perú**

N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Del revés 2	USA	4.081.040	14.829.492
2	Deadpool y Lobezno	USA	2.696.301	11.325.365
3	Gru 4. Mi villano favorito	USA	2.024.868	6.635.689
4	El reino del planeta de los simios	USA, Australia	1.651.716	6.085.449
5	Vaiana 2	USA	1.524.773	5.795.447
6	Kung Fu Panda 4	USA	1.508.401	5.377.904
7	Robot salvaje	USA	1.417.051	4.043.882
8	Godzilla y Kong: el nuevo imperio	USA, Australia	1.259.443	4.284.305
9	Venom: El último baile	USA, R. Unido	1.131.672	4.142.261
10	The Garfield movie	USA, R. Unido	1.128.917	3.852.738

En el *ranking* nacional, las tres producciones con más éxito son: *Vaguito* (Álex Hidalgo), con casi 775.000 espectadores; *Vivo o muerto: El expediente García* (Jorge Prado Alvarado), con más de 465.000 y *Chabuca* (Jorge Carmona), con casi 160.000 espectadores. En este *ranking*, hay siete películas íntegramente peruanas y tres en coproducción: Chile, Argentina y República Dominicana (cuadro 1.94).

**Cuadro 1.94**  
*Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Año 2024. Perú*

N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Vaguito	Perú	772.140	2.087.599
2	Vivo o muerto: El expediente García	Perú	465.229	1.164.416
3	Chabuca	Perú	157.628	424.070
4	Muerto de risa	Perú, Chile	95.567	277.029
5	Sube a mi nube	Perú, Argentina	94.346	212.934
6	¿Ahora Somos 3? Sí, mi amor	Perú	91.593	209.237
7	Hablando huevadas: Hijo de...	Perú	75.248	173.871
8	Isla Bonita	Perú	70.529	191.564
9	Bienvenidos al paraíso	Perú, R. Dominicana	56.261	217.790
10	Esta es la U	Perú	46.900	138.074

El estreno iberoamericano más exitoso en 2024 en Perú es el largometraje brasileño en coproducción con Estados Unidos *Mi amigo el pingüino* (David Schurmann), con casi 70.000 espectadores (cuadro 1.95).

Las películas del resto de países más populares en las salas de cine peruanas son las producciones británicas *La sustancia* (en coproducción con Francia), con casi 745.000 espectadores, y *Gladiator II* (en coproducción con Estados Unidos), con más de 606.000. El cine asiático incluyó las producciones chinas *Hachiko* y *Rescate en llamas*, ambas con más de 300.000 espectadores.

**Cuadro 1.95**  
*Ranking de estrenos cinematográficos de otros países. Año 2024. Perú*

<i>Iberoamérica</i>				
N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Mi amigo el pingüino	Brasil, USA	69.120	180.386
<i>Resto de países</i>				
N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	La sustancia	R. Unido, Francia	743.727	2.104.446
2	Gladiator II	R. Unido, USA	606.757	1.998.377
3	Wonka	R. Unido, USA	337.081	890.156
4	Hachiko	China	332.786	907.518
5	Rescate en llamas	China	329.938	839.205



## PORTUGAL

Los cines portugueses en 2024 suman una asistencia de casi 12 millones de espectadores y recaudan 79,1 millones de dólares. La venta de entradas se reduce en 400.000 con respecto a 2023 (cuadro 1.96).

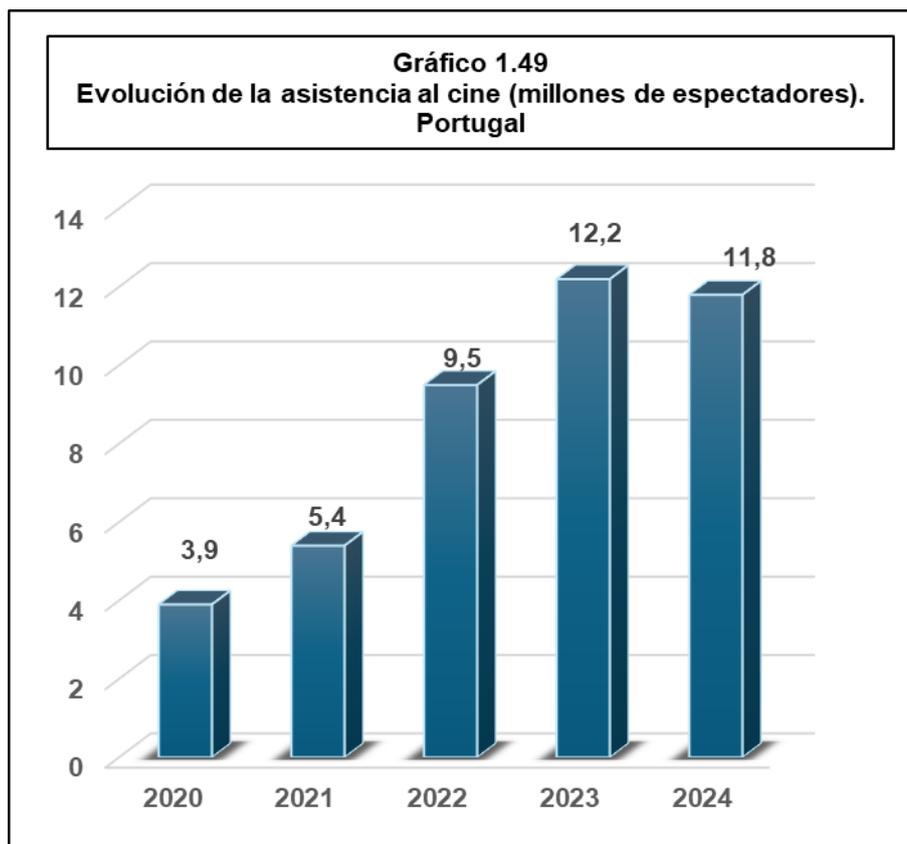
La audiencia anual se sitúa en 1,1 películas por habitante y el importe medio de la entrada asciende a 6,7 dólares. El número de estrenos nacionales representa casi un 16% y el cine portugués obtiene una cuota de mercado del 4,5%.

La evolución de la venta de entradas en los últimos cinco años muestra un máximo de 12,2 millones de espectadores en 2023 y un mínimo de 3,9 millones en 2020 debido a la covid-19 (gráfico 1.49).

*Cuadro 1.96*

*Panorama cinematográfico en Portugal*

Datos	2020	2021	2022	2023	2024
Población (millones)	10,2	10,3	10,3	10,4	10,6
Número de pantallas de cine	561	543	565	565	559
Ingresos cine (millones USD)	23,7	36,1	58,3	78,7	79,1
Espectadores cine (millones)	3,9	5,4	9,5	12,2	11,8
Espectadores cine nacional (millones)	0,13	0,16	0,53	0,32	0,53
Cuota de mercado cine nacional (%)	3,5	3,0	5,6	2,7	4,5
Número de estrenos totales	235	295	385	356	391
Número de estrenos extranjeros	211	279	332	309	329
Número de estrenos nacionales	24	16	53	47	62
Asistencia anual por habitante	0,4	0,5	0,9	1,2	1,1
Importe entrada (USD)	6,0	6,6	6,1	6,4	6,7



La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en 2024 en un 81,8% del total de espectadores, la del cine europeo en un 11,6% y la cuota del cine nacional casi en un 4% (cuadro 1.97).

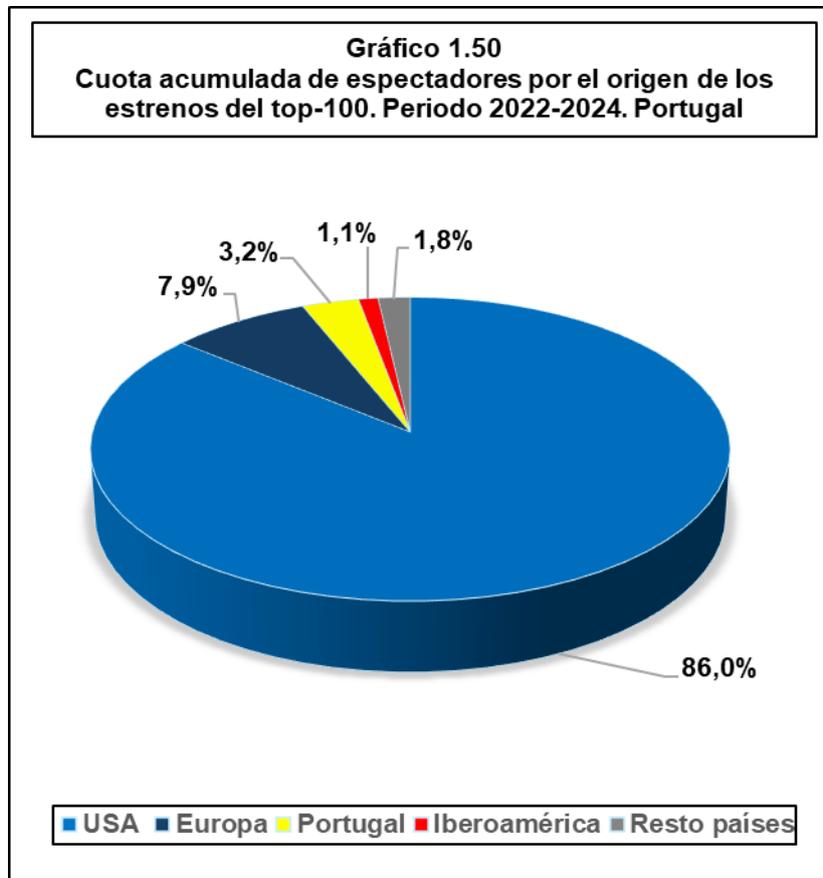
*Cuadro 1.97*  
*Distribución por el origen de los estrenos del Top-100. Portugal*

<b>ESPECTADORES</b>						
<b>Origen</b>	<b>2022</b>	<b>%</b>	<b>2023</b>	<b>%</b>	<b>2024</b>	<b>%</b>
USA	7.526.694	84,5	10.034.598	91,9	8.572.753	81,8
Portugal	401.401	4,5	140.869	1,3	409.702	3,9
Iberoamérica	113.031	1,3	87.762	0,8	124.318	1,2
Europa	630.563	7,1	534.717	4,9	1.216.521	11,6
Resto países	238.789	2,7	123.855	1,1	161.174	1,5
<b>Total</b>	<b>8.910.478</b>		<b>10.921.801</b>		<b>10.484.468</b>	

<b>INGRESOS</b>						
<b>Origen</b>	<b>2022</b>	<b>%</b>	<b>2023</b>	<b>%</b>	<b>2024</b>	<b>%</b>
USA	46.652.991	85,1	65.572.855	92,3	58.453.027	81,8
Portugal	2.393.383	4,4	900.592	1,3	2.804.300	3,9
Iberoamérica	628.134	1,1	502.701	0,7	800.212	1,1
Europa	3.765.437	6,9	3.229.026	4,5	8.271.232	11,6
Resto países	1.412.919	2,6	870.520	1,2	1.159.511	1,6
<b>Total</b>	<b>54.852.864</b>		<b>71.075.695</b>		<b>71.488.282</b>	

La cuota acumulada de espectadores en el trienio postpandemia 2022-2024 refleja el dominio del cine USA, con un 86% del mercado, seguido del cine europeo con casi un 8% y del cine nacional con un 3,2% (gráfico 1.50).

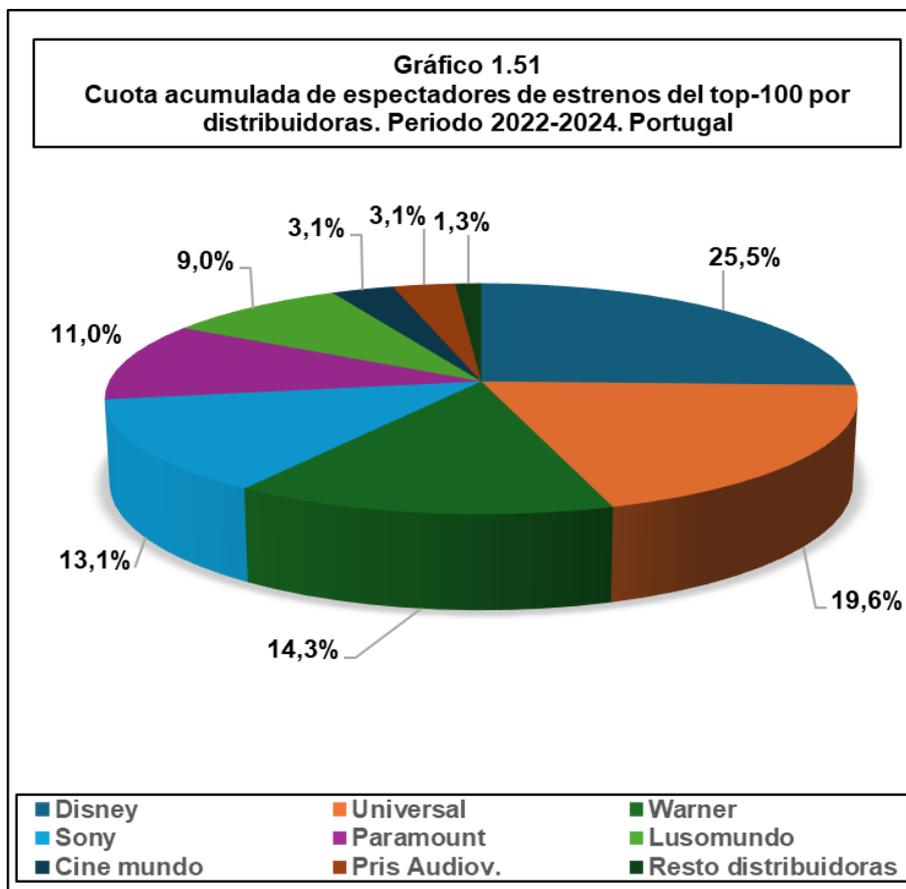


Las distribuidoras americanas representan en el top-100 de 2024 una cuota conjunta de espectadores del 81,5%, Lusomundo un 11,3% y las independientes el 7,2% restante (cuadro 1.98). Los *Estudios* con más entradas vendidas son Disney (3,1 millones), Sony (1,6 millones) y Universal (1,5 millones).

*Cuadro 1.98*  
*Cuota de espectadores por distribuidoras del Top-100. Portugal*

Distribuidora	2022	%	2023	%	2024	%
Disney	2.208.401	24,8	2.399.498	22,0	3.121.586	29,8
Universal	1.831.338	20,6	2.514.053	23,0	1.579.371	15,1
Warner	1.028.344	11,5	2.112.985	19,3	1.258.350	12,0
Sony Pictures	1.191.240	13,4	1.103.300	10,1	1.655.594	15,8
Paramount	1.364.149	15,3	951.978	8,7	934.419	8,9
Lusomundo	667.900	7,5	897.021	8,2	1.187.334	11,3
PRIS	169.771	1,9	577.077	5,3	213.242	2,0
CineMundo	286.934	3,2	245.411	2,2	400.206	3,8
Resto	162.401	1,8	120.478	1,1	134.366	1,3
<b>Total</b>	<b>8.910.478</b>		<b>10.921.801</b>		<b>10.484.468</b>	

En el trienio 2022-2024, el porcentaje de espectadores acumulado por las *Majors* se sitúa en un 83,5%, Lusomundo en un 9% y el de las independientes en el 7,5% restante (gráfico 1.51). Las distribuidoras con más cuota de mercado son Disney (25,5%) y Universal (19,6%). Entre las independientes destaca Cine Mundo y Pris, ambas con 3,1% cada una.



En 2024, el ranking de taquilla está liderado por la película estadounidense *Del revés 2* con 1,3 millones de espectadores, seguida de otros dos estrenos americanos con un rendimiento de más de medio millón de espectadores cada uno: *Deadpool y Lobezno* y *Gru 4. Mi villano favorito*. (cuadro 1.99).

*Cuadro 1.99*  
*Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2024. Portugal*

N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Del revés 2	USA	1.322.684	8.616.677
2	Deadpool y Lobezno	USA	611.597	4.501.012
3	Gru 4. Mi villano favorito	USA	528.528	3.348.562
4	Vaiana 2	USA	490.277	3.191.558
5	Romper el círculo	USA	378.588	2.564.865
6	Gladiator II	R. Unido, USA	323.502	2.400.058
7	Cualquiera menos tú	USA, Australia	317.953	2.115.920
8	Dune: Parte dos	USA, Canadá	317.496	2.569.529
9	Kung Fu Panda 4	USA	314.189	1.978.464
10	Mufasa: El rey León	USA, Canadá	262.507	1.867.812

En el *ranking* nacional, las dos producciones con más éxito son *Balas & Bolinhos: só mais uma coisa* (Luis Ismael), con casi 250.000 espectadores, y *Podia ter esperado por agosto* (César Mourao), con más de 100.000 espectadores. En este *ranking*, hay ocho películas íntegramente portuguesas y una en coproducción con Brasil y otra con Francia (cuadro 1.100).

Cuadro 1.100				
Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Año 2024. Portugal				
N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Balas & Bolinhos: só mais uma coisa	Portugal	248.754	1.697.598
2	Podia ter esperado por agosto	Portugal	102.968	684.530
3	Vive e deixa andar	Portugal	30.705	209.302
4	Revolución sin sangre	Portugal	20.991	122.892
5	Herencia siniestra	Portugal	16.998	111.305
6	Grand Tour	Portugal, Francia	11.877	70.330
7	O pior homem de Londres	Portugal	7.672	41.032
8	A flor do Buriti	Portugal, Brasil	6.368	33.368
9	Os papéis do Inglês	Portugal	4.643	29.917
10	Cândido	Portugal	4.475	17.062

Los estrenos iberoamericanos más exitosos en 2024 en Portugal son las películas españolas *Inseparables* (Jeremy Degruson) y *La habitación de al lado* (Pedro Almodóvar), ambas con más de 34.000 espectadores, seguidas de la producción mexicana *Parpadea dos veces* (Zoe Kravitz) y la argentina *Gigantes* (Gonzalo Gutiérrez), con 25.000 espectadores cada una (cuadro 1.101).

La película del resto de países más popular en las salas portuguesas es la producción británica *Gladiator II* (en coproducción con USA), con más de 323.000 espectadores. Otros tres estrenos de Reino Unido que superaron los 100.000 espectadores son *Pobres criaturas* (en coproducción con Irlanda) y *Vivir el momento* (en coproducción con Francia).

Cuadro 1.101				
Ranking de estrenos cinematográficos de otros países. Año 2024. Portugal				
Iberoamérica				
N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Inseparables	España, Francia	38.740	235.231
2	La habitación de al lado	España	34.606	239.318
3	Parpadea dos veces	México USA	25.879	174.402
4	Gigantes	Argentina, Alemania	25.093	151.262
Resto de países				
N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Gladiator II	R. Unido, USA	323.502	2.400.058
2	Pobres criaturas	Irlanda, R. Unido, USA	147.756	977.545
3	Vivir el momento	R. Unido, Francia	103.868	652.974
4	La sustancia	R. Unido, Francia	70.399	480.975
5	Furiosa. De la saga Mad Max	Australia, USA	65.781	501.427



## REPÚBLICA DOMINICANA

Los cines dominicanos en 2024 suman una asistencia de 3,5 millones de espectadores y recaudan casi 20 millones de dólares. La venta de entradas se reduce en medio millón con respecto a 2023 (cuadro 1.102).

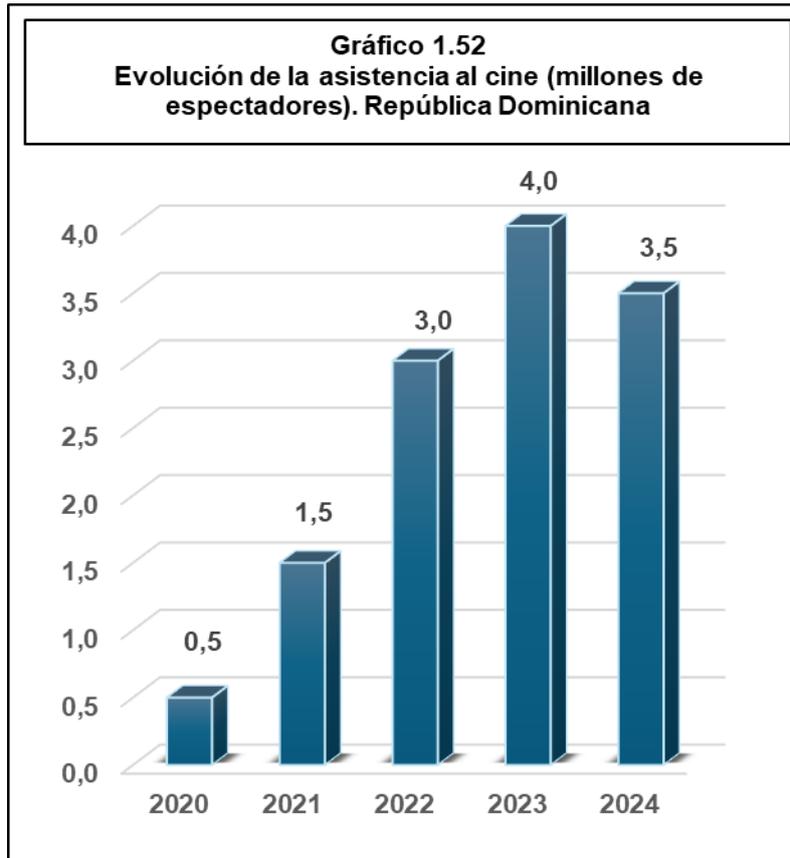
La audiencia anual se sitúa en 0,3 películas por habitante y el importe medio de la entrada asciende a 5,4 dólares. El número de estrenos nacionales representa casi un 15% del total y el cine dominicano obtiene una cuota de mercado del 13,7%.

La evolución de la venta de entradas en los últimos cinco años muestra un máximo de 4 millones de espectadores en 2023 y un mínimo de medio millón de espectadores en 2020 debido a la covid-19 (gráfico 1.52).

*Cuadro 1.102*

*Panorama cinematográfico en República Dominicana*

Datos	2020	2021	2022	2023	2024
Población (millones)	10,4	10,5	10,6	10,7	10,8
Número de pantallas de cine	197	183	183	190	193
Ingresos cine (millones USD)	2,3	7,7	16,3	21,0	19,9
Asistencia espectadores (millones)	0,5	1,5	3,0	4,0	3,5
Espectadores cine nacional (millones)	0,04	0,15	0,42	0,46	0,48
Cuota de mercado cine nacional (%)	8,6	10,2	14,1	11,4	13,7
Número de estrenos totales	86	107	163	202	263
Número de estrenos extranjeros	76	91	132	172	224
Número de estrenos nacionales	10	16	31	30	39
Asistencia anual por habitante	0,1	0,2	0,3	0,4	0,3
Importe entrada (USD)	4,6	4,8	5,3	5,2	5,4



En 2024, el ranking de taquilla está liderado por la película estadounidense *Del revés 2* con 472.401 espectadores, seguida de *Kung Fu Panda 4* con 346.184 y de otros dos estrenos americanos con un rendimiento de más de 225.000 espectadores cada uno: el reestreno del clásico del cine negro *Casablanca* (1942) y *Deadpool y Lobezno*. Todos los estrenos del top-10 provienen de Estados Unidos, salvo dos estrenos dominicanos (cuadro 1.103).

*Cuadro 1.103*  
*Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2024. República Dominicana (est. 5,4€)*

N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Del revés 2	USA	472.401	2.550.965
2	Kung Fu Panda 4	USA, Canadá	346.184	1.869.394
3	Casablanca (1942)	USA	228.289	1.232.761
4	Deadpool y Lobezno	USA	225.522	1.217.819
5	Bad Boys 4	USA	160.541	866.921
6	Capitán Avispa	R. Dominicana	150.485	812.619
7	Gru 4. Mi villano favorito	USA	122.177	659.756
8	Aquaman y el reino perdido	USA, Australia	104.309	563.269
9	Colao 2	R. Dominicana	94.359	509.539
10	Godzilla y Kong: el nuevo imperio	USA, Australia	74.891	404.411

En el *ranking* nacional, las dos producciones con más éxito en las salas dominicanas son el largometraje de animación *Capitán Avispa* (Jean Gabriel Guerra, Jonnathan Meléndez), sexto estreno con más entradas vendidas en 2024 (150.485) y la comedia *Colao 2* (Frank Perozo), noveno estreno del año (94.359 espectadores). En este *ranking*, todas las películas son íntegramente producciones dominicanas (cuadro 1.104).

Cuadro 1.104

<i>Ranking de estrenos nacionales. Año 2024. República Dominicana (est. 5,4€)</i>				
N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Capitán Avispa	R. Dominicana	150.485	812.619
2	Colao 2	R. Dominicana	94.359	509.539
3	Perdiendo el juicio	R. Dominicana	68.603	370.456
4	La tercera edad	R. Dominicana	43.555	235.197
5	La batalla de Santo Domingo	R. Dominicana	41.398	223.549
6	Asalto en progreso	R. Dominicana	29.990	161.946
7	La familia	R. Dominicana	20.138	108.745
8	La Grande	R. Dominicana	7.611	41.099
9	Freddy	R. Dominicana	7.456	40.262
10	Pérez Rodríguez	R. Dominicana	5.785	31.239



## URUGUAY

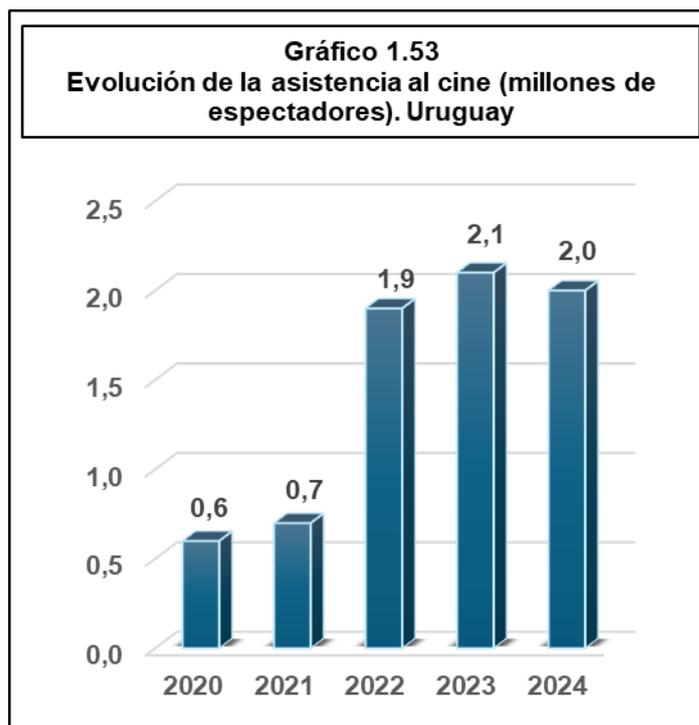
Los cines uruguayos en 2024 suman una asistencia de 2 millones de espectadores y recaudan casi 15 millones de dólares. La venta de entradas se reduce en casi 20.000 con respecto a 2023 (cuadro 1.105).

La audiencia anual se sitúa en 0,6 películas por habitante y el importe medio de la entrada asciende a 7,1 dólares. El número de estrenos nacionales representa el 11,6% y el cine uruguayo obtiene una cuota de mercado de casi el 2% (gráfico 1.53).

*Cuadro 1.105*  
*Panorama cinematográfico en Uruguay*

Datos	2020	2021	2022	2023	2024
Población (millones)	3,4	3,4	3,4	3,5	3,5
Número de pantallas de cine	105	97	97	98	99
Ingresos cine (millones USD)	3,3	3,9	11,6	14,3	14,9
Asistencia espectadores (millones)	0,6	0,7	1,9	2,1	2,0
Espectadores cine nacional (millones)	0,006	0,01	0,03	0,02	0,04
Cuota de mercado cine nacional (%)	0,9	1,8	1,5	1,0	1,9
Número de estrenos totales	96	117	216	243	267
Número de estrenos extranjeros	92	103	192	217	236
Número de estrenos nacionales	4	14	24	26	31
Asistencia anual por habitante	0,2	0,2	0,6	0,6	0,6
Importe entrada (USD)	5,5	5,3	5,9	6,7	7,1

La evolución de la venta de entradas en los últimos cinco años muestra un máximo de 2,1 millones de espectadores en 2023 y un mínimo de 0,6 en 2020 debido a la covid-19 (gráfico 1.53).

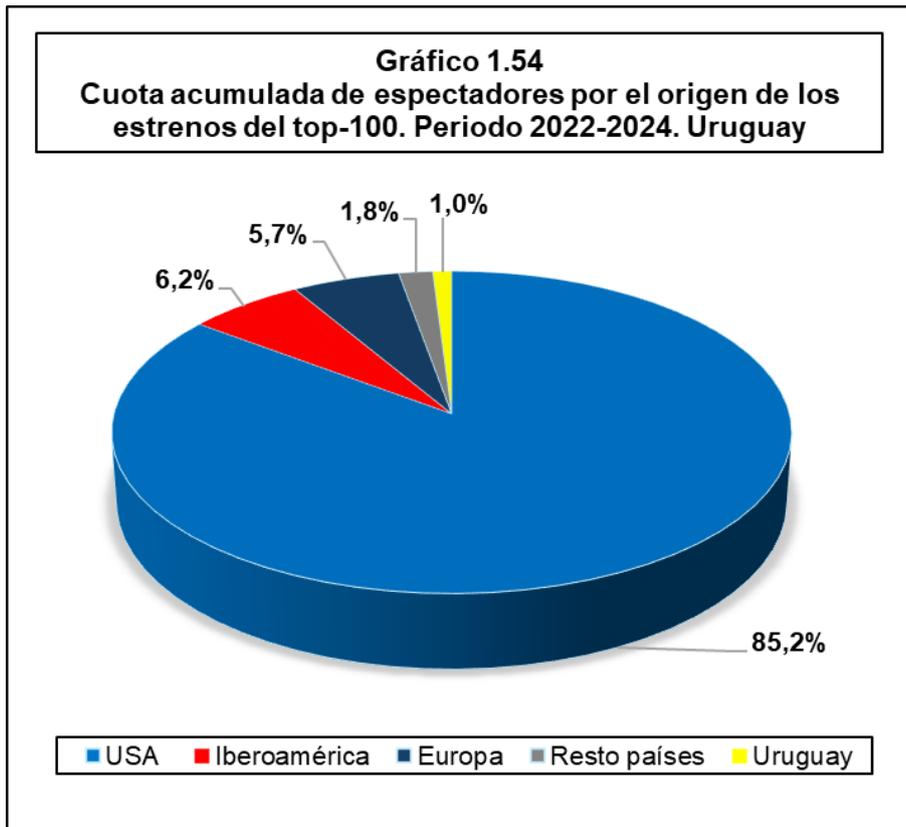


La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en 2024 en un 85,7% del total de espectadores, la del cine europeo en un 8,9% y la cuota del cine nacional en un 1,4% (cuadro 1.106).

*Cuadro 1.106*  
*Distribución por el origen de los estrenos del Top-100. Uruguay*

<i>ESPECTADORES</i>						
<b>Origen</b>	<b>2022</b>	<b>%</b>	<b>2023</b>	<b>%</b>	<b>2024</b>	<b>%</b>
USA	1.547.988	81,2	1.794.622	88,7	1.718.603	85,7
Uruguay	18.011	0,9	16.920	0,8	28.272	1,4
Iberoamérica	184.497	9,7	128.841	6,4	49.687	2,5
Europa	96.327	5,1	63.556	3,1	178.790	8,9
Resto países	58.525	3,1	18.589	0,9	29.229	1,5
<b>Total</b>	<b>1.905.348</b>		<b>2.022.528</b>		<b>2.004.581</b>	
<i>INGRESOS</i>						
<b>Origen</b>	<b>2022</b>	<b>%</b>	<b>2023</b>	<b>%</b>	<b>2024</b>	<b>%</b>
USA	9.280.758	82,0	12.282.304	89,1	12.489.530	86,8
Uruguay	92.522	0,8	102.693	0,7	196.032	1,4
Iberoamérica	1.063.667	9,4	831.252	6,0	324.900	2,3
Europa	534.229	4,7	436.673	3,2	1.173.612	8,2
Resto países	341.563	3,0	128.197	0,9	198.308	1,4
<b>Total</b>	<b>11.312.739</b>		<b>13.781.120</b>		<b>14.382.382</b>	

La cuota acumulada de espectadores en el trienio postpandemia 2022-2024 refleja el dominio del cine USA, con un 85,2% del mercado, seguido del cine iberoamericano con un 6,2% y del cine europeo con un 5,7% (gráfico 1.54).

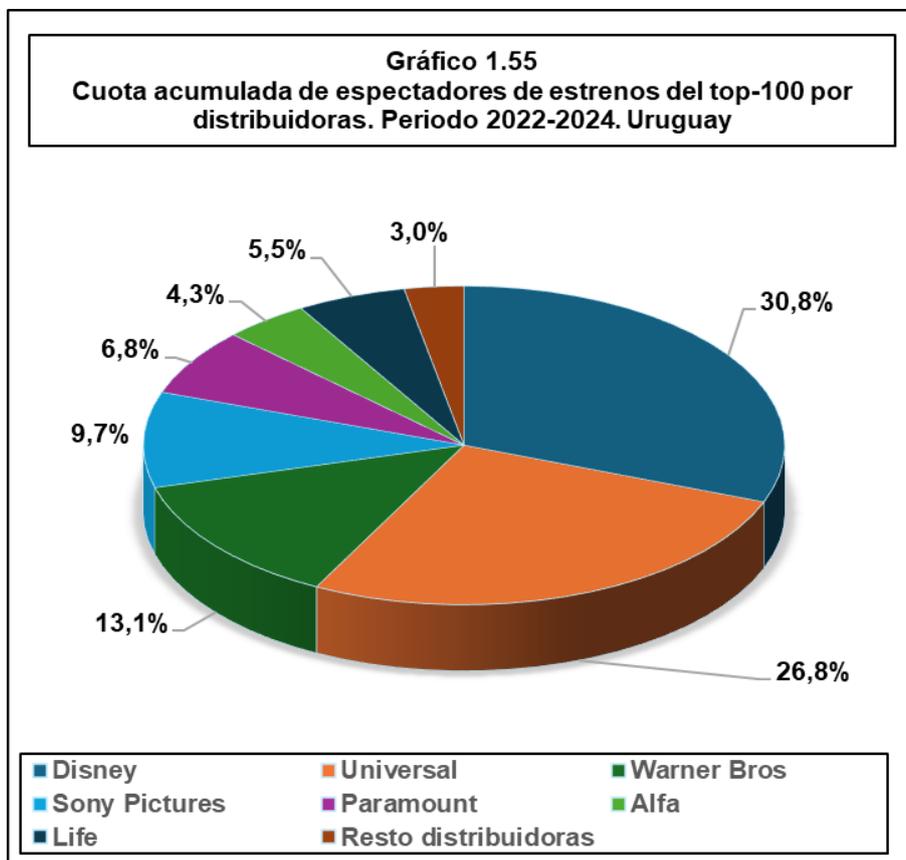


Las distribuidoras americanas representan en el top-100 de 2024 una cuota conjunta de espectadores del 87,6% y las independientes el 12,4% restante (cuadro 1.107). Los *Estudios* con más entradas vendidas son Disney (813.605) y Universal (422.423).

**Cuadro 1.107**  
**Cuota de espectadores por distribuidoras del Top-100. Uruguay**

Distribuidora	2022	%	2023	%	2024	%
Disney	553.014	29,0	462.269	22,9	813.605	40,6
Universal	565.927	29,7	601.011	29,7	422.423	21,1
Warner Bros	210.152	11,0	389.566	19,3	178.248	8,9
Sony Pictures	166.132	8,7	152.580	7,5	256.206	12,8
Paramount	206.322	10,8	111.252	5,5	84.848	4,2
Alfa	61.336	3,2	135.139	6,7	62.657	3,1
Life	109.086	5,7	84.163	4,2	131.390	6,6
Enec	18.108	1,0	3.136	0,2	12.435	0,6
Independent	13.333	0,7	13.570	0,7	37.923	1,9
Angel Studios	0	0,0	65.381	3,2	0	0,0
Buen Cine	0	0,0	0	0,0	4.846	0,2
Resto distribuidoras	1.938	0,1	4.461	0,2	0	0,0
<b>Total</b>	<b>1.905.348</b>		<b>2.022.528</b>		<b>2.004.581</b>	

En el trienio 2022-2024, el porcentaje de espectadores acumulado por las *Majors* se sitúa en un 87,2% del total y el de las independientes en el 12,8% restante (gráfico 1.55). Las distribuidoras con más cuota de mercado son Disney (30,8%) y Universal (26,8%). Entre las independientes destacan Life (5,5%) y Alfa (4,3%)



En 2024, el ranking de taquilla está liderado por la película estadounidense *Del revés 2* con más de 393.000 espectadores, seguida de *Gru 4. Mi villano favorito*, con más de 215.000, y *Deadpool y Lobezno*, con casi 150.000 espectadores. Todos los estrenos del top-10 provienen de Estados Unidos (cuadro 1.108).

Cuadro 1.108

Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2024. Uruguay

N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Del revés 2	USA	393.370	2.934.034
2	Gru 4. Mi villano favorito	USA	216.083	1.629.444
3	Deadpool y Lobezno	USA	149.285	1.108.333
5	Kung Fu Panda 4	USA	101.651	741.363
6	Vaiana 2	USA	85.110	617.835
4	Romper el círculo	USA	57.667	372.865
7	The Garfield movie	USA, R. Unido	49.746	372.805
8	Bad Boys 4	USA	46.008	336.164
9	El reino del planeta de los simios	USA, Australia	44.998	332.179
10	Mufasa: El rey León	USA, Canadá	36.880	279.098

En el *ranking* nacional, la producción con más éxito es el documental *Jorge Batlle: Entre el cielo y el infierno* (Federico Lemos), con más de 19.500 espectadores. Otros dos documentales superan los 3.000 espectadores en las salas uruguayas: *Gustavo Trelles: Todo es posible* (Jonatan Bordoni, Martín Fontaina) y *Hay una puerta ahí* (Facundo Ponce de León, Juan Ponce de León). En este *ranking*, hay cinco películas íntegramente uruguayas, dos en coproducción con Argentina, dos con España y una con Estonia (cuadro 1.109).

**Cuadro 1.109**  
*Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Año 2024. Uruguay*

N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Jorge Batlle: Entre el cielo y el infierno	Uruguay	19.504	136.832
2	Gustavo Trelles: Todo es posible	Uruguay	3.430	23.424
3	Hay una puerta ahí	Uruguay, España	3.198	21.025
4	Rada: La película	Uruguay	2.140	14.752
5	Un pájaro azul	Uruguay, Argentina	960	5.200
6	La huella de las palabras	Uruguay	747	3.899
7	Pax in Lucem	Uruguay, España	674	3.805
8	Agárrame fuerte	Uruguay, Estonia	639	4.006
9	Como el mar	Uruguay, Argentina	629	3.671
10	Los sueños de Pepe: Movimiento 2052	Uruguay	617	3.413

Los estrenos iberoamericanos más exitosos en 2024 en Uruguay son los largometrajes españoles *Historias para no contar* (Cesc Gay) y *La habitación de al lado* (Pedro Almodóvar) con más de 10.000 y 7.000 espectadores, respectivamente. A continuación, superando los 6.000 y 5.5000 espectadores se sitúan las producciones argentinas *Jaque mate* (Jorge Nisco) y *Culpa cero* (Valeria Bertucelli, Mora Elizalde).

Las películas del resto de países más populares en los cines uruguayos son la producción británica *Gladiator II* (en coproducción con USA), con 35.000 espectadores, y la película francesa *Anatomía de una caída*, con casi 21.000. Por su parte, las obras británicas *La sustancia* (en coproducción con Francia) y *Pobres criaturas* (en coproducción con Irlanda), superan en ambos casos los 18.000 espectadores (cuadro 1.110).

**Cuadro 1.110**  
*Ranking de estrenos cinematográficos de otros países. Año 2024. Uruguay*

<i>Iberoamérica</i>				
N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Historias para no contar	España	10.462	66.389
2	La habitación de al lado	España	7.202	44.735
3	Jaque mate	Argentina	6.473	42.648
4	Culpa cero	Argentina	5.725	36.367
5	Bajo terapia	España	4.484	30.441
<i>Resto de países</i>				
N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Gladiator II	R. Unido, USA	35.200	249.968
2	Anatomía de una caída	Francia	20.896	131.992
3	La sustancia	R. Unido, Francia	18.317	109.812
4	Pobres criaturas	Irlanda, R. Unido, USA	18.197	113.208
5	Wonka	R. Unido, USA	13.137	91.952



## VENEZUELA

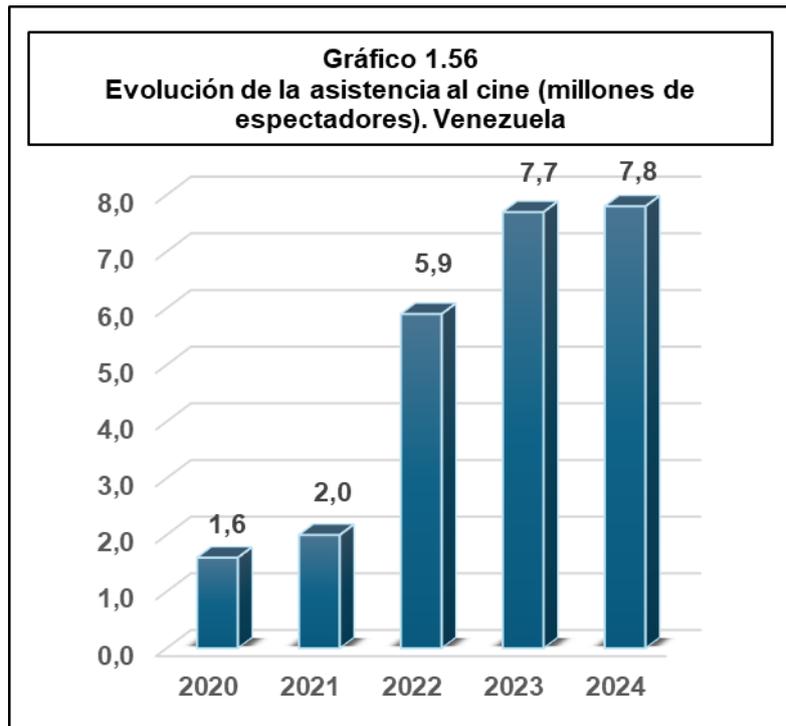
Los cines venezolanos en 2024 suman una asistencia de 7,8 millones de espectadores y recaudan 19,7 millones de dólares. La venta de entradas se incrementó en casi 100.000 espectadores con respecto a 2023 (cuadro 1.111).

La audiencia anual se sitúa en 0,2 películas por habitante y el importe medio de la entrada asciende a 2,5 dólares. El número de estrenos nacionales representa el 11,2% y el cine venezolano obtiene una cuota de mercado del 1,1% (gráfico 1.56).

*Cuadro 1.111*  
*Panorama cinematográfico en Venezuela*

Datos	2020	2021	2022	2023	2024
Población (millones)	32,6	32,9	33,3	33,7	34,0
Número de pantallas de cine	378	378	378	378	378
Ingresos cine (millones USD)	*	4,6	14,1	18,3	19,7
Asistencia espectadores (millones)	1,6	2,0	5,9	7,7	7,8
Espectadores cine nacional (millones)	*	*	0,14	0,20	0,09
Cuota de mercado cine nacional (%)	*	*	2,5	2,7	1,1
Número de estrenos totales	30	42	119	176	206
Número de estrenos extranjeros	28	33	94	157	183
Número de estrenos nacionales	2	9	25	19	23
Asistencia anual por habitante	0,1	0,1	0,2	0,2	0,2
Importe entrada (USD)	*	2,3	2,4	2,4	2,5

La evolución de la venta de entradas en los últimos cinco años muestra un máximo de 7,8 millones de espectadores en 2024 y un mínimo de 1,6 en 2020 debido a la covid-19 (gráfico 1.56).

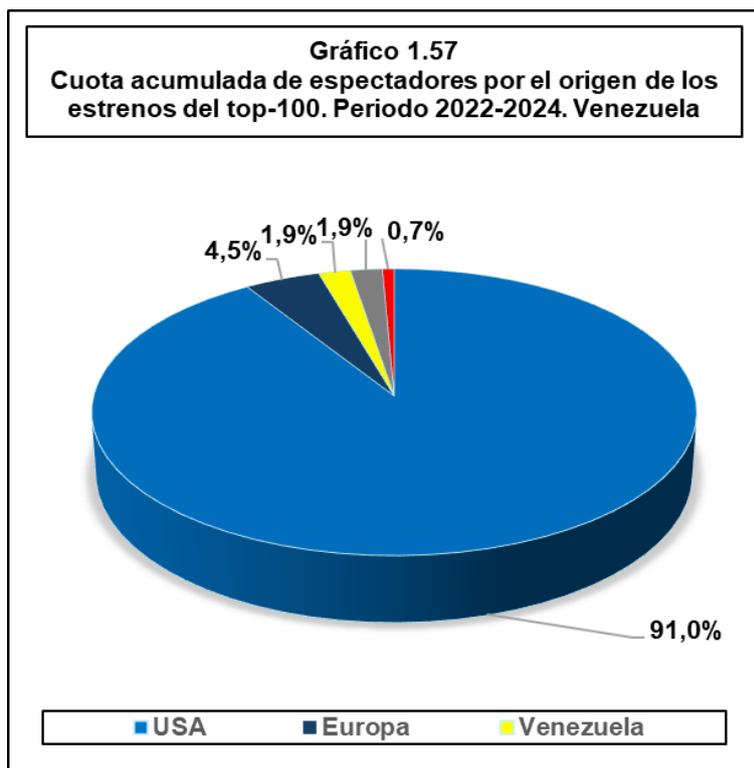


La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en 2024 casi en un 90% del total de espectadores, la del cine europeo en un 6,2% y la cuota del cine iberoamericano en un 1% (cuadro 1.112).

*Cuadro 1.112*  
*Cuota de espectadores por el origen de los estrenos del top-100. Venezuela*

Origen	2022	%	2023	%	2024	%
USA	5.179.766	89,7	6.894.878	93,4	6.573.936	89,9
Venezuela	137.775	2,4	179.888	2,4	58.629	0,8
Iberoamérica	37.921	0,7	28.690	0,4	74.776	1,0
Europa	243.231	4,2	233.389	3,2	456.404	6,2
Resto países	175.404	3,0	45.489	0,6	149.498	2,0
<b>Total</b>	<b>5.774.097</b>		<b>7.382.334</b>		<b>7.313.243</b>	

La cuota acumulada de espectadores en el trienio postpandemia 2022-2024 refleja el dominio del cine USA, con un 91% del mercado, seguido del cine europeo con un 4,5% y del cine venezolano con casi un 2% (gráfico 1.57).

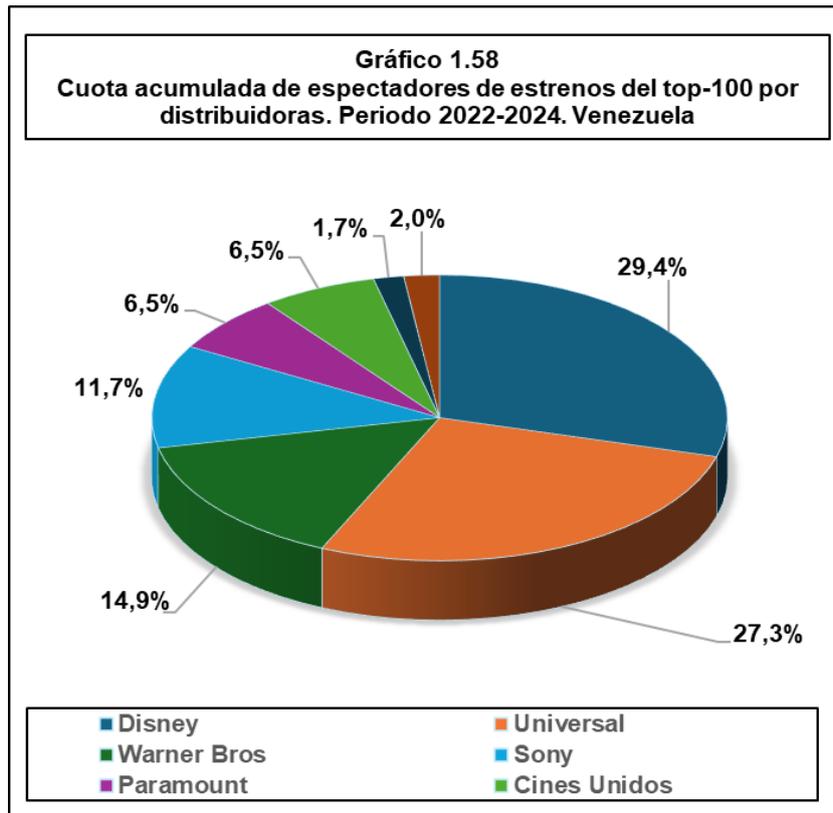


Las distribuidoras americanas representan en el top-100 de 2024 una cuota conjunta de espectadores del 92,2% y las independientes el 7,8% restante (cuadro 1.113). Los *Estudios* con más entradas vendidas son Disney (2,9 millones), Universal (1,4 millones) y Sony (1,1 millones).

**Cuadro 1.113**  
**Cuota de espectadores por distribuidoras del top-100. Venezuela**

Distribuidora	2022	%	2023	%	2024	%
Disney	1.715.188	29,7	1.383.389	18,7	2.906.133	39,7
Universal	1.580.386	27,4	2.528.633	34,3	1.472.099	20,1
Warner Bros	670.186	11,6	1.549.582	21,0	876.813	12,0
Sony	690.046	12,0	567.545	7,7	1.125.118	15,4
Paramount	567.925	9,8	348.287	4,7	366.103	5,0
Cines Unidos	470.887	8,2	406.950	5,5	429.613	5,9
Cinecolor	42.835	0,7	32.987	0,4	23.134	0,3
C. Blancica	36.644	0,6	257.928	3,5	66.309	0,9
Angel Studios	0	0,0	178.924	2,4	0	0,0
Blanco y Travieso	0	0,0	86.144	1,2	0	0,0
Humana Cine	0	0,0	0	0,0	20.220	0,3
Resto distribuidoras	0	0,0	41.965	0,6	27.701	0,4
<b>Total</b>	<b>5.774.097</b>		<b>7.382.334</b>		<b>7.313.243</b>	

En el trienio 2022-2024, el porcentaje de espectadores acumulado por las *Majors* se sitúa en un 89,8% y el de las independientes en el 10,2% restante (gráfico 1.58). Las distribuidoras con más cuota de mercado son Disney (29,4%) y Universal (27,3%). Entre las independientes destaca Cines Unidos (6,5%).



En 2024, el ranking de taquilla está liderado por la película estadounidense *Del revés 2* con 1,5 millones de espectadores, seguida de otros tres estrenos americanos: *Gru 4. Mi villano favorito* (610.394 espectadores), *Vaiana 2* (528.461 espectadores) y *Deadpool y Lobezno* (473.192 espectadores). Todos los estrenos del top-10 provienen de Estados Unidos (cuadro 1.114).

**Cuadro 1.114**  
**Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2024. Venezuela**

N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Del revés 2	USA	1.561.380	4.055.794
2	Gru 4. Mi villano favorito	USA	610.394	1.422.913
3	Vaiana 2	USA	528.461	1.463.115
4	Deadpool y Lobezno	USA	473.192	1.291.657
5	Kung Fu Panda 4	USA	339.919	831.090
6	Bad Boys 4	USA	258.258	699.381
7	Robot salvaje	USA	233.566	600.280
8	Romper el círculo	USA	223.845	576.158
9	Aquaman y el reino perdido	USA, R. Unido	147.248	364.595
10	Godzilla y Kong: el nuevo imperio	USA, Australia	143.512	362.768

En el *ranking* nacional, las dos producciones con más éxito son *Alí primera* (Daniel Yegres), con más de 20.200 espectadores, y *El salto de los Ángeles* (José Miguel Zamora Figuera), con más de 12.100 espectadores. Otros dos estrenos superan los 9.000 espectadores: *Azotes de barrio 2* (Jackson Gutiérrez) y *Julia tiene sugar* (José Antonio Varela). En este *ranking*, todas las películas son íntegramente venezolanas (cuadro 1.115).

Cuadro 1.115

*Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Año 2024. Venezuela*

N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Alí primera	Venezuela	20.220	45.900
2	El salto de los Ángeles	Venezuela	12.157	26.300
3	Azotes de barrio 2	Venezuela	9.295	20.591
4	Julia tiene sugar	Venezuela	9.044	21.645
5	Vuelve a la vida	Venezuela	7.913	18.765
6	Mis días contigo	Venezuela	4.088	10.048
7	Un mar de libertad	Venezuela	4.032	9.820
8	Visceral	Venezuela	3.240	8.008
9	Hotel Houffer	Venezuela	3.080	7.959
10	La maldición de Knöche	Venezuela	3.066	7.657

El estreno iberoamericano más exitoso en 2024, es el largometraje de animación argentino *Gigantes* (Gonzalo Gutiérrez), con casi 20.000 espectadores, seguida de la producción de terror argentina *Cuando acecha la maldad* (Demián Rugna) y de la película de animación española *Inseparables* (Jeremy Degruson), ambas con más de 11.000 espectadores (cuadro 1.116).

Las películas del resto de países más populares en las salas venezolanas son las producciones británicas *Wonka*, con más de 101.000 espectadores, *Gladiator II*, con más de 92.000 y *La sustancia*, con casi 90.000 espectadores.

Cuadro 1.116

*Ranking de estrenos cinematográficos de otros países. Año 2024. Venezuela*

<i>Iberoamérica</i>				
N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Gigantes	Argentina, Alemania	19.097	25.778
2	Cuando acecha la maldad	Argentina	11.739	28.591
3	Inseparables	España, Francia	11.231	26.486
4	Parpadea dos veces	México, USA	9.356	25.406
5	Capitán Avispa	R. Dominicana	8.969	16.093
<i>Resto de países</i>				
N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Wonka	R. Unido, USA	101.385	246.838
2	Gladiator II	R. Unido, USA	92.008	297.364
3	La sustancia	R. Unido, Francia	89.855	246.646
4	Guardianes de la noche 3	Japón	52.275	121.102
5	Pobres criaturas	Irlanda, R. Unido, USA	36.481	105.621

# Cinequest

Transforma tu estrategia de taquilla con insights reales de la audiencia.



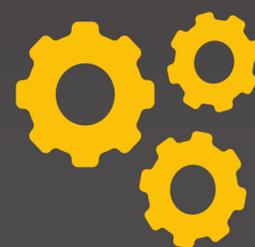
## Datos basados en la audiencia

Conecta las opiniones del público con el rendimiento en taquilla.



## Insights sociodemográficos

Comprende quién ve tus películas y por qué.



## Decisiones estratégicas

Refina las campañas de marketing y optimiza futuros estrenos.

Impulsa tus campañas con datos inteligentes.  
[comscore.com/es/cinequest](https://comscore.com/es/cinequest)

# ARTÍCULO 3

Reinventar para conectar:  
el *remake* como espejo cultural



# ARTÍCULO 3

## Reinventar para conectar: el *remake* como espejo cultural

Raymundo Díaz-González

### INTRODUCCIÓN: *REMAKES* Y ADAPTACIONES EN EL PANORAMA AUDIOVISUAL

En el ecosistema audiovisual contemporáneo, el *remake* ocupa un lugar particularmente sugerente: es, al mismo tiempo, un ejercicio de reinterpretación y un puente cultural. Esta práctica, que ha sido parte del lenguaje cinematográfico desde sus primeros años, ha adquirido una renovada importancia en el contexto iberoamericano actual. Las razones son diversas: desde la creciente necesidad de conectar con audiencias locales hasta el reto de competir con un mercado globalizado dominado por narrativas anglosajonas.

En mi experiencia como productor y creador de contenidos, he tenido la oportunidad de liderar numerosos *remakes* y adaptaciones, trayendo a nuestra región historias que, nacidas en otros contextos, han encontrado nueva vida al ser contadas desde nuestra sensibilidad. Lo que ha motivado esta trayectoria no es solo el potencial comercial del *remake*, sino su potencia simbólica: la posibilidad de crear relatos que conecten emocionalmente con nuestra audiencia, partiendo de materiales narrativos ya probados, pero transformándolos con autenticidad y relevancia local.

En este texto compartiré algunas reflexiones sobre el papel que desempeñan los *remakes* y las adaptaciones en el panorama audiovisual latinoamericano, a partir de casos concretos en los que he participado a lo largo de mi carrera. Lo haré con el deseo de abrir una conversación sobre el valor cultural de estas prácticas, su potencial de renovación creativa y los retos que enfrentan al intentar tender puentes entre lo global y lo local.

### EL *REMAKE* COMO TRADUCCIÓN CULTURAL

El *remake* no es simplemente una copia. Tampoco es una traducción literal de una historia que funcionó en otro lugar. Más bien, se trata de un ejercicio de relectura profunda, en el que la historia original es descompuesta, analizada y reinterpretada para que pueda resonar con verdad en un nuevo contexto cultural.

Un caso significativo es el de “El precio de educarlos” (2024), adaptación mexicana de la comedia francesa “Mes très chers enfants”. La premisa original se mantuvo: unos padres que se sienten abandonados por sus hijos simulan haberse vuelto ricos para recuperar su atención. Sin embargo, en nuestra versión, el foco se centró en retratar la dinámica particular de una familia mexicana de clase media. Se incorporaron elementos locales de humor, lenguaje, costumbres familiares y emociones que hicieron que la historia conectara de manera mucho más directa con la audiencia. El resultado fue muy positivo en su estreno en HBO Max, donde recibió una gran aceptación.

En este tipo de procesos, el desafío radica en entender que el remake no puede limitarse a una simple adaptación de nombres o escenarios. Es necesario reimaginar el relato desde sus cimientos: comprender qué valores comunica la historia original, cuál es su arco emocional, y cómo puede reconfigurarse ese viaje para hacerlo significativo en un nuevo entorno cultural.

### CUANDO LA MAGIA NO TRASPASA: APRENDIZAJES DE UN DESENCUENTRO

No todos los remakes tienen el mismo destino. Algunos, por diversas razones, no logran conectar con la audiencia. Este fue el caso de “Caras vemos” (2024), adaptación de “Le sens de la famille” (Francia). La historia, que gira en torno a un intercambio místico de cuerpos entre los miembros de una familia, funcionaba con naturalidad en su versión original. Sin embargo, en el contexto mexicano, la premisa sobrenatural encontró resistencia.

En nuestra región, salvo en el caso del cine de terror, los elementos fantásticos suelen tener menos aceptación si no están enmarcados dentro de ciertas convenciones o si no provienen de industrias con fuerte validación cultural, como Hollywood. A pesar de los esfuerzos por mantener un tono verosímil y cercano, la historia no terminó de ser creíble para el público. Ni su paso por salas de cine ni su posterior estreno en Netflix generaron el impacto esperado.

Este tipo de experiencias, aunque difíciles, son también valiosas. Nos enseñan que la aceptación de ciertos géneros o premisas narrativas no es universal. Adaptar una historia no solo implica traducir el lenguaje, sino también anticipar la manera en que una cultura particular procesa ciertos códigos narrativos y simbólicos.

### ADAPTACIONES EXITOSAS: CUANDO LA IDENTIDAD LOCAL POTENCIA LA HISTORIA

En otros casos, la adaptación se convierte en una oportunidad para potenciar la historia original. “Tangos, tequilas y algunas mentiras” (2023), inspirada en la exitosa “Ocho apellidos vascos” (España), es un ejemplo de cómo un remake puede transformarse en una historia completamente nueva sin perder su esencia.

Mientras la versión española abordaba el contraste entre dos regiones dentro de un mismo país, en nuestra adaptación decidimos ampliar el alcance y explorar las tensiones culturales entre México y Argentina. Además, invertimos la dinámica de los personajes: aquí es la protagonista femenina quien finge ser de otra nacionalidad para seducir a su contraparte y a la madre del guapo argentino. Este cambio aportó frescura, humor y una mirada distinta sobre las relaciones interculturales.

La película fue muy exitosa en Amazon Prime Video, posicionándose entre las más vistas en México y en varios países de la región. Curiosamente, no tuvo el mismo impacto en Argentina, lo que sugiere que, aunque el contexto era bicultural, la perspectiva narrativa fue percibida como marcadamente mexicana.

## REINVENTAR PERSONAJES PARA ENRIQUECER HISTORIAS

Otra estrategia efectiva al hacer remakes es replantear la configuración de los personajes. En “A todas partes” (2023), inspirada en la película alemana “25 km/h”, decidimos transformar a los protagonistas originales (dos hermanos varones) en un hermano y una hermana. Esta decisión no solo permitió abrir la historia a una mayor diversidad de público, sino que aportó nuevas capas emocionales al relato.

La inclusión de una protagonista femenina permitió explorar con mayor profundidad temas como las expectativas de género, las formas distintas de procesar el duelo y la complejidad de los vínculos fraternales en contextos heterogéneos. El resultado fue una comedia entrañable, emocional y muy bien recibida en Netflix, con buenos niveles de visionado reportados por la plataforma.

## LA FIDELIDAD COMO DECISIÓN CONSCIENTE

En ocasiones, el camino no es reinventar, sino respetar casi por completo la estructura y tono del material original. Esto fue lo que hicimos en “La boda de mi mejor amigo” (2019), remake de uno de los clásicos de la comedia romántica hollywoodense de los años 90.

Consideramos que el guion de Ron Bass era casi intocable en su equilibrio entre humor, tensión emocional y romanticismo. Por eso, decidimos mantenerlo casi intacto, haciendo ajustes mínimos en la caracterización de los personajes y en algunos detalles contextuales. La inclusión del actor español Miguel Ángel Silvestre, por ejemplo, aportó un elemento de sofisticación y atractivo internacional.

El resultado fue muy satisfactorio: una taquilla de poco más de 100 millones de pesos mexicanos y una buena acogida posterior en Amazon Prime Video y Netflix. Este caso demuestra que, en ciertos proyectos, la fidelidad puede ser una virtud cuando se parte de un material narrativo sólido y universal.

## CUANDO LA COMEDIA REFUERZA LOS VALORES HUMANOS

En “Divina Señal” (2023), basada en la película israelí “Maktub”, encontramos una historia que nos permitió hablar de redención, amistad y segundas oportunidades a través del humor. Protagonizada por dos de los comediantes más queridos de México, Adrián Uribe y Memo Villegas, la película tomó la premisa original (dos criminales que sobreviven a una explosión y deciden cambiar sus vidas) y la contextualizó dentro de la realidad social y emocional mexicana.

Los valores positivos que transmitía la historia, junto con su humor accesible y la química del elenco, contribuyeron a crear una película entrañable. Aunque fue un Original de Amazon Prime Video y no se estrenó en cines, estoy convencido de que habría sido un éxito en taquilla.

## LA SOFISTICACIÓN AL SERVICIO DEL DRAMA

“Confesiones” (2023), basada en “Bajo la rosa” (España), ejemplifica un caso en el que la adaptación se usó como herramienta para sofisticar y potenciar una historia ya existente. Mientras que la versión original era intensa pero modesta en su escala, en la adaptación hay una apuesta por elevar los valores de producción, ambientar la historia en el contexto de una familia acomodada de la Ciudad de México y desarrollar una estética cinematográfica más refinada.

El contraste entre la apariencia de perfección y los secretos oscuros que esconde la familia generó una tensión dramática muy poderosa. Aunque el género dramático suele tener menor convocatoria en la taquilla de México, la película cumplió con los objetivos comerciales previstos y tuvo una buena recepción en HBO max.

## EL ROMANCE Y LA MEMORIA: UNA HISTORIA REINVENTADA

“Como si fuera la primera vez” (2019), remake de la icónica comedia romántica estadounidense “50 First Dates”, representa uno de los ejercicios de adaptación más entrañables en los que he participado. En esta versión latinoamericana, trasladamos la acción a la República Dominicana, con sus paisajes paradisíacos y una energía más juvenil, a través de los personajes interpretados por Vahir Derbez y Ximena Romo.

Una de las decisiones clave fue rejuvenecer a los personajes principales en comparación con la versión original protagonizada por Adam Sandler y Drew Barrymore. Esto nos permitió conectar con una audiencia más joven y revivir una historia clásica con un nuevo aire caribeño. Aunque su estreno en salas mexicanas tuvo un éxito moderado, el verdadero reconocimiento llegó a través de su distribución en plataformas como Amazon Prime Video y Netflix, donde fue bien recibida por sus suscriptores. Este *remake* confirma que, cuando se adapta con sensibilidad y conocimiento del público objetivo, una historia conocida puede adquirir nueva vitalidad.

## REDESCUBRIR CLÁSICOS DESDE UNA NUEVA MIRADA

En ocasiones, el *remake* también es una forma de rescatar joyas narrativas. Tal es el caso de “Nosotros los Nobles” (2013), inspirada en la obra teatral española “El gran calavera”, escrita en 1945 por Adolfo Torrado y llevada al cine en 1949 por Luis Buñuel.

En lugar de replicar la estructura original, se decidió acertadamente invertir el eje dramático: aquí es el padre quien finge la quiebra para darle una lección a sus hijos sobre el valor del trabajo y la autosuficiencia. Esta relectura, anclada en la realidad de una clase alta mexicana contemporánea, resultó en una comedia con fuerte trasfondo social que conectó de manera masiva con la audiencia.

El impacto cultural fue enorme: “Nosotros los Nobles” se convirtió en la película mexicana más taquillera de la historia hasta ese momento, y su legado sigue vigente hoy conservando el segundo puesto del ranking histórico, solo bajo “No se aceptan devoluciones” de Eugenio Derbez. El personaje de Javi Noble se transformó en un referente popular del “mirrey”, encarnando con agudeza los excesos, privilegios y contradicciones de una generación acomodada.

## EL VALOR DE LAS ADAPTACIONES LITERARIAS

Si bien este texto se ha centrado principalmente en los remakes cinematográficos, no puedo dejar de mencionar la importancia de las adaptaciones literarias. El cine y la literatura comparten una relación simbólica y creativa muy rica. Adaptar una obra escrita al lenguaje visual exige un ejercicio profundo de interpretación, selección y resignificación.

En mi experiencia, el mayor desafío es encontrar el equilibrio entre fidelidad al espíritu del texto y libertad para construir una narrativa cinematográfica autónoma. La literatura ofrece una riqueza de personajes, atmósferas y tensiones que, bien trabajadas, pueden dar lugar a películas o series memorables. Al igual que en el *remake*, la clave está en la sensibilidad para reconocer lo esencial de la obra y saber cómo llevarlo a la pantalla grande, chica o ahora móvil también.

## UN TRABAJO COLECTIVO DE REIMAGINACIÓN

Es importante reconocer que cada una de estas adaptaciones ha sido el resultado de un trabajo profundamente colaborativo. Nada de lo que he compartido en este texto existiría sin la visión, creatividad y entrega de los guionistas, directores, actores, equipos de producción y ejecutivos creativos con los que he trabajado a lo largo de los años. Hacer un *remake* es un ejercicio de creación colectiva por excelencia. Agradezco profundamente a todos los colegas que han sido parte de estos procesos.

## REFLEXIONES FINALES: EL *REMAKE* COMO HERRAMIENTA DE DIÁLOGO

A lo largo de esta trayectoria, he confirmado que el *remake* es mucho más que una estrategia de contenido: es una herramienta de diálogo. Permite tender puentes entre culturas, rescatar historias valiosas, actualizar relatos antiguos y generar nuevas conversaciones.

Mi visión es que el futuro de los *remakes* y adaptaciones seguirá siendo relevante, incluso en un contexto donde se demanda originalidad. Porque, al final del día, no se trata solo de contar algo “nuevo”, sino de contar algo “propio”. Y en ese camino, reapropiarse de historias que nos tocan, aunque hayan nacido en otras geografías, es una forma legítima, creativa y enriquecedora de hacer cine.

*Créditos y agradecimientos:* Algunos datos, sinopsis y referencias utilizados en este texto provienen de información pública por parte de Sony Pictures México, Sony Pictures International Productions, Columbia Pictures Corporation, IMDb, Amazon Prime Video, Netflix, Warner Bros. Entertainment y la Academia Mexicana de Artes y Ciencias Cinematográficas, A.C.



## Raymundo Díaz-González

Productor y Consultor.

Inició su carrera en la industria cinematográfica en 1997. A lo largo de los años, ha contribuido a numerosos proyectos cinematográficos destacados, colaborando con reconocidos directores como Carlos Carrera, Rigoberto Castañeda, Marcos Carnevale, Issa López, Mario Muñoz, Emilio Portes, María Ripoll y Arturo Ripstein. Fue director de Producción en Argos Cine y formó parte de la primera ola de producciones locales impulsadas por estudios internacionales como Warner Bros. y Miravista (el sello de The Walt Disney Company Latin America).

Como Productor Ejecutivo, encabezó proyectos como *Nosotros los Nobles*, ópera prima de Gary Alazraki y la segunda película más taquillera en la historia del cine mexicano. En enero de 2014 fue nombrado director de Producción para Fox International Productions en México. Posteriormente, a finales de 2015, se integró a Sony Pictures International Productions como Director Ejecutivo de Producción para México y América Latina. Durante sus nueve años en este cargo, produjo dieciséis películas de alto perfil para estreno en salas cinematográficas y originales para plataformas como Amazon, HBO y Netflix.

Desde mayo de 2025, Díaz-González ha iniciado una nueva etapa como consultor externo para Sony Pictures International Productions, mientras continúa desarrollando su carrera como productor. Actualmente está enfocado en contenido en idioma español e inglés y proyectos de alcance internacional.





# CAPÍTULO II

La producción de ficción en Iberoamérica



## CAPÍTULO II

# La producción de ficción en Iberoamérica

Por Departamento de Reparto de EGEDA

### INTRODUCCIÓN: EL “ESTADO” DE LA FICCIÓN

#### OBITEL

El análisis de la programación en televisión de la ficción iberoamericana incluido en el Panorama Audiovisual 2025, tiene su base en diferentes estudios sectoriales publicados por organismos especializados. El principal estudio consultado es el anuario realizado por OBITEL (Observatorio Iberoamericano de Ficción Televisiva).

La primera parte del estudio se centra en el análisis de la difusión conjunta de la ficción de estreno en una muestra de canales de televisión en abierto. La muestra de esta edición incluye un total de 75 canales que operan en diez países. Por su titularidad, 46 pertenecen a grupos privados y 29 a organismos públicos (cuadro introducción 2.1).

*Cuadro Introducción 2.1*

*Muestra de canales de televisión en abierto. Año 2023. Países Obitel*

Países	Privados	Públicos	Total
Argentina	América 2, El Nueve, Telefé, El Trece, Net TV, Bravo TV	TV Pública	7
Brasil	TV Globo, TV 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
España	Antena3, Tele5, Sexta, Cuatro, Nova, Divinity	La 1, La 2	8
EE.UU.	Estrella TV, Telemundo, UniMás, Univision	-	4
México	Televisa, TV Azteca, Imagen TV	Once TV, Conaculta, Canal 14	5
Portugal	SIC, TVI	RTP1, RTP2, RTP3, RTP Memoria y Canal Parlamento	7

Uruguay	Canal 4, Saeta, Teledoce	TNU, TV Ciudad	5
Venezuela	Canal I, Globovision, TLT, Meridiano, Televen, TV Familia, Vale TV, Venevision, Vepaco TV	123TV, ANTV, Ávila TV, Conciencia TV, ShowVen, Colombeia, Telesur, Tves, TV Fanb, Vive TV, VTV	20
<b>Total</b>	<b>46</b>	<b>29</b>	<b>75</b>

El análisis se inicia con la revisión del porcentaje de tiempo de programación dedicado a la ficción por los canales de la muestra. En el periodo 2019-2023, el porcentaje promedio se sitúa en el 25% del tiempo total de programación (cuadro introducción 2.2).

Los canales de Estados Unidos (habla hispana) y los canales españoles superan el 40% de promedio de tiempo de ficción, seguidos de los canales venezolanos y peruanos, ambos con más del 30% de media. En tercer lugar, se encuentran Colombia y Chile que superan el 25% del total del tiempo dedicado por sus canales a la ficción.

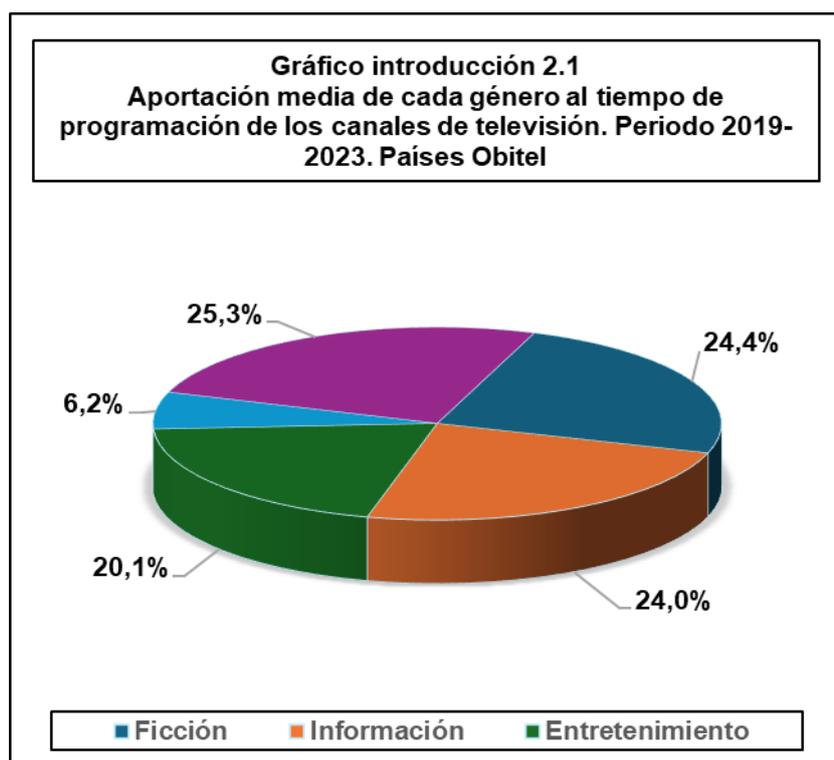
*Cuadro Introducción 2.2*

*Porcentaje de tiempo dedicado a la Ficción por los canales de televisión en abierto. Periodo 2019-2023. Países Obitel*

Países	2019	2020	2021	2022	2023	Promedio
Argentina	7,2	14,3	10,0	15,5	18,3	13,1
Brasil	11,8	12,9	12,4	8,6	14,4	12,0
Chile	*	38,8	18,2	23,0	20,6	25,2
Colombia	33,9	32,8	24,1	22,0	29,3	28,4
España	42,7	42,3	41,5	41,0	41,0	41,7
EE.UU.	40,7	41,5	41,8	41,4	42,4	41,6
México	16,0	12,0	14,4	*	27,2	17,4
Perú	32,8	31,3	32,7	*	*	32,3
Portugal	19,9	20,8	15,4	21,6	13,1	18,2
Uruguay	25,8	20,4	17,1	12,2	11,5	17,4
Venezuela	22,1	41,6	34,4	31,6	21,1	30,2
Promedio	25,3	28,1	23,8	24,1	23,9	25,0

La aportación media de cada género al tiempo de programación de los canales de la muestra pone de manifiesto que la ficción, la información y el entretenimiento representa casi el 70% del tiempo total de televisión en abierto.

En el periodo 2019-2023 la ficción supuso el 24,4%, los programas informativos el 24% y los programas de entretenimiento representan el 20,1% del tiempo total de difusión de contenidos en los canales iberoamericanos analizados (gráfico introducción 2.1)



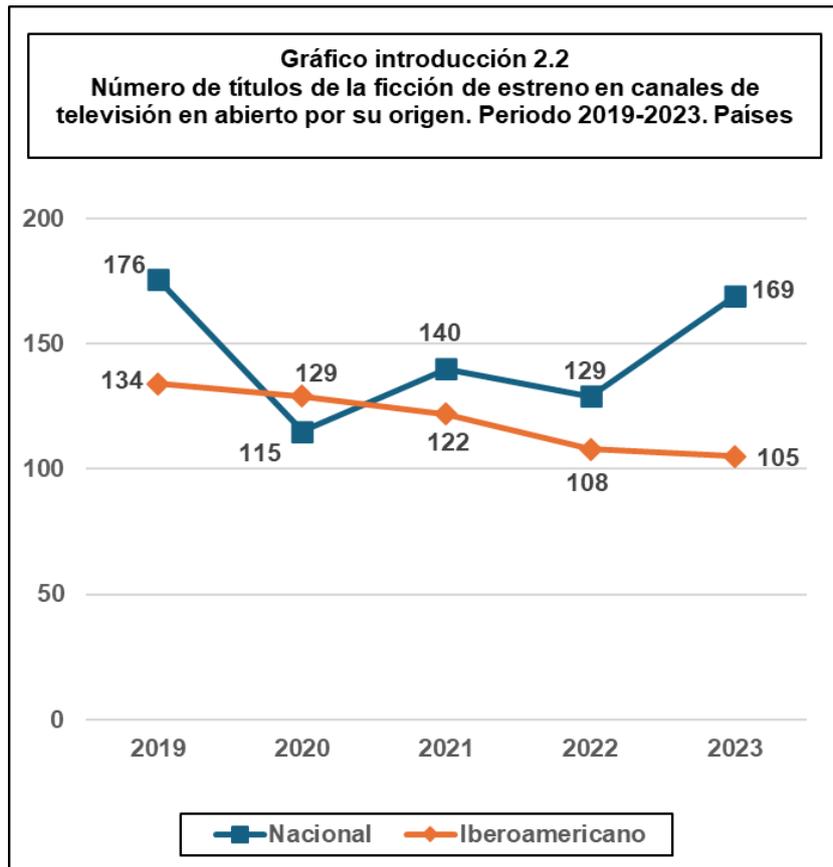
Los canales de televisión en abierto de los países analizados difundieron un total de 1.327 títulos de series de ficción de estreno durante el periodo 2019-2023. El peso de la ficción nacional representa casi el 55% del total de títulos, frente al 45% de la ficción iberoamericana.

La muestra acumula más de 65.000 horas de programación de ficción de estreno en el periodo de referencia. El peso del tiempo de difusión de la ficción nacional representa el 44,8% y el de la iberoamericana el 55,2% (cuadro introducción 2.3).

*Cuadro Introducción 2.3*  
*Muestra acumulada de la Ficción de estreno en canales de televisión en abierto. Periodo 2019-2023. Países Obitel*

Origen	Títulos	%	Horas	%
Nacional	729	54,9	29.476	44,8
Iberoamericano	598	45,1	36.362	55,2
<b>Total</b>	<b>1.327</b>		<b>65.838</b>	

El número de títulos de ficción de estreno en televisión en abierto el año antes de la pandemia supera los 300. El número mínimo de títulos tiene lugar en 2022 con menos de 240 y el máximo desde el año de la pandemia tiene lugar en 2023 con 274 títulos. Por su origen solo en 2020 los títulos iberoamericanos de estreno superaron a los nacionales (gráfico introducción 2.2).



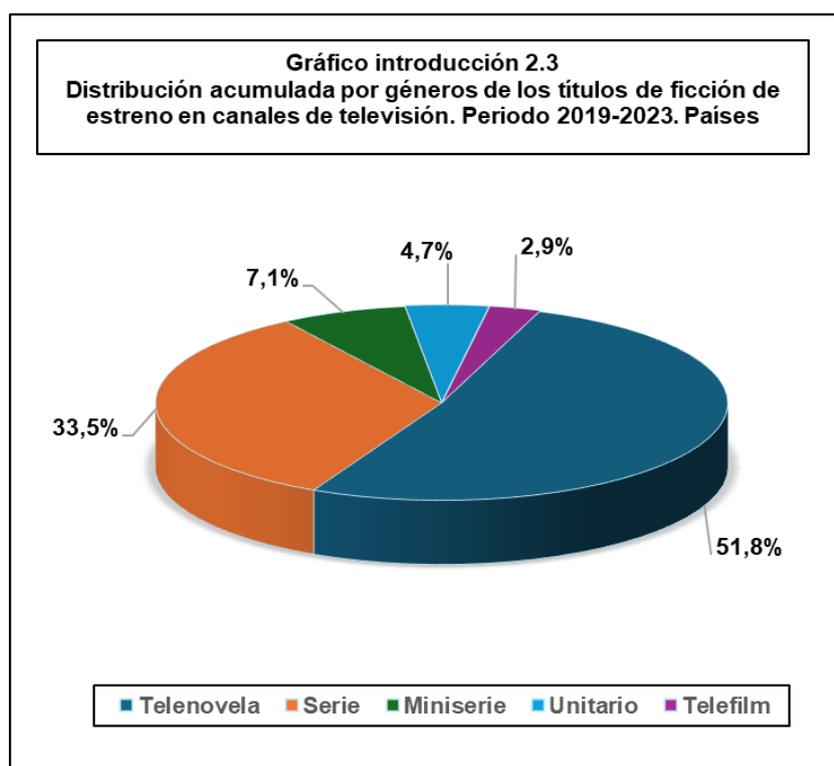
La distribución de los títulos de la ficción de estreno pone de manifiesto que los países que más obras nacionales difundieron en televisión, en el periodo 2019-2023, fueron Portugal (155 títulos), Brasil (146 títulos) y México (118 títulos). Por otra parte, tal como figura en el cuadro introducción 2.4, los países que más ficción de estreno iberoamericana programaron fueron Estados Unidos (115 títulos), Venezuela (89 títulos) y Uruguay (81 títulos).

*Cuadro Introducción 2.4*  
**Distribución de los títulos de Ficción de estreno por países de emisión en televisión. Periodo 2019-2023**

País emisión	Títulos de ficción nacional					Total
	2019	2020	2021	2022	2023	
Argentina	18	5	8	11	11	53
Brasil	48	23	17	19	39	146
Chile	*	12	13	9	11	45
Colombia	17	8	10	7	7	49
España	24	13	13	10	16	76
EE.UU.	12	9	8	9	8	46
México	25	13	16	30	34	118
Perú	8	11	8	*	*	27
Portugal	21	19	42	33	40	155
Uruguay	1	1	2	0	2	6
Venezuela	2	1	3	1	1	8
<b>Total</b>	<b>176</b>	<b>115</b>	<b>140</b>	<b>129</b>	<b>169</b>	<b>729</b>

<i>Títulos de ficción iberoamericana</i>						
País emisión	2019	2020	2021	2022	2023	Total
Argentina	8	7	9	6	6	36
Brasil	4	4	6	8	8	30
Chile	*	13	10	17	8	48
Colombia	19	4	11	2	4	40
España	3	8	5	6	6	28
EE.UU.	33	19	16	26	21	115
México	6	8	9	4	3	30
Perú	16	36	26	*	*	78
Portugal	3	4	3	7	6	23
Uruguay	26	15	12	14	14	81
Venezuela	16	11	15	18	29	89
<b>Total</b>	<b>134</b>	<b>129</b>	<b>122</b>	<b>108</b>	<b>105</b>	<b>598</b>

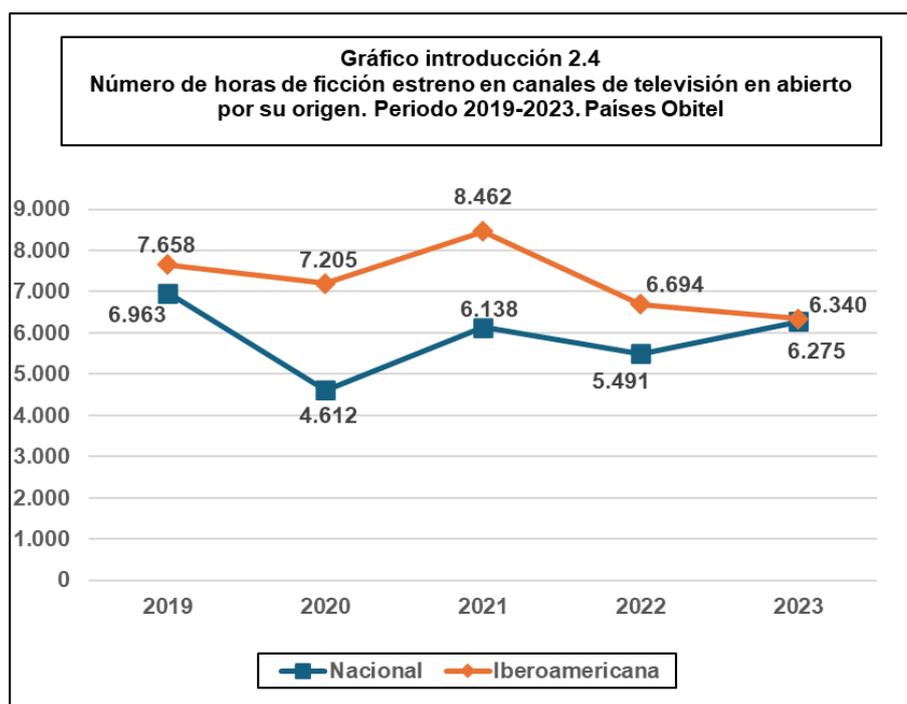
La distribución acumulada por géneros audiovisuales en el periodo 2019-2023 en televisión en abierto, refleja que las telenovelas de estreno siguen siendo las más numerosas con casi el 52% de los títulos, seguidas de las series convencionales con el 33,5% y las miniseries con el 7,1% de los títulos (gráfico introducción 2.3).



La distribución del tiempo de emisión ficción de estreno pone de manifiesto que los países que más horas de obras nacionales sumaron en televisión, en el periodo 2019-2023, son México (6.198), Brasil (4.915), y Portugal (4.720). Por otra parte, los países que más tiempo ficción de estreno iberoamericana programan son Estados Unidos (7.066 horas), Venezuela (6.569 horas), Perú (4.521 horas) y Uruguay (3.665 horas). En el caso de Perú, no hay datos disponibles en 2022 y 2023 (cuadro introducción 2.5).

<i>Cuadro Introducción 2.5</i>						
<i>Distribución del tiempo de Ficción de estreno por países de emisión en televisión. Periodo 2019-2023</i>						
<i>Horas de ficción nacional</i>						
<b>País emisión</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>Total</b>
Argentina	372	62	104	144	229	911
Brasil	1.307	416	419	1.297	1.476	4.915
Chile	*	274	587	477	497	1.835
Colombia	733	271	727	315	411	2.457
España	1.194	1.030	826	558	798	4.406
EE.UU.	512	367	420	216	255	1.770
México	1.216	906	1.149	1.332	1.595	6.198
Perú	560	442	535	*	*	1.537
Portugal	1.028	794	998	912	988	4.720
Uruguay	3	47	13	0	17	80
Venezuela	35	3	360	240	9	647
<b>Total</b>	<b>6.960</b>	<b>4.612</b>	<b>6.138</b>	<b>5.491</b>	<b>6.275</b>	<b>29.476</b>
<i>Horas de ficción iberoamericana</i>						
<b>País emisión</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>Total</b>
Argentina	293	357	684	831	434	2.599
Brasil	226	421	416	313	486	1.862
Chile	*	720	719	833	473	2.745
Colombia	768	116	743	128	153	1.908
España	230	350	206	239	366	1.391
EE.UU.	2.036	1.244	1.208	1.421	1.157	7.066
México	440	885	1.041	282	99	2.747
Perú	1.376	1.702	1.443	*	*	4.521
Portugal	210	253	193	348	285	1.289
Uruguay	966	492	423	770	1.014	3.665
Venezuela	1.116	665	1.386	1.529	1.873	6.569
<b>Total</b>	<b>7.661</b>	<b>7.205</b>	<b>8.462</b>	<b>6.694</b>	<b>6.340</b>	<b>36.362</b>

El volumen de horas de ficción de estreno en televisión en abierto en el periodo 2019-2023 supera las 14.000 en 2019 y 2021. Por su origen, las horas de ficción iberoamericana de estreno rebasan a las de ficción nacional de estreno. Particularmente, 2023 es el año en el que menor diferencia hay entre ambas procedencias (gráfico introducción 2.4).



Los países que acumulan en la muestra un mayor número de horas de difusión de ficción de estreno, en el periodo 2019-2023, son México (8.945), Estados Unidos (8.836) y Venezuela (7.216). Por otra parte, los países que estrenaron más títulos de ficción en sus canales de televisión son Portugal con 178, Brasil con 176 títulos y Estados Unidos con 161 (cuadro introducción 2.6).

*Cuadro introducción 2.6*  
*Distribución acumulada de la Ficción de estreno en televisión por países de difusión. Periodo 2019-2023*

País emisión	Títulos	%	Horas	%
Argentina	89	6,7	3.510	5,3
Brasil	176	13,3	6.777	10,3
Chile	93	7,0	4.580	7,0
Colombia	89	6,7	4.365	6,6
España	104	7,8	5.797	8,8
EE.UU.	161	12,1	8.836	13,4
México	148	11,2	8.945	13,6
Perú	105	7,9	6.058	9,2
Portugal	178	13,4	6.009	9,1
Uruguay	87	6,6	3.745	5,7
Venezuela	97	7,3	7.216	11,0
<b>Total</b>	<b>1.327</b>		<b>65.838</b>	

Por el origen de la producción, los países que más ficción de estreno aportaron a los canales de televisión de la muestra durante el periodo 2019-2023 son: México (398 títulos y 22.615 horas), Brasil (269 títulos y 13.262 horas), Colombia (119 títulos y 7.941 horas) y Portugal (163 títulos y 5.304 horas)

El volumen conjunto de ficción televisiva de estreno producida por estos cuatro países representa más del 71% del total de títulos estrenados y casi el 75% del tiempo total de tiempo de emisión de los canales de televisión de la muestra (cuadro introducción 2.7).

*Cuadro introducción 2.7*  
*Distribución acumulada de la Ficción de estreno en televisión por países de origen. Periodo 2019-2023*

País origen	Títulos	%	Horas	%
Argentina	75	5,7	1.726	2,6
Brasil	269	20,3	13.262	20,1
Chile	61	4,6	2.943	4,5
Colombia	119	9,0	7.941	12,1
España	101	7,6	4.921	7,5
EE.UU.	99	7,5	4.788	7,3
México	398	30,0	22.615	34,3
Perú	28	2,1	1.611	2,4
Portugal	163	12,3	5.304	8,1
Uruguay	6	0,5	80	0,1
Venezuela	8	0,6	647	1,0
<b>Total</b>	<b>1.327</b>		<b>65.838</b>	

En comparación con el periodo anterior (2018-2022), los países que acumulan en la muestra un mayor número de horas de difusión de ficción de estreno son Estados Unidos (10.325) y México (9.419). Por otra parte, los países que estrenaron más títulos en sus canales de televisión son EE.UU. con 184 y Brasil con 178 títulos (cuadro introducción 2.8).

*Cuadro introducción 2.8*  
*Distribución acumulada de la Ficción por países de difusión en televisión. Periodo 2018-2022*

País emisión	Títulos	%	Horas	%
Argentina	102	7,3	3.812	5,5
Brasil	178	12,7	6.348	9,1
Chile	111	7,9	5.353	7,7
Colombia	96	6,9	4.673	6,7
España	117	8,4	6.197	8,9
EE.UU.	184	13,2	10.325	14,8
México	146	10,4	9.419	13,5
Perú	144	10,3	8.396	12,0
Portugal	158	11,3	5.764	8,3
Uruguay	96	6,9	4.122	5,9
Venezuela	67	4,8	5.334	7,6
<b>Total</b>	<b>1.399</b>		<b>69.743</b>	

Por el origen de la producción, los países que más ficción de estreno aportaron a los canales de televisión de la muestra durante el periodo 2018-2022 son: México (413 títulos y 23.977 horas), Brasil (281 títulos y 12.852 horas), Colombia (132 títulos y 8.265 horas).

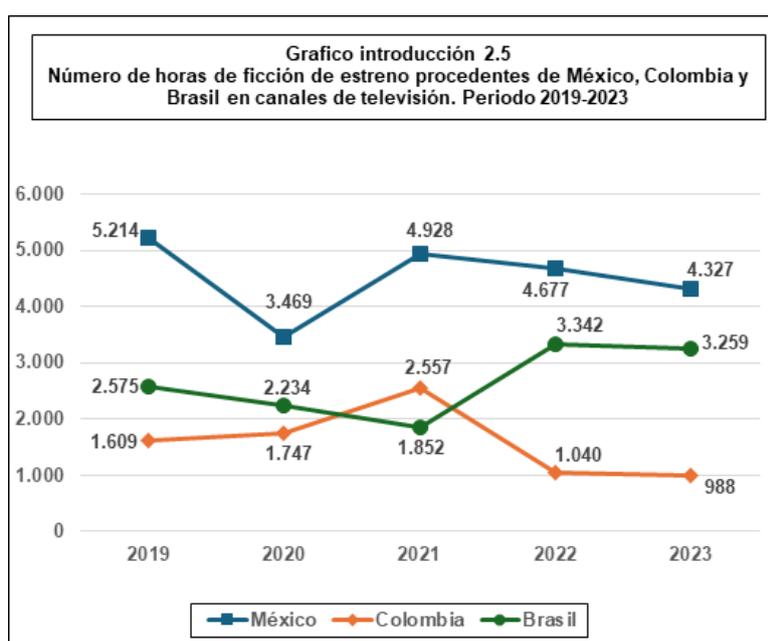
El volumen conjunto de ficción televisiva de estreno producida por estos tres países representa el 59% del total de títulos y casi el 65% del tiempo total de emisión de los canales de televisión de la muestra (cuadro introducción 2.9).

**Cuadro introducción 2.9**  
*Distribución acumulada de la Ficción por países de origen en televisión. Periodo 2018-2022*

País origen	Títulos	%	Horas	%
Argentina	92	6,6	2.475	3,5
Brasil	281	20,1	12.852	18,4
Chile	65	4,6	2.987	4,3
Colombia	132	9,4	8.265	11,9
España	112	8,0	5.662	8,1
EE.UU.	113	8,1	5.822	8,3
México	413	29,5	23.977	34,4
Perú	39	2,8	2.158	3,1
Portugal	139	9,9	4.828	6,9
Uruguay	6	0,4	79	0,1
Venezuela	7	0,5	638	0,9
<b>Total</b>	<b>1.399</b>		<b>69.743</b>	

La evolución de las horas de ficción de estreno de los tres países (México, Brasil y Colombia) con más producción difundida en los canales de la muestra refleja que, en el periodo 2019-2023, el volumen conjunto se mantuvo por encima de las 9.000 horas de programación en 2019, 2021 y 2022 (gráfico introducción 2.5).

Por separado, se aprecia bastante variabilidad en cuanto al estreno de producciones de ficción ya que México obtuvo su máximo en 2019 (5.214 horas) y el mínimo en 2020 (3.469 horas); Brasil consiguió su máximo en 2022 (3.342 horas) y el mínimo en 2021 (1.852 horas) y Colombia registró el máximo en 2021 (2.557 horas) y el mínimo en 2023 (988 horas).



El cuadro introducción 2.10 refrenda el análisis cuantitativo realizado anteriormente puesto que, en 5 de los 10 países de la muestra de 2023, el mayor número de títulos y horas de ficción de estrenos iberoamericanos no nacionales pertenecen a producciones mexicanas. En otros tres países el mayor volumen de títulos y horas corresponden a ficciones brasileñas. El tercer país que más horas de estreno aporta es Estados Unidos.

**Cuadro introducción 2.10**  
*País iberoamericano no nacional que más ficción de estreno aporta en cada país en televisión. Año 2023*

N.	País de emisión	Títulos	Horas 1°	Horas 2°
1	Argentina	Colombia, México	Colombia	Brasil
2	Brasil	México	México	Portugal
3	Chile	Brasil	Brasil	EE.UU.
4	Colombia	México	México	EE.UU.
5	España	México	México	EE.UU.
6	EE.UU.	México	México	*
7	México	EE.UU., Perú	Perú	EE.UU.
8	Portugal	Brasil	Brasil	*
9	Uruguay	Brasil	Brasil	Chile
10	Venezuela	México	México	Brasil

El ranking de audiencia de 2023 refleja que las emisiones de ficción brasileñas en Globo son las que acumulan el mayor porcentaje. Las diez primeras series del top-30 pertenecen al país carioca. En el top-20 se sitúan cinco emisiones de series chilenas programadas en Mega y otras cinco mexicanas difundidas en el canal Las Estrellas. El top-30 lo completan cinco emisiones de producciones mexicanas, tres colombianas, una argentina y una portuguesa (cuadro introducción 2.10).

Las series brasileñas con más éxito son: *Terra e Paixao* (26,1%), *Travessia* (24,9%), *Vai na Fé* (23,8%), *Cara e coragem* (21,1%), *Amor perfeito* (20,9%), *Mar do sertao* (20,7%) y *Fuzuê* (20,1%). Las obras chilenas más populares son: *La Ley de Baltazar* (17,2%), *Como la vida misma* (15%) y *Generación 98* (14,7%). Por último, las series mexicanas con más éxito son: *La Rosa de Guadalupe* (13,6%) y *Tierra de Esperanza* (13,3%).

**Cuadro introducción 2.11**  
*Ranking de ficción en canales de televisión en abierto. Año 2023*

N.	Título	Origen	Canal	Audiencia	Share	País emisión
1	Terra e Paixao	Brasil	Globo	26,1	43,6	Brasil
2	Travessia	Brasil	Globo	24,9	41,6	Brasil
3	Vai na Fé	Brasil	Globo	23,8	39,6	Brasil
4	Cara e coragem	Brasil	Globo	21,1	36,3	Brasil
5	Amor perfeito	Brasil	Globo	20,9	37,6	Brasil
6	Mar do Sertao	Brasil	Globo	20,7	38,5	Brasil
7	Fuzuê	Brasil	Globo	20,1	35,1	Brasil
8	O rei do Gado	Brasil	Globo	19,1	38,8	Brasil
9	Rensga Hits!	Brasil	Globo	18,4	35,2	Brasil
10	Historias quase verdadeiras	Brasil	Globo	17,5	33,3	Brasil
11	La Ley de Baltazar	Chile	Mega	17,2	28,5	Chile
12	Como la vida misma	Chile	Mega	15,0	22,6	Chile

13	Generación 98	Chile	Mega	14,7	23,0	Chile
14	La Rosa de Guadalupe	México	Las Estrellas	13,6	21,9	México
15	Tierra de Esperanza	México	Las Estrellas	13,3	21,4	México
16	Hijos del desierto	Chile	Mega	12,7	21,1	Chile
17	Juego de ilusiones	Chile	Mega	12,5	26,1	Chile
18	Perdona nuestros pecados	México	Las Estrellas	12,3	21,5	México
19	Pienso en ti	México	Las Estrellas	12,3	18,6	México
20	Eternamente amándonos	México	Las Estrellas	12,1	23,4	México
21	Como dice el dicho	México	Las Estrellas	12,0	22,0	México
22	Vencer la culpa	México	Las Estrellas	11,5	18,5	México
23	Golpe de suerte	México	Las Estrellas	11,3	17,2	México
24	Minas de pasión	México	Las Estrellas	10,8	18,5	México
25	Gloria Trevi	México	Las Estrellas	10,8	17,4	México
26	Festa é festa	Portugal	TVI	9,8	20,7	Portugal
27	Pantanal	Brasil	Telefe	9,7	14,5	Argentina
28	Ana de Nadie	Colombia	RCN	9,4	22,3	Colombia
29	Pasión de Gavilanes 2	EE.UU.	Caracol	9,2	21,3	Colombia
30	Rigo	Colombia	RCN	8,6	18,5	Colombia

El *top-1* de audiencia en 2023 pone de manifiesto que seis títulos nacionales dominan el *ranking* en sus países de origen y cuatro títulos iberoamericanos fueron la serie más vista en otros tantos países (cuadro introducción 2.12).

Los estrenos no nacionales que se auparon a lo más alto del *ranking* son las producciones brasileñas *Pantanal* (Argentina y Uruguay) y *Querer sin límites* (Venezuela) y la serie mexicana *Tierra de Esperanza* (Estados Unidos)

*Cuadro introducción 2.12*

*Top-1 de la Ficción en cada país en televisión en abierto. Año 2023*

<b>País emisión</b>	<b>Título</b>	<b>Origen</b>	<b>Canal</b>	<b>Audiencia</b>	<b>Share</b>
Argentina	Pantanal	Brasil	Telefe	9,7	14,5
Brasil	Terra e Paixao	Brasil	Globo	26,1	43,6
Chile	La Ley de Baltazar	Chile	Mega	17,2	28,5
Colombia	Ana de Nadie	Colombia	RCN	9,4	22,3
España	Cuéntame cómo pasó	España	La1	3,0	13,2
EE.UU.	Tierra de Esperanza	México	Univision	6,2	23,5
México	La Rosa de Guadalupe	México	Las Estrellas	13,6	21,9
Portugal	Festa é festa	Portugal	TVI	9,8	20,7
Uruguay	Pantanal	Brasil	Teledoce	8,0	16,7
Venezuela	Querer sin límites	Brasil	Venevision	-	-

El volumen de títulos de ficción nacional de estreno disponible en las plataformas VoD analizadas, en el periodo 2019-2023, asciende a 1.028. Los países con un mayor número de títulos disponibles son Estados Unidos (284), España (228) y Brasil (219 títulos). Las producciones iberoamericanas disponibles en Netflix en Estados Unidos se han considerado originales por la vinculación de la plataforma en su producción (cuadro introducción 2.13).

*Cuadro introducción 2.13**Títulos de Ficción nacional por países de origen estrenados en VOD*

País	2019	2020	2021	2022	2023	Total
Argentina	14	14	13	14	18	73
Brasil	23	39	51	49	57	219
Chile	*	4	3	5	10	22
Colombia	9	7	2	10	12	40
España	30	33	51	50	64	228
EE.UU.	43	48	49	72	72	284
México	19	17	12	27	36	111
Portugal	5	5	9	10	10	39
Uruguay	1	2	5	0	1	9
Venezuela	1	1	0	0	1	3
<b>Total</b>	<b>145</b>	<b>170</b>	<b>195</b>	<b>237</b>	<b>281</b>	<b>1.028</b>

Las plataformas VoD que pusieron a disposición de los usuarios más títulos de ficción nacional iberoamericana son Netflix (EE.UU.), Prime (EE.UU.), Globo Play (Brasil), HBO (EE.UU.) y Movistar (España). Las cinco plataformas en conjunto sumaron casi el 70% de los títulos totales disponibles durante el periodo 2019-2023 (cuadro introducción 2.14).

*Cuadro introducción 2.14**Títulos de Ficción nacional por plataformas estrenados en VOD. Periodo 2019-2023*

N.	Plataforma	Títulos	%
1	Netflix	302	29,4
2	Prime	158	15,4
3	Globo	128	12,5
4	HBO	57	5,5
5	Movistar	52	5,1
6	Star+	46	4,5
7	Vix	43	4,2
8	Disney	36	3,5
9	Atresplayer	33	3,2
10	Opto	16	1,6
11	RTP Play	15	1,5
12	Cablevision	13	1,3
13	Claro	11	1,1
14	Paramount	11	1,1
15	Flow	9	0,9
16	Blim	8	0,8
17	Box	8	0,8
18	Lionsgate	7	0,7
19	Caracol	7	0,7
20	TNT	5	0,5
21	Mega Go	5	0,5
22	TNT	5	0,5
23	Resto	53	5,2
	<b>Total</b>	<b>1.028</b>	

### TENDENCIAS (SIN IA...)

Una vez expuestos los datos generales del impacto y la evolución de la Ficción de estreno en los principales mercados de Iberoamérica, conviene aportar otros datos y hechos globales acaecidos en el mundo del entretenimiento televisivo global. Esta edición del *Panorama* se sirve de nuevo del *Media Trends & Predictions* publicado por Kantar Media para aportar unos datos claves sobre el consumo presente y futuro de los contenidos audiovisuales.

El inicio del estudio de Kantar es una declaración de intenciones ya que nos “informa” que el panorama de los medios depende del grado de convergencia de las tendencias del mercado, la evolución de la interacción de los usuarios con el contenido y su relación con la creciente complejidad de la tecnología y la capacidad del sector de poder medir con precisión el quién, el cómo, el cuándo, el dónde y el por qué para poder alinear las estrategias de producción, consumo y monetización de los contenidos.

El cuadro introducción 2.15 expone de manera sucinta la problemática a la que se enfrentan los diferentes sistemas de consumo de contenidos y sus posibles oportunidades. De esta forma la televisión lineal cuenta con la problemática de la disminución del tiempo de uso, hecho que se acentúa entre la población más joven, pero a su vez conserva todavía la capacidad de generar audiencias significativas en eventos en directo. La televisión conectada cuenta con la debilidad de la gran fragmentación del consumo a través de múltiples dispositivos, pero a su vez permite alinear la publicidad con el tipo de público objetivo para mejorar la eficiencia de las campañas publicitarias. Por último, el consumo a través de plataformas de *streaming* aflora signos de saturación que puede limitar la inversión presupuestaria en contenidos, pero a su vez con un consumidor tan específico es posible la exploración de nuevas fuentes de ingresos.

Cuadro Introducción 2.15

	TV LINEAL	TV CONECTADA	STREAMING/VoD
Debilidad	La disminución del consumo de televisión lineal reduce la inversión publicitaria.	La fragmentación en múltiples dispositivos y plataformas dificulta la medición de audiencias.	La saturación del mercado del streaming/VoD limita la inversión en contenidos de estreno y exclusivos.
Oportunidad	La confianza en la televisión lineal asegura audiencias masivas con programas en directo, como deportes y noticias.	La optimización del público objetivo y el aumento del consumo de televisión digital permite afinar las campañas publicitarias de los anunciantes	La flexibilidad de la relación entre usuario y el contenido permite la exploración de nuevos formatos y fuentes de ingresos.

El protagonista del ecosistema de medios sigue siendo el contenido audiovisual, como no puede ser de otra manera, pero el inevitable aumento de los costes de producción y la competencia *salvaje* entre los diferentes sistemas de consumo ha provocado que los grandes grupos empresariales tengan que reformular sus estrategias. Según *ProdPro* (Plataforma de producción audiovisual que ofrece herramientas para conectar la producción, provisión y difusión del contenido), en 2024 el número de producciones estadounidenses ha caído un 40% respecto a 2022, y a nivel mundial un 20%. A pesar de esta reducción, la demanda sigue siendo alta, ya que según Kantar Media TGI, el 43% de los consumidores de *streaming* de 37 mercados analizados prioriza el tipo de contenidos ofertados y un 42% elige una plataforma en función de la cantidad de títulos disponibles.

Los grandes grupos mediáticos no solo están reformulando sus estrategias y presupuestos con el objetivo de mejorar el rendimiento de sus contenidos, sino que también están realizando o proyectando cambios de calado en sus estructuras empresariales. Warner Bros Discovery es el primero que en junio de 2025 anunció la separación del negocio del *streaming* y producción audiovisual de sus canales de cable. Por su parte Comcast (Universal), en noviembre de 2024, también confirmó que están planeando la separación de sus cadenas de cable en una empresa independiente y que esta segregación culminaría a finales de 2025. Por su parte Disney, no ha anunciado todavía ningún

movimiento estructural pero sus estrategias dejan patente su apuesta por el negocio del *streaming* en detrimento de la televisión por cable tradicional.

Es evidente que los datos del consumo de la televisión tradicional digital cada año ponen de manifiesto una significativa reducción y es otro hecho que la *guerra* de los grandes grupos mediáticos se va a trasladar al universo del *streaming*. En un principio esto parece una guerra de las *Majors* (Universal, Warner, Disney) contra Netflix y Amazon, pero en realidad es una competición de todos contra todos y el término que mejor define este hecho es el conocido en marketing como *Bundling* o venta combinada de varios servicios de *streaming* en una sola oferta a un precio mejor que si contratáramos cada servicio por separado.

En los próximos años, tendremos datos más concretos de la respuesta del usuario a esta estrategia y su impacto sobre los rivales de consumo (cine en salas y televisión tradicional), pero con citar unos cuantos ejemplos de asociación podemos afirmar que el consumo *on-demand* es ya uno de los pilares de la industria del entretenimiento. En Estados Unidos, los suscriptores de Disney y Warner pueden contratar en un solo paquete los contenidos de Disney+, Hulu y Max; Por su parte los de Comcast, disponen de Apple TV+, Netflix y Peacock y los usuarios de Amazon pueden suscribirse a Prime y Apple TV+.

En España, Movistar (Telefónica) es uno de los mayores agregadores de servicios *on-demand* de Europa. La operadora ofrece a sus abonados la posibilidad de contratar diferentes paquetes con una oferta variada de contenidos de Disney+, Max, Netflix, Apple TV+ o SkyShowtime. En definitiva, los suscriptores tienen acceso a un multiservicio tecnológico de última generación en telefonía, internet y televisión complementado con el posible acceso condicionado a un gran volumen de contenidos *premium* de ficción o no ficción, con un precio base y creciente en función de la disposición adquisitiva y del interés del espectador por un tipo u otro de entretenimiento.

Para terminar con esta introducción de tendencias, aparte de las adaptaciones empresariales sectoriales para mejorar la cuenta de resultados y el impacto transversal de la tecnología en el mercado audiovisual, es obligado hacer una reseña de los contenidos de ficción que están destacando en la actualidad. El informe GECA de julio-diciembre de 2024 desglosa algunas de las temáticas con más éxito del momento.

El primer grupo de temáticas sería el de las comedias ambientadas en lugares de trabajo siguiendo la estela de *The Office*. En este caso, de la oficina, se ha pasado a un hospital (*St. Denis Medical*), a una comisaría (*Black & Blue*) o incluso a un estudio de producción audiovisual (*The Studio*). Las series sobre la tercera edad como la comedia *Only Child* y *A man on the inside* y las tradicionales telenovelas y seriales que vuelven a contarnos historias a través del *streaming* (*Valle Salvaje*, *Regreso a Las Sabinas*, *Belleza Fatal*) también han incrementado sobremanera el interés del espectador.

Otro segundo grupo en crecimiento serían las adaptaciones literarias (*El Conde de Montecristo*, *Chacal* o *Cien años de soledad*); las series de médicos que se atreven con todo (*The Good Doctor*, *Watson*, *Familia de medianoche*); los *spin-offs* y secuelas nostálgicas que refuerzan universos conocidos (*Betty la fea: La historia continúa*, *Margarita* y *The Penguin*) y también las coproducciones internacionales dramáticas y de suspense entre Europa, EE.UU y Asia (*Dead & Buried*, *Los años nuevos*, *Whiskey on the Rocks* y *Citadel: Diana*).

Finalmente, otros contenidos en auge son las series en las que la realidad supera a la ficción, conocidas como *true crime*, entre las que podríamos mencionar un buen número de títulos de diferentes procedencias y disponibles en todas las plataformas VoD. Y también la novedosa tendencia de las adaptaciones de *podcasts* con el creciente protagonismo de *influencers* (*The Edge of sleep*, *Maddie + Triggs*).

## FICCIÓN EUROPEA

El Observatorio Europeo del Audiovisual publicó en diciembre de 2024 un estudio sobre la ficción producida por los países europeos durante el periodo 2019-2023 (cuadro introducción 2.16). El volumen de realizaciones asciende a 6.886 títulos (1.377 por año), 122.406 capítulos (24.481 por año) y 77.393 horas de programación (15.479 por año).

<i>Cuadro introducción 2.16</i>			
<i>Ficción producida en Europa</i>			
<b>Año</b>	<b>Títulos</b>	<b>Episodios</b>	<b>Horas</b>
2019	1.206	24.048	15.463
2020	1.244	23.990	14.831
2021	1.391	25.035	15.567
2022	1.569	25.391	16.023
2023	1.476	23.942	15.509
Media	1.377	24.481	15.479
<b>Total</b>	<b>6.886</b>	<b>122.406</b>	<b>77.393</b>

El desglose de los 6.886 títulos por formatos refleja que 3.806 (55,3%) son series de 13 episodios o menos; 1.925 (28%) corresponden a telefilms; 643 (9,3%) son series con un rango de capítulos comprendido entre 14 y 52, y 512 (7,4%) son series con más de 52 episodios (cuadro introducción 2.17).

<i>Cuadro introducción 2.17</i>					
<i>Títulos de ficción producida en Europa por formatos</i>					
<b>Año</b>	<b>TV Film</b>	<b>13 ep. o menos</b>	<b>14 a 52 ep.</b>	<b>Más de 52 ep.</b>	<b>Total</b>
2019	352	622	122	110	1.206
2020	327	684	128	105	1.244
2021	395	770	121	105	1.391
2022	447	875	148	99	1.569
2023	404	855	124	93	1.476
<b>Total</b>	<b>1.925</b>	<b>3.806</b>	<b>643</b>	<b>512</b>	<b>6.886</b>

La distribución de las 77.393 horas acumuladas por la ficción europea, en el periodo 2019-2023, por formatos, pone de manifiesto que 45.559 (58,8%) corresponden a la duración de los capítulos de series de más de 52 episodios; 19.099 (24,6%) corresponden a los capítulos de títulos de series de 13 episodios o menos; 9.374 horas pertenecen a series con un rango de capítulos comprendido entre 14 y 52 capítulos y 3.361 son telefilms (cuadro introducción 2.18).

<i>Cuadro introducción 2.18</i>					
<i>Horas de Ficción producida en Europa por formatos</i>					
<b>Año</b>	<b>TV Film</b>	<b>13 ep. o menos</b>	<b>14 a 52 ep.</b>	<b>Más de 52 ep.</b>	<b>Total</b>
2019	633	3.384	1.743	9.703	15.463
2020	569	3.649	1.738	8.875	14.831
2021	690	3.799	1.776	9.302	15.567
2022	796	4.158	2.192	8.877	16.023
2023	673	4.109	1.925	8.802	15.509
<b>Total</b>	<b>3.361</b>	<b>19.099</b>	<b>9.374</b>	<b>45.559</b>	<b>77.393</b>

Los países europeos con más producción de ficción en número de títulos en 2023 son Alemania, Francia y Reino Unido y los países con más horas realizadas de ficción son Alemania, Polonia y Grecia. Por su parte, España es el quinto país en títulos producidos y el cuarto en horas y Portugal es el décimo en títulos y el séptimo en horas de ficción (cuadro introducción 2.19).

*Cuadro introducción 2.19*

*Ficción producida por países europeos en 2023*

N.	País	Títulos	Horas
1	Alemania	315	2.435
2	Francia	203	1.217
3	Reino Unido	199	1.415
4	Polonia	86	1.779
5	España	84	1.539
6	Italia	79	651
7	Países Bajos	53	260
8	Finlandia	44	235
9	Bélgica	39	419
10	Portugal	38	952
11	R. Checa	38	558
12	Grecia	34	1.698
13	Otros	579	2.351
	<b>Total</b>	<b>1.476</b>	<b>15.509</b>

El estudio del Observatorio Europeo del Audiovisual pone de manifiesto que casi el 57% de los títulos fueron encargados por las televisiones públicas y el 59% de las horas se difundieron en las televisiones privadas. Además, el 72% de los títulos y el 57% de las horas de ficción los realizaron productoras dependientes de grupos televisivos.

## TELEVISIÓN CONECTADA

Por segundo año consecutivo, el *Panorama* incluye un breve estudio del alcance la televisión conectada en España. La televisión conectada (CTV) es el conjunto de contenidos a los que se accede a través de internet mediante dispositivos habilitados. Para documentar esta nueva forma de consumo audiovisual, nos servimos del estudio realizado para IAB Spain (Asociación Mundial de comunicación, publicidad y marketing digital) de Televisión Conectada elaborado por Eloia en 2025.

El universo de población de 16 a 75 años asciende a 37,1 millones de personas en 2025, de los que 35,7 millones se conectan a internet habitualmente y casi 34 millones son usuarios de CTV. La población 16-75 años crece en un millón de personas respecto a 2023, los internautas 1,8 millones y los consumidores de CTV 3,4 millones de usuarios (cuadro 2.20),

*Cuadro introducción 2.20*

*Penetración TV Conectada en España (millones)*

Universo	2023	2024	2025
Población 16-75 años	36,1	36,2	37,1
Población Internauta	33,9	34,4	35,7
Usuarios TV Conectada	30,5	32,7	33,9

Los *smarphone*, las *smart TV* y los ordenadores portátiles son los dispositivos con una mayor penetración entre la población española y, por su parte, las *smart TV* son las más utilizadas para el consumo de los contenidos audiovisuales disponibles en internet y además crece su uso en 2025 con respecto a 2024 (cuadro introducción 2.21).

*Cuadro introducción 2.21*  
*Panorama de la TV Conectada en España (%)*

Dispositivo	Disponibilidad		Conectividad	
	2025	2025	2025	2024
Smarphone	95	20	29	
Smart TV	86	76	75	
Ordenador Portátil	74	15	19	
Tablet	60	10	14	
Ordenador Sobremesa	46	9	15	
Set Top Box	43	28	34	
Consola	38	6	15	

Los contenidos audiovisuales más consumidos por los usuarios de CTV son series de ficción, con un 84% del total de espectadores, y cine, con un total del 77%. El resto de los contenidos audiovisuales más populares son los informativos y los deportes, con un 41% y 36%, respectivamente (cuadro introducción 2.22). El 77% de los usuarios ve estos contenidos acompañados, el 70% tienen un empleo, el 51% son mujeres y el 41% pertenece al rango de edad situado entre 35 y 54 años.

*Cuadro introducción 2.22*  
*Contenidos consumidos en la TV Conectada (8%)*

Contenido	2023	2024	2025
Series	*	*	84
Series extranjeras	55	60	*
Series nacionales	45	54	*
Cine	72	75	77
Informativos	55	46	41
Deportes	35	50	36
Entretenimiento	16	25	27
Concursos	30	27	21
Culturales	21	19	20
Animación	19	26	19
Realities	17	21	16
Viajes	13	23	12
Videoclips	9	21	11
Magazines	10	9	8

Las plataformas VoD más visionadas en las últimas dos semanas son Netflix, con un 55% del total de los espectadores de CTV, Amazon Prime con un 48% y YouTube con un 42%. Otras plataformas que superan el 20% del total de espectadores son Disney+, Movistar+ y Max/HBO (cuadro introducción 2.23).

**Cuadro introducción 2.23**  
**Plataforma más utilizada en las últimas 2 semanas (%)**

Plataforma	2023	2024	2025
Netflix	57	57	55
Prime	60	55	48
YouTube	69	53	42
Disney+	37	32	25
Moviestar+	22	24	22
Max/HBO	36	26	23
RTVE Play	24	20	19
DAZN	*	18	12

La ola de mayo de 2025 realizada por Barlovento Comunicación para España, respecto al alcance de la CTV refleja que el universo de espectadores únicos suma 35,5 millones (600.000 espectadores más que en 2024), los espectadores únicos diarios ascienden a 16,7 millones (300.000 más que en 2024) y los espectadores únicos diarios exclusivos de CTV son 3,8 millones (300.000 más que en 2024).

Las plataformas líderes en espectadores son Netflix con 17,2 millones, Prime con 16 millones y YouTube con 11,5 millones. De las seis plataformas con más audiencia, solo Disney+ sufre una reducción en el consumo de sus contenidos respecto a 2024 (cuadro introducción 2.24).

**Cuadro introducción 2.24**  
**Alcance de la TV Conectada y Ranking OTTS (Millones)**

Universo	2024	2025	Diferencia
Espectadores únicos totales	34,9	35,5	0,6
Espectadores únicos diarios	16,4	16,7	0,3
Espectadores exclusivos TV Conectada	3,5	3,8	0,3
Espectadores únicos NETFLIX	15,7	17,2	1,5
Espectadores únicos PRIME	15,9	16,0	0,1
Espectadores únicos YOUTUBE	11,0	11,5	0,5
Espectadores únicos MOVISTAR	9,2	9,6	0,4
Espectadores únicos DISNEY+	8,8	8,2	-0,6

Las plataformas líderes en cada uno de sus sistemas de consumo o suscripción figuran en el cuadro introducción 2.25. La primera en BVOD es Movistar+ con el 27,1% del universo de consumo CTV en 2025; Netflix es la primera SVOD con el 48,4% del universo; Pluto TV es la primera AVOD FAST con un 9,2% y YouTube con el 32,4% es la primera AVOD de Video y Música.

**Cuadro introducción 2.25**  
**Espectadores únicos de TV Conectada (%)**

**Broadcaster Video On Demand (BVOD)**

N.	Plataforma	2024	2025
1	Moviestar+	26,3	27,1
2	RTVE play	16,2	22,2
3	Atresplayer	10,5	11,8

**Suscription Video On demand (SVOD)**

N.	Plataforma	2024	2025
1	Netflix	44,9	48,4
2	Prime	45,5	45,2
3	Disney+	25,3	23,3

**Free Ad Supported TV y Ad Supported VoD (AVODF)**

N.	Plataforma	2024	2025
1	Pluto TV	8,3	9,2
2	Loves TV	3,5	4,2
3	Samsung TV	3,9	3,7

**Plataformas de Intercambio de Video y Música**

N.	Plataforma	2024	2025
1	Youtube	31,5	32,4
2	Instagram	7,1	7,5
3	Tik Tok	*	6,6
4	Spotify	5,3	*

Los programas más vistos entre diciembre de 2024 y enero de 2025 son la segunda temporada de la serie coreana *El juego del calamar*, con 8,8 millones de espectadores únicos en enero de 2025 y 6,3 millones en febrero. Por encima de los 7 millones se sitúa la miniserie británica *Adolescencia*, en abril de 2025, y superando los 6 millones la serie española *Aquí no hay quien viva*, en enero de 2025 (Cuadro introducción 2.26)

Otros datos de interés son que Netflix es la plataforma con más éxitos de audiencia en este periodo de tiempo; el único largometraje que supera los 4 millones de espectadores es el estadounidense *El peor vecino del mundo* y otras series españolas que también tuvieron unos resultados significativos son la segunda temporada de *Machos Alfa* con 5,7 millones o *Aquí no hay quien viva* con 6,3 millones de espectadores únicos.

**Cuadro introducción 2.26**  
**Top-3 de audiencia en las OTTS (millones espectadores)**

N.	Título	Género	Plataforma	Audiencia	Mes/Año
1	El juego del calamar 2	Serie	Netflix	8,8	ene-25
2	Adolescencia	Serie	Netflix	7,2	abr-25
3	El juego del calamar 2	Serie	Netflix	6,3	feb-25
4	Aquí no hay quien viva	Serie	Netflix/Prime/AtresP	6,3	ene-25
5	Aquí no hay quien viva	Serie	Netflix/Prime/AtresP	5,8	dic-24
6	Machos Alfa 2	Serie	Netflix	5,7	ene-25
7	Adolescencia	Serie	Netflix	5,6	mar-25
8	Aquí no hay quien viva	Serie	Netflix/Prime/AtresP	5,6	feb-25

9	Adolescencia	Serie	Netflix	5,4	may-25
10	El peor vecino del mundo	Cine	Netflix/Prime	5,4	abr-25
11	Aquí no hay quien viva	Serie	Netflix/Prime/AtresP	5,0	may-25
12	Aquí no hay quien viva	Serie	Netflix/Prime/AtresP	4,9	abr-25
13	Aquí no hay quien viva	Serie	Netflix/Prime/AtresP	4,9	mar-25
14	Machos Alfa 2	Serie	Netflix	4,9	feb-25
15	El juego del calamar 2	Serie	Netflix	4,7	mar-25
16	La que se avecina	Serie	Prime/Mitele/Disney	4,7	dic-24
17	El Jardinero	Serie	Netflix	4,4	may-25
18	El peor vecino del mundo	Cine	Netflix	4,1	dic-24

### ...Y LA PUBLICIDAD

La inversión publicitaria es el motor de la difusión de los contenidos audiovisuales, por ello el *Panorama* deja unas pinceladas en esta nueva edición de cuánto y por dónde se mueve la inversión en el corto plazo. El informe de referencia mundial utilizado es el *Global Ad Spend Outlook* publicado por la consultora especializada WARC.

En el cuarto trimestre de 2024, según este informe, la inversión publicitaria se situó en 1,08 billones de dólares, lo que representa un crecimiento de un 10,7% respecto a las cifras de 2023. Además, la inversión seguirá creciendo en 2025 y 2026, hasta alcanzar una cifra de inversión en este último año de 1,24 billones de dólares.

El desglose de cifras indica que la Televisión siguió atrayendo a los anunciantes y en concreto la lineal pudo aumentar ligeramente sus ingresos gracias a la publicidad política derivada de importantes procesos electorales del año y de dos grandes eventos deportivos: Juegos Olímpicos de París y Eurocopa de Fútbol en Alemania. A pesar de que la televisión lineal ya solo supone el 14% del gasto total, la inversión a través del video publicitario seguirá teniendo valor a través de los nuevos modelos publicitarios de la Televisión Conectada (CTV).

La inversión digital en Internet en 2024 fue la más voluminosa con más de dos tercios del total. Y en este universo dominan las grandes corporaciones Alphabet (Google), Amazon y Meta en particular, las redes sociales Meta, Instagram y TikTok acaparan el 23,5% del mercado publicitario y con previsiones de seguir creciendo. En otros sectores como el Cine crece la inversión en un 6,2% y en los medios de comunicación tradicionales (físicos y digitales) también aumentan los ingresos por publicidad en casi un 4%.

En cuanto a las previsiones futuras, la consultora WARC en el segundo trimestre de 2025 rebaja la inversión publicitaria mundial en 0,5 puntos, con respecto a las previsiones del primer trimestre, situándolas en un crecimiento del 6,2% con respecto a 2024. Esto llevaría la inversión a un total de 1,16 billones de dólares. Las razones de esta corrección podrían deberse a las tensiones comerciales internacionales derivadas de las nuevas políticas arancelarias, lo cual se traduce en una pérdida de confianza empresarial y un ajuste en la planificación de la inversión publicitaria. Tampoco hay que desdeñar la escalada bélica entre países y bloques que también es otro factor añadido a la ya mencionada pérdida de confianza empresarial.

La tendencia publicitaria mundial sigue siendo la misma en 2025 ya que la inversión en Internet supondrá el 70% del total. Google, Amazon y Meta seguirán siendo los grandes receptores de la inversión con casi el 55% del total. Las Redes Sociales experimentarán un crecimiento de un 11% a lo largo del año y la inversión en Televisión seguirá lastrada por la reducción en televisión lineal, pero se compensará con la capacidad de crecimiento de la Televisión Conectada (CTV), puesto que se espera que la inversión en las plataformas VoD crezca un 13% a lo largo de 2025. También el Cine tiene una previsión de crecimiento del 3%, pero puede verse reducido por la pujante presión de los contenidos audiovisuales disponibles en las mencionadas plataformas de *streaming*.

Finalmente, una nueva edición del estudio anual de inversión publicitaria en España publicado por InfoAdex, indica que el mercado publicitario alcanzó en 2024, un volumen de 13.080,8 millones de euros, lo que supone un aumento del 3,8% respecto a los 12.603,3 millones de 2023. El crecimiento de la inversión en los medios controlados fue del 4,2% y en los medios estimados un 3,4%. En términos absolutos, la inversión sumó 6.186,8 millones de euros en los primeros y a 6.894 millones de euros en los segundos.

En 2024, en España, la Televisión es el medio con más volumen de inversión (1.857,1 millones de euros) seguida del Search (977,2 millones). Los medios que más crecen con respecto a 2023 son Otros websites (17,7%), el Cine (13,6%) y las Redes Sociales (8,5%). Por último, hay que destacar que las inversiones en Medios Controlados Digitales suponen el 53,5% del total (cuadro introducción 2.27).

Cuadro introducción 2.27

<i>Inversión real estimada en Medios Controlados (millones de €)</i>				
<b>Medios</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>%24/23</b>
Cine	21,1	20,5	23,2	13,6
Diarios y Dominicales	824,4	778,0	749,1	-3,7
Exterior	350,2	406,7	432,1	6,2
Radio + Audio Digital	572,5	535,4	575,2	7,4
Revistas	190,6	210,7	214,2	1,7
Redes Sociales	727,4	789,3	856,3	8,5
Search	926,5	951,5	977,2	2,7
Otros Websites	343,8	426,9	502,4	17,7
Televisión	1.797,4	1.819,6	1.857,1	2,1
<b>Total</b>	<b>5.753,9</b>	<b>5.938,6</b>	<b>6.186,8</b>	<b>4,2</b>

## PANORAMA DE LA FICCIÓN EN PAÍSES DE IBEROAMÉRICA



## ARGENTINA

Los canales de televisión en abierto incluidos en la muestra de Obitel Argentina 2023 son América 2, El Nueve, Telefe, El Trece, Net TV, Bravo TV y el canal de la Televisión Pública (ver cuadro introducción 2.1). Según datos de Kantar Ibope Media, los canales con más audiencia son Telefe (8,3%) y El Trece (4,8%) y la audiencia conjunta de los seis canales incluidos en el estudio representa el 18,1% y la cuota de pantalla es el 31,6%.

En 2023 el género audiovisual al que más tiempo dedicaron el conjunto de canales argentinos de la muestra fue el de la información (22,4%). La ficción aportó un 18,3% del tiempo de emisión en dicho año y en el periodo 2019-2023 el promedio es del 13,1% (cuadro 2.1).

Cuadro 2.1

Porcentaje de tiempo de emisión de cada género en canales argentinos de televisión en abierto. Periodo 2019-2023

Géneros	2019	2020	2021	2022	2023	Promedio
Ficción	7,2	14,3	10,0	15,5	18,3	13,1
Información	23,4	24,3	24,9	23,4	22,4	23,7
Entretenimiento	16,3	15,1	21,6	18,0	16,0	17,4
Deportes	3,0	2,2	3,0	2,6	1,9	2,5
Otros	50,1	44,1	40,5	40,5	41,4	43,3
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

Los canales argentinos de televisión en 2023 suman 11 títulos de ficción nacional de estreno y 229 horas de programación. Respecto a la distribución de títulos por su origen, aparte de los nacionales, se estrenaron dos títulos colombianos, dos mexicanos y uno brasileño. El tiempo de programación de los títulos argentinos de estreno supone el 34,5%, respecto al total. Por su parte, la ficción colombiana representa el 42,5% y la brasileña el 17,2% (cuadro 2.2).

Cuadro 2.2

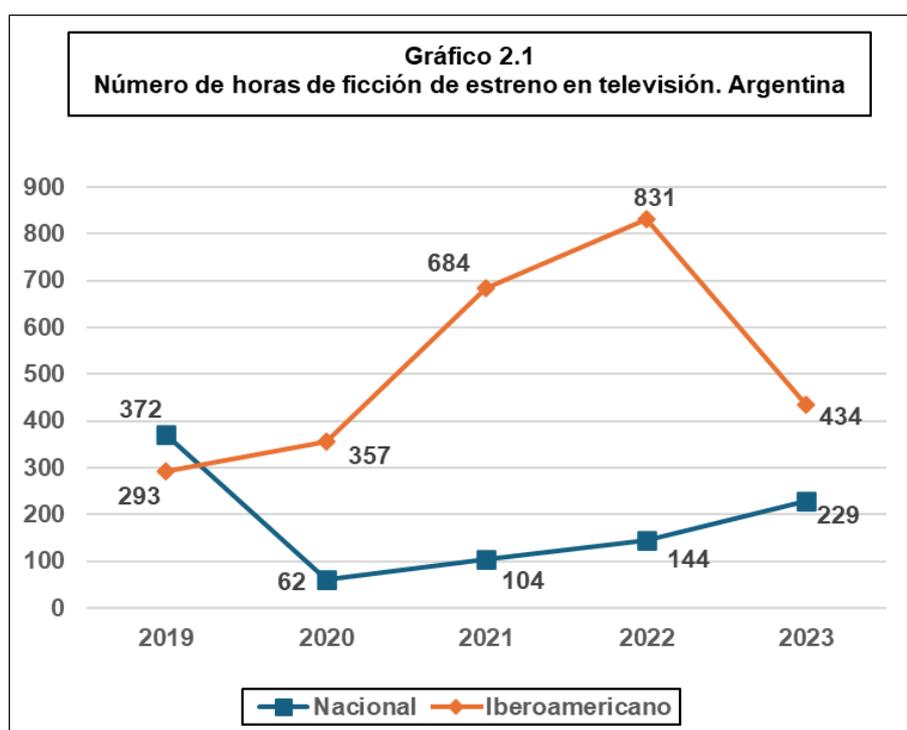
Ficción de estreno por países de origen en TV abierto. Año 2023. Argentina

País	Títulos	Horas
Argentina	11	229
Brasil	1	114
Chile	0	0

Colombia	2	282
Ecuador	0	0
España	1	2
EE.UU.	0	0
México	2	36
Perú	0	0
Portugal	0	0
Uruguay	0	0
Venezuela	0	0
<b>Total</b>	<b>17</b>	<b>663</b>

La evolución del tiempo de difusión de ficción nacional en el quinquenio 2019-2023 muestra un mínimo en 2020 (62 horas) y un máximo en 2019 (372 horas). La ficción iberoamericana de estreno sigue un patrón diferente, con un máximo en 2022 (831 horas) y un mínimo en 2019 (293 horas).

La evolución conjunta pone de manifiesto un máximo de 975 horas, en 2022, y un mínimo de 419 horas en 2020, coincidiendo con la pandemia (gráfico 2.1).



La ficción acumulada de estreno en el periodo 2019-2023 refleja el dominio de la producción nacional, con casi un 60% de los títulos y un 26% de las horas de programación. En cuanto a la ficción iberoamericana, Brasil y Colombia fueron los países que más series estrenaron en los canales argentinos en dicho periodo, con un 11,2% y un 14,6% del total de los títulos programados, respectivamente. En cuanto al tiempo de emisión, Colombia aportó casi el 33% de las horas totales de ficción de estreno y Brasil el 16,8% (cuadro 2.3).

**Cuadro 2.3**  
*Ficción acumulada de estreno por países de origen.  
Periodo 2019-2023. Argentina*

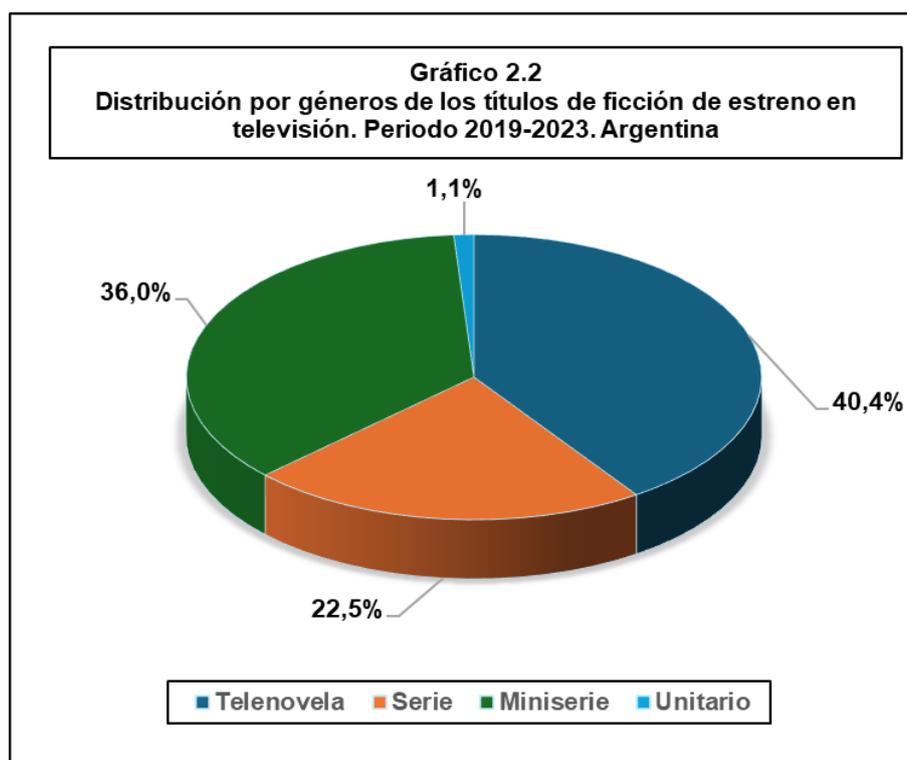
País	Títulos	%	Horas	%
Argentina	53	59,6	911	26,0
Brasil	10	11,2	589	16,8
Chile	0	0,0	0	0,0
Colombia	13	14,6	1.155	32,9
Ecuador	0	0,0	0	0,0
España	2	2,2	4	0,1
EE.UU.	5	5,6	435	12,4
México	6	6,7	416	11,9
Perú	0	0,0	0	0,0
Portugal	0	0,0	0	0,0
Uruguay	0	0,0	0	0,0
Venezuela	0	0,0	0	0,0
<b>Total</b>	<b>89</b>		<b>3.510</b>	

La distribución de los géneros televisivos de los títulos de estreno en 2023 refleja el dominio de las telenovelas (7 títulos y 631 horas). Por su origen, las series se correspondieron con la producción nacional y las telenovelas con la ficción iberoamericana (cuadro 2.4).

**Cuadro 2.4**  
*Distribución de la Ficción de estreno en canales de televisión  
por su origen. Año 2023. Argentina*

Géneros	Nacional		Iberoamericana	
	Títulos	Horas	Títulos	Horas
Telenovela	2	199	5	432
Serie	6	18	0	0
Miniserie	3	12	1	2
Unitario	0	0	0	0
<b>Total</b>	<b>11</b>	<b>229</b>	<b>6</b>	<b>434</b>

En el periodo 2019-2023, la distribución acumulada de los títulos de la ficción de estreno en los canales es la siguiente: 40,4% telenovelas, 36% miniseries y 22,5% series convencionales (gráfico 2.2).



Los canales de televisión representados en el ranking de audiencia son El Trece (7 emisiones), Telefe (2 emisiones) y El Nueve (una emisión). Las producciones argentinas suman siete emisiones en el top-10 y las tres restantes son una brasileña, una colombiana y otra mexicana. Las dos emisiones con más audiencia corresponden a la telenovela brasileña *Pantanal* (9,7%) en Telefe y a la argentina *El encargado temporada 2* (8,4%) en El Trece (cuadro 2.5).

**Cuadro 2.5**  
**Ranking de audiencia de la Ficción. Año 2023. Argentina**

N.	Título	Origen	Canal	Audiencia	Share
1	Pantanal	Brasil	Telefe	9,7	14,5
2	El encargado T2	Argentina	El Trece	8,4	12,4
3	Los Protectores T2	Argentina	El Trece	6,2	10,2
4	Café con aroma de mujer	Colombia	Telefe	5,9	12,4
5	diciembre-01	Argentina	El Trece	5,9	10,5
6	Argentina tierra de amor y venganza	Argentina	El Trece	5,5	10,3
7	Buenos chicos	Argentina	El Trece	5,3	9,2
8	Planners	Argentina	El Trece	5,1	7,5
9	Mi fortuna es amarte	México	El Trece	2,2	5,0
10	Familia de diván	Argentina	El Nueve	1,1	2,1

La distribución por géneros de los títulos de estreno en VoD en el periodo 2019-2023 refleja el dominio del formato de las miniseries y series, con el 100% de los títulos disponibles (cuadro 2.6).

Cuadro 2.6

*Distribución de los títulos de la Ficción nacional de estreno en plataformas VOD por géneros. Argentina*

Género	2019	2020	2021	2022	2023	Total
Telenovela	0	0	0	0	0	0
Serie	9	1	9	0	6	25
Miniserie	5	13	4	14	12	48
Unitario	0	0	0	0	0	0
<b>Total</b>	<b>14</b>	<b>14</b>	<b>13</b>	<b>14</b>	<b>18</b>	<b>73</b>

La distribución de los títulos la ficción nacional de estreno por sistemas de difusión en el periodo 2019-2023 refleja el dominio de El Trece (22 títulos) y la TV Pública (14 títulos) en televisión en abierto y de Netflix (14 títulos) y Cablevision (13 títulos) en VoD (cuadro 2.7).

Cuadro 2.7

*Distribución de los títulos de la ficción nacional de estreno por sistema de difusión. Argentina*

Canal	Sistema	2019	2020	2021	2022	2023	Total
Telefe	Free TV	5	1	3	1	0	10
El Trece	Free TV	7	1	3	5	6	22
El Nueve	Free TV	0	0	2	2	1	5
TVPública	Free TV	5	3	0	3	3	14
NetTV	Free TV	1	0	0	0	0	1
América	Free TV	0	0	0	0	1	1
Netflix	VOD	3	3	1	3	4	14
Prime	VOD	0	1	2	4	2	9
HBO	VOD	1	0	2	1	2	6
Star+	VOD	0	0	1	5	4	10
Movistar+	VOD	0	1	1	0	0	2
Disney+	VOD	0	0	1	1	2	4
Flow	VOD	0	0	5	0	4	9
Cablevision	VOD	7	6	0	0	0	13
Conta.ar	VOD	1	3	0	0	0	4
Cine.ar	VOD	2	0	0	0	0	2
<b>Total</b>		<b>32</b>	<b>19</b>	<b>21</b>	<b>25</b>	<b>29</b>	<b>126</b>

El estudio de la ficción de estreno de Argentina en 2023 se cierra con la relación de títulos difundidos en televisión en abierto y en VoD (cuadro 2.8).

Cuadro 2.8

*Títulos de ficción de estreno 2023. Argentina*

N.	Título	Origen	Género	Canal	Difusión
1	Argentina, tierra de amor y venganza	Argentina	Telenovela	El Trece	TV
2	Buenos chicos	Argentina	Telenovela	El Trece	TV
3	diciembre-01	Argentina	Miniserie	El Trece	TV
4	El Encargado T2	Argentina	Miniserie	El Trece	TV

5	Los Protectores T2	Argentina	Miniserie	El Trece	TV
6	Planners	Argentina	Miniserie	El Trece	TV
7	Familia de diván	Argentina	Miniserie	El Nueve	TV
8	Mélody. La chica del Metro	Argentina	Miniserie	América	TV
9	Las bellas almas de los Verdugos	Argentina	Miniserie	TV Pública	TV
10	Madame Requín	Argentina	Miniserie	TV Pública	TV
11	Los mil días de Allende	Argentina, Chile	Miniserie	TV Pública	TV
12	Café con aroma de mujer	Colombia	Telenovela	Telefe	TV
13	Pantanal	Brasil	Telenovela	Telefe	TV
14	Cuna de Lobos	México	Telenovela	Net TV	TV
15	Raphael	España	Miniserie	Net TV	TV
16	Enfermeras	Colombia	Telenovela	Bravo TV	TV
17	Mi fortuna es amarte	México	Telenovela	El Trece	TV
N.	Título	Origen	Tipo	Plataforma	Difusión
1	Iosi, el espía arrenpetido 2T	Argentina	Serie	Prime	VOD
2	Mélody. La chica del Metro	Argentina	Miniserie	Prime	VOD
3	Barrabrava	Argentina	Miniserie	Prime	VOD
4	Días de Gallo 2T	Argentina	Serie	HBO	VOD
5	El jardín de bronce	Argentina	Serie	HBO	VOD
6	División Palermo	Argentina	Miniserie	Netflix	VOD
7	El Reino 2T	Argentina	Miniserie	Netflix	VOD
8	El amor después del amor	Argentina	Miniserie	Netflix	VOD
9	Familia de diván	Argentina	Miniserie	Flow	VOD
10	Gamer, una vida más	Argentina	Miniserie	Flow	VOD
11	Parte de una religión	Argentina	Miniserie	Flow	VOD
12	Frágiles	Argentina	Miniserie	Flow	VOD
13	Entrelazados 2T	Argentina	Serie	Disney	VOD
14	FreeKs	Argentina	Miniserie	Disney	VOD
15	Ringo. Gloria y muerte	Argentina	Miniserie	Star+	VOD
16	Planners	Argentina	Miniserie	Star+	VOD
17	diciembre-01	Argentina	Miniserie	Star+	VOD
18	Los Protectores 2T	Argentina	Serie	Star+	VOD
19	Te quiero y me duele	México	Miniserie	HBO	VOD
20	C.H.U.E.C.O.	México	Miniserie	Disney	VOD
21	Una Navidad para C.H.U.E.C.O.	México	Miniserie	Disney	VOD



## BRASIL

Los canales de televisión en abierto incluidos en la muestra de Obitel Brasil en 2023 son los privados TV Globo, Record TV, SBT, Band, Rede TV y los públicos TV Brasil y TV Cultura (ver cuadro introducción 2.1). Según datos de Kantar Ibope Media, los canales con más audiencia son Globo (11,3%), Record (3,8%) y SBT (2,8%). La audiencia conjunta de los siete canales incluidos en el estudio representa el 23,8% del total y la cuota de pantalla casi el 70%.

En 2023, el género audiovisual al que más tiempo dedicaron el conjunto de canales brasileños de la muestra fue el de la información (30%). La ficción aportó un 14,4% del tiempo de emisión en dicho año y en el periodo 2019-2023 el promedio es del 12% (cuadro 2.9).

*Cuadro 2.9*

*Porcentaje de tiempo de emisión dedicado a cada género en canales de televisión brasileños*

Géneros	2019	2020	2021	2022	2023	Promedio
Informativo	31,0	32,3	28,9	30,9	30,0	30,6
Ficción	11,8	12,9	12,4	8,6	14,4	12,0
Entretenimiento	23,3	19,7	13,8	14,2	16,4	17,5
Religioso	12,8	14,8	16,5	17,2	17,8	15,8
Deportes	3,6	2,6	3,2	3,2	4,0	3,3
Educativo	3,4	3,3	2,2	1,8	1,5	2,4
Político	0,0	0,1	0,0	0,4	0,0	0,1
Otros	14,1	14,3	23,0	23,7	15,9	18,2
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

Los canales brasileños de televisión en 2023 suman 39 títulos de ficción nacional de estreno y 1.476 horas de programación. Respecto a la distribución de títulos por su origen, aparte de los nacionales, se estrenaron cinco mexicanos, dos portugueses y uno español. El tiempo de programación de los títulos brasileños de estreno supone el 75% y la ficción mexicana el 16,5% (cuadro 2.10).

*Cuadro 2.10*

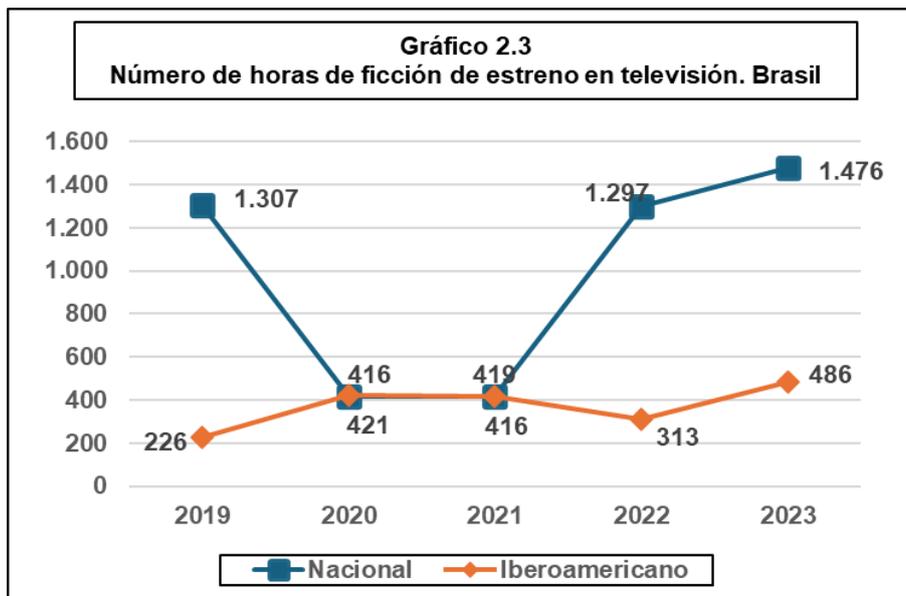
*Ficción de estreno en televisión por países de origen. Año 2023. Brasil*

País	Títulos	Horas
Argentina	0	0
Brasil	39	1.476
Chile	0	0
Colombia	0	0

Ecuador	0	0
España	1	11
EE.UU.	0	0
México	5	325
Perú	0	0
Portugal	2	150
Uruguay	0	0
Venezuela	0	0
<b>Total</b>	<b>47</b>	<b>1.962</b>

La evolución del tiempo de difusión de ficción nacional en el quinquenio 2019-2023 muestra unos mínimos en 2020 (416 horas) y en 2021 (419 horas) y un máximo en 2023 (1.476 horas). La ficción iberoamericana de estreno sigue un patrón parecido, con un máximo en 2023 (486 horas).

La evolución conjunta pone de manifiesto la programación ascendente postpandemia con los máximos de 1.610 horas en 2022 y 1.962 horas en 2023 (gráfico 2.3).



La ficción acumulada de estreno en el periodo 2019-2023 refleja el dominio de la producción nacional con el 83% de los títulos y un 72,5% de las horas de programación. En cuanto a la ficción iberoamericana, México fue el país que situó más series de estreno en la programación de los canales analizados, con más de un 11,4% de los títulos totales y un 18% del tiempo de emisión. A bastante distancia del anterior, la ficción portuguesa tuvo una representación de un 4% de títulos y un 7,3% del total de horas de estreno (cuadro 2.11).

**Cuadro 2.11**  
*Ficción acumulada de estreno en televisión por países de origen. Periodo 2019-2023. Brasil*

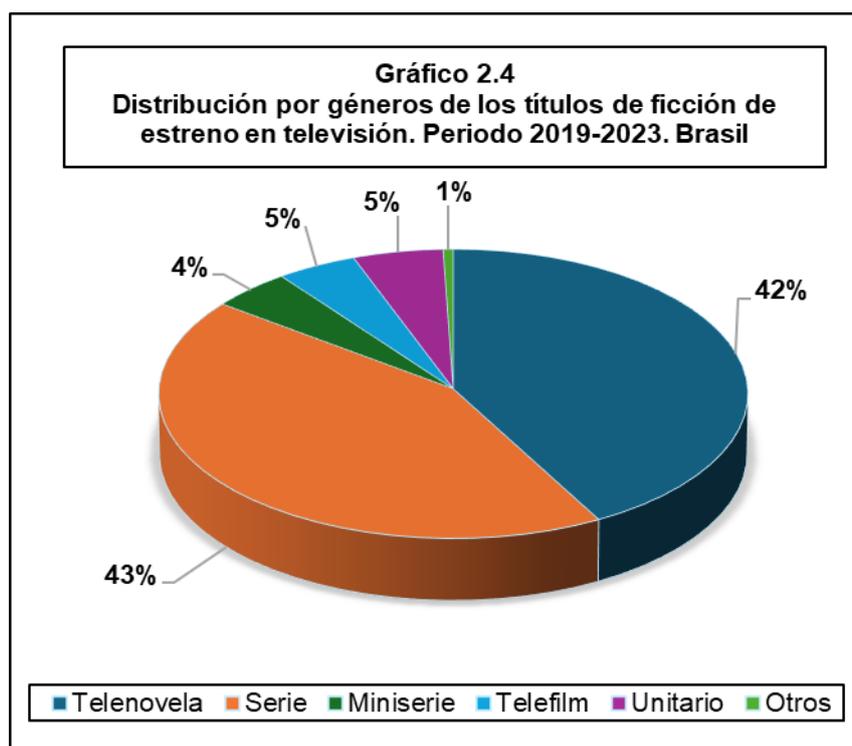
País	Títulos	%	Horas	%
Argentina	0	0,0	0	0,0
Brasil	146	83,0	4.915	72,5
Chile	0	0,0	0	0,0
Colombia	0	0,0	0	0,0
Ecuador	0	0,0	0	0,0
España	1	0,6	11	0,2
EE.UU.	2	1,1	139	2,1
México	20	11,4	1.220	18,0
Perú	0	0,0	0	0,0
Portugal	7	4,0	492	7,3
Uruguay	0	0,0	0	0,0
Venezuela	0	0,0	0	0,0
Otros	0	0,0	0	0,0
<b>Total</b>	<b>176</b>		<b>6.777</b>	

La distribución de los géneros televisivos de los títulos de estreno en 2023 en Brasil refleja el dominio de las telenovelas con 18 títulos y de las series con 17 títulos, aunque en este último caso, con tan solo 250 horas de emisión (cuadro 2.12).

**Cuadro 2.12**  
*Distribución de la Ficción de estreno en televisión por su origen. Año 2023. Brasil*

Géneros	Nacional		Iberoamericana	
	Títulos	Horas	Títulos	Horas
Telenovela	12	1.231	6	468
Serie	15	231	2	18
Miniserie	2	5	0	0
Telefilm	5	5	0	0
Unitario	5	4	0	0
<b>Total</b>	<b>39</b>	<b>1.476</b>	<b>8</b>	<b>486</b>

En el quinquenio 2019-2023, la distribución acumulada de los títulos de la ficción de estreno en los canales de la muestra refleja que, conjuntamente las telenovelas y las series representan el 85% del total de títulos (gráfico 2.4).



El ranking de audiencia de ficción en 2022 refleja la hegemonía de las producciones brasileñas en TV Globo (cuadro 2.13). Las obras más populares en el top-10 son las telenovelas *Terra e Paixao* (26,1%), *Travessia* (24,9%) y *Vai na fé* (23,8%).

*Cuadro 2.13*  
*Ranking de audiencia de la Ficción. Año 2023. Brasil*

N.	Título	País	Cadena	Audiencia	Share
1	Terra e Paixao	Brasil	Globo	26,1	43,6
2	Travessia	Brasil	Globo	24,9	41,6
3	Vai na fé	Brasil	Globo	23,8	39,6
4	Cara e coragem	Brasil	Globo	21,1	36,3
5	Amor perfeito	Brasil	Globo	20,9	37,6
6	Mar do Sertao	Brasil	Globo	20,7	38,5
7	Fuzuê	Brasil	Globo	20,1	35,1
8	O rei do Gado	Brasil	Globo	19,1	38,8
9	Rensga Hits!	Brasil	Globo	18,4	35,2
10	Histaorias quase verdadeiras	Brasil	Globo	17,5	33,3

La distribución por géneros de los títulos brasileños de estreno en VoD, durante el periodo 2019-2023, al contrario que en la televisión en abierto, refleja el dominio del formato de las series con el 65% de los títulos disponibles. Por su parte las telenovelas representan el 22% y las miniseries casi el 9% (cuadro 2.14).

Cuadro 2.14

*Distribución por géneros de los títulos de la Ficción nacional de estreno en plataformas VOD. Brasil*

Género	2019	2020	2021	2022	2023	Total
Telenovela	0	0	16	23	10	49
Serie	20	37	30	23	33	143
Miniserie	3	2	5	3	6	19
Sitcom	0	0	0	0	2	2
Telemovie	0	0	0	0	1	1
Unitario	0	0	0	0	5	5
<b>Total</b>	<b>23</b>	<b>39</b>	<b>51</b>	<b>49</b>	<b>57</b>	<b>219</b>

La distribución por el origen de las producciones de estreno en VoD, en el periodo 2019-2023, refleja un panorama parecido al de la televisión en abierto. La ficción autóctona es la gran dominadora en las plataformas con este servicio, con un total de 219 títulos disponibles en los cinco años analizados, lo cual, supone el 66%. El resto de los títulos de estreno, en su mayoría, lo componen producciones españolas y mexicanas, aglutinando de forma conjunta, el 26% del total. El 8% restante se distribuye entre producciones argentinas, chilenas, colombianas y estadounidenses (cuadro 2.15).

Cuadro 2.15

*Títulos de la Ficción de estreno por países de origen en plataformas VOD. Brasil*

País	2019	2020	2021	2022	2023	Total
Argentina	3	1	5	1	0	10
Brasil	23	39	51	49	57	219
Chile	0	2	0	0	0	2
Colombia	2	1	1	1	0	5
Ecuador	0	0	0	0	0	0
España	7	18	25	1	0	51
EE.UU.	3	1	4	1	0	9
México	12	9	13	2	0	36
Perú	0	0	0	0	0	0
Portugal	0	0	0	0	0	0
Uruguay	0	0	0	0	0	0
Venezuela	0	0	0	0	0	0
Otros	0	0	0	0	0	0
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>71</b>	<b>99</b>	<b>55</b>	<b>57</b>	<b>332</b>

La distribución de los títulos la ficción nacional de estreno por sistemas de difusión refleja el dominio del grupo Globo en ambos sistemas. En concreto, durante el quinquenio 2019-2023 en la televisión en abierto estrenó 100 títulos y en VoD 127. Respecto al resto de grupos destaca TV Cultura en televisión, con 19 títulos, y Netflix y Prime en el VoD con 34 y 23 títulos, respectivamente.

Cuadro 2.16

*Distribución de los títulos de la ficción nacional de estreno por sistema de difusión. Brasil*

Canal	Sistema	2019	2020	2021	2022	2023	Total
Globo	Free TV	26	15	14	13	32	100
TV Cultura	Free TV	9	6	1	1	2	19
Record	Free TV	6	1	2	3	1	13
TV Brasil	Free TV	4	0	0	1	2	7
SBT	Free TV	3	1	0	1	2	7
Globoplay	VOD	11	20	33	34	29	127
Netflix	VOD	8	7	2	8	9	34
Prime	VOD	0	5	12	1	5	23
BoxBrazil	VOD	0	6	2	0	0	8
HBO	VOD	0	1	0	2	3	6
Disney+	VOD	0	0	2	1	4	7
Multishow	VOD	2	0	0	0	0	2
Star+	VOD	0	0	0	2	7	9
Canal Brasil	VOD	1	0	0	0	0	1
Net show	VOD	0	0	0	0	0	0
Paramount+	VOD	0	0	0	1	0	1
History Ch.	VOD	1	0	0	0	0	1
SBT online	VOD	0	0	0	0	0	0
Playplus	VOD	0	0	0	0	0	0
Fox play	VOD	0	0	0	0	0	0
<b>Total</b>		<b>71</b>	<b>62</b>	<b>68</b>	<b>68</b>	<b>96</b>	<b>365</b>

El estudio de la ficción de estreno de Brasil en 2023 finaliza con la relación de títulos difundidos en televisión en abierto y en VoD (cuadro 2.17)

Cuadro 2.17

*Títulos de ficción de estreno 2023. Brasil*

N°	Título	Origen	Género	Canal	Difusión
1	Amor perfeito	Brasil	Telenovela	Globo	TV
2	Aruanas T2	Brasil	Serie	Globo	TV
3	Cara e coragem	Brasil	Telenovela	Globo	TV
4	Cine Holliúdy T3	Brasil	Serie	Globo	TV
5	Cinema do líder: As Five T2	Brasil	Serie	Globo	TV
6	Elas por elas	Brasil	Telenovela	Globo	TV
7	Encantado's	Brasil	Serie	Globo	TV
8	Familia Paraíso T2	Brasil	Serie	Globo	TV
9	Fuzuê	Brasil	Telenovela	Globo	TV
10	Historias impossíveis - Falas da Terra: Pintadas	Brasil	Unitario	Globo	TV
11	Historias impossíveis - Falas da Verra: Acesso	Brasil	Unitario	Globo	TV
12	Historias impossíveis - Falas de Orgulho: Sísmicas	Brasil	Unitario	Globo	TV
13	Historias impossíveis - Falas Femininas: Mancha	Brasil	Unitario	Globo	TV
14	Historias impossíveis - Falas Negras: Levante	Brasil	Unitario	Globo	TV
15	Historias quase verdadeiras	Brasil	Miniserie	Globo	TV

16	Mar do Sertao	Brasil	Telenovela	Globo	TV
17	Marighella	Brasil	Miniserie	Globo	TV
18	No ritmo de Natal	Brasil	Telemovie	Globo	TV
19	Onde está meu coração	Brasil	Serie	Globo	TV
20	Pluft, o Fantasminha	Brasil	Serie	Globo	TV
21	Rensga Hits!	Brasil	Serie	Globo	TV
22	Segunda chamada T2	Brasil	Serie	Globo	TV
23	As aventuras de José e Durval	Brasil	Serie	Globo	TV
24	Baiao de dois	Brasil	Telemovie	Globo	TV
25	Beleza da noite	Brasil	Telemovie	Globo	TV
26	Fim	Brasil	Serie	Globo	TV
27	Fuga de Natal	Brasil	Telemovie	Globo	TV
28	Gurra de Tapioca	Brasil	Telemovie	Globo	TV
29	Terra e Paixao	Brasil	Telenovela	Globo	TV
30	Todas as flores	Brasil	Telenovela	Globo	TV
31	Travessia	Brasil	Telenovela	Globo	TV
32	Vao na fé	Brasil	Telenovela	Globo	TV
33	Reis	Brasil	Telenovela	Record	TV
34	A infância de Romeu e Julieta	Brasil	Telenovela	SBT	TV
35	Poliana Moça	Brasil	Telenovela	SBT	TV
36	DPA: Detetives do Prédio Azul	Brasil	Serie	TV Brasil	TV
37	Seis da Ilha	Brasil	Serie	TV Brasil	TV
38	3 teresas	Brasil	Serie	TV Cultura	TV
39	Morgana & Celeste	Brasil	Serie	TV Cultura	TV
40	Mi fortuna es amarte	México	Telenovela	SBT	TV
41	Tre veces Ana	México	Telenovela	SBT	TV
42	Un refugio para el amor	México	Telenovela	SBT	TV
43	Vencer al desamor	México	Telenovela	SBT	TV
44	Valor da vida	Portugal	Telenovela	Band	TV
45	Mará Magdalena	México	Telenovela	TV Brasil	TV
46	Da Mood	Portugal	Serie	TV Cultura	TV
47	<b>Merlí</b>	<b>España</b>	<b>Serie</b>	<b>TV Cultura</b>	<b>TV</b>

Nº	Título	Origen	Tipo	Plataforma	Difusión
1	A vida pela frente	Brasil	Serie	Globoplay	VOD
2	Acampento de magia para Jovens Buxos	Brasil	Serie	Globoplay	VOD
3	As aventuras de José e Durval	Brasil	Serie	Globoplay	VOD
4	As Five	Brasil	Serie	Globoplay	VOD
5	Betinho - No fio da Navalha	Brasil	Serie	Globoplay	VOD
6	Fim	Brasil	Serie	Globoplay	VOD
7	Os Outros	Brasil	Serie	Globoplay	VOD
8	Rio Connection	Brasil	Miniserie	Globoplay	VOD
9	Todas as flores	Brasil	Telenovela	Globoplay	VOD
10	Vicky e a Musa	Brasil	Serie	Globoplay	VOD
11	Amor perfeito	Brasil	Telenovela	Globoplay	VOD
12	Cara e coragem	Brasil	Telenovela	Globoplay	VOD
13	Cine Holliúdy T3	Brasil	Serie	Globoplay	VOD
14	Elas por elas	Brasil	Telenovela	Globoplay	VOD
15	Familia Paraíso T2	Brasil	Serie	Globoplay	VOD
16	Fuzuê	Brasil	Telenovela	Globoplay	VOD

17	Historias impossíveis - Falas da Terra: Pintadas	Brasil	Unitario	Globoplay	VOD
18	Historias impossíveis - Falas da Verra: Acesso	Brasil	Unitario	Globoplay	VOD
19	Historias impossíveis - Falas de Orgulho: Sísmicas	Brasil	Unitario	Globoplay	VOD
20	Historias impossíveis - Falas Femininas: Mancha	Brasil	Unitario	Globoplay	VOD
21	Historias impossíveis - Falas Negras: Levante	Brasil	Unitario	Globoplay	VOD
22	Historias quase verdadeiras	Brasil	Miniserie	Globoplay	VOD
23	Mar do Sertao	Brasil	Telenovela	Globoplay	VOD
24	No ritmo de Natal	Brasil	Telemovie	Globoplay	VOD
25	Pluft, o Fantasminha	Brasil	Serie	Globoplay	VOD
26	Terra e Paixao	Brasil	Telenovela	Globoplay	VOD
27	Travessia	Brasil	Telenovela	Globoplay	VOD
28	Vai na Fé	Brasil	Telenovela	Globoplay	VOD
29	Codex 632	Brasil	Miniserie	Globoplay	VOD
30	A que te pariu	Brasil	Sitcom	Netflix	VOD
31	B.O.	Brasil	Sitcom	Netflix	VOD
32	Cidade Invisível	Brasil	Serie	Netflix	VOD
33	Da volta aos 15	Brasil	Serie	Netflix	VOD
34	DNA do crime	Brasil	Serie	Netflix	VOD
35	Olhar indiscreto	Brasil	Miniserie	Netflix	VOD
36	Sem filtro	Brasil	Serie	Netflix	VOD
37	Sontonia	Brasil	Serie	Netflix	VOD
38	Todo dia a mesma noite	Brasil	Miniserie	Netflix	VOD
39	A historia é Delas	Brasil	Serie	Star+	VOD
40	Compro likes	Brasil	Serie	Star+	VOD
41	Dois tempos	Brasil	Serie	Star+	VOD
42	Impuros	Brasil	Serie	Star+	VOD
43	O rei da TV	Brasil	Serie	Star+	VOD
44	Santo maldito	Brasil	Serie	Star+	VOD
45	Últimas férias	Brasil	Serie	Star+	VOD
46	A infancia de Romeu e Julieta	Brasil	Telenovela	Prime	VOD
47	Amar e para os fortes	Brasil	Serie	Prime	VOD
48	Cangaço Novo	Brasil	Serie	Prime	VOD
49	Novela	Brasil	Serie	Prime	VOD
50	O negociador	Brasil	Serie	Prime	VOD
51	A magia de Aruna	Brasil	Serie	Disney+	VOD
52	Mila no Multiverso	Brasil	Serie	Disney+	VOD
53	Tá tudo certo	Brasil	Miniserie	Disney+	VOD
54	Tudo igual... SQN	Brasil	Serie	Disney+	VOD
55	Além do guarda-roupa	Brasil	Serie	HBO	VOD
56	B.A.: O futuro está morto	Brasil	Serie	HBO	VOD
57	Use sua voz	Brasil	Serie	HBO	VOD



## CHILE

Los canales de televisión en abierto incluidos en la muestra Chile son los privados Canal 13, Telecanal, La Red, Chilevisión, Mega, TV+ y el canal público TVN (ver cuadro introducción 2.1). Según datos de Kantar Ibope Media, los canales con más audiencia son Mega (5,9%) y Chilevisión (5,7%). La audiencia conjunta de los siete canales incluidos en el estudio representa el 19,4% del total y el 73% de la cuota de pantalla.

En 2023, los géneros audiovisuales a los que más tiempo dedicaron el conjunto de canales de la muestra fueron los informativos (31,9%) y los programas de entretenimiento (22%). La ficción aportó un 20,6% del tiempo total de emisión en 2023 y un 25,2% en el periodo 2020-2023 (cuadro 2.18).

**Cuadro 2.18**  
*Porcentaje de tiempo de emisión dedicado a cada género en televisión.  
Periodo 2020-2023. Chile*

Géneros	2020	2021	2022	2023	Promedio
Ficción	38,8	18,2	23,0	20,6	25,2
Informativo	31,3	31,1	38,9	31,9	33,3
Entretenimiento	8,8	22,1	15,3	22,0	17,1
Servicio	6,2	16,7	16,9	14,5	13,6
Deportes	0,5	1,4	2,7	3,6	2,1
Otros	14,4	10,5	3,2	7,4	8,9
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

Los canales chilenos de televisión en 2023 suman 11 títulos de ficción nacional de estreno y 497 horas de programación. Aparte de los nacionales, se estrenaron otros seis títulos brasileños y dos estadounidenses. El tiempo de programación de los títulos chilenos representa el 51% y el de los brasileños el 45,5% (cuadro 2.19).

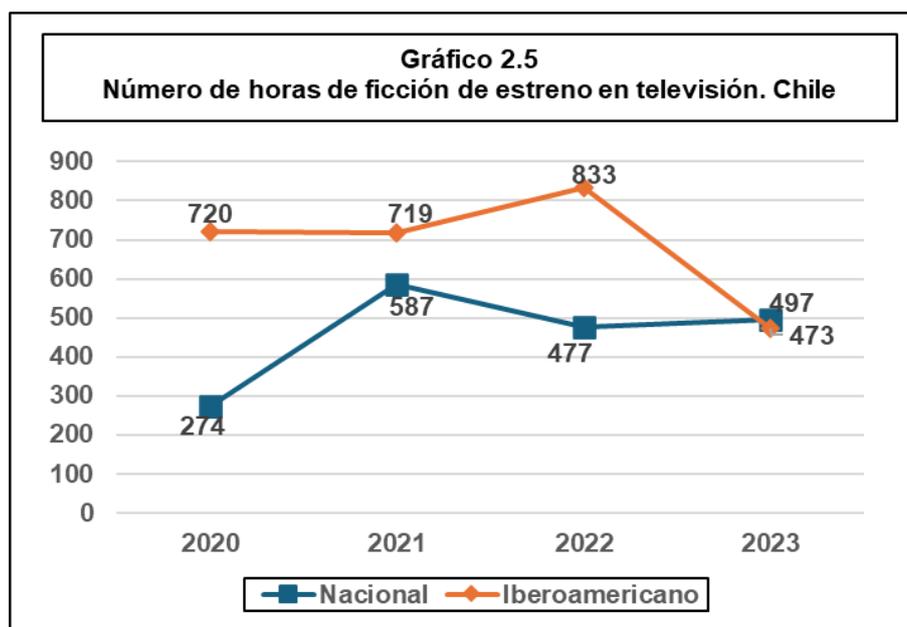
**Cuadro 2.19**  
*Ficción de estreno en televisión por  
países de origen. Año 2023. Chile*

País	Títulos	Horas
Argentina	0	0
Brasil	6	442
Chile	11	497
Colombia	0	0
Ecuador	0	0

España	0	0
EE.UU.	2	31
México	0	0
Perú	0	0
Portugal	0	0
Uruguay	0	0
Venezuela	0	0
Otros	0	0
<b>Total</b>	<b>19</b>	<b>970</b>

La evolución del tiempo de difusión de ficción nacional en el quinquenio 2020-2023 muestra un mínimo en 2020 (274 horas) y un máximo en 2021 (587 horas). La ficción iberoamericana de estreno sigue un patrón parecido, con un máximo en 2022 (833 horas).

La evolución conjunta pone de manifiesto la programación ascendente postpandemia con los máximos de más de 1.300 horas de 2021 y 2022 (gráfico 2.5).



La ficción acumulada de estreno en el periodo 2020-2023 refleja el dominio de la producción nacional, con un 48,4% de los títulos y un 40,1% de las horas de programación. En cuanto a la ficción iberoamericana, México y Brasil fueron los países que más ficción posicionaron en los canales chilenos en dicho periodo, con un 15,1% y un 22,6% del total de títulos, respectivamente. En cuanto al tiempo de emisión, el porcentaje de Brasil supera el 31% y el de México el 25% (cuadro 2.20).

**Cuadro 2.20**  
*Ficción acumulada de estreno en televisión por países de origen. Periodo 2020-2023. Chile*

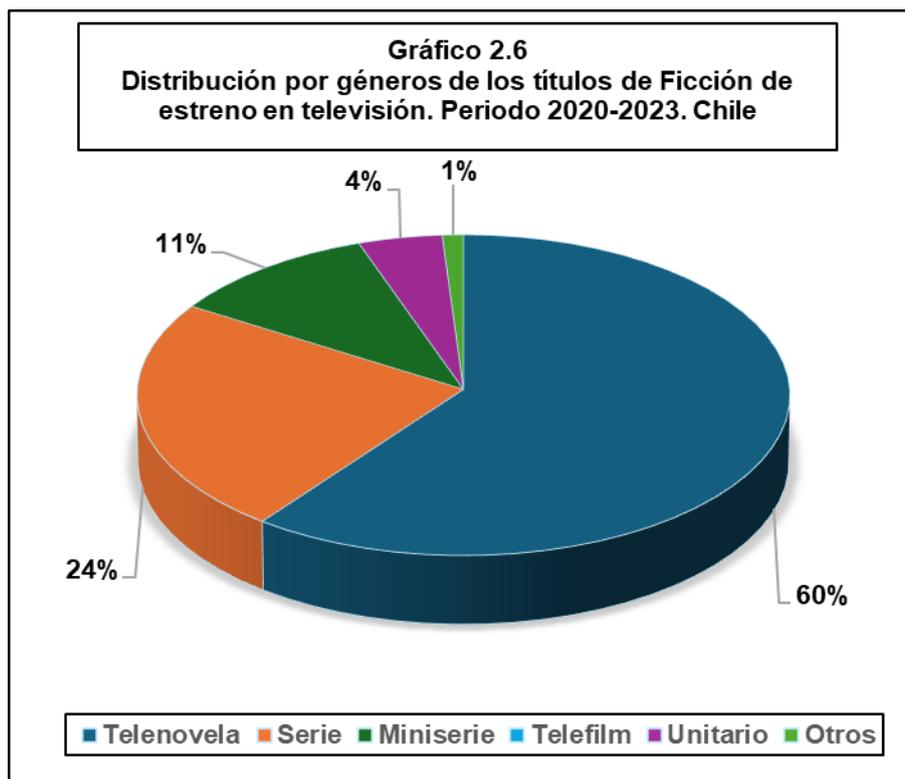
País	Títulos	%	Horas	%
Argentina	3	3,2	13	0,3
Brasil	21	22,6	1.445	31,6
Chile	45	48,4	1.835	40,1
Colombia	2	2,2	75	1,6
Ecuador	0	0,0	0	0,0
España	4	4,3	8	0,2
EE.UU.	4	4,3	39	0,9
México	14	15,1	1.165	25,4
Perú	0	0,0	0	0,0
Portugal	0	0,0	0	0,0
Uruguay	0	0,0	0	0,0
Venezuela	0	0,0	0	0,0
Otros	0	0,0	0	0,0
<b>Total</b>	<b>93</b>		<b>4.580</b>	

La distribución de los géneros televisivos de los títulos de estreno en 2023 en los canales chilenos de televisión en abierto refleja el dominio de las telenovelas con 13 títulos y 942 horas de programación (cuadro 2.21).

**Cuadro 2.21**  
*Distribución de la Ficción de estreno en televisión por su origen y género. Año 2023. Chile*

Géneros	Nacional		Iberoamericana	
	Títulos	Horas	Títulos	Horas
Telenovela	6	471	7	471
Serie	1	11	1	2
Miniserie	3	12	0	0
Unitario	1	3	0	0
<b>Total</b>	<b>11</b>	<b>497</b>	<b>8</b>	<b>473</b>

En el periodo 2020-2023, la distribución acumulada de los títulos de la ficción de estreno en los canales es la siguiente: 60% telenovelas, 24% series convencionales y 11% miniseries (gráfico 2.6).



Mega es el canal chileno de televisión en abierto más representado en el ranking de audiencia con un total de seis emisiones (cuadro 2.22). Las series con más audiencia son las telenovelas chilenas *La ley de Baltazar* (17,2%) y *Como la vida misma* (15%). El top-10 incluye una emisión de una serie mexicana (*Gloria Trevi*) y otra de una producción brasileña (*Huérfanos de su tierra*).

*Cuadro 2.22*  
*Ranking de audiencia de la Ficción. Año 2023. Chile*

N.	Título	País	Canal	Audiencia	Share
1	La Ley de Baltazar	Chile	Mega	17,2	28,5
2	Como la vida misma	Chile	Mega	15,0	22,6
3	Generación 98	Chile	Mega	14,7	23,0
4	Hijos del desierto	Chile	Mega	12,7	21,1
5	Juego de ilusiones	Chile	Mega	12,5	26,1
6	Gloria Trevi	México	Canal 13	8,4	19,2
7	Alma negra	Chile	TVN	6,3	11,5
8	Cecilia la incomparable	Chile	TVN	5,8	9,6
9	Huérfanos de su tierra	Brasil	Mega	5,5	13,2
10	Los mil días de Allende	Chile	TVN	5,1	8,5

La distribución por géneros de los títulos de estreno de ficción nacional en VoD en el periodo 2020-2023 en Chile refleja el dominio del formato de las series convencionales y las telenovelas con 12 y 8 títulos (cuadro 2.23).

Cuadro 2.23

*Distribución de los títulos de la Ficción nacional de estreno en plataformas VOD por géneros. Chile*

Género	2020	2021	2022	2023	Total
Telenovela	0	1	1	6	8
Serie	4	1	3	4	12
Miniserie	0	1	1	0	2
<b>Total</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>5</b>	<b>10</b>	<b>22</b>

La distribución de los títulos la ficción nacional de estreno por sistemas de difusión, en el mismo periodo, refleja el dominio de Mega en televisión en abierto con 24 títulos y Prime en el VoD con 9 títulos (cuadro 2.24).

Cuadro 2.24

*Distribución de los títulos de la ficción nacional de estreno por sistema de difusión. Chile*

Canal	Sistema	2020	2021	2022	2023	Total
Canal 13	Free TV	3	2	2	0	7
CHV	Free TV	2	1	0	1	4
Mega	Free TV	5	8	6	5	24
TVN	Free TV	2	2	1	5	10
Prime	VOD	4	1	3	1	9
HBO	VOD	0	2	0	0	2
Netflix	VOD	0	0	2	0	2
Youtube	VOD	0	0	0	0	0
Mega Go	VOD	0	0	0	5	5
Paramount+	VOD	0	0	0	1	1
TVN Play	VOD	0	0	0	2	2
RTVE Play	VOD	0	0	0	1	1
<b>Total</b>		<b>16</b>	<b>16</b>	<b>14</b>	<b>21</b>	<b>67</b>

El estudio de la ficción de estreno de Chile en 2022 finaliza con la relación de títulos difundidos en televisión en abierto y en VoD (cuadro 2.25).

Cuadro 2.25

*Títulos de ficción de estreno 2023. Chile*

N.	Título	Origen	Género	Canal	Difusión
1	Dime con quien andas	Chile	Telenovela	CHV	TV
2	Como la vida misma	Chile	Telenovela	Mega	TV
3	Generación 98	Chile	Telenovela	Mega	TV
4	Hijos del desierto	Chile	Telenovela	Mega	TV
5	Juego de ilusiones	Chile	Telenovela	Mega	TV
6	La ley de Baltazar	Chile	Telenovela	Mega	TV
7	Alma negra	Chile	Serie	TVN	TV
8	Cecilia la incomparable	Chile	Miniserie	TVN	TV
9	La sangre del Camaleón	Chile	Miniserie	TVN	TV

10	La vida de nosotras	Chile	Unitario	TVN	TV
11	Los mil días de Allende	Chile	Miniserie	TVN	TV
12	Gloria Trevi	EE.UU.	Serie	Canal 13	TV
13	Pantanal	Brasil	Telenovela	CHV	TV
14	Corazón de madre	Brasil	Telenovela	Mega	TV
15	Corran por sus vidas	Brasil	Telenovela	Mega	TV
16	Éramos seis	Brasil	Telenovela	Mega	TV
17	Huérfanos de su Tierra	Brasil	Telenovela	Mega	TV
18	Sol naciente	Brasil	Telenovela	Mega	TV
19	Café con aroma de mujer	EE.UU.	Telenovela	TVN	TV
N.	Título	Origen	Género	Canal	Difusión
1	La ley de Baltazar	Chile	Telenovela	Mega Go	VOD
2	Como la vida misma	Chile	Telenovela	Mega Go	VOD
3	Generación 98	Chile	Telenovela	Mega Go	VOD
4	Hijos del desierto	Chile	Telenovela	Mega Go	VOD
5	Juego de ilusiones	Chile	Telenovela	Mega Go	VOD
6	Dime con quien andas	Chile	Telenovela	Paramount+	VOD
7	Bravura plateada	Chile	Miniserie	Prime	VOD
8	La sangre del Camaleón	Chile	Miniserie	TVN Play	VOD
9	Alma negra	Chile	Miniserie	TVN Play	VOD
10	Los mil días de Allende	Chile	Miniserie	RTVE Play	VOD



## 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). Según los datos de Obitel Colombia, los canales con más audiencia son Caracol (16,2%) y RCN (14,3%) y la audiencia conjunta de los cinco canales del análisis representa el 37,2% del total y la cuota de pantalla el 74,3%.

En 2023, el género al que más tiempo dedican el conjunto de canales colombianos de la muestra es la ficción (29,3%). En el quinquenio 2019-2023, los informativos aportaron un promedio del 28,7% y la ficción del 28,4% (cuadro 2.26).

**Cuadro 2.26**  
*Porcentaje de tiempo de emisión dedicado a cada género en canales televisión colombianos. Periodo 2019-2023. Colombia*

Géneros	2019	2020	2021	2022	2023	Promedio
Ficción	33,9	32,8	24,1	22,0	29,3	28,4
Información	26,9	32,2	29,6	31,0	23,9	28,7
Entretenimiento	13,4	15,9	19,0	19,4	21,7	17,9
Deportes	13,8	8,2	19,8	20,5	18,9	16,2
Otros	12,0	10,9	7,5	7,1	6,2	8,7
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

Los canales colombianos de televisión en 2023 suman 7 títulos de ficción nacional de estreno y 358 horas de programación. Respecto a la distribución de títulos por su origen, aparte de los nacionales, solo se estrenan tres títulos mexicanos que acumularon 153 horas de programación y un título estadounidense con un tiempo en la parrilla de 53 horas (cuadro 2.27).

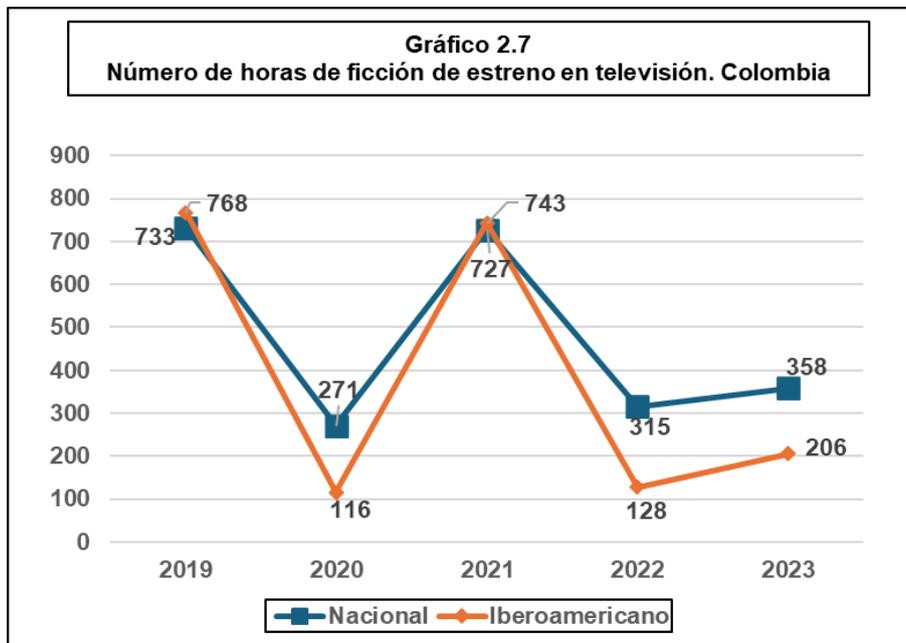
**Cuadro 2.27**  
*Ficción de estreno en televisión por países de origen. Año 2023. Colombia*

País	Títulos	Horas
Argentina	0	0
Brasil	0	0
Chile	0	0
Colombia	7	358
Ecuador	0	0
España	0	0

EE.UU.	1	53
México	3	153
Perú	0	0
Portugal	0	0
Uruguay	0	0
Venezuela	0	0
Otros	0	0
<b>Total</b>	<b>11</b>	<b>564</b>

La evolución del tiempo de difusión de ficción nacional en el quinquenio 2019-2023 muestra un mínimo en 2020 (271 horas) y dos máximos en 2019 (733 horas) y 2021 (727 horas). La ficción iberoamericana de estreno sigue un patrón parecido, con un mínimo en 2020 (116 horas) y un máximo en 2019 (768 horas).

La evolución conjunta replica la tendencia indicada anteriormente con los máximos en 2019 y 2021 de 1.501 horas y 1.470, respectivamente y el mínimo de 2020 con 387 horas (gráfico 2.7).



La ficción acumulada de estreno en el periodo 2019-2023 refleja el dominio de la producción colombiana, con más de un 55% de los títulos y de las horas de programación. En cuanto a la ficción iberoamericana, México es el país dominador con porcentajes superiores al 30% de los títulos y tiempo de emisión (cuadro 2.28).

**Cuadro 2.28**  
**Ficción acumulada de estreno en televisión por países de origen. Periodo 2019-2023. Colombia**

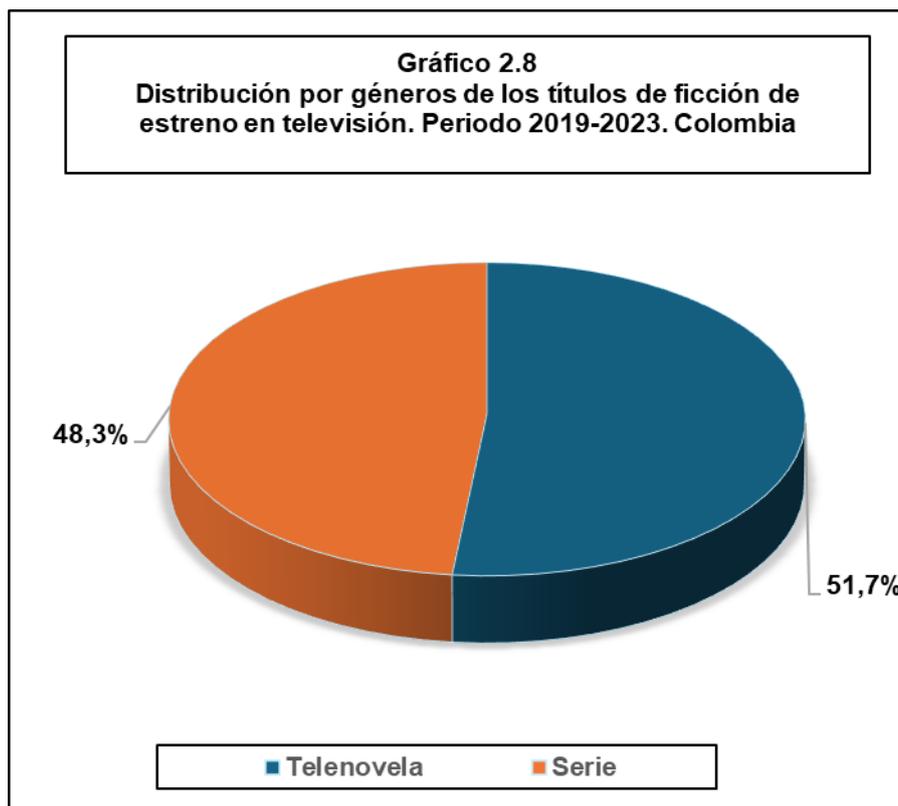
País	Títulos	%	Horas	%
Argentina	1	1,1	68	1,6
Brasil	3	3,4	153	3,5
Chile	0	0,0	0	0,0
Colombia	49	55,1	2.404	55,1
Ecuador	0	0,0	0	0,0
España	2	2,2	15	0,3
EE.UU.	6	6,7	315	7,2
México	28	31,5	1.410	32,3
Perú	0	0,0	0	0,0
Portugal	0	0,0	0	0,0
Uruguay	0	0,0	0	0,0
Venezuela	0	0,0	0	0,0
Otros	0	0,0	0	0,0
<b>Total</b>	<b>89</b>		<b>4.365</b>	

La distribución de los géneros televisivos de los títulos de estreno en 2023 refleja un equilibrio entre las series (7 títulos y 316 horas) y telenovelas (4 títulos y 248 horas). Por su origen, las series son mayoritarias para la producción nacional (cuadro 2.29).

**Cuadro 2.29**  
**Distribución de la Ficción en televisión por su origen. Año 2023. Colombia**

Géneros	Nacional		Iberoamericana	
	Títulos	Horas	Títulos	Horas
Telenovela	2	140	2	108
Serie	5	218	2	98
<b>Total</b>	<b>7</b>	<b>358</b>	<b>4</b>	<b>206</b>

En el periodo 2019-2023, la distribución acumulada de los títulos de la ficción de estreno en los canales es la siguiente: 51,7% telenovelas y 48,3% series (gráfico 2.8).



Los canales de televisión representados en el ranking de audiencia son Caracol (6 emisiones) y RCN (4 emisiones). Las producciones colombianas suman siete emisiones en el top-10 y las tres restantes son dos mexicanas y una estadounidense. Las dos emisiones con más audiencia corresponden a la telenovela colombiana *Ana de Nadie* en RCN y a la estadounidense *Pasión de Gavilanes 2* en Caracol, ambas superando el 9% de audiencia (cuadro 2.30).

Cuadro 2.30

Ranking de audiencia de la Ficción. Año 2023. Colombia

N.	Título	País	Canal	Audiencia	Share
1	Ana de Nadie	Colombia	RCN	9,4	22,3
2	Pasión de Gavilanes 2	EE.UU.	Caracol	9,2	21,3
3	Rigo	Colombia	RCN	8,6	18,5
4	Romina poderosa	Colombia	Caracol	7,9	15,4
5	Leandro Díaz	Colombia	RCN	7,0	12,6
6	Tía Alison	Colombia	RCN	6,4	12,5
7	Ventino	Colombia	Caracol	4,9	8,6
8	Cabo	México	Caracol	4,4	8,5
9	Los Medallistas	Colombia	Caracol	4,1	8,4
10	El amor invencible	México	Caracol	4,0	8,2

La distribución por géneros de los títulos de estreno de ficción nacional en VoD en el periodo 2019-2023, refleja el abrumador dominio del formato de las series con el 85% de los títulos disponibles totales (cuadro 2.31).

Cuadro 2.31

*Distribución por géneros de los títulos de la Ficción nacional de estreno en plataformas VOD. Colombia*

Género	2019	2020	2021	2022	2023	Total
Telenovela	0	0	0	0	3	3
Serie	9	5	2	9	9	34
Miniserie	0	0	0	1	0	1
Telefilm	0	2	0	0	0	2
<b>Total</b>	<b>9</b>	<b>7</b>	<b>2</b>	<b>10</b>	<b>12</b>	<b>40</b>

La distribución de los títulos de la ficción nacional de estreno por sistemas de difusión, en el periodo de estudio, refleja el dominio de RCN (25 títulos) y Caracol (20 títulos) en televisión en abierto y el de Netflix (18 títulos) en el VoD (cuadro 2.32).

Cuadro 2.32

*Distribución por sistema de difusión de los títulos de la ficción nacional de estreno. Colombia*

Canal	Sistema	2019	2020	2021	2022	2023	Total
Caracol	Free TV	8	4	2	3	3	20
RCN	Free TV	9	3	5	4	4	25
Canal 1	Free TV	0	1	3	0	0	4
Netflix	VOD	4	5	0	4	5	18
Caracol Play	VOD	4	2	1	0	0	7
Prime	VOD	0	0	0	4	4	8
RTVC Play	VOD	0	0	0	2	1	3
Claro	VOD	1	0	0	0	0	1
HBO	VOD	0	0	1	0	0	1
VIX	VOD	0	0	0	0	1	1
Disney	VOD	0	0	0	0	1	1
<b>Total</b>		<b>26</b>	<b>15</b>	<b>12</b>	<b>17</b>	<b>19</b>	<b>89</b>

El estudio de la ficción de estreno de Colombia en 2022 finaliza con la relación de títulos difundidos en televisión en abierto y en VoD (cuadro 2.33).

Cuadro 2.33

*Títulos de Ficción de estreno 2023. Colombia*

N.	Título	Origen	Género	Canal	Difusión
1	Romina Poderosa	Colombia	Serie	Caracol	TV
2	Ventino	Colombia	Serie	Caracol	TV
3	Los Medallistas	Colombia	Serie	Caracol	TV
4	Leandro Díaz	Colombia	Serie	RCN	TV
5	Ana de Nadie	Colombia	Telenovela	RCN	TV
6	Rigo	Colombia	Serie	RCN	TV
7	Tía Alison	Colombia	Telenovela	RCN	TV
8	Pasión de Gavilanes 2	EE.UU.	Serie	Caracol	TV
9	El amor invencible	México	Telenovela	Caracol	TV

10	La Madrastra	México	Serie	Caracol	TV
11	Cabo	México	Telenovela	Caracol	TV
N.	Título	Origen	Género	Plataforma	Difusión
1	Romina Poderosa	Colombia	Serie	Netflix	VOD
2	Pálpito T2	Colombia	Serie	Netflix	VOD
3	La primera vez	Colombia	Serie	Netflix	VOD
4	La Influencer	Colombia	Serie	Netflix	VOD
5	Ventino	Colombia	Serie	Netflix	VOD
6	Rigo	Colombia	Serie	Prime	VOD
7	Los Billis	Colombia	Serie	Prime	VOD
8	Manes	Colombia	Serie	Prime	VOD
9	Tía Alison	Colombia	Telenovela	Prime	VOD
10	Ana de Nadie	Colombia	Telenovela	VIX	VOD
11	El club de los Graves	Colombia	Telenovela	Disney+	VOD
12	Las gestas del tiempo T3	Colombia	Serie	RTVC Play	VOD



## ESPAÑA

Los canales de televisión en abierto incluidos en la muestra de Obitel España en 2023 son los privados Antena 3, Telecinco, Cuatro, La Sexta, Divinity y Nova y los públicos La1 y La2 (ver cuadro introducción 2.1). Según datos de KantarMedia, los canales con más cuota de pantalla son Antena 3 (13,3%), Telecinco (10,4%) y La1 (9,7%). La cuota conjunta de los canales incluidos en el estudio supera el 50% del total.

En 2023, el género audiovisual al que más tiempo dedicaron el conjunto de canales españoles de la muestra fue el de la ficción (41%). El promedio aportado por la ficción en el periodo 2019-2023 es de un 41,7%, seguido de los programas de entretenimiento con casi un 16% (cuadro 2.34).

*Cuadro 2.34*

*Porcentaje de tiempo de emisión de cada género en canales de televisión españoles. Periodo 2019-2023*

Géneros	2019	2020	2021	2022	2023	Promedio
Cultural	13,4	13,7	13,9	14,0	14,0	13,8
Informativos	9,1	9,8	10,4	10,0	10,0	9,9
Entretenimiento	17,2	17,8	17,3	17,0	10,0	15,9
Concurso	2,1	2,1	2,2	2,0	2,0	2,1
Deporte	11,6	10,8	11,7	13,0	13,0	12,0
Musical	3,0	2,7	2,1	2,0	2,0	2,4
Ficción	42,7	42,3	41,5	41,0	41,0	41,7
Otros	0,9	0,8	0,9	1,0	8,0	2,3
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

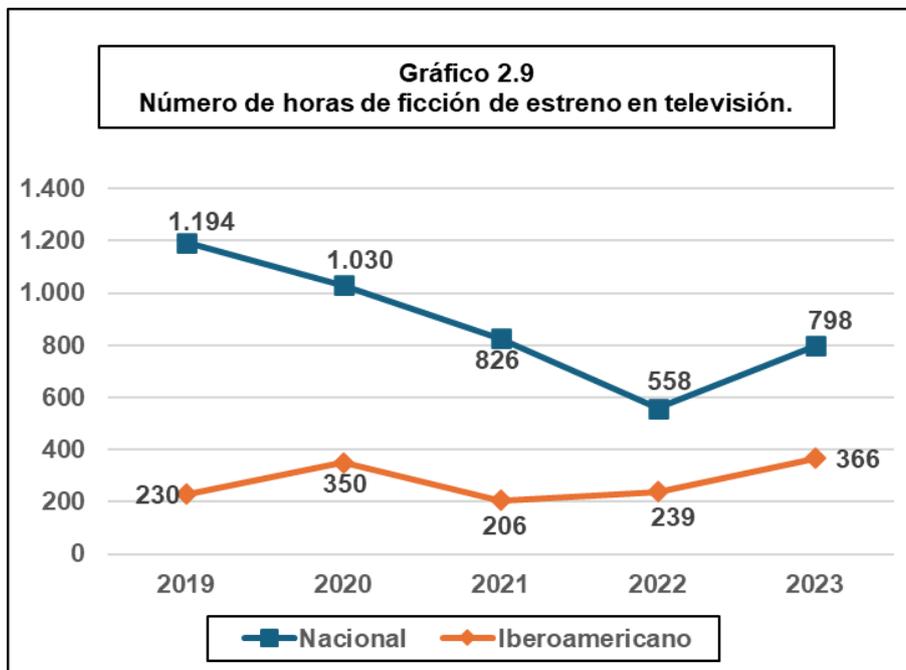
Los canales españoles de televisión en 2023 suman 16 títulos de ficción nacional de estreno y 798 horas de programación. Respecto a los títulos iberoamericanos de estreno, se anotan cuatro títulos mexicanos, uno colombiano y uno estadounidense. El tiempo de programación de los títulos españoles de estreno supone el 68,5% respecto al total y los mexicanos el 23% (cuadro 2.35).

**Cuadro 2.35**  
*Ficción de estreno en televisión por países de origen. Año 2023. España*

País	Títulos	Horas
Argentina	0	0
Brasil	0	0
Chile	0	0
Colombia	1	43
Ecuador	0	0
España	16	798
EE.UU.	1	55
México	4	268
Perú	0	0
Portugal	0	0
Uruguay	0	0
Venezuela	0	0
Otros	0	0
<b>Total</b>	<b>22</b>	<b>1.164</b>

La evolución del tiempo de difusión de ficción nacional en el quinquenio 2019-2023 muestra una tendencia descendente desde 2019 (1.194 horas), hasta el mínimo de 2022 (558 horas) y un repunte en 2023 (798 horas). La ficción iberoamericana de estreno sigue un patrón más estable, con un máximo en 2023 (366 horas) y un mínimo en 2021 (206 horas).

La evolución conjunta pone de manifiesto un mínimo de 797 horas en 2022 y unos máximos en 2019 y 2020 de 1.424 horas y 1.380, respectivamente (gráfico 2.9).



La ficción acumulada de estreno en el periodo 2019-2023 refleja el dominio de la producción nacional, con un 73,1% de los títulos y un 76% de las horas de programación. En cuanto a la ficción iberoamericana, las producciones originarias de México fueron las más habituales con el 17,3% de los títulos y el 14,2% del tiempo de emisión. El resto de los países que incluyeron obras de estreno en el quinquenio analizado son Argentina, Brasil, Colombia y Estados Unidos (cuadro 2.36).

**Cuadro 2.36**  
*Ficción acumulada de estreno en televisión por países de origen. Periodo 2019-2023. España*

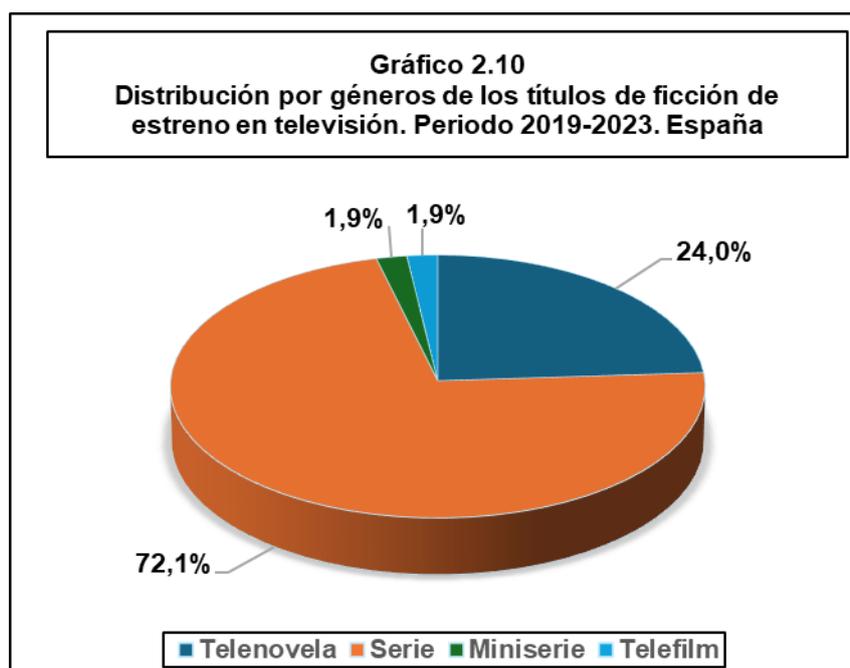
País	Títulos	%	Horas	%
Argentina	1	1,0	40	0,7
Brasil	3	2,9	183	3,2
Chile	0	0,0	0	0,0
Colombia	2	1,9	74	1,3
Ecuador	0	0,0	0	0,0
España	76	73,1	4.406	76,0
EE.UU.	4	3,8	273	4,7
México	18	17,3	821	14,2
Perú	0	0,0	0	0,0
Portugal	0	0,0	0	0,0
Uruguay	0	0,0	0	0,0
Venezuela	0	0,0	0	0,0
Otros	0	0,0	0	0,0
<b>Total</b>	<b>104</b>		<b>5.797</b>	

La distribución de los títulos de estreno por formatos televisivos en 2023 refleja el dominio de las series convencionales/seriales en la ficción nacional, con 15 títulos, y el de las telenovelas en la ficción iberoamericana, con 6 títulos (cuadro 2.37).

**Cuadro 2.37**  
*Distribución de la Ficción en televisión por su origen. Año 2023. España*

Géneros	Nacional		Iberoamericana	
	Títulos	Horas	Títulos	Horas
Telenovela	0	0	6	366
Serial/Serie	15	795	0	0
Telefilme	1	3	0	0
<b>Total</b>	<b>16</b>	<b>798</b>	<b>6</b>	<b>366</b>

En el periodo 2019-2023, la distribución acumulada de los títulos de la ficción de estreno en los canales es la siguiente: 72,1% series, 24% telenovelas, 1,9% miniseries y 1,9% telefilms (gráfico 2.10).



Los canales de televisión representados en el ranking de audiencia son La1 (6 emisiones), Telecinco (3 emisiones) y Antena 3 (una emisión). Las series con más audiencia son las series *Cuéntame cómo pasó* (3%), *Los misterios de Laura* (2,3%) y *4 Estrellas* (2,3%) en La1 y *Amar es para siempre* (2,3%) en Antena 3 (cuadro 2.38).

**Cuadro 2.38**  
**Ranking de audiencia de la Ficción en televisión. Año 2023. España**

N.	Título	País	Cadena	Audiencia	Share
1	Cuéntame cómo pasó	España	La1	3,0	13,2
2	Laura y sus misterios	España	La1	2,3	10,3
3	Amar es para siempre	España	A3	2,3	1,1
4	4 estrellas	España	La1	2,3	8,4
5	La Promesa	España	La1	2,2	11,3
6	La que se avecina	España	T5	2,1	10,6
7	Entrevías	España	T5	2,1	10,0
8	La Caza. Guadiana	España	La1	2,1	7,6
9	Escándalo	España	T5	2,0	8,1
10	Los pacientes del Dr. García	España	La1	2,0	8,0

La distribución por géneros de los títulos de ficción nacional de estreno en VoD en el periodo 2019-2023 refleja el abrumador dominio del formato de las series, con casi un 90% de los títulos disponibles (cuadro 2.39).

Cuadro 2.39

*Distribución de los títulos de la Ficción nacional de estreno en plataformas VOD por géneros. España*

Género	2019	2020	2021	2022	2023	Total
Telenovela	0	0	0	0	0	0
Serie	28	32	47	37	61	205
Miniserie	1	1	4	13	2	21
Telefilm	1	0	0	0	1	2
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>33</b>	<b>51</b>	<b>50</b>	<b>64</b>	<b>228</b>

La distribución de los títulos la ficción nacional de estreno por sistemas de difusión, en el mismo periodo, refleja el dominio de la La1 de TVE (48 títulos) en televisión en abierto y de Netflix (59 títulos), Movistar (50 títulos) y Prime (40 títulos) en VoD (cuadro 2.40).

Cuadro 2.40

*Distribución de los títulos de la ficción nacional de estreno por sistema de difusión. España*

Canal	Sistema	2019	2020	2021	2022	2023	Total
La1	Free TV	13	9	10	7	9	48
Antena 3	Free TV	6	2	2	2	1	13
Tele 5	Free TV	5	2	1	1	5	14
Divinity	Free TV	0	0	0	0	1	1
Atresplayer	VOD	1	0	10	7	15	33
Disney+	VOD	0	0	1	1	2	4
Filmin	VOD	0	0	1	0	3	4
Flooxer	VOD	0	0	1	0	0	1
Fox	VOD	1	1	0	0	0	2
HBO	VOD	2	3	5	2	2	14
Mitele	VOD	0	0	1	0	0	1
Movistar	VOD	14	9	9	9	9	50
Netflix	VOD	9	8	11	16	15	59
Orange	VOD	0	3	0	0	0	3
Paramount+	VOD	1	0	0	0	0	1
Prime	VOD	1	8	11	8	12	40
TNT	VOD	1	1	1	2	0	5
Lionsgate+	VOD	0	0	0	3	0	3
Playz	VOD	0	0	0	1	0	1
AppleTV	VOD	0	0	0	1	0	1
Starzplay	VOD	0	0	0	0	1	1
RTVE Play	VOD	0	0	0	0	1	1
Showtime	VOD	0	0	0	0	4	4
<b>Total</b>		<b>54</b>	<b>46</b>	<b>64</b>	<b>60</b>	<b>64</b>	<b>304</b>

El estudio de la ficción de estreno de España en 2023 finaliza con la relación de títulos difundidos en televisión en abierto y en VoD (cuadro 2.41).

Cuadro 2.41

## Títulos de la ficción nacional de estreno 2023. España

N.	Título	Origen	Género	Canal	Difusión
1	Cuéntame cómo pasó	España	Serie	La1	TV
2	Laura y sus misterios	España	Telefilm	La1	TV
3	4 estrellas	España	Serial	La1	TV
4	La Promesa	España	Serial	La1	TV
5	La Caza. Guadiana	España	Serie	La1	TV
6	Los pacientes del Dr. García	España	Serie	La1	TV
7	Salón de Té la Moderna	España	Serial	La1	TV
8	Servir y proteger	España	Serial	La1	TV
9	Fuerza de paz	España	Serial	La1	TV
10	La que se avecina	España	Serie	T5	TV
11	Entrevías	España	Serie	T5	TV
12	Escándalo	España	Serie	T5	TV
13	Mía es la venganza	España	Serial	T5	TV
14	Desaparecidos	España	Serial	T5	TV
15	Amar es para siempre	España	Serial	A3	TV
16	Mía es la venganza	España	Serial	Divinity	TV
17	Los Miserables	EE.UU.	Telenovela	Divinity	TV
18	Ana de nadie	Colombia	Telenovela	Divinity	TV
19	La mujer del diablo	Mexico	Telenovela	Nova	TV
20	Quererlo todo	Mexico	Telenovela	Nova	TV
21	La herencia	Mexico	Telenovela	Nova	TV
22	Vencer al pasado	Mexico	Telenovela	Nova	TV
N.	Título	Origen	Género	Plataforma	Difusión
1	Culpa Mía	España	Telefilm	Prime	VOD
2	Días Mejores	España	Serie	Prime	VOD
3	El Internado. Las Cumbres	España	Serie	Prime	VOD
4	El Pueblo	España	Serie	Prime	VOD
5	Escándalo	España	Miniserie	Prime	VOD
6	Los Farad	España	Serie	Prime	VOD
7	Memento Mori	España	Serie	Prime	VOD
8	Romancero	España	Serie	Prime	VOD
9	Sin Huellas	España	Serie	Prime	VOD
10	Urban. La vida es nuestra	España	Serie	Prime	VOD
11	La que se avecina	España	Serie	Prime	VOD
12	Operación Marea Negra	España	Serie	Prime	VOD
13	Entre Tierras	España	Serie	Atresplayer	VOD
14	Honor	España	Serie	Atresplayer	VOD
15	Las noches de Tefía	España	Serie	Atresplayer	VOD
16	Camilo Superstar	España	Serie	Atresplayer	VOD
17	Cardo	España	Serie	Atresplayer	VOD
18	Cristo y Rey	España	Serie	Atresplayer	VOD
19	Déjate ver	España	Serie	Atresplayer	VOD
20	La caja de arena	España	Serie	Atresplayer	VOD
21	La red Púrpura	España	Serie	Atresplayer	VOD
22	Los Protegidos ADN	España	Serie	Atresplayer	VOD

23	Nacho	España	Serie	Atresplayer	VOD
24	Sentimos las molestias	España	Serie	Atresplayer	VOD
25	UPA Next	España	Serie	Atresplayer	VOD
26	Vestidas de azul	España	Serie	Atresplayer	VOD
27	Zorras	España	Serie	Atresplayer	VOD
28	La Chica invisible	España	Serie	Disney+	VOD
29	Tu también lo harías	España	Serie	Disney+	VOD
30	B-Siders	España	Serie	Filmin	VOD
31	Putos modernos	España	Serie	Filmin	VOD
32	Selftape	España	Serie	Filmin	VOD
33	30 monedas	España	Serie	HBO Max	VOD
34	Pollos sin cabeza	España	Serie	HBO Max	VOD
35	El hijo zurdo	España	Serie	Movistar+	VOD
36	El otro lado	España	Serie	Movistar+	VOD
37	La Mesías	España	Serie	Movistar+	VOD
38	La Unidad: Kabul	España	Serie	Movistar+	VOD
39	Montecristo	España	Miniserie	Movistar+	VOD
40	Poquita fe	España	Serie	Movistar+	VOD
41	Rapa	España	Serie	Movistar+	VOD
42	Supernormal	España	Serie	Movistar+	VOD
43	Todos Mienten	España	Serie	Movistar+	VOD
44	Berlín	España	Serie	Netflix	VOD
45	Bienvenidos al Edén	España	Serie	Netflix	VOD
46	El cuerpo en llamas	España	Serie	Netflix	VOD
47	El silencio	España	Serie	Netflix	VOD
48	Élite	España	Serie	Netflix	VOD
49	Entrevías	España	Serie	Netflix	VOD
50	Hasta el cielo	España	Serie	Netflix	VOD
51	Itxaso	España	Serie	Netflix	VOD
52	La Chica de nieve	España	Serie	Netflix	VOD
53	Los pacientes del Doctor García	España	Serie	Netflix	VOD
54	Sagrada familia	España	Serie	Netflix	VOD
55	Sky Rojo	España	Serie	Netflix	VOD
56	Todas las veces que nos enamoramos	España	Serie	Netflix	VOD
57	Un cuento perfecto	España	Serie	Netflix	VOD
58	Valeria	España	Serie	Netflix	VOD
59	Ser o no ser	España	Serie	RTVE Play	VOD
60	Las invisibles	España	Serie	Showtime	VOD
61	Mentiras pasajeras	España	Serie	Showtime	VOD
62	Por H o por B	España	Serie	Showtime	VOD
63	Bosé	España	Serie	Showtime	VOD
64	Express	España	Serie	Starzplay	VOD



## ESTADOS UNIDOS

Los canales de televisión en abierto incluidos en la muestra de Obitel Estados Unidos (habla hispana) son Estrella TV, Telemundo, UniMás y Univision (ver cuadro introducción 2.1). Según los datos de Nielsen, los canales con más cuota de pantalla sobre el total acumulado por estos cinco canales son Univision (44%) y Telemundo (38%).

En 2023, el género audiovisual al que más tiempo dedicaron el conjunto de canales americanos incluidos en el estudio es la ficción (42,4%), seguido a mucha distancia del entretenimiento (16,5%). El promedio de la ficción en el periodo 2019-2023 se sitúa en el 41,7% (cuadro 2.42).

*Cuadro 2.42*

<i>Porcentaje de tiempo de emisión de cada género en canales estadounidenses</i>						
<b>Géneros</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>Promedio</b>
Informativos	16,8	17,2	17,0	14,9	15,4	16,3
Entretenimiento	21,1	20,3	18,9	20,7	16,5	19,5
Deporte	6,7	4,7	6,4	5,8	5,9	5,9
Educativo	2,5	2,3	2,4	2,4	2,4	2,4
Ficción	40,7	42,2	41,8	41,4	42,4	41,7
Talkshows	8,4	7,8	7,1	7,5	9,8	8,1
Concurso	0,8	2,3	3,3	3,2	3,2	2,6
Otros	3,0	3,2	3,1	4,1	4,4	3,6
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

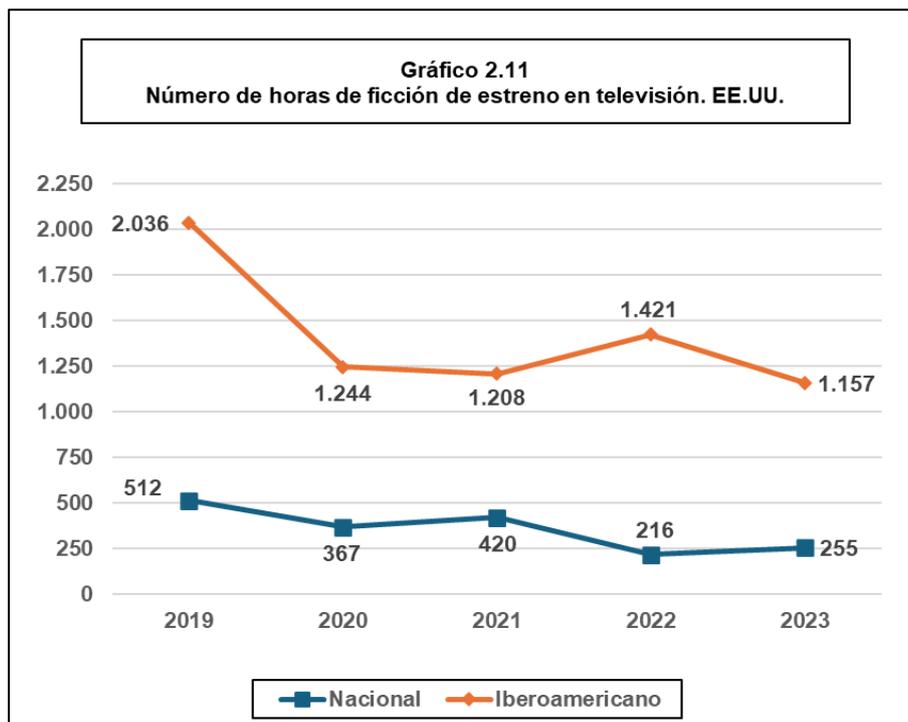
Los canales estadounidenses de televisión en 2023 suman 8 títulos de ficción nacional de estreno y 255 horas de programación. Respecto al resto de títulos, todas las producciones provienen de México, con un total de 21 títulos y 1.157 horas de programación. Este tiempo de emisión representa casi un 82% respecto al total (cuadro 2.43).

**Cuadro 2.43**  
*Ficción de estreno por países de origen.*  
**Año 2023. EE.UU.**

País	Títulos	Horas
Argentina	0	0
Brasil	0	0
Chile	0	0
Colombia	0	0
Ecuador	0	0
España	0	0
EE.UU.	8	255
México	21	1.157
Perú	0	0
Portugal	0	0
Uruguay	0	0
Venezuela	0	0
Otros	0	0
<b>Total</b>	<b>29</b>	<b>1.412</b>

La evolución del tiempo de programación de ficción iberoamericana de estreno en Estados Unidos en el quinquenio 2019-2023 registra un máximo en 2019 (2.036 horas) y un mínimo en 2021 (1.208 horas). La ficción nacional de estreno sigue un patrón más constante, con un máximo en 2019 (512 horas) y un mínimo en 2022 (216 horas).

La evolución conjunta presenta un máximo al inicio del periodo de 2.548 horas, posteriormente, un volumen en torno a las 1.600 horas en los tres años siguientes y un mínimo de 1.412 en 2023 (gráfico 2.11).



La ficción acumulada de estreno en el periodo 2019-2023 refleja el dominio de la producción mexicana, con un 64% de los títulos y casi un 70% de las horas de programación. La ficción nacional estrenó un 28% de los títulos y un 20% del total de tiempo de emisión. El resto de los países que también aportaron títulos son: Colombia y Brasil (cuadro 2.44).

**Cuadro 2.44**  
*Ficción acumulada de estreno en televisión por países de origen. Periodo 2019-2023. EE.UU.*

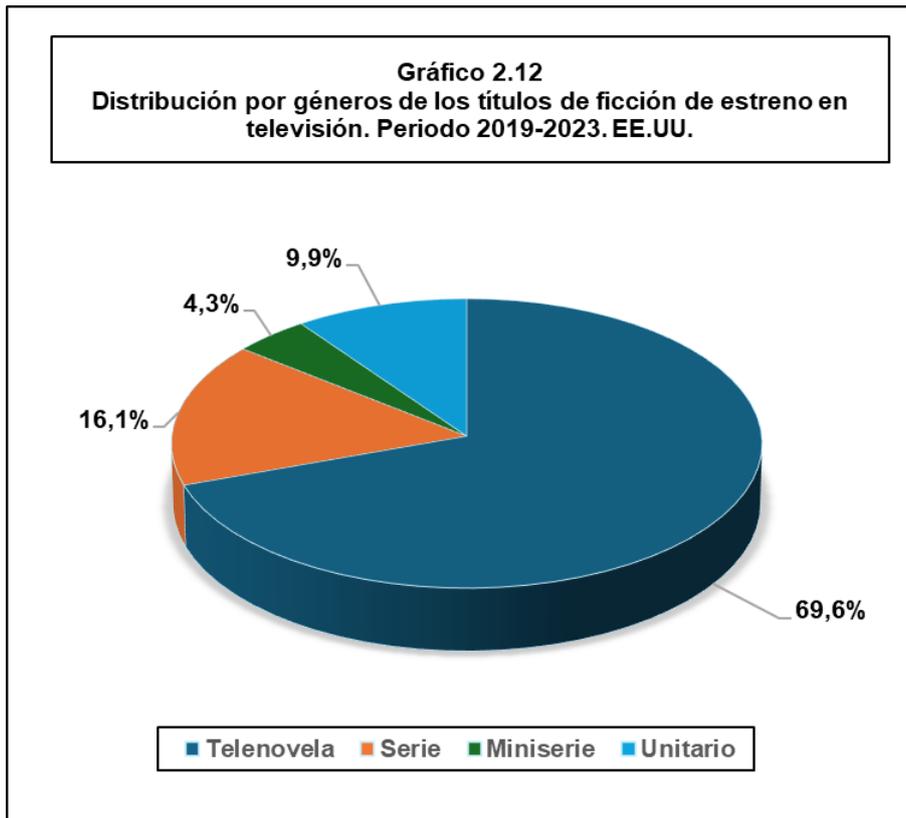
País	Títulos	%	Horas	%
Argentina	0	0,0	0	0,0
Brasil	5	3,1	382	4,3
Chile	0	0,0	0	0,0
Colombia	8	5,0	557	6,3
Ecuador	0	0,0	0	0,0
España	0	0,0	0	0,0
EE.UU.	45	28,0	1.770	20,0
México	103	64,0	6.127	69,3
Perú	0	0,0	0	0,0
Portugal	0	0,0	0	0,0
Uruguay	0	0,0	0	0,0
Venezuela	0	0,0	0	0,0
Otros	0	0,0	0	0,0
<b>Total</b>	<b>161</b>		<b>8.836</b>	

La distribución de los géneros televisivos de los títulos de estreno en 2023 refleja el dominio de las telenovelas (16 títulos y 1.031 horas), seguidas a mucha distancia de las series (8 títulos y 42 horas) y programas unitarios (4 títulos y 333 horas). Todos los formatos se corresponden con la abundante presencia de obras mexicanas de estreno (cuadro 2.45).

**Cuadro 2.45**  
*Distribución de la Ficción de estreno en televisión por su origen. Año 2023. EE.UU.*

Géneros	Nacional		Iberoamericana	
	Títulos	Horas	Títulos	Horas
Telenovela	4	238	12	793
Serie	2	9	6	36
Miniserie	1	3	0	0
Unitario	1	5	3	328
<b>Total</b>	<b>8</b>	<b>255</b>	<b>21</b>	<b>1.157</b>

En el periodo 2019-2023, la distribución acumulada de los títulos de la ficción de estreno en los canales es la siguiente: 69,6% telenovelas, 16,1% series convencionales, 9,9% programas unitarios y 4,3% miniseries (gráfico 2.12).



Los canales de televisión representados en el ranking de audiencia de Estados Unidos (habla hispana) tienen a Univisión como gran dominador (9 emisiones) y se completa el ranking con Telemundo (una emisión). Las series con más audiencia son las producciones mexicanas *Tierra de esperanza* y *Mi camino es amarte*, ambas con más de un 6% (cuadro 2.46).

*Cuadro 2.46*  
*Ranking de audiencia de la Ficción. Año 2023. EE.UU.*

N.	Título	País	Canal	Audiencia	Share
1	Tierra de esperanza	México	Univision	6,2	23,5
2	Mi camino es amarte	México	Univision	6,1	20,2
3	Amor invencible	México	Univision	5,8	20,8
4	Cabo	México	Univision	5,6	21,3
5	Perdona nuestros pecados	México	Univision	5,6	19,5
6	Vencer la ausencia	México	Univision	5,5	18,3
7	La madrastra	México	Univision	5,3	20,6
8	Minas de pasión	México	Univision	5,2	22,3
9	Eternamente amándonos	México	Univision	4,8	18,9
10	El señor de los Cielos T8	EE.UU.	Telemundo	4,7	15,5

La distribución por el origen de las producciones de estreno en VoD, en el periodo 2019-2023, refleja un panorama ligeramente diferente al de la televisión en abierto. La ficción mexicana y española son las grandes dominadoras en las plataformas, con un total de 89 y 75 títulos disponibles, respectivamente. Otros países con un número significativo de producciones a disposición de los

usuarios son: Brasil (37 títulos), Argentina (35 títulos), Colombia (23 títulos) y Estados Unidos (19 títulos). Y los países que acumulan el 2% de los títulos restantes son Chile, Perú, Puerto Rico y República Dominicana (cuadro 2.47).

*Cuadro 2.47*  
*Títulos de la Ficción iberoamericana de estreno por países de origen en plataformas VOD. EE.UU.*

País	2019	2020	2021	2022	2023	Total
Argentina	5	3	7	11	9	35
Brasil	7	8	5	8	9	37
Chile	0	1	0	2	0	3
Colombia	7	6	1	7	2	23
Ecuador	0	0	0	0	0	0
España	17	15	14	17	12	75
EE.UU.	0	3	5	5	6	19
México	7	12	17	20	33	89
Perú	0	0	0	1	0	1
Portugal	0	0	0	0	0	0
Puerto Rico	0	0	0	0	1	1
R. Dominicana	0	0	0	1	0	1
Uruguay	0	0	0	0	0	0
Venezuela	0	0	0	0	0	0
<b>Total</b>	<b>43</b>	<b>48</b>	<b>49</b>	<b>72</b>	<b>72</b>	<b>284</b>

La distribución por géneros de los títulos iberoamericanos de estreno en VoD en el periodo 2019-2023 refleja el dominio del formato de las series, con casi el 94% de los títulos disponibles (cuadro 2.48).

*Cuadro 2.48*  
*Distribución de los títulos de la Ficción iberoamericana de estreno en plataformas VOD por géneros. EE.UU.*

Género	2019	2020	2021	2022	2023	Total
Telenovela	4	1	1	1	0	7
Serie	36	46	48	66	70	266
Miniserie	2	1	0	5	2	10
Telefilm	1	0	0	0	0	1
<b>Total</b>	<b>43</b>	<b>48</b>	<b>49</b>	<b>72</b>	<b>72</b>	<b>284</b>

La distribución de los títulos la ficción iberoamericana de estreno por sistemas de difusión, en el mismo periodo, refleja el dominio de Univisión (98 títulos) y Telemundo (45 títulos) en televisión en abierto y de Netflix (130 títulos) en VoD (cuadro 2.49).

Cuadro 2.49

*Distribución de los títulos de Ficción iberoamericana de estreno por sistema de difusión. EE.UU.*

Canal	Sistema	2019	2020	2021	2022	2023	Total
Univision	Free TV	22	15	12	27	22	98
Telemundo	Free TV	14	11	6	7	7	45
UniMás	Free TV	5	1	3	1	0	10
Azteca	Free TV	2	1	1	0	0	4
Estrella	Free TV	2	0	2	0	0	4
Netflix	VOD	42	36	21	21	10	130
Prime	VOD	1	8	13	11	13	46
HBO	VOD	0	4	5	5	6	20
Star+	VOD	0	0	0	12	12	24
Vix+	VOD	0	0	0	7	18	25
Disney+	VOD	0	0	3	5	8	16
Paramount+	VOD	0	0	3	2	2	7
Hulu	VOD	0	0	2	1	1	4
Pantaya	VOD	0	0	0	3	0	3
Lionsgate+	VOD	0	0	0	2	2	4
Peacock	VOD	0	0	1	1	0	2
Apple TV	VOD	0	0	1	1	0	2
Canela	VOD	0	0	0	1	0	1
<b>Total</b>		<b>88</b>	<b>76</b>	<b>73</b>	<b>107</b>	<b>101</b>	<b>445</b>

El estudio de la ficción de estreno de Estados Unidos (habla hispana) en 2023, finaliza con la relación de títulos iberoamericanos difundidos en televisión en abierto y en VoD (cuadro 2.50).

Cuadro 2.50

*Títulos de ficción iberoamericana de estreno. Año 2023. EE.UU.*

N.	Título	Origen	Género	Canal	Difusión
1	Doctor del pueblo	EE.UU.	Unitario	Telemundo	TV
2	Juego de mentiras	EE.UU.	Telenovela	Telemundo	TV
3	La Reina del Sur T3	EE.UU.	Telenovela	Telemundo	TV
4	Secreto familia Greco	EE.UU.	Serie	Telemundo	TV
5	El Señor de los Cielos T8	EE.UU.	Telenovela	Telemundo	TV
6	El Señor de los Cielos: Sus comienzos	EE.UU.	Miniserie	Telemundo	TV
7	Vuelve a mi	EE.UU.	Telenovela	Telemundo	TV
8	La fuerza de creer	EE.UU.	Serie	Univision	TV
9	Amor dividido	México	Telenovela	Univision	TV
10	Amor invencible	México	Telenovela	Univision	TV
11	Cabo	México	Telenovela	Univision	TV
12	Como dice el dicho	México	Unitario	Univision	TV
13	Corazón guerrero	México	Telenovela	Univision	TV
14	¿Es Neta Eva?	México	Serie	Univision	TV
15	Esta historia me suena	México	Unitario	Univision	TV
16	Eternamente Enamorándonos	México	Telenovela	Univision	TV
17	La Madrastra	México	Telenovela	Univision	TV

18	Mi camino es amarte	México	Telenovela	Univision	TV
19	Minas de pasión	México	Telenovela	Univision	TV
20	Perdona nuestros pecados	México	Telenovela	Univision	TV
21	Renta congelada	México	Serie	Univision	TV
22	Rosa de Guadalupe	México	Unitario	Univision	TV
23	Tal para cual	México	Serie	Univision	TV
24	Tierra de esperanza	México	Telenovela	Univision	TV
25	¿Tú Crees?	México	Serie	Univision	TV
26	Una Familia de Diez	México	Serie	Univision	TV
27	Vecinos	México	Serie	Univision	TV
28	Vencer la ausencia	México	Telenovela	Univision	TV
29	Vencer la culpa	México	Telenovela	Univision	TV
N.	Título	Origen	Género	Plataforma	Difusión
1	Freeridge	EE.UU.	Serie	Netflix	VOD
2	Neon	EE.UU.	Serie	Netflix	VOD
3	This Fool 2	EE.UU.	Serie	Hulu	VOD
4	Primo	EE.UU.	Serie	Prime	VOD
5	The horrors of Dolores Roach	EE.UU.	Serie	Prime	VOD
6	With love 2	EE.UU.	Serie	Prime	VOD
7	Elite 7	España	Serie	Netflix	VOD
8	Valeria 3	México	Serie	Netflix	VOD
9	The Snow Girl	España	Serie	Netflix	VOD
10	El Elegido	España	Serie	Netflix	VOD
11	Berlín	España	Serie	Netflix	VOD
12	Sagrada Familia	España	Serie	Netflix	VOD
13	Un cuento perfecto	España	Serie	Netflix	VOD
14	Ojitos de huevo	México	Serie	Netflix	VOD
15	Novela	Brasil	Serie	Prime	VOD
16	Dom 2	Brasil	Serie	Prime	VOD
17	Amar es para los Fuertes	Brasil	Serie	Prime	VOD
18	Melody	Argentina	Serie	Prime	VOD
19	Sin huellas	España	Serie	Prime	VOD
20	Barrabrava	Argentina	Serie	Prime	VOD
21	Chavorrucó	México	Serie	Prime	VOD
22	P#t@s Redes Sociales	México	Serie	Prime	VOD
23	Memento Mori	España	Serie	Prime	VOD
24	Los Farad	España	Serie	Prime	VOD
25	Mariachis	México	Serie	HBO Max	VOD
26	Candy Cruz	México	Serie	HBO Max	VOD
27	Pollos sin cabeza	España	Serie	HBO Max	VOD
28	Vgly	México	Serie	HBO Max	VOD
29	Te quiero y me duele	México	Serie	HBO Max	VOD
30	Días de gallos	Argentina	Serie	HBO Max	VOD
31	Marcelo, Marmelo, Martelo	Brasil	Serie	Paramount+	VOD
32	Los Enviados 2	México	Serie	Paramount+	VOD
33	Viaje al centro de la Tierra	México	Serie	Disney+	VOD
34	Gina Yei	P. Rico	Serie	Disney+	VOD
35	El Club de los Graves	Colombia	Serie	Disney+	VOD

36	L-Pop	México	Serie	Disney+	VOD
37	El Coro: Éxito allá voy	Brasil	Serie	Disney+	VOD
38	Mila en el Multiverso	Brasil	Serie	Disney+	VOD
39	It's all right	Brasil	Serie	Disney+	VOD
40	C.H.U.E.C.O.	Argentina	Serie	Disney+	VOD
41	Horario estelar	México	Serie	Star+	VOD
42	El grito de las mariposas	Argentina	Serie	Star+	VOD
43	Ringo, gloria y muerte	Argentina	Serie	Star+	VOD
44	diciembre-01	Argentina	Miniserie	Star+	VOD
45	Pancho Villa	México	Serie	Star+	VOD
46	El Mantequilla: Maestro de la estafa	México	Serie	Star+	VOD
47	Máscara contra caballero	México	Serie	Star+	VOD
48	Nada	Argentina	Serie	Star+	VOD
49	Como ser un carioca	Brasil	Serie	Star+	VOD
50	Soy tu fan 3	México	Serie	Star+	VOD
51	Planners	Argentina	Serie	Star+	VOD
52	Dos tiempos	Brasil	Serie	Star+	VOD
53	Nacho	España	Serie	Lionsgate+	VOD
54	Yellow	México	Serie	Lionsgate+	VOD
55	La mujer del diablo 3	México	Serie	VIX	VOD
56	Volver a Caer	México	Serie	VIX	VOD
57	El Colapso	México	Miniserie	VIX	VOD
58	Las Pelotaris 1926	España	Serie	VIX	VOD
59	Montecristo	México	Serie	VIX	VOD
60	Mas allá de ti	México	Serie	VIX	VOD
61	Memento Mori	México	Serie	VIX	VOD
62	Paraíso Blanco	Colombia	Serie	VIX	VOD
63	Gloria Trevi: Ellas soy yo	México	Serie	VIX	VOD
64	El Gallo de Oro 1	México	Serie	VIX	VOD
65	La hora marcada	México	Serie	VIX	VOD
66	Pacto de sangre	México	Serie	VIX	VOD
67	Se llamaba Pedro Infante	México	Serie	VIX	VOD
68	Viva la Comedy	México	Serie	VIX	VOD
69	Cualquier parecido	México	Serie	VIX	VOD
70	Pinches momias	México	Serie	VIX	VOD
71	Un buen divorcio	México	Serie	VIX	VOD
72	Ana	México	Serie	VIX	VOD



## MÉXICO

Los canales de televisión en abierto incluidos en la muestra de Obitel México en 2023 son Televisa (Canales Las Estrellas, 5, 9 y Foro TV), TV Azteca (Canales 1, 7, ADN4O y A+) e Imagen Television (Canal 3) y los canales públicos Once TV (Canales 11 y 11.1), Conaculta (Canal 22) y Canal 14 (ver cuadro introducción 2.1). El grupo mediático con más audiencia es Televisa con casi un 11% y el conjunto de canales de la muestra tienen una cuota de pantalla conjunta del 45%.

En 2023, los géneros con más tiempo de emisión son los programas de ficción (27,2%) y los de entretenimiento (24%). En el periodo 2019-2023 (sin datos en 2022), la ficción aportó un promedio del 17,1% del tiempo de emisión, siendo los programas de entretenimiento los más habituales en las parrillas de programación con un 31,3% del tiempo total (cuadro 2.51).

*Cuadro 2.51*

*Porcentaje de tiempo de emisión de cada género en canales de televisión mexicanos*

Géneros	2019	2020	2021	2022	2023	Promedio
Informativos	17,0	15,0	15,0	*	14,3	15,3
Entretenimiento	39,0	30,0	32,0	*	24,0	31,3
Educativo	2,0	24,0	22,0	*	20,3	17,1
Deporte	15,0	10,0	12,0	*	3,9	10,2
Ficción	16,0	12,0	13,0	*	27,2	17,1
Otros	11,0	9,0	6,0	*	10,3	9,1
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>0,0</b>	<b>100,0</b>	

Los canales mexicanos de televisión en 2023 suman 34 títulos de ficción nacional de estreno y 1.595 horas de programación, lo cual, representa casi el 95% del total. Respecto al resto de títulos se estrenaron uno brasileño, uno estadounidense y uno peruano (cuadro 2.52).

*Cuadro 2.52*

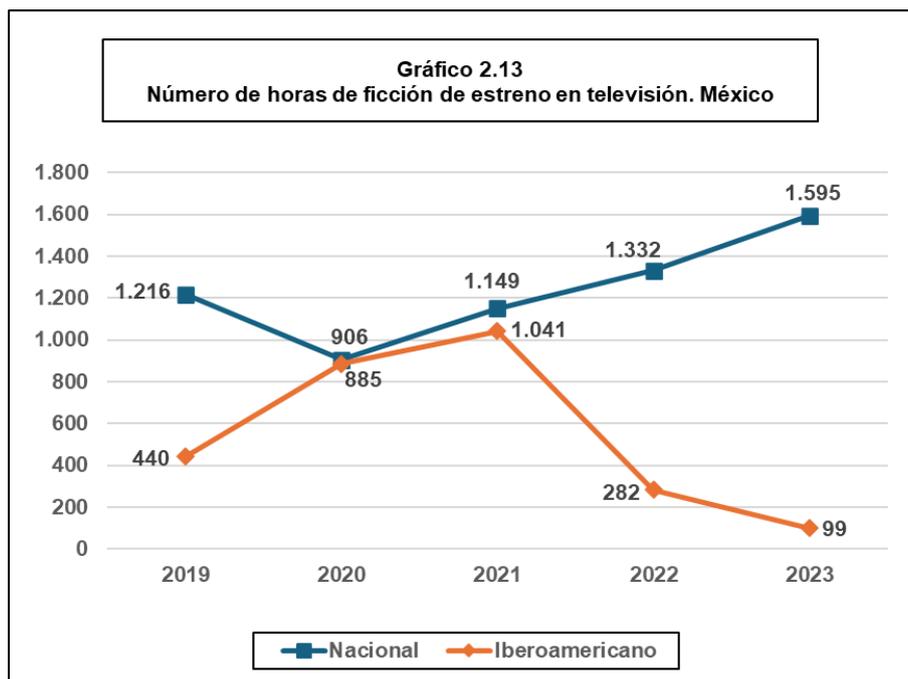
*Ficción de estreno por países de origen. Año 2023. México*

País	Títulos	Horas
Argentina	0	0
Brasil	1	19
Chile	0	0
Colombia	0	0

Ecuador	0	0
España	0	0
EE.UU.	1	6
México	34	1.595
Perú	1	74
Portugal	0	0
Uruguay	0	0
Venezuela	0	0
Otros	0	0
<b>Total</b>	<b>37</b>	<b>1.694</b>

La evolución del tiempo de difusión de ficción nacional en el quinquenio 2019-2023 en México muestra una tendencia ascendente desde el mínimo en 2020 (906 horas), hasta el máximo en 2023 (1.595 horas). La ficción iberoamericana de estreno sigue una tendencia diferente con el máximo en 2021 (1.041 horas) y el mínimo en 2023 (99 horas).

La evolución conjunta muestra el valor máximo en el medio del periodo analizado, con 2.190 horas en 2021 y casi 1.800 en 2020, y en el resto de los años el volumen de obras se sitúa en un rango comprendido entre 1.600 y 1.700 horas (gráfico 2.13).



La ficción acumulada de estreno en el periodo 2019-2023 refleja el dominio de la producción nacional, con casi un 80% de los títulos y un 69,3% de las horas de programación. En cuanto a la ficción iberoamericana, los países más representados son Estados Unidos, Colombia y Brasil (cuadro 2.53).

Cuadro 2.53

*Ficción acumulada de estreno en canales de televisión por países de origen. Periodo 2019-2023. México*

País	Títulos	%	Horas	%
Argentina	0	0,0	0	0,0
Brasil	6	4,1	681	7,6
Chile	2	1,4	195	2,2
Colombia	8	5,4	1.103	12,3
Ecuador	0	0,0	0	0,0
España	2	1,4	22	0,2
EE.UU.	11	7,4	672	7,5
México	118	79,7	6.198	69,3
Perú	1	0,7	74	0,8
Portugal	0	0,0	0	0,0
Uruguay	0	0,0	0	0,0
Venezuela	0	0,0	0	0,0
Otros	0	0,0	0	0,0
<b>Total</b>	<b>148</b>		<b>8.945</b>	

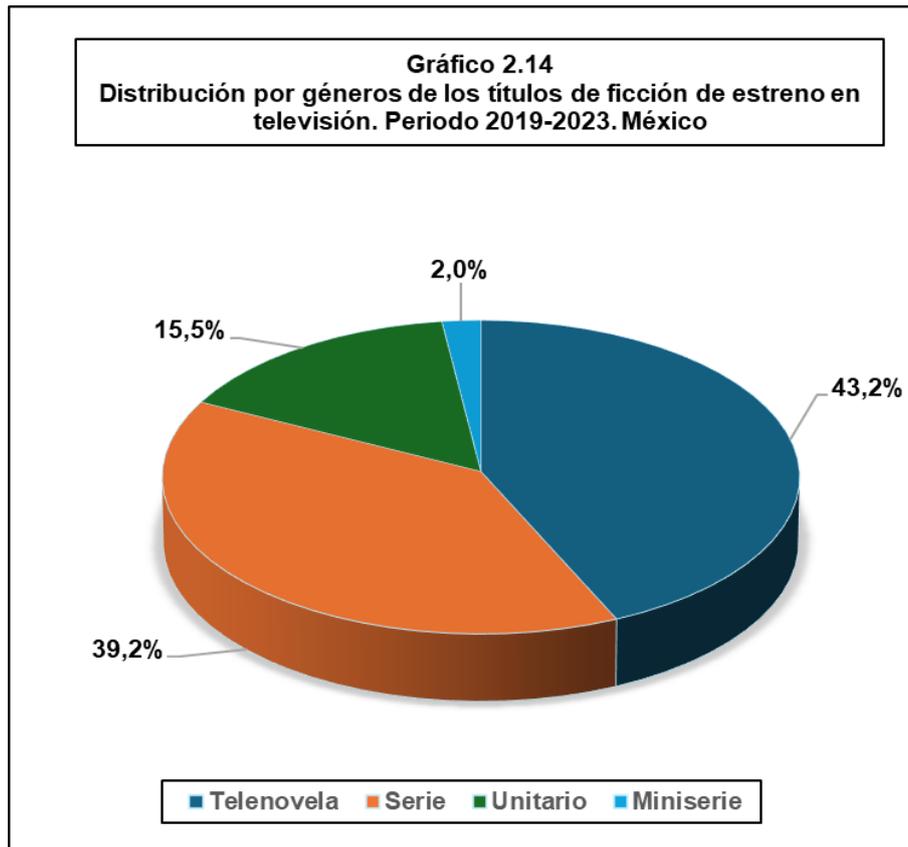
La distribución de los géneros televisivos de los títulos de estreno en 2023 la abundancia de las series (21 títulos) frente a las telenovelas (9 títulos). Los tres títulos iberoamericanos corresponden a una telenovela, a una serie convencional y a una miniserie (cuadro 2.54).

Cuadro 2.54

*Distribución de la Ficción de estreno en canales de televisión por su origen y géneros. Año 2023. México*

Géneros	Nacional		Iberoamericana	
	Títulos	Horas	Títulos	Horas
Telenovela	8	739	1	74
Serie	20	372	1	6
Miniserie	1	8	1	19
Unitario	5	476	0	0
<b>Total</b>	<b>34</b>	<b>1.595</b>	<b>3</b>	<b>99</b>

En el periodo 2019-2023, la distribución acumulada de los títulos de la ficción de estreno en los canales es la siguiente: 43,2% telenovelas, 39,2% series convencionales y 15,5% programas unitarios (gráfico 2.14).



El único canal de televisión con representación en el ranking de audiencia es el canal Las Estrellas (Televisa) y todas las series del top-10 son mexicanas (cuadro 2.55). Las emisiones más vistas pertenecieron a *La rosa de Guadalupe* (13,6%) y *Tierra de esperanza* (13,3%).

*Cuadro 2.55*  
*Ranking de audiencia de la Ficción. Año 2023. México*

N.	Título	País	Canal	Audiencia	Share
1	La Rosa de Guadalupe	México	Las Estrellas	13,6	21,9
2	Tierra de esperanza	México	Las Estrellas	13,3	21,4
3	Perdona nuestros pecados	México	Las Estrellas	12,3	21,5
4	Pienso en ti	México	Las Estrellas	12,3	18,6
5	Eternamente amándonos	México	Las Estrellas	12,1	23,4
6	Como dice el dicho	México	Las Estrellas	12,0	22,0
7	Vencer la culpa	México	Las Estrellas	11,5	18,5
8	Golpe de suerte	México	Las Estrellas	11,3	17,2
9	Minas de pasión	México	Las Estrellas	10,8	18,5
10	Gloria Trevi	México	Las Estrellas	10,8	17,4

La distribución por géneros de los títulos de estreno en VoD en el periodo 2019-2023 refleja el dominio del formato de las series convencionales, con más del 96% de los títulos disponibles (cuadro 2.56).

Cuadro 2.56

*Distribución de los títulos de la Ficción nacional de estreno en plataformas VOD por géneros. México*

Género	2019	2020	2021	2022	2023	Total
Telenovela	2	0	0	1	0	3
Serie	17	17	12	25	36	107
Miniserie	0	0	0	1	0	1
<b>Total</b>	<b>19</b>	<b>17</b>	<b>12</b>	<b>27</b>	<b>36</b>	<b>111</b>

La distribución de los títulos la ficción nacional de estreno por sistemas de difusión, en el mismo periodo, pone de manifiesto el liderazgo de Televisa (94 títulos) en televisión en abierto y Netflix (43 títulos) en VoD (cuadro 2.57).

Cuadro 2.57

*Distribución de los títulos de la ficción nacional de estreno por sistema de difusión. México*

Canal	Sistema	2019	2020	2021	2022	2023	Total
Televisa	Free TV	17	11	14	25	27	94
TV Azteca	Free TV	4	2	1	5	7	19
Imagen TV	Free TV	2	0	1	0	0	3
Canal Once	Free TV	2	0	0	0	0	2
Netflix	VOD	7	6	8	12	10	43
Prime	VOD	5	4	2	4	3	18
Disney	VOD	0	0	0	2	2	4
HBO Max	VOD	0	0	0	3	4	7
Vix+	VOD	0	0	0	4	13	17
Claro Video	VOD	1	6	1	2	0	10
Star+	VOD	0	0	0	0	3	3
Paramount+	VOD	0	0	0	0	1	1
Blim	VOD	6	1	1	0	0	8
<b>Total</b>		<b>44</b>	<b>30</b>	<b>28</b>	<b>57</b>	<b>70</b>	<b>229</b>

El estudio de la ficción de estreno de México en 2022 finaliza con la relación de títulos nacionales difundidos en televisión en abierto y en VoD (cuadro 2.58).

Cuadro 2.58

*Títulos de ficción de estreno 2023. México*

N.	Título	Género	Canal	Difusión
1	El Colapso	Miniserie	Televisa	TV
2	Eternamente amándonos	Telenovela	Televisa	TV
3	Tierra de esperanza	Telenovela	Televisa	TV
4	Perdona nuestros pecados	Telenovela	Televisa	TV
5	Pienso en ti	Telenovela	Televisa	TV
6	Vencer la culpa	Telenovela	Televisa	TV
7	Golpe de suerte	Telenovela	Televisa	TV
8	Minas de pasión	Telenovela	Televisa	TV

9	Nadie como tú	Telenovela	Televisa	TV
10	El maleficio	Serie	Televisa	TV
11	Gloria Trevi: Ellas soy yo	Serie	Televisa	TV
12	Se llamaba Pedro Infante	Serie	Televisa	TV
13	Como dice el dicho 3T	Unitario	Televisa	TV
14	La Rosa de Guadalupe 8T	Unitario	Televisa	TV
15	Esta historia me suena 6T	Unitario	Televisa	TV
16	Senda Prohibida	Serie	Televisa	TV
17	Una familia de Diez 10T	Serie	Televisa	TV
18	Vecinos 4T 5T	Serie	Televisa	TV
19	9 40 y 20 0T	Serie	Televisa	TV
20	Tal para cual 2T	Serie	Televisa	TV
21	Relatos Mascabrothers 6T 7T	Serie	Televisa	TV
22	Renta congelada 5T	Serie	Televisa	TV
23	¿Tú crees? 2T	Serie	Televisa	TV
24	Bola de locos	Serie	Televisa	TV
25	Chócalas compayito	Serie	Televisa	TV
26	Está libre	Serie	Televisa	TV
27	¿Es neta Eva?	Serie	Televisa	TV
28	Dra. Lucía, un don extraordinario	Serie	TV Azteca	TV
29	El rey Vicente Fernández	Serie	TV Azteca	TV
30	Lotería del crimen	Serie	TV Azteca	TV
31	Pancho Villa: El centauro del norte	Serie	TV Azteca	TV
32	Un día para vivir	Unitario	TV Azteca	TV
33	Rutas de la vida 3T	Serie	TV Azteca	TV
34	Lo que callamos las mujeres	Unitario	TV Azteca	TV
35	El doctor del pueblo (EE.UU.)	Serie	Televisa	TV
36	Sansón y Dalila (Brasil)	Miniserie	Imagen TV	TV
37	Amor de Madre (Perú)	Telenovela	Imagen TV	TV
N.	Título	Género	Plataforma	Difusión
1	Contra las cuerdas	Serie	Netflix	VOD
2	El elegido	Serie	Netflix	VOD
3	Triada	Serie	Netflix	VOD
4	El niñoero	Serie	Netflix	VOD
5	Pacto de silencio	Serie	Netflix	VOD
6	Ojitos de huevo	Serie	Netflix	VOD
7	La viuda de los jueves	Serie	Netflix	VOD
8	Los casi ídolos de Bahía Colorada	Serie	Netflix	VOD
9	Cindy La Regia	Serie	Netflix	VOD
10	Madre de alquiler	Serie	Netflix	VOD
11	Las pelotaris 1926	Serie	VIX+	VOD
12	Se llamaba Pedro Infante	Serie	VIX+	VOD
13	Ella camina sola	Serie	VIX+	VOD
14	El gallo de oro	Serie	VIX+	VOD
15	Volver a caer	Serie	VIX+	VOD
16	Gloria Trevi: Ellas soy yo	Serie	VIX+	VOD
17	Isla Brava	Serie	VIX+	VOD
18	Senda prohibida	Serie	VIX+	VOD

19	Los artistas: Primeros trazos	Serie	VIX+	VOD
20	Cualquier parecido	Serie	VIX+	VOD
21	El colapso	Serie	VIX+	VOD
22	Montecristo	Serie	VIX+	VOD
23	Noche de chicas	Serie	VIX+	VOD
24	La cabeza de Joaquín Murrieta	Serie	Prime	VOD
25	De brutas, nada 3T	Serie	Prime	VOD
26	Mala fortuna	Serie	Prime	VOD
27	Viaje al centro de la tierra	Serie	Disney+	VOD
28	Papás por encargo	Serie	Disney+	VOD
29	Vgly	Serie	HBO Max	VOD
30	La narcosatánica	Serie	HBO Max	VOD
31	Candy Cruz	Serie	HBO Max	VOD
32	Te quiero y me duele	Serie	HBO Max	VOD
33	Pancho Villa: El Centauro del Norte	Serie	Star+	VOD
34	Soy tu fan	Serie	Star+	VOD
35	El Mantequilla: Maestro de la estafa	Serie	Star+	VOD
36	Los enviados	Serie	Paramount+	VOD



## PORTUGAL

Los canales de televisión en abierto incluidos en la muestra de Obitel Portugal en 2023 son los privados SIC y TVI y cinco canales de la Televisión Pública Portuguesa: RTP1, RTP2, RTP3, RTP Memoria y Canal Parlamento (ver cuadro introducción 2.1). Según datos de *Marktest MediaMonitor*, los canales con más audiencia son SIC (3,3%), TVI (3,2%) y RTP1 (2,5%).

En 2023, los géneros audiovisuales al que más tiempo dedicaron los canales portugueses de la muestra fueron los informativos (28,1%) y los programas de entretenimiento (28%). La ficción aportó un 13,1%. En el periodo 2019-2023 el promedio de la ficción es el 17,6% y los informativos casi el 30% (cuadro 2.59).

*Cuadro 2.59*  
*Porcentaje de dedicado por los canales portugueses a cada género*

Género	2019	2020	2021	2022	2023	Promedio
Ficción	19,9	20,8	15,4	18,7	13,1	17,6
Información	31,6	25,4	30,4	34,0	28,1	29,9
Entretenimiento	20,5	25,8	21,7	21,6	28,0	23,5
Deportes	5,8	0,9	6,2	3,8	7,4	4,8
Culturales	7,4	9,0	7,4	7,3	11,3	8,5
Publicidad	5,2	6,6	6,0	5,3	4,8	5,6
Otros	9,6	11,5	12,9	9,3	7,3	10,1
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

Los canales portugueses de televisión en 2023 suman 40 títulos de ficción nacional de estreno y 988 horas de programación. Respecto al resto de títulos por su origen, se estrenaron seis títulos brasileños. El tiempo de programación de los títulos portugueses supone más del 77% respecto al total (cuadro 2.60).

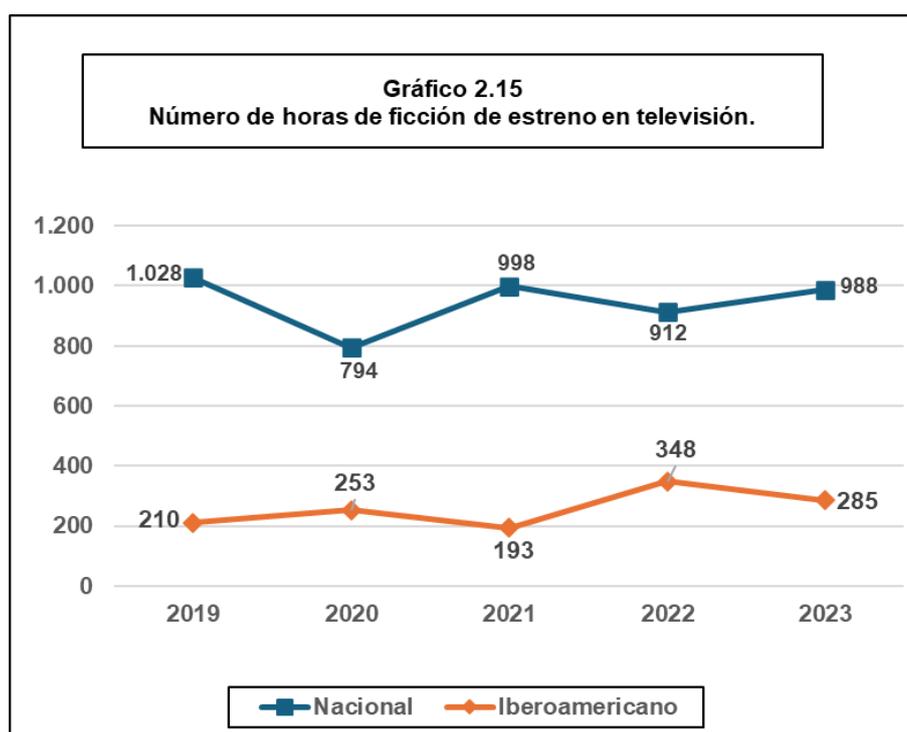
*Cuadro 2.60*  
*Ficción de estreno en canales de televisión por países de origen. Año 2023. Portugal*

País	Títulos	Horas
Argentina	0	0
Brasil	6	285
Chile	0	0
Colombia	0	0

Ecuador	0	0
España	0	0
EE.UU.	0	0
México	0	0
Perú	0	0
Portugal	40	988
Uruguay	0	0
Venezuela	0	0
Otros	0	0
<b>Total</b>	<b>46</b>	<b>1.273</b>

La evolución del tiempo de difusión de ficción nacional en el quinquenio 2019-2023 muestra una tendencia más o menos constante con un rango situado entre 900 y 1.028 horas, salvo el mínimo de 794 horas registrado en 2020. La ficción iberoamericana de estreno también sigue un patrón estable, con un mínimo en 2021 (193 horas) y un máximo en 2022 (348 horas).

La evolución conjunta pone de manifiesto que, salvo en el año de la pandemia, el volumen de horas de programación de la ficción de estreno se sitúa en torno a las 1.200. Incluso en el año de la pandemia (2020) el número de horas alcanza las 1.047, con lo cual no es un valor muy inferior al del resto de años del periodo analizado (gráfico 2.15).



La ficción acumulada de estreno en el periodo 2019-2023 refleja el dominio de la producción nacional, con casi el 87,1% de los títulos totales y un 78,5% de las horas de programación. En cuanto a la ficción iberoamericana, Brasil fue el país que más ficción posicionó en los canales portugueses, con casi el 12% del total de títulos y el 20,7% de tiempo de emisión (cuadro 2.61).

**Cuadro 2.61**  
*Ficción acumulada de estreno en canales de televisión por países de origen. Periodo 2019-2023. Portugal*

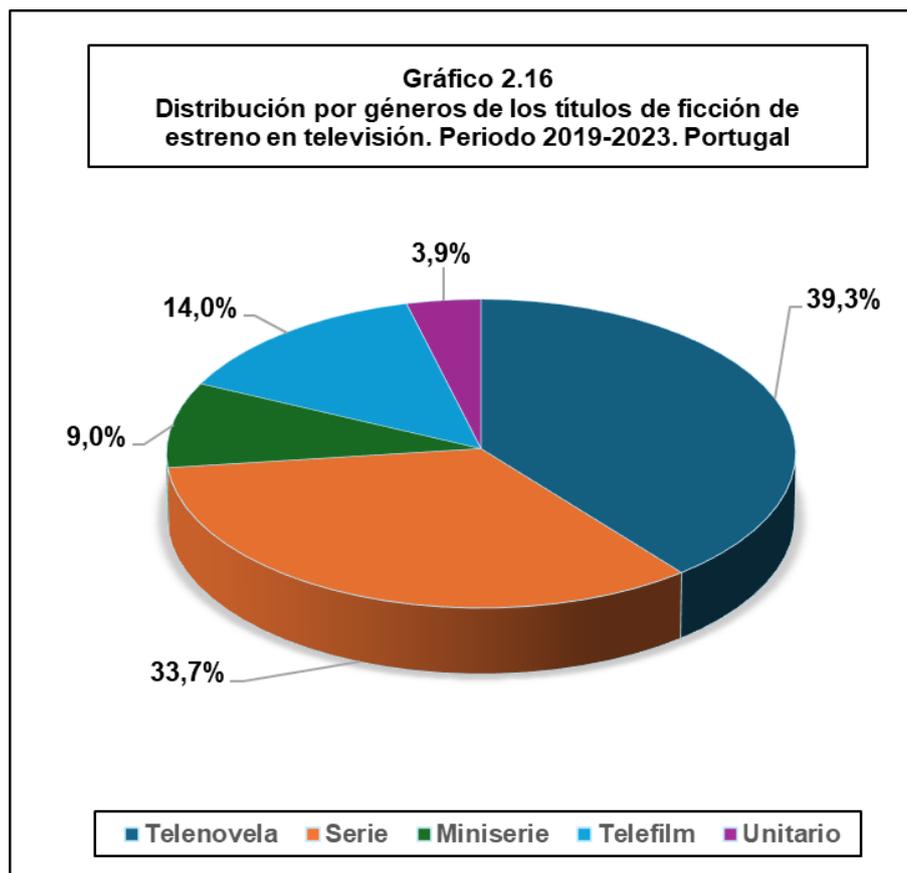
País	Títulos	%	Horas	%
Argentina	0	0,0	0	0,0
Brasil	21	11,8	1.243	20,7
Chile	1	0,6	3	0,0
Colombia	0	0,0	0	0,0
Ecuador	0	0,0	0	0,0
España	0	0,0	0	0,0
EE.UU.	0	0,0	0	0,0
México	1	0,6	43	0,7
Perú	0	0,0	0	0,0
Portugal	155	87,1	4.720	78,5
Uruguay	0	0,0	0	0,0
Venezuela	0	0,0	0	0,0
Otros	0	0,0	0	0,0
<b>Total</b>	<b>178</b>		<b>6.009</b>	

La distribución de los géneros televisivos de los títulos de estreno en 2023 refleja una igualdad entre las telenovelas (17 títulos) y las series convencionales (15 títulos) programadas, si bien en cuanto al tiempo de difusión las telenovelas representan casi el 89% del total (cuadro 2.62).

**Cuadro 2.62**  
*Distribución de la Ficción de estreno en televisión por su origen. Año 2023. Portugal*

Géneros	Nacional		Iberoamericana	
	Títulos	Horas	Títulos	Horas
Telenovela	11	847	6	285
Serie	15	106	0	0
Miniserie	8	29	0	0
Telefilme	6	6	0	0
<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>988</b>	<b>6</b>	<b>285</b>

En el periodo 2019-2023, la distribución acumulada de los títulos de la ficción de estreno en los canales es la siguiente: 39,3% telenovelas, 33,7% series convencionales, 14% telefilms, 9% miniseries y casi 4% programas unitarios (gráfico 2.16).



Los canales de televisión representados en el ranking de audiencia son TVI (4 emisiones), SIC (5 emisiones) y RTP (una emisión). Las series con más audiencia son la telenovela portuguesa *Festa é festa* (9,8%) y la miniserie *Marco Paulo: A história da minha vida* (8%). En tercera posición del ranking se sitúa la telenovela brasileña *Amor, eterno amor* con un 7,7% de audiencia (cuadro 2.63).

*Cuadro 2.63*

*Ranking de audiencia de la Ficción en televisión. Año 2023. Portugal*

Nº	Título	País	Canal	Audiencia	Share
1	Festa é festa	Portugal	TVI	9,8	20,7
2	Marco Paulo: A história da minha vida	Portugal	SIC	8,0	17,2
3	Amor, eterno amor	Brasil	SIC	7,7	17,7
4	Sangue oculto	Portugal	SIC	7,7	17,5
5	Quero é Viver	Portugal	TVI	6,9	17,9
6	Morangos com açúcar	Portugal	TVI	6,8	14,4
7	Queridos papás	Portugal	TVI	6,2	16,6
8	Flor sem tempo	Portugal	SIC	5,5	17,4
9	Papel principal	Portugal	SIC	5,4	13,1
10	Curral de Moinas: Os abnqueros do povo	Portugal	RTP	5,4	11,3

La distribución por géneros de los títulos de estreno en VoD en el periodo 2019-2023 en Portugal refleja el dominio del formato de las series convencionales, con el 92% de los títulos disponibles (cuadro 2.64).

**Cuadro 2.64**  
*Distribución de los títulos de la Ficción nacional de estreno en plataformas VOD por géneros. Portugal*

Género	2019	2020	2021	2022	2023	Total
Telenovela	0	0	0	0	0	0
Serie	5	5	9	8	9	36
Miniserie	0	0	0	2	1	3
Unitario	0	0	0	0	0	0
<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	<b>39</b>

La distribución de los títulos la ficción nacional de estreno por sistemas de difusión, en el mismo periodo, refleja el dominio de RTP 1 (63 títulos) y SIC (60 títulos) en televisión en abierto y de RTP Play (15 títulos) y Opto (16 títulos) en VoD (cuadro 2.65).

**Cuadro 2.65**  
*Distribución de los títulos de la ficción de estreno por sistema de difusión. Portugal*

Canal	Sistema	2019	2020	2021	2022	2023	Total
RTP 1	Free TV	8	5	18	13	19	63
RTP 2	Free TV	0	2	0	1	1	4
SIC	Free TV	7	7	18	12	16	60
TVI	Free TV	5	5	6	7	10	33
CMTV	Free TV	1	0	0	0	0	1
Netflix	VOD	0	0	1	0	1	2
Prime	VOD	0	0	1	1	2	4
HBO	VOD	0	0	1	0	0	1
Opto	VOD	0	3	3	5	5	16
RTP Play	VOD	5	2	3	4	1	15
Globo Play	VOD	0	0	0	0	1	1
<b>Total</b>		<b>26</b>	<b>24</b>	<b>51</b>	<b>43</b>	<b>56</b>	<b>200</b>

El estudio de la ficción de estreno de Portugal en 2023 finaliza con la relación de títulos nacionales difundidos en televisión en abierto y en VoD (cuadro 2.66).

**Cuadro 2.66**  
*Títulos de ficción de estreno 2022. Portugal*

N.	Título	Origen	Género	Canal	Difusión
1	A hora dos lobos	Portugal	Telefilme	RTP1	TV
2	Abandonados	Portugal	Serie	RTP1	TV
3	Ao largo	Portugal	Serie	RTP1	TV
4	Braga	Portugal	Serie	RTP1	TV
5	Cavalos de corrida	Portugal	Serie	RTP1	TV

6	Conta-me como foi	Portugal	Serie	RTP1	TV
7	Curral de Moinas - Os Banqueiros do Povo	Portugal	Serie	RTP1	TV
8	Emília	Portugal	Serie	RTP1	TV
9	Glória	Portugal	Serie	RTP1	TV
10	Há-de haver uma lei	Portugal	Telefilme	RTP1	TV
11	Histórias da Montanha	Portugal	Miniserie	RTP1	TV
12	Jogos de engano	Portugal	Telefilme	RTP1	TV
13	Km224: a série	Portugal	Serie	RTP1	TV
14	Lusitania	Portugal	Miniserie	RTP1	TV
15	O crime do Padre Amaro	Portugal	Miniserie	RTP1	TV
16	O natal do Bruno Aleixo	Portugal	Miniserie	RTP1	TV
17	O Pio dos Mochos	Portugal	Telefilme	RTP1	TV
18	Salgueiro Maia - O Implicado	Portugal	Miniserie	RTP1	TV
19	Serpentina	Portugal	Telefilme	RTP1	TV
20	Regresso a Itaca	Portugal	Serie	RTP2	TV
21	A Casa de Aurora	Portugal	Serie	SIC	TV
22	Flor sem tempo	Portugal	Telenovela	SIC	TV
23	Lucia - A guardiã do segredo	Portugal	Miniserie	SIC	TV
24	Marco Paulo: a história da minha vida	Portugal	Miniserie	SIC	TV
25	O Clube	Portugal	Serie	SIC	TV
26	Os eleitos	Portugal	Serie	SIC	TV
27	Papel Principal	Portugal	Telenovela	SIC	TV
28	Patrões Fora	Portugal	Serie	SIC	TV
29	Por ti	Portugal	Telenovela	SIC	TV
30	Sangue oculto	Portugal	Telenovela	SIC	TV
31	Festa é Festa V	Portugal	Telenovela	TVI	TV
32	Festa é Festa VI	Portugal	Telenovela	TVI	TV
33	Festa é Festa VII	Portugal	Telenovela	TVI	TV
34	Festa é Festa VIII	Portugal	Telenovela	TVI	TV
35	Jacinta (telefilme)	Portugal	Telefilme	TVI	TV
36	Morangos com açúcar	Portugal	Serie	TVI	TV
37	Para sempre (telenovela)	Portugal	Telenovela	TVI	TV
38	Pecado (minissérie)	Portugal	Miniserie	TVI	TV
39	Queridos papás (telenovela)	Portugal	Telenovela	TVI	TV
40	Quero é Viver	Portugal	Telenovela	TVI	TV
41	Amor, eterno amor	Brasil	Telenovela	SIC	TV
42	Dona Flor e seus dois maridos	Brasil	Telenovela	SIC	TV
43	Flor do Caribe	Brasil	Telenovela	SIC	TV
44	Pantanal	Brasil	Telenovela	SIC	TV
45	Travessia	Brasil	Telenovela	SIC	TV
46	Um lugar ao sol	Brasil	Telenovela	SIC	TV
N.	Título	Origen	Género	Plataforma	Difusión
1	De tanto fingir encontrei-me	Portugal	Serie	RTP Play	VOD
2	Praxx	Portugal	Serie	Opto	VOD
3	Projecto Delta	Portugal	Serie	Opto	VOD
4	Lúcia, a guardiã do segredo	Portugal	Miniserie	Opto	VOD
5	O Clube	Portugal	Serie	Opto	VOD
6	Os eleitos	Portugal	Serie	Opto	VOD

7	Rabo de peixe	Portugal	Serie	Netflix	VOD
8	Morangos com açúcar	Portugal	Serie	Prime	VOD
9	Operação Maré Negra	Portugal	Serie	Prime	VOD
10	Codex 632	Portugal	Serie	Globoplay	VOD

---



## URUGUAY

Los canales de televisión en abierto incluidos en la muestra de Obitel Uruguay en 2023 son Canal 4, Saeta (Canal 10) y Teledoce (Canal 12) y los públicos, Televisión Nacional de Uruguay y TV Ciudad (ver cuadro introducción 2.1). Según datos de Kantar Ibope Media, los canales con más audiencia son Saeta (5,6%), Teledoce (4,9%) y Canal 4 (3,7%). La audiencia conjunta de los canales incluidos en el estudio representa el 13,7% y la cuota de pantalla el 50,3%.

En 2023, los géneros audiovisuales al que más tiempo dedicaron los canales uruguayos de la muestra fueron los informativos (28,4%) y los de entretenimiento (24%). La ficción aportó un 11,5% del tiempo de emisión en dicho año y en el periodo 2019-2023 el promedio es del 17,4% (cuadro 2.67).

*Cuadro 2.67*  
*Porcentaje de tiempo de emisión de cada género en canales de televisión uruguayos*

Géneros	2019	2020	2021	2022	2023	Promedio
Ficción	25,8	20,4	17,1	12,2	11,5	17,4
Información	27,2	30,5	29,0	30,8	28,4	29,2
Entretenimiento	22,5	28,8	27,6	27,5	24,0	26,1
Deportivo	2,2	2,0	2,6	5,8	4,6	3,4
Servicio (infoe)	11,3	7,4	14,1	12,1	19,1	12,8
Otros	11,0	10,9	9,6	11,6	12,4	11,1
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

Los canales uruguayos de televisión en 2023 estrenaron 16 títulos de ficción de estreno (1.031 horas de emisión). Respecto a la distribución por su origen, se difundieron siete títulos brasileños, dos chilenos, dos mexicanos, dos uruguayos, uno argentino, uno español y uno estadounidense. El tiempo de programación de los títulos brasileños supone el 46,5% y el de los chilenos el 21,5% (cuadro 2.68).

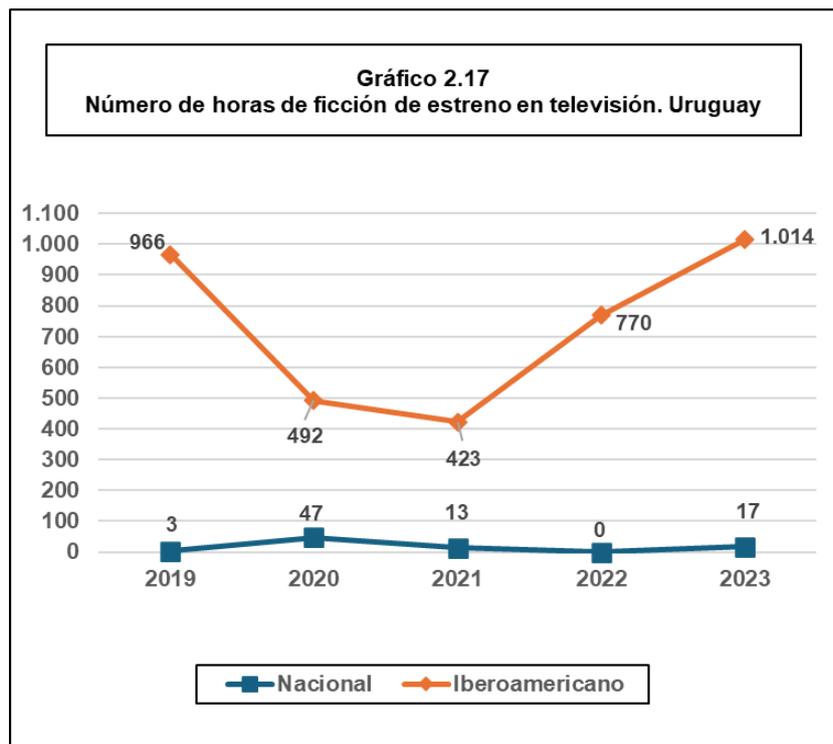
*Cuadro 2.68*  
*Ficción de estreno en televisión por países de origen en Uruguay. Año 2023*

País	Títulos	Horas
Argentina	1	130
Brasil	7	479
Chile	2	222

Colombia	0	0
Ecuador	0	0
España	1	30
EE.UU.	1	88
México	2	65
Perú	0	0
Portugal	0	0
Uruguay	2	17
Venezuela	0	0
Otros	0	0
<b>Total</b>	<b>16</b>	<b>1.031</b>

La evolución del tiempo de difusión de ficción nacional en el quinquenio 2019-2023 muestra un máximo de 47 horas en 2020 y el mínimo en 2022 con ninguna serie nacional estrenada (gráfico 2.17).

La ficción iberoamericana de estreno sigue otra tendencia, con un máximo en 2023 (1.014 horas) y un mínimo en 2021 (423 horas). La evolución conjunta refrenda los datos anteriores, con el máximo en 2023 (1.031 horas) y el mínimo en 2021 (436 horas).



La ficción acumulada de estreno en el periodo 2019-2023 en Uruguay refleja el dominio de la producción brasileña, con un 47% de los títulos y casi un 56% de las horas de programación. Por su parte la ficción uruguaya acumuló un 6,9% de los títulos y un 2,1% del total de horas de difusión (cuadro 2.69).

Otros países con ficción de estreno en los canales uruguayos son: Argentina (11,5% de títulos y 9,4% de horas), México (13,8% de títulos y 8,5% de horas), España (9,2% de títulos y 5,9% de horas), Chile (8% de títulos y 13,2% de horas) y Estados Unidos (3,4% de títulos y 5,2% de horas).

Cuadro 2.69

*Ficción acumulada de estreno en canales de televisión por países de origen en Uruguay. Periodo 2019-2023*

País	Títulos	%	Horas	%
Argentina	10	11,5	352	9,4
Brasil	41	47,1	2.087	55,7
Chile	7	8,0	493	13,2
Colombia	0	0,0	0	0,0
Ecuador	0	0,0	0	0,0
España	8	9,2	220	5,9
EE.UU.	3	3,4	193	5,2
México	12	13,8	320	8,5
Perú	0	0,0	0	0,0
Portugal	0	0,0	0	0,0
Uruguay	6	6,9	80	2,1
Venezuela	0	0,0	0	0,0
Otros	0	0,0	0	0,0
<b>Total</b>	<b>87</b>		<b>3.745</b>	

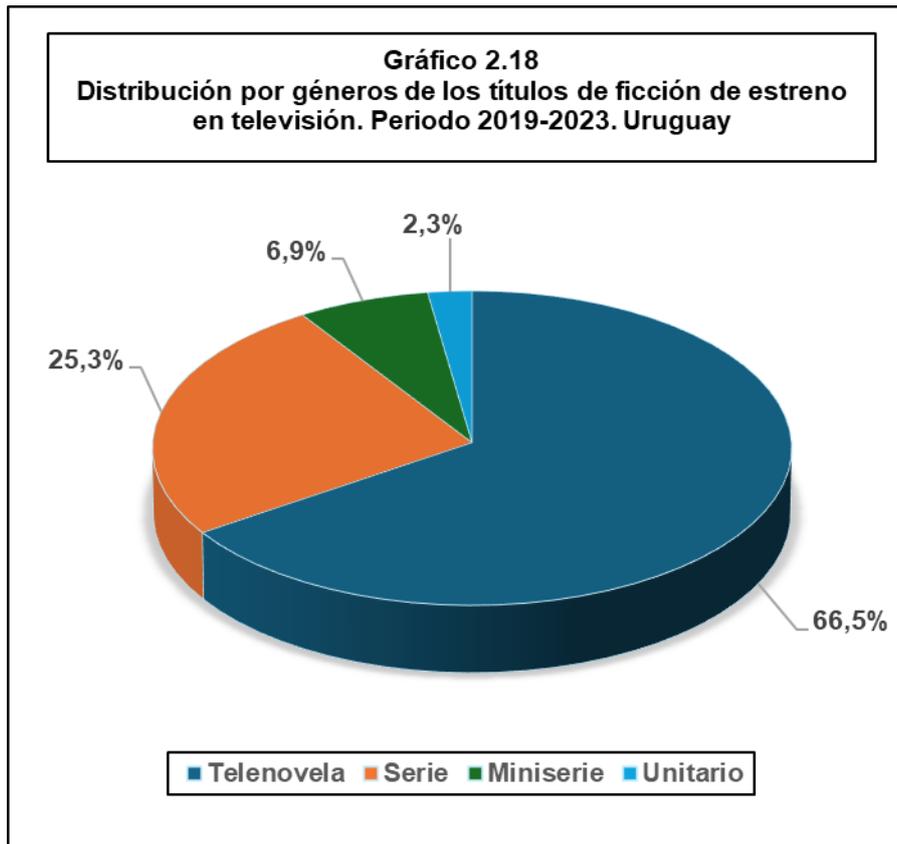
La distribución de los géneros televisivos de los títulos de estreno en 2023 refleja el dominio de las telenovelas, con 13 títulos y 984 horas de programación, frente a las series que solo registran dos títulos y 43 horas (cuadro 2.70).

Cuadro 2.70

*Distribución de la Ficción de estreno en canales de televisión por su origen en Uruguay. Año 2023*

Géneros	Nacional		Iberoamericana	
	Títulos	Horas	Títulos	Horas
Telenovela	0	0	13	984
Serie	1	13	1	30
Unitario	1	4	0	0
<b>Total</b>	<b>2</b>	<b>17</b>	<b>14</b>	<b>1.014</b>

En el periodo 2019-2023, la distribución acumulada de los títulos de la ficción de estreno en los canales es la siguiente: 66,5% telenovelas, 25,3% series convencionales y 6,9% miniseries (gráfico 2.18).



Los canales representados en el ranking de audiencia son Teledoce (8 emisiones), Saeta (una emisión) y Canal 4 (una emisión). Las producciones con más audiencia son las producciones brasileñas *Pantanal* (8,0%), *Travesía* (7,7%) y *Solo confía* (6,9%). En el sexto puesto del top-10 se sitúa una emisión del unitario uruguayo *Temporario*, con un 6% de audiencia (cuadro 2.71).

En este ranking, también hay una emisión de una serie estadounidense (*Café con aroma de mujer*), dos mexicanas (*La Madrastra* y *Los ricos también lloran*) y una chilena (*La ley de Baltazar*).

*Cuadro 2.71*  
*Ranking de audiencia de la Ficción. Año 2023. Uruguay*

N.	Título	País	Canal	Audiencia	Share
1	Pantanal	Brasil	Teledoce	8,0	16,7
2	Travesía	Brasil	Teledoce	7,7	18,9
3	Solo confía	Brasil	Teledoce	6,9	17,7
4	Café con aroma de mujer	EE.UU.	Teledoce	6,7	17,4
5	Solo se vive dos veces	Brasil	Teledoce	6,3	16,4
6	Temporario T2	Uruguay	Saeta	6,0	12,8
7	La Madrastra	México	Teledoce	5,7	15,6
8	Los ricos también lloran	México	Teledoce	5,3	15,7
9	La ley de Baltazar	Chile	Canal 4	5,1	10,5
10	Más que una ilusión	Brasil	Teledoce	4,9	14,2

El estudio de la ficción de estreno de Uruguay en 2023 finaliza con la relación de títulos difundidos en televisión en abierto (cuadro 2.72).

**Cuadro 2.72**  
*Títulos de estreno de ficción iberoamericana en 2023. Uruguay*

N.	Título	Origen	Género	Canal	Difusión
1	Temporario 2	Uruguay	Unitario	Saeta	TV
2	Alí Socrates	Uruguay	Serie	Canal 5	TV
3	Café con aroma de mujer	EE.UU., Colombia	Telenovela	Teledoce	TV
4	La Madrastra	México	Telenovela	Teledoce	TV
5	Los ricos también lloran	México	Telenovela	Teledoce	TV
6	Más que una ilusión	Brasil	Telenovela	Teledoce	TV
7	Orgullo y pasión	Brasil	Telenovela	Teledoce	TV
8	Pantanal	Brasil	Telenovela	Teledoce	TV
9	Solo confía	Brasil	Telenovela	Teledoce	TV
10	Solo se vive dos veces	Brasil	Telenovela	Teledoce	TV
11	Travesía	Brasil	Telenovela	Teledoce	TV
12	Juegos de poder	Chile	Telenovela	Canal 4	TV
13	La Ley de Baltazar	Chile	Telenovela	Canal 4	TV
14	Oro verde	Brasil	Telenovela	Canal 4	TV
15	Tierra de amor y venganza	Argentina	Telenovela	Canal 4	TV
16	Vivir sin permiso	España	Serie	Canal 5	TV
N.	Título	Origen	Género	Canal	Difusión
1	Barrabrava	Argentina, Uruguay	Serie	Prime	VOD



## VENEZUELA

Los canales privados de televisión en abierto de Venezuela incluidos en la muestra de Obitel 2023, son: Canal I, Globovision, La Tele Tuya (TLT), Meridiano televisión, Televen, TV Familia, Vale TV, Venevision y Vepaco TV. A estos hay que sumar 11 canales públicos. Los canales con más cuota de pantalla son Venevision (34,4%) y Televen (32,3%).

Los géneros audiovisuales a los que más tiempo dedicaron el conjunto de canales venezolanos son la información (47,5%), los programas de entretenimiento (23%) y la ficción (21,1%). En el periodo 2019-2023, el promedio de la ficción es el 30,2% y el del entretenimiento casi del 29% (cuadro 2.73).

*Cuadro 2.73*  
*Porcentaje de tiempo de emisión dedicado a cada género en canales de televisión. Periodo 2019-2023. Venezuela*

Géneros	2019	2020	2021	2022	2023	Promedio
Ficción	22,1	41,6	34,4	31,6	21,1	30,2
Información	13,6	10,0	12,7	32,5	47,5	23,3
Entretenimiento	38,3	21,4	32,6	29,1	23,0	28,9
Cultural	8,6	3,5	6,1	0,0	0,4	3,7
Deportivo	1,3	0,4	1,3	0,7	4,0	1,5
Otros	16,1	23,1	12,9	6,1	4,0	12,4
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

Los canales venezolanos de televisión en 2023 suman 30 títulos de ficción de estreno y 1.882 horas de programación. Respecto a la distribución de títulos por su origen, se difundieron 11 títulos mexicanos, seis colombianos, tres brasileños, dos argentinos, dos chilenos, dos españoles, dos estadounidenses, uno portugués y uno venezolano. El tiempo de programación de los títulos mexicanos de estreno supone casi el 39% respecto al total, los brasileños representan el 23,5% y los colombianos el 16,2% (cuadro 2.74).

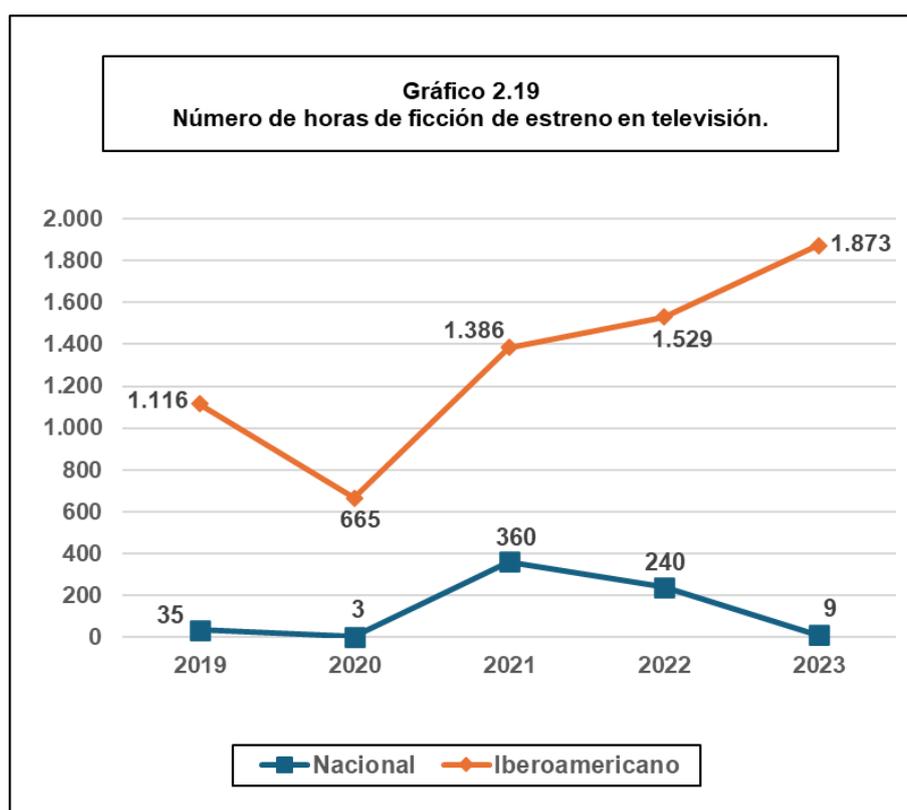
*Cuadro 2.74*  
*Ficción de estreno por países de origen en canales de televisión. Año 2023. Venezuela*

País	Títulos	Horas
Argentina	2	10
Brasil	3	444
Chile	2	125
Colombia	6	305

Ecuador	0	0
España	2	155
EE.UU.	2	14
México	11	728
Perú	0	0
Portugal	1	92
Uruguay	0	0
Venezuela	1	9
Otros	0	0
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>1.882</b>

La evolución del tiempo de difusión de ficción nacional en el periodo 2019-2022 muestra un mínimo en 2020 (3 horas) y un máximo en 2021 (360 horas). La ficción iberoamericana de estreno sigue un patrón diferente, con un mínimo en 2020 (665 horas) y el máximo se produce en 2023 (1.873 horas).

La evolución conjunta pone de manifiesto que a partir de 2021 el volumen de programación supera la barrera de 1.700 horas e incluso en 2023 rebasa las 1.800 horas de ficción de estreno (gráfico 2.19).



La ficción acumulada de estreno en el periodo 2019-2023 en Venezuela refleja el dominio de la producción mexicana, con un 37,1% de los títulos de estreno y un 34,2% de las horas totales de programación, y la ficción colombiana, con unos porcentajes en torno al 30% de los títulos y horas de programación. Por su parte la ficción venezolana acumuló un 8,2% de los títulos y un 9% de horas de difusión (cuadro 2.75).

**Cuadro 2.75**  
*Ficción acumulada de estreno por países de origen en canales de televisión. Periodo 2019-2023. Venezuela*

País	Títulos	%	Horas	%
Argentina	5	5,2	206	2,9
Brasil	8	8,2	1.140	15,8
Chile	2	2,1	125	1,7
Colombia	30	30,9	2.174	30,1
Ecuador	0	0,0	0	0,0
España	2	2,1	155	2,1
EE.UU.	5	5,2	208	2,9
México	36	37,1	2.469	34,2
Perú	0	0,0	0	0,0
Portugal	1	1,0	92	1,3
Uruguay	0	0,0	0	0,0
Venezuela	8	8,2	647	9,0
Otros	0	0,0	0	0,0
<b>Total</b>	<b>97</b>		<b>7.216</b>	

La distribución de la ficción iberoamericana de estreno en el periodo 2019-2023 refrenda el dominio de los canales en abierto Televen y Venevision, con 52 y 38 títulos estrenados, respectivamente (cuadro 2.76).

**Cuadro 2.76**  
*Distribución de los títulos de Ficción iberoamericana de estreno en los canales de televisión en abierto. Venezuela*

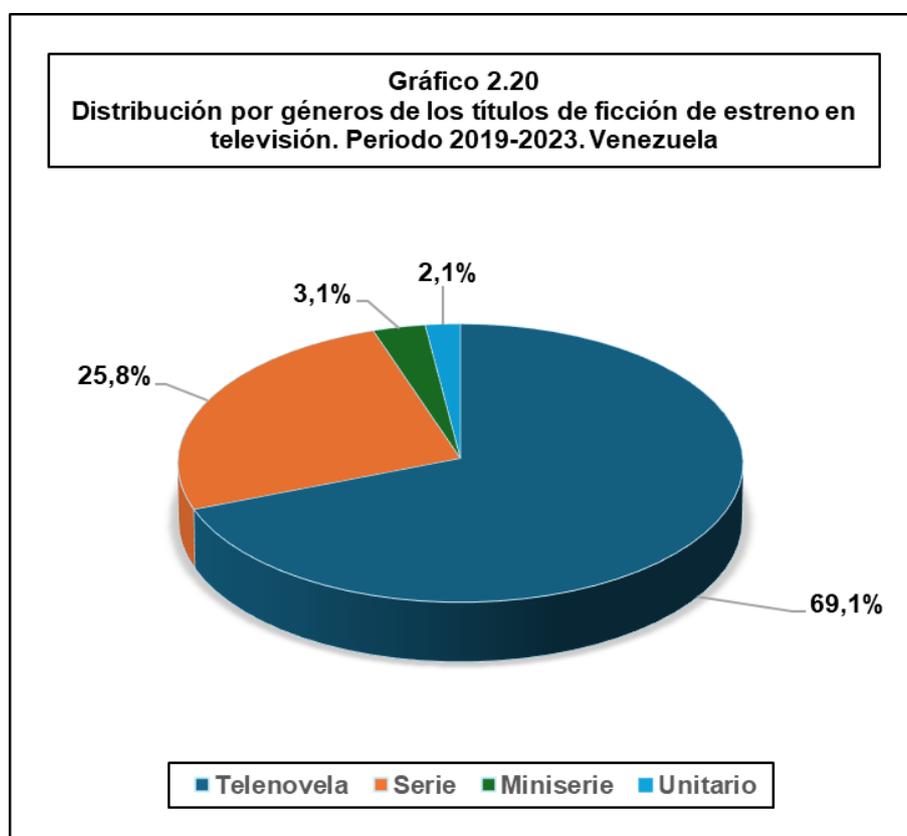
Canal	2019	2020	2021	2022	2023	Total
Televen	9	8	13	10	12	52
Venevision	8	4	5	9	12	38
TVES	1	0	0	0	0	1
La Tele Tuya	0	0	0	0	6	6
<b>Total</b>	<b>18</b>	<b>12</b>	<b>18</b>	<b>19</b>	<b>30</b>	<b>97</b>

La distribución de los géneros televisivos de los títulos de estreno en 2022, en los canales de televisión venezolanos, pone de manifiesto el dominio de las telenovelas iberoamericanas con 16 títulos y 1.395 horas de emisión, mientras que las series convencionales suman 10 títulos (uno nacional) y 455 horas de programación (cuadro 2.77).

**Cuadro 2.77**  
*Distribución de la Ficción de estreno en canales de televisión por su origen. Año 2023. Venezuela*

Género	Nacional		Iberoamericana	
	Títulos	Horas	Títulos	Horas
Telenovela	0	0	16	1.395
Serie	1	9	9	446
Miniserie	0	0	2	27
Unitario	0	0	2	14
<b>Total</b>	<b>1</b>	<b>9</b>	<b>29</b>	<b>1.882</b>

En el periodo 2019-2023, la distribución acumulada de los títulos de la ficción de estreno en los canales de televisión venezolanos es la siguiente: 69,1% telenovelas y 25,8% series convencionales (gráfico 2.20).



El canal de televisión venezolano representado en el ranking de audiencia es Venevision (5 emisiones). Por países de origen, tres emisiones son mexicanas (*La Rosa de Guadalupe*, *Mi secreto* y *Papá a toda madre*) y dos son brasileñas (*Querer sin límites* e *Imperio*). (cuadro 2.78)

*Cuadro 2.78*

*Ranking de audiencia de la Ficción. Año 2023. Venezuela*

N.	Título	País	Canal	Audiencia	Share
1	Querer sin límites	Brasil	Venevision	-	-
2	La Rosa de Guadalupe	México	Venevision	-	-
3	Mi secreto	México	Venevision	-	-
4	Papá a toda madre	México	Venevision	-	-
5	Imperio	Brasil	Venevision	-	-

El estudio de la ficción de estreno de Venezuela en 2023 finaliza con la relación de títulos iberoamericanos difundidos en televisión en abierto y en VoD (cuadro 2.79).

Cuadro 2.79

*Títulos de ficción iberoamericana de estreno en 2023. Venezuela*

N.	Título	Origen	Género	Canal	Difusión
1	Dramáticas	Venezuela	Serie	Venevisión	TV
2	Isla Paraíso	Chile	Telenovela	La Tele Tuya	TV
3	Juncal	España	Serie	La Tele Tuya	TV
4	Sabuesos	España	Serie	La Tele Tuya	TV
5	Vida y pasión - Paixão	Portugal	Serie	La Tele Tuya	TV
6	Amores que engañan	EE.UU., México	Unitario	La Tele Tuya	TV
7	Historias de diván	Argentina, Uruguay	Telenovela	La Tele Tuya	TV
8	Café con Aroma de Mujer	Colombia, EE.UU.	Telenovela	Televen	TV
9	Corona de Lágrimas 2	México	Telenovela	Televen	TV
10	El Rey, Vicente Fernández	Colombia	Miniserie	Televen	TV
11	Entre sombras	Colombia	Miniserie	Televen	TV
12	La Desalmada	México	Telenovela	Televen	TV
13	La Herencia. Un Legado de Amor	México	Telenovela	Televen	TV
14	La Ley del Corazón 2	Colombia	Telenovela	Televen	TV
15	La Madrastra	México	Serie	Televen	TV
16	La Reina del Flow 2	Colombia	Serie	Televen	TV
17	Los Archivos del Cardenal	Chile	Serie	Televen	TV
18	Los Ricos también lloran	México	Telenovela	Televen	TV
19	Tu voz estéreo	Colombia	Serie	Televen	TV
20	Amo despertar contigo	México	Telenovela	Venevisión	TV
21	Go! Vive a tu manera	Argentina	Serie	Venevisión	TV
22	Imperio	Brasil	Telenovela	Venevisión	TV
23	La mexicana y el güero	México	Telenovela	Venevisión	TV
24	La Rosa de Guadalupe	México	Unitario	Venevisión	TV
25	Mi secreto	México	Telenovela	Venevisión	TV
26	Papá a toda madre	México	Telenovela	Venevisión	TV
27	Querer sin límites	Brasil	Telenovela	Venevisión	TV
28	SOS me estoy enamorando	México	Telenovela	Venevisión	TV
29	Totalmente Diva	Brasil	Telenovela	Venevisión	TV
30	Los Elegidos	EE.UU.	Serie	Venevisión	TV
N.	Título	Origen	Género	Canal	Difusión
1	Dramáticas	Venezuela	Serie	Hispano TV	VOD



Identificamos  
tus Obras

**aribsan**

Agencia Iberoamericana  
del Registro ISAN

Luis Buñuel, 2. 3.º  
Edificio EGEDA  
Ciudad de la Imagen  
Pozuelo de Alarcón  
28223 Madrid

Teléfono: (34) 2 512 16 10  
Fax: (34) 91 512 16 19

correo@aribsan.org  
www.aribsan.org





# ARTÍCULO 4

Inteligencia Artificial y sector audiovisual



# ARTÍCULO 4

## Inteligencia Artificial y sector audiovisual

Eduardo de la Parra Trujillo

La Inteligencia Artificial es una tecnología que presenta muchos retos para el sector audiovisual, pero también grandes oportunidades. Por eso es importante conocer su situación, actual en especial en temas de propiedad intelectual.

### 1. Entrenamiento (*inputs*)

Asimismo, la Inteligencia Artificial es una gran tecnología que potencia mucho la creatividad y abarata costos de producción, pero también presenta grandes amenazas. Una de estas, es el entrenamiento no autorizado de inteligencias artificiales con base en obras audiovisuales protegidas por derechos de autor.

Las inteligencias artificiales necesitan ser entrenadas para poder funcionar, en especial las que son inteligencias artificiales generativas. Para este entrenamiento, se sirven de miles, si no es que, de millones, de obras para poder generar diversos contenidos o resultados de salida.

El problema aquí es que se trata de reproducciones que están controladas por derechos de autor y que no han sido debidamente autorizadas, ni remuneradas. El entrenamiento no es otra cosa que realizar diversas copias temporales o transitorias, por parte de estas tecnologías. El argumento que plantean los desarrolladores de inteligencia artificial es que resulta poco práctico, y muy costoso, buscar a todos los titulares de derechos y negociar con ellos una licencia para pagar el uso de sus obras audiovisuales en los procesos de entrenamiento.

Sin embargo, frente a tal objeción debemos recordar la figura de la gestión colectiva de derechos, misma que aplica, precisamente, cuando es imposible que en el mercado se den licenciamientos individuales de obras. En estos casos se puede acudir ante una sociedad de gestión colectiva que otorgará la correspondiente licencia. Esta puede ser la solución al reto que significa el entrenamiento de inteligencias artificiales.

Así, para el uso de obras audiovisuales en el entrenamiento de las inteligencias artificiales, a lo largo del mundo existen diversos proyectos legislativos, que plantean el licenciamiento colectivo,

como una sana solución, porque por un lado, no se impide el desarrollo tecnológico y que las inteligencias artificiales pueden seguir entrenándose; pero por otro, lado también se cumplen con los principios en materia de derechos de autor y se genera una remuneración a cambio de un uso lucrativo de obras audiovisuales, previa autorización.

Esto es muy relevante porque, como es sabido, la mayoría de las inteligencias artificiales a lo largo del mundo han sido entrenadas sin la autorización de los titulares de derechos sobre las obras que usan, y como consecuencia, están actuando ilícitamente.

De hecho, se sabe que muchos desarrolladores de Inteligencia Artificial han acudido a sitios piratas o a torrents para acceder a las obras y entrenar sus modelos.

Esperemos que pronto fructifiquen esas iniciativas legislativas, y el licenciamiento colectivo (a través de un sistema de gestión colectiva necesaria u obligatoria) sea una realidad en beneficio de los productores audiovisuales.

## 2. Contenidos derivados (*outputs*)

Otro tema muy importante en la materia es el relativo a si los resultados de salida o contenidos generados por inteligencia artificial constituyen o no obras protegidas por derechos de autor.

Sobre esto hay una gran discusión a lo largo del mundo y hay diversas sentencias. La tendencia es considerar que, si no hay mayor creatividad, y solo se hace un *prompt* o instrucción simple, el resultado no está protegido por derechos de autor (contenido creado *por* Inteligencia Artificial). Por el contrario, si hay una aportación creativa relevante por parte de quien va dirigiendo al sistema de inteligencia artificial y va generando los resultados, entonces estos estarán protegidos por derechos de autor, por satisfacerse el requisito de originalidad (contenido creado *con* Inteligencia Artificial).

Tema similar y muy vinculado al anterior, es el relativo a qué sucede cuando estos resultados de salida o contenidos generados por inteligencia artificial violan derechos de autor previos, ya sea porque sean obras derivadas o incluso plagios. Es decir, los resultados muestran contenidos como personajes, escenas, etcétera, de obras audiovisuales preexistentes, sin la debida autorización.

En estos casos la tendencia es considerar que sí hay una violación a derechos de autor, en particular al derecho patrimonial de transformación. Y como consecuencia, deben indemnizarse estas violaciones a derechos, así como fincarse las correspondientes sanciones.

## 3. Conclusiones

En el sector audiovisual, debemos estar pendientes de los desarrollos legislativos y jurisprudenciales en materia de Inteligencia Artificial, porque es un campo que promete muchas sorpresas y un avance vertiginoso, tanto en lo jurídico como en lo económico.



## 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.



# CAPÍTULO III

El cine iberoamericano más allá de sus fronteras



## CAPÍTULO III

# El cine iberoamericano más allá de sus fronteras

Por Departamento de Reparto de EGEDA

### PANORAMA CINEMATOGRAFICO MUNDIAL

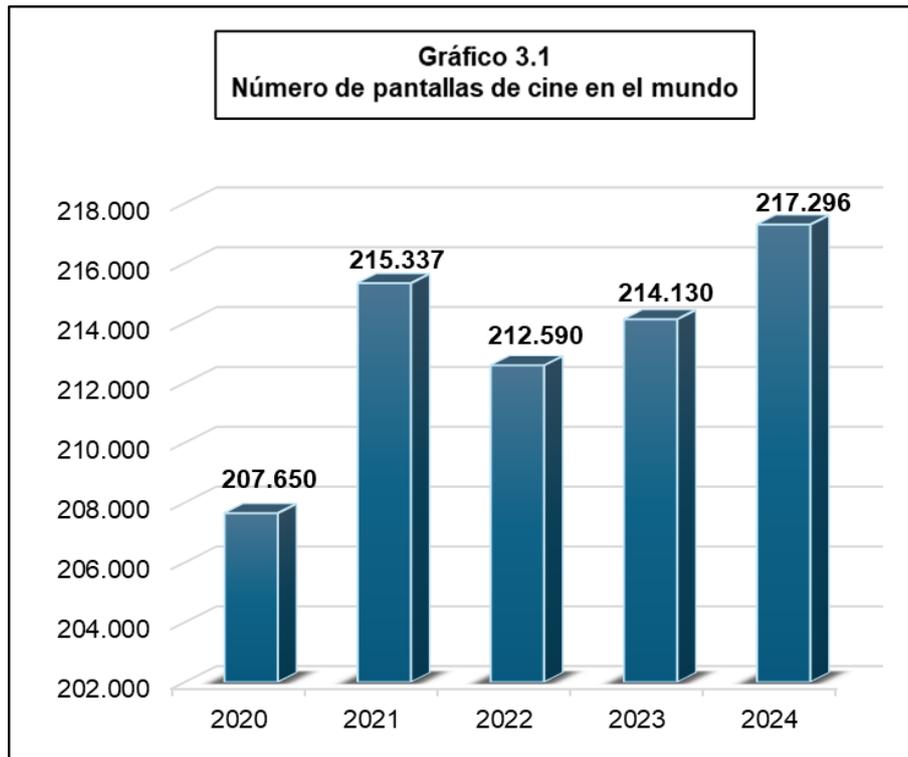
El *Panorama Audiovisual Iberoamericano 2025* utiliza para el estudio de la exhibición del cine iberoamericano en diferentes mercados del mundo, la información suministrada por ComScore-Rentrak y el anuario *Marché du Film (Focus)* publicado por el Observatorio Europeo del Audiovisual.

La asistencia a los cines en el mundo en 2024 suma 4.765 millones de espectadores y más de 28.000 millones de dólares de ingresos. El número de salas de cine rebasa las 217.000, las producciones estrenadas suman 8.107, la frecuencia anual de asistencia por habitante se sitúa en 0,6 películas, el precio medio de la entrada es de 5,9 dólares (cuadro 3.1).

*Cuadro 3.1*  
*Panorama cinematográfico mundial*

Datos	2020	2021	2022	2023	2024
Población (millones)	7.887	7.954	8.021	8.091	8.161
Pantallas	207.650	215.337	212.590	214.130	217.296
Ingresos cine (millones USD)	10.091	17.956	24.607	30.959	28.131
Espectadores cine (millones)	1.855	3.242	4.113	5.223	4.765
Producciones estrenadas	5.076	6.634	7.561	7.648	8.107
Asistencia anual por habitante	0,2	0,4	0,5	0,6	0,6
Importe entrada (USD)	5,4	5,5	5,9	5,9	5,9

La evolución de las salas de exhibición cinematográfica registra su mínimo en 2020, con 207.650 y un máximo en 2024 con casi 10.000 pantallas más que en dicho año. En los 2021, 2022 y 2023 el número de salas se mantuvo en un rango situado entre 212.000 y 215.000 establecimientos (gráfico 3.1).



En 2024 dos estrenos superaron los 1.000 millones de dólares de ingresos y otras seis rebasaron la barrera de los 500 millones. La cuota de mercado del top-10 mundial supuso un 29,6% de los espectadores totales (1.412 millones de espectadores). Por otra parte, el top-25 está compuesto por 20 películas estadounidenses, cuatro estrenos procedentes de China y una producción británica (en coproducción con Estados Unidos).

El estreno con más éxito en 2024 es *Inside out 2* con 287,8 millones de espectadores y casi 1.700 millones de dólares de ingresos. En segunda posición del ranking, *Deadpool & Wolverine* con 226,7 millones de espectadores y 1.337,3 millones de dólares. Completa el podio, *Despicable me 4* con 164,2 millones de espectadores y 968,5 millones de dólares de ingresos (cuadro 3.2).

Cuadro 3.2

Ranking mundial de estrenos cinematográficos (est. 5,9\$). Año 2024

N.	Título	Origen	Espectadores (mll.)	Ingresos (mll.\$)
1	Inside out 2	USA	287,8	1.697,9
2	Deadpool & Wolverine	USA	226,7	1.337,3
3	Despicable me 4	USA	164,2	968,5
4	Moana 2	USA	151,7	895,1
5	Dune: Part two	USA	119,8	706,7
6	Wicked	USA	108,3	638,9
7	Godzilla x Kong: The New Empire	USA	96,3	568,4
8	Kung Fu Panda 4	USA	92,8	547,4
9	YOLO	China	83,4	492,1
10	Pegasus 2 CN	China	81,4	480,2
11	Venom: The last dance	USA	80,5	474,8
12	Successor	China	78,4	462,6

13	Beetlejuice, Beetlejuice	USA	76,2	449,5
14	Gladiator II	UK	73,7	434,9
15	Bad Boys: Ride or die	USA	67,8	400,3
16	Kingdom of the Planet of the Apes	USA	67,3	397,1
17	Twisters	USA	62,6	369,5
18	Alien: Romulus	USA	59,4	350,7
19	It ends with us	USA	59,2	349,5
20	Article 20	China	58,6	345,7
21	Mufasa: The Lion King	USA	56,8	335,0
22	The Wild Robot	USA	54,8	323,5
23	Boonie Bears: Time Twist	USA	48,0	283,2
24	A quiet place: Day one	USA	44,2	260,8
25	The Garfield movie	USA	43,2	254,7

La evolución de la asistencia a las salas cinematográficas en el periodo 2020-2024 muestra un máximo de 5.223 millones de espectadores en 2023 y un mínimo de 1.855 millones en 2020. En el último año del periodo la venta de entradas en cines se sitúa en 4.765 millones (gráfico 3.2).



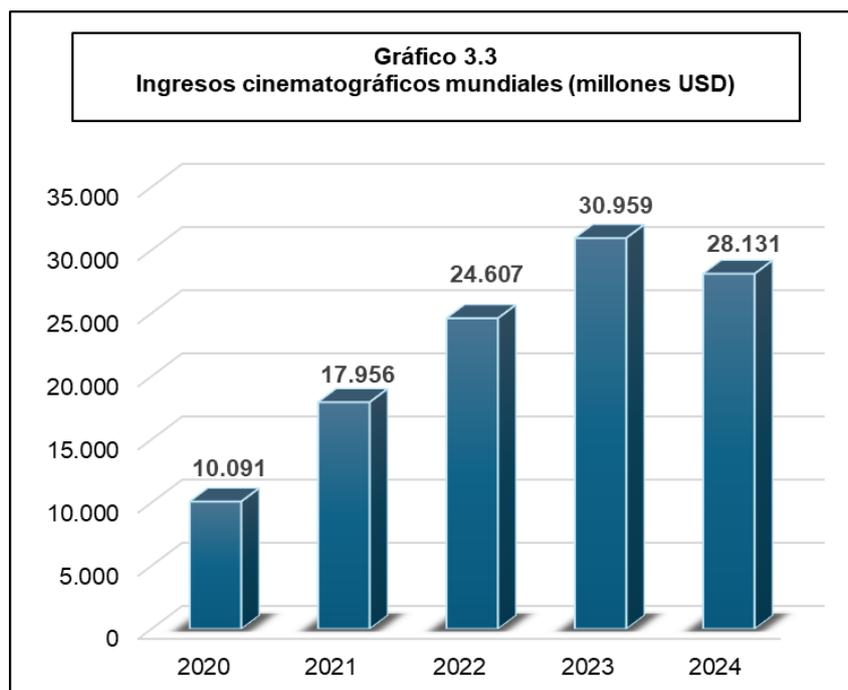
El top-20 mundial de estrenos iberoamericanos en 2024 ordenado por los ingresos en los cines está compuesto por once películas españolas, cinco brasileñas y cuatro mexicanas. El ranking está liderado por la película mexicana *Parpadea dos veces* con 7,7 millones de espectadores y 45,5 millones de dólares de ingresos, seguida de la producción española *Padre no hay más que uno 4*, con 2,4 millones de espectadores y 14,5 millones de dólares, de la también española *La habitación de al lado*, con 1,9 millones de espectadores y 11,7 millones de dólares y de la película brasileña *Ainda estou aqui*, con 3 millones de entradas vendidas y 11,6 millones de dólares de ingresos (cuadro 3.3).

Cuadro 3.3

Ranking mundial de estrenos iberoamericanos. Año 2024

N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Parpadea dos veces	México	7.718.835	45.541.125
2	Padre no hay más que uno 4	España	2.464.850	14.542.615
3	La habitación de al lado	España	1.993.051	11.759.002
4	Ainda estou aqui	Brasil	3.033.992	11.617.534
5	Robot Dreams	España	1.659.561	9.791.412
6	La infiltrada	España	1.496.950	8.832.005
7	Buffalo Kids	España	1.380.612	8.145.613
8	Os Farofeiros 2	Brasil	1.907.848	7.314.726
9	Nosso Lar 2	Brasil	1.645.608	6.517.986
10	Dragonkeeper	España	1.013.618	5.980.347
11	Odio el verano	España	818.250	5.637.938
12	El candidato honesto	México	1.656.091	5.260.012
13	O auto da compadecida 2	Brasil	1.375.069	4.970.128
14	El Roomie	México	1.273.740	4.682.267
15	El arca de Noé	Brasil	747.157	4.408.228
16	La familia Benetón	España	622.534	4.400.468
17	Ocho Apellidos Marroquí	España	602.899	4.386.612
18	Hasta el fin del mundo	México	743.256	4.385.212
19	200% Lobo	España	633.906	3.740.046
20	El 47	España	595.816	3.515.314

La evolución mundial de los ingresos por la venta de entradas en las salas de cine de todo el mundo, en el periodo 2020-2024, muestra una tendencia parecida a la de la asistencia, con un mínimo de 10.091 millones de dólares en 2020 y un máximo de casi 31.000 millones en 2023. En el último año de este periodo, los ingresos se sitúan en 28.131 millones de dólares (gráfico 3.3).



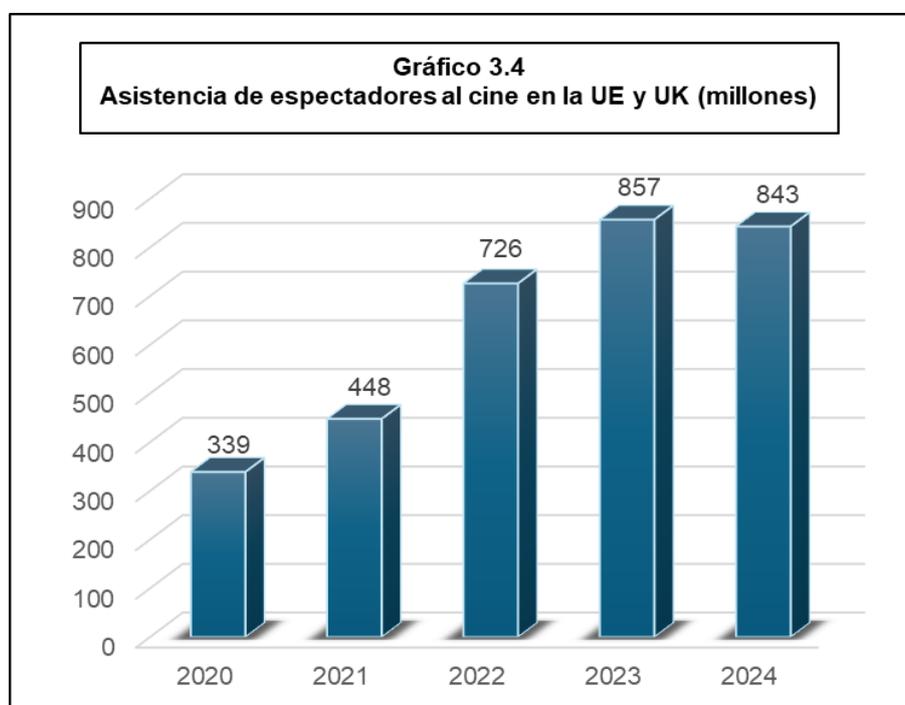
## EL CINE IBEROAMERICANO EN EUROPA

La asistencia a los cines en la Unión Europea y Reino Unido en 2024 suma 843 millones de espectadores y 7.204 millones de dólares de recaudación. El número de pantallas de cine se estabiliza en torno a las 36.000, la cuota del cine europeo se sitúa casi en el 33%, la frecuencia anual de asistencia es de 1,1 películas por habitante y el precio medio de la entrada asciende a 8,5 dólares (cuadro 3.4).

**Cuadro 3.4**  
*Panorama cinematográfico en Europa (UE y UK)*

Datos	2020	2021	2022	2023	2024
Población (millones)	749	748	746	745	745
Pantallas cinematográficas	34.436	32.485	32.864	36.103	36.719
Ingresos cine (millones USD)	2.641	3.771	5.761	7.260	7.204
Espectadores cine (millones)	339	448	726	857	843
Cuota cine europeo (%)	40,6	26,5	29,8	27,2	32,8
Producciones (Films+Docs)	1.649	2.076	2.355	2.377	2.514
Importe entrada (USD)	7,8	8,4	8,0	8,4	8,5
Asistencia anual por habitante	0,4	0,5	1,0	1,2	1,1

La evolución de la asistencia a las salas cinematográficas en el periodo 2020-2024 en la Unión Europea y Reino Unido muestra un máximo de 857 millones de espectadores en 2023 y un mínimo de 339 millones de espectadores en 2020. En el último año del periodo la venta de entradas en los cines de Europa se sitúa en 843 millones (gráfico 3.4).



El top-25 en Europa en 2024 está conformado por 21 estrenos estadounidenses, dos franceses y dos británicos (ambos en coproducción con Estados Unidos). La cuota de mercado del top-10 de este

ranking supuso el 27,7% de los espectadores cinematográficos totales (233,4 millones). En cuanto al volumen de entradas vendidas, el estreno con más éxito supera los 50 millones de espectadores, otro rebasa los 30 millones y otros dos superan los 25 millones de espectadores (cuadro 3.5).

El ranking está liderado por *Inside out 2* con 50,7 millones de espectadores, seguida de *Despicable me 4*, con más de 31 millones de entradas vendidas; *Deadpool & Wolverine* con 29,5 millones; *Moana 2* con 28,3 y *Dune: Part two* con 23,4 millones de espectadores. Las dos producciones europeas con más éxito son la británica *Gladiator II* (17 millones) y la francesa *Un p'tit truc en plus* (11,6 millones).

**Cuadro 3.5**  
**Ranking europeo de estrenos cinematográficos. Año 2024**

N.	Título	Origen	Espectadores	Mercados
1	Inside out 2	USA	50.797.593	31
2	Despicable me 4	USA	31.685.334	31
3	Deadpool & Wolverine	USA	29.549.618	31
4	Moana 2	USA	28.337.012	31
5	Dune: Part two	USA	23.479.780	31
6	Gladiator II	UK, USA	17.057.904	31
7	Kung Fu Panda 4	USA	16.076.262	31
8	Wicked	USA	12.490.843	31
9	Mufasa: The Lion King	USA	12.252.215	31
10	It ends with us	USA	11.747.904	31
11	Un p'tit truc en plus	FR	11.679.391	15
12	Le Comte de Monte-Cristo	FR	10.578.098	21
13	Venom: The last dance	USA	10.226.375	31
14	Beetlejuice, Beetlejuice	USA	10.144.126	31
15	The Wild Robot	USA	9.810.453	31
16	Wonka	UK, USA	9.483.489	31
17	Migration	USA	9.392.457	31
18	Kingdom of the Planet of the Apes	USA	8.600.147	31
19	Anyone but you	USA	8.412.070	31
20	The Garfield movie	USA	8.140.578	31
21	Bad Boys: Ride or Die	USA	8.127.997	31
22	Joker: Folie à deux	USA	7.336.825	31
23	Godzilla x Kong: The New Empire	USA	7.098.340	31
24	Alien: Romulus	USA	6.640.093	31
25	Bob Marley: One love	USA	6.502.652	30

El top-25 de estrenos europeos en Europa en 2024 está conformado por 11 películas británicas, seis francesas, tres turcas, dos alemanas, una española, una italiana y una polaca. En cuanto al volumen de entradas vendidas, aparte de las dos incluidas en el ranking cinematográfico, hay que reseñar que otras dos producciones superan los 9 millones de espectadores y otros tres estrenos los 5 millones (cuadro 3.6).

Las producciones con más éxito en los cines europeos, aparte de los anteriormente mencionados son la francesa *Le Comte de Monte-Cristo*, con 10,5 millones de espectadores, y la británica *Wonka*, con 9,4 millones. Aparte del dominio del cine francés y británico, hay que resaltar la presencia en este ranking de dos producciones alemanas, *Die Schule der magischen Tiere 3* y *Chantal im Märchenland*, ambas con más de 3 millones de entradas vendidas.

**Cuadro 3.6**  
**Ranking europeo de estrenos europeos. Año 2024**

N.	Título	Origen	Espectadores	Mercados
1	Gladiator II	R. Unido	17.057.904	31
2	Un p'tit truc en plus	Francia	11.679.391	15
3	Le Comte de Monte-Cristo	Francia	10.578.098	21
4	Wonka	R. Unido	9.483.489	31
5	Poor things	R. Unido	6.469.704	31
6	Paddington in Perú	R. Unido	5.179.385	7
7	L'amour ouf	Francia	5.075.064	4
8	Back to Black	R. Unido	4.885.605	31
9	One Life	R. Unido	4.461.897	26
10	The Zone of Interest	R. Unido	4.236.978	30
11	Cónclave	R. Unido	3.355.881	26
12	Die Schule der magischen Tiere 3	Alemania	3.285.999	3
13	The Substance	R. Unido	3.269.566	29
14	Chantal im Märchenland	Alemania	3.240.562	6
15	Le dernier jaguar	Francia	3.227.200	19
16	Akademia pana Kleksa	Polonia	2.925.907	1
17	Cocorico	Francia	2.836.152	13
18	Rafadan Tayfa 4: Hayrimatör	Turquía	2.596.019	6
19	Lee	R. Unido	2.547.756	24
20	C'è ancora domani	Italia	2.292.058	25
21	Lohusa	Turquía	2.270.114	8
22	Wicked Little Letters	R. Unido	2.257.816	17
23	Monsieur Aznavour	Francia	2.222.880	7
24	Padre no hay más que uno 4	España	2.179.045	1
25	Kolpaçino 4 4'lük	Turquía	2.153.994	8

El *Panorama Audiovisual Iberoamericano 2025* incluye un análisis específico del top-10 iberoamericano en los principales mercados europeos en 2024, a partir de la información suministrada por ComScore-Rentrak. Los mercados analizados son: Alemania, Austria, Francia, Italia, Países Bajos, Polonia, Reino Unido, Rusia y Turquía.

La muestra del top-10 abarca un total de 81 estrenos cinematográficos que se corresponden con 33 títulos, suma una asistencia conjunta de 5,3 millones de espectadores y 39,2 millones de dólares de ingresos. El 51,5% (17 títulos) del total se realizó en régimen de coproducción y, de éstas, tan solo tres títulos se produjeron entre países iberoamericanos (cuadro 3.7).

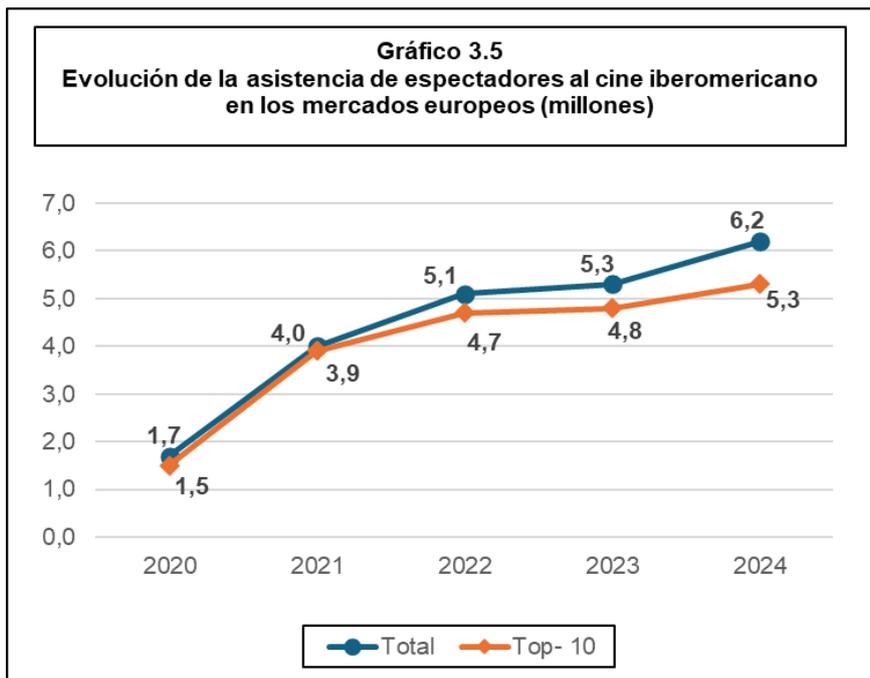
En cuanto a los géneros, 22 son obras de ficción o documentales y 11 son obras de animación. Las primeras acumulan 3,2 millones de espectadores y las segundas 2,1 millones. Finalmente, los estrenos de distribuidoras independientes acumulan 3,2 millones de espectadores y los de los Estudios americanos 2,1 millones. La única distribuidora de los Estudios es Warner (*Buffalo Kids*, *La habitación de al lado* y *Parpadea dos veces*).

Cuadro 3.7

*Datos de los estrenos iberoamericanos en mercados europeos. Año 2024*

Mercados incluidos en el estudio	9
Número de estrenos totales	247
Número de estrenos totales top-10	81
Espectadores totales cine iberoamericano	6.228.672
Ingresos totales cine iberoamericano (\$)	45.467.462
Espectadores top-10 cine iberoamericano	5.391.344
Ingresos top-10 de cine iberoamericano (\$)	39.286.729
Número de títulos de la muestra	33
Número de coproducciones	17
Coproducciones internacionales	14
Coproducciones iberoamericanas	3
Número de títulos estrenos ficción/documental	22
Número de títulos de animación	11
Espectadores títulos de ficción/documental	3.235.123
Espectadores títulos de animación	2.156.221
Ingresos títulos de ficción (\$)	26.691.889
Ingresos títulos de animación (\$)	12.594.840
Espectadores de distribuidoras independientes	3.219.234
Espectadores Estudios americanos	2.172.110
Ingresos de distribuidoras independientes (\$)	21.413.310
Ingresos Estudios americanos (\$)	17.873.419

La evolución de los espectadores del cine iberoamericano en Europa muestra un incremento progresivo de los totales y de los top-10, desde el año de la pandemia hasta el final del periodo analizado. Los máximos tienen lugar en 2024 con 6,2 millones y 5,3, respectivamente, y los mínimos en 2020 (gráfico 3.5).



El número total de estrenos iberoamericanos en los mercados europeos en 2024 asciende a 247, siendo Italia (72) y Francia (53) los países que estrenaron un mayor número de títulos en 2024. El total de espectadores asciende a 6,2 millones y la recaudación en los mercados estudiados suma 45,4 millones de dólares (cuadro 3.8).

Los países europeos con un mayor número de espectadores de cine iberoamericano son Francia (1,9 millones), Rusia (1,2 millones), R. Unido (914.720) e Italia (860.393). Por ingresos, primero también fue Francia (15,1 millones de dólares), seguido de Reino Unido (8,9 millones de dólares) e Italia (5,9 millones de dólares).

**Cuadro 3.8**  
*El cine iberoamericano en mercados europeos. Año 2024*

N.	Mercado	Estrenos	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Alemania	26	538.954	4.973.259
2	Austria	15	118.823	1.168.224
3	Francia	53	1.928.646	15.105.603
4	Italia	72	860.393	5.983.280
5	Países Bajos	18	378.704	4.355.101
6	Polonia	1	66.629	368.377
7	Reino Unido	29	914.720	8.964.251
8	Rusia	18	1.295.322	3.955.497
9	Turquía	15	126.481	593.871
	<b>Total</b>	<b>247</b>	<b>6.228.672</b>	<b>45.467.462</b>

El mayor volumen de asistencia y recaudación acumulados por el top-10 de los nueve mercados analizados también tuvo lugar en Francia con 1,4 millones de espectadores y 10,9 millones de dólares de ingresos, seguido de Rusia con 1,1 millones espectadores, R. Unido con 872.647 e Italia con 786.869 espectadores (cuadro 3.9).

**Cuadro 3.9**  
*El top-10 del cine iberoamericano en mercados europeos. Año 2024*

N.	País de estreno	Estrenos	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Alemania	10	502.441	4.636.451
2	Austria	10	114.168	1.124.119
3	Francia	10	1.404.137	10.997.527
4	Italia	10	786.869	5.499.536
5	Países Bajos	10	347.341	3.994.426
6	Polonia	1	66.629	368.377
7	Reino Unido	10	872.647	8.551.937
8	Rusia	10	1.174.648	3.540.389
9	Turquía	10	122.464	573.967
	<b>Total</b>	<b>81</b>	<b>5.391.344</b>	<b>39.286.729</b>

La evolución de la muestra del estudio del top-10 de cine iberoamericano en mercados europeos en el periodo 2020-2024 refleja que, el año de la pandemia fue el que menos estrenos registró (60) y 2022 y 2024 los años con más producciones iberoamericanas lanzadas (81). Sin embargo, el número de títulos de la muestra es máximo en 2023 (48 títulos) y mínimo en 2024 (33 títulos).

El año con los mayores ingresos acumulados por los estrenos del top-10 iberoamericano en mercados europeos es 2024, con 39,2 millones de dólares, frente al mínimo de 2020 con tan solo 9,3 millones de dólares. En cuanto al régimen de coproducción, en 2021 solo hubo 2 títulos coproducidos entre países iberoamericanos y en 2022 tuvo lugar el máximo con 9 títulos (cuadro 3.10).

**Cuadro 3.10**  
*El top-10 del cine iberoamericano en mercados europeos. Periodo 2020-2024*

Datos	2020	2021	2022	2023	2024
Mercados analizados	8	9	9	9	9
Número de estrenos	60	70	81	75	81
Espectadores top-10	1.596.786	3.955.837	4.714.903	4.858.386	5.391.344
Ingresos top-10 (\$)	9.352.464	28.075.691	32.623.636	33.464.337	39.286.729
Número de títulos de la muestra	41	36	38	48	33
Número de coproducciones	21	19	23	18	17
Coproducciones internacionales	14	17	14	12	14
Coproducciones iberoamericanas	6	2	9	6	3

El análisis de los 33 títulos presentes en el top-10 de los mercados europeos analizados refleja que los títulos con más espectadores acumulados son la producción mexicana *Parpadea dos veces* (1,1 millones), las españolas *La habitación de al lado* (569.102), *Bufalo Kids* (441.802) y *Dragonkeeper* (368.686) y la obra brasileña *El Arca de Noé* (340.817). Y, por otra parte, las producciones con más presencia son: *Parpadea dos veces* (8 mercados), *La habitación de al lado* (6 mercados) y *El Arca de Noé* (6 mercados).

Por países de origen, la distribución de los 33 títulos es la siguiente: España suma 16 títulos (uno en coproducción con México), México contabiliza 6 títulos, Argentina suma otros 6 títulos (uno en coproducción con Brasil), Portugal suma 2 títulos y Brasil, Colombia (en coproducción con México) y Perú, uno cada país (cuadro 3.11).

**Cuadro 3.11**  
*Ranking de títulos iberoamericanos del top-10 en mercados europeos. Año 2024*

N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)	Mercados
1	Parpadea dos veces	México, USA	1.161.206	10.707.049	8
2	La habitación de al lado	España	569.102	4.959.945	6
3	Buffalo Kids	España	441.802	2.206.425	3
4	Dragonkeeper	España, China	368.686	1.348.652	3
5	El Arca de Noé	Brasil, India	340.817	2.145.399	6
6	200% Lobo	España, México	283.150	2.473.882	5
7	Gigantes	Argentina, Alemania	272.712	2.060.670	4
8	Hasta el fin del mundo	México, USA	265.470	2.276.378	5
9	Memory	México, USA	170.284	1.455.307	4
10	Huevitos congelados	México	153.994	581.394	2
11	Herencia siniestra	Portugal	153.168	1.151.095	2
12	El maestro que prometió el mar	España	126.108	762.682	1
13	La llegada	España	115.227	902.485	1
14	SuperKlaus	España	114.998	347.074	1
15	Robot Dreams	España, Francia	91.790	786.608	4
16	El juego de las 100 velas 2	Argentina, N. Zelanda	87.998	328.745	1
17	Inseparables	España, Francia	82.632	619.070	4

18	Grand Tour	Portugal, Francia	77.108	585.683	2
19	Puan	Argentina, Brasil	73.798	578.003	1
20	Volveréis	España	72.866	570.703	1
21	Radical	México	68.774	689.845	4
22	María	Argentina	65.919	484.686	2
23	Limonov	España, Italia	53.847	337.214	1
24	You shall not sleep tonight	Argentina, N. Zelanda	52.893	208.726	1
25	Desaparecer por completo	México	52.548	193.676	1
26	Estación Rocafort	España	25.527	102.281	1
27	Samsara	España	14.712	169.187	1
28	Los reyes del mundo	Colombia, México	11.630	133.740	1
29	Hesitation bound	España, Turquía	10.188	48.721	1
30	Gigantes de Nazca	Perú	3.551	16.198	1
31	Esperando a Dalí	España	3.389	18.902	1
32	Adentro mío estoy bailando	Argentina, Austria	3.362	26.836	1
33	Hanna y los monstruos	España	2.089	9.469	1
			5.391.344	39.286.729	

El top-20 de los estrenos iberoamericanos con el mejor rendimiento en las taquillas de los cines europeos refleja que la producción mexicana *Parpadea dos veces*, con 428.782 espectadores en Reino Unido y la española *Dragonkeeper*, con más de 300.000 espectadores en Rusia, son los estrenos con el mayor éxito en un solo mercado. En un segundo nivel, con más de 250.000 espectadores se encuentran, de nuevo, *Parpadea dos veces* en Francia y *La habitación de al lado* en Italia.

Por países de exhibición, en el top-20 de estrenos con mejor rendimiento, Francia registra siete estrenos, Rusia cinco, Italia tres, Alemania y Reino Unido dos cada mercado y Países Bajos un estreno (cuadro 3.12)

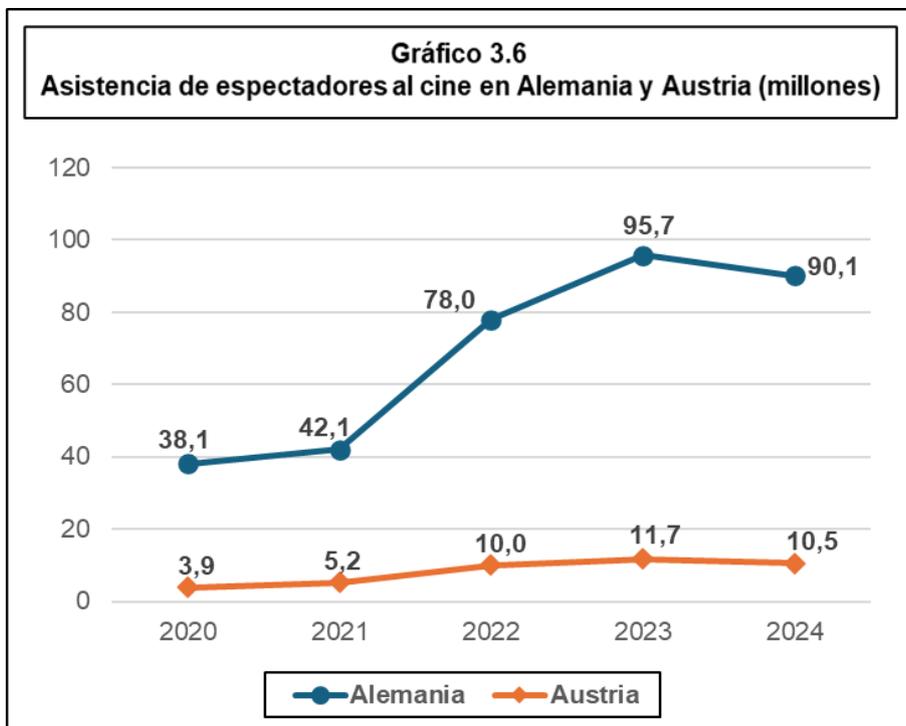
**Cuadro 3.12**  
**Top-20 de estrenos iberoamericanos en mercados europeos. Año 2024**

N.	Título	Origen	Espectadores	Mercados
1	Parpadea dos veces	México, USA	428.782	R. Unido
2	Dragonkeeper	España	314.455	Rusia
3	Parpadea dos veces	México, USA	289.814	Francia
4	La habitación de al lado	España	275.754	Italia
5	Buffalo Kids	España	254.528	Rusia
6	Gigantes	Argentina, Alemania	193.211	Francia
7	Hasta el fin del mundo	México, USA	185.326	Francia
8	Parpadea dos veces	México, USA	153.518	P. Bajos
9	El Arca de Noé	Brasil, India	151.773	Francia
10	Herencia siniestra	Portugal	138.996	Francia
11	Parpadea dos veces	México, USA	135.239	Alemania
12	Huevitos congelados	México, USA	129.707	Rusia
13	Memory	México, USA	128.071	Francia
14	El maestro que prometió el mar	España	126.108	Italia
15	El Arca de Noé	Brasil, India	124.338	Rusia
16	La habitación de al lado	España	116.040	Alemania

17	La llegada	España	115.227	Francia
18	SuperKlaus	España	114.998	Rusia
19	200% Lobo	España, México	106.515	R. Unido
20	Buffalo Kids	España	105.956	Italia

Una vez analizados los datos globales de los estrenos iberoamericanos en mercados europeos, el estudio prosigue con el rendimiento específico de dichos estrenos en cada país, incluyendo también el top-10 cinematográfico y la evolución de la asistencia al cine.

En **Alemania**, en el periodo 2020-2024, la asistencia de espectadores al cine refleja un máximo en 2023 de 95,7 millones de espectadores y un mínimo en 2020 de 38,1 millones. En 2024, la venta de entradas de las salas de cine se sitúa en 90,1 millones. En **Austria**, el máximo también tiene lugar en 2023 con 11,7 millones de espectadores y el mínimo en 2020, con 3,9 millones (gráfico 3.6)



El top-10 cinematográfico en Alemania en 2024 está liderado por las películas estadounidenses *Inside out 2*, con 5,7 millones de espectadores, y *Despicable me 4*, con 4,3 millones de espectadores (cuadro 3.13).

Respecto a la distribución por su origen, ocho provienen de Estados Unidos y dos son producciones alemanas. Los títulos autóctonos son *Die Schule der magischen tiere 3*, con 2,9 millones de espectadores, y *Chantal im Märchenland*, con 2,7 millones.

Cuadro 3.13

## Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2024. Alemania

N.	Título	Origen	Espectadores
1	Inside out 2	USA	5.754.772
2	Despicable me 4	USA	4.330.151
3	Moana 2	USA	3.587.069
4	Dune: Part two	USA	3.145.869
5	Deadpool & Wolverine	USA	3.088.905
6	Die Schule der magischen tiere 3	Alemania	2.922.453
7	Chantal im Märchenland	Alemania	2.741.006
8	Kung Fu Panda 4	USA	1.789.069
9	It ends with us	USA	1.776.325
10	Migration	USA	1.762.038

El ranking de estrenos iberoamericanos en Alemania está liderado por la película mexicana *Parpadea dos veces*, con más de 135.000 espectadores, seguida de la producción española *La habitación de al lado*, con 116.040 espectadores, y del largometraje de animación *200% Lobo*, con 78.060 espectadores.

El top-10 está conformado por cinco estrenos españoles (una en coproducción con México), cuatro producciones mexicanas y una película argentina (cuadro 3.14).

Cuadro 3.14

## Ranking de estrenos iberoamericanos. Año 2024. Alemania

N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Parpadea dos veces	México, USA	135.239	1.340.789
2	La habitación de al lado	España	116.040	1.172.704
3	200% Lobo	España, México	78.060	612.672
4	Gigantes	Argentina, Alemania	40.144	330.932
5	Robot Dreams	España, Francia	31.939	253.328
6	Hasta el fin del mundo	México, USA	26.232	267.350
7	Radical	México	23.199	225.394
8	Inseparables	España, Francia	19.278	141.264
9	Dragonkeeper	España, China	18.301	159.263
10	Memory	México, USA	14.009	132.755

El top-10 cinematográfico en Austria en 2024 está liderado por las películas estadounidenses *Inside out 2*, con más de 630.000 espectadores, y *Despicable me 4*, con más de 520.000 espectadores (cuadro 3.15).

Respecto a la distribución por su origen, ocho estrenos provienen de Estados Unidos y dos son producciones alemanas. Los títulos germanos son *Chantal im Märchenland* y *Die Schule der magischen tiere 3*, ambas con más de 250.000 espectadores.

Cuadro 3.15

## Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2024. Austria

N.	Título	Origen	Espectadores
1	Inside out 2	USA	638.491
2	Despicable me 4	USA	524.612
3	Deadpool & Wolverine	USA	431.798
4	Moana 2	USA	377.793
5	Dune: Part two	USA	329.593
6	Kung Fu Panda 4	USA	268.286
7	Chantal im Märchenland	Alemania	263.096
8	Die Schule der magischen tiere 3	Alemania	259.373
9	Anyone but you	USA	259.364
10	It ends with us	USA	238.776

El ranking de estrenos iberoamericanos en Austria está liderado por la película mexicana *Parpadea dos veces* y por la producción española *La habitación de al lado*, ambas con más de 20.000 espectadores. En tercera posición, se encuentra el largometraje de animación español *200% Lobo*, con 18.549 espectadores.

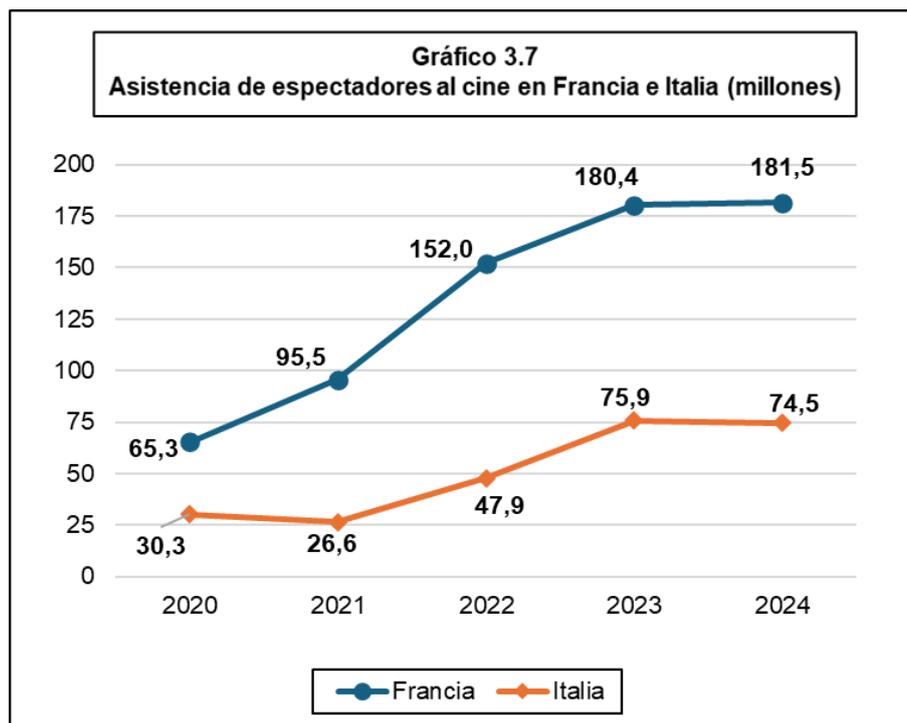
El top-10 está conformado por cuatro estrenos españoles (una en coproducción con México), otras cuatro producciones mexicanas y dos películas argentinas (cuadro 3.16).

Cuadro 3.16

## Ranking de estrenos iberoamericanos. Año 2024. Austria

N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Parpadea dos veces	México, USA	26.351	305.602
2	La habitación de al lado	España	23.685	240.940
3	200% Lobo	España, México	18.549	170.467
4	Radical	México	14.282	122.929
5	Gigantes	Argentina, Alemania	11.789	100.736
6	Hasta el fin del mundo	México, USA	5.853	60.898
7	Inseparables	España, Francia	5.169	45.760
8	Adentro mío estoy bailando	Argentina, Austria	3.361	26.836
9	Memory	México, USA	2.895	28.411
10	Robot Dreams	España, Francia	2.234	21.540

En **Francia**, en el periodo 2020-2024, la asistencia de espectadores al cine refleja un máximo en 2024 de 181,5 millones de espectadores y un mínimo en 2020 de 65,3 millones. En **Italia**, el máximo tiene lugar en 2023 con casi 76 millones de espectadores y el mínimo en 2020 con 30,3 millones (gráfico 3.7)



El top-10 cinematográfico en Francia 2024 está liderado por dos producciones autóctonas: *Un p'tit truc en plus* con 10,8 millones de espectadores y *Le Comte de Monte-Cristo* con 9,3 millones. En este caso, la película dominadora en todo el mundo *Inside out 2* se vio relegada al tercer lugar, con 8,5 millones de espectadores (cuadro 3.17).

Respecto a la distribución por su origen, seis estrenos provienen de Estados Unidos, tres son producciones francesas y una de Reino Unido (en coproducción con Estados Unidos).

Cuadro 3.17

*Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2024. Francia*

N.	Título	Origen	Espectadores
1	Un p'tit truc en plus	Francia	10.809.390
2	Le Comte de Monte-Cristo	Francia	9.383.793
3	Inside out 2	USA	8.541.803
4	Moana 2	USA	6.948.983
5	L'amour ouf	Francia	4.828.415
6	Despicable me 4	USA	4.490.157
7	Dune: Part two	USA	4.204.506
8	Deadpool & Wolverine	USA	3.774.717
9	Gladiator II	R. Unido	2.991.033
10	Mufasa: The Lion King	USA	2.587.542

El ranking de estrenos iberoamericanos en Francia está liderado por la película mexicana *Parpadea dos veces*, con casi 290.000 espectadores, seguida de la película argentina *Gigantes*, con más de 190.000 y de la producción mexicana *Hasta el fin del mundo*, con 185.326 espectadores (cuadro 3.18).

**Cuadro 3.18**  
**Ranking de estrenos iberoamericanos. Año 2024. Francia**

N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Parpadea dos veces	México, USA	289.814	2.269.890
2	Gigantes	Argentina, Alemania	193.211	1.513.273
3	Hasta el fin del mundo	México, USA	185.326	1.451.516
4	El Arca de Noé	Brasil, India	151.773	1.188.721
5	Herencia siniestra	Portugal	138.996	1.088.649
6	Memory	México, USA	128.071	1.003.082
7	La llegada	España	115.227	902.485
8	Puan	Argentina, Brasil	73.798	578.003
9	Volveréis	España	72.866	570.703
10	Grand Tour	Portugal, Francia	55.055	431.204

El top-10 cinematográfico en Italia en 2024 está liderado por la película estadounidense *Inside out 2*, con 6,4 millones de espectadores. Otros estrenos que sobrepasan los dos millones de espectadores son *Moana 2*, *Despicable me 4* y *Deadpool & Wolverine* (cuadro 3.19).

Respecto a la distribución por su origen, siete provienen de Estados Unidos, una de Irlanda (en coproducción con Reino Unido) y otra de Reino Unido (en coproducción con Estados Unidos). El único título autóctono presente en este ranking es *Il ragazzo dai pantaloni rosa*, con 1,4 millones de espectadores.

**Cuadro 3.19**  
**Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2024. Italia**

N.	Título	Origen	Espectadores
1	Inside out 2	USA	6.412.724
2	Moana 2	USA	2.636.119
3	Despicable me 4	USA	2.584.769
4	Deadpool & Wolverine	USA	2.272.600
5	Mufasa: The Lion King	USA	1.893.345
6	Kung Fu Panda 4	USA	1.597.053
7	Il ragazzo dai pantaloni rosa	Italia	1.429.913
8	Poor things	Irlanda	1.303.375
9	Dune: Part two	USA	1.248.800
10	Gladiator II	R. Unido	1.223.936

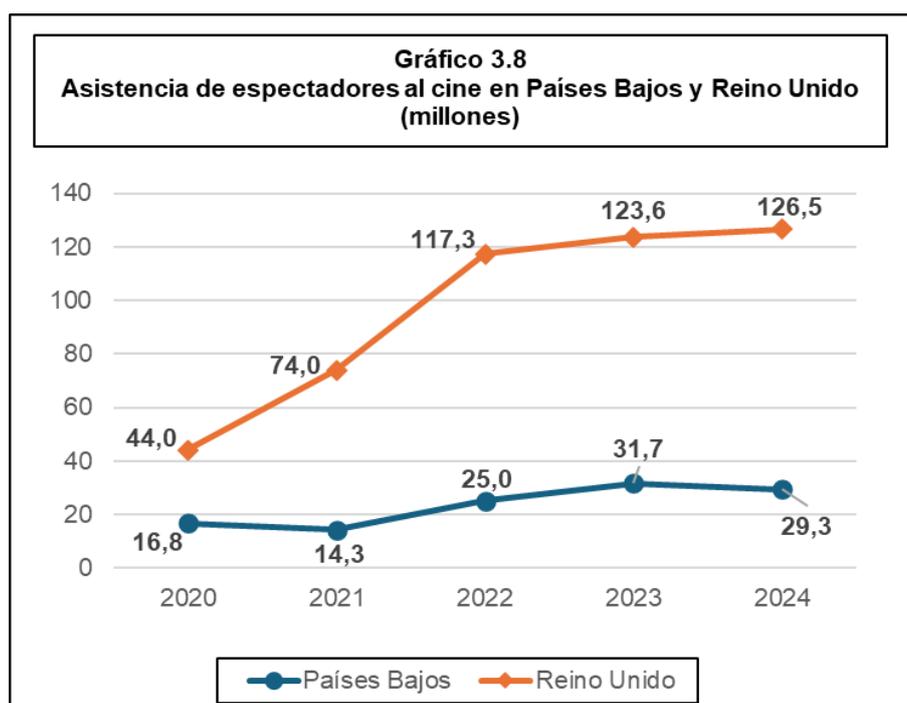
El ranking de estrenos iberoamericanos en Francia está liderado por tres películas españolas: *La habitación de al lado* (275.754 espectadores), *El maestro que prometió el mar* (126.108 espectadores) y *Buffalo Kids* (105.956 espectadores). El ranking lo completan otras tres producciones españolas (una en coproducción con México), una argentina, una brasileña, una mexicana y una portuguesa (cuadro 3.20).

Cuadro 3.20

## Ranking de estrenos iberoamericanos. Año 2024. Italia

N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	La habitación de al lado	España	275.754	2.041.522
2	El maestro que prometió el mar	España	126.108	762.682
3	Buffalo Kids	España	105.956	688.948
4	200% Lobo	España, México	61.984	439.410
5	Limonov	España, Italia	53.847	337.214
6	Parpadea dos veces	México, USA	51.814	406.335
7	María	Argentina	48.263	389.697
8	El Arca de Noé	Brasil, India	22.551	150.479
9	Grand Tour	Portugal, Francia	22.053	154.479
10	Robot Dreams	España, Francia	18.539	128.771

En **Reino Unido**, en el periodo 2020-2024, la asistencia de espectadores al cine refleja un máximo, en 2024, de 126,5 millones de espectadores y un mínimo en 2020 de 44 millones. En **Países Bajos**, el máximo tiene lugar en 2023, con 31,7 millones de espectadores y el mínimo en 2020, con casi 17 millones (gráfico 3.8)



El top-10 de estrenos cinematográficos en Países Bajos en 2024 está liderado por las películas estadounidenses *Inside out 2* y *Despicable me 4*, ambas con más de un millón de espectadores (cuadro 3.21).

Respecto a la distribución por su origen, ocho provienen de Estados Unidos y dos de Reino Unido (ambas en coproducción con Estados Unidos).

Cuadro 3.21

## Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2024. Países Bajos

N.	Título	Origen	Espectadores
1	Inside out 2	USA	1.396.994
2	Despicable me 4	USA	1.018.326
3	Deadpool & Wolverine	USA	831.617
4	Moana 2	USA	827.621
5	Dune: Part two	USA	813.397
6	It ends with us	USA	571.726
7	Wonka	R. Unido	570.117
8	Mufasa: The Lion King	USA	563.044
9	Gladiator II	R. Unido	548.612
10	Wicked	USA	508.364

El ranking de estrenos iberoamericanos en Países Bajos está liderado la producción mexicana *Parpadea dos veces*, con más de 150.000 espectadores y 1,7 millones de dólares de ingresos. El rendimiento del resto de producciones no supera en ningún caso los 40.000 espectadores. La distribución por su origen refleja el dominio de las películas mexicanas y españolas, con cuatro largometrajes por cada procedencia. Completan este ranking una película brasileña y otra colombiana en coproducción con México (cuadro 3.22).

Cuadro 3.22

## Ranking de estrenos iberoamericanos. Año 2024. Países Bajos

N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Parpadea dos veces	México, USA	153.518	1.765.462
2	La habitación de al lado	España	36.935	424.755
3	El Arca de Noé	Brasil, India	26.587	305.746
4	Memory	México, USA	25.309	291.058
5	Inseparables	España, Francia	25.029	287.829
6	Radical	México	20.501	235.758
7	200% Lobo	España, México	18.042	207.488
8	Hasta el fin del mundo	México, USA	15.079	173.404
9	Samsara	España	14.712	169.187
10	Los reyes del mundo	Colombia, México	11.630	133.740

El top-10 de estrenos cinematográficos en Reino Unido en 2024 está liderado por las películas estadounidenses *Inside out 2*, *Deadpool & Wolverine* y *Wicked*, todas con más de 6,5 millones de espectadores cada una. El ranking está copado por ocho producciones de Estados Unidos y dos británicas (cuadro 3.23).

Cuadro 3.23

## Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2024. R. Unido

N.	Título	Origen	Espectadores
1	Inside out 2	USA	6.972.654
2	Deadpool & Wolverine	USA	6.969.230
3	Wicked	USA	6.647.665
4	Despicable me 4	USA	5.702.797
5	Dune: Part two	USA	4.749.582
6	Moana 2	USA	4.278.648
7	Paddington in Perú	R. Unido	4.072.586
8	Gladiator II	R. Unido	3.567.051
9	Beetlejuice, Beetlejuice	USA	3.117.044
10	Kung Fu Panda 4	USA	2.605.087

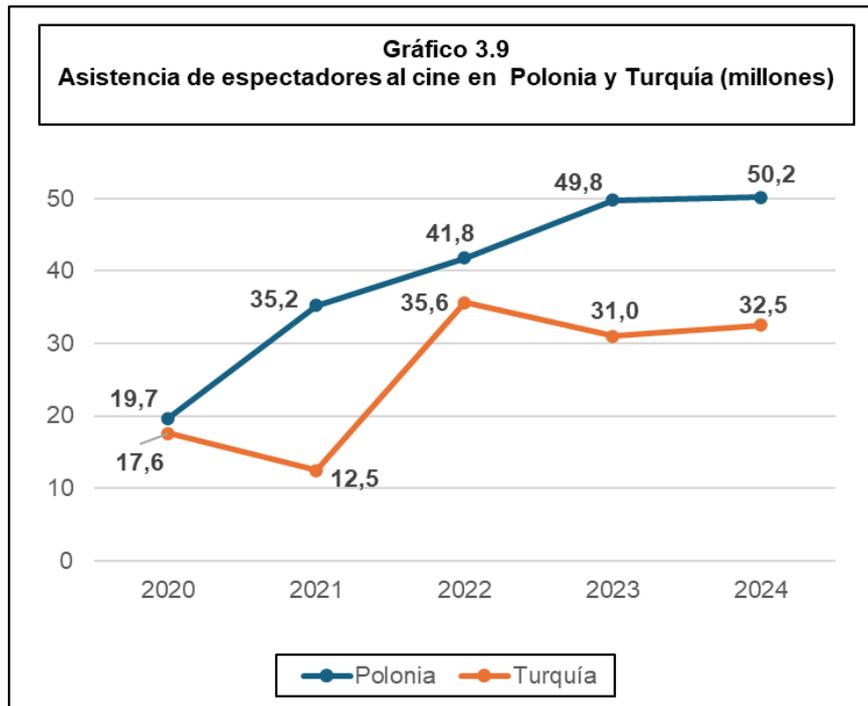
El ranking de estrenos iberoamericanos en Reino Unido está liderado la producción mexicana *Parpadea dos veces*, con casi 430.000 espectadores y 4,2 millones de dólares de ingresos (cuadro 3.24). Otras dos producciones superan los 100.000 espectadores: *200% Lobo* (España, México) y *Hasta el fin del mundo* (México).

Cuadro 3.24

## Ranking de estrenos iberoamericanos. Año 2024. R. Unido

N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Parpadea dos veces	México, USA	428.782	4.202.059
2	200% Lobo	España, México	106.515	1.043.845
3	Hasta el fin del mundo	México, USA	100.319	983.128
4	Buffalo Kids	España	81.318	796.917
5	Robot Dreams	España, Francia	39.078	382.969
6	Dragonkeeper	España, China	35.930	352.111
7	Hasta el fin del mundo	México, USA	32.981	323.210
8	Huevitos congelados	México	24.287	238.009
9	El Arca de Noé	Brasil, India	12.645	123.924
10	Radical	México	10.792	105.764

En **Polonia**, en el periodo 2020-2024, la asistencia de espectadores al cine refleja un máximo en 2024 de 50,2 millones de espectadores y un mínimo en 2020 de 19,7 millones. En **Turquía**, el máximo tiene lugar en 2022, con 35,6 millones de espectadores, y el mínimo en 2021 con 12,5 millones (gráfico 3.9).



El top-10 cinematográfico de Polonia, en 2024, está liderado por una producción autóctona (*Akademia pana Kleksa*) y dos estadounidenses (*Inside out 2* y *Despicable me 4*), con más de 2,3 millones de espectadores cada una. El ranking lo completan otras cinco películas americanas, una polaca y otra británica en coproducción con Estados Unidos (cuadro 3.25).

*Cuadro 3.25*  
*Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2024. Polonia*

N.	Título	Origen	Espectadores
1	Akademia pana Kleksa	Polonia	2.925.907
2	Inside out 2	USA	2.669.900
3	Despicable me 4	USA	2.340.000
4	Listy do M. Pozegnania i powroty	Polonia	1.913.094
5	Moana 2	USA	1.910.825
6	Dune: Part two	USA	1.738.493
7	Deadpool & Wolverine	USA	1.699.141
8	Kung Fu Panda 4	USA	1.105.000
9	Migration	USA	1.100.000
10	Gladiator II	R. Unido	1.070.000

El único estreno iberoamericano en Polonia es la producción mexicana *Parpadea dos veces*, con más de 66.000 espectadores y casi 370.000 dólares de ingresos (cuadro 3.26).

*Cuadro 3.26*  
*Ranking de estrenos iberoamericanos. Año 2024. Polonia*

N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Parpadea dos veces	México, USA	66.629	368.377

El top-10 de estrenos cinematográficos en Turquía, en 2024, está liderado por las películas turcas *Rafadan Tayfa 4: Hayrimatör*, *Lohusa* y *Kolpaçino 4 4'lük* y por la estadounidense *Inside out 2*, con más de 2 millones de espectadores cada una (cuadro 3.27). Respecto a la distribución por su origen, cinco provienen de Estados Unidos y cinco son producciones autóctonas.

**Cuadro 3.27**  
*Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2024. Turquía*

N.	Título	Origen	Espectadores
1	Rafadan Tayfa 4: Hayrimatör	Turquía	2.565.439
2	Inside out 2	USA	2.445.264
3	Lohusa	Turquía	2.110.827
4	Kolpaçino 4 4'lük	Turquía	2.087.714
5	Deadpool & Wolverine	USA	1.424.880
6	Despicable me 4	USA	1.079.385
7	Moana 2	USA	931.844
8	3391 kilometre	Turquía	918.905
9	Kung Fu Panda 4	USA	745.111
10	Siccin 7	Turquía	655.280

El ranking de estrenos iberoamericanos en Turquía está liderado por la producción española *Inseparables*, con más de 33.000 espectadores, seguida de la película argentina *Gigantes*, con casi 28.000. Este top-10 está dominado por películas españolas (5) y el resto lo completan un estreno argentino, uno brasileño, uno mexicano, uno portugués y uno peruano (cuadro 3.28).

**Cuadro 3.28**  
*Ranking de estrenos iberoamericanos. Año 2024. Turquía*

N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Inseparables	España, Francia	33.156	144.217
2	Gigantes	Argentina, Alemania	27.568	115.728
3	La habitación de al lado	España	16.369	96.900
4	Herencia siniestra	Portugal	14.172	62.446
5	Hesitation bound	España, Turquía	10.188	48.721
6	Parpadea dos veces	México, USA	9.059	48.534
7	Esperando a Dalí	España	3.389	18.902
8	Gigantes de Nazca	Perú	3.551	16.198
9	El Arca de Noé	Brasil, India	2.923	12.853
10	Hanna y los monstruos	España	2.089	9.469

El ranking de estrenos iberoamericanos en **Rusia** está liderado por las producciones españolas de animación *Dragonkeeper* y *Buffalo Kids*, con casi 315.000 y más de 254.000 espectadores, respectivamente. En este top-10, las tres siguientes películas, con más de 110.000 espectadores cada una, también son producciones de animación: *Huevitos congelados* (México), *El Arca de Noé* (Brasil) y *SuperKlaus* (España). El resto del cuadro lo completan tres obras argentinas, una española y una mexicana (cuadro 3.29).

**Cuadro 3.29****Ranking de estrenos iberoamericanos. Año 2024. Rusia**

<b>N.</b>	<b>Título</b>	<b>Origen</b>	<b>Espectadores</b>	<b>Ingresos (\$)</b>
1	Dragonkeeper	España, China	314.455	837.278
2	Buffalo Kids	España	254.528	720.560
3	Huevitos congelados	México	129.707	343.385
4	El Arca de Noé	Brasil, India	124.338	363.675
5	SuperKlaus	España	114.998	347.074
6	El juego de las 100 velas 2	Argentina, N. Zelanda	87.998	328.745
7	You shall not sleep tonight	Argentina, N. Zelanda	52.893	208.726
8	Desaparecer por completo	México	52.548	193.676
9	Estación Rocafort	España	25.527	102.281
10	María	Argentina	17.656	94.990

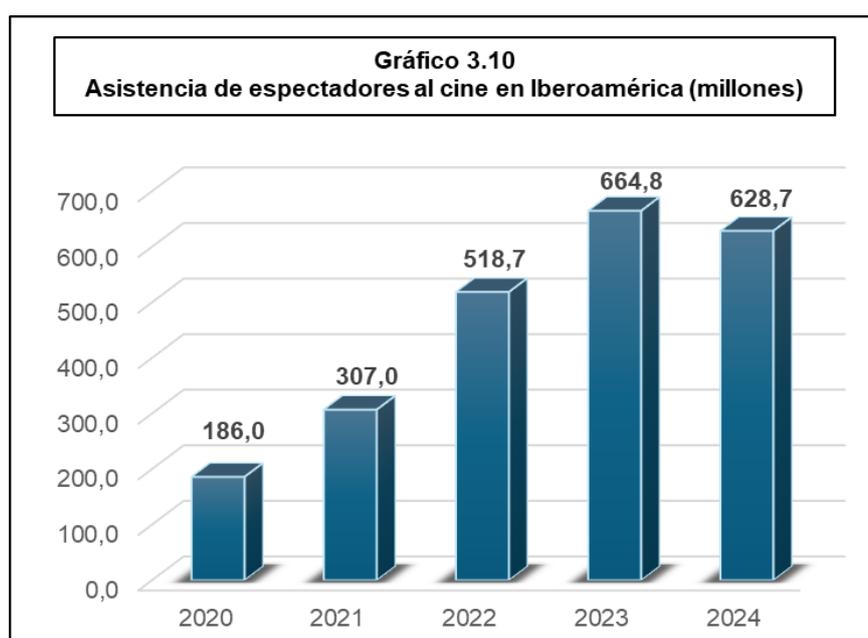
## EL CINE IBEROAMERICANO EN IBEROAMÉRICA

La asistencia a los cines en Iberoamérica en 2024 suma 628,7 millones de espectadores y 2.710,4 millones de dólares de ingresos (cuadro 3.30). El número de pantallas de cine en funcionamiento asciende a 20.587. La cuota del cine nacional representa un 6,7% del total, la frecuencia anual de asistencia se sitúa en 0,9 películas por habitante y el precio medio de la entrada es de 4,3 dólares. El número de estrenos totales se sitúa en 7.209 y los estrenos nacionales en 1.266 (17,5%).

**Cuadro 3.30**  
*Panorama cinematográfico en Iberoamérica*

Datos	2020	2021	2022	2023	2024
Población (millones)	674,1	682,4	687,8	694,5	696,3
Número de pantallas de cine	20.438	19.743	20.437	20.692	20.587
Ingresos cine (millones USD)	716,1	1.235,9	2.088,5	2.857,2	2.710,4
Espectadores cine (millones)	186,0	307,0	518,7	664,8	628,7
Espectadores cine nacional (millones)	29,7	14,5	34,0	38,6	42,2
Cuota cine nacional (%)	16,0	4,7	6,6	5,8	6,7
Número de estrenos totales	2.790	4.388	5.727	6.474	7.209
Número de estrenos extranjeros	2.358	3.565	4.648	5.336	5.943
Número de estrenos nacionales	432	832	1.079	1.138	1.266
Asistencia anual por habitante	0,3	0,4	0,8	0,9	0,9
Coste entrada (USD) - Ingresos totales	3,9	4,0	4,1	4,3	4,3
Coste entrada (USD) - Promedio países	4,2	4,4	4,6	4,8	4,9

La evolución de la asistencia al cine en Iberoamérica en el periodo 2020-2024 registró el máximo de 664,8 millones de espectadores en 2023 y el mínimo de 186 millones de espectadores en 2020. El incremento de espectadores entre el máximo y el mínimo asciende a 479 millones, pero también hay que reseñar que, al final del periodo (2024), hay una ligera reducción de 36,1 millones de espectadores con respecto al máximo de 2023 (gráfico 3.10).



El ranking de los estrenos cinematográficos en Iberoamérica en 2024 está liderado con mucha autoridad por la producción de animación estadounidense *Del revés 2*, con 85,6 millones de espectadores y más de 360 millones de dólares de ingresos. A bastante distancia del anterior, se sitúan otros dos estrenos americanos, superando ambos los 35 millones de espectadores: *Deadpool y Lobezno* y *Gru 4. Mi villano favorito* (cuadro 3.31).

En el resto del top-20, hay dos producciones que superan los 20 millones de entradas vendidas, tres rebasan los 15 millones, siete superan los 10 millones y cinco los 7 millones. Todas las producciones son estadounidenses salvo una que es británica (en coproducción con estados Unidos).

**Cuadro introducción 3.31**  
**Ranking acumulado de estrenos cinematográficos. Año 2024. Iberoamérica**

N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Del revés 2	USA	85.641.397	363.645.442
2	Deadpool y Lobezno	USA	37.161.111	172.080.972
3	Gru 4. Mi villano favorito	USA	36.071.437	151.410.782
4	Vaiana 2	USA	28.794.355	120.668.067
5	Kung Fu Panda 4	USA	20.688.108	88.623.212
6	Godzilla y Kong: El nuevo imperio	USA	16.945.630	73.908.677
7	Robot salvaje	USA	15.387.345	59.032.019
8	El reino del planeta de los simios	USA	15.093.685	64.052.446
9	Venom: El último baile	USA	14.943.984	60.919.498
10	The Garfield movie	USA	13.352.493	54.820.068
11	Gladiator II	R. Unido	13.108.301	65.486.372
12	Mufasa: El rey Leon	USA	12.856.886	60.603.938
13	Bitelchús, Bitelchús	USA	11.552.933	45.925.962
14	Bad Boys: Ride or die	USA	11.326.838	47.599.630
15	Romper el círculo	USA	10.452.386	44.219.332
16	Dune: Parte dos	USA	8.236.889	46.308.051
17	Aquaman y el reino perdido	USA	7.611.969	30.154.325
18	Cualquiera Méxiconos tú	USA	7.570.630	33.115.604
19	Un lugar tranquilo: Día uno	USA	7.102.740	29.946.989
20	Joker: Folie á deux	USA	7.085.120	32.431.461

El ranking acumulado de estrenos iberoamericanos estuvo liderado por el título brasileño *Ainda estou aqui*, con 3 millones de espectadores, y el título español *Padre no hay más que uno 4*, con 2,1 millones de espectadores. A continuación, con más de 1,5 millones de entradas vendidas se sitúan las películas brasileñas *Os ferozeiros 2*, *Minha Irmã* y *Nosso Lar 2* y la mexicana *El candidato honesto* (cuadro 3.32).

Los restantes estrenos del top-20 iberoamericano (estrenos con más de 600.000 espectadores) está conformado por seis obras españolas, cinco mexicanas, dos estrenos peruanos y uno brasileño. Además, hay que destacar que, la producción brasileña *O auto da compadecida 2*, la española *La infiltrada* y la película mexicana *El Roomie* superan el millón de espectadores en las salas de cine iberoamericanas.

Cuadro introducción 3.32

*Ranking acumulado de estrenos iberoamericanos. Año 2024. Iberoamérica*

N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Ainda estou aqui	Brasil	3.033.992	11.617.534
2	Padre no hay más que uno 4	España	2.179.045	14.542.615
3	Os Farofeiros 2	Brasil	1.907.848	7.314.726
4	Minha Irmã e Eu	Brasil	1.827.465	7.043.188
5	El candidato honesto	México	1.656.091	5.260.012
6	Nosso Lar 2	Brasil	1.645.608	6.517.986
7	O auto da compadecida 2	Brasil	1.375.069	4.970.128
8	La infiltrada	España	1.277.791	8.798.994
9	El Roomie	México	1.273.740	4.682.267
10	Vaguito	Perú	913.846	2.531.651
11	Robot Dreams	España	861.038	3.380.213
12	Buffalo Kids	España	837.070	5.654.503
13	Odio el verano	España	818.250	5.637.938
14	Vivo o muerto: El expediente García	Perú	772.140	2.087.599
15	Noche de bodas	México	661.441	2.746.806
16	Jugaremos en el Bosque	México	642.227	2.322.426
17	Casi el Paraíso	México	628.701	2.274.478
18	La familia Benetton	España	622.534	4.400.468
19	Turno nocturno la planchada	México	610.513	2.032.974
20	Ocho apellidos marroquís	España	602.899	4.386.612

El top-10 de estrenos europeos en Iberoamérica está encabezado, con bastante diferencia sobre el resto, por la producción británica (en coproducción con Estados Unidos) *Gladiator II*, con 13,1 millones de espectadores. A bastante distancia se sitúan otras dos obras británicas, *La sustancia* y *Wonka*, con 6,1 y 4,7 millones de espectadores, respectivamente. El resto del ranking lo completan nueve estrenos de Reino Unido, cinco de Francia, uno de Irlanda, uno de Italia y uno de Rusia (cuadro 3.33).

Cuadro introducción 3.33

*Ranking acumulado de estrenos europeos. Año 2024. Iberoamérica*

N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Gladiator II	R. Unido	13.108.301	65.486.372
2	La sustancia	R. Unido	6.141.339	24.618.562
3	Wonka	R. Unido	4.747.492	21.221.222
4	Pobres criaturas	Irlanda	3.963.901	19.403.074
5	Vivir el momento	R. Unido	2.975.328	11.133.039
6	Agente secreto	R. Unido	1.458.062	6.802.198
7	Los niños de Winton	R. Unido	1.083.933	6.328.597
8	Anatomía de una caída	Francia	1.047.482	5.253.735
9	10 vidas	R. Unido	824.685	3.244.463
10	El Conde de Montecristo	Francia	638.813	3.620.625
11	Back to Black	R. Unido	631.028	3.489.154
12	La zona de interés	R. Unido	530.007	2.798.675
13	Masha and the bear	Rusia	452.879	1.490.059
14	Alice in terrorland	R. Unido	375.277	1.275.642

15	The Japónck in the Box 3	R. Unido	356.827	1.042.100
16	Cónclave	R. Unido	266.649	2.032.085
17	Lluvia ácida	Francia	246.223	641.747
18	Instinto maternal	Francia	244.238	1.001.612
19	Siempre nos quedará mañana	Italia	208.799	1.334.893
20	Golpe de suerte	Francia	140.978	698.475

El top-20 de estrenos de Asia y Oceanía está encabezado por la producción australiana *Furiosa. De la saga Mad Max*, y las japonesas *Guardianes de la noche 3* y *El chico y la garza*. La primera acumula casi 4 millones de espectadores, la segunda 3,5 millones y la tercera 2,1 millones de espectadores. El cine japonés es el más representado en este ranking con nueve películas, seguido del cine chino con cinco producciones. Las producciones restantes son seis australianas y seis coreanas (cuadro 3.34).

Cuadro introducción 3.34

Ranking acumulado de estrenos asiáticos y oceánicos. Año 2024. Iberoamérica

N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Furiosa. De la saga Mad Max	Australia	3.962.732	17.686.886
2	Guardianes de la noche 3	Japón	3.544.776	13.761.606
3	El chico y la garza	Japón	2.154.903	8.407.820
4	El último Late Night	Australia	1.062.115	3.868.039
5	Haikyuu! La batalla del basurero	Japón	1.035.537	4.724.812
6	Godzilla minus one	Japón	838.537	3.485.482
7	Hachiko	China	814.726	2.718.703
8	Concrete utopia	Corea del S.	712.500	2.231.073
9	Juego prohibido	Japón	629.740	2.351.031
10	Spy x Family Código: Blanco	Japón	613.658	2.399.513
11	Recate en llamas	China	480.689	1.352.245
12	Días perfectos	Japón	473.379	2.601.814
13	Typhoon	China	272.721	698.710
14	Storm City	China	229.728	691.594
15	The ghost station	Corea del S.	72.710	228.889
16	Sleep	Corea del S.	27.275	113.075
17	My Hero Academia 2	Japón	24.206	131.286
18	Look back	Japón	23.554	102.040
19	Bonnie Bears: Código Guardián	China	16.710	78.737
20	Scarygirl	Australia	15.351	103.993

Como en la pasada edición del *Panorama*, también se incluye un top-20 con estrenos de cine no iberoamericano distribuidas por empresas independientes en las salas de cine iberoamericanas. La película británica (en coproducción con Francia) *La sustancia*, con 6,1 millones de espectadores, encabeza este ranking, seguida de las producciones estadounidenses *Terrifier 3* y *La fragua*, ambas con más de 3 millones de espectadores. El estreno de cine asiático independiente con más éxito es la película japonesa *El chico y la garza*, con 2,1 millones de espectadores, y el de cine oceánico es la australiana *El último Late Night*, con un millón de espectadores (cuadro 3.35).

Cuadro introducción 3.35

## Ranking acumulado cine independiente. Año 2024. Iberoamérica

N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	La sustancia	R. Unido	6.141.339	24.618.562
2	Terrifier 3	USA	3.533.616	13.984.759
3	La fragua	USA	3.177.051	11.044.077
4	Vivir el momento	R. Unido	2.975.328	11.133.039
5	Longlegs	USA	2.715.312	11.264.555
6	Beekeeper: El protector	USA	2.679.446	11.583.477
7	Guerra Civil	USA	2.451.205	11.758.148
8	Arthur	USA	2.207.057	9.039.846
9	El chico y la garza	Japón	2.154.903	8.407.820
10	Immaculate	USA	2.118.255	8.259.348
11	Ferrari	USA	1.487.470	7.444.713
12	Baghead	USA	1.299.857	4.293.209
13	Atrapados en lo profundo	USA	1.145.270	3.959.375
14	Imaginario: Juguete diabólico	USA	1.124.097	4.589.022
15	Los niños de Winton	R. Unido	1.083.933	6.328.597
16	El último Late Night	Australia	1.062.115	3.868.039
17	Anatomía de una caída	Francia	1.047.482	5.253.735
18	Vidas pasadas	USA	933.301	4.219.660
19	El exorcismo de Georgetown	USA	891.794	3.264.325
20	Godzilla Minus One	Japón	838.537	3.485.482

La muestra de estrenos iberoamericanos de este capítulo se configura a partir de los datos suministrados por ComScore-Rentrak correspondientes a 2024. La selección de los títulos a partir del top-100 de 19 países no incluye los estrenos iberoamericanos en sus mercados de origen, incluso si son coproducciones con otros países iberoamericanos. En el caso de España la muestra abarca hasta el top-540 de los estrenos exhibidos en cines.

El número total de estrenos de los 19 países incluidos en la muestra suma 96 (cuadro 3.36). Este número de producciones se corresponde con 39 títulos, acumulando una asistencia de 3 millones de espectadores y 13,1 millones de dólares de ingresos. El porcentaje de coproducción se sitúa en el 48,7% (19 títulos), de las que un 21% se realizaron entre países iberoamericanos (4 títulos).

Los títulos de ficción y documental suman 30 (77%) y los títulos de animación ascienden a 9 títulos (23%). Los espectadores asistentes a títulos de ficción y documental acumulan 1,9 millones (63,1%) y los de animación 1,1 millones (36,9%). Los espectadores de los títulos distribuidos por empresas independientes representan el 79% del total (2,3 millones) y los estudios americanos con estrenos iberoamericanos no nacionales en los top-100 son Disney (*Linda y Culpa cero*) y Warner (*La habitación de al lado* y *Parpadea dos veces*).

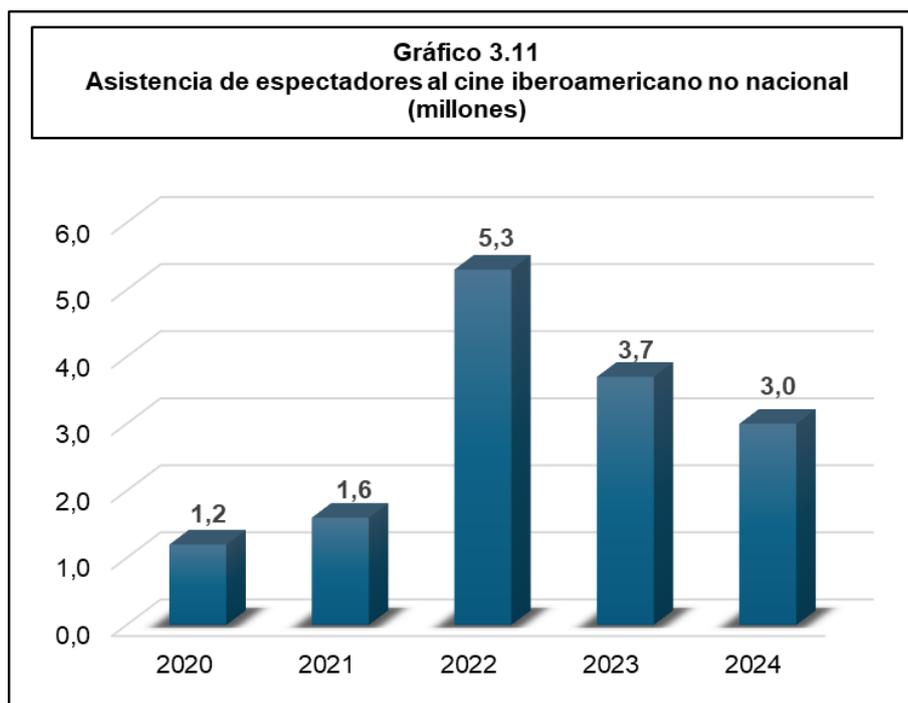
Cuadro 3.36

## Datos de los estrenos iberoamericanos no nacionales en mercados iberoamericanos. Año 2024

Mercados incluidos en el estudio	19
Número de estrenos totales	96
Número de Espectadores totales	3.029.392
Ingresos totales (\$)	13.197.562

Número de títulos totales	39
Número de coproducciones	19
Coproducciones internacionales	15
Coproducciones iberoamericanas	4
Títulos de ficción/documental	30
Títulos de animación	9
Espectadores títulos de ficción/documental	1.911.984
Espectadores títulos de animación	1.117.408
Ingresos de los títulos de ficción/documental (\$)	8.615.349
Ingresos de los títulos de animación (\$)	4.582.213
Espectadores títulos distribuidoras independientes	2.396.137
Espectadores títulos Estudios americanos	633.255
Ingresos títulos distribuidoras independientes (\$)	9.828.094
Ingresos títulos Estudios americanos (\$)	3.369.168

La evolución de la asistencia al cine iberoamericano no nacional en el periodo 2020-2024 registró el máximo de 5,3 millones de espectadores en 2022 y el mínimo de 1,2 millones de espectadores en 2020. El incremento de espectadores en 2022 con respecto a 2020 es de 4,1 millones y la reducción en 2024 respecto a 2022 suma 2,3 millones de espectadores (gráfico 3.11).



La distribución de los 96 estrenos iberoamericanos por mercados de estreno refleja que Uruguay (10), Venezuela (8) y Nicaragua (7) son los países con más películas iberoamericanas no nacionales en el top-100 cinematográfico de 2024. Por su parte, en España 19 estrenos consiguieron entrar dentro del top-540 cinematográfico (cuadro 3.37).

Los mercados que registran una mayor asistencia de espectadores al cine iberoamericano no nacional son: México (1 millón de espectadores), España (516.788 espectadores), Colombia (434.672 espectadores) y Brasil (332.672 espectadores).

Cuadro 3.37

*Distribución por países de exhibición de los estrenos iberoamericanos no nacionales del top-100 en el mercado cinematográfico iberoamericano. Año 2024*

N.	Mercado	Estrenos	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Argentina	2	79.380	390.011
2	Bolivia	3	28.014	124.601
3	Brasil	3	332.672	1.318.992
4	Chile	2	52.038	200.122
5	Colombia	5	434.672	1.186.822
6	Costa Rica	4	11.536	76.117
7	Ecuador	5	95.988	416.006
8	El Salvador	6	10.780	45.560
9	España*	19	516.788	3.545.757
10	Guatemala	2	10.702	54.833
11	Honduras	4	8.746	31.582
12	México	2	1.086.904	4.161.394
13	Nicaragua	7	7.674	35.459
14	Panamá	4	17.426	88.638
15	Paraguay	5	9.414	35.986
16	Perú	1	69.120	180.386
17	Portugal	4	124.318	800.212
18	Uruguay	10	49.687	324.900
19	Venezuela	8	83.533	180.184
	<b>Total</b>	<b>96</b>	<b>3.029.392</b>	<b>13.197.562</b>

La distribución de los 39 títulos iberoamericanos no nacionales por su origen pone de manifiesto que el cine argentino (12 títulos), el español (10 títulos) y el cine mexicano (9 títulos) dominan sobre el resto de las cinematografías en 2024 (cuadro 3.38). Aparte de estos tres países hay otros seis con representación en el estudio (Brasil, Chile, Perú, Portugal, R. Dominicana y Venezuela).

Cuadro 3.38

*Distribución por su origen los títulos iberoamericanos no nacionales del top-100 en el mercado cinematográfico iberoamericano. Año 2024*

N.	Origen	Títulos	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Argentina	12	704.841	3.066.996
2	Brasil	2	416.993	1.301.590
3	Chile	1	9.940	62.524
4	España	10	1.201.154	5.026.155
5	México	9	564.635	3.164.867
6	Perú	2	14.575	72.509
7	Portugal	1	17.379	57.615
8	R. Dominicana	1	77.574	261.278
9	Venezuela	1	22.301	184.028
	<b>Total</b>	<b>39</b>	<b>3.029.392</b>	<b>13.197.562</b>

El ranking de los 39 títulos de los estrenos iberoamericanos no nacionales presentes en los top-100 de los 19 mercados cinematográficos iberoamericanos en 2024, está liderado por cinco producciones:

*Robot Dreams* (861.038 espectadores), *Cuando acecha la maldad* (467.168), *Mi amigo el pingüino* (372.894), *Parpadea dos veces* (372.335 espectadores) y *La habitación de al lado* (252.419 espectadores). La primera y la quinta son españolas, la segunda es argentina, la tercera brasileña y la cuarta es mexicana (cuadro 3.40).

Los títulos con una mayor presencia en los top-100 de Iberoamérica son: *Parpadea dos veces* (12 mercados), *Cuando acecha la maldad* (11 mercados) y el largometraje documental argentino *El apocalipsis de San Juan* (8 mercados). Otras producciones con una presencia significativa en los cines iberoamericanos son *La habitación de al lado* (6 mercados) y el largometraje de animación dominicano *Capitán Avispa* (5 mercados). De los 39 títulos contabilizados, 26 tienen presencia en el top-100 de un único país (cuadro 3.39).

Cuadro introducción 3.39

Ranking acumulado de títulos iberoamericanos no nacionales. Año 2024. Iberoamérica

N.	Título	Origen	Mercados	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Robot Dreams	España	4	861.038	3.380.213
2	Cuando acecha la maldad	Argentina	11	467.168	1.875.965
3	Mi amigo el pingüino	Brasil	3	372.894	1.004.486
4	Parpadea dos veces	México	12	372.335	2.128.565
5	La habitación de al lado	España	6	252.419	1.186.256
6	Radical	México	3	108.284	529.292
7	Capitán Avispa	R. Dominicana	5	77.574	261.278
8	Gigantes	Argentina	4	69.697	295.381
9	El Apocalipsis de San Juan	Argentina	8	60.337	203.753
10	Inseparables	España	4	54.977	292.705
11	Puan	Argentina	1	47.278	325.284
12	El Arca de Noé	Brasil	1	44.099	297.104
13	Memory	México	1	36.271	230.729
14	Simón	Venezuela	1	22.301	184.028
15	La extorsión	Argentina	1	18.521	128.170
16	Herencia siniestra	Portugal	4	17.379	57.615
17	El gran aviso	México	3	17.290	116.440
18	Noche de bodas	México	1	13.786	57.351
19	Vaguito	Perú	1	13.212	63.646
20	Historias para no contar	España	1	10.462	66.389
21	Los últimos románticos	Argentina	1	10.025	58.218
22	La memoria infinita	Chile	1	9.940	62.524
23	La cocina	México	1	7.947	49.783
24	El juego de las 100 velas 2	Argentina	1	7.753	19.266
25	Todos los nombres de Dios	España	1	6.631	17.914
26	Jaque mate	Argentina	1	6.473	42.648
27	Culpa Cero	Argentina	1	5.725	36.367
28	Blondi	Argentina	1	5.346	31.992
29	Koati	México	1	4.528	27.842
30	Bajo terapia	España	1	4.484	30.441
31	Guadalupe, Madre de la Humanidad	España	3	4.235	15.430
32	Muchachos	Argentina	1	3.771	31.845
33	Robot Dreams	España	1	3.517	15.991
34	Totem	México	1	3.425	20.905
35	Linda	España	1	2.776	17.980

36	Eureka	Argentina	1	2.747	18.107
37	Milagros: Una osa extraordinaria	Perú	1	1.363	8.863
38	Nosotros, los de la Fe	México	1	769	3.958
39	Dragonkeeper	España	1	615	2.835
				3.029.392	13.197.562

Los estrenos iberoamericanos no nacionales presentes en el top-100 de los 19 países analizados (Top-540 España) en 2024 se incluyen en el cuadro 3.40. Las tres producciones con más éxito en un solo país son: la película española *Robot Dreams* (833.879 espectadores) en México, la producción brasileña *Mi amigo el pingüino* (280.533 espectadores) en Colombia y la obra argentina *Cuando acecha la maldad* también en México (253.025 espectadores).

Otros cuatro estrenos superan los 100.000 espectadores en un país: en España la producción mexicana *Parpadea dos veces* y en Brasil *La habitación de al lado* (España), *Cuando acecha la maldad* (Argentina) y *Parpadea dos veces*.

Cuadro 3.40

Ranking de estrenos iberoamericanos no nacionales del top-100. Año 2024. Iberoamérica

N.	Título estreno	Origen	Mercado	Espectadores
1	Robot Dreams	España	México	833.879
2	Mi amigo el pingüino	Brasil	Colombia	280.533
3	Cuando acecha la maldad	Argentina	México	253.025
4	Parpadea dos veces	México	España	186.828
5	La habitación de al lado	España	Brasil	122.149
6	Cuando acecha la maldad	Argentina	Brasil	105.442
7	Parpadea dos veces	México	Brasil	105.081
8	Mi amigo el pingüino	Brasil	Perú	69.120
9	La habitación de al lado	España	Argentina	51.454
10	Radical	México	España	49.538
11	Puan	Argentina	España	47.278
12	El Arca de Noé	Brasil	España	44.099
13	Cuando acecha la maldad	Argentina	España	42.590
14	El Apocalipsis de San Juan	Argentina	Colombia	41.583
15	Radical	México	Colombia	39.181
16	Inseparables	España	Portugal	38.740
17	Capitán avispa	R. Dominicana	Colombia	38.564
18	Memory	México	España	36.271
19	La habitación de al lado	España	Colombia	34.811
20	Cuando acecha la maldad	Argentina	Chile	34.762
21	La habitación de al lado	España	Portugal	34.606
22	Parpadea dos veces	México	Argentina	27.926
23	Parpadea dos veces	México	Portugal	25.879
24	Gigantes	Argentina	Portugal	25.093
25	Mi amigo el pingüino	Brasil	Ecuador	23.241
26	Simón	Venezuela	España	22.301
27	Gigantes	Argentina	Ecuador	21.839
28	Radical	México	Ecuador	19.565
29	Gigantes	Argentina	Venezuela	19.097

30	La extorsión	Argentina	España	18.521
31	Capitán avispa	R. Dominicana	Ecuador	17.557
32	Robot Dreams	España	Chile	17.276
33	El gran aviso	México	España	14.288
34	Noche de bodas	México	Ecuador	13.786
35	Vaguito	Perú	Bolivia	13.212
36	Cuando acecha la maldad	Argentina	Venezuela	11.739
37	Inseparables	España	Venezuela	11.231
38	Historias para no contar	España	Uruguay	10.462
39	Los últimos románticos	Argentina	España	10.025
40	La memoria infinita	Chile	España	9.940
41	Parpadea dos veces	México	Venezuela	9.356
42	Cuando acecha la maldad	Argentina	Bolivia	9.281
43	Capitán avispa	R. Dominicana	Venezuela	8.969
44	Herencia siniestra	Portugal	Venezuela	8.757
45	La cocina	México	España	7.947
46	El juego de las 100 velas 2	Argentina	Venezuela	7.753
47	La habitación de al lado	España	Uruguay	7.202
48	Robot dreams	España	Guatemala	7.171
49	Todos los nombres de dios	España	Venezuela	6.631
50	Capitán avispa	R. Dominicana	Panamá	6.502
51	Jaque mate	Argentina	Uruguay	6.473
52	Capitán avispa	R. Dominicana	España	5.982
53	Culpa cero	Argentina	Uruguay	5.725
54	Herencia siniestra	Portugal	Bolivia	5.521
55	Blondi	Argentina	España	5.346
56	Parpadea dos veces	México	Panamá	4.813
57	Koati	México	España	4.528
58	Bajo terapia	España	Uruguay	4.484
59	Cuando acecha la maldad	Argentina	Uruguay	3.804
60	El Apocalipsis de San Juan	Argentina	Paraguay	3.776
61	Muchachos, la película de la gente	Argentina	España	3.771
62	Gigantes	Argentina	Uruguay	3.668
63	El Apocalipsis de San Juan	Colombia	Guatemala	3.531
64	Mi amigo robot	España	El Salvador	3.517
65	Totem	México	España	3.425
66	El Apocalipsis de San Juan	Colombia	Costa Rica	3.396
67	El Apocalipsis de San Juan	Argentina	Panamá	3.294
68	Parpadea dos veces	México	Costa Rica	3.231
69	Parpadea dos veces	México	Honduras	3.191
70	Parpadea dos veces	México	Uruguay	2.904
71	Inseparables	España	Panamá	2.817
72	Linda	España	Uruguay	2.776
73	Eureka	Argentina	España	2.747
74	Robot dreams	España	Costa Rica	2.712
75	Cuando acecha la maldad	Argentina	Honduras	2.409
76	La habitación de al lado	España	Costa Rica	2.197
77	Inseparables	España	Uruguay	2.189

78	El Apocalipsis de San Juan	Argentina	Nicaragua	2.025
79	Guadalupe, Madre de la Humanidad	España	El Salvador	1.863
80	Cuando acecha la maldad	Argentina	Paraguay	1.694
81	Herencia siniestra	Portugal	Honduras	1.661
82	El gran aviso	México	Paraguay	1.585
83	Guadalupe, Madre de la Humanidad	España	Paraguay	1.569
84	El Apocalipsis de San Juan	Colombia	Honduras	1.485
85	Parpadea dos veces	México	El Salvador	1.464
86	Herencia siniestra	Portugal	El Salvador	1.440
87	El gran aviso	México	Nicaragua	1.417
88	Milagros: una osa extraordinaria	Perú	España	1.363
89	Cuando acecha la maldad	Argentina	El Salvador	1.249
90	El Apocalipsis de San Juan	Colombia	El Salvador	1.247
91	Cuando acecha la maldad	Argentina	Nicaragua	1.173
92	Parpadea dos veces	México	Nicaragua	872
93	Guadalupe, Madre de la Humanidad	España	Nicaragua	803
94	Parpadea dos veces	México	Paraguay	790
95	Nosotros, los de la fe	México	Nicaragua	769
96	Dragonkeeper	España	Nicaragua	615
				<u>3.029.392</u>

El número total de estrenos europeos presentes en el top-100 de los 19 países iberoamericanos analizados en 2024 suma 263. El número de títulos comerciales asciende a 50 y el porcentaje de coproducción se sitúa en el 50% (25 títulos). Los espectadores acumulados por estos estrenos ascienden a 40,5 millones y los ingresos a 188,4 millones de dólares (cuadro 3.41).

Los títulos de ficción y documental son 39 (78%) y los de animación 11 (22%). Los primeros acumulan 39,1 millones de espectadores (96,4%) y los segundos 1,4 millones (3,6%). Los títulos de distribuidoras independientes vendieron 16,6 millones de entradas (42,5%) y los títulos de las distribuidoras de los Estudios americanos vendieron casi 24 millones de entradas (57,5%). Los Estudios americanos con representación son Disney (2 títulos), Universal (2 títulos), Warner (1 título) y Paramount (1 título).

**Cuadro 3.41**

*Estrenos europeos del top-100 de mercados cinematográficos iberoamericanos. Año 2024*

Mercados analizados	19
Estrenos totales	263
Espectadores totales	40.581.111
Ingresos totales (\$)	188.443.711
Títulos comerciales totales	50
Títulos en coproducción	25
Títulos de ficción/documental	39
Títulos de animación	11
Espectadores títulos de ficción/documental	39.143.696
Espectadores títulos de animación	1.437.415
Ingresos de los títulos de ficción/documental (\$)	182.973.353
Ingresos de los títulos de animación (\$)	5.470.358
Espectadores títulos distribuidoras independientes	16.641.107

Espectadores títulos Estudios americanos	23.940.004
Ingresos títulos distribuidoras independientes (\$)	71.896.844
Ingresos títulos Estudios americanos (\$)	116.546.867

Las producciones que más éxito tuvieron en los cines iberoamericanos en 2023 fueron las británicas, con 32,6 millones de espectadores acumulados (cuadro 3.42). Un total de 10 países estuvieron representados con sus estrenos en las salas iberoamericanas, destacando las procedentes de Reino Unido (19 títulos) y Francia (13 títulos).

**Cuadro 3.42**  
*Distribución por su origen de los títulos europeos del top-100 en el mercado cinematográfico iberoamericano. Año 2024*

N.	Origen	Títulos	Espectadores	Ingresos (\$)
1	R. Unido	19	32.616.477	150.042.840
2	Irlanda	2	3.995.121	19.547.921
3	Francia	13	2.636.950	13.063.399
4	Rusia	7	755.908	2.447.693
5	Italia	2	210.772	1.347.984
6	Alemania	1	129.065	836.548
7	Finlandia	1	106.137	689.653
8	Suecia	2	73.241	213.153
9	Dinamarca	2	38.198	200.418
10	Ucrania	1	19.242	54.102
<b>Total</b>		<b>50</b>	<b>40.581.111</b>	<b>188.443.711</b>

El título con más éxito en 2024 en Iberoamérica es *Gladiator II* (en coproducción con Estados Unidos), con 13,1 millones de espectadores acumulados, seguida de las británicas *La sustancia* (en coproducción con Francia), con 6,1 millones, y *Wonka* (en coproducción con Estados Unidos), con 4,7 millones, y de la producción irlandesa *Pobres criaturas* (en coproducción con Reino Unido), con casi 4 millones de espectadores (cuadro 3.43).

**Cuadro 3.43**  
*Ranking acumulado de títulos europeos y otros países del top-100. Año 2024. Iberoamérica*

N.	Título	Origen	Mercados	Espectadores
1	Gladiator II	R. Unido	19	13.108.301
2	La sustancia	R. Unido	19	6.141.339
3	Wonka	R. Unido	19	4.747.492
4	Pobres criaturas	Irlanda	19	3.963.901
5	Vivir el momento	R. Unido	18	2.975.328
6	Agente secreto	R. Unido	18	1.458.062
7	Los niños de Winton	R. Unido	13	1.083.933
8	Anatomía de una caída	Francia	11	1.047.482
9	10 vidas	R. Unido	17	824.685
10	El Conde de Montecristo	Francia	4	638.813
11	Back to black	R. Unido	10	631.028
12	La zona de interés	R. Unido	8	530.007
13	Masha and the bear: Twice the fun	Rusia	16	452.879

14	Alice in Terrorland	R. Unido	2	375.277
15	The Jack in the box 3	R. Unido	11	356.827
16	Cónclave	R. Unido	2	266.649
17	Lluvia ácida	Francia	1	246.223
18	Instinto maternal	Francia	1	244.238
19	Siempre nos quedará mañana	Italia	1	208.799
20	Golpe de suerte	Francia	3	140.978
21	Emilia Pérez	Francia	1	138.733
22	Ya khochu v igru	Rusia	3	130.455
23	The teachers' lounge	Alemania	1	129.065
24	Única superviviente	Rusia	1	111.694
25	Fallen leaves	Finlandia	1	106.137
26	Horror Park	Suecia	4	66.557
27	Ooh la la!	Francia	1	62.041
28	Ritos ocultos	R. Unido	1	40.405
29	Vermin. La plaga	Francia	1	36.753
30	Tipos de gentileza	Irlanda	3	31.220
31	Jeanne du Barry	Francia	1	29.369
32	Guardianes en la ópera	Rusia	1	27.373
33	Ninja a cuadros 2: Misión Tailandia	Dinamarca	1	24.369
34	Les as de la jungle 2	Francia	4	23.423
35	Operación Bebe Oso	Rusia	1	23.103
36	Pequeñas cartas indiscretas	R. Unido	1	21.044
37	La última sesión de Freud	R. Unido	1	19.759
38	Sobreviviendo	Francia	3	19.497
39	Mavka. Guardiana del bosque	Ucrania	4	19.242
40	El fantasma de Canterville	R. Unido	1	18.108
41	Panda Bear in África	Dinamarca	1	13.829
42	The ghost within	R. Unido	1	12.501
43	Guardianes del museo	Rusia	1	7.461
44	Devoradora de almas	Suecia	3	6.684
45	Mascota Jurásica	Francia	1	5.224
46	A fuego lento	Francia	1	4.176
47	La gran escapada	R. Unido	1	2.974
48	Vampiro al rescate	Rusia	1	2.943
49	El viejo roble	R. Unido	1	2.758
50	Il sol dell'avvenire	Italia	1	1.973

---

40.581.111

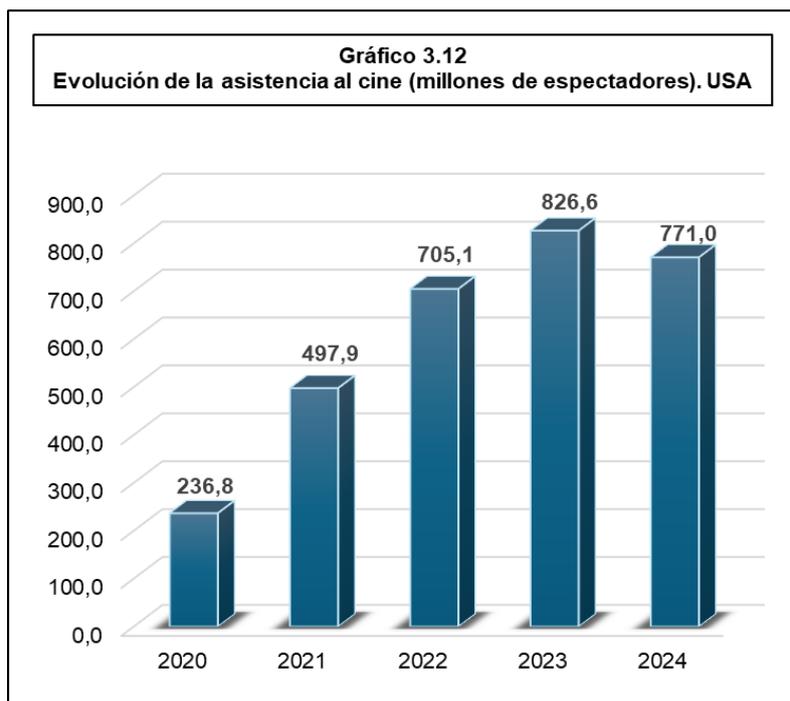
## EL CINE IBEROAMERICANO EN ESTADOS UNIDOS

La asistencia a los cines en Estados Unidos en 2024 suma 771 millones de espectadores y 8.635,4 millones de dólares de recaudación. El número de pantallas de cine se sitúa en 38.592. La cuota del cine nacional supera el 90%. La frecuencia anual de asistencia se sitúa en 2,2 películas por habitante y el precio medio de la entrada en 11,2 dólares (cuadro 3.44).

**Cuadro 3.44**  
*Panorama cinematográfico en USA*

Datos	2020	2021	2022	2023	2024
Población (millones)	331,4	332,0	333,0	335,1	337,0
Número de pantallas de cine	40.998	40.578	39.007	38.400	38.592
Ingresos cinematográficos (millones USD)	2.154,8	4.680,5	7.403,6	8.680,3	8.635,4
Espectadores cine (millones)	236,8	497,9	705,1	826,6	771,0
Espectadores cine nacional (millones)	191,5	450,1	651,8	766,5	699,5
Cuota de mercado cine nacional (%)	81,0	90,4	92,4	92,7	90,7
Número de estrenos totales	313	382	739	651	817
Número de estrenos extranjeros	165	133	396	346	377
Número de estrenos nacionales	148	249	343	305	440
Asistencia anual por habitante	0,7	1,4	2,1	2,3	2,2
Importe entrada (USD)	9,1	9,6	10,5	10,5	11,2

La evolución de la asistencia al cine en Estados Unidos en el periodo 2020-2024 muestra un máximo de 826,6 millones de espectadores en 2023 y un mínimo de 236,8 millones en 2020. El aumento de asistencia en 2023 con respecto a 2020 es casi de 590 millones de espectadores. La reducción en la venta de entradas en los cines americanos en 2024 con respecto a 2023 es superior a 55,5 millones (gráfico 3.12).



La cuota de mercado del cine USA se sitúa en 2024 en un 90,8% del total de espectadores, la cuota del cine del cine europeo en un 5,1%, la del resto de países en un 3,8% y, por último, la del cine iberoamericano en solo un 0,3% (cuadro 3.45).

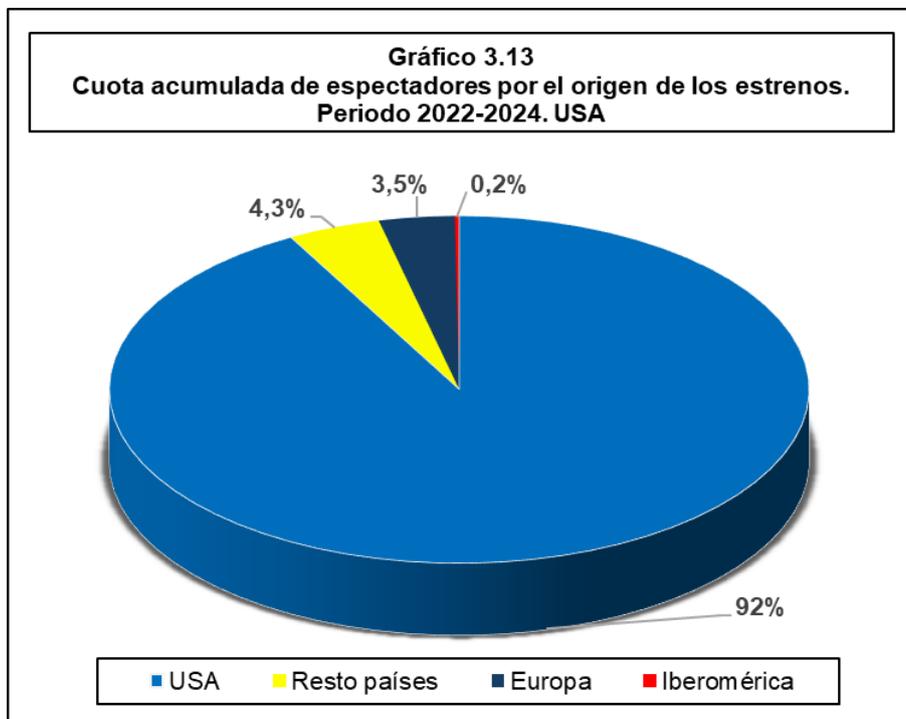
**Cuadro 3.45**  
*Distribución por el origen de los estrenos. USA*

ESPECTADORES						
Origen	2022	%	2023	%	2024	%
USA	651.819.804	92,4	766.571.411	92,7	700.021.880	90,8
Iberoamérica	525.535	0,1	1.633.600	0,2	2.375.096	0,3
Europa	16.575.329	2,4	24.001.292	2,9	39.361.026	5,1
Resto países	36.187.407	5,1	34.493.130	4,2	29.266.387	3,8
<b>Total</b>	<b>705.108.075</b>		<b>826.699.433</b>		<b>771.024.389</b>	

INGRESOS						
Origen	2022	%	2023	%	2024	%
USA	6.844.107.938	92,4	8.048.999.816	92,5	7.840.245.066	90,8
Iberoamérica	5.518.112	0,1	17.152.800	0,2	26.601.068	0,3
Europa	174.040.956	2,4	252.013.565	2,9	440.843.493	5,1
Resto países	379.967.782	5,1	362.177.862	4,4	327.783.539	3,8
<b>Total</b>	<b>7.403.634.788</b>		<b>8.680.344.043</b>		<b>8.635.473.166</b>	

La distribución de la cuota acumulada de espectadores por el origen de los estrenos en el periodo postpandemia 2022-2024 en Estados Unidos es la siguiente: 92% cine USA, 4,3% cine del resto de países, 3,5% cine europeo y 0,2% cine iberoamericano (gráfico 3.13).

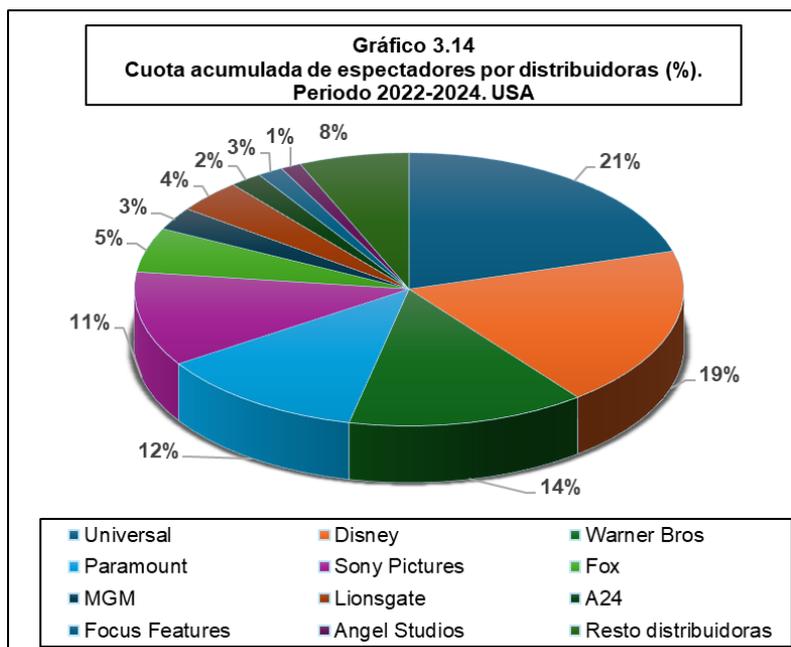


Las distribuidoras de los Estudios americanos, en 2024, representan una cuota conjunta de espectadores del 85% y las independientes el 15% restante. Los *Estudios* con más entradas vendidas son Disney con 168,3 millones y Universal con 155,2 millones. Entre las independientes destaca Lionsgate con 22 millones de entradas vendidas (cuadro 3.46).

**Cuadro 3.46**  
**Cuota de espectadores por distribuidoras. USA**

Origen	2022	%	2023	%	2024	%
Fox	61.670.196	8,7	33.026.175	4,0	27.771.875	3,6
Disney	131.851.048	18,7	137.010.054	16,6	168.307.852	21,8
Warner Bros	88.421.621	12,5	134.877.507	16,3	98.639.919	12,8
Sony Pictures	75.836.506	10,8	94.132.224	11,4	87.625.352	11,4
Universal	146.253.544	20,7	170.768.964	20,7	155.275.019	20,1
Paramount	121.491.007	17,2	80.100.234	9,7	81.154.500	10,5
MGM	9.645.114	1,4	26.949.431	3,3	26.384.878	3,4
Lionsgate	7.610.312	1,1	56.126.457	6,8	22.083.195	2,9
Focus features	10.569.217	1,5	11.196.457	1,4	13.675.876	1,8
A24	11.663.950	1,7	13.205.993	1,6	17.834.138	2,3
Angel Studios	0	0,0	20.803.571	2,5	5.968.163	0,8
Fathom	0	0,0	0	0,0	7.760.229	1,0
Neon Rated	0	0,0	0	0,0	11.676.279	1,5
Resto	40.095.560	5,7	48.502.366	5,9	46.867.114	6,1
<b>Total</b>	<b>705.108.075</b>		<b>826.699.433</b>		<b>771.024.389</b>	

La cuota acumulada de espectadores por distribuidoras en el periodo 2022-2024 refleja el dominio de las distribuidoras de los Estudios en su país de origen, con un 85% sobre el total. Las distribuidoras con más cuota de mercado son Universal (20,5%) y Disney (19%). Las distribuidoras independientes obtuvieron una cuota acumulada del 15%, entre las que destaca Lionsgate con casi un 4% (gráfico 3.14).



El ranking de los estrenos cinematográficos en Estados Unidos en 2024 estuvo encabezado por *Del revés 2* y *Deadpool & Wolverine*, ambas con más de 55 millones de espectadores y 630 millones de dólares de ingresos, cada una. A continuación, con más de 400 millones de dólares de ingresos se sitúan *Wicked* y *Vaiana 2* (cuadro 3.47).

Todas las películas del top-10 están realizadas por productoras de Estados Unidos y la cuota de mercado conjunta supuso un 43,5% del total de espectadores cinematográficos (335,8 millones). En 2024, ninguna producción realizada por productoras independientes formó parte de este ranking y, en concreto, las que tuvieron más éxito se encuentran en el puesto 27 (*Longlegs*) y en el 29 (*Civil War*), ambas con más de 6 millones de espectadores y en torno a los 70 millones de dólares de ingresos.

**Cuadro 3.47**  
**Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2024. USA (est. 11,2\$)**

N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Del revés 2	USA	58.736.671	657.850.710
2	Deadpool & Wolverine	USA	56.677.022	634.782.652
3	Wicked	USA	40.645.331	455.227.711
4	Vaiana 2	USA	37.998.169	425.579.491
5	Gru 4	USA	32.443.255	363.364.451
6	Beetlejuice Beetlejuice	USA	25.565.356	286.331.992
7	Dune: Parte dos	USA	25.271.425	283.039.960
8	Tornados	USA	23.725.095	265.721.064
9	Godzilla y Kong: El nuevo imperio	USA	17.614.757	197.285.277
10	Bad Boys: Ride or Die	USA	17.166.582	192.265.724

El ranking de los estrenos cinematográficos iberoamericano en Estados Unidos en 2024 estuvo encabezado por la producción mexicana (en coproducción con Estados Unidos) *Parpadea dos veces*, con 2 millones de espectadores y más de 22 millones de dólares de ingresos. El resto del top-10 tuvo un rendimiento más discreto y está conformado por otras cuatro producciones mexicanas, cuatro españolas y una dominicana (cuadro 3.48).

**Cuadro 3.48**  
**Ranking de estrenos iberoamericanos. Año 2024. USA (est.11,2\$)**

N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Parpadea dos veces	México	2.006.489	22.472.676
2	Robot Dreams	España	77.407	866.958
3	Dragonkeeper	España	67.013	750.546
4	El gran aviso	México	54.534	610.786
5	Guadalupe, Madre de la Humanidad	España	43.791	490.459
6	Colao 2	R. Dominicana	28.176	315.568
7	La habitación de al lado	España	25.467	285.230
8	Memory	México	25.040	280.452
9	El candidato honesto	México	16.412	183.815
10	Tótem	México	9.029	101.125

El estreno europeo con más éxito en 2024 en los cines americanos es la británica *Gladiator II*, con 15,3 millones de espectadores y 171,7 millones de dólares de ingresos, beneficiada sin duda por ser una coproducción con Estados Unidos (cuadro 3.49). A cierta distancia se sitúan *Wonka*, con 6

millones de entradas vendidas, y *Agente secreto*, con 4 millones. Por su origen, en este top-10 hay ocho obras británicas (tres en coproducción con Francia, dos con Estados Unidos y una con Polonia) y dos irlandesas (una en coproducción con Reino Unido y otra con Bélgica y Estados Unidos).

**Cuadro 3.49**  
*Ranking de estrenos europeos. Año 2024. USA (est. 11,2\$)*

N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Gladiator II	R. Unido, USA	15.332.894	171.728.414
2	Wonka	R. Unido, USA	6.005.574	67.262.425
3	Agente secreto	R. Unido	4.015.455	44.973.094
4	Vivir el momento	R. Unido, Francia	2.171.983	24.326.213
5	Pobres criaturas	Irlanda, R. Unido	1.998.576	22.384.046
6	La sustancia	R. Unido, Francia	1.423.489	15.943.082
7	Bonhoeffer, el espía	Irlanda, Bélgica	1.119.538	12.538.826
8	La zona de interés	R. Unido, Polonia	678.092	7.594.636
9	Back to Black	R. Unido, Francia	549.091	6.149.815
10	Los niños de Winton	R. Unido	507.387	5.682.735

El estreno oceánico con más éxito es la producción australiana *Furiosa. De la saga Mad Max*, con 6 millones de entradas vendidas y más de 67 millones de dólares de ingresos (cuadro 3.50). Por otra parte, los estrenos asiáticos que superan el millón de espectadores y los 12 millones de dólares de ingresos son los hindúes *Kalki 2898 AD* y *Pushpa* y la nipona *Guardianes de la noche 3*. En este top-10 hay cuatro películas japonesas, otras cuatro hindúes y dos australianas.

**Cuadro 3.50**  
*Ranking de estrenos de Asia y Oceanía. Año 2024. USA (est. 11,2\$)*

N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Furiosa. De la saga Mad Max	Australia	6.037.702	67.622.258
2	Kalki 2898 AD	India	1.671.216	18.717.624
3	Guardianes de la noche 3	Japón	1.575.503	17.645.637
4	Pushpa	India	1.154.957	12.935.515
5	El último Late Night	Australia	889.306	9.960.226
6	Gozilla minus one	Japón	860.516	9.637.776
7	El chico y la garza	Japón	800.116	8.961.297
8	Spy X Family Código: Blanco	Japón	735.998	8.243.179
9	Stree 2	India	655.888	7.345.949
10	Fighter	India	655.563	7.342.310

Los estrenos iberoamericanos en el mercado USA en 2024 suman un total de 18 estrenos con un rendimiento de 2,3 millones de espectadores y 26,6 millones de dólares de ingresos. El porcentaje total de coproducción representa un 50% (9 títulos). Solo 2 títulos (22,2%) son coproducciones entre países iberoamericanos. Los títulos de ficción y documental acumulan 2,2 millones de espectadores y casi 25 millones de dólares de ingresos, lo que representa casi el 94% del total de ambos parámetros (cuadro 3.51).

Cuadro 3.51

Estrenos iberoamericanos en el mercado cinematográfico USA.  
Año 2024

<b>Estrenos totales</b>	<b>18</b>
Espectadores totales	2.375.095
Ingresos totales (\$)	26.601.068
Títulos en coproducción	9
Títulos de ficción/documental	16
Títulos de animación	2
Espectadores títulos de ficción/documental	2.230.675
Espectadores títulos de animación	144.420
Ingresos de los títulos de ficción/documental (\$)	24.983.564
Ingresos de los títulos de animación (\$)	1.617.504

Los 18 estrenos iberoamericanos en USA se incluyen en el cuadro 3.52 y como ya se ha reseñado anteriormente la producción con más éxito es la mexicana *Parpadea dos veces*, con mucha diferencia sobre el resto. Otras dos películas que superan los 65.000 espectadores y los 750.000 dólares de ingresos son las españolas de animación *Robot Dreams* y *Dragonkeeper*.

El ranking está compuesto por siete estrenos mexicanos, otros siete estrenos españoles (uno en coproducción con Argentina), dos producciones argentinas, una chilena (en coproducción con Argentina) y una dominicana.

Cuadro 3.52

## Ranking de estrenos cinematográficos iberoamericanos en USA. Año 2022

N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Parpadea dos veces	México	2.006.489	22.472.676
2	Robot Dreams	España	77.407	866.958
3	Dragonkeeper	España	67.013	750.546
4	El gran aviso	México	54.534	610.786
5	Guadalupe, Madre de la Humanidad	España	43.791	490.459
6	Colao 2	R. Dominicana	28.176	315.568
7	La habitación de al lado	España	25.467	285.230
8	Memory	México	25.040	280.452
9	El candidato honesto	México	16.412	183.815
10	Totem	México	9.029	101.125
11	Cerrar los ojos	España, Argentina	6.358	71.210
12	Radical	México	4.699	52.630
13	La cocina	México	4.572	51.205
14	Los Colonos	Chile, Argentina	3.171	35.510
15	Elijo creer	Argentina	1.998	22.383
16	Eureka	Argentina	497	5.563
17	Tú no eres yo	España	400	4.479
18	Alimañas	España	42	474
			2.375.095	26.601.068

## EL CINE IBEROAMERICANO EN OCEANÍA

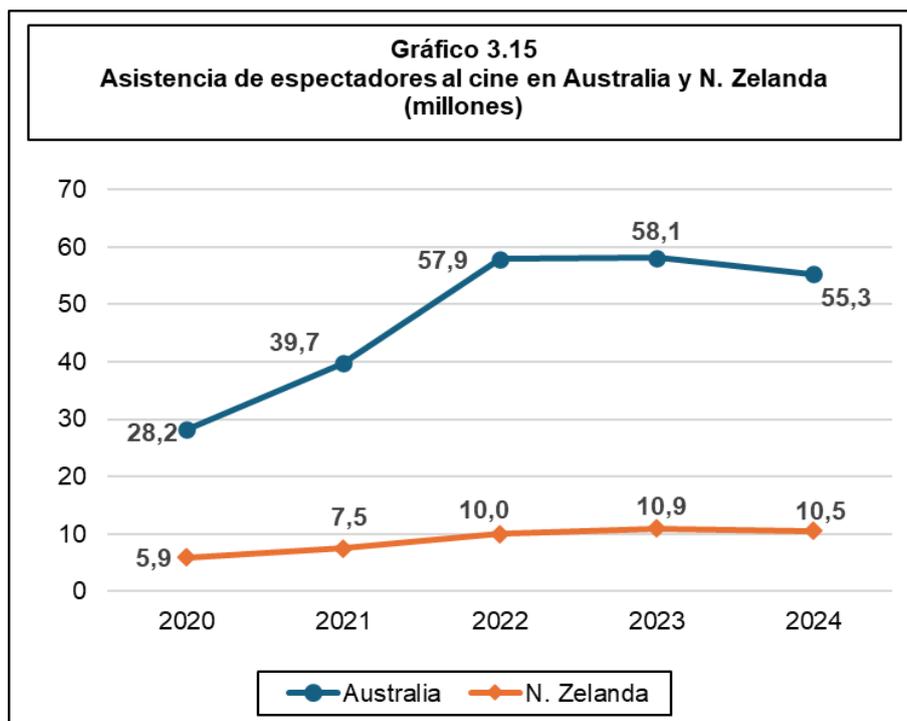
La publicación del *Panorama Audiovisual Iberoamericano 2025* realiza por primera vez un análisis de la exhibición cinematográfica de las producciones iberoamericanas en Oceanía (Australia y Nueva Zelanda), a partir de los datos suministrados por ComScore-Rentrak en el trienio 2022-2024.

Australia y Nueva Zelanda en 2024 cuentan con una población conjunta de más de 32 millones de habitantes, disponen de 2.772 salas de cine, la venta de entradas se sitúa casi en 66 millones y los ingresos en 664,6 millones de dólares americanos. La frecuencia anual de la asistencia al cine es de 2 películas por habitante y el importe medio de la entrada es de casi 11 dólares (cuadro 3.53)

**Cuadro 3.53**  
*Panorama cinematográfico en Australia y Nueva Zelanda*

Datos	2020	2021	2022	2023	2024
Población (millones)	30,6	30,8	31,1	31,8	32,2
Número de pantallas de cine	2.718	2.783	2.783	2.777	2.772
Ingresos cine (millones USD)	328,4	527,6	809,1	762,3	664,6
Espectadores cine (millones)	34,1	47,2	67,9	69,0	65,8
Asistencia anual por habitante	1,1	1,5	2,1	2,2	2,0
Importe entrada (USD)	9,6	11,1	11,9	11,1	10,9

En Australia, en el periodo 2020-2024, la asistencia de espectadores al cine refleja un máximo en 2023 de 58,1 millones de espectadores y un mínimo en 2020 de 28,2 millones. Por su parte, en Nueva Zelanda, también en 2023 tuvo lugar el máximo de casi 11 millones de espectadores y en 2020 el mínimo de 5,9 millones. En ambos países, la asistencia a las salas de cine se redujo en 2024 con respecto al año anterior (gráfico 3.15).



El ranking de los estrenos cinematográficos en Australia en 2024 está encabezado por *Deadpool & Wolverine*, con casi 4 millones de espectadores, y *Del revés 2* con 3,2 millones. El top-10 está compuesto por nueve películas americanas (una en coproducción con Australia, otra con Canadá y otra con Reino Unido) y una británica (en coproducción con Estados Unidos). La cuota de espectadores del ranking es del 39% (21,6 millones) sobre el total (cuadro 3.54).

**Cuadro 3.54**  
*Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2024. Australia*

N.	Título	Origen	Espectadores
1	Deadpool y Lobezno	USA	3.927.309
2	Del revés 2	USA	3.215.064
3	Gru 4. Mi villano favorito	USA	2.501.403
4	Vaiana 2	USA	2.368.483
5	Wicked	USA, UK	2.314.965
6	Dune: Part Two	USA	2.079.899
7	Kung Fu Panda 4	USA, Canadá	1.436.216
8	Gladiator II	UK, USA	1.389.732
9	Romper el círculo	USA	1.328.038
10	Godzilla y Kong: El nuevo imperio	USA, Australia	1.092.665

El ranking de los estrenos cinematográficos en Nueva Zelanda en 2024 está encabezado por *Del revés 2*, *Vaiana 2* y *Deadpool & Wolverine*, con más de medio millón de espectadores cada una. El top-10 neocelandés está compuesto por las mismas películas que las del top-10 de Australia. La cuota de espectadores del ranking es del 34,2% (3,6 millones) sobre el total (cuadro 3.55).

**Cuadro 3.55**  
*Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2024. N. Zelanda*

N.	Título	Origen	Espectadores
1	Del revés 2	USA	584.064
2	Vaiana 2	USA	548.439
3	Deadpool y Lobezno	USA	526.477
4	Gru 4. Mi villano favorito	USA	419.265
5	Dune: Part Two	USA	410.162
6	Wicked	USA, UK	335.461
7	Godzilla y Kong: El nuevo imperio	USA, Australia	254.476
8	Kung Fu Panda 4	USA, Canadá	220.092
9	Romper el círculo	USA	206.251
10	Gladiator II	UK, USA	193.312

El número total de estrenos de los top-10 del trienio 2022-2024 suma 28, tanto en Australia como en Nueva Zelanda (cuadro 3.40). Los estrenos en Australia acumulan una asistencia de 583.399 espectadores y 6,6 millones de dólares de ingresos. El porcentaje de coproducción se sitúa en el 64,2% (18 títulos) de los que cuatro títulos (22,2%) son coproducciones iberoamericanas (cuadro 3.56).

Los títulos de ficción y documental en Australia suman 22 (78,5%) y los títulos de animación ascienden a 6 títulos (21,5%). Los espectadores asistentes a títulos de ficción y documental acumulan más de 400.000 (70,1%) y los de animación casi 175.000 (29,9%). Los espectadores de los títulos distribuidos por empresas independientes representan casi un 44% del total (255.769 espectadores).

Los estrenos en Nueva Zelanda acumulan una asistencia de 98.554 espectadores y 1 millón de dólares de ingresos. El porcentaje de coproducción se sitúa en el 53,5% (15 títulos) de los que seis títulos (40%) son coproducciones iberoamericanas

Los títulos de ficción y documental en Nueva Zelanda suman 21 (75%) y los títulos de animación ascienden a 7 títulos (25%). Los espectadores asistentes a títulos de ficción y documental acumulan más de 77.000 (78,4%) y los de animación 21.223 (21,6%). Los espectadores de los títulos distribuidos por empresas independientes representan un 63,2% del total (62.277 espectadores).

En Australia, durante el trienio 2022-2024, los Estudios americanos distribuyeron cinco títulos iberoamericanos: Sony (*Madres paralelas* y *La habitación de al lado*), Warner (*Parpadea dos veces* y *Momias*) y Paramount (*Las aventuras de Tadeo Jones 3*). En Nueva Zelanda, los Estudios americanos distribuyeron cuatro títulos: Sony (*Madres paralelas* y *La habitación de al lado*), Warner (*Parpadea dos veces*) y Paramount (*Las aventuras de Tadeo Jones 3*).

**Cuadro 3.56**  
*Estrenos iberoamericanos del top-10 en Oceanía. Periodo 2022-2024*

Datos	Australia	N. Zelanda
Títulos totales	28	28
Espectadores totales	583.399	98.554
Ingresos totales (\$)	6.615.342	1.050.036
Títulos en coproducción	18	15
Coproducciones iberoamericanas	4	6
Títulos de ficción/documental	22	21
Títulos de animación	6	7
Espectadores títulos de ficción/documental	409.066	77.331
Espectadores títulos de animación	174.333	21.223
Ingresos de los títulos de ficción/documental (\$)	4.628.294	830.572
Ingresos de los títulos de animación (\$)	1.987.048	219.464
Espectadores títulos distribuidoras independientes	255.769	62.277
Espectadores títulos distribuidoras americanas	327.630	36.277
Ingresos títulos distribuidoras independientes	2.941.067	666.767
Ingresos títulos distribuidoras americanas	3.674.275	383.269

El número de estrenos iberoamericanos totales en Australia en el trienio 2022-2024 suma 43; estos estrenos acumulan 586.942 espectadores y 6,6 millones de dólares de ingresos. El número de estrenos iberoamericanos totales en Nueva Zelanda suma 37; estos estrenos acumulan casi 100.000 espectadores y un millón de dólares de ingresos. El total acumulado por ambos países oceánicos es de 685.941 espectadores y 7,7 millones de dólares de recaudación (cuadro 3.57).

**Cuadro 3.57**  
*Estrenos iberoamericanos totales en Oceanía*

AUSTRALIA			
Año	Estrenos	Espectadores	Ingresos (\$)
2022	21	179.504	2.171.996
2023	8	106.290	1.201.080
2024	14	301.148	3.282.508
<b>Total</b>	<b>43</b>	<b>586.942</b>	<b>6.655.584</b>

N. ZELANDA			
Año	Estrenos	Espectadores	Ingresos (\$)
2022	13	36.543	387.354
2023	8	13.330	131.971
2024	16	49.126	535.469
<b>Total</b>	<b>37</b>	<b>98.999</b>	<b>1.054.795</b>

La producción iberoamericana con más éxito en Australia es la mexicana *Parpadea dos veces*, con 158.465 espectadores, seguida de la película de animación española *Momias*, con casi 100.000 espectadores y de la chilena *Spencer* con más de 78.000 (cuadro 3.58).

Otros dos estrenos superan los 30.000 espectadores (*El camino de la Patagonia* y *El maestro que prometió el mar*) y otros tres los 20.000 (*Las aventuras de Tadeo Jones 3*, *Madres paralelas* y *200% Lobo*). Por su origen, 13 producciones provienen de España (una en coproducción con México), ocho de México, tres de Brasil (una en coproducción con Argentina), dos de Argentina (una en coproducción con España), una de Chile y otra de Colombia (en coproducción con México).

Cuadro 3.58

Ranking de estrenos iberoamericanos del top-10 en Australia. Periodo 2022-2024

N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Parpadea dos veces	México	158.465	1.727.269
2	Momias	España	99.410	1.123.332
3	Spencer	Chile	78.958	955.388
4	El camino a la Patagonia	Argentina	37.774	411.734
5	El maestro que prometió el mar	España	31.656	345.049
6	Las aventuras de Tadeo Jones 3	España	27.459	332.250
7	Madres paralelas	España	25.330	306.498
8	200% Lobo	España, México	22.427	244.451
9	La habitación de al lado	España	16.966	184.926
10	Un rescate de Huevitos	México	11.755	142.232
11	Competencia oficial	Argentina, España	11.481	138.917
12	El buen patrón	España	11.084	134.111
13	Radical	México	10.359	112.913
14	Robot Dreams	España	7.572	82.538
15	Sundown	México	5.840	70.661
16	Inspector Sun y la maldición...	España	5.711	62.245
17	Hasta el fin del mundo	México	4.956	54.015
18	Alcarràs	España	4.567	51.609
19	Memoria	Colombia, México	3.675	44.468
20	Memory	México	3.079	33.561
21	Lasciarsi un giorno a Roma	España	2.013	24.358
22	Rotting in the sun	México	1.300	14.687
23	Carvão	Brasil, Argentina	567	6.407
24	Murina	Brasil	552	6.677
25	Amityville 3-D	México	346	3.909
26	Vicky Cristina Barcelona	España	46	515
27	El lado oscuro de la noche	Brasil	33	375
28	¿Te gusta Hitchcock?	España	22	246
			583.399	6.615.342

La producción iberoamericana con más éxito en Nueva Zelanda es la producción mexicana *Parpadea dos veces*, con 21.315 espectadores, seguida de la película chilena *Spencer* con casi 20.000 espectadores y de la argentina *El camino de la Patagonia* con 16.777 (cuadro 3.59).

Por su origen, 12 producciones provienen de España (una en coproducción con México), seis de México, cinco de Argentina (dos en coproducción con España), dos provienen de Brasil (una en coproducción con Argentina), dos de Chile (una en coproducción con Brasil y España) y otra de Colombia (en coproducción con México).

**Cuadro 3.59**  
**Ranking de estrenos iberoamericanos del top-10 en N. Zelanda. Periodo 2022-2024**

N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Parpadea dos veces	México	21.315	232.337
2	Spencer	Chile	19.828	210.181
3	El camino a la Patagonia	Argentina	16.777	182.870
4	Las aventuras de Tadeo Jones 3	España	11.130	110.187
5	200% Lobo	España, México	5.100	55.588
6	Madres paralelas	España	3.419	36.239
7	El buen patrón	España	2.893	30.666
8	Nieva en Benidorm	España	2.755	29.204
9	Un rescate de Huevitos	México	1.936	20.522
10	McCurry: La búsqueda del tercer color	España	1.724	18.280
11	Competencia oficial	Argentina, España	1.699	18.012
12	Empieza el baile	Argentina, España	1.455	15.864
13	Robot Dreams	España	1.341	14.622
14	Inspector Sun y la maldición...	España	1.119	12.198
15	Memoria	Colombia, México	991	10.502
16	Lasciarsi un giorno a Roma	España	748	7.408
17	Memory	México	698	7.609
18	Carvão	Brasil, Argentina	697	7.597
19	Koati	México	540	5.721
20	Extraña forma de vida	España	472	4.669
21	Murina	Brasil	464	4.921
22	La habitación de al lado	España	413	4.506
23	Radical	México	326	3.230
24	Plan para Buenos Aires	Argentina	271	2.684
25	Aquí me río yo	España	239	2.362
26	Cuando acecha la maldad	Argentina	118	1.169
27	31 minutos, la película	Chile, Brasil, España	57	626
28	Totem	México	26	262
			98.554	1.050.036



# 20 AÑOS CON EL CINE





# ARTÍCULO 5

Todos somos programadores:  
*¡prompt, cámara, acción!*



# ARTÍCULO 5

## Todos somos programadores: *¡prompt, cámara, acción!*

Daniel Hidalgo Valdés

La Inteligencia Artificial (IA) ya no es un concepto futurista confinado a laboratorios e institutos de investigación. La IA está transformando el núcleo operativo de múltiples industrias al automatizar procesos, optimizar la toma de decisiones y habilitar la inteligencia predictiva.

Las empresas están reemplazando departamentos enteros, pero también están invirtiendo fuertemente en personas que pueden usar IA de impacto inmediato. No para construir modelos, sino para ponerlos en práctica. Y ese es el aspecto más importante de este cambio de paradigma: en la economía de la IA no es necesario escribir código, ni tener un título, solo es necesario aprender a hablar con la IA, y eso ahora se hace no con código, sino en tu propio idioma.

La gran mayoría de los modelos con las que interactuamos para usar la Inteligencia Artificial Generativa (GAI, por sus siglas en inglés) están desarrolladas con una tecnología llamada Procesamiento de Lenguaje Natural (NLP por sus siglas en inglés) que implica la interacción entre computadoras y humanos usando el lenguaje “natural”. El objetivo de la NLP es leer, descifrar, entender y dar sentido al lenguaje humano de una manera valiosa. Es en ese sentido que afirmo que el día de hoy todos somos programadores: bastan nuestras palabras para construir soluciones con IA.

En este punto del desarrollo de la GAI, nadie es realmente un experto, la tecnología es tan reciente que todavía se está “escribiendo el manual”. Por eso, aunque sientas que no sabes nada del tema, no vas tarde. Esta tecnología está en la fase inicial y aún tienes tiempo de colocarte en la vanguardia. Con unos pocos meses de práctica enfocada —replicando las técnicas de quienes ya destacan— podrías ponerte al día. Hay abundante contenido gratuito y comunidades dispuestas a compartir su camino. (\*)<sup>1</sup>

Para aprovechar esa ventaja y comunicarse efectivamente con la IA, la herramienta decisiva es el *prompt*: el texto con el que damos instrucciones a la IA para multiplicar nuestro talento. Ese

---

<sup>1</sup> Como punto de partida, un buen ejemplo del contenido que hay en la red es la especialización en *Prompt Essentials* de Google es un buen lugar para empezar a aprender todo esto. Está construida por la división de IA de Google, el mismo equipo detrás de Gemini, Workspace AI y AI Studio.).

liderazgo emergente pasa por dominar un nuevo idioma—no el de los lenguajes de programación tradicionales, sino el de los *prompts*, la gramática con la que conversamos y colaboramos con la IA.

Hacer un *prompt* no consiste en navegar ni en emitir comandos aislados: exige contexto y orientación a resultados. Así como escribir no es solo teclear, es persuadir, y programar no es sólo teclear, es arquitectura, hacer un *prompt* no es teclear, es pensar con claridad estructurada.

El *prompt*, en mi opinión, trata de diseñar un resultado en tu mente y traducirlo en una instrucción clara que una IA pueda comprender y ejecutar con precisión. Creo que es un protocolo de comunicación entre la intención humana y la ejecución de la máquina. Este es el nuevo lenguaje.

Si entendemos de esa forma el *prompt*, la IA no elimina el proceso de pensamiento, lo potencia. Hace visible el pensamiento, lo afina y lo vuelve comprobable. La diferencia no está en la herramienta, sino en la claridad con que se define lo que uno quiere. *Promptear* no reemplaza tu cerebro, lo entrena. Te entrena para descomponer metas en sistemas, para mapear el caos en resultados y para hablar a la IA con intención, no con ruido. Ese es el nombre del juego: *prompt*. No es teclear, no son comandos, es claridad de pensamiento traducida en acción.

Creo que esta es la manera de aprovechar el potencial de esta tecnología y el *promptear* es la puerta de entrada al pensamiento de alta potencia. Así que, si *promptear* es pensar, ¿qué tipo de pensamiento importa en realidad? Porque no todos los pensamientos llevan a resultados. Algunos llevan al ruido y otros a potenciar las ideas.

El informe 2023 de *OpenAI*, creadores de *ChatGPT*, muestra que el *prompt* promedio contiene apenas nueve palabras. La mayoría de las personas *promptean* como si estuvieran usando Google: adivinan y escriben antes de pensar, improvisan en lugar de diseñar. Pero los usuarios más poderosos piensan como científicos. No se preguntan: “¿Cuál es el *prompt* más común para hacer esto?”, sino: “¿Cuál es el resultado exacto que quiero y qué entradas me llevarán ahí?”. Los mejores escritores de *prompts* no solo saben cómo hablar con la IA, saben cómo pensar en modelos, en marcos de trabajo, en principios fundamentales, en pensamiento sistémico.

La mayoría de las personas confunden inteligencia con memoria, con tener la respuesta correcta al instante. Pero la verdadera inteligencia no es memoria, es arquitectura mental: la capacidad de enmarcar, secuenciar y adaptar tu pensamiento bajo incertidumbre. Así es como los humanos resolvemos problemas complejos de forma natural: hacemos una pregunta, reflexionamos y luego hacemos una mejor pregunta. Y no es indecisión, eso es andamiaje cognitivo: tomamos ideas vagas y las convertimos en decisiones que realmente funcionan.

El poder de pensar primero y *promptear* después. Así es exactamente cómo funciona el *prompt* avanzado. En lugar de meter todo en un único *prompt* saturado, lo construyes por capas. Luego apilas *prompts* pequeños que construyen poco a poco el contexto, y cada uno acercándote más al resultado. A esta metodología que segmenta la tarea en capas lógicas, se le conoce como *prompt chaining* (encadenamiento de *prompts*). Nunca comenzamos con “dame la respuesta”. Mapeamos el contexto, definimos las capas y luego usamos *prompt chaining* para diseñar mejor pensamiento, más rápido.

Uno de los consejos más prácticos que puedo compartir es ayudarse de algún Modelo Extenso de Lenguaje (LLM, por sus siglas en inglés) como *ChatGPT* o *DeepSeek*, para la iteración de *prompts*. En este punto es casi irrefutable que lo más eficiente es echar mano de un LLM para refinar tus *prompts*, Dicho en otras palabras, para hacer buenos *prompts*, y hacerlos específicos para cada plataforma y para cada caso, comunícate con una IA para que te ayude a comunicarte con otra.

Cuando trasladamos esta disciplina al terreno visual—donde intervienen modelos capaces de generar fotogramas o secuencias completas—cada “átomo” del *prompt* adquiere matices propios: la intención se expresa en encuadres y estilos, las restricciones se vuelven resoluciones y duraciones, y la validación contempla composición, ritmo y coherencia narrativa.

La generación de imágenes y la de videos presentan retos y dinámicas diferentes. Diré lo obvio, mientras que la creación de imágenes se centra en capturar un instante específico con detalles visuales precisos, la generación de videos añade la complejidad del movimiento, la continuidad narrativa y la evolución temporal de las escenas. Esto implica que los *prompts* para video requieren una estructura distinta, ni más compleja ni más detallada, solamente diferente a la de imágenes, considerando aspectos como la duración, el tipo de plano, los movimientos de cámara y la coherencia entre fotogramas.

En este contexto, es fundamental conocer no solo las técnicas y componentes clave para redactar *prompts* efectivos en cada caso, sino también entender las diferencias fundamentales entre ambos tipos de instrucciones.

La creación de *prompts* efectivos para generación de imágenes requiere una estructura bien organizada que proporcione toda la información necesaria al modelo de IA. Un *prompt* exitoso debe incluir varios componentes esenciales:

- **Descripción del Sujeto Principal**

El sujeto representa el elemento central de la imagen y debe describirse con la mayor especificidad posible. En lugar de términos generales como “gato”, es preferible ser preciso: “gato atigrado naranja con patas blancas” o “elegante gato siamés con ojos azules”.

- **Contexto y Entorno**

El entorno proporciona el contexto necesario para el sujeto principal, incluyendo el lugar, los alrededores y las condiciones ambientales. Por ejemplo, en lugar de “calle en la ciudad”, se puede especificar “callejuela estrecha adoquinada en una antigua ciudad mexicana con casas coloridas, tejados de terracota y macetas en las ventanas”.

- **Estilo Visual y Técnico**

Este componente define cómo debe verse la imagen, incluyendo el estilo artístico, la iluminación, la paleta de colores y el tipo de composición. Algunos ejemplos incluyen: “estilo de Van Gogh”, “arte digital”, “fotografía realista”, o “ilustración tipo animé”.

La generación de videos requiere *prompts* aún más detallados, ya que además de describir la escena, es necesario especificar el movimiento de los sujetos, los movimientos de cámara, la duración, el tipo de plano y la continuidad visual. También conviene estructurar el *prompt* por capas (escenario, personajes, iluminación y movimientos) y utilizar *prompts* negativos para evitar errores técnicos (*prompts* en lo que indicamos qué es lo que no queremos). La coherencia y el control de la narrativa a lo largo del tiempo son fundamentales para obtener videos realistas y fluidos.

La estructura recomendada incluye:

- **Descripción de la Escena**

Se debe detallar el entorno, los sujetos presentes y el contexto general de la acción. Por ejemplo: “Un astronauta salta lentamente en la superficie de la luna, con la Tierra visible al fondo y polvo flotando en el aire”.

- **Definición del Movimiento**

Se debe especificar tanto el movimiento del sujeto como el de la cámara. Ejemplos incluyen: “cámara sigue lentamente desde atrás”, “paneo lateral suave”, “zoom in gradual”.

- **Especificaciones Técnicas de Video**

Los *prompts* de video deben incluir aspectos técnicos específicos como duración, tipo de plano, movimientos de cámara y transiciones. Por ejemplo: “plano general con vista panorámica”, “primer plano”, “toma cenital fija”.

- **Control de Movimiento y Continuidad**

Para lograr coherencia visual en videos, es importante mantener referencias consistentes como la misma paleta de colores, condiciones de luz similares y planos o encuadres coherentes. Esto es especialmente importante cuando se crean secuencias largas o historias conectadas.

- **Uso de Prompts Negativos**

Los *prompts* negativos en video no solo evitan errores técnicos, sino que también ayudan a mantener el estilo deseado. Por ejemplo: “evitar movimientos bruscos, evitar cambios de iluminación abruptos, evitar distorsiones faciales”.

Para *promptear*, tanto imágenes como videos, es esencial ser claro, específico y proporcionar contexto relevante. La iteración y el refinamiento de los *prompts* son claves para mejorar los resultados. También es útil asignar roles a la IA (“actúa como un director de fotografía...”) y utilizar referencias de estilos o artistas reconocidos para guiar la generación visual. Insisto: usa un LLM para que te ayude a refinar tus *prompts*.

Dominar la creación de *prompts* efectivos es fundamental para obtener imágenes y videos de alta calidad con IA, aprovechando al máximo las capacidades de las herramientas actuales y adaptando la estructura de los *prompts* según el tipo de contenido que se desea generar.

*Promptear* no es un atajo, *promptear* es una disciplina de pensamiento. Es un nuevo lenguaje para potenciar nuestra creatividad. Y quienes aprendan a pensar en *prompts*, a diseñar contexto, resultados y flujos inteligentes, no solo sobrevivirán a este cambio... lo liderarán.

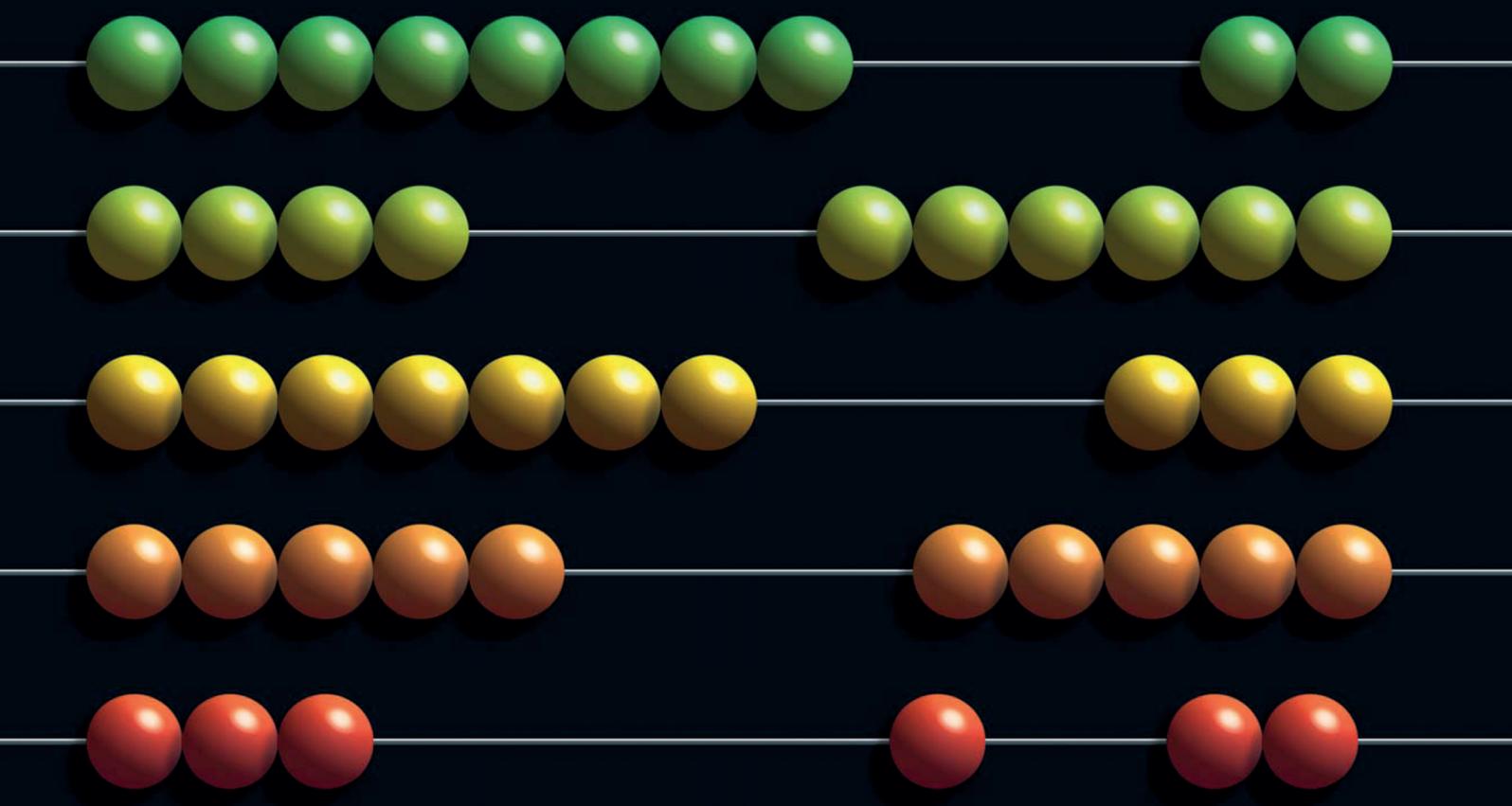


## Daniel Hidalgo Valdés

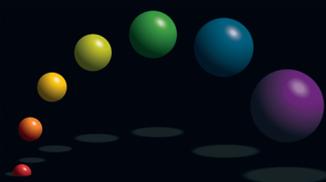
CEO de LIPA y La Consultor-IA.

Es compositor y productor musical con más de 30 años de experiencia en cine, series y teatro. Cuenta con maestrías en Investigación y Desarrollo de la Educación y en Cine Documental, y es Miembro Activo de la Academia Mexicana de Artes y Ciencias Cinematográficas y del Sistema Nacional de Creadores de Arte.

Dirige el Laboratorio de Investigación y Producción Audiovisual (LIPA) y La Consultor-IA, empresas pioneras en la aplicación de Inteligencia Artificial Generativa al proceso creativo y productivo. Desde estos laboratorios asesora a creativos y empresas de la industria audiovisual, y a organizaciones de otros sectores.



# Una sociedad de servicios



**egeda**

Entidad de Gestión de Derechos  
de los Productores Audiovisuales

# CAPÍTULO IV

La producción audiovisual  
iberoamericana en Asia y... viceversa



# CAPÍTULO IV

## La producción audiovisual iberoamericana en Asia y... viceversa

Por Departamento de Reparto de EGEDA

### INTRODUCCIÓN

El *Panorama Audiovisual Iberoamericano 2025* incluye por primera vez un estudio del impacto de la producción iberoamericana en Asia. La exhibición cinematográfica, gracias a la información suministrada por ComScore, y el anuario del Observatorio Europeo del Audiovisual es la faceta del audiovisual que se analiza con más nivel de detalle. El periodo elegido es el trienio 2022-2024, con la intención de mitigar en la medida del efecto postpandemia. La estructura del estudio es similar a la que se utiliza para el análisis de la exhibición cinematográfica en Iberoamérica y los mercados incluidos en el capítulo dependen de la disponibilidad de los datos.

La primera conclusión que se extrae al comparar el mercado cinematográfico asiático con el iberoamericano es la diferencia de escala en la que se mueven. Los países asiáticos incluidos en el estudio acumulan una población cinco veces superior a los de Iberoamérica y, por tanto, el potencial de espectadores consumidores de cine en Asia nos da una idea de la dimensión de su industria audiovisual. Además, los datos concretos de 2024 certifican esta diferencia de escala cinematográfica, ya que las salas de cine en los países asiáticos rebasan las 110.000 por las 20.500 de Iberoamérica, los ingresos superan los 10.000 millones de dólares por los 2.700 de Iberoamérica y las entradas vendidas en los mercados asiáticos superan los 2.300 millones, por las casi 630 millones vendidas en los mercados iberoamericanos.

La dificultad de acceso del cine iberoamericano a los mercados asiáticos es un hecho que se tiene que ir superando con la colaboración entre los organismos oficiales y los diferentes agentes audiovisuales especializados, dadas las posibilidades del continente y el paralelismo temático entre el cine asiático y el cine latino. La primera puerta para conseguir una mayor visibilidad sería la promoción internacional y a partir de ahí consolidar la generación de lazos de coproducción entre ambos mercados y en ambos sentidos y, posteriormente, amplificar una red de circulación constante entre distribuidoras independientes para facilitar la exhibición de las producciones iberoamericanas o su difusión en televisión.

El aumento de la presencia del cine latinoamericano en los dos festivales internacionales de más renombre es un hecho, ya que hasta cuatro películas formaron parte de la competencia oficial

del Festival Internacional de Cine de Shanghai (China) de 2025: *Después de la niebla* (Chile), *Ciclón* (Brasil), *La memoria del olor de las cosas* (Brasil, Portugal) y *Los renacidos* (Argentina, Chile, España). Y otras tres cintas iberoamericanas se incluyeron en la sección oficial del Festival Internacional de Cine de Tokio (Japón) de 2024: *Adiós al amigo* (Colombia), *Entierre a sus muertos* (Brasil) y *Los papeles del inglés* (Portugal).

Aparte de los renombrados festivales internacionales, hay que destacar los festivales específicos de Cine Iberoamericano, como el *Latin Beat Film Festival*, celebrado en el marco del festival de Tokio, y entre las que destacan, en 2024, la presencia de dos cintas españolas, *La habitación de al lado* (Pedro Almodóvar) y *El llanto* (Pedro Martín-Calero) y la dominicana *Pepe* (Nelson (Carlos de los Santos Arias)). Otro festival sectorial es el de Cine Español de Manila (Película-Pelikula), organizado por el Instituto Cervantes de Filipinas. En 2024 destacó la presencia de las producciones españolas *20.000 especies de abejas* (Estibáliz Urresola) y *El maestro que prometió el mar* (Patricia Font), además de las de otros países latinoamericanos, como *Las hijas* (Chile, Panamá), *Pacarrete* (Brasil) y *Puan* (Argentina).

El desarrollo del capítulo evidencia la diferente penetración de las industrias cinematográficas asiática e Iberoamericana en ambos mercados. Un dato que refrenda este hecho son los 34,4 millones de entradas vendidas por los estrenos asiáticos en los cines iberoamericanos durante el trienio 2022-2024, en comparación con los 1,78 millones de entradas adquiridas por los espectadores asiáticos para el visionado de cine iberoamericano en dicho periodo. Dejando a un lado la potente industria de animación oriental, cuya aceptación mundial no tiene parangón por su tradición, calidad y tecnología, hay bastante margen para que el cine iberoamericano pueda seguir ganando terreno en Asia con historias de ficción que atraigan el interés de los espectadores de dicho continente.

El análisis profundo de la ficción iberoamericana en Asia no es posible hacerlo porque no se dispone de datos de emisión en los canales de televisión o en las plataformas de pago. A lo más que se puede llegar es a hacer una trayectoria somera de los títulos difundidos en los últimos 25 años y a través de los que nos podemos hacer una idea de los gustos de los espectadores asiáticos. No obstante, lo que es indiscutible es el protagonismo de las plataformas de *streaming* como aliados en la amplificación de la difusión de la ficción iberoamericana en el mercado asiático.

Un ejemplo de esto es el éxito inesperado del estreno en Japón y China, en 2025, de la serie argentina *El Eternauta*, basada en un cómic publicado a finales de los años 50 en el país de origen de la producción. En Japón a través de Netflix, tuvo un éxito significativo y en el que los usuarios destacaron el doblaje al japonés y la participación de profesionales autóctonos en los efectos visuales de la serie para aportarle un estilo parecido al de los ánimes de los años 80. En China estuvo disponible en las plataformas Weibo y Douban con el título *El navegante eterno* y en este caso hubo disparidad de criterios en cuanto a las valoraciones a favor, por la fidelidad hacia el cómic original, y en contra, por la complejidad narrativa de la serie.

En el caso de la difusión en televisión de la ficción asiática si es posible entrar más al detalle porque EGEDA cuenta con toda la información, en el marco de la actividad de protección de los derechos de propiedad intelectual. La primera impresión es que la potente industria audiovisual de los países asiáticos ha desembarcado con especial éxito en los países iberoamericanos. China, Corea del Sur, Filipinas, Hong-Kong, India, Japón o incluso Tailandia, han movilizado una gran cantidad de recursos y han conseguido crear un espacio permanente para el consumo de su ficción, tanto en las salas de exhibición cinematográfica, como en los canales de televisión en abierto.

En la parte final del capítulo hay datos concretos que reflejan lo anteriormente comentado, pero también es interesante reseñar, en esta introducción, las obras exhibidas de países con menos tradición audiovisual o con menos recursos para producir contenidos. En el caso del cine, el cuadro siguiente refleja los estrenos procedentes de Malasia, Tailandia y Vietnam que se situaron en el top-100 de alguno de los países iberoamericanos:

<i>Cuadro Introducción 1</i>				
N.	Título de estreno	Título original	País	Espectadores
1	El ascensor del diablo	Thang Máý	Vietnam	129.264
2	Susurros mortales 2	Tee Yod 2	Tailandia	6.458
3	Home for rent	Ban Chao Buchayan	Tailandia	6.098
4	No mires al demonio	Don't Look at the Demon	Malasia	5.905
5	La criada	Sao-lab-chai	Tailandia	3.199

En el caso del cine difundido en televisión también hay casos de películas de países con las características antes mencionadas. El siguiente cuadro sirve para cerrar esta introducción:

<i>Cuadro Introducción 2</i>				
N.	Título de emisión	Título original	Origen	País TV
1	Khalawis	Khalaweis	Egipto	Colombia
2	Broken keys	Broken Keys	Líbano	España
3	Cafarnaúm	Capharnaüm	Líbano	España
4	El color del paraíso	Rang-e khoda	Irán	España
5	Goodbye	Be Omid-e Didar	Irán	Brasil
6	Hava, Maryam, Ayesha	Hava, Maryam, Ayesha	Afganistán	España
7	Hijos del sol	Khorshid	Irán	España
8	Invitación de boda	Wajib	Palestina	España
9	Kill Vengeance	Message Man	Indonesia	México
10	Nahid	Nahid	Irán	España

## EL CINE IBEROAMERICANO EN ASIA

El Panorama del cine en Asia refleja que ocho mercados incluidos en el estudio suman más de 3.400 millones de habitantes y superan las 100.000 salas de cine. Por países, China y la India representan más del 80% del total de la población de los países de la muestra y China exclusivamente rebasa el 80% del total de pantallas de cine. Los ocho mercados analizados son: Arabia Saudí, China, Corea del Sur, India, Indonesia, Japón, Malasia y Tailandia (cuadro 4.1).

País	Población (millones)			Pantallas cine		
	2022	2023	2024	2022	2023	2024
Arabia Saudí	32,2	32,8	33,9	584	628	636
China	1.412,5	1.411,4	1.410,0	83.998	86.310	90.968
Corea del Sur	51,6	51,6	51,6	3.322	3.371	3.296
India	1.410,0	1.428,6	1.450,0	9.382	9.742	9.927
Indonesia	274,9	277,4	283,5	2.149	2.145	2.145
Japón	125,2	124,6	123,8	3.634	3.653	3.675
Malasia	33,1	33,1	35,6	1.185	1.232	1.232
Tailandia	70,1	70,2	71,7	1.321	1.321	1.321
<b>Total</b>	<b>3.409,6</b>	<b>3.429,7</b>	<b>3.460,1</b>	<b>104.991</b>	<b>107.774</b>	<b>113.200</b>

Los espectadores acumulados por los países del estudio en el periodo 2022-2024 se encuentran en un rango comprendido entre 2.072 millones y casi 2.700. Como en el caso de la población y del equipamiento en cines, China y la India venden conjuntamente más del 80% del total de entradas al cine (cuadro 4.2).

Los ingresos en los mercados cinematográficos asiáticos en 2023 y 2024 superan los 10.000 millones de dólares en cada año. Particularmente, en 2023 se produce el máximo de recaudación acumulada durante el periodo analizado, con casi 10.745 millones de dólares. En dicho año, los ingresos de China representan el 55% del total acumulado y los ingresos conjuntos de China, India y Japón suponen casi el 84%.

País	Espectadores (millones)			Ingresos (millones USD)		
	2022	2023	2024	2022	2023	2024
Arabia Saudí	14,4	17,7	17,5	242,2	246,6	225,3
China	712,0	1.299,0	1.007,0	4.470,0	5.936,8	5.902,3
Corea del Sur	112,8	125,1	123,0	900,2	966,1	875,1
India	892,0	900,0	883,0	1.350,0	1.480,0	1.417,1
Indonesia	111,4	114,0	126,2	326,4	333,0	384,8
Japón	152,0	155,5	144,0	1.630,0	1.580,0	1.363,1
Malasia	44,8	34,9	*	170,7	134,1	*
Tailandia	33,3	37,0	36,7	152,8	66,6	69,1
<b>Total</b>	<b>2.072,7</b>	<b>2.683,2</b>	<b>2.337,4</b>	<b>9.242,3</b>	<b>10.743,2</b>	<b>10.236,8</b>

El estudio prosigue con los estrenos cinematográficos con más éxito en algunos de los mercados analizados y de los que se tienen datos consolidados durante el periodo 2022-2024. El top-20 en Arabia Saudí refleja que los estrenos con más éxito son las producciones americanas *Bad Boys: Ride*

or *Die* y *Top Gun: Maverick*, superando el millón de entradas vendidas cada una. También hay que destacar la buena acogida de la película egipcia *I love you* y de la producción saudita *Sattar*, ambas con más de 900.000 espectadores.

El top-20 contiene otros 13 estrenos con más de 500.000 espectadores y otras tres películas con más de 400.000. Por su origen, 9 son estadounidenses, otras 9 son producciones egipcias y dos son películas autóctonas. En primer lugar, hay que destacar el éxito del cine egipcio en Arabia Saudí, ya que aparte de alcanzar el top-3 con la comedia *I love you* (*Bahibbak*) de Tamer Hosny, también en quinto lugar con casi 900.000 espectadores se sitúa *Welad Rizk 3* dirigida por Tarek Alarian. Las dos obras nacionales incluidas en el ranking son la mencionada *Sattar*, dirigida por Abdullah Al-Arak, con más de 600.000 espectadores, y *Shabab Albomb* de Yule Caise (cuadro 4.3).

**Cuadro 4.3**  
**Ranking de estrenos cinematográficos. Periodo 2022-2024. Arabia Saudí**

N.	Título	Origen	Espectadores	Estreno
1	Bad Boys: Ride or Die	USA	1.746.021	2024
2	Top Gun: Maverick	USA	1.250.059	2022
3	I love you	Egipto	935.674	2022
4	Sattar	A. Saudí	903.339	2023
5	Welad Rizk 3: El Qadia	Egipto	885.145	2024
6	Inside out 2	USA	707.896	2024
7	Oppenheimer	USA	704.429	2023
8	Their Uncle	Egipto	663.139	2022
9	Gawaza Toxic	Egipto	634.607	2024
10	For Ziko	Egipto	633.587	2022
11	Shabab Albomb	A. Saudí	622.561	2024
12	Mission: Impossible - Dead Reckoning I	USA	598.053	2023
13	Mr. Ex	Egipto	590.866	2023
14	Minions: The Rise of Gru	USA	544.136	2022
15	The Batman	USA	519.416	2022
16	Sugar Daddy	Egipto	508.104	2023
17	Deadpool & Wolverine	USA	502.584	2024
18	The Super Mario Bros.	USA	493.091	2023
19	Another One	Egipto	466.002	2022
20	Fasel Men El Lahazat	Egipto	458.272	2024

El top-20 de estrenos cinematográficos en China refleja el dominio del cine nacional sobre el resto de las producciones estrenadas en el periodo 2022-2024. Las dos obras con más éxito, superando los 90 millones de espectadores, son *No more bets* (*Gu zhu yi zhi*), dirigida por Ao Shen y Randy Liu, y *Full river Red* (*Manjianghong*) de Yimou Zhang.

El ranking contiene otros tres estrenos que rebasan los 80 millones de espectadores, cuatro que superan los 70 millones, otros cuatro con más de 50 millones y siete con más de 30 millones de entradas vendidas. Los estrenos foráneos con más éxito son, en el top-25, la producción estadounidense *Gozilla x Kong: The New Empire*, con 22,4 millones de espectadores, y en la posición 27, la exitosa obra de animación nipona *El niño y la garza* (*Kimi-tachi wa dô ikiru ka*) de Hayao Miyazaki, con más de 20 millones de espectadores (cuadro 4.4).

Cuadro 4.4

## Ranking de estrenos cinematográficos. Periodo 2022-2024. China

N.	Título	Origen	Espectadores	Estreno
1	No more bets	China	92.476.577	2023
2	Full river Red	China	91.218.941	2023
3	Lost in the Starts	China	84.502.450	2023
4	Water Gate Bridge	China	82.164.983	2022
5	Successor	China	80.056.429	2024
6	The Wandering Earth 2	China	78.793.827	2023
7	Moon Man	China	74.229.476	2022
8	Yolo	China	73.134.028	2024
9	Pegasus 2	China	71.681.300	2024
10	Creation of the Gods I	China	60.476.613	2023
11	Too cool to Kill	China	54.305.360	2022
12	Never say never	China	54.028.820	2023
13	Article 20	China	53.530.219	2024
14	Boonie Bears: Time Twist	China	44.265.644	2024
15	Chang An	China	44.006.608	2023
16	Lightting up the Stars	China	42.321.749	2022
17	Home coming	China	37.749.473	2022
18	A place called Silence	China	32.673.303	2024
19	Boonie Bears: Guardian Code	China	32.116.246	2023
20	Under the Light	China	31.307.044	2023

El top-20 de estrenos cinematográficos en Corea del Sur refleja la popularidad del cine nacional, con cinco producciones en los más alto del ranking, superando en todos los casos los 10 millones de espectadores. Estas cinco producciones son: *The Roundup (Beomjoidosi 2)* de Lee Sang-yong, *Exhuma (Pamy)* de Jang Jae-hyun, *12.12: The Day (Seoul-ui Bom)* de Sung Soo Kim, *The Roundup: Punishment (Beomjoidosi 4)* de Heo Myeong-haeng y *The Roundup: No way out (Beomjoidosi 3)* dirigida por Lee Sang-yong.

El ranking contiene otros cinco estrenos coreanos, siete producciones estadounidenses y dos japonesas. Las dos películas estadounidenses más populares en Corea del Sur, ambas con más de ocho millones de espectadores en taquilla, son *Inside out 2* y *Top Gun: Maverick*. La obra japonesa con más éxito en el periodo 2022-2024 es el anime *Suzume*, de Makoto Shinkai, con 5,5 millones de espectadores (cuadro 4.5)

Cuadro 4.5

## Ranking de estrenos cinematográficos. Periodo 2022-2024. Corea del sur

N.	Título	Origen	Espectadores	Estreno
1	The Roundup	Corea del S.	12.693.302	2022
2	Exhuma	Corea del S.	11.914.784	2024
3	12.12: The Day	Corea del S.	11.854.811	2023
4	The Roundup: Punishment	Corea del S.	11.502.779	2024
5	The Roundup: No way out	Corea del S.	10.682.813	2023
6	Inside out 2	USA	8.799.013	2024
7	Top Gun: Maverick	USA	8.177.446	2022
8	I, the Executioner	Corea del S.	7.525.339	2024

9	Avatar: The way of water	USA	7.313.220	2022
10	Hansan: Rising Dragon	Corea del S.	7.264.934	2022
11	Elemental	USA	7.238.453	2023
12	Confidential Assignment 2	Corea del S.	6.982.840	2022
13	Doctor Strange in the Multiverse of madness	USA	5.884.587	2022
14	Suzume	Japón	5.574.358	2023
15	Smugglers	Corea del S.	5.143.219	2023
16	The First Slam Dunk	Japón	4.786.406	2023
17	Pilot	Corea del S.	4.718.036	2024
18	Hunt	Corea del S.	4.352.390	2022
19	Guardians of the galaxy Vol. 3	USA	4.209.118	2023
20	Mission: Impossible - Dead Reckoning I	USA	4.022.072	2023

El top-20 de estrenos en la India (Bharat), en el periodo 2022-2024, está dominado por las películas nacionales, como en el caso del panorama cinematográfico en China. En los primeros lugares del ranking, se encuentran tres estrenos con más de 110 millones de espectadores: *Pushpa 2* (Sukumar), *K.G.F. 2* (Prashnanth Neel) y *RRR* (S.S. Rajamouli).

El resto del top-20 se conforma con seis producciones con más de 70 millones de espectadores, otras seis con más de 40 millones y cinco que superan los 30 millones de entradas vendidas. El único estreno foráneo presente en este ranking es la estadounidense *Avatar: The way of water* con casi 60 millones de espectadores (cuadro 4.6).

**Cuadro 4.6**  
**Ranking de estrenos cinematográficos. Periodo 2022-2024. India**

N.	Título	Origen	Espectadores	Estreno
1	Pushpa 2	India	154.900.000	2024
2	K.G.F.: Chapter 2	India	123.510.100	2022
3	RRR	India	110.649.770	2022
4	Jawan	India	88.862.764	2023
5	Kalki 2898 AD	India	85.700.000	2024
6	Animal	India	78.087.851	2023
7	Stree 2	India	77.100.000	2024
8	Pathaan	India	76.998.253	2023
9	Gadar 2	India	74.940.124	2023
10	Salaar I	India	61.986.015	2023
11	Avatar: The way of water	USA	59.972.430	2022
12	Jailer	India	49.395.106	2023
13	Leo	India	49.152.973	2023
14	Kantara	India	46.093.460	2022
15	Ponniyin Selvan - PSI	India	40.745.600	2022
16	Adipurush	India	39.346.592	2023
17	Brahmastra	India	38.962.980	2022
18	Tiger 3	India	38.620.193	2023
19	Devara 1	India	38.300.000	2024
20	The Kashmir Files	India	37.180.360	2022

En Indonesia, los únicos datos disponibles son los correspondientes a 2024. En el top-10, siete estrenos son producciones nacionales, dos son americanos y uno tailandés. La película indonesia con más éxito es la comedia *Agak Laen*, dirigida por Muhadkly Acho, con 9,1 millones de espectadores, seguida con casi 6 millones por la obra *Vina: Before 7 days* de Anggy Umbara. Las obras foráneas más populares en los cines indonesios son la comedia tailandesa *How to make millions before Grandma dies*, dirigida por Pat Boonitipat, y la americana *Godzilla x Kong: The New Empire*, ambas con más de 3 millones de espectadores cada una (cuadro 4.7).

**Cuadro 4.7**  
**Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2024. Indonesia**

N.	Título	Origen	Espectadores	Estreno
1	Agak Laen	Indonesia	9.127.602	2024
2	Vina: Before 7 days	Indonesia	5.815.945	2024
3	Kang Mak from Pee Mak	Indonesia	4.860.565	2024
4	Betrayal of love	Indonesia	4.776.533	2024
5	Dancing Village: The Curse Begins	Indonesia	4.015.120	2024
6	Grave Torture	Indonesia	4.000.826	2024
7	If Mom is gone tomorrow	Indonesia	3.919.949	2024
8	How to make millions before Grandma dies	Tailandia	3.548.660	2024
9	Godzilla x Kong: The New Empire	USA	3.288.884	2024
10	Deadpool & Wolverine	USA	3.164.561	2024

El top-20 de estrenos cinematográficos en Japón refleja el dominio del cine nacional, con 15 estrenos. El resto del ranking lo completan cinco producciones estadounidenses. Las dos obras niponas de animación que lideran el cuadro superan los 10 millones de espectadores: *One Piece Film Red* de Gorō Taniguchi y *Detective Conan: The Million-Dollar Pentagram (Metantei Konan Hyakuman Doru no Michishirube)* de Chika Nagaoka (cuadro 4.8).

Los dos títulos estadounidenses con más éxito en los cines japoneses son *Super Mario Bros.* y *Top Gun: Maverick*, ambos con más de 9 millones de espectadores. La secuela de *Top Gun* (1986), protagonizada también por Tom Cruise, es el estreno de ficción más visto durante el periodo 2022-2024. Completan el ranking, también con más de 9 millones entradas vendidas, las producciones japonesas de animación *Jujutsu Kaisen 0*, de Sunghoo Park; *Detective Conan: Black Iron Submarine (Meitantei Konan Kurogane no Sabunarin)* de Yuzuru Tachikawa y *Suzume* de Makoto Shinkai. Esta última producción también se encuentra en el top-20 de Corea del Sur.

**Cuadro 4.8**  
**Ranking de estrenos cinematográficos. Periodo 2022-2024. Japón**

N.	Título	Origen	Espectadores	Estreno
1	One Piece Film Red	Japón	14.051.356	2022
2	Detective Conan: The Million-Dollar Pentagram	Japón	10.982.151	2024
3	Jujutsu Kaisen 0	Japón	9.843.082	2022
4	The Super Mario Bros.	USA	9.820.884	2023
5	Detective Conan: Black Iron Submarine	Japón	9.779.584	2023
6	Top Gun: Maverick	USA	9.679.030	2022
7	Suzume no tojimari	Japón	9.379.458	2022
8	Haikyū! The Dumpster Battle	Japón	8.066.568	2024
9	Detective Conan: The bride of Halloween	Japón	6.975.749	2022
10	The First Slam Dunk	Japón	6.048.053	2023

11	The Boy and the Heron	Japón	5.826.474	2023
12	Kingdom 4: Return of the Great General	Japón	5.435.019	2024
13	Jurassic World: Dominion	USA	4.507.846	2022
14	Inside out 2	USA	4.139.536	2024
15	Last Mile	Japón	4.137.437	2024
16	A strange house	Japón	3.985.584	2024
17	Kingdom: Flame of Destiny	Japón	3.890.905	2023
18	Kingdom 2: Far and away	Japón	3.680.457	2022
19	Doraemon: Nobita's Sky Utopia	Japón	3.614.441	2023
20	Despicable me 4	USA	3.582.303	2024

Una vez expuesto brevemente el panorama general cinematográfico en los principales mercados asiáticos, presentamos el estudio de los estrenos cinematográficos iberoamericanos en ASIA durante los años 2022, 2023 y 2024. Para ello, se ha utilizado la información suministrada por ComScore y los mercados incluidos en dicha información son Arabia Saudí, China, Corea del Sur, India, Indonesia, Japón, Malasia y Tailandia.

El número total de estrenos iberoamericanos registrados en los top-10 del trienio 2022-2024 en los ocho mercados asiáticos suma 74. Los espectadores acumulan una asistencia de 1,7 millones y los ingresos ascienden a 13,4 millones de dólares. El número de títulos que se corresponden con estos estrenos suma 48, de los que 30 (62,5%) están en coproducción, de las cuales, sólo cinco son coproducciones exclusivamente iberoamericanas (cuadro 4.9).

Los títulos estrenados de ficción y documental en los mercados asiáticos de la muestra ascienden a 34 (70,8%) y los títulos de animación suman 14 títulos (29,2%). Los espectadores asistentes a títulos de ficción y documental suman casi 750.000 (42%) y los de animación un millón (58%). Los espectadores asistentes a los títulos de estreno distribuidos por empresas independientes representan el 75,1% del total (1,3 millones) y las entradas vendidas por las distribuidoras de los Estudios americanos suponen casi el 25%.

Los ingresos de los títulos de ficción y documental acumulan 6,3 millones de dólares (47%) y los títulos de animación 7,1 millones de dólares (53%). Los ingresos acumulados por la venta de entradas de las distribuidoras independientes ascienden a 10,5 millones de dólares (78,1%) y los ingresos de los Estudios americanos suman casi 3 millones de dólares (21,9%).

En los mercados asiáticos analizados, durante el trienio 2022-2024, el único Estudio americano con estrenos exhibidos es Warner. Los tres títulos distribuidos por dicho estudio, en los top-10 de los ocho países analizados, son las producciones españolas *La habitación de al lado* (Pedro Almodóvar) y *Momias* (Juan Jesús García Galocha) y la película mexicana *Parpadea dos veces* (Zoe Kravitz).

Cuadro 4.9

Datos de los estrenos iberoamericanos en mercados asiáticos.  
Periodo 2022-2024

Concepto	Muestra
Mercados incluidos en el estudio	8
Número de estrenos totales	74
Espectadores totales	1.783.021
Ingresos totales (\$)	13.437.965
Número de títulos de la muestra	48
Número de coproducciones	30
Coproducciones internacionales	25

Coproducciones iberoamericanas	5
Número de títulos estrenos ficción/documental	34
Número de títulos de animación	14
Espectadores títulos de ficción/documental	747.337
Espectadores títulos de animación	1.035.684
Ingresos títulos de ficción/documental (\$)	6.324.437
Ingresos títulos de animación (\$)	7.113.528
Espectadores de distribuidoras independientes	1.339.781
Espectadores Estudios americanos	443.240
Ingresos de distribuidoras independientes (\$)	10.506.661
Ingresos Estudios americanos (\$)	2.931.304

Los mercados asiáticos con más estrenos iberoamericanos exhibidos en sus salas de cine, en el periodo 2022-2024, son Corea del Sur (27) y Arabia Saudí (24). Además, estos países son los que más espectadores e ingresos acumulan con más de 500.000 espectadores y 3,4 millones de dólares y casi 360.000 espectadores y 4,5 millones de dólares, respectivamente. Por su parte, Japón supera los 225.000 espectadores e Indonesia los 110.000 (cuadro 4.10).

**Cuadro 4.10**  
*Cine iberoamericano en Asia. Periodo 2022-2024*

País	Estrenos	Espectadores	Ingresos (\$)
Arabia Saudí	24	357.375	4.563.796
China	3	371.718	2.099.092
Corea del Sur	27	519.813	3.454.095
India	2	28.996	46.250
Indonesia	2	110.550	333.510
Japón	5	226.230	2.212.641
Malasia	2	76.664	285.827
Tailandia	9	91.675	442.753
<b>Total</b>	<b>74</b>	<b>1.783.021</b>	<b>13.437.965</b>

El cuadro 4.11 contiene los 74 estrenos registrados en Asia en el periodo 2022-2024. La producción con más éxito es la obra española de animación *Robot Dreams* (Pablo Berger), estrenada en China, con una acogida en taquilla de casi 300.000 espectadores. El segundo y tercer puesto corresponden a la película chilena *Spencer* (Pablo Larraín) en Japón y a la coproducción entre España y México *Baby Shark's big movie* (Alan Foreman) en Corea del Sur, ambas con más de 100.000 espectadores (cuadro 4.11).

Con más de 70.000 espectadores repiten *Spencer* en Corea del Sur y *Robot Dreams* en Japón y, a éstas se suman, la producción animación española *Momias* (Juan Jesús García Galocha) en Indonesia y la mexicana *Parpadea dos veces* (Zoe Kravitz) en Arabia Saudí. Con más de 50.000 espectadores, de nuevo se sitúa *Momias* en Malasia y *Robot Dreams* en Corea del Sur, a las que hay que añadir la producción colombiana *Memoria* (Apichatpong Weerasethakul) estrenada en China, la española *Las aventuras de Tadeo Jones 3* (Enrique Gato) y la dominicana *Tiburón negro* (Adrián Grunberg), ambas en Arabia Saudí, y la producción peruana *Ainbo* (Richard Claus, José Zelada) exhibida en Corea del Sur.

Cuadro 4.11

## Estrenos cinematográficos iberoamericanos en mercados asiáticos. Periodo 2022-2024

N.	Título	Origen	Espectadores	País estreno
1	Robot Dreams	España, Francia	290.891	China
2	Spencer	Chile, UK, USA	107.143	Japón
3	Baby Shark's big movie	Corea S., España, México	104.782	Corea del Sur
4	Spencer	Chile, UK, USA	82.848	Corea del Sur
5	Momias	España	76.017	Indonesia
6	Parpadea dos veces	México, USA	75.574	Arabia Saudí
7	Robot Dreams	España, Francia	74.449	Japón
8	Momias	España	65.747	Malasia
9	Robot Dreams	España, Francia	58.590	Corea del Sur
10	Memoria	Colombia, México, UK	58.359	China
11	Las aventuras de Tadeo Jones 3	España	54.412	Arabia Saudí
12	Tiburón negro	R. Dominicana	52.338	Arabia Saudí
13	Ainbo	Perú, USA	51.571	Corea del Sur
14	Momias	España	49.463	Arabia Saudí
15	La habitación de al lado	España	45.303	Corea del Sur
16	Parpadea dos veces	México, USA	34.533	Indonesia
17	Momias	España	33.019	Tailandia
18	Huevitos congelados	México	31.503	Corea del Sur
19	Parpadea dos veces	México, USA	27.576	India
20	Annette	México, Japón, USA	27.160	Japón
21	Inseparables	España, Francia	24.150	Arabia Saudí
22	Parpadea dos veces	México, USA	24.141	Tailandia
23	Dragonkeeper	España, China	22.468	China
24	Johnny Puff: Misión secreta	España, Italia	20.735	Corea del Sur
25	Un rescate de Huevitos	México	20.598	Corea del Sur
26	As good as dead	México, USA	18.000	Arabia Saudí
27	Scary Show	México, Canadá, UK	17.209	Corea del Sur
28	La bala de Dios	México, USA	15.818	Arabia Saudí
29	Cerrar los ojos	Argentina, España	14.433	Corea del Sur
30	Huevitos congelados	México	12.925	Arabia Saudí
31	Champions	España, A. Saudí	12.407	Arabia Saudí
32	Rifkin's Festival	España, Italia, USA	11.867	Japón
33	Hanna y los monstruos	España	11.649	Corea del Sur
34	Parpadea dos veces	México, USA	10.917	Malasia
35	Spencer	Chile, UK, USA	10.613	Tailandia
36	Madres paralelas	España	9.290	Corea del Sur
37	Cuando acecha la maldad	Argentina	8.315	Tailandia
38	Cuando acecha la maldad	Argentina	7.203	Corea del Sur
39	Sundown	México, Francia	6.529	Corea del Sur
40	El buen patrón	España	6.276	Corea del Sur
41	Dragonkeeper	España, China	6.071	Arabia Saudí
42	El juego de las 100 velas 2	Argentina, N. Zelanda	5.885	Arabia Saudí
43	Radical	México	5.611	Japón
44	Alcarràs	España	5.050	Corea del Sur
45	Salvador Dalí	España	4.792	Corea del Sur

46	No hay Santos	México, USA	4.650	Arabia Saudí
47	Presos na Floresta	Brasil, Colombia	4.622	Arabia Saudí
48	Cerdita	España, Francia	4.423	Tailandia
49	Memoria	Colombia, México, UK	4.195	Tailandia
50	Competencia oficial	Argentina, España	3.957	Corea del Sur
51	La memoria infinita	Chile	3.944	Corea del Sur
52	Huesera	México, Perú	3.808	Tailandia
53	13 exorcismos	España	3.191	Arabia Saudí
54	Feedback	España, USA	3.133	Corea del Sur
55	Un rescate de Huevitos	México	3.122	Arabia Saudí
56	Cerdita	España, Francia	2.688	Corea del Sur
57	Lambic: about time and passion	España, Bélgica	2.593	Corea del Sur
58	Competencia oficial	Argentina, España	2.463	Arabia Saudí
59	Memoria	Colombia, México, UK	2.451	Corea del Sur
60	Johnny Puff: Misión secreta	España, Italia	2.304	Arabia Saudí
61	Todos los nombres de Dios	España	1.983	Arabia Saudí
62	Competencia oficial	Argentina, España	1.918	Tailandia
63	Ciudad de Dios	Brasil, Francia, USA	1.625	Arabia Saudí
64	Robot Dreams	España, Francia	1.578	Arabia Saudí
65	Inspector Sun y la maldición...	España	1.519	Arabia Saudí
66	Madres paralelas	España	1.419	India
67	Presos na Floresta	Brasil, Colombia	1.243	Tailandia
68	Memory	México, USA	1.206	Arabia Saudí
69	Assassin Club	España, Italia, USA	1.157	Arabia Saudí
70	Parpadea dos veces	México, USA	949	Corea del Sur
71	Koati	México, USA	912	Arabia Saudí
72	Todos los nombres de Dios	España	896	Corea del Sur
73	20.000 especies de abejas	España	701	Corea del Sur
74	O rio do desejo	Brasil	140	Corea del Sur

El estreno cinematográfico con más presencia en el top-1 de los cines asiáticos en el periodo 2022-2024 es la producción mexicana *Parpadea dos veces*, con cinco países (Arabia Saudí, India, Indonesia, Malasia y Tailandia), seguido de *Momias* con tres países (Indonesia, Malasia y Tailandia) y de *Spencer* con otros tres países (Corea del Sur, Japón y Tailandia). El número de estrenos que forma parte de los top-1 suma 10 (cuadro 4.12).

Cuadro 4.12

*Top-1 del cine Iberoamericano en Asia. Periodo 2022-2024*

País	Año	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
Arabia Saudí	2022	Tadeo Jones 3	España	54.412	691.781
	2023	Tiburón negro	R. Dominicana	52.338	650.066
	2024	Parpadea dos veces	México	75.574	1.036.760
China	2023	Memoria	Colombia, México	58.359	350.155
	2024	Robot Dreams	España	290.891	1.635.509
Corea del Sur	2022	Spencer	Chile	82.848	603.287
	2023	Un rescate de Huevitos	México	17.209	115.649
	2024	Baby Shark's big movie	España, México	104.782	701.937

India	2022	Madres paralelas	España	1.419	2.129
	2024	Parpadea dos veces	México	107.143	1.013.832
Indonesia	2023	Momias	España	76.017	220.663
	2024	Parpadea dos veces	México	34.533	112.847
Japón	2022	Spencer	Chile	107.143	1.013.832
	2024	Robot Dreams	España	74.449	748.750
Malasia	2023	Momias	España	65.747	238.625
	2024	Parpadea dos veces	México	10.917	47.202
Tailandia	2022	Spencer	Chile	10.613	40.518
	2023	Momias	España	33.019	216.069
	2024	Parpadea dos veces	México	24.141	112.391

El número de títulos que se corresponden con los estrenos en los mercados asiáticos en el periodo 2022-2024 es 48. El estreno con más espectadores acumulados es *Robot Dreams* (425.508), seguido de *Momias* (224.426), *Spencer* (200.604) y *Parpadea dos veces* (173.690). El primero suma 2,8 millones de dólares de ingresos y el resto supera el millón (cuadro 4.12).

Los títulos con más presencia en los mercados asiáticos son *Parpadea dos veces* con 6 países (Arabia saudí, Corea del Sur, Indonesia, India, Malasia y Tailandia), *Robot Dreams* con cuatro países (Arabia Saudí, China, Corea del Sur y Japón) y *Momias* también con cuatro países (Arabia Saudí, Indonesia, Malasia y Tailandia).

Cuadro 4.12

Títulos iberoamericanos estrenados en mercados asiáticos por espectadores acumulados. Periodo 2022-2024

N.	Título	Espectadores	Ingresos (\$)	Mercados
1	Robot Dreams	425.508	2.831.282	AS, CN, CS, JP
2	Momias	224.246	1.269.832	AS, ID, ML, TH
3	Spencer	200.604	1.657.637	CS, JP, TH
4	Parpadea dos veces	173.690	1.359.890	AS, CS, ID, IN, ML, TH
5	Baby Shark's big movie	104.782	701.937	CS
6	Memoria	65.005	385.893	CN, CS, TH
7	Las aventuras de Tadeo Jones 3	54.412	691.781	AS
8	Tiburón negro	52.338	650.066	AS
9	Ainbo	51.571	293.802	CS
10	La habitación de al lado	45.303	301.582	CS
11	Huevitos congelados	44.428	314.227	AS, CS
12	Dragonkeeper	28.540	177.820	AS, CN
13	Annette	27.160	291.543	JP
14	Inseparables	24.150	293.914	AS
15	Un rescate de Huevitos	23.720	167.333	AS, CS
16	Johnny Puff: Misión secreta	23.039	157.366	AS, CS
17	As good as dead	18.000	223.257	AS
18	Scary Show	17.209	115.649	CS
19	La bala de Dios	15.818	205.122	AS
20	Cuando acecha la maldad	15.518	63.196	CS, TH
21	Cerrar los ojos	14.433	99.683	CS
22	Champions	12.407	186.153	AS
23	Rifkin's Festival	11.867	108.374	JP

24	Hanna y los monstruos	11.649	69.829	CS
25	Madres paralelas	10.709	69.138	CS, IN
26	Competencia oficial	8.338	77.016	AS, CS, TH
27	Cerdita	7.111	31.678	CS, TH
28	Sundown	6.529	46.290	CS
29	El buen patrón	6.276	43.194	CS
30	El juego de las 100 velas 2	5.885	73.708	AS
31	Presos na Floresta	5.865	63.315	AS, TH
32	Radical	5.611	50.143	JP
33	Alcarràs	5.050	34.360	CS
34	Salvador Dalí	4.792	30.737	CS
35	No hay Santos	4.650	77.073	AS
36	La memoria infinita	3.944	27.119	CS
37	Huesera	3.808	10.500	TH
38	13 exorcismos	3.191	43.486	AS
39	Feedback	3.133	18.680	CS
40	Todos los nombres de Dios	2.879	30.684	AS, CS
41	Lambic: about time and passion	2.593	13.369	CS
42	Ciudad de Dios	1.625	18.606	AS
43	Inspector Sun y la maldición...	1.519	15.444	AS
44	Memory	1.206	14.231	AS
45	Assassin Club	1.157	13.148	AS
46	Koati	912	13.312	AS
47	20.000 especies de abejas	701	5.016	CS
48	O rio do desejo	140	548	CS
<b>Total</b>		<b>1.783.021</b>	<b>13.437.965</b>	

Los países iberoamericanos con más títulos estrenados en los mercados asiáticos son España (23) y México (13). Otros países con producciones exhibidas en el periodo 2022-2024 son Argentina (4 títulos), Brasil (3 títulos), Chile (2 títulos), Colombia (1 título), Perú (1 título) y República Dominicana (1 título). Las cinco coproducciones realizadas entre países iberoamericanos son entre Argentina y España (2), Brasil y Colombia, Colombia y México y España y México (cuadro 4.13).

**Cuadro 4.13**  
*Títulos Iberoamericanos estrenados en Asia. Periodo 2022-2024*

Origen	Títulos	Coproducciones IB	Países
Argentina	4	2	España
Brasil	3	1	Colombia
Chile	2	*	*
Colombia	1	1	México
España	23	1	México
México	13	*	*
Perú	1	*	*
R. Dominicana	1	*	*
<b>Total</b>	<b>48</b>	<b>5</b>	

La distribución por géneros de los estrenos iberoamericanos en mercados asiáticos refleja el dominio de las obras de ficción con imagen real (31 títulos), seguidas del cine de animación (14 títulos) y del cine documental (3 títulos). Dentro de las obras de ficción dominan los dramas (14 títulos) y las películas de acción/suspense (10 títulos). Por último, hay que resaltar la buena acogida de la animación iberoamericana en las salas asiáticas ya que 11 títulos de animación de los 14 totales se sitúan en el top-20 (cuadro 4.14).

Cuadro 4.14

*Títulos iberoamericanos estrenados en mercados asiáticos por géneros. Periodo 2022-2024*

N.	Título	Género	Espectadores	Estreno
1	Robot Dreams	Animación	425.508	2024
2	Momias	Animación	224.246	2023
3	Spencer	Ficción	200.604	2022
4	Parpadea dos veces	Ficción	173.690	2024
5	Baby Shark's big movie	Animación	104.782	2024
6	Memoria	Ficción	65.005	2023
7	Las aventuras de Tadeo Jones 3	Animación	54.412	2022
8	Tiburón negro	Ficción	52.338	2023
9	Ainbo	Animación	51.571	2022
10	La habitación de al lado	Ficción	45.303	2024
11	Huevitos congelados	Animación	44.428	2024
12	Dragonkeeper	Animación	28.540	2024
13	Annette	Ficción	27.160	2022
14	Inseparables	Animación	24.150	2023
15	Un rescate de Huevitos	Animación	23.720	2023
16	Johnny Puff: Misión secreta	Animación	23.039	2024
17	As good as dead	Ficción	18.000	2022
18	Scary Show	Animación	17.209	2022
19	La bala de Dios	Ficción	15.818	2023
20	Cuando acecha la maldad	Ficción	15.518	2024
21	Cerrar los ojos	Ficción	14.433	2024
22	Champions	Ficción	12.407	2022
23	Rifkin's Festival	Ficción	11.867	2024
24	Hanna y los monstruos	Animación	11.649	2024
25	Madres paralelas	Ficción	10.709	2022
26	Competencia oficial	Ficción	8.338	2022
27	Cerdita	Ficción	7.111	2023
28	Sundown	Ficción	6.529	2022
29	El buen patrón	Ficción	6.276	2022
30	El juego de las 100 velas 2	Ficción	5.885	2024
31	Presos na Floresta	Ficción	5.865	2023
32	Radical	Ficción	5.611	2024
33	Alcarràs	Ficción	5.050	2022
34	Salvador Dalí	Documental	4.792	2023
35	No hay Santos	Ficción	4.650	2022
36	La memoria infinita	Documental	3.944	2023
37	Huesera	Ficción	3.808	2023
38	13 exorcismos	Ficción	3.191	2023

39	Feedback	Ficción	3.133	2022
40	Todos los nombres de Dios	Ficción	2.879	2024
41	Lambic: about time and passion	Documental	2.593	2023
42	Ciudad de Dios	Ficción	1.625	2024
43	Inspector Sun y la maldición...	Animación	1.519	2024
44	Memory	Ficción	1.206	2024
45	Assassin Club	Ficción	1.157	2023
46	Koati	Animación	912	2022
47	20.000 especies de abejas	Ficción	701	2023
48	O rio do desejo	Ficción	140	2023
<b>Total</b>			<b>1.783.021</b>	

El cuadro 4.15 incluye los estrenos del Cine Iberoamericano en Asia incluyendo el director o directora de la obra y su origen, incluyendo además los países coproductores.

*Cuadro 4.15*  
*Títulos iberoamericanos estrenados en mercados asiáticos. Periodo 2022-2024*

N.	Título	Director	Origen
1	13 exorcismos	Jabobo Martínez	España
2	20.000 especies de abejas	Estíbaliz Urresola	España
3	Ainbo	Richard Claus, José Zelada	Perú, USA
4	Alcarràs	Carla Simón	España
5	Annette	Leos Carax	México, Japón, USA
6	As good as dead	R. Ellis Frazier	México, USA
7	Assassin Club	Camille Delamarre	España, Italia, USA
8	Baby Shark's big movie	Alan Foreman	España, México, Corea S.
9	Cerdita	Carlota Pereda	España, Francia
10	Cerrar los ojos	Víctor Erice	Argentina, España
11	Champions	Manuel Calvo	España, A. Saudí
12	Ciudad de Dios	Fernando Meirelles, Katia Lund	Brasil, Francia, USA
13	Competencia oficial	Mariano Cohn, Gastón Duprat	Argentina, España
14	Cuando acecha la maldad	Demián Rugna	Argentina
15	Dragonkeeper	Jianping Li, Salvador Simó	España, China
16	El buen patrón	Fernando León de Aranoa	España
17	El juego de las 100 velas 2	Pablo Borgi, Carlos Goitia	Argentina, N. Zelanda
18	Feedback	Pedro C. Alonso	España, USA
19	Hanna y los monstruos	Lorena Ares	España
20	Huesera	Michelle Garza Cervera	México, Perú
21	Huevitos congelados	Gabriel Riva Palacio Alatríste	México
22	Inseparables	Jeremy Degruson	España, Francia
23	Inspector Sun y la maldición...	Julio Soto Gúrpide	España
24	Johnny Puff: Misión secreta	Nestor F. Dennis	España, Italia
25	Koati	Rodrigo Pérez-Castro	México, USA
26	La bala de Dios	Nick Cassavetes	México, USA
27	La habitación de al lado	Pedro Almodóvar	España
28	La memoria infinita	Maite Alberdi	Chile
29	Lambic: About time and passion	Daniel Ruiz	España, Bélgica

30	Tadeo Jones 3	Enrique Gato	España
31	Madres paralelas	Pedro Almodóvar	España
32	Memoria	Apichatpong Weerasethakul	Colombia, México, UK
33	Memory	Michel Franco	México, USA
34	Momias	Juan Jesús García Galocha	España
35	No hay Santos	Alfonso Pineda Ulloa	México, USA
36	O rio do desejo	Sergio Machado	Brasil
37	Parpadea dos veces	Zoe Kravitz	México, USA
38	Presos na Floresta	Andrés Beltrán	Brasil, Colombia
39	Radical	Christopher Zalla	México
40	Rifkin's Festival	Woody Allen	España, Italia, USA
41	Robot Dreams	Pablo Berger	España, Francia
42	Salvador Dalí	David Pujol	España
43	Scary Show	Leopoldo Aguilar	México, Canadá, UK
44	Spencer	Pablo Larraín	Chile, UK, USA
45	Sundown	Michel Franco	México, Francia
46	Tiburón negro	Adrián Grunberg	R. Dominicana
47	Todos los nombres de Dios	Daniel Calparsoro	España
48	Un rescate de Huevitos	Gabriel Riva Palacio Alatríste	México

---

## EL CINE ASIÁTICO EN IBEROAMERICA

Para realizar el estudio de los estrenos cinematográficos asiáticos durante los años 2022, 2023 y 2024 en Iberoamérica se ha utilizado la información suministrada por ComScore. Los mercados iberoamericanos incluidos en el análisis coinciden con los del Capítulo I de esta edición del *Panorama*.

Un total de 7 países asiáticos tienen estrenos en el top-100 de los diferentes mercados en el trienio 2022-2024 (China, Corea del Sur, Hong-Kong, Japón, Malasia, Tailandia y Vietnam). Estos estrenos suman 434, los espectadores acumulados ascienden a 34,4 millones y los ingresos superan los 138 millones de dólares. El número de títulos que se corresponden con estos estrenos se sitúa en 70 (cuadro 4.16).

Por géneros, los estrenos de animación suman 225 (51,8%) y los de ficción 209 (48,2%) y éstos se corresponden con 29 títulos de animación y 41 de ficción, respectivamente. La asistencia a los estrenos de animación es de 22,7 millones (66%) de espectadores y a los de ficción es de 11,6 millones (34%). Por otra parte, los ingresos de los estrenos de animación ascienden a 47,2 millones de dólares y los de los de ficción suman 91,3 millones de dólares.

Las entradas vendidas por los estrenos distribuidos por empresas independientes superan los 18 millones (52,5%) y las entradas vendidas por las distribuidoras de los Estudios americanos acumulan 16,3 millones (47,5%). Los ingresos acumulados por las distribuidoras independientes ascienden a 76,5 millones de dólares y los ingresos de los Estudios americanos suman 62,1 millones de dólares.

En los mercados iberoamericanos, durante el trienio 2022-2024, el único Estudio americano con estrenos exhibidos es Sony Pictures. De los 70 títulos, 13 son los distribuidos por dicho estudio: *Blue Lock*, *Dragon Ball Super Hero*, *Guardianes de la noche 3*, *Haikyuu*, *Jujutsu Kaisen 0*, *Los caballeros del Zodiaco*, *My Hero Academia 2, 3 y 4*, *Solo leveling*, *Spy X Family*, *Suzume* y *Sword art online*.

**Cuadro 4.16**  
*Estrenos de cine asiático en los Top-100 de Iberoamérica.*  
*Periodo 2022-2024*

Concepto	Muestra
Países iberoamericanos analizados	20
Países asiáticos con estrenos	7
Número de estrenos totales	434
Número de títulos totales	70
Número de estrenos animación	225
Número de estrenos ficción	209
Número de títulos animación	29
Número de títulos ficción	41
Espectadores totales acumulados	34.400.685
Ingresos totales acumulados (\$)	138.639.307
Espectadores estrenos animación	22.726.697
Espectadores estrenos ficción	11.673.988
Ingresos estrenos animación (\$)	47.255.149
Ingresos estrenos ficción (\$)	91.384.158
Espectadores de distribuidoras independientes	18.063.326
Espectadores Estudios USA	16.337.359
Ingresos de distribuidoras independientes (\$)	76.511.482
Ingresos Estudios USA (\$)	62.127.825

El cuadro 4.17 refleja el género y la temática de los estrenos del Cine Asiático en Iberoamérica durante el periodo 2022-2024. Los países con más estrenos de animación en los top-100 analizados son Chile (23) y El Salvador (16) y los que menos República Dominicana, Brasil, España y Portugal. Respecto a los estrenos de ficción con imagen real, el cine de acción es el preferido de los espectadores iberoamericanos, con un total de 84 estrenos (40,1%), seguido del cine de terror con 57 títulos (27,2%) y la comedia con 27 estrenos (13%).

**Cuadro 4.17**  
**Género de los estrenos del Cine asiático. Periodo 2022-2024**

País estreno	Animación	Acción	Terror	Comedia	Drama	Musical	Ciencia F.	Total
Argentina	12	2	4	1	1	1	0	21
Bolivia	11	11	9	4	1	1	2	39
Brasil	7	2	2	0	1	1	0	13
Chile	23	4	4	2	1	0	1	35
Colombia	11	3	4	1	1	1	1	22
Costa Rica	13	1	2	2	1	1	0	20
Ecuador	14	4	3	2	1	1	1	26
El Salvador	16	6	3	2	1	1	0	29
España	7	0	0	0	1	0	0	8
Guatemala	14	7	1	2	1	1	1	27
Honduras	12	5	4	2	1	1	0	25
México	12	4	5	1	0	1	1	24
Nicaragua	11	6	2	2	1	0	0	22
Panamá	12	7	1	1	0	0	1	22
Perú	10	12	6	1	1	1	1	32
Paraguay	12	3	3	1	1	0	0	20
Portugal	7	2	0	0	2	1	0	12
R. Dominicana	5	1	0	2	0	0	0	8
Uruguay	8	0	2	0	1	0	0	11
Venezuela	8	4	2	1	1	1	1	18
<b>Total</b>	<b>225</b>	<b>84</b>	<b>57</b>	<b>27</b>	<b>18</b>	<b>13</b>	<b>10</b>	<b>434</b>

Los datos acumulados de espectadores e ingresos por los estrenos asiáticos en Iberoamérica durante el periodo 2022-2024 ponen de manifiesto el dominio de la industria cinematográfica japonesa. Los 9 primeros títulos del ranking corresponden al país nipón y, dentro de éstos, los seis primeros son obras de animación. Los datos que refrendan este liderazgo se constatan en el top-20 puesto que, 14 títulos tienen un origen japonés, cuatro son coreanos, uno es chino y otro es tailandés (cuadro 4.18).

Los cuatro títulos con más asistencia son *Dragon Ball Super: Super Hero* con 6,8 millones de espectadores acumulados, seguido de *Guardianes de la noche 3* con 3,5 millones y *El chico y la garza* y *Guardianes de la noche 2*, ambos con más de 2,2 millones de espectadores. El título de ficción más visto es *Godzilla minus one*, en séptima posición, con 1,6 millones. Los títulos no japoneses con más éxito son el musical coreano *BTS: Yet to come*, situado en el top-10, con más de 900.000 espectadores y el chino *Hachiko*, en el top-12 con más de 800.000 espectadores. También destaca el éxito de la película de terror tailandesa en coproducción con Corea del Sur *The Medium*, en el top-19, con casi 550.000 espectadores.

Cuadro 4.18

## Títulos del Cine Asiático en Iberoamérica. Periodo 2022-2024

N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Dragon Ball Super: Super Hero	Japón	6.803.723	24.767.283
2	Guardianes de la noche 3	Japón	3.544.776	13.761.606
3	El chico y la garza	Japón	2.757.473	12.036.818
4	Guardianes de la noche 2	Japón	2.251.180	10.710.931
5	One Piece Film Red	Japón	1.761.831	7.375.332
6	Jujutsu Kaisen 0: La película	Japón	1.716.767	6.760.370
7	Godzilla minus one	Japón	1.682.839	6.953.698
8	Los caballeros del Zodiaco	Japón	1.173.302	4.213.149
9	Haikyuu: La batalla del basurero	Japón	1.035.537	4.724.812
10	BTS: Yet to come	Corea del S.	918.072	10.187.664
11	DX (Sadako DX)	Japón	823.870	2.638.861
12	Hachiko	China	814.726	2.718.703
13	Concrete Utopia	Corea del S.	712.500	2.231.073
14	Suzume	Japón	667.113	2.573.698
15	Declaración de emergencia	Corea del S.	659.694	2.199.275
16	Juego prohibido	Japón	629.740	2.351.031
17	Spy X Family código: blanco	Japón	613.658	2.399.513
18	El teléfono	Corea del S.	596.033	1.668.646
19	The Medium	Tailandia	546.747	1.694.953
20	My Hero Academia 3	Japón	517.117	1.914.506
21	Rescate en llamas	China	480.689	1.352.245
22	Días perfectos	Japón	473.379	2.601.814
23	El aro: Resurrección	China	325.333	972.232
24	The first Slam Dunk	Japón	305.316	1.467.277
25	Typhoon	China	272.721	698.710
26	Historias siniestras	Corea del S.	260.549	673.592
27	Storm city	China	229.728	691.594
28	Boonie Bears: Regreso al planeta tierra	China	210.613	607.607
29	La furia de la montaña	China	133.704	444.390
30	El ascensor del diablo	Vietnam	129.264	355.574
31	Evangelion: 3.0+1.01 thrice upon a time	Japón	105.782	513.507
32	El especialista	China	104.758	238.914
33	Gran Tsunami	China	84.269	225.572
34	Gatos	China	80.038	208.199
35	Estación fantasma	Corea del S.	72.710	228.889
36	El castillo ambulante	Japón	67.291	309.385
37	The cursed	Corea del S.	67.058	216.731
38	La habitación del horror	Hong Kong	63.401	287.021
39	The rescue, equipo de rescate	China	62.296	168.176
40	Exit	Corea del S.	61.156	169.435
41	Presencias malditas	Corea del S.	58.414	163.774
42	Fuego en el cielo	China	47.772	135.056
43	Super Typhoon	China	45.088	113.709
44	Mi vecino Totoro	Japón	44.039	177.236
45	Dino King 3D	Corea del S.	36.409	107.240

46	Mr. Zoo: the missing vip	Corea del S.	34.650	155.990
47	Digimon 02: The beginning	Japón	30.071	134.514
48	Sleep	Corea del S.	27.275	113.075
49	My Hero Academia 2	Japón	24.206	131.286
50	El reino de Terracota	China	23.810	102.388
51	Look back	Japón	23.554	102.040
52	Belle	Japón	17.595	70.700
53	Tierra 0	China	17.149	83.106
54	Boonie Bears: Código Guardián	China	16.710	78.737
55	Blue Lock: Episodio Nagi	Japón	14.841	81.214
56	Vanguard	China	13.338	55.333
57	Solo Leveling	Japón	12.713	68.090
58	My Hero Academia 4	Japón	11.910	55.682
59	Drive my car	Japón	11.423	67.192
60	Ponyo en el acantilado	Japón	11.313	47.222
61	Sword art online: Progressive	Japón	11.212	49.372
62	La princesa Mononoke	Japón	10.099	47.594
63	Anaconda: El despertar	China	6.736	28.797
64	Susurros mortales 2	Tailandia	6.458	29.403
65	Home for rent	Tailandia	6.098	26.162
66	Don't look at the demon	Malasia	5.905	24.469
67	Magic tour 6	China	5.051	23.744
68	Secret Zoo	Corea del S.	3.992	19.125
69	La criada	Tailandia	3.199	16.611
70	Fuerza bruta	Corea del S.	2.902	17.659
<b>Totales</b>			<b>34.400.685</b>	<b>138.639.307</b>

El cuadro 4.19 contempla el género y la temática de los títulos del Cine Asiático en Iberoamérica durante el periodo 2022-2024. Japón es el país de origen de las obras de animación más populares (24 títulos), seguido a mucha distancia por las películas chinas (4 títulos). La acción y el terror son los géneros de ficción con mejor acogida por parte del público. China (11 títulos) es el origen de la mayor parte de películas de acción presentes en los top-100 del trienio analizado y Corea del Sur (6 títulos) es la que más de obras de terror sitúa entre las 100 más vistas en los diferentes mercados iberoamericanos en cada año.

Cuadro 4.19

Títulos de Cine Asiático en Iberoamérica por origen y géneros. Periodo 2022-2024

Origen	Animación	Acción	Terror	Ciencia F.	Drama	Comedia	Musical	Total
China	4	11	1	2	1	0	0	19
Corea del Sur	1	4	6	1	0	1	1	14
Hong-Kong	0	0	1	0	0	0	0	1
Japón	24	2	2	0	2	0	0	30
Malasia	0	0	1	0	0	0	0	1
Tailandia	0	1	3	0	0	0	0	4
Vietnam	0	0	1	0	0	0	0	1
<b>Total</b>	<b>29</b>	<b>18</b>	<b>15</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>70</b>

Los datos acumulados confirman el dominio de la industria audiovisual japonesa con 30 títulos, 27,1 millones de entradas vendidas y más de 109 millones de dólares de ingresos. Estos datos suponen casi el 80% sobre total de espectadores y recaudación acumulada por los estrenos asiáticos en los mercados iberoamericanos durante el periodo 2022-2024 (cuadro 4.20).

Los dos países que secundan al anterior son Corea del Sur con 14 títulos, 3,5 millones de espectadores y 18,1 millones de dólares de ingresos y China con 19 títulos, casi 3 millones de espectadores y 8,9 millones de dólares. Del resto de países asiáticos con estrenos en Iberoamérica, destaca Tailandia con 4 títulos, más de 560.000 entradas vendidas en las salas y 1,7 millones de dólares de ingresos.

**Cuadro 4.20**  
*Títulos de cine asiático en Iberoamérica por espectadores e ingresos. Periodo 2022-2024*

N.	Origen	Títulos	Espectadores	Ingresos (\$)
1	China	19	2.974.529	8.947.213
2	Corea del Sur	14	3.511.414	18.152.169
3	Hong-Kong	1	63.401	287.021
4	Japón	30	27.153.670	109.105.731
5	Malasia	1	5.905	24.469
6	Tailandia	4	562.502	1.767.130
7	Vietnam	1	129.264	355.574
	<b>Total</b>	<b>70</b>	<b>34.400.685</b>	<b>138.639.307</b>

Otro dato que refrenda el dominio de la industria cinematográfica japonesa es la presencia de sus estrenos en el top-100 en el conjunto de los mercados iberoamericanos. En concreto, dos obras se posicionan en los 20 mercados analizados (*Dragon Ball Super: Super Hero* y *One Piece Film Red*); tres obras tienen presencia en 19 mercados (*Guardianes de la noche 3*, *Haikyuu* y *Jujutsu Kaisen 0*) y dos más en 18 mercados (*El chico y la garza* y *Guardianes de la noche 2*). Entre el resto de las cinematografías, figuran en 13 mercados dos estrenos coreanos (*BTS: Yet to come* y *Declaración de emergencia*); en 11 mercados sitúa una producción china (*Hachiko*) y en 10 mercados un estreno tailandés (*The Medium*).

Respecto al análisis más al detalle de la distribución por mercados, hay que reseñar que 11 títulos tienen presencia en 15 o más mercados; 6 producciones contabilizan entre 10 y 13 mercados; 16 títulos se sitúan entre 5 y 9 países iberoamericanos y 37 títulos tienen presencia entre uno y cuatro mercados iberoamericanos (cuadro 4.21).

**Cuadro 4.21**  
*Títulos del cine asiático en Iberoamérica por géneros y mercados. Periodo 2022-2024*

N.	Estreno	Título	Origen	Género	Mercados
1	2022	Dragon Ball Super: Super Hero	Japón	Animación	20
2	2022	One Piece Film Red	Japón	Animación	20
3	2024	Guardianes de la noche 3	Japón	Animación	19
4	2024	Haikyuu: La batalla del basurero	Japón	Animación	19
5	2022	Jujutsu Kaisen 0: La película	Japón	Animación	19
6	2023	El chico y la garza	Japón	Animación	18
7	2023	Guardianes de la noche 2	Japón	Animación	18
8	2023	Los caballeros del Zodiaco	Japón	Acción	17
9	2023	DX (Sadako DX)	Japón	Terror	16
10	2023	Suzume	Japón	Animación	16

11	2022	My Hero Academia 3	Japón	Animación	15
12	2023	BTS: Yet to come	Corea del S.	Musical	13
13	2022	Declaración de emergencia	Corea del S.	Acción	13
14	2024	Spy X Family código: blanco	Japón	Animación	13
15	2022	El teléfono	Corea del S.	Terror	12
16	2024	Hachiko	China	Drama	11
17	2022	The Medium	Tailandia	Acción	10
18	2024	Concrete utopia	Corea del S.	Ciencia-Ficción	9
19	2022	La furia de la montaña	China	Acción	9
20	2024	Rescate en llamas	China	Acción	9
21	2024	Juego prohibido	Japón	Terror	7
22	2022	Mr. Zoo: the missing vip	Corea del S.	Acción	7
23	2022	Boonie Bears: Regreso al planeta tierra	China	Animación	6
24	2024	Dias perfectos	Japón	Drama	6
25	2022	Historias siniestras	Corea del S.	Terror	6
26	2024	My Hero Academia 4	Japón	Animación	6
27	2022	The cursed	Corea del S.	Terror	6
28	2024	Typhoon	China	Acción	6
29	2022	El reino de Terracota	China	Animación	5
30	2022	Gatos	China	Animación	5
31	2023	Godzilla minus one	Japón	Acción	5
32	2024	Storm city	China	Acción	5
33	2022	Vanguard	China	Acción	5
34	2022	El ascensor del diablo	Vietnam	Terror	4
35	2022	Evangelion: 3.0+1.01 thrice upon a time	Japón	Animación	4
36	2022	La habitación del horror	Hong Kong	Terror	3
37	2024	Blue Lock: Episodio Nagi	Japón	Animación	2
38	2023	Digimon 02: The beginning	Japón	Animación	2
39	2023	El castillo ambulante	Japón	Animación	2
40	2024	Estación fantasma	Corea del S.	Terror	2
41	2022	Exit	Corea del S.	Acción	2
42	2022	Fuego en el cielo	China	Acción	2
43	2023	Gran Tsunami	China	Acción	2
44	2023	Mi vecino Totoro	Japón	Animación	2
45	2024	My Hero Academia 2	Japón	Animación	2
46	2022	Presencias malditas	Corea del S.	Terror	2
47	2024	Sleep	Corea del S.	Terror	2
48	2024	Susurros mortales 2	Tailandia	Terror	2
49	2022	Sword art online: Progressive	Japón	Animación	2
50	2023	The first Slam Dunk	Japón	Animación	2
51	2022	The rescue, equipo de rescate	China	Acción	2
52	2024	Anaconda: El despertar	China	Acción	1
53	2022	Belle	Japón	Animación	1
54	2024	Boonie Bears: Código guardián	China	Animación	1
55	2022	Dino King 3D	Corea del S.	Animación	1
56	2024	Don't look at the demon	Malasia	Terror	1
57	2022	Drive my car	Japón	Drama	1
58	2023	El aro: Resurrección	China	Terror	1

59	2023	El especialista	China	Acción	1
60	2022	Fuerza bruta	Corea del S.	Acción	1
61	2024	Home for rent	Tailandia	Terror	1
62	2023	La criada	Tailandia	Terror	1
63	2022	La princesa Mononoke	Japón	Animación	1
64	2024	Look back	Japón	Animación	1
65	2023	Magic tour 6	China	Ciencia-Ficción	1
66	2022	Ponyo en el acantilado	Japón	Animación	1
67	2022	Secret Zoo	Corea del S.	Comedia	1
68	2024	Solo Leveling	Japón	Animación	1
69	2022	Super Typhoon	China	Acción	1
70	2023	Tierra 0	China	Acción	1

Por último, el cuadro 4.22 contiene el top-1 de los estrenos del cine asiático en los diferentes mercados iberoamericanos durante los años 2022, 2023 y 2024. Los tres estrenos con más éxito de espectadores tienen lugar en México: *Dragon Ball: Super Hero* (2,8 millones), *Guardianes de la noche 3* (1,6 millones) y *Guardianes de la noche 2* (1,1 millones). También hay que destacar el rendimiento de *Dragon Ball: Super Hero* en Perú con 930.964 espectadores.

Las producciones japonesas lógicamente dominan también este ranking de estrenos con más éxito, con *Dragon Ball: Super Hero* (2022) en 17 mercados, *Guardianes de la noche 2* (2023) en 11 mercados y *Guardianes de la noche 3* (2024) y *El chico y la garza* (2024), ambos con 8 mercados cada uno. La producción china *Hachiko* (2024), en los más alto de tres mercados (Perú, Ecuador y Bolivia) y la producción coreana *BTS: Yet to come* (2023) en 2 mercados (Bolivia y Venezuela), son las obras niponas que rompen esta tendencia.

**Cuadro 4.22**  
**Top-1 del cine asiático en Iberoamérica. Periodo 2022-2024**

País	Año	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
Argentina	2022	Dragon Ball Super: Super Hero	Japón	619.215	3.196.875
	2023	DX (Sadako DX)	Japón	89.719	299.155
	2024	El chico y la garza	Japón	161.737	498.292
Bolivia	2022	Dragon Ball Super: Super Hero	Japón	68.822	350.953
	2023	BTS: Yet to come	Corea del S.	21.539	143.390
	2024	Hachiko	China	52.598	235.523
Brasil	2022	One Piece Film: Red	Japón	359.607	1.348.447
	2023	Godzilla minus one	Japón	223.452	859.013
	2024	El chico y la garza	Japón	450.819	1.499.895
Chile	2022	Dragon Ball Super: Super Hero	Japón	375.235	1.723.738
	2023	The first slam dunk	Japón	281.075	1.358.738
	2024	El chico y la garza	Japón	281.381	1.256.905
Colombia	2022	Dragon Ball Super: Super Hero	Japón	604.220	1.524.292
	2023	DX (Sadako DX)	Japón	154.744	358.251
	2024	El chico y la garza	Japón	430.163	1.270.956

País	Año	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
Costa Rica	2022	Dragon Ball Super: Super Hero	Japón	67.005	312.566
	2023	Guardianes de la noche 2	Japón	40.483	248.201
	2024	El chico y la garza	Japón	54.278	330.538
Ecuador	2022	Dragon Ball Super: Super Hero	Japón	259.105	1.279.846
	2023	Guardianes de la noche 2	Japón	60.104	314.718
	2024	Hachiko	China	149.560	671.311
El Salvador	2022	Dragon Ball Super: Super Hero	Japón	51.304	220.538
	2023	Guardianes de la noche 2	Japón	31.924	151.971
	2024	Guardianes de la noche 3	Japón	37.158	171.047
España	2022	Dragon Ball Super: Super Hero	Japón	307.510	2.038.180
	2023	El chico y la garza	Japón	210.650	1.542.340
	2024	Días perfectos	Japón	246.980	1.683.323
Guatemala	2022	Dragon Ball Super: Super Hero	Japón	69.682	323.818
	2023	Guardianes de la noche 2	Japón	41.925	215.940
	2024	Guardianes de la noche 3	Japón	46.427	239.643
Honduras	2022	Dragon Ball Super: Super Hero	Japón	48.357	172.384
	2023	Guardianes de la noche 2	Japón	20.008	78.368
	2024	Guardianes de la noche 3	Japón	24.034	93.370
México	2022	Dragon Ball Super: Super Hero	Japón	2.834.648	8.388.181
	2023	Guardianes de la noche 2	Japón	1.106.981	5.816.576
	2024	Guardianes de la noche 3	Japón	1.664.678	6.452.934
Nicaragua	2022	Dragon Ball Super: Super Hero	Japón	16.608	68.399
	2023	Guardianes de la noche 2	Japón	9.545	44.488
	2024	Guardianes de la noche 3	Japón	13.302	60.398
Panamá	2022	Dragon Ball Super: Super Hero	Japón	55.245	272.099
	2023	Guardianes de la noche 2	Japón	32.224	169.285
	2024	Guardianes de la noche 3	Japón	36.473	210.320
Paraguay	2022	Dragon Ball Super: Super Hero	Japón	18.463	75.646
	2023	Guardianes de la noche 2	Japón	6.340	32.668
	2024	Guardianes de la noche 3	Japón	12.231	38.941
Perú	2022	Dragon Ball Super: Super Hero	Japón	930.964	3.039.749
	2023	DX (Sadako DX)	Japón	201.678	494.485
	2024	Hachiko	China	332.786	907.518
Portugal	2022	Jujutsu Kaisen 0: La película	Japón	39.710	239.991
	2023	El chico y la garza	Japón	33.826	218.710
	2024	Días perfectos	Japón	24.290	149.101

País	Año	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
R. Dominicana	2022	Dragon Ball Super: Super Hero	Japón	20.906	125.339
	2023	Guardianes de la noche 2	Japón	16.233	88.110
	2024	*	*	*	*
País	Año	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
Uruguay	2022	Dragon Ball Super: Super Hero	Japón	14.548	94.985
	2023	Guardianes de la noche 2	Japón	4.413	29.889
	2024	El chico y la garza	Japón	6.893	45.331
País	Año	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
Venezuela	2022	Dragon Ball Super: Super Hero	Japón	74.496	202.839
	2023	BTS: Yet to come	Corea del S.	17.387	41.729
	2024	Guardianes de la noche 3	Japón	52.275	121.102

## LA FICCIÓN IBEROAMERICANA EN ASIA

La ficción televisiva iberoamericana difundida en Asia va más allá del entretenimiento puesto que puede ser una herramienta de difusión lingüística y representa una puesta en escena de la cultura, la geografía o la gastronomía de los países de origen que sirve para que el espectador que quiera pueda profundizar en el conocimiento adquirido y, por tanto, dar lugar a un beneficio transversal para otros agentes económicos.

Según el estudio del Instituto Cervantes *Las Series Españolas como herramienta de difusión del idioma en Japón*, la primera serie que obtuvo unas cuotas de popularidad significativa en el país del Sol Naciente fue *El tiempo entre costuras* (Atresmedia), estrenada en 2015, en el canal en abierto nacional NHK. Esta serie es una adaptación de la novela homónima de María Dueñas que también se tradujo al idioma japonés.

Años más tarde llegó la trilogía histórica *Isabel, Carlos Rey Emperador* y el largometraje *La Corona Partida*, producida por Televisión Española. Esta ficción se programó en el canal de cable y satélite Ginga y en el canal de pago Wowow. Después, las pujantes plataformas de pago también apostaron por las historias iberoamericanas y pusieron a disposición del público japonés en 2019 las series de suspense *El embarcadero* (Atresmedia) y *Vis a vis* (Atresmedia) y, en 2020, *Sabuesos* (TVE). La primera estuvo disponible en U-NEXT, la segunda en Hulu y la tercera en AXN.

La plataforma que consolidó el mercado de ficción en Asia fue Netflix con la puesta a disposición de numerosos títulos españoles, que en algunos casos ya habían tenido un amplio recorrido internacional. Algunas de estas obras que se pudieron disfrutar especialmente en Japón son: *Paquita Salas* (2016), *La casa de papel* (2017), *Las chicas del cable* (2017), *Élite* (2018) *Fariña* (2018), *Vivir sin permiso* (2018), *La catedral del mar* (2018), *Hache* (2019), *Valeria* (2020) o *Alguien tiene que morir* (2020) entre otros títulos.

El embrión de la ficción latinoamericana en los países asiáticos fueron las tradicionales telenovelas. Éstas desembarcaron a finales de los años 90 y se consolidaron a mediados de los dos mil. Algunos de los títulos más destacados son la venezolana *Olvidarte jamás* (2006), difundida en Japón o, la serie colombiana, *Pasión de gavilanes* (2003), emitida en Corea del Sur. Un caso especial fue la adaptación en China de la telenovela de Televisa *Ugly Betty*, adaptación a su vez de la telenovela colombiana *Yo soy Betty, la fea*, con el título *Ugly Wudi*. La fórmula de la adaptación de formatos originales a versiones locales ha sido la práctica más habitual para asegurar el éxito de la obra y consolidar la alianza entre las empresas autóctonas asiáticas y las distribuidoras latinoamericanas.

La primera serie española que se difundió en China fue *Los protegidos* (Atresmedia) y, a esta, le siguió *El tiempo entre costuras*. Ambas se programaron en el ente público CCTV. Posteriormente la televisión china adquirió la serie de ficción *Pulseras rojas* (TV3) y la serie de animación *Cleo & Cuquín* (TVE, Televisa). Esto hay que considerarlo como un verdadero hito en el recorrido asiático de la ficción iberoamericana puesto que, en el mercado chino aparte de la dificultad idiomática, se realiza una revisión del contenido de la serie y, además, existe un sistema de cuotas que limita el acceso del audiovisual extranjero.

En definitiva, la ficción seriada es un producto audiovisual que tiene la capacidad de “viajar”, ya que sus historias pueden tener lugar en cualquier lugar del mundo. La adaptación de contenidos por tanto puede amplificar el volumen de ficción iberoamericano en Asia. Según los estudios de GECA, en la actualidad, las adaptaciones representan el 5% del total de la producción de ficción. Los títulos adaptados de origen asiático representan el 22%, destacando los producidos en Japón, Corea del Sur e India, y las series iberoamericanas adaptadas suponen el 20%, siendo Argentina, Chile, Colombia, España y México los mayores exportadores de este tipo de obras.

## LA FICCIÓN ASIÁTICA EN IBEROAMERICA

El estudio finaliza con una breve exposición del cine y series asiáticas de ficción difundidas en canales iberoamericanos de televisión durante el trienio 2022-2024. Los datos derivan del seguimiento que realiza EGEDA de la difusión en las cadenas de televisión de Iberoamérica de las obras audiovisuales para preservar sus derechos de propiedad, a través del proveedor BMAT. La muestra abarca 7 países (Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, España, México y Perú) y 47 canales de televisión. El número de países asiáticos con obras emitidas en televisión suma 16 más otros dos países en coproducción (Siria y Vietnam).

El número total de emisiones de la muestra asciende a 4.586 de las que 3.429 pertenecen a series de ficción y 1.157 a cine de ficción y animación. Los títulos totales difundidos en el conjunto de canales de televisión son 299, de los que 250 son de cine y 49 son series de ficción (cuadro 4.23).

*Cuadro 4.23*  
*Emisiones de obras asiáticas en canales iberoamericanos de Televisión. Periodo 2022-2024*

Concepto	Muestra
Países iberoamericanos analizados	7
Países asiáticos con emisiones en Televisión	16
Canales de TV con emisiones de obras asiáticas	47
Número de emisiones de obras asiáticas totales	4.586
Número de emisiones de cine ficción/animación	1.157
Número de emisiones de series de ficción	3.429
Títulos emitidos de cine asiático por países	325
Títulos emitidos de series asiáticas por países	59
Títulos asiáticos totales emitidos	299
Títulos de cine asiático de ficción/animación	250
Títulos de series asiáticas de ficción	49

Los 325 títulos de Cine Asiático emitidos en cada país analizado (se contabiliza por separado un mismo título en cada país de emisión) ponen de manifiesto el dominio de Japón (99 títulos) y China (81 títulos), con más de la mitad de los títulos programados. En un segundo nivel se encuentran también los países con una industria audiovisual bastante potente como Hong-Kong (52 títulos), Corea del sur (41 títulos) y la India (28 títulos). Del resto de países destacan Tailandia con 10 títulos e Irán con 4 títulos (cuadro 4.24).

*Cuadro 4.24*  
*Número de títulos de cine asiático por países de emisión en canales iberoamericanos de Televisión. Periodo 2022-2024*

N.	Origen	BR	CL	COL	EC	ESP	MX	PER	Total
1	Afganistán	0	0	0	0	1	0	0	1
2	Arabia Saudí	0	0	1	0	0	0	0	1
3	China	15	1	15	9	18	16	7	81
4	Corea del Sur	9	1	4	8	12	6	1	41
5	Egipto	0	0	1	0	0	0	0	1
6	Filipinas	0	0	1	0	0	0	0	1
7	Hong-Kong	8	0	3	5	17	7	12	52
8	India	0	0	24	0	3	1	0	28

9	Indonesia	0	0	0	0	0	1	0	1
10	Irán	1	0	0	0	3	0	0	4
11	Japón	1	0	20	5	59	12	2	99
12	Líbano	0	0	0	0	2	0	0	2
13	Palestina	0	0	0	0	1	0	0	1
14	Singapur	0	0	1	0	0	0	0	1
15	Tailandia	2	0	3	0	4	1	0	10
16	Taiwán	0	0	0	0	1	0	0	1
<b>Total</b>		<b>36</b>	<b>2</b>	<b>73</b>	<b>27</b>	<b>121</b>	<b>44</b>	<b>22</b>	<b>325</b>

La ficción seriada asiática por países ofrece un panorama diferente respecto al cine. En primer lugar, el país que incluye una programación más abundante de este género es Ecuador (38 títulos), seguido a mucha distancia de Colombia (9 títulos), Chile (8 títulos), Perú (3 títulos) y España (1 título). Tanto en los canales de Brasil como en los de México no se emitió ficción seriada asiática.

En segundo lugar, Corea del Sur domina la programación de la ficción asiática en los canales iberoamericanos de la muestra en el periodo 2022-2024 con 25 títulos, seguido de China y Filipinas con 15 títulos cada país, India con 3 títulos y Líbano en coproducción con Siria con un título (cuadro 4.25).

Cuadro 4.25

*Número de Títulos de ficción asiática por países de emisión en canales iberoamericanos de Televisión. Periodo 2022-2024*

N.	Origen	CL	COL	EC	ESP	PER	Total
1	China	0	6	8	0	1	15
2	Corea del Sur	8	2	12	1	2	25
3	Filipinas	0	1	14	0	0	15
4	India	0	0	3	0	0	3
5	Líbano	0	0	1	0	0	1
<b>Total</b>		<b>8</b>	<b>9</b>	<b>38</b>	<b>1</b>	<b>3</b>	<b>59</b>

Los títulos totales de la muestra (se contabiliza un único título independientemente de los países en los que se haya difundido) suman 299, de los que 250 son largometrajes y 49 son series de ficción. Japón domina con su cine, fundamentalmente de animación, con 86 títulos, seguido de China con 60 títulos y Corea del Sur con 50 títulos. En cuanto a las temáticas, como hemos comentado, las obras de animación son mayoritarias (94 títulos) junto con las obras de acción o aventuras (96 títulos). Los dramas con 38 títulos también tuvieron una presencia importante.

En cuanto a otras particularidades, los países asiáticos con un volumen de títulos significativo en los canales iberoamericanos que solo registran títulos de cine son Japón, Hong-Kong y, en menor medida, Tailandia. El país con un número parecido de ambos géneros es Corea del Sur y el país con más series de ficción que largometrajes es Filipinas (cuadro 4.26).

Cuadro 4.26

*Títulos asiáticos totales por su origen emitidos en canales iberoamericanos de televisión: periodo 2022-2024*

N.	País	Cine	Series	Total
1	Afganistán	1	0	1
2	Arabia Saudí	1	0	1
3	China	52	8	60
4	Corea del Sur	28	22	50
5	Egipto	1	0	1
6	Filipinas	1	15	16
7	Hong Kong	34	0	34
8	India	28	3	31
9	Indonesia	1	0	1
10	Irán	4	0	4
11	Japón	86	0	86
12	Líbano	2	1	3
13	Palestina	1	0	1
14	Singapur	1	0	1
15	Tailandia	8	0	8
16	Taiwán	1	0	1
<b>Total</b>		<b>250</b>	<b>49</b>	<b>299</b>

El cuadro 4.27 incluye los títulos de cine asiático producido entre 2019 y 2023 programados en canales iberoamericanos de televisión en el trienio 2022-2024, especificando el director/directora de la obra, su origen y año de producción.

Cuadro 4.27

*Títulos de cine asiático producidos entre 2019 y 2023 y difundidos en canales iberoamericanos de Televisión. Periodo 2022-2024*

N.	Título	Director	Origen	Año
1	A man	Kei Ishikawa	Japón	2022
2	Alerta roja	Kim Byung-Seo	Corea S.	2019
3	Boomerang	Malay Mondal	India	2021
4	Boonie bears: Aventura en la prehistoria	Leon Ding	China	2019
5	Boonie Bears: Parque Salvaje	Leon Ding	China	2019
6	Broken keys	Jimmy Keyrouz	Líbano	2021
7	Buscando a la mágica Doremi	Junichi Sato	Japón	2020
8	Detective Conan: Historia de amor en la Comisaría	Shunsuke Ishikawa	Japón	2022
9	Detective Conan: La bala escarlata	Tomoka Nagaoka	Japón	2021
10	Detective Conan: La coartada escarlata	Sunsuke Ishihara	Japón	2021
11	Detective Conan: La novia de Halloween	Susumu Mitsunaka	Japón	2022
12	Días perfectos	Wim Wenders	Japón	2023
13	Digimon: La última evolución Kizuna	Tomohisa Taguchi	Japón	2020
14	Dragon Quest: Your Story	Takashi Yamazaki	Japón	2019
15	Drive my car	Ryūsuke Hamaguchi	Japón	2021
16	El caballero de las sombras: Entre el yin y el yang	Jia Yan	China	2019
17	El especialista	Larry Yang	China	2023
18	El secreto de Aman	Nikkhil Advani	India	2023

19	Eternos compañeros	Wing-Cheong Law	China	2019
20	Exit	Lee Sang-Geun	Corea S.	2019
21	Fuego en el cielo	Simon West	China	2019
22	Fuerza bruta	Lee Sang-yong	Corea S.	2022
23	Guardianes de la noche: Tren infinito	Haruo Sotozaki	Japón	2020
24	Hava, Maryam, Ayesha	Sahraa Karimi	Afganistán	2020
25	Hijos del sol	Majid Majidi	Irán	2020
26	Junglee: Alma salvaje	Chuck Russell	India	2019
27	La batalla del lago Changjin	Kaige Chen	China	2021
28	La candidata perfecta	Haifaa Al-Mansour	Ar. Saudí	2019
29	La mujer del espía	Kiyoshi Kurosawa	Japón	2020
30	La ruleta de la fortuna y la fantasía	Ryūsuke Hamaguchi	Japón	2021
31	La serpiente blanca	Amp Wong	China	2019
32	La verdad	Hirokazu Koreeda	Japón	2019
33	Líbranos del mal	Hong Won-Chan	Corea S.	2020
34	Lupin III: The first	Takashi Yamazaki	Japón	2019
35	Madres verdaderas	Naomi Kawase	Japón	2020
36	Mal de ojo	Rajeev Dassani	India	2020
37	María	Pedring López	Filipinas	2019
38	Más allá de la onda expansiva	Herman Yau	Hong Kong	2020
39	Mas alla del 14 de febrero	Utpal Kalal	India	2019
40	Mewtwo contraataca: Evolución	Kunihiko Yuyama	Japón	2019
41	Mr. Zoo: The missing VIP	Kim Tae-Yun	Corea S.	2020
42	My Hero Academia: El despertar de los héroes	Kenji Nagasaki	Japón	2019
43	My Hero Academia: Misión mundial de héroes	Kenji Nagasaki	Japón	2021
44	Nido de víboras	Kim Yong-hoon	Corea S.	2020
45	Odha Akbar	Santram Varma	India	2023
46	One Piece Film Red	Gorô Taniguchi	Japón	2022
47	One piece: Estampida	Takashi tsuka	Japón	2019
48	Parásitos	Bong Joon-Ho	Corea S.	2019
49	Península	Yeon Sang-Ho	Corea S.	2020
50	Rock Dog 2	Mark Baldo	China	2021
51	S.W.A.T	Sheng Ding	China	2019
52	Soldado virtual	Tang Qiaoia	China	2021
53	The abortionist	Fruit Chan	Hong Kong	2019
54	The bravest	Tony Chan	China	2019
55	The driver	Wych Kaosayananda	Tailandia	2019
56	The rescue	Dante Lam	China	2020
57	The Rookies	Alan Yuen	China	2019
58	Triple amenaza	Jesse V. Johnson	Tailandia	2019
59	Vanguard	Stanley Tong	China	2020
60	Zapatos Rojos y los Siete Trolls	Hong Sung-Ho	Corea S.	2019

El cuadro 4.28 incluye los títulos de ficción asiática programada en los canales iberoamericanos de televisión en el trienio 2022-2024, especificando el director/directora de la obra, su origen y año de producción.

Cuadro 4.28

*Títulos de series de ficción asiática emitidos en canales iberoamericanos de Televisión. Periodo 2022-2024*

N.	Título	Director	País	Año
1	Abogado sin ley	Kim Jin-min	Corea S.	2018
2	Amor ardiente	Ian Loreños	Filipinas	2022
3	Amor en conflicto	Park Seon-ho	Corea S.	2017
4	Amor secreto	Lee Eung-Bok	Corea S.	2013
5	Amor y prejuicio	Vikram Ghai	India	2018
6	Bella solitaria	Jung Jung Hwa	Corea S.	2013
7	Beyhadh	Vikram Labhe	India	2016
8	Capítulo aparte	Lee Jung-hyo	Corea S.	2019
9	Contrato para una boda	Kim Jin Min	Corea S.	2016
10	Doble Kara	Manny Palo	Filipinas	2017
11	Dos esposas	Johnny De Los Santos	Filipinas	2014
12	Dulce venganza	Laurice Guillen	Filipinas	2016
13	El ídolo celestial	Lee So-yoon	Corea S.	2023
14	El precio del mañana	Fikret Kadioglu	Líbano, Siria	2023
15	El secreto de mi esposo	Dominic Zapata	Filipinas	2013
16	El sol a mi lado	Xiaofei Song	China	2024
17	Ella era bonita	Dae Yoon Jung	Corea S.	2015
18	Emprendedores	Jian An	Corea S.	2018
19	Escalera al cielo	Lee Jang-Soo	Corea S.	2003
20	Falsa promesa	Laurice Guillen	Filipinas	2022
21	Hermanas	Gina Alajar	Filipinas	2014
22	Hotel de Luna	Oh Choong-hwan	Corea S.	2019
23	La inocencia de Tania	Ricky Davao	Filipinas	2015
24	La ley de la venganza	E.M. Reyes	Filipinas	2020
25	La vida bella	Jin Liu	China	2017
26	Lazos familiares	Sheng Kong	China	2012
27	Madre	Kim Cheol-gyu	Corea S.	2018
28	Madurar a los 40	Jun Jie Liu	China	2018
29	Mi padre es extraño	Lee Jae-sang	Corea S.	2017
30	Minning Town	Sheng Kong	China	2021
31	Mirada de ángel	Choi Moon-Seok	Corea S.	2014
32	Mujer magnífica	Young-Hun Choi	Corea S.	2021
33	Nunca dejare de amarte	FM Reyes	Filipinas	2016
34	Otra vez, oh Hae Young	Jong Jae Lee	Corea S.	2016
35	Pacto de amor	Jae-Moon Yoon	Corea S.	2018
36	Porque esta es mi primera vida	Park Joon-hwa	Corea S.	2017
37	Princesa valiente	Gam-Yuen Ng	China	2017
38	Puentes de amor	Will Fredo	Filipinas	2015
39	Que le plazca a la corte	Sung-Woo Nam	Corea S.	2022
40	Rostro de justicia	Vikram Labhe	India	2014
41	Saimdang: Diario de luz	Yoon Sang-ho	Corea S.	2017
42	Sorpresas del destino	Jin Hyuk	Corea S.	2009
43	Tres razones para amar	Gina Alajar	Filipinas	2019
44	Un buen doctor	Kim Jin Woo	Corea S.	2013
45	Un corazón especial	L.A. Madridejos	Filipinas	2018

46	Un don verdadero	Laurice Guillen	Filipinas	2016
47	Un hogar, un mismo sueño	Liu Feng Sheng	China	2019
48	Ver sin mirar	Honglei Kang	China	2013
49	Vidas separadas	Lino S. Cayetano	Filipinas	2018

---



# ARTÍCULO 6

Producción audiovisual y sostenibilidad en América Latina:  
retos estructurales y caminos emergentes



## ARTÍCULO 6

# Producción audiovisual y sostenibilidad en América Latina: retos estructurales y caminos emergentes

Norma Cuadros González

En los últimos años, la sostenibilidad se ha convertido en una exigencia transversal en casi todos los sectores de la economía y la cultura. La industria audiovisual no es la excepción. La urgencia climática, los compromisos internacionales y las demandas de grandes estudios y plataformas de streaming han impulsado una transición hacia prácticas más responsables en la forma en que se produce contenido. Sin embargo, en América Latina, este camino está lejos de ser lineal.

Existe una paradoja cada vez más evidente: mientras crece la presión internacional por reducir emisiones y aplicar estándares ambientales en las producciones, las condiciones estructurales de la región —marcadas por desigualdades profundas, brechas tecnológicas y marcos regulatorios aún incipientes— hacen que la implementación real de estas prácticas sea sumamente compleja. Aun así, desde los márgenes y con recursos limitados, muchas producciones están encontrando formas creativas y contextualizadas de asumir el reto.

Hablar de sostenibilidad en el mundo audiovisual implica comprenderla en toda su amplitud. No se trata solo de reciclar botellas plásticas o apagar las luces al final del día. La sostenibilidad, en su sentido más integral, apunta a reducir los impactos ambientales, garantizar condiciones laborales justas y asegurar la viabilidad económica de los proyectos. Es decir, un equilibrio entre lo ambiental, lo social y lo económico. Este enfoque de triple impacto todavía no está completamente arraigado en este sector audiovisual en América Latina, donde muchas veces las discusiones sobre sostenibilidad se limitan al impacto ambiental más visible durante el rodaje.

Cuando una producción se lanza a rodar, genera una serie de impactos considerables: uso intensivo de generadores diésel, construcción de escenografías con materiales, como el icopor, que terminan en vertederos, catering de alto impacto ambiental (por ejemplo, basado en carne de res), transporte fragmentado que multiplica la huella de carbono, entre otros. Son procesos normalizados que forman parte de una lógica de producción acelerada, funcional y poco cuestionada. A esto se suma un componente social que, aunque fundamental, muchas veces queda invisibilizado. Las condiciones de trabajo, la equidad en los equipos técnicos y creativos, la relación con las comunidades anfitrionas o el respeto a los territorios donde se filma, rara vez se incluyen en las conversaciones sobre sostenibilidad.

Esto es particularmente problemático en una industria marcada por la informalidad laboral. En muchos países de la región, los contratos temporales, la ausencia de seguridad social, la tercerización y la falta de representación sindical efectiva son la constante. En este contexto, la sostenibilidad social —que implica respeto, estabilidad y equidad— queda fuera del marco. Y aun así, en muchos reportes ambientales, esta dimensión ni siquiera aparece mencionada.

El componente económico también pesa. La mayoría de las producciones de la Región operan con presupuestos ajustados. Incorporar prácticas sostenibles suele percibirse como un lujo, una carga adicional o algo “que solo pueden hacer los que tienen dinero”. Pero repensar el modelo de producción desde una lógica más consciente y eficiente puede, a largo plazo, traducirse en mejores resultados y menor impacto. Existen producciones que han demostrado que usar recursos de forma más racional, planificar con antelación y optimizar procesos también puede reducir costos. Pero esto exige cambiar la cultura de producción, y no todas las estructuras están dispuestas.

En este panorama, no es extraño que muchas de las iniciativas en sostenibilidad lleguen de afuera. Desde 2006, diversas organizaciones y estudios han creado herramientas para hacer más responsables sus producciones. En Estados Unidos, la *Green Production Guide* ofrece calculadoras de carbono y directorios de proveedores sostenibles. En Reino Unido, la BBC y BAFTA impulsaron el sistema de certificación *Albert*, que también promueve narrativas ambientales en pantalla. Y el *EMA Green Seal* en Estados Unidos, evalúa las buenas prácticas ambientales en el set.

Estas herramientas han comenzado a instalarse en América Latina, especialmente en producciones vinculadas a plataformas internacionales. Pero su implementación no ha sido sencilla. Estas metodologías fueron desarrolladas en contextos con acceso a energías limpias, estructuras laborales formales y recursos estables. Al intentar replicarlas en países donde muchas de esas condiciones no existen, se generan tensiones.

En muchos casos, las medidas se reducen a cumplir con listas de chequeo que tranquilizan a los financiadores sin transformar las prácticas reales. Se adoptan por obligación más que por convicción lo que limita su impacto a nivel estructural. Esta lógica puede derivar fácilmente en un fenómeno de *greenwashing*: acciones simbólicas que cumplen con una lista de chequeo sin generar transformaciones de fondo. En lugar de convertirse en una oportunidad para revisar y transformar los modelos de producción, los estándares se convierten en una carga administrativa que solo satisface requisitos externos. Esta superficialidad es especialmente problemática cuando no existe un marco regulatorio local que acompañe, incentive y fiscalice la sostenibilidad desde una perspectiva estructural, adaptada a las condiciones nacionales o regionales. Sin estos marcos propios, el riesgo es que la sostenibilidad sea percibida como una moda impuesta desde fuera, más que como una necesidad urgente del sector y del planeta.

Antes de entrar en los retos que implica la ausencia de datos regionales, es importante entender cómo se mide hoy el impacto ambiental en la producción audiovisual. A nivel global, se han establecido categorías estandarizadas que permiten cuantificar los efectos de una producción en el ambiente. Estas categorías suelen incluir el consumo de energía (dividido entre red eléctrica y generadores), el transporte terrestre y aéreo, la generación de residuos, el consumo de agua, el tipo de materiales utilizados (por ejemplo, madera certificada o no certificada), el impacto del *catering* (especialmente por el consumo de carne roja) y la trazabilidad de los proveedores.

En respuesta a estas categorías, diferentes herramientas como la *Green Production Guide*, *Albert*, *PEACH* o *EMA Green Seal* han propuesto métricas específicas, como la estimación de la huella de carbono total o el porcentaje de materiales reciclables utilizados. Estas metodologías, en su mayoría desarrolladas en países del Norte Global, han empezado a replicarse en América Latina, a veces con acompañamiento técnico de plataformas como Netflix o Amazon, y en otras ocasiones, impulsadas por productoras locales que buscan adaptarse a las nuevas exigencias del mercado internacional.

Sin embargo, replicar estas métricas en la región presenta desafíos propios. Por un lado, no siempre es posible acceder a los datos necesarios: no existen reportes de consumo energético diferenciados

por producción, ni sistemas de medición de residuos, y en muchos casos el transporte de personal y equipos es tercerizado, lo cual dificulta su trazabilidad. Por otro lado, los parámetros con los que se evalúan los resultados muchas veces no reflejan las condiciones locales. Una producción que en Londres puede conectar todos sus equipos a una red eléctrica renovable, en regiones de América Latina debe operar con generadores diésel porque es la única opción disponible.

Esto lleva a una gran pregunta: ¿hasta qué punto tiene sentido importar herramientas de medición sin adaptar sus criterios a la realidad latinoamericana? La necesidad de desarrollar metodologías propias, contextualizadas y alineadas con los marcos regulatorios y energéticos de la Región es urgente.

Una dificultad central es la falta de datos propios. Aún no contamos con una línea base regional que nos permita saber cuánto contamina una producción audiovisual promedio en América Latina. En ausencia de esa información, muchas acciones se enfocan en aspectos visibles, pero de bajo impacto real, como el manejo de residuos, que representa apenas el 1% de las emisiones totales según los reportes globales. Esto impide una toma de decisiones informada y perpetúa soluciones cosméticas.

El acceso a energía limpia es otro cuello de botella. En zonas urbanas puede haber posibilidad de conexión a la red, pero en locaciones rurales —tan comunes en las producciones de la Región— esa opción es inexistente. La dependencia de generadores diésel no es una elección, es una necesidad operativa. Las soluciones renovables portátiles son caras, poco accesibles y requieren capacidades técnicas que muchas veces no están disponibles en el equipo local.

Ahora bien, no todo es limitación. En países como Colombia y Uruguay, la matriz energética es más limpia que en muchos países europeos. En lugar de importar tecnologías adaptadas a contextos distintos, sería más estratégico aprovechar las redes locales y fomentar la conexión directa a la red nacional donde sea posible. Esta es una oportunidad poco explorada, pero con gran potencial si se acompaña de una política energética que dialogue con el sector audiovisual.

Tampoco se puede ignorar la falta de articulación entre los marcos culturales y ambientales. En la mayoría de los países latinoamericanos, las políticas públicas en cultura no dialogan con las de sostenibilidad. Esto hace que los fondos audiovisuales no incluyan criterios ambientales, ni los marcos ambientales reconozcan la particularidad del sector creativo. En países como Canadá o Francia, las producciones reciben incentivos si cumplen con ciertos estándares verdes. En América Latina, en cambio, la sostenibilidad sigue dependiendo casi exclusivamente del entusiasmo de algunos equipos o de exigencias externas.

Pero no todo depende del Estado. A nivel micro, muchas producciones han demostrado que es posible avanzar con creatividad y sentido común. Aunque no existen reportes públicos sistematizados sobre buenas prácticas sostenibles en América Latina, se ha hecho cada vez más común la implementación de estrategias como la medición de la huella de carbono, el manejo adecuado y diferenciado de residuos en los sets de rodaje, y la reutilización tanto de materiales de construcción como de vestuario. Estas acciones, aunque a menudo no son visibilizadas en informes internacionales, representan esfuerzos significativos hacia una transformación posible y contextualizada.

Hay rodajes que han reutilizado sets de otras producciones, que han trabajado con recicladores informales, que han reducido significativamente el uso de carne de res en el catering para disminuir el impacto asociado a la deforestación, o que han gestionado su logística de forma más eficiente compartiendo transporte. Estas experiencias no son anecdóticas: son ejemplos concretos de una sostenibilidad situada, práctica, posible.

Sin embargo, para que estas iniciativas pasen de ser casos aislados a una transformación sistémica, hace falta mucho más. Primero, una línea base propia, construida con datos de la región, que permita conocer nuestros impactos reales. Conocer esa realidad es la condición mínima para diseñar políticas públicas pertinentes, formar profesionales con herramientas adecuadas, e impulsar tecnologías adaptadas.

También es urgente reconocer formalmente a quienes trabajan por la sostenibilidad en el audiovisual. Coordinadores ambientales, asistentes de sostenibilidad, gestores de residuos, proveedores especializados: todos ellos deben ser considerados como parte del equipo técnico de una producción. Esto implica definir funciones, establecer escalas salariales justas, asegurar su participación desde la preproducción y garantizar condiciones laborales dignas.

A su vez, involucrar a proveedores locales y garantizar la trazabilidad de los productos utilizados en set —desde los materiales de arte hasta los insumos de *catering*— es una tarea clave. Una producción sostenible también es una producción que fortalece la economía circular local, que reconoce el trabajo de cooperativas, pequeños productores y comunidades organizadas.

Finalmente, si queremos que la Región siga siendo un territorio atractivo para producir contenidos, necesitamos alinear el sector con los compromisos internacionales de reducción de emisiones. No basta con “hacer lo posible”. Necesitamos establecer metas concretas, sectoriales, que nos permitan medir el progreso. De lo contrario, corremos el riesgo de quedarnos atrás frente a un mercado cada vez más exigente.

Avanzar hacia una industria audiovisual sostenible en América Latina no es solo una decisión técnica o presupuestal. Es una decisión política y cultural. Significa repensar nuestras formas de hacer, de consumir, de narrar y de trabajar, y sobre todo, significa reconocer que el cine no solo muestra el mundo: también lo transforma. Para los productores audiovisuales de América Latina, el desafío es incorporar la sostenibilidad como parte intrínseca del proceso creativo y logístico de producir cine, no como un accesorio cosmético que busca reconocimientos externos o premios internacionales.

Integrar la sostenibilidad desde el guion hasta el cierre de la producción, con sentido crítico, compromiso social y visión de largo plazo, es una forma de garantizar que nuestras historias no solo cuenten el mundo que habitamos, sino que también participen activamente en construir el que queremos habitar.



## Norma Cuadros González

Directora de Planet On.

Es investigadora y asesora en sostenibilidad para las industrias creativas en América Latina. Dirige Planet On y adelanta un doctorado en políticas culturales en la Universidad de Warwick, donde estudia los impactos ambientales de la producción audiovisual global desde una perspectiva de género.

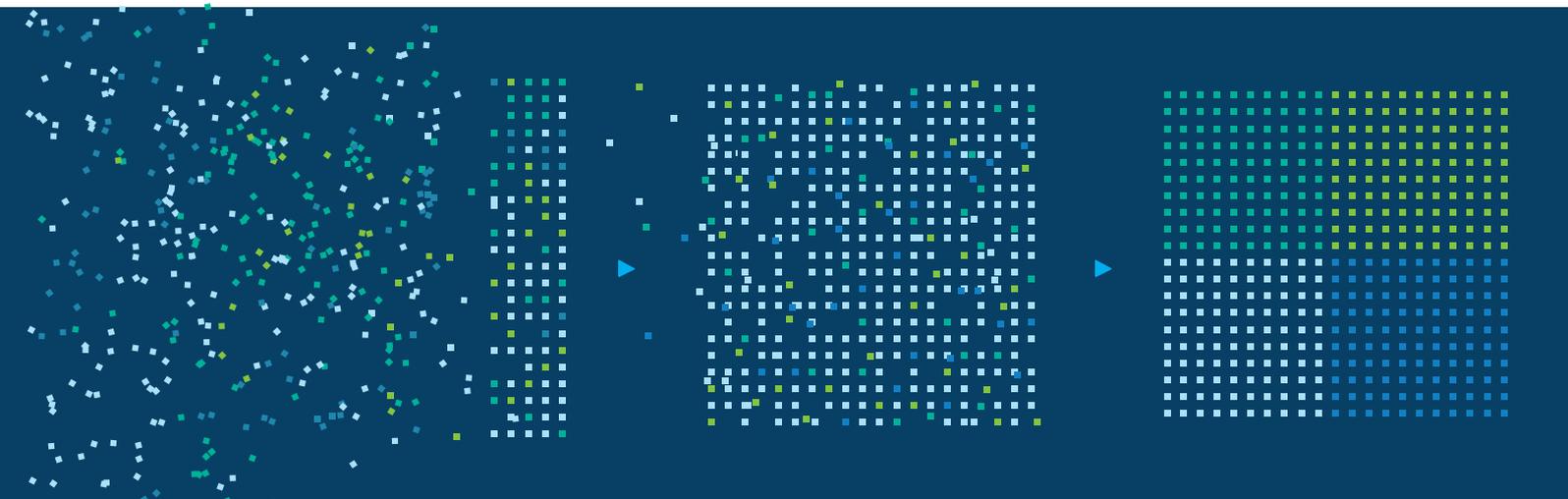


**BARLOVENTO  
COMUNICACIÓN**

CONSULTORÍA AUDIOVISUAL Y DIGITAL

NUESTRA MISIÓN Y PROPÓSITO:

**OFRECER OPORTUNIDADES DE MEJORA A NUESTROS SUSCRIPTORES**



INVESTIGACIÓN  
**BARÓMETRO TV-OTT**



AUDIENCIAS  
**AUDÍMETRO TV**



ANÁLISIS DE CONTENIDOS BIG DATA  
**BLV ANALYTICS**



ANÁLISIS  
**MERCADO AUDIOVISUAL**



[WWW.BARLOVENTOCOMUNICACION.ES](http://WWW.BARLOVENTOCOMUNICACION.ES)



@BLVCOM



/BARLOVENTO-COMUNICACION

# CAPÍTULO V

Programa Ibermedia. Convocatoria 2024



# CAPÍTULO V

## Programa Ibermedia. Convocatoria 2024

Victor Herrerueta

### Introducción

#### 1. Aportes

- 1.1 Marco histórico
- 1.2 Países donantes y países receptores
- 1.3 Ejercicio 2024: Aportes realizados y ayudas otorgadas
- 1.4 Ejercicio 2024: Relación aportes / PIB

#### 2. Evaluación de proyectos

- 2.1 Descripción general
- 2.2. Formación
- 2.3 Codesarrollo de Largometrajes
- 2.3 Codesarrollo de Series
- 2.4 Coproducción

#### 3. Ayudas Otorgadas

- 3.1 Metodología para la asignación de las ayudas
- 3.2 Ficción, documental y animación

#### 4. Perspectiva de género

- 4.1 Resultados
- 4.2 Estructura orgánica del Programa

#### 5. Ibermedia Next 2024

### Anexos

- Anexo I. Fichas-País
- Anexo II. Países coproductores
- Anexo III. Datos desagregados Convocatoria 2024
- Anexo IV. Criterios de evaluación Convocatoria 2024

## Introducción

La cooperación, el codesarrollo y la coproducción internacional constituyen un elemento esencial para fomentar el intercambio artístico y comercial en un mundo cada vez más desdibujado. En el ámbito cinematográfico y audiovisual, esas redes de colaboración que permiten compartir recursos, conocimientos y experiencias, son las que han facilitado el acceso a tecnologías, la constante actualización profesional y la ejecución de proyectos que enriquecen la diversidad cultural, estimulan la creatividad y abren mercados. ¡Viva IBERMEDIA! -permítaseme el exabrupto en ese sentido tan personal-, ante el cual es posiblemente el programa de cooperación cultural más exitoso de la región, entendiendo la cultura no como instrucción o erudición artística vana, sino como inversión en patrimonio, en desarrollo económico y en bienestar social.

Aunque eran temas que se venían debatiendo de manera conjunta desde hace algún tiempo, en el informe del año pasado se planteaba la importancia de analizar las necesidades de inserción y sostenibilidad de la oferta audiovisual que se produce en Iberoamérica; y ya podemos hablar de que hemos delimitado acciones concretas en pos de la visibilización, distribución y circulación audiovisual, a la espera de obtener ingentes resultados en un corto plazo.

Actualmente, la cooperación y la perspectiva de gestión colectiva se enfrentan a retos significativos derivados de contextos económicos inestables, tensiones geopolíticas y la aún reciente crisis sanitaria global; factores que han llevado a la suspensión o disminución de programas de colaboración, afectando de manera directa a los países cooperantes entre sí. La reducción en el flujo de recursos y en el intercambio de experiencias genera un impacto negativo en la industria cinematográfica y audiovisual, donde la innovación y la competitividad dependen en gran medida del diálogo intercultural y de la inversión conjunta en nuevos proyectos.

A mediano y a largo plazo, la ausencia o el debilitamiento de los programas de cooperación pueden acarrear consecuencias profundas: la falta de apoyo colaborativo podría derivar en una mayor fragmentación cultural, donde cada país se vuelva más aislado y pierda la oportunidad de nutrirse de las distintas expresiones artísticas de otras naciones; y podría limitar el desarrollo de tecnologías y emprendimientos innovadores, afectando no solo la producción cinematográfica, sino también la preservación del patrimonio cultural y la promoción de identidades diversas.

En este contexto, el refuerzo de la cooperación y la coproducción internacional se muestran como estrategias indispensables para garantizar el crecimiento sostenible y la integración de sectores económicos, permitiendo a las diversas cinematografías no sólo compartir sus riquezas culturales y aprendizajes, sino también tender puentes que generen empleo digno y fortalezcan el entendimiento mutuo.



**Raciél del Toro**

Director General

Centro Costarricense de Producción Cinematográfica

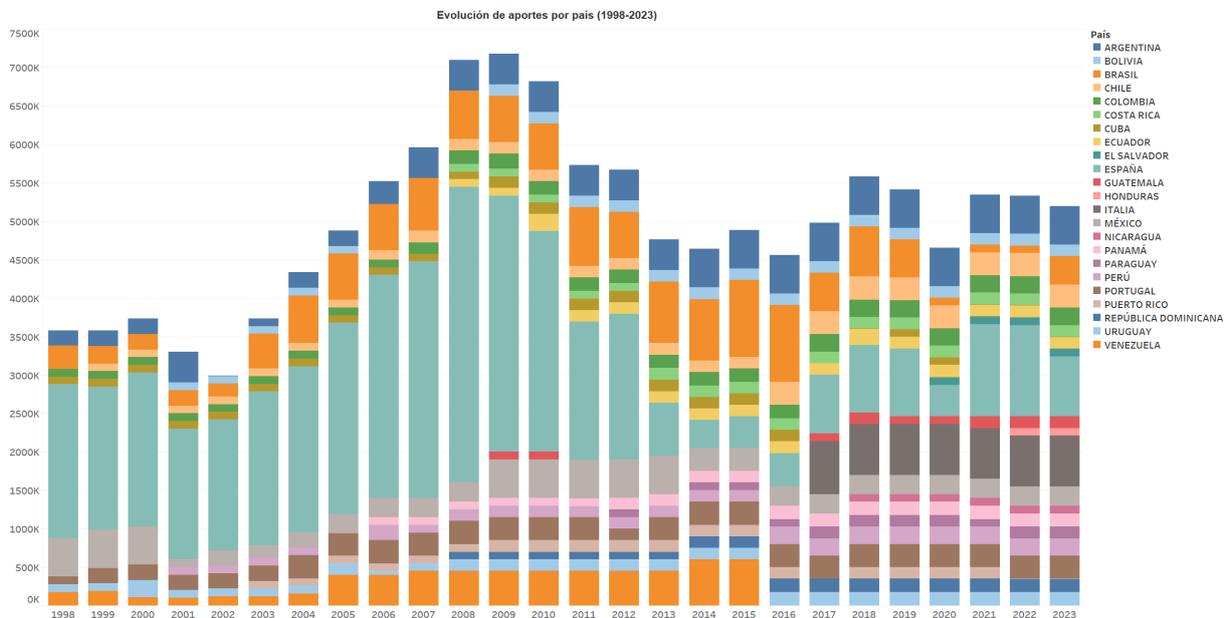
**PRESIDENTE DEL PROGRAMA IBERMEDIA**

## Aportes

### Marco histórico

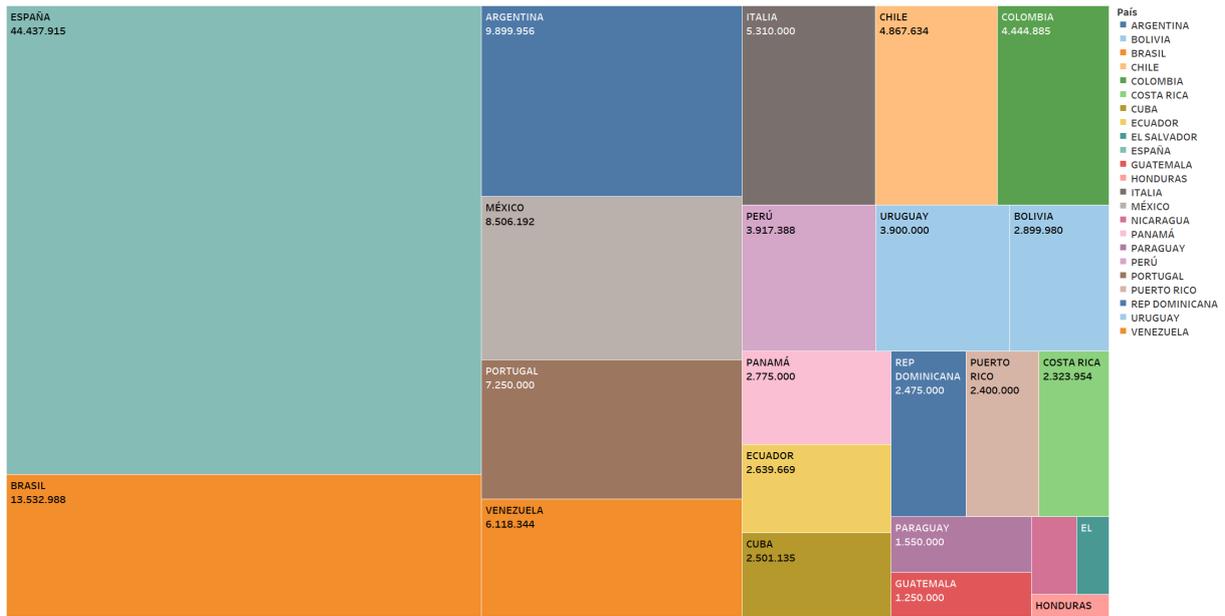
Desde su creación en **1998**, el Programa IBERMEDIA ha gestionado **33** convocatorias de apoyo financiero, en las que se han otorgado **1.202** ayudas a la Coproducción de largometrajes Iberoamericanos; **1.208** ayudas al Desarrollo/Codesarrollo de proyectos audiovisuales; **62** ayudas al Desarrollo/Codesarrollo de Series; **292** ayudas a la Promoción y Distribución y **298** ayudas a la Exhibición de películas Iberoamericanas. Además, se han otorgado más de **4.001** 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. Bajo la nueva marca IBERMEDIA NEXT han sido otorgadas **28** ayudas financieras al Codesarrollo de proyectos de animación digital Iberoamericanos.

La cifra total de aportes realizados al Programa IBERMEDIA, por parte de los 22 países miembros a lo largo de estos 27 años, asciende a 134.780.740 USD. Su distribución, a lo largo de los 27 ejercicios, es la siguiente:



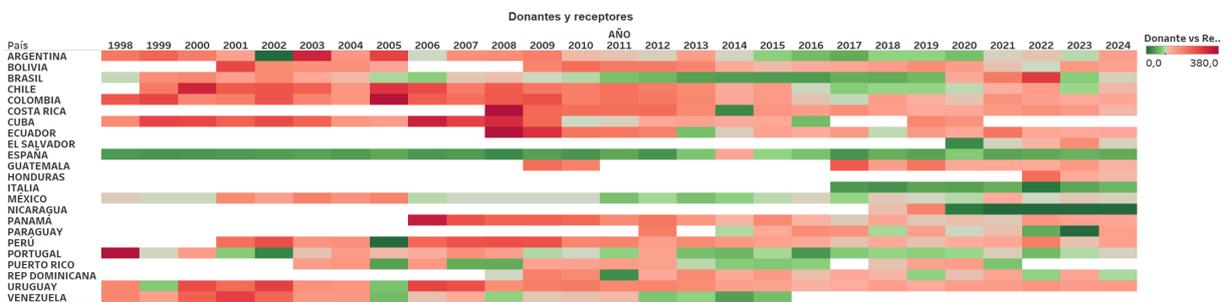
Los países adheridos al Programa son Argentina, Bolivia, Brasil, Colombia, Costa Rica, Cuba, Chile, Ecuador, El Salvador, España, Guatemala, Honduras, Italia, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, Portugal, República Dominicana, Uruguay y Venezuela.

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 Aporte realizado / Ayudas recibidas). Las celdas vacías (en blanco) corresponden a ejercicios en los que un determinado país no ha realizado aporte al Fondo o está pendiente de realizarlo a día de hoy.



El gráfico anterior permite observar las tendencias de cambio que han dado entre los países con cinematografías más consolidadas, donde por regla general suelen pasar de ser receptores a ser donantes hasta la interrupción provocada por la pandemia de Covid-19. Este es el caso de Argentina (2014-2020), Brasil (2005-2020), Chile (2016-2020), México (2006-2020), Portugal (a partir de 2009) y Venezuela (2012-2015). El perfil altamente donante de Nicaragua resulta atípico y se debe a que este país no ha presentado proyectos por sexto año consecutivo; en una situación similar se encontró El Salvador en el 2020, si bien desde entonces esta tendencia se ha corregido favorablemente. La escasez de proyectos es la responsable de que Paraguay tenga un perfil donante en el bienio 2022-2023.

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) y República Dominicana (2011 y 2024). Casos como los de Brasil, Argentina, España, Italia y Portugal, son ejemplos de países 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 contabilizamos las ayudas otorgadas a los coproductores mayoritarios (en el caso de Coproducción), puesto que no se contabiliza la ayuda a los coproductores minoritarios, de manera que bajo este reparto subyace otro beneficio que redundará en todos los países que participan en el Programa.

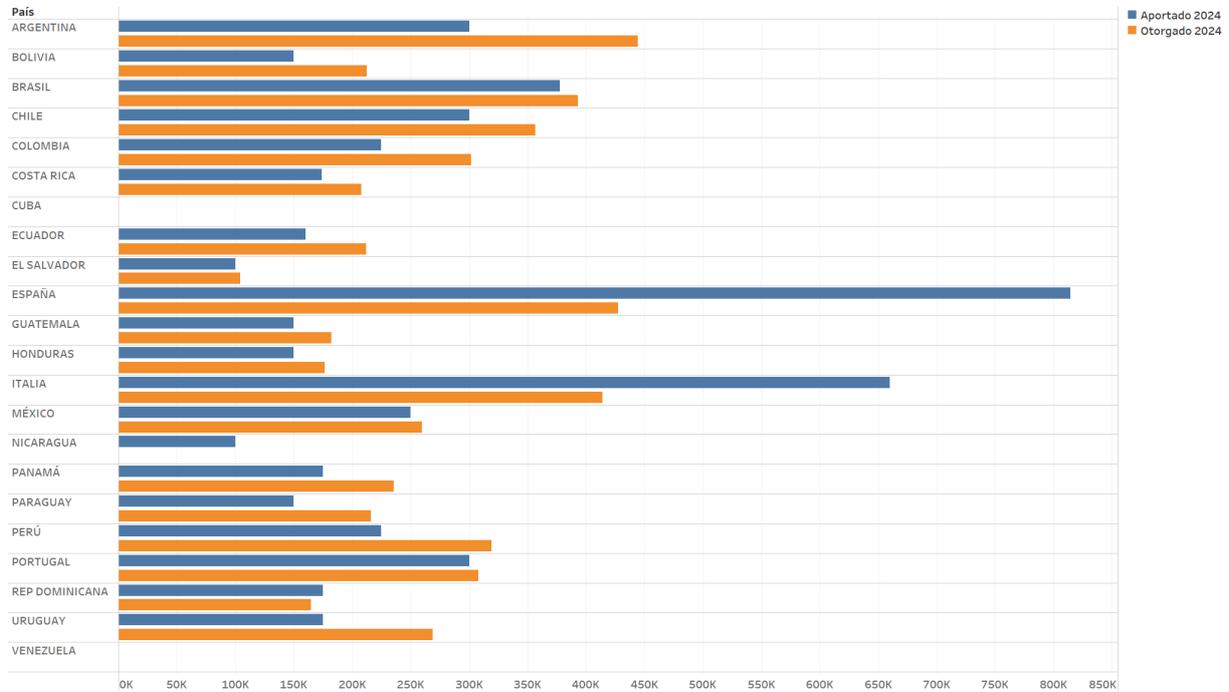
En el año 2024, observamos un total de cuatro países contribuidores (entre paréntesis se indica el porcentaje del total del aporte ejecutado), que se pueden dividir en dos tipos. Un primer grupo conformado por países con cinematografías más consolidadas: España (52 %) e Italia (63 %). Y un segundo grupo conformado por países que tradicionalmente deberían ser receptores de fondos: Nicaragua (0 %) y República Dominicana (94 %).

En el caso de países receptores, observamos un total de dieciséis países: Uruguay (154 %), Argentina (148 %), Paraguay (144 %), Bolivia (142 %), Perú (142 %), Panamá (135 %), Colombia (134 %), Ecuador (133 %), Guatemala (121 %), Costa Rica (120 %), Chile (119 %), Honduras (118 %), Brasil (104 %), El Salvador (104 %), México (104 %) y Portugal (103 %)

Cuba y Venezuela no participaron en el reparto al no tener un aporte comprometido en 2024.

### Ejercicio 2024: Aportes realizados y ayudas otorgadas

El siguiente gráfico muestra el **aporte realizado por cada país** y la **ayuda otorgada** durante el ejercicio 2024 (USD). Nos permite determinar la condición de donante o receptor durante la pasada Convocatoria y también en qué proporción varían las cifras de aporte respecto a la ayuda finalmente otorgada a cada país.



País	Aportado 2024	Otorgado 2024
ARGENTINA	300.000	444.212
BOLIVIA	150.000	212.352
BRASIL	377.530	393.175
CHILE	300.000	356.856
COLOMBIA	225.000	301.538
COSTA RICA	173.954	208.010
CUBA	0	0
ECUADOR	160.000	211.873
EL SALVADOR	100.000	104.000
ESPAÑA	814.300	427.461
GUATEMALA	150.000	182.127
HONDURAS	150.000	176.340
ITALIA	660.000	414.393
MÉXICO	250.000	259.649
NICARAGUA	100.000	0
PANAMÁ	175.000	235.675
PARAGUAY	150.000	215.954
PERÚ	225.000	319.056
PORTUGAL	300.000	307.878
REP DOMINICANA	175.000	164.728
URUGUAY	175.000	269.019
VENEZUELA	0	0

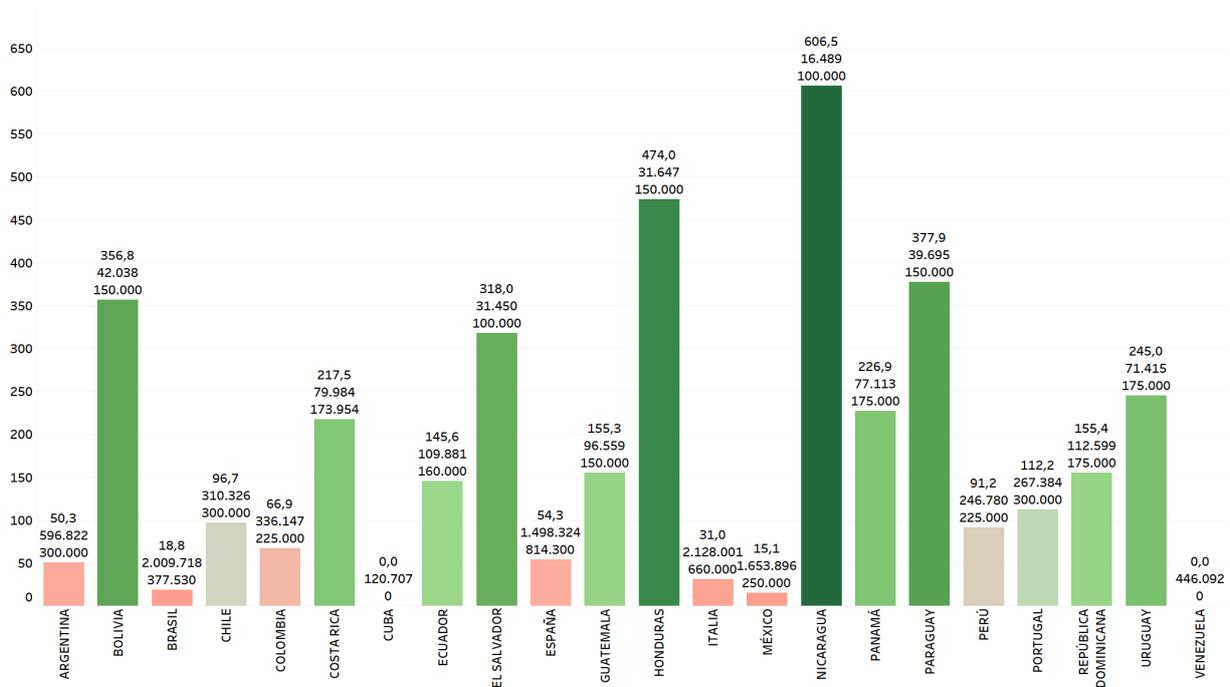
## Ejercicio 2024: Relación Aportes/PIB

El siguiente cuadro comparativo muestra la *ratio* del aporte realizado al Programa IBERMEDIA por parte de cada país, dividido por su PIB (en millones de dólares), según datos del Fondo Monetario Internacional, correspondiente al ejercicio 2023.

Esta referencia nos permite contextualizar lo que supone para cada país realizar su aporte al Fondo en función de sus posibilidades. Al igual que ha sucedido en ejercicios anteriores destacan claramente los esfuerzos que proporcionalmente realizan Nicaragua, seguida de Honduras, Bolivia, Paraguay, El Salvador, Uruguay, Panamá y Costa Rica.

Las cifras indicadas en la parte superior de cada columna corresponden a:

Ratio Aporte 2023 (en USD) / PIB 2023 x 10<sup>6</sup> (en millones de USD) - Rojo por debajo de 100;  
verde por encima de 100  
PIB 2023 (en millones de USD)  
Aporte 2024 (en USD)



Los países con PIB más elevados, especialmente México, Brasil, Argentina, España y Colombia, 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 sólido por parte de todos los estados miembros del Programa y suponen un gran esfuerzo para todos ellos.

Como en años anteriores, el hecho de que haya una diferencia tan grande entre los dos casos más extremos, Nicaragua y México, arroja una perspectiva esclarecedora sobre la heterogeneidad de la región Iberoamericana, donde las asimetrías entre países no son un obstáculo para encontrarse en el interés común que supone IBERMEDIA como programa de Cooperación Internacional para la construcción de un espacio audiovisual Iberoamericano.

## Evaluación de proyectos

### Descripción general

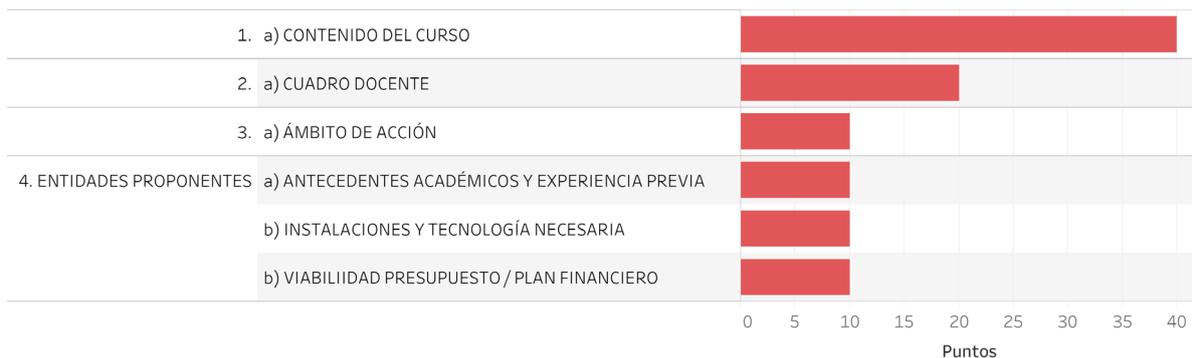
Todos los proyectos **preseleccionados** por la Unidad Técnica de IBERMEDIA (UTI) son posteriormente evaluados por un Comité de analistas externos (14):

- FORMACIÓN: Tres analistas.
- CODESARROLLO DE LARGOMETRAJES: Tres analistas.
- CODESARROLLO DE SERIES: Tres analistas.
- COPRODUCCIÓN: Cinco analistas.

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 dos analistas de la convocatoria de FORMACIÓN: Isona Admetlla (España) y Alejandro Machacuay (Perú), han formulado sus evaluaciones en base a los siguientes criterios para la puntuación:



La escala de puntos para los proyectos de FORMACIÓN es de 0-100.

Se aprobaron 31 proyectos, 5 más que el ejercicio anterior y 10 más que en 2022, lo que confirma una vez más la tendencia de crecimiento en cuanto a cantidad de ayudas otorgadas a esta modalidad. Dentro de los 31 proyectos seleccionados se incluye el apoyo a aquellos proyectos que no tienen vínculo específico con ningún país: la Escuela Internacional de Cine y Televisión (EICTV), el Curso de Desarrollo de Proyectos Audiovisuales Iberoamericanos (CDPAI) y Cine en Construcción/WIP LATAM del Festival Internacional de Cine de San Sebastián.

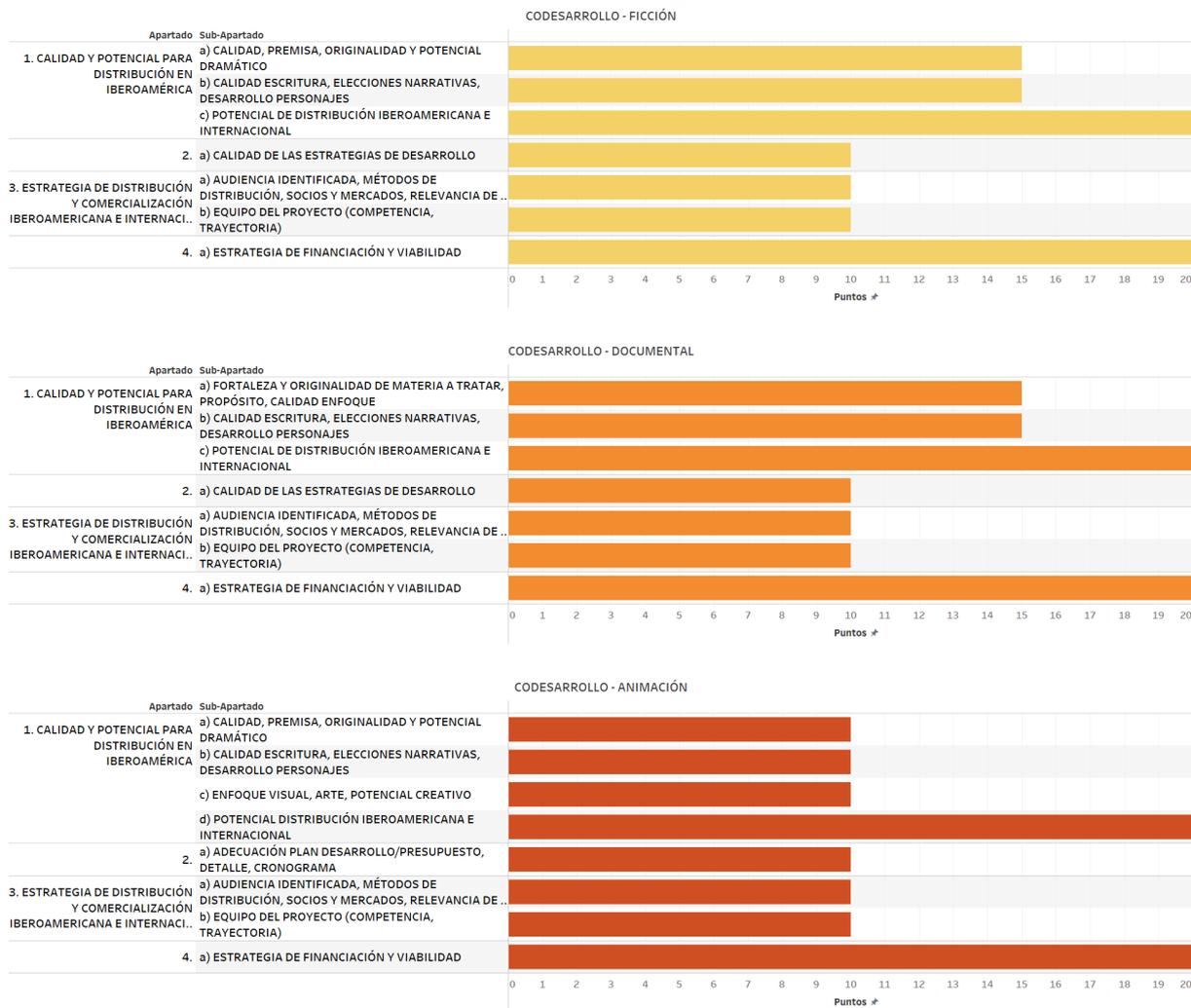
Adicionalmente, el Programa IBERMEDIA por decisión del Consejo Intergubernamental, continuó con talleres para mejorar la presentación de proyectos por parte de los productores de la región Centroamericana, con la celebración del VIII Taller de Desarrollo de Proyectos Cinematográficos de Centroamérica y Caribe (TDPCCC), en La Habana, en el marco del XXIV Festival Internacional del Nuevo Cine Latinoamericano de Cuba. Así mismo, contribuyó a la financiación del II Laboratorio de Desarrollo de proyectos cinematográficos para cineastas indígenas y afrodescendientes, celebrado en el marco del XXII Festival Internacional de Cine de Morelia.

En 2024, el importe destinado a esta modalidad ha sido de 1.2936.987 USD, el 23 % del Fondo disponible, frente al 18 % del ejercicio anterior, lo que constata la tendencia alcista de esta modalidad

en el histórico del reparto. En total, fueron desestimados 18 proyectos (7 más que el año anterior), lo que arroja tasa de selección del 70 %, porcentaje idéntico al de 2023. Un año más, se sitúa como la tasa de selección más alta de todas las modalidades, seguida por CODESARROLLO DE LARGOMETRAJES y CODESARROLLO DE SERIES.

### Codesarrollo de Largometrajes

Los analistas seleccionados han sido: Marcelo Martinesi (Paraguay), Francisco Morales (El Salvador) y Alejandra Trelles (Uruguay). Para analizar los proyectos de CODESARROLLO DE LARGOMETRAJES se han perfilado criterios de evaluación con ligeros matices, dependiendo del tipo de proyecto (Ficción, Documental o Animación), según las notaciones que se indican a continuación:



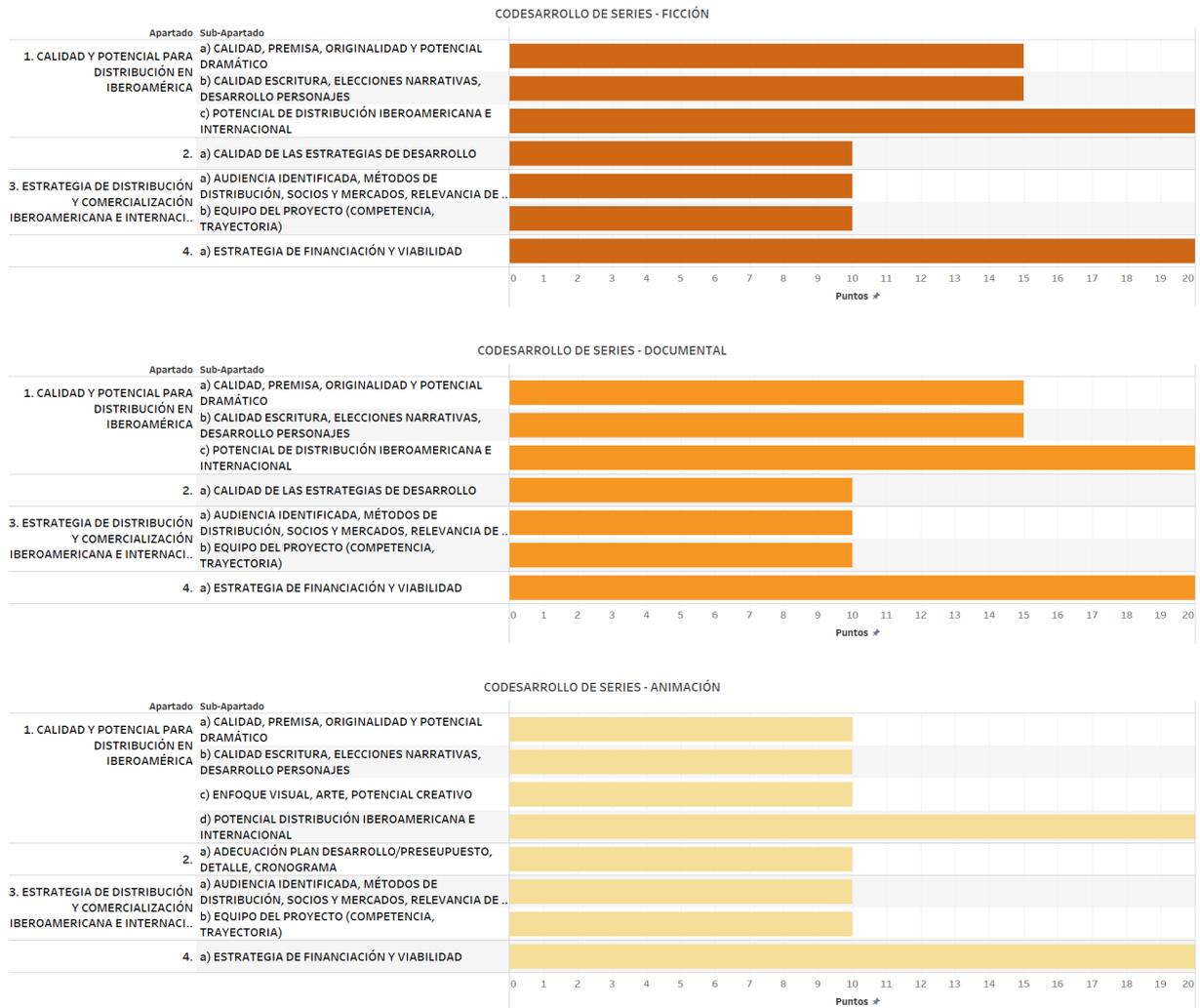
La escala de puntos para los proyectos de CODESARROLLO DE LARGOMETRAJES es de 0-100.

En esta modalidad fueron aprobados 34 proyectos (4 más con respecto a 2023) y fueron desestimados 35 (5 más que en 2023), lo que arroja una tasa de selección del 50 %, un 4 % menos que la del ejercicio 2023. Esta tasa de selección es similar a la de CODESARROLLO DE SERIES.

En 2024 el importe destinado a esta modalidad ha sido de 442.969 USD, un 7 % del total del Fondo disponible, un porcentaje idéntico al del año anterior.

## Codesarrollo de Series

El grupo de analistas seleccionados para esta modalidad está compuesto por Laura Riolfi (Brasil), Sandra Téllez (Colombia) y Leticia Tonos (República Dominicana). Para analizar los proyectos, al igual que en el caso de la modalidad anterior, se distingue entre Ficción, Documental y Animación:



La escala de puntos para los proyectos de CODESARROLLO DE SERIES es de 0-100.

En esta modalidad fueron aprobados 9 proyectos (uno menos que el año anterior) y se desestimaron 9 (frente a los 7 del 2023), lo que arroja una tasa de selección del 50 %, un 8 % menos que el año anterior.

En 2024, el importe destinado a esta modalidad ha sido de 194.941 USD, un 4 %, un porcentaje similar al del año anterior.

## Coproducción

Como en los casos anteriores, mostraremos a continuación los criterios de valoración indicados a los analistas: por un lado, para proyectos de Ficción y Animación y por otro específicamente para Documental. En 2024, los analistas de COPRODUCCIÓN fueron: Ana Belén Asfura (Chile), Nicolás Celis (México), Flavio García Garrocha (Brasil), Inés Peñaricano (Uruguay) y Clare Weiskopf (Colombia).



En COPRODUCCIÓN la escala para proyectos de Ficción y Animación es de 0-100 puntos, mientras que en el caso de Documental es de 0-110 puntos. 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 durante la reunión del Consejo Intergubernamental.

En esta modalidad fueron aprobados 49 proyectos (5 menos que en 2023) y fueron desestimados 67 (frente a los 65 del año anterior), lo que arroja una tasa de selección del 42 %, tres puntos por debajo con respecto a 2023. Esta es la menor tasa de selección de todas las modalidades. Cuba, Nicaragua y Venezuela, fueron los países que no concurren con ninguna candidatura como país mayoritario.

En 2024, el importe destinado a esta modalidad ha sido de 3.684.899 USD, un 4 % más que el año anterior (3.529.930 USD). En este monto están incluidos los 91.106 USD de la ayuda a la distribución, destinada a los países del Grupo III de la CAACI (un 1,6 % del del Fondo disponible).

## Ayudas otorgadas

### Metodología para la asignación de las ayudas

#### Configuración del Fondo 2024

La Convocatoria permaneció abierta a postulaciones desde el 19 de enero hasta el 25 de marzo de 2024. 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 enviados a los analistas para su valoración individual y posteriormente 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 cada una de las ayudas, durante la XXXIV Reunión Ordinaria del Consejo Intergubernamental, celebrada en la ciudad colombiana de Bogotá, los días 11 y 12 de octubre.

Para configurar el Fondo financiero, la Unidad Técnica indica los aportes comprometidos por todos los países y se procede a la confirmación del estado de pago por parte de cada autoridad. Igualmente, se computan los intereses generados por las cuentas del Programa durante el último ejercicio; así como los reembolsos y las renunciaciones, incidencias y penalizaciones de aquellos proyectos que hubieran presentado incidencias y cualquier otro activo disponible. Posteriormente, se deducen los gastos contemplados para analistas y jurados del presente ejercicio y para el presupuesto de funcionamiento del Programa y de la Unidad Técnica de 2025. El resultante acaba siendo el Fondo a repartir, que en 2024 fue de 5.619.727 USD, un 10 % superior al de 2023 (5.158.769 USD).

Posteriormente, se procede a establecer -como referencia- los porcentajes atribuidos a cada una de las cuatro modalidades en vista de las ayudas solicitadas en cada una de estas áreas. Así, se estableció como referencia un 17 % para FORMACIÓN (955.353 USD), un 5 % para CODESARROLLO DE LARGOMETRAJES (280.986 USD), un 4 % para CODESARROLLO DE SERIES (224.789 USD) y un 74 % para COPRODUCCIÓN (4.158.597 USD).

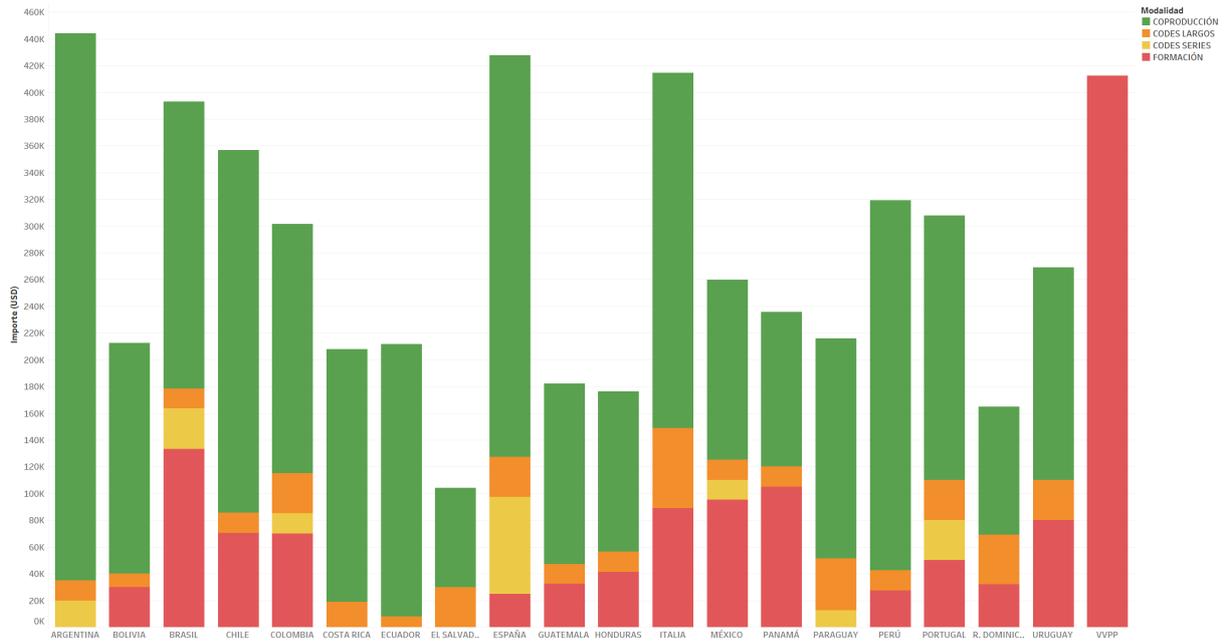
Al no contar con proyectos presentados, Nicaragua no participó en el reparto. Cuba y Venezuela tampoco participaron al no tener un aporte comprometido en 2024.

Como en años anteriores incluimos 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, aquellos proyectos que cuentan con ayuda previa de IBERMEDIA en la modalidad de CODESARROLLO DE LARGOMETRAJES. Dichos indicadores permiten monitorizar y refinar las ayudas otorgadas en relación a las cuestiones expuestas.

Como se aprecia en el gráfico de la página siguiente, las ayudas destinadas a COPRODUCCIÓN son las más cuantiosas en cada país. Destacan en este apartado los importes otorgados por Argentina, España, Perú, Chile, Italia y Brasil.

Como en años anteriores, en el caso de FORMACIÓN el bloque de ayudas más cuantioso está asignado a VVPP, "varios países", cuyos beneficiarios proceden de la gran mayoría de países miembros, motivo por el que no se asignan a ningún país específico y no compiten con el resto de proyectos presentados a la modalidad. Los países que este año han dedicado una mayor cantidad de recursos a esta modalidad son Brasil, Panamá, México, Italia y Uruguay.

Las ayudas otorgadas en las modalidades de CODESARROLLO se mantienen relativamente heterogéneas ya que dependen de las circunstancias y necesidades específicas de cada uno de los países. En CODESARROLLO DE LARGOMETRAJES, destacan las elevadas inversiones de Italia y República Dominicana. En CODESARROLLO DE SERIES destacan los importes otorgados por España, Brasil y Portugal.



El reparto final, tras los ajustes definitivos de cada país, se reparte del siguiente modo: FORMACIÓN (23 %), CODESARROLLO DE LARGOMETRAJES (8 %), CODESARROLLO DE SERIES (3 %) y COPRODUCCIÓN (66 %):

FONDO A REPARTIR	5.151.769	386.664	243.771	3.486.106	85.752	919.404	5.121.697
EJECUTADO	5.121.697	TOTAL CODESARR.	TOTAL CODES. SERIES	TOTAL COPRODUCCIÓN	TOTAL DISTRIBUCIÓN	TOTAL FORMACIÓN	TOTAL ASIGNADO
POR EJECUTAR	30.072	7,51%	4,73%	67,67%	1,66%	17,85%	99,42%

Las autoridades confirmaron a la Unidad Técnica la asignación de sus respectivas ayudas, siendo repartidos 5.616.796 USD de los 5.619.727 USD previstos. Es decir, que se repartió el Fondo prácticamente en su totalidad (99,65 %), quedando un remanente por ejecutar de 2.031 USD (un 0,05%) que pasa al Fondo 2025.

### 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 gráfico que presentamos a continuación establece la cifra en USD y de proyectos según el tipo de obra (Ficción, Documental, Animación) que fueron **preseleccionados** por la Unidad Técnica y los que finalmente fueron **seleccionados** por parte del Consejo Intergubernamental.



En el caso de CODESARROLLO DE LARGOMETRAJES, el número de proyectos de Ficción preseleccionados asciende diez puntos con respecto al anterior ejercicio, alcanzando el 78 %, cifra que iguala la conseguida en 2022. El porcentaje de proyectos Documentales preseleccionados desciende con respecto al año anterior, mientras que los proyectos de Animación preseleccionados aumentan por tercer año consecutivo.

En CODESARROLLO DE SERIES el porcentaje de los proyectos de Ficción continúa al alza, en detrimento de los Documentales, que por primera vez desde que existe esta modalidad no cuentan con ningún proyecto preseleccionado en esta edición del reparto. La preselección de proyectos de Animación crece con respecto a 2023 y pasa del 6 % al 21%.

En cuanto a COPRODUCCIÓN, el número de proyectos preseleccionados de Ficción sigue siendo ampliamente mayoritario con un 85 %, cifra similar a la obtenida en las dos convocatorias anteriores. Tanto el Documental como la Animación cuentan con un mayor número de proyectos preseleccionados con respecto a 2023.

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 porcentajes respecto al Fondo total. Esta disposición nos permitirá evaluar la relación y proporción de un determinado tipo de obra con el resto.



Ficción-Documental-Animación: Porcentaje de ayuda otorgada sobre la solicitada



## Perspectiva de género

### Resultados

Impulsar la participación activa 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, 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 cinco 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 concurrido a lo largo de nuestras convocatorias y poner en marcha herramientas que permitan incrementar su presencia, como veremos más adelante.

En 2019 se implementó por primera vez una práctica de indicadores cualitativos de todos los proyectos participantes: así junto a las puntuaciones elaboradas por los analistas externos, contemplamos otros aspectos como el uso de lenguas originarias. En este sentido, la perspectiva de género ha ocupado un lugar destacado 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 roles profesionales, como el guion, la dirección y la producción, permitiendo monitorizar las decisiones que adopta paulatinamente el Consejo Intergubernamental.

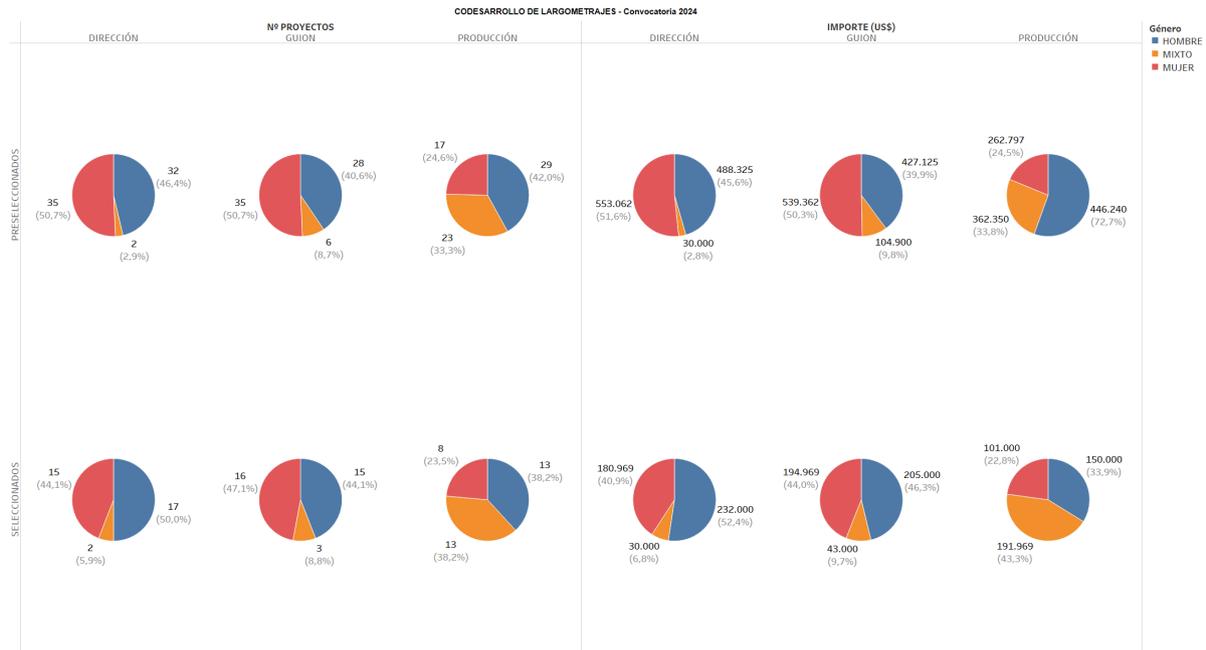
A pesar de ello, los proyectos seleccionados que cuentan con mujeres en el desempeño de estas funciones siguen siendo aún minoritarios en comparación con los proyectos liderados por hombres, lo que una vez más nos lleva a concluir que todavía tenemos un amplio margen de mejora para abordar este reto fundamental en próximas convocatorias.

En los gráficos que mostramos a continuación, presentamos dos filas correspondientes a **Proyectos preseleccionados** (solicitudes aprobadas por la Unidad Técnica conforme al cumplimiento de bases para poder ser evaluados) y a **Proyectos seleccionados** (aquellos proyectos que finalmente resultaron seleccionados por el Consejo Intergubernamental obteniendo ayuda por parte del Programa).

A su vez, la mitad izquierda del diagrama muestra los datos de número de proyectos, mientras que la mitad derecha muestra los importes de ayudas en USD (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: CODESARROLLO DE LARGOMETRAJES, CODESARROLLO DE SERIES y COPRODUCCIÓN, respectivamente, seguida de una reseña analítica sobre los datos representados.

Para un análisis más exhaustivo y detallado de estos datos, consultar el Anexo III. Datos desagregados Convocatoria 2024, que se encuentra en las últimas páginas de este reporte.

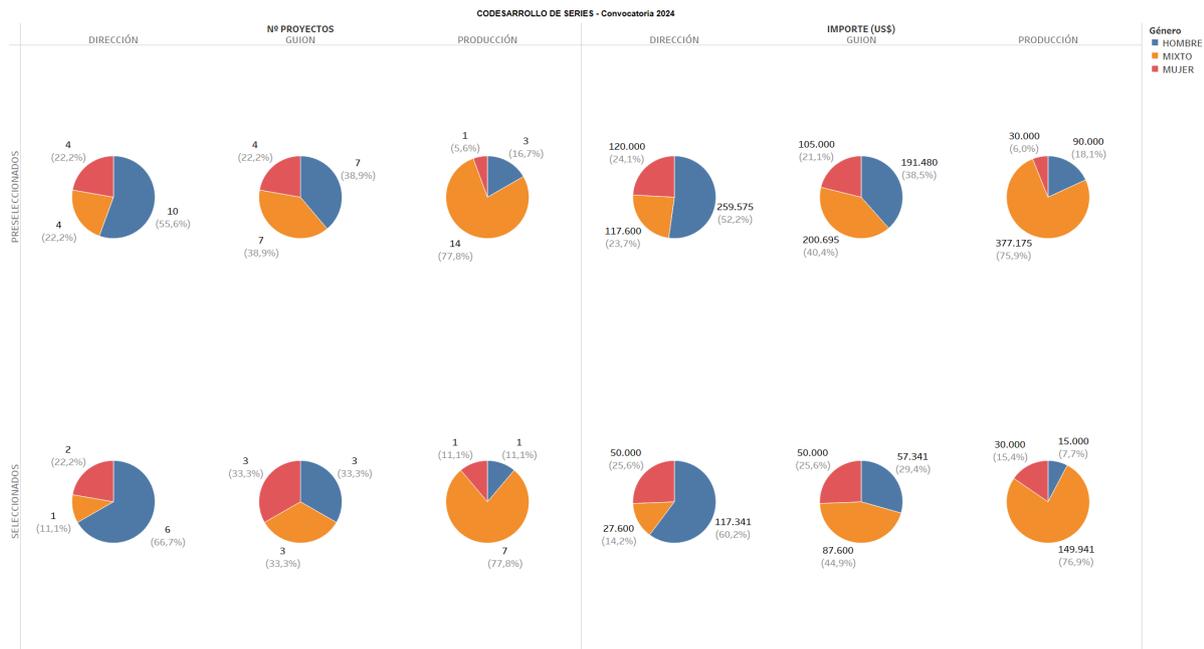


Las ayudas a CODESARROLLO DE LARGOMETRAJES supusieron el 7 % del Fondo de ayudas de 2024, con un importe de 442.969 USD. En esta modalidad, en la que es obligatorio que participen al menos dos países miembros del Programa (salvo en los casos de El Salvador, Honduras y Nicaragua), podemos constatar una mejora significativa con respecto al año anterior. Tal y como se pudo constatar en la anterior edición, la participación de profesionales mujeres en esta modalidad continúa con una tendencia al alza, consiguiendo uno de los mejores resultados desde que tomamos registro de indicadores. Esta tendencia previsiblemente tendrá efectos positivos en la modalidad de Coproducción en las próximas ediciones del reparto. Podemos constatar los siguientes datos a partir del cuadro de la página anterior:

- El porcentaje de **proyectos preseleccionados cuya dirección está a cargo de mujeres** mejora con respecto a las dos anteriores ediciones y se sitúa en el 51 %. Si bien, el porcentaje de proyectos seleccionados desciende y se sitúa en 43 %, una cifra similar a la de 2023, pero superior al 32 % de 2022. El importe de las ayudas solicitadas por los proyectos preseleccionados mejora los resultados de anteriores ediciones, situándose en el 51 % de total presentado a la modalidad, frente al 42 % y 37 %, de 2023 y 2022. Al igual que sucede en el caso anterior el porcentaje de recursos finalmente asignado desciende al 41 %, mejorando significativamente con respecto a 2023, edición en la que el 80% de los recursos fueron destinados a proyectos dirigidos por hombres. En 2024, se destinaron un 52 % de recursos a proyectos dirigidos por hombres y un 7 % a proyectos con dirección mixta.
- En lo que a **proyectos guionizados por mujeres** se refiere, los resultados también mejoran con respecto a las dos ediciones anteriores, con un total de 35 proyectos preseleccionados (51 %), de los que finalmente resultaron seleccionados 16 (48 %), frente a los 15 de proyectos guionizados por hombres (44 %). Tres de los proyectos seleccionados contaron con un equipo mixto de guionistas (9 %). A diferencia de la categoría de dirección, en este caso sí que se mantienen los porcentajes de los proyectos que son preseleccionados y finalmente son seleccionados. Igual que sucede en la categoría de dirección, esta proporción no se da en los importes de los proyectos que finalmente resultaron seleccionados: un 80% de los recursos han sido destinados a proyectos dirigidos por hombres, frente al 20% de los recursos destinados a proyectos dirigidos por mujeres.

· En lo que a **proyectos cuya producción está a cargo de mujeres** las cifras son similares las de 2023 y 2022, con un 25 % de proyectos preseleccionados en esta categoría (17), proporción que prácticamente se mantiene con respecto a los proyectos que finalmente resultaron seleccionados en esta modalidad, 7 (24%). La asignación final de recursos respeta esta proporción, por lo que nos encontramos con un 24 % de proyectos producidos por mujeres, frente a un 38 % de producciones ejecutadas por hombres.

· Los **proyectos cuya producción es mixta**, abarcan el restante 38 % del total de los recursos destinados a los proyectos seleccionados en esta categoría, una cifra que mejora los resultados de las anteriores ediciones: 22 % y 8 %, respectivamente.



El importe de las 9 ayudas otorgadas a CODESARROLLO DE SERIES supuso un total de 194.941 USD y alcanzó el 7 % del Fondo disponible. En esta modalidad, en la que es obligatorio que participen al menos dos países miembros del Programa (salvo en los casos de El Salvador, Honduras y Nicaragua), constatamos una mejoría en cuanto al volumen de ayudas otorgadas destinadas a proyectos liderados por mujeres, mejorando las cifras de las dos ediciones anteriores, tal y como podemos constatar a partir de los datos del cuadro de la página anterior:

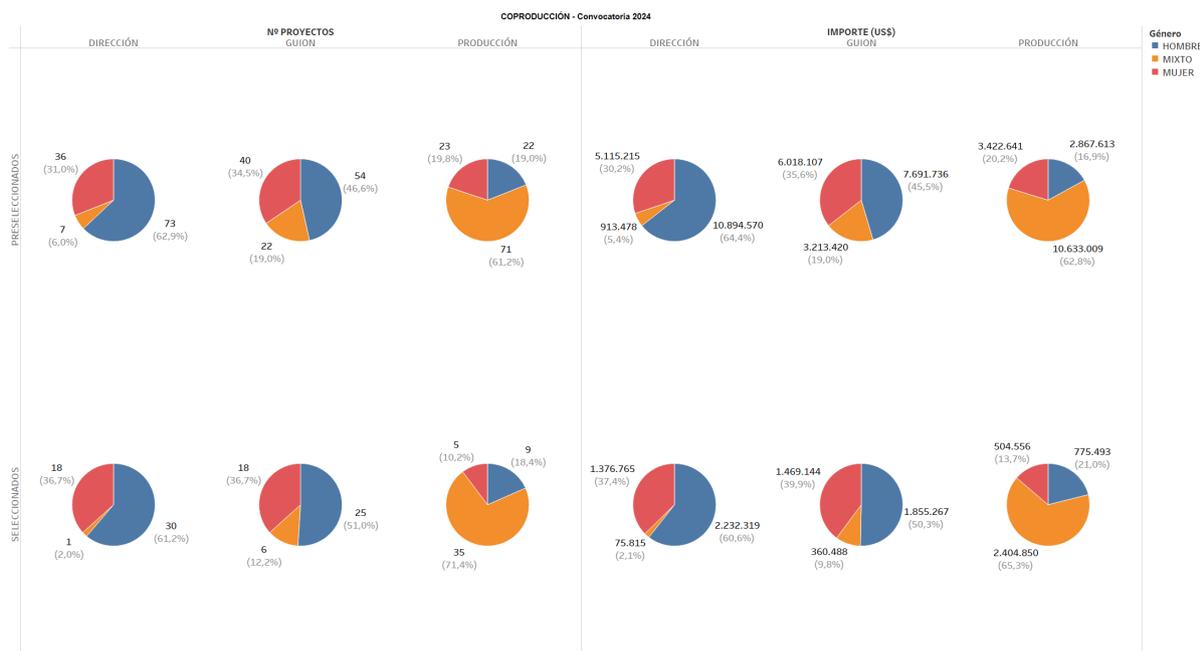
· El porcentaje de **proyectos preseleccionados cuya dirección está a cargo de mujeres**, es claramente minoritario y desciende con respecto al año anterior, pasando 29 % al 22 %. Únicamente dos proyectos resultaron finalmente seleccionados, frente a los 6 proyectos que contaron con un hombre en la jefatura de dirección. En cuanto a la cantidad de las ayudas solicitadas y otorgadas, las proporciones son similares a las que se acaban de presentar. En 2024, los proyectos preseleccionados dirigidos por mujeres representaron un 24 % de las ayudas solicitadas a esta modalidad, una cifra inferior a la de 2023 (28 %). El volumen de recursos finalmente otorgados a películas dirigidas por mujeres fue del 26 %, mientras que el 60 % de los recursos fueron destinados a producciones dirigidas por hombres, una cifra similar a la del año anterior, edición en la que se produjo una mejoría significativa con respecto a los resultados de 2022 (89 %) y 2021 (92 %). Tal y como sucedió en la anterior edición, aumentan las ayudas otorgadas a proyectos con dirección mixta, un 14 % del total otorgado en esta modalidad.

· En la categoría de **proyectos guionizados por mujeres** el porcentaje de proyectos preseleccionados aumenta con respecto a 2023, pasando del 18 % al 22 %, aunque los resultados si sitúan lejos

de los obtenidos en 2022, año en el que se dio la paridad entre los géneros. El resultado mejora si tenemos en cuenta el porcentaje de proyectos que finalmente fueron seleccionados: un 33,3 % de proyectos guionizados por mujeres, frente a un 33,3% de proyectos guionizados exclusivamente por hombres; siendo 33,3 % el porcentaje de proyectos guionizados por un equipo compuesto por al menos una mujer y un hombre. Esta categoría de guionización mixta es la que acapara la mayor cantidad de ayudas otorgadas en esta modalidad, un 45 %, frente al 29 % de recursos para películas guionizadas por hombre y un 26 % de recursos asignados a producciones guionizadas exclusivamente por mujeres. Esta asignación de los recursos mejora notablemente los resultados de anteriores ediciones cuando las producciones guionizadas por hombres acapararon un 53 % (2023) y 84 % (2022).

- En la categoría de **proyectos cuya producción está a cargo de mujeres**, tan solo se preseleccionó un proyecto, un 6 % del total. Este proyecto fue preseleccionado y, al ser de animación, acaparó un 15 % del total de los recursos asignados en esta modalidad. En el caso de los proyectos liderados por hombres, contó con 3 proyectos preseleccionados, de los cuáles, fue seleccionado uno que acaparó el 8 % de los recursos asignados en esta modalidad.

- Los **proyectos cuya producción es mixta**, es la categoría que cuenta con un avance más significativo, puesto que con 14 proyectos preseleccionados (78 %), obtiene 7 proyectos que fueron seleccionados, lo que significa un 77 % del total de los recursos que fueron asignados en esta modalidad, frente al 10% del año anterior. Se recupera así una tendencia que se venía dando desde 2021, en la que la opción de producción mixta era la mayoritaria en esta modalidad.



**COPRODUCCIÓN.** Durante la XXIX Reunión Ordinaria del Consejo Intergubernamental, se aprobó una medida específica para la modalidad de COPRODUCCIÓN consistente en fomentar proyectos que cuenten con la participación de mujeres, otorgando automáticamente puntos adicionales sobre las valoraciones de los analistas. Esta medida fue publicada en las bases de la Convocatoria y entró en vigor por primera vez en 2021, en los siguientes términos:

- 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, Mezcla de sonido, Dirección de producción, Supervisión de efectos especiales físicos y Supervisión de efectos especiales visuales.

**ANIMACIÓN:** Composición musical, Diseño de personajes, Supervisión de Storyboard, Supervisión de Layout, Supervisión de composición, Supervisión de efectos especiales visuales, Dirección de fotografía/Iluminación, Edición, Montaje de Sonido, Mezcla de Sonido, Supervisión de Pipeline.

Del total de 116 proyectos preseleccionados en la modalidad de COPRODUCCIÓN, 33 proyectos recibieron el punto adicional para películas dirigidas completamente por una (o varias) mujeres, un 28 % del total. 57 proyectos recibieron el punto adicional otorgado a películas guionizadas por, al menos, un 50% de mujer(es), un 49 %, El punto adicional por contener al menos el 40% de las jefaturas técnicas a cargo de mujer(es), fue otorgado a 77 proyectos, un 66 % del total de proyectos preseleccionados en esta modalidad.

COPRODUCCIÓN es la modalidad que mayor porcentaje del Fondo abarca, un 66 % del total, lo que supone un importe de 3.684.899 USD para los 49 proyectos seleccionados. En esta modalidad podemos constatar, a partir de los datos del cuadro de la página anterior, una ligera mejoría con respecto a la edición de 2023, sobre todo en la categoría de guion y un retroceso en la categoría de producción:

- El porcentaje de **proyectos preseleccionados cuya dirección está a cargo de mujeres** desciende con respecto al del año anterior: 31 % frente a 28 %, situándose en cifras similares a las de 2022. Esta proporción se amplía ligeramente en cuanto a proyectos que fueron finalmente apoyados por el Consejo Intergubernamental: un total de 18 proyectos (37 %), frente a los 30 proyectos (61 %) dirigidos por hombres. Como en el caso de convocatorias anteriores, los proyectos preseleccionados cuya dirección es mixta, apenas tienen representatividad, un 6 %. Como sucedió en 2023 tan solo uno de los siete proyectos con dirección mixta fue seleccionado por el Intergubernamental, lo que representa un 2 % del total de proyectos seleccionados. El volumen de ayudas solicitadas por los proyectos preseleccionados con dirección a cargo de mujeres, fue de 5.115.215 USD (un 30 % del total), igualando y superando los resultados de anteriores ediciones. Esta proporción aumenta ligeramente en el importe destinado a los proyectos que finalmente fueron seleccionados: 1.376.765 USD (37 %), una cifra muy similar a la otorgada en 2023, 1.414.656 USD (20 %).
- El porcentaje de **proyectos preseleccionados guionizados por mujeres**, también se mantiene con respecto a la anterior edición, 34 % frente al 23% obtenido en 2023, si bien el porcentaje continúa siendo minoritario con respecto a los proyectos preseleccionados guionizados por hombres. Esta proporción se mantiene en los proyectos que fueron apoyados por el Consejo Intergubernamental: un total de 18 proyectos (37 %). En cuanto a ayudas solicitadas, los proyectos preseleccionados representaron un 36 %, mejorando los ligeramente los resultados de 2023. La asignación de ayudas por parte del Consejo Intergubernamental, amplió la proporción hasta el 40% %, una cifra que mejora notablemente los resultados anteriores de 2023 (17 %) y 2022 (14 %). Así, en 2024, los proyectos guionizados por mujeres coparon un 40 % de los recursos asignados a esta modalidad (1.469.144 USD), frente al 50 % de recursos que fueron asignados a proyectos guionizados exclusivamente por hombres (5.202.093 USD) y el 10 % de recursos asignados a proyectos con equipos de guionistas mixtos (360.4788 USD).
- En cuanto a los **proyectos preseleccionados producidos por mujeres** se confirma la tendencia descendente que hemos observado desde la última convocatoria. Cuenta con 20 proyectos, que representan un 20 % del total de proyectos preseleccionados. El número de proyectos seleccionados finalmente por el Intergubernamental fue de 5 (14 %), frente a los 18 seleccionados en 2023 (16 %). El importe de las ayudas solicitadas por los proyectos preseleccionados ha sido de 3.422.641 USD (20 %), frente 25 % del año anterior. Los proyectos que finalmente fueron seleccionados coparon un 14 % de los recursos (504.556 USD), frente al 17 % de 2023 (1.196.369 USD).

· Como suele ser habitual, la opción mayoritaria a nivel de producción en esta modalidad es la **mixta**. Es un hecho frecuente que en las coproducciones concurren al menos un productor hombre y al menos una productora mujer. En 2024 fueron preseleccionados un total de 63 % de proyectos con un equipo de producción mixto, siendo esta la cifra más alta desde que se otorga puntuación adicional por la participación de mujeres: 54 % (2023), 43 % (2022) y 37 % (2021). Finalmente fueron seleccionados 35 proyectos por un importe de 2.404.850 USD, un 65 % del total de recursos asignados en esta modalidad. Esta proporción también se refleja en las ayudas solicitadas por los proyectos preseleccionados con equipos de producción mixtos, un 65 % (2.404.850 USD).

### Estructura orgánica del Programa

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 2024, participando como delegados de sus respectivos países en la Reunión Ordinaria del Consejo Intergubernamental, encontramos 8 mujeres por parte de Argentina, Chile, Colombia, Guatemala, Nicaragua, Panamá, Perú y República Dominicana, entre los 22 estados miembros signatarios del acta de dicha reunión, lo que implica un porcentaje del 36 % de mujeres de mujeres frente al 64 % de hombres (un 9 % menos que el ejercicio anterior). 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 trece analistas que puntuaron los proyectos, encontramos ocho mujeres y cinco hombres, distribuidos de la siguiente forma:

- FORMACIÓN: 1 mujer, 1 hombre.
- CODESARROLLO DE LARGOMETRAJES: 2 hombres, 1 mujer.
- CODESARROLLO DE SERIES: 3 mujeres.
- COPRODUCCIÓN: 3 mujeres, 2 hombres.

La Unidad Técnica de IBERMEDIA cuenta con la participación de una mujer, Elena Vilardell, en el apartado de la Secretaria Técnica, al frente del órgano que se completa por una amplia mayoría de mujeres (4), frente a un (1) hombre.

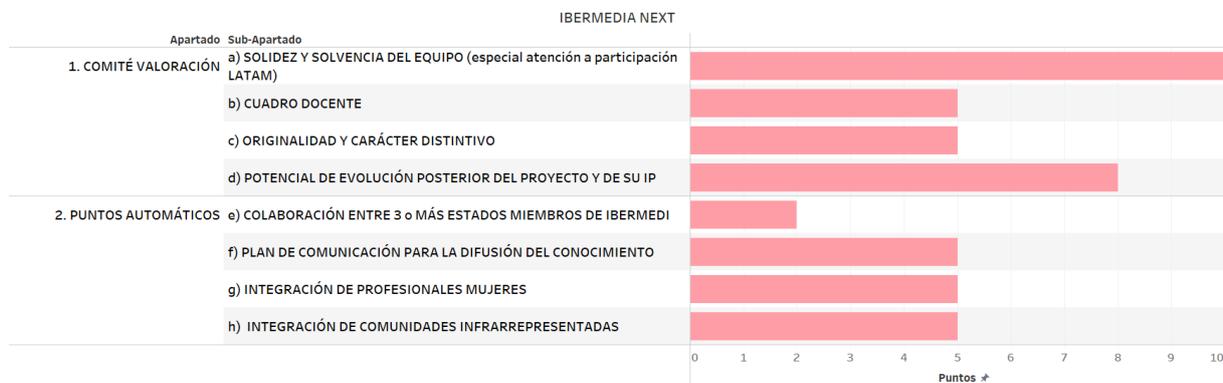
## Ibermedia Next 2024

Con el objetivo de reparar el daño económico y social provocado por la pandemia de Covid-19, la Comisión Europea propuso el 27 de mayo de 2020 un plan de recuperación para Europa basado en aprovechar el potencial del presupuesto de la UE. Así, el 21 de julio de 2020, los líderes de la UE acordaron un plan de recuperación y el marco financiero plurianual para 2021-2027, el denominado Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia. El Gobierno de España aprobó, en la sesión del Consejo de Ministros del día 27 de abril de 2021, el Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia (PRTR) de la economía española. Durante la XIX Reunión Extraordinaria del Consejo Intergubernamental del Programa IBERMEDIA, celebrada el 29 de julio de 2021, se acordó el traspaso de 3.300.000 EUR del ICAA al Programa IBERMEDIA, con el objetivo de diseñar una Convocatoria piloto de apoyo a la creación digital y la aplicación de nuevas tecnologías en la producción audiovisual Iberoamericana. Su formato definitivo, IBERMEDIA NEXT, fue aprobado durante la segunda parte de la XXXII Reunión Ordinaria del Consejo Intergubernamental, celebrada el 30 de noviembre y el 1 de diciembre de 2022, en Buenos Aires.

Durante la Reunión XXV Reunión Extraordinaria del Consejo Intergubernamental celebrada telemáticamente el 29 de mayo y tras una consulta a las autoridades, estas aprobaron un nuevo trasvase de Fondos Europeos al Programa IBERMEDIA, 6.000.000 EUR, con objeto de convocar una segunda y tercera edición de estas ayudas. La segunda convocatoria de IBERMEDIA NEXT permaneció abierta a solicitudes desde 14 de junio hasta el 29 de julio y recibió 70 proyectos.

### Evaluación de proyectos

Los cinco miembros del Comité de valoración y consultoría, escogidos por el Consejo Intergubernamental, a propuesta de La Liga de la Animación, fueron: Álvaro Ceppi (Chile), Andrés Lieban (Brasil), Daniel Martínez Lara (España), María Laura Ruggiero (Argentina) y Lourdes Villagómez (México). El Comité formuló sus evaluaciones en base a los siguientes criterios para la puntuación:



La escala de puntos para los proyectos de IBERMEDIA NEXT es de 0-45, de los cuáles 28 puntos son asignados de manera individual por el Comité de Valoración y 17 son asignados por la UTI, según criterios de asignación automáticos. El puntaje final, en cualquier caso, siempre es normalizado a un rango de 0-100.

Para favorecer la integración de profesionales mujeres en roles de responsabilidad, se decidió otorgar hasta un máximo de cinco puntos en el caso de que el proyecto incorporara una directora, una guionista, una directora de arte y una directora de animación.

## Metodología para la asignación de las ayudas

Todos los proyectos preseleccionados por parte de la Unidad Técnica (aquellos que cumplen con los requisitos estipulados en las bases de la convocatoria), son enviados al Comité de valoración para su evaluación individual; la UTI evalúa el apartado correspondiente a los puntos automáticos. Posteriormente los proyectos son remitidos a las autoridades cinematográficas de todos los países miembros de IBERMEDIA.

A diferencia de las ayudas de la convocatoria general de IBERMEDIA, en este caso no hay reparto. Las autoridades refrendaron el fallo del Comité de valoración que escogió los 14 proyectos mejor valorados, durante la primera parte de la XXXIV Reunión Ordinaria del Consejo Intergubernamental, celebrada en Bogotá, el 11 y el 12 de octubre.

En total, fueron seleccionados 14 proyectos con un importe de 2.050.600 EUR en ayudas directas y ayudas indirectas. Estos proyectos suponen la colaboración directa de 9 de los 22 países miembros del Programa IBERMEDIA: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, España, México, Perú, Portugal y Uruguay.

Al margen de la ayuda económica directa a todos los proyectos seleccionados les corresponde un itinerario formativo avanzado, así como asesorías y consultorías personalizadas. Del mismo modo, los responsables del proyecto se beneficiarán de las acciones de *networking*, consultoría, comunicación y promoción de IBERMEDIA NEXT. Además, podrán participar en acciones promocionales dentro de los eventos adheridos a La Liga de la Animación Iberoamericana y otros eventos del sector. Estas acciones tienen un valor de 30.000 EUR + IVA por proyecto (508.200 EUR). De modo que el total de ayudas otorgadas en la convocatoria IBERMEDIA NEXT asciende a 2.558.800 EUR.

## Datos desagregados Convocatoria 2024

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 guion, 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 CODESARROLLO.

Los datos desagregados permiten igualmente comparar los porcentajes de ayudas preseleccionadas en cada una de las modalidades y su relación con el resto del Fondo.

Codesarrollo de Largometrajes					Proyectos				Importe			Puntaje		
									Sobre Seleccion.	Sobre Preseleccion.	Sobre Seleccion.	Sobre Preseleccion.	Sobre Seleccion.	Sobre Preseleccion.
Preseleccionados	#	%	Solicitado (USD)	%	Seleccionados	#	%	%	Otorgado (USD)	%	%	Prom.	Prom.	
Total	69		1.071.387	5,27%	Total	34		49,28%	442.969		41,35%	81,25	77,96	
Documental	8	11,59%	142.950	13,34%	Documental	6	17,65%	75,00%	74.950	16,92%	52,43%	85,60	73,31	
Animación	5	7,25%	149.900	13,99%	Animación	3	8,82%	60,00%	62.000	14,00%	41,36%	87,22	84,47	
Mujer (Guionista)	35	50,72%	539.362	50,34%	Mujer (Guionista)	16	47,06%	45,71%	194.969	44,01%	36,15%	82,40	76,75	
Mixto (Coguionista)	6	8,70%	104.900	9,79%	Mixto (Coguionista)	3	8,82%	50,00%	43.000	9,71%	40,99%	86,00	79,33	
Mujer (Directora)	35	50,72%	553.062	51,62%	Mujer (Directora)	15	44,12%	42,86%	180.969	40,85%	32,72%	81,69	76,86	
Mixto (Codirección)	2	2,90%	30.000	2,80%	Mixto (Codirección)	2	5,88%	0,00%	30.000	6,77%	0,00%	0,00	0,00	
Mujer (Productora)	17	24,64%	262.797	24,53%	Mujer (Productora)	8	23,53%	47,06%	101.000	22,80%	38,43%	84,75	75,03	
Mixto (Coproducc.)	23	33,33%	362.350	33,82%	Mixto (Coproducc.)	13	38,24%	56,52%	191.969	43,34%	52,98%	82,49	78,87	
Lenguas originarias	12	17,39%	182.446	17,03%	Lenguas originarias	7	20,59%	58,33%	87.000	19,64%	47,69%	81,10	76,57	

Codesarrollo de Series					Proyectos				Importe			Puntaje		
									Sobre Seleccion.	Sobre Preseleccion.	Sobre Seleccion.	Sobre Preseleccion.	Sobre Seleccion.	Sobre Preseleccion.
Preseleccionados	#	%	Solicitado (USD)	%	Seleccionados	#	%	%	Otorgado (USD)	%	%	Prom.	Prom.	
Total	18		497.175	2,45%	Total	9		50,00%	194.941		39,21%	74,68	80,63	
Documental	0	0,00%	0	0,00%	Documental	0	0,00%	#DIV/0!	0	0,00%	#DIV/0!	67,67	65,56	
Animación	3	16,67%	105.000	21,12%	Animación	1	11,11%	33,33%	15.000	7,69%	14,29%	84,33	84,33	
Mujer (Guionista)	4	22,22%	105.000	21,12%	Mujer (Guionista)	3	33,33%	75,00%	50.000	25,65%	47,62%	81,11	81,11	
Mixto (Coguionista)	7	38,89%	200.695	40,37%	Mixto (Coguionista)	3	33,33%	42,86%	87.600	44,94%	43,65%	81,06	78,08	
Mujer (Directora)	4	22,22%	120.000	24,14%	Mujer (Directora)	2	22,22%	50,00%	50.000	25,65%	41,67%	81,11	73,80	
Mixto (Codirección)	4	22,22%	117.600	23,65%	Mixto (Codirección)	1	11,11%	25,00%	27.600	14,16%	23,47%	81,17	76,52	
Mujer (Productora)	1	5,56%	30.000	6,03%	Mujer (Productora)	1	11,11%	0,00%	30.000	15,39%	0,00%	82,00	77,42	
Mixto (Coproducc.)	14	77,78%	377.175	75,86%	Mixto (Coproducc.)	7	77,78%	50,00%	149.941	76,92%	39,75%	75,83	69,67	
Lenguas originarias	1	5,56%	16.480	3,31%	Lenguas originarias	1	11,11%	100,00%	12.480	6,40%	75,73%	0,00	70,00	

Coproducción <sup>1</sup>					Proyectos				Importe <sup>1</sup>			Puntaje		
									Sobre Seleccion.	Sobre Preseleccion.	Sobre Seleccion.	Sobre Preseleccion.	Sobre Seleccion.	Sobre Preseleccion.
Preseleccionados	#	%	Solicitado (USD)	%	Seleccionados	#	%	%	Otorgado (USD)	%	%	Prom.	Prom.	
Total	116		16.923.263	83,32%	Total	49		42,24%	3.684.899		21,77%	81,90	80,05	
Documental	21	18,10%	1.921.231	11,35%	Documental	9	18,37%	42,86%	602.769	16,36%	31,37%	82,56	57,26	
Animación	2	1,72%	341.642	2,02%	Animación	2	4,08%	100,00%	201.642	5,47%	59,02%	86,99	86,99	
Mujer (Guionista)	40	34,48%	6.018.107	35,56%	Mujer (Guionista)	18	36,73%	45,00%	1.469.144	39,87%	24,41%	83,42	61,92	
Mixto (Coguionista)	22	18,97%	3.213.420	18,99%	Mixto (Coguionista)	6	12,24%	27,27%	360.488	9,78%	11,22%	86,42	55,72	
Mujer (Directora)	36	31,03%	5.115.215	30,23%	Mujer (Directora)	18	36,73%	50,00%	1.376.765	37,36%	26,92%	83,95	55,66	
Mixto (Codirectora)	7	6,03%	913.478	5,40%	Mixto (Codirectora)	1	2,04%	14,29%	75.815	2,06%	8,30%	84,07	64,26	
Mujer (Productora)	23	19,83%	3.422.641	20,22%	Mujer (Productora)	5	10,20%	21,74%	504.556	13,69%	14,74%	82,99	64,70	
Mixto (Coproducc.)	71	61,21%	10.633.009	62,83%	Mixto (Coproducc.)	35	71,43%	49,30%	2.404.850	65,26%	22,62%	81,10	58,98	
Lenguas originarias	11	9,48%	1.550.872	9,16%	Lenguas originarias	6	12,24%	54,55%	560.886	15,22%	36,17%	83,45	55,86	
Ayuda a Desarrollo	21	18,10%	2.937.705	17,36%	Ayuda a Desarrollo	13	26,53%	61,90%	1.006.137	27,30%	34,25%	83,77	70,00	

<sup>1</sup> Incluye Ayudas adicionales a la distribución

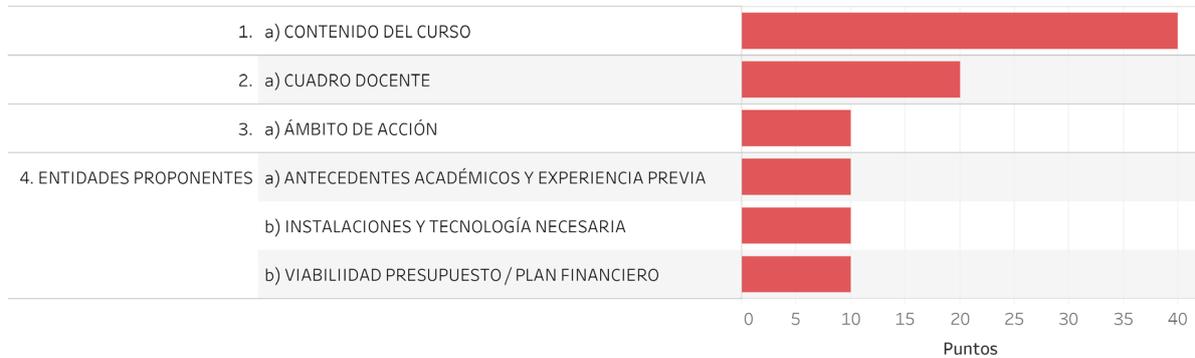
Formación				Proyectos				Importe			Puntaje	
								Sobre Preseleccion.	Sobre Preseleccion.	Sobre Seleccion.	Sobre Preseleccion.	
Preseleccionados	#	Solicitado (USD)	%	Seleccionados	#	%	Otorgado (USD)	%	Prom.	Prom.		
Total	44	1.819.408	8,96%	Total	26	59,09%	1.293.987	71,12%	92,19	88,10		



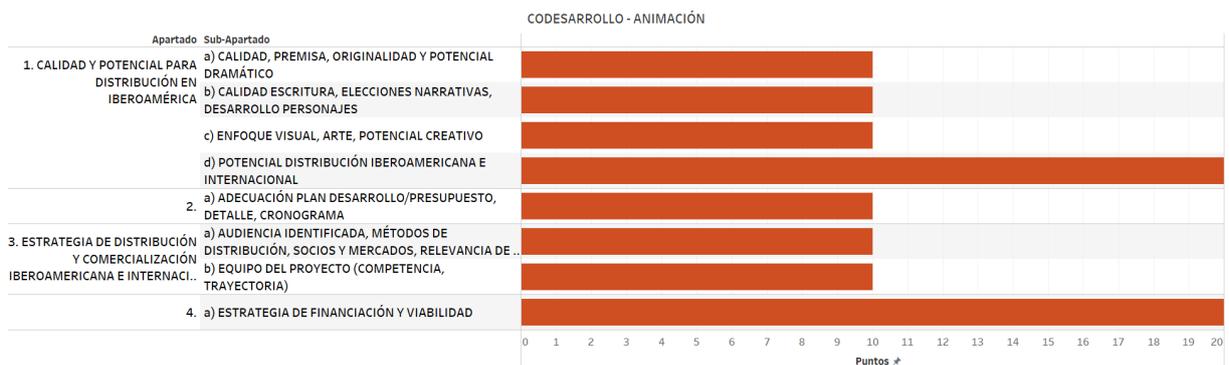
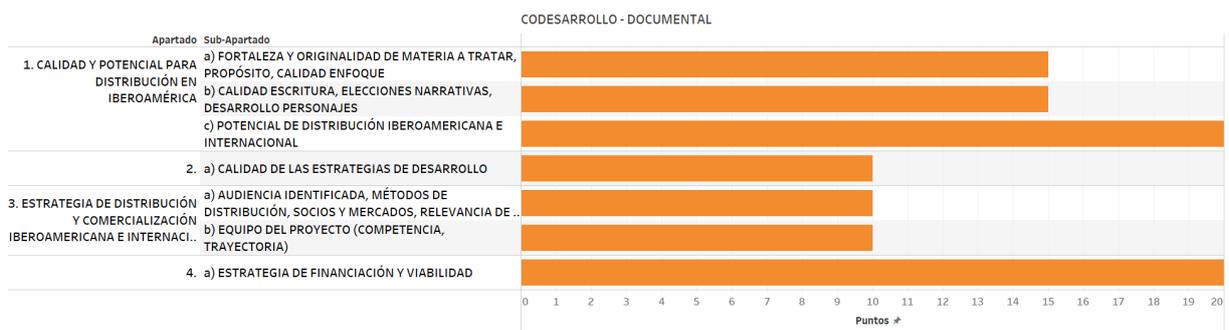
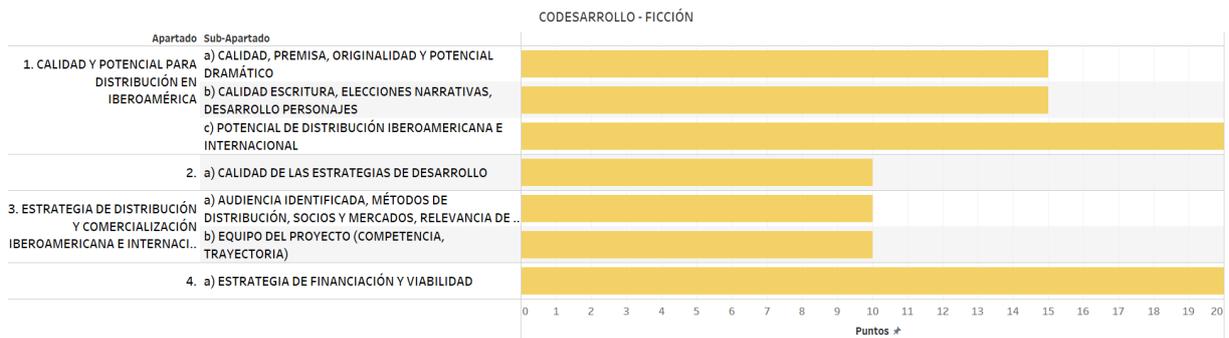
### Crterios de evaluaci3n Convocatoria 2024

Detallamos a continuaci3n los criterios de evaluaci3n que fueron empleados por parte de los analistas en la Convocatoria objeto de este Reporte.

#### FORMACI3N

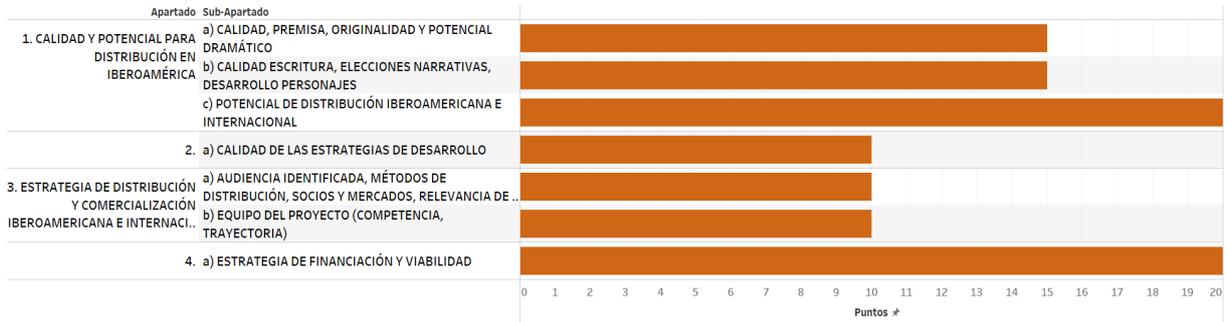


#### CODESARROLLO DE LARGOMETRAJES



## CODESARROLLO DE SERIES

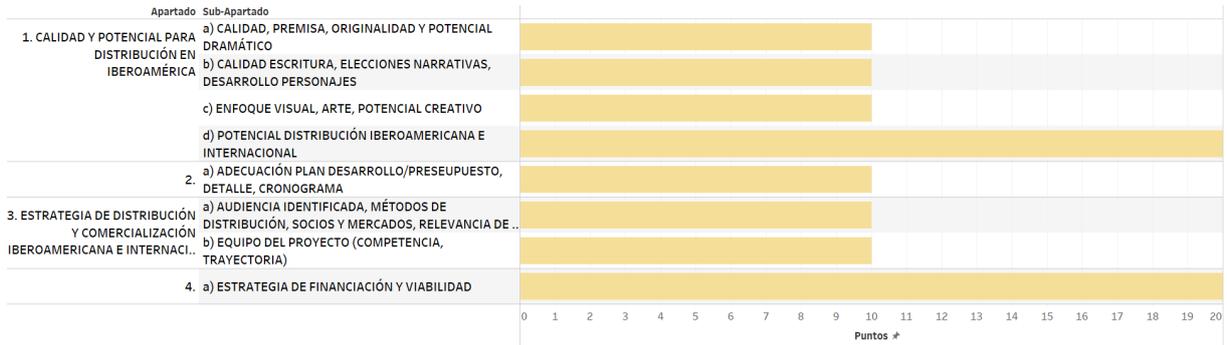
### CODESARROLLO DE SERIES - FICCIÓN



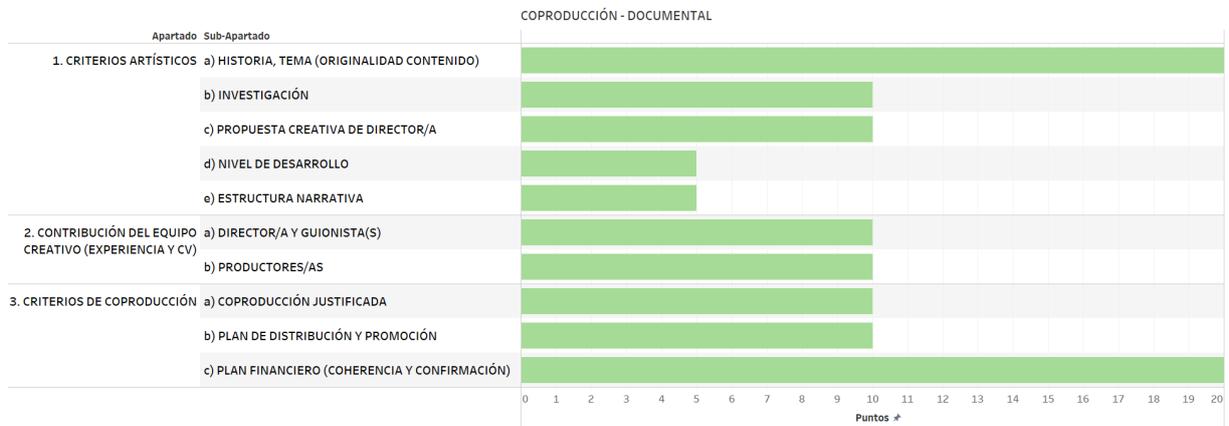
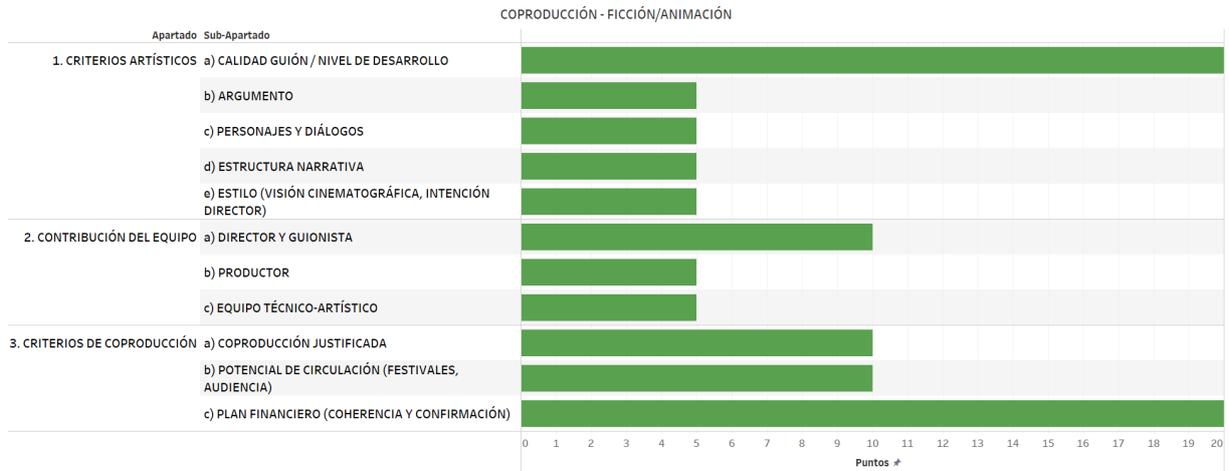
### CODESARROLLO DE SERIES - DOCUMENTAL



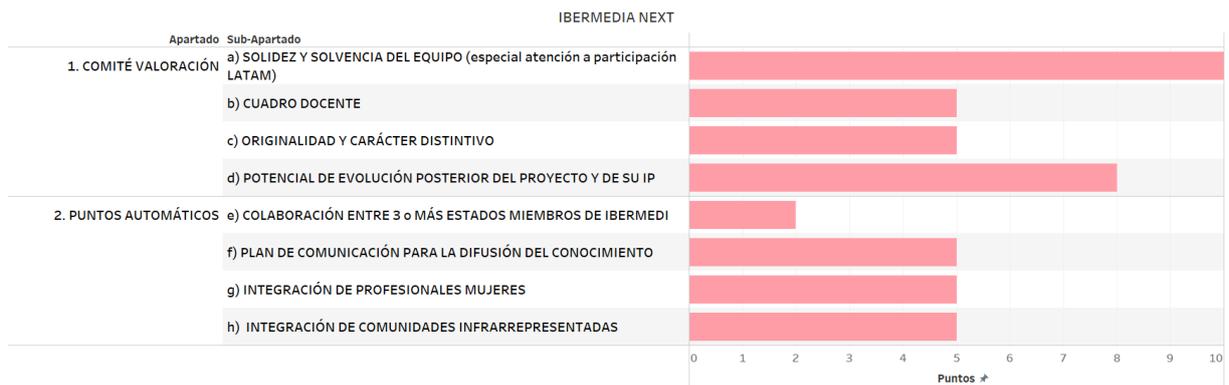
### CODESARROLLO DE SERIES - ANIMACIÓN



## COPRODUCCIÓN



## IBERMEDIA NEXT



Más información en <https://www.programaibermedia.com/>.

30 SEPTIEMBRE  
AL 03 OCTUBRE  
2025



MATADERO  
MADRID

# EL MAYOR EVENTO INTERNACIONAL DE LA INDUSTRIA AUDIOVISUAL IBEROAMERICANA



[www.iberseriesplatinoindustria.com](http://www.iberseriesplatinoindustria.com)

ORGANIZADORES



PATROCINADORES





# CAPÍTULO VI

Resumen y conclusiones



# CAPÍTULO VI

## Resumen y conclusiones

Por Departamento de Reparto de EGEDA

### CAPÍTULO 1. PRODUCCIÓN CINEMATOGRAFICA EN IBEROAMÉRICA

#### *Panorama cinematográfico iberoamericano (2024)*

- Países analizados: Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, España, Guatemala, Honduras, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, Portugal, R. Dominicana, Uruguay y Venezuela.
- El número de pantallas cinematográficas en funcionamiento supera las 20.550.
- Las salas exhibieron 7.209 estrenos cinematográficos, de los que un 17,5% (1.266) fueron nacionales.
- Los ingresos de los cines superaron los 2.700 millones de dólares y la asistencia se situó en 628,7 millones de espectadores.
- Los estrenos de cine nacional acumularon 42,2 millones de espectadores.
- La cuota acumulada de espectadores de los estrenos del top-100 refleja el dominio estadounidense, con el 83,7% del total, seguido del cine nacional con el 6% y del cine europeo con el 7%.
- Las distribuidoras americanas representan una cuota conjunta en el top-100 del 86,2% y la independientes el 13,7%.
- El número de títulos que se corresponden con los estrenos del top-100 suma 335, de los que un 35,8% son estadounidenses y casi un 39% son iberoamericanos.
- El porcentaje de coproducción de los estrenos iberoamericanos se situó en el 25,4% (33 títulos) y, dentro de este porcentaje, el 45,5% de los estrenos se coprodujeron entre productoras iberoamericanas.

- La cuota de espectadores acumulada por el top-10 de cada país se sitúa en el 51,7%.
- El título dominante en el top-1 de todos los mercados es *Del revés 2 (Inside Out 2)*.
- Los top-1 nacionales presentes en el top-10 cinematográfico de su país son *Ainda estou aqui* (Brasil), *Padre no hay más que uno 4* (España) y *Capitán Avispa* (República Dominicana).
- Los top-1 nacionales presentes en el top-20 cinematográfico de su país son *La balada de Hortensia* (El Salvador), *Navidad Catracha 2* (Honduras), *No entres* (Paraguay), *Vaguito* (Perú) y *Balas & Bolinhos: Só mais uma coisa* (Portugal).
- Los estrenos iberoamericanos (no nacionales) con más éxito son el documental argentino *El Apocalipsis de San Juan* (3 países) y la producción de animación española *Robot Dreams* (3 países).
- El estreno europeo con más éxito es la producción británica *Gladiator II*, alcanzando el top-1 en 16 países.
- Los estrenos de otros países con más éxito son las producciones japonesas *Guardianes de la noche 2* (8 países) y *El chico y la garza* (5 países).

### Panorama cinematográfico en los países iberoamericanos (2024)

- **Argentina:** Los cines argentinos suman una asistencia de 36,1 millones de espectadores y recaudan 165,7 millones de dólares. La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en un 88,4% del total de espectadores y la del cine europeo en 7,3%. Las distribuidoras americanas acumulan una cuota de espectadores del 92,3% y las independientes el 7,7% restante. El ranking cinematográfico está liderado por película estadounidense *Del revés 2* con 6,4 millones de espectadores y el ranking nacional por *Muchachos, la película de la gente* con más de 162.000 espectadores y *El Jockey* con casi 120.000 espectadores.
- **Bolivia:** Los cines bolivianos suman una asistencia de 6 millones de espectadores y recaudan 31,2 millones de dólares. La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en un 87,1% del total de espectadores, la del cine del resto de países supone el 6,1% y la del cine europeo un 5,5%. Las distribuidoras americanas acumulan una cuota conjunta de espectadores del 87,2% y las independientes el 12,8%. El ranking cinematográfico está liderado *Del revés 2*, con más de 700.000 espectadores y el ranking nacional por *El ladrón de perros*, con 18.385 espectadores.
- **Brasil:** Los cines brasileños suman una asistencia de 126,2 millones de espectadores y recaudan 463,4 millones de dólares. La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en casi un 84% del total de espectadores y la del cine nacional en el 10%. Las distribuidoras americanas representan una cuota conjunta de espectadores del 85,5% y las independientes el 14,5%. El ranking cinematográfico está liderado por *Del revés 2* con 22,4 millones de espectadores y el nacional por *Ainda estou aqui* con 3 millones de espectadores.
- **Chile:** Los cines chilenos suman una asistencia de 21,6 millones de espectadores y recaudan 104,6 millones de dólares. La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en un 87,1% del total de espectadores y la del cine europeo en un 7,8%. Las distribuidoras americanas representan una cuota conjunta de espectadores del 91,2% y las independientes el 8,8% restante. El ranking cinematográfico está liderado por *Del revés 2*, con 3,7 millones de espectadores, y el ranking nacional por el largometraje documental *Los Bunkers: MTV unplugged* (19.588 espectadores) y el *western* chileno *Los Colonos* (17.105 espectadores).
- **Colombia:** Los cines colombianos suman casi 50 millones de espectadores y recaudan 143,6 millones de dólares. La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en el 87,5% del total de espectadores y la del cine europeo en el 6,7%. Las distribuidoras americanas representan una

cuota de espectadores del 87% y las independientes el 13% restante. El ranking cinematográfico está liderado por *Del revés 2* con 7 millones de espectadores y el ranking nacional por *El paseo 7* con más de 355.000 espectadores.

· **Costa Rica:** Los cines costarricenses acumulan una asistencia de 5 millones de espectadores y recaudan 32,6 millones de dólares. La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en un 90,1% del total de espectadores y la del cine europeo en un 5,3%. Las distribuidoras americanas representan una cuota conjunta de espectadores del 92,7% y las empresas independientes el 7,3%. El ranking cinematográfico está liderado por *Del revés 2*, con 886.203 espectadores y el nacional por el documental *Gato por liebre* con casi 30.000 espectadores.

· **Ecuador:** Los cines ecuatorianos suman 12,4 millones de espectadores y recaudan casi 64 millones de dólares. La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en un 88,7% del total de espectadores y la del cine europeo en un 6,2%. Las distribuidoras americanas representan una cuota conjunta de espectadores del 85,8% y las independientes el 14,2%. El ranking cinematográfico está liderado por *Del revés 2* con 1,5 millones de espectadores y el ranking nacional por *Chuzalongo*, con más de 19.000 espectadores.

· **El Salvador:** Los cines salvadoreños acumulan una asistencia de 2,8 millones de espectadores y recaudan casi 13 millones de dólares. La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en un 89,8% del total de espectadores y el cine europeo en un 4,7%. Las distribuidoras americanas representan una cuota conjunta de espectadores del 91,6% y las independientes el 8,4%. El ranking cinematográfico está liderado por *Del revés 2*, con más de 455.000 espectadores, y el ranking nacional por *La balada de Hortensia*, con más de 41.000 espectadores.

· **España:** Los cines españoles suman una asistencia de 72,7 millones de espectadores y recaudan 524,6 millones de dólares. La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en un 70,8% del total de espectadores y la del cine nacional en el 16,6%. Las distribuidoras americanas representan una cuota conjunta de espectadores del 85,7% y las independientes el 14,3%. El ranking cinematográfico está liderado por *Del revés 2* con 6,8 millones de espectadores, y el ranking nacional por la comedia *Padre no hay más que uno 4* con 2,1 millones de espectadores.

· **Guatemala:** Los cines guatemaltecos suman 5,2 millones de espectadores y recaudan 26,3 millones de dólares. La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en un 92,5% y la del cine europeo en un 4,2%. Las distribuidoras americanas representan una cuota de espectadores del 93,4% y las distribuidoras independientes el 6,6%. El ranking cinematográfico está liderado por *Del revés 2* con casi un millón de espectadores y el ranking nacional por *Rita*, con 9.651 espectadores.

· **Honduras:** Los cines hondureños suman 3 millones de espectadores y recaudan 12,2 millones de dólares. La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en un 90,7% y la del cine europeo casi en un 5%. Las distribuidoras americanas representan una cuota conjunta de espectadores del 91,6% y las independientes el 8,4%. El ranking cinematográfico está liderado por *Del revés 2*, con casi 450.000 espectadores, y el nacional por *Navidad Catracha 2*, con casi 40.000 espectadores.

· **México:** Los cines mexicanos suman una asistencia de 217 millones de espectadores y recaudan casi 822 millones de dólares. La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en un 85,4% del total de espectadores y la del cine nacional en el 3,6%. Las distribuidoras americanas representan una cuota conjunta de espectadores del 86,7% y las independientes el 13,3%. El ranking cinematográfico está liderado por *Del revés 2*, con 25,6 millones de espectadores, y el ranking nacional está liderado por *El candidato honesto*, con 1,6 millones de espectadores.

· **Nicaragua:** Los cines nicaragüenses acumulan una asistencia de 1,1 millones de espectadores y recaudan 5,6 millones de dólares. La cuota de mercado del cine USA se sitúa en un 91,1% del total de espectadores y la del cine europeo en un 5%. Las distribuidoras americanas

representan una cuota conjunta de espectadores del 92% y las independientes el 8% restante. El ranking cinematográfico está liderado por *Del revés 2* con más de 175.000 espectadores, y el ranking iberoamericano por el documental argentino *El Apocalipsis de San Juan* con más de 2.000 espectadores.

· **Panamá:** Los cines panameños suman una asistencia de 4 millones de espectadores y recaudan 24,6 millones de dólares. La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en un 88,8% del total de espectadores y la del cine europeo en un 5,6%. Las distribuidoras americanas representan una cuota conjunta de espectadores de casi el 90,3% y las independientes en el 9,7% restante. El ranking cinematográfico está liderado por *Del revés 2*, con más de medio millón de espectadores, y el ranking nacional por la comedia *Érase una vez en Panamá*, con más de 49.000.

· **Paraguay:** Los cines paraguayos suman una asistencia 1,3 millones de espectadores y recaudan 6,1 millones de dólares. La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en un 88,1% del total de espectadores y la del cine nacional en un 1,8%. Las distribuidoras americanas representan una cuota conjunta de espectadores del 90% y las independientes el 10% restante. El ranking cinematográfico está liderado *Del revés 2* con más de 266.000 espectadores y el ranking nacional por *No entres* con 21.577 espectadores.

· **Perú:** Los cines peruanos suman una asistencia de casi 42 millones de espectadores y recaudan 136,8 millones de dólares. La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en un 78,9% del total de espectadores y la cuota del cine nacional en el 7,2%. Las distribuidoras americanas representan una cuota conjunta de espectadores del 76,1% y las independientes casi en un 24%. El ranking cinematográfico está liderado por *Del revés 2*, con 4 millones de espectadores, y el ranking nacional está liderado por *Vaguito* con más de 770.000 espectadores.

· **Portugal:** Las salas de cine portuguesas acumulan una asistencia de casi 12 millones de espectadores y recaudan 79,1 millones de dólares. La cuota de mercado del cine USA, en el top-100, se sitúa en un 81,8% del total de espectadores y la del cine europeo en un 11,6%. Las distribuidoras americanas representan una cuota de espectadores del 81,5%, Lusomundo un 11,3% y las distribuidoras independientes el 7,2% restante. El ranking cinematográfico está liderado por *Del revés 2*, con 1,3 millones de espectadores, y el ranking nacional por *Balas & Bolinhos: só mais uma coisa*, con casi 250.000 espectadores.

· **R. Dominicana:** Los cines dominicanos suman una asistencia de 3,5 millones de espectadores y recaudan casi 20 millones de dólares. El ranking cinematográfico está liderado por *Del revés 2*, con 472.401 espectadores, y el ranking nacional por el largometraje de animación *Capitán Avispa* con 150.485 espectadores.

· **Uruguay:** Los cines uruguayos suman una asistencia de 2 millones de espectadores y recaudan casi 15 millones de dólares. La cuota de mercado del cine USA se sitúa en un 85,7% del total de espectadores y la del cine europeo en el 8,9%. Las distribuidoras americanas representan una cuota de espectadores del 87,6% y las independientes el 12,4%. El ranking cinematográfico está liderado por *Del revés 2*, con más de 393.000 espectadores, y el nacional por el documental *Jorge Battle: Entre el cielo y el infierno* con más de 19.000 espectadores.

· **Venezuela:** Los cines venezolanos acumulan una asistencia de 7,8 millones de espectadores e ingresan 19,7 millones de dólares. La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa casi en el 90% del total de espectadores y la del cine europeo en el 6,2%. Las distribuidoras norteamericanas representan una cuota conjunta del 92,2% de los espectadores y las independientes el 7,8% restante. El ranking cinematográfico está liderado por está liderado por la película estadounidense *Del revés 2* con 1,5 millones de espectadores, y el ranking nacional liderado por *Alí primera* con más de 20.000 espectadores.

## CAPÍTULO 2. LA PRODUCCIÓN DE FICCIÓN EN IBEROAMÉRICA

### *Panorama de la ficción iberoamericana en televisión y VoD (Periodo 2019-2023)*

- Países analizados: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, España, México, Portugal, Uruguay, Venezuela y Estados Unidos (habla hispana).
- La muestra de canales de televisión en 2023 suma un total de 75 (46 privados y 29 públicos).
- El tiempo dedicado por los canales de televisión a la ficción, en el periodo 2019-2023, se sitúa en un 25% del tiempo total de emisión.
- La muestra analizada abarca, en el periodo 2019-2023, un total de 1.327 títulos de obras de ficción de estreno y más de 65.000 horas de emisión.
- La distribución por el origen de las producciones de estreno, en el periodo 2019-2023, refleja que las obras nacionales representan el 54,9% del total de títulos y el 44,8% del total de horas de programadas.
- Los países con un mayor número de títulos nacionales, en el periodo 2019-2023, son Portugal (155 títulos), Brasil (146 títulos) y México (118 títulos).
- Los países con un mayor número de horas de difusión de ficción nacional de estreno en el periodo 2019-2023 son México (6.198 horas), Brasil (4.915 horas), Portugal (4.720 horas).
- Los países que acumulan un mayor número de horas de difusión de ficción de estreno, en el periodo 2019-2023, son México (8.945), Estados Unidos (8.836) y Venezuela (7.216).
- Los países que estrenaron más títulos de ficción en sus canales de televisión, en el periodo 2019-2023, son Portugal (178), Brasil (176) y Estados Unidos (161).
- Los países que más horas de ficción de estreno aportaron a los canales de televisión de los diferentes países, en el periodo 2019-2023, son México (22.615), Brasil (13.262), Colombia (7.941 horas) y Portugal (5.304 horas).
- La distribución de los títulos de ficción por géneros refleja que en el periodo 2019-2023 el formato de la telenovela (52%) es el más común en los canales de televisión, seguido de las series convencionales (33,5%) y las miniseries (7,1%).
- El ranking de audiencia en 2023 está liderado por cinco producciones brasileñas: *Terra e Paixao* (26,1%), *Travessia* (24,9%), *Vai na Fé* (23,8%), *Cara e coragem* (21,1%) y *Amor perfeito* (20,9%).
- Las ficciones no brasileñas con más éxito fueron la chilena *La Ley de Baltazar* (17,2%) y la mexicana *La Rosa de Guadalupe* (13,6%).
- El *top-1* de audiencia en 2023 refleja que seis títulos nacionales de estreno dominan el *ranking* en sus países de origen.
- El número de títulos de ficción nacional de estreno disponible en las plataformas VoD analizadas, en el periodo 2018-2023, suma 1.028.
- Las plataformas internacionales con más títulos disponibles, en el periodo 2019-2023, son Netflix (302), Prime (158) y Globo (128).

### Panorama de la Ficción en canales de televisión y VoD en países iberoamericanos (2023)

· **Argentina:** la ficción aportó a los canales de televisión un 18,3% del tiempo total de emisión. La ficción nacional de estreno suma 11 títulos y el 34,5% del total de horas de programación. El origen del resto de títulos de estreno es Colombia (2), México (2) y Brasil (1). La ficción con más éxito de audiencia se difundió en El Trece, Telefe y El Nueve. Las dos emisiones con más audiencia corresponden a la telenovela brasileña *Pantanal* (9,7%) en Telefe y la argentina *El encargado T2* (8,4%) en El Trece. Las plataformas VoD con más títulos de estreno disponibles, en el periodo 2019-2023, son Cablevisión y Netflix.

· **Brasil:** la ficción aportó a los canales de televisión un 14,4% del tiempo total de emisión. La ficción nacional de estreno representó el 83% del total de títulos (39) y el 75% del total de horas de programación. El origen del resto de títulos es México (5), Portugal (2) y España (1). La ficción con más éxito de audiencia se difundió en Globo. El *ranking* de audiencia estuvo liderado por las telenovelas *Terra e Paixao* (26,1%), *Travessia* (24,9%) y *Vai na fé* (23,8%). Las plataformas VoD con más títulos de estreno disponibles son Globoplay, Netflix y Prime

· **Chile:** la ficción aportó a los canales de televisión un 20,6% del tiempo total de emisión. La ficción nacional de estreno representó casi el 58% del total de títulos (11) y el 51% del total de horas de programación. Los otros países que aportaron títulos de estreno fueron Brasil (6) y Estados Unidos (2). La ficción con más éxito de audiencia se difundió en Mega. El *ranking* de audiencia estuvo liderado por la serie chilena *La Ley de Baltazar* (17%). La plataforma VoD con más títulos de estreno disponibles es Prime.

· **Colombia:** la ficción aportó a los canales de televisión un 29,3% del tiempo total de emisión. La ficción nacional de estreno sumó 7 títulos y 358 horas de programación (63%). Otros países que aportaron títulos son México (3) y Estados Unidos (1). La ficción con más éxito de audiencia se difundió en Caracol y RCN. Las dos emisiones con más audiencia corresponden a la telenovela colombiana *Ana de Nadie* (9,4%) y a la estadounidense *Pasión de Gavilanes 2* (9,2%). Las plataformas VoD con más títulos de estreno disponibles son Netflix, Prime y Caracol Play.

· **España:** la ficción aportó a los canales de televisión un 41% del tiempo total de emisión. La ficción nacional de estreno representó casi 73% del total de títulos (16) y el 68,5% del total de horas de programación. Los países que aportaron títulos de estreno fueron México (4), Colombia (1) y Estados Unidos (1). Las series de ficción con más éxito de audiencia fueron *Cuéntame cómo pasó* (3%) y *Los misterios de Laura* (2,3%) en La1 y *Amar es para siempre* (2,3%) en Antena 3. Las plataformas VoD con más títulos de estreno disponibles son Movistar, Netflix, Prime y Atresplayer.

· **Estados Unidos (habla hispana):** la ficción aportó a los canales de televisión un 42,4% del tiempo total de emisión. La ficción nacional de estreno representó el 27,5% del total de títulos (8) y un 18% del total de horas de programación. El único país extranjero que aportó títulos fue México (21). La ficción con más éxito de audiencia se difundió en Univisión. El *ranking* de audiencia estuvo liderado por las series mexicanas *Tierra de esperanza* y *Mi camino es amarte*, ambas con más de un 6%. Las plataformas VoD con más títulos de estreno disponibles, en el periodo 2019-2023, son Netflix y Prime

· **México:** la ficción aportó a los canales de televisión un 27,2% del tiempo total de emisión. La ficción nacional de estreno representó más 90% del total de títulos (34) y un 94% del total de horas de programación. Los países que aportaron los tres títulos restantes fueron: Brasil, Estados Unidos y Perú. La ficción con más éxito de audiencia se difundió en el canal Las Estrellas. El *ranking* de audiencia estuvo liderado por las series mexicanas *La rosa de Guadalupe* (13,6%) y *Tierra de esperanza* (13,3%). Las plataformas VoD con más títulos de estreno disponibles son Netflix y Prime.

· **Portugal:** la ficción aportó a los canales de televisión un 13,1% del tiempo total de emisión. La ficción nacional de estreno representó el 87% del total de títulos (40) y el 77% del total de horas de programación. Brasil aportó el resto de los títulos de estreno (6). La ficción con más éxito de audiencia se difundió en SIC y TVI. El *ranking* de audiencia estuvo liderado por la telenovela portuguesa *Festa é festa* (9,8%) y la miniserie *Marco Paulo: A história da minha vida* (8%). Las plataformas VoD con más títulos de estreno disponibles son RTP Play y Opto.

· **Uruguay:** la ficción aportó a los canales de televisión un 11,5% del tiempo total de emisión. La ficción iberoamericana de estreno representó el 87,5% del total de títulos (14) y el 98% del total de tiempo de programación. Los países que aportaron títulos de estreno fueron: Argentina (1), Brasil (7), Chile (1), España (1), Estados Unidos (1), México (2) y Uruguay (2). La ficción con más éxito de audiencia se difundió en Teledoce. El *ranking* de audiencia estuvo liderado por las producciones brasileñas *Pantanal* (8,0%) y *Travesía* (7,7%).

· **Venezuela:** la ficción aportó a los canales de televisión un 21,1% del tiempo total de emisión. La ficción nacional de estreno solo suma un título de un total de 30 y 9 horas de emisión de un total de 1.882. Los países que aportaron títulos de estreno fueron: Argentina (2), Brasil (3), Chile (2), Colombia (6), España (2), Estados Unidos (2), México (11) y Portugal (1). La ficción con más éxito de audiencia se difundió en Televen y Venevisión. El top-5 de audiencia estuvo liderado por tres producciones mexicanas (*La Rosa de Guadalupe*, *Mi secreto* y *Papá a toda madre*) y dos brasileñas (*Querer sin límites* e *Imperio*).

### CAPÍTULO 3. EL CINE IBEROAMERICANO MÁS ALLÁ DE SUS FRONTERAS

#### *Panorama cinematográfico mundial (2024)*

- La capacidad cinematográfica exhibidora mundial superó las 217.000 pantallas.
- La actividad cinematográfica mundial sumó 4.765 millones de entradas vendidas y 28.131 millones de dólares de ingresos.
- Los dos estrenos cinematográficos que superaron los 1.000 millones de dólares de ingresos en todo el mundo son *Inside out 2* y *Deadpool & Wolverine*
- El estreno con más éxito mundial es *Inside out 2* con 287,8 millones de espectadores y casi 1.700 millones de dólares de ingresos.
- El estreno iberoamericano con más éxito mundial es la producción mexicana *Parpadea dos veces*, con 7,7 millones de espectadores y 45,5 millones de dólares de ingresos.

#### *El cine iberoamericano en Europa (2024)*

- Países analizados: Alemania, Austria, Francia, Italia, Países Bajos, Polonia, Reino Unido, Rusia y Turquía.
- La asistencia a los cines en la Unión Europea y Reino Unido sumó 843 millones de espectadores y 7.204 millones de dólares de ingresos.
- Los dos estrenos con más éxito de espectadores son las producciones americanas *Inside out 2* (50,7 millones) y *Despicable me 4* (31,6 millones).
- Las dos producciones europeas con más éxito de espectadores son la británica *Gladiator II* (17 millones) y la francesa *Un p'tit truc en plus* (11,6 millones)
- El número de estrenos iberoamericanos exhibidos en los principales mercados europeos (excepto España y Portugal) sumaron 247, el total de espectadores que asistieron a estos estrenos ascendió a 6,2 millones y sus ingresos sumaron 45,4 millones de dólares.
- El número de estrenos iberoamericanos del top-10 exhibidos en los mercados europeos (excepto España y Portugal) sumó 81, se correspondió con 33 títulos, acumularon 5,3 millones de espectadores y sumaron 39,2 millones de dólares de ingresos.
- Los estrenos iberoamericanos con más espectadores acumulados en los mercados europeos son la película mexicana *Parpadea dos veces* (1,1 millones) y la española *La habitación de al lado* (569.102).
- Los países europeos que acumularon más espectadores de cine iberoamericano fueron Francia (1,9 millones), Rusia (1,2 millones), Reino Unido (914.720) e Italia (860.393).
- Los países europeos con más estrenos de cine iberoamericano fueron Italia (72) y Francia (53).
- Los países iberoamericanos con más títulos presentes en los top-10 de los mercados europeos fueron España (16), Argentina (6) y México (6).

### ***El cine iberoamericano en Iberoamérica (2024)***

- La asistencia acumulada a los cines de Iberoamérica sumó 628,7 millones de espectadores y 2.710,4 millones de dólares de recaudación.
- El estreno con más éxito en Iberoamérica fue la producción estadounidense *Inside out 2* con 85,6 millones de espectadores y 363,6 millones de dólares de ingresos.
- Los estrenos iberoamericanos con más espectadores en Iberoamérica fueron la película brasileña *Ainda esotú aquí* (3 millones) y la española *Padre no hay más que uno 4* (2,1 millones).
- El estreno europeo con más éxito en Iberoamérica fue *Gladiator II*, con 13,1 millones de espectadores y 65,4 millones de dólares ingresos.
- Los estrenos del resto de países con más éxito de espectadores en Iberoamérica fueron la producción australiana *Furiosa. De la saga Mad Max*, con 3,9 millones, y la japonesa *Guardianes de la noche 3*, con 3,5 millones.
- El estreno de distribuidoras independientes con más éxito en Iberoamérica fue la película británica en coproducción con Francia *La sustancia*, con 6,1 millones de espectadores.
- El número total de estrenos iberoamericanos (no nacionales), presentes en los top-100 de los 20 países analizados, fueron 96. Estos estrenos se correspondieron con 39 títulos, acumularon 3 millones de espectadores y 13,1 millones de dólares de ingresos.
- Los países iberoamericanos con más estrenos iberoamericanos (no nacionales) dentro del top-100 son Uruguay (10), Venezuela (8) y Nicaragua (7). España sumó 19 estrenos en el top-540.
- Los países con la mayor asistencia de espectadores al cine iberoamericano no nacional fueron: México (1 millón), España (516.788), Colombia (434.672) y Brasil (332.672).
- Los países con más títulos iberoamericanos no nacionales de estreno en los top-100 de Iberoamérica fueron Argentina (12), España (10) y México (9).
- El ranking acumulado de espectadores de los estrenos iberoamericanos no nacionales en Iberoamérica estuvo liderado por la producción española *Robot Dreams* (861.038) y la argentina *Cuando acecha la maldad* (467.168).

### ***El cine iberoamericano en USA (2024)***

- La asistencia a los cines en Estados Unidos sumó 771 millones de espectadores y 8.635 millones de dólares de ingresos.
- La cuota del cine estadounidense representa el 90,8% del total de espectadores y la del cine europeo el 5,1%.
- Las distribuidoras de los *Estudios* americanos representan una cuota conjunta de espectadores del 85% y las independientes el 15% restante.
- El ranking de estrenos en Estados Unidos estuvo encabezado por *inside out 2* y *Deadpool & Wolverine*, ambas con más de 55 millones de espectadores.
- Los estrenos iberoamericanos en Estados Unidos suman un total de 18, acumulando 2,3 millones de espectadores y 26,6 millones de dólares de ingresos.

- La distribución por el origen de los títulos refleja que los países con más estrenos en Estados Unidos son España (7 títulos) y México (7 títulos).
- El ranking de estrenos iberoamericanos en Estados Unidos estuvo liderado por la producción mexicana *Parpadea dos veces* con más de 2 millones de espectadores.

### ***El cine iberoamericano en Oceanía (2024)***

- Países analizados: Australia, Nueva Zelanda.
- El número de salas de cine en Oceanía supera las 2.700, la asistencia acumulada asciende a 65,8 millones de espectadores y los ingresos a 664,6 millones de dólares.
- El ranking de estrenos cinematográficos en Australia está liderado por *Deadpool & Wolverine*, con casi 4 millones de espectadores, e *Inside out 2* con 3,2 millones
- El ranking de estrenos cinematográficos en Nueva Zelanda está liderado por *Inside out 2*, *Vaiana 2* y *Deadpool & Wolverine*, con más de medio millón de espectadores cada una.
- El número total de estrenos iberoamericanos en los top-10 durante el trienio 2022-2024 suma 28, tanto en Australia, como en Nueva Zelanda.
- Los estrenos iberoamericanos en el trienio 2022-2024 en Australia acumulan una asistencia de 583.399 espectadores y 6,6 millones de dólares de ingresos
- Los estrenos iberoamericanos en el trienio 2022-2024 en Nueva Zelanda acumulan una asistencia de 98.554 espectadores y 1 millón de dólares de ingresos.
- El estreno con más éxito, tanto en Australia como en Nueva Zelanda, es la producción mexicana *Parpadea dos veces*, con casi 160.000 espectadores y más de 21.000, respectivamente.
- La distribución por el país origen de los estrenos en Australia es la siguiente: España (13), México (8), Brasil (3), Argentina (2), Chile (1) y Colombia (1).
- La distribución por el país origen de los estrenos en Nueva Zelanda es la siguiente: España (12), México (6), Argentina (5), Brasil (2), Chile (2) y Colombia (1).

## CAPÍTULO 4. LA PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL IBEROAMERICANA EN ASIA... Y VICEVERSA

### *El cine iberoamericano en Asia (2022-2024)*

- Los top-10 analizados corresponden a los siguientes mercados asiáticos: Arabia Saudí, China, Corea del Sur, India, Indonesia, Japón, Malasia, Tailandia.
- Los países incluidos en el estudio suman más de 3.400 millones de habitantes y superan las 110.000 salas de cine.
- La asistencia a los cines en los mercados asiáticos supera los 2.330 millones de entradas vendidas y los 10.200 millones de dólares de ingresos.
- El ranking de estrenos cinematográficos en Arabia Saudí, en el periodo 2022-2024, está liderado por la producción estadounidense *Bad Boys: Ride or die*, con 1,7 millones de espectadores.
- El ranking de estrenos cinematográficos en el resto de mercados, en el periodo 2022-2024, están liderados por producciones autóctonas: China (*No more bets*), Corea del Sur (*The Roundup*), India (*Pushpa 2*), Indonesia (*Agak Laen*) y Japón (*One Piede Film Red*).
- El número total de estrenos iberoamericanos registrados en los top-10 del trienio 2022-2024 en los ocho mercados asiáticos suma 74 y se corresponden con 48 títulos.
- Las entradas vendidas por el cine iberoamericano en las salas de cine asiáticas suman 1,7 millones y los ingresos ascienden a 13,4 millones de dólares.
- La asistencia a los estrenos iberoamericanos de animación representa el 58% del total de espectadores cinematográficos asiáticos y a los de ficción y documental el 42%.
- Los mercados asiáticos con más estrenos iberoamericanos exhibidos durante el trienio 2022-2024, son Corea del Sur (27) y Arabia Saudí (24). Además, estos países son los que más espectadores suman, con más de 500.000 y casi 360.000 espectadores, respectivamente.
- Los títulos iberoamericanos con más espectadores acumulados en los mercados asiáticos, durante el periodo 2022-2024, son las producciones españolas de animación *Robot Dreams* (425.508 espectadores) y *Momias* (224.246 espectadores), la obra chilena *Spencer* (200.604 espectadores) y la película mexicana *Parpadea dos veces* (173.690 espectadores).
- Los países iberoamericanos con más títulos cinematográficos estrenados en los mercados asiáticos, durante el periodo 2022-2024, son España (23) y México (13). Otros países con producciones exhibidas son Argentina (4), Brasil (3), Chile (2), Colombia (1), Perú (1) y República Dominicana (1).
- Las cinco coproducciones realizadas entre países iberoamericanos estrenadas en los cines asiáticos son entre Argentina y España (2), Brasil y Colombia, Colombia y México y España y México.

### *El cine asiático en Iberoamérica (2022-2024)*

- Los países asiáticos con estrenos incluidos en los top-100, durante el trienio 2022-2024, son: China, Corea del Sur, Hong-Kong, Japón, Malasia, Tailandia y Vietnam.
- Los estrenos asiáticos en Iberoamérica suman 434, los espectadores acumulados ascienden a 34,4 millones y los ingresos superan los 138 millones de dólares. El número de títulos que se corresponden con estos estrenos se sitúa en 70.

- La asistencia a los estrenos asiáticos de animación representa el 66% del total de espectadores cinematográficos iberoamericanos y a los de ficción el 34%.
- Los países asiáticos cuyos estrenos acumulan más espectadores en las salas de cine iberoamericanas son Japón (27,1 millones), Corea del Sur (3,5 millones) y China (2,9 millones).
- Los países asiáticos con más títulos exhibidos en Iberoamérica son Japón (30), China (19) y Corea del Sur (14).
- Los títulos asiáticos reflejan el dominio de la animación (29) seguida de las películas de acción (18) y las de terror (15).
- Los países iberoamericanos con más estrenos asiáticos son Bolivia (39), Chile (35) y Perú (32). Los países con más estrenos de animación son Chile (23) y El Salvador (16) y los países con más estrenos de ficción son Bolivia (28) y Perú (22).
- Los títulos asiáticos más exitosos son las producciones de animación japonesa *Dragon Ball Super: Super Hero*, con 6,8 millones de espectadores acumulados, y *Guardianes de la noche 3* con 3,5 millones.

## CAPÍTULO 5. PROGRAMA IBERMEDIA (2024)

El Programa **IBERMEDIA** ha gestionado 33 convocatorias de apoyo financiero desde su creación en 1998. Estas convocatorias han otorgado 1.202 ayudas a la coproducción de largometrajes iberoamericanos; 1.208 ayudas al desarrollo de proyectos audiovisuales; 62 ayudas al desarrollo de series; 292 ayudas a la promoción y distribución; 298 ayudas a la exhibición de películas iberoamericanas y se han otorgado 4001 becas de formación a profesionales del sector.

La cifra total de aportes realizados al Programa **IBERMEDIA**, desde su creación en 1998, por parte los 22 países miembros asciende a 134,7 millones de dólares

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, Honduras, Italia, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, Portugal, Puerto Rico, República Dominicana, Uruguay y Venezuela.

La estructura del final del **Fondo IBERMEDIA-2024** es la siguiente:

<i>Estructura final del Fondo IBERMEDIA</i>		
<b>Categoría</b>	<b>Importe (\$)</b>	<b>%</b>
Formación	919.404	17,85
Codesarrollo LG	386.664	7,51
Codesarrollo SE	243.771	4,73
Coproducción	3.486.106	67,67
Distribución	85.752	1,66
Pdte. ejecución	30.072	0,58
<b>Total</b>	<b>5.151.769</b>	

Los proyectos de seleccionados de codesarrollo de series de ficción son los siguientes:

<i>Proyectos seleccionados de codesarrollo de series de ficción</i>				
<b>N.</b>	<b>Título</b>	<b>País 1</b>	<b>País 2</b>	<b>País 3</b>
1	Agosto Potý (La flor de agosto)	Paraguay	Argentina	
2	As bruxas de tomar	Brasil	Brasil	Portugal
3	Escuela de gorriones	España	México	
4	Nivel dios	Colombia	Ecuador	
5	Non trubada	España	Portugal	
6	Numana	Argentina	Chile	España
7	Qué locura enamorarme yo de ti	España	Perú	
8	San misterio	México	España	
9	Vida de Giz	Portugal	Brasil	

Los proyectos de seleccionados de codesarrollo de series de largometrajes son los siguientes:

<i>Proyectos seleccionados de codesarrollo de largometrajes</i>					
N.	Título	País 1	País 2	País 3	Género
1	Corazón bajo tierra	Argentina	Argentina	Paraguay	Ficción
2	Desidia	Bolivia	Perú		Ficción
3	O remo do Aru	Brasil	Portugal		Ficción
4	Daemon	Chile	Argentina		Ficción
5	¡Es la luna!	Colombia	México		Animación
6	Monstruos	Costa Rica	España		Ficción
7	Quemada	Costa Rica	Panamá		Documental
8	La santa de los pasajeros	Ecuador	Perú		Ficción
9	Deseo y Navaja	El Salvador			Ficción
10	Saludos desde Maryland	El Salvador			Ficción
11	Sira y el secreto del parque	España	México		Animación
12	Un dibujante en la Habana	España	Cuba		Documental
13	Asesinato de la casa 48	Guatemala	Colombia		Ficción
14	Pantasma	Honduras			Documental
15	Bombas y encaje antiguo	Italia	Argentina		Ficción
16	Costanera	Italia	España	Argentina	Ficción
17	La gruta del viento	Italia	Argentina		Ficción
18	Tina	Italia	Italia	México	Documental
19	Cimarrona	México	Cuba		Ficción
20	Alma	Panamá	Colombia		Ficción
21	El lopecito	Paraguay	Brasil		Ficción
22	El rey del aire	Paraguay	Argentina		Animación
23	Fiebre	Paraguay	España		Ficción
24	El mar la mar	Perú	España		Ficción
25	Lontra	Portugal	Brasil	España	Ficción
26	Rebeldía	Portugal	Brasil		Ficción
27	Cabañas	R. Dominicana	Portugal	Venezuela	Documental
28	Cimarrón	R. Dominicana	Brasil		Ficción
29	Espejo de sombras	R. Dominicana	Argentina		Ficción
30	Madrid a sus pies	R. Dominicana	España		Ficción
31	Anoche creí que nadaba	Uruguay	Paraguay		Ficción
32	El viento que acaricia tus mejillas	Uruguay	Argentina		Ficción
33	La carne dócil	Uruguay	España		Ficción
34	Nostalgia del futuro	Uruguay	Argentina		Ficción

Los proyectos de seleccionados de coproducción son los siguientes:

<i>Proyectos seleccionados de Coproducción de largometrajes</i>						
N.	Título	País 1	País 2	País 3	País 4	Tipo obra
1	El mundo es nuestro	Argentina	Brasil			Ficción
2	Ofelia	Argentina	España			Ficción
3	Pobres pibes	Argentina	Uruguay			Ficción

4	Comandanta ñ	Bolivia	Chile	México	Brasil	Ficción
5	El suegro de mi novio	Bolivia	Uruguay			Ficción
6	Killa, el valle de los corderos	Bolivia	Colombia	Guatemala		Ficción
7	Ana, en passant	Brasil	Brasil	Portugal		Animación
8	Cabo dos Prazeres	Brasil	Uruguay			Ficción
9	Animales	Chile	Argentina			Ficción
10	La maleta de Francisca	Chile	Italia	Alemania		Documental
11	Una mujer quiere morir	Chile	Argentina			Ficción
12	Chocó y la selva mágica	Colombia	España			Ficción
13	Diarios de una documentalista	Colombia	Bolivia			Documental
14	Dónde comienza el río	Colombia	Brasil	Argentina		Ficción
15	¿Adónde van las aves cuando llueve?	Costa Rica	España			Ficción
16	Amor es el monstruo	Costa Rica	Perú			Ficción
17	El encargo	Costa Rica	Uruguay			Ficción
18	Amapola	Ecuador	Brasil			Ficción
19	Maneki Neko	Ecuador	Perú	México		Ficción
20	Salvación	El Salvador	México			Ficción
21	La lucha	España	Colombia			Ficción
22	Miss carbón	España	España	Argentina		Ficción
23	Sara flores y el universo del Kené	España	Chile	Perú		Documental
24	El hombre bueno de Pachalum	Guatemala	España	España		Documental
25	Historias del Motagua	Guatemala	Panamá			Documental
26	Viajeros en el tiempo	Guatemala	Panamá			Ficción
27	El fuego interior	Honduras	España	México		Ficción
28	El salto de la cuerda	Italia	Chile			Documental
29	Il brutto (el feo)	Italia	Chile			Ficción
30	De aquí se fueron a la luna	México	México	España	Chile	Ficción
31	El guardián	México	España			Ficción
32	La vida simple	Panamá	Uruguay			Ficción
33	Madre	Panamá	México			Documental
34	Kokue	Paraguay	Chile			Ficción
35	Maldecidos	Paraguay	Argentina			Ficción
36	Dime cuánto me quieres	Perú	Chile			Ficción
37	Suiza	Perú	Perú	Argentina		Ficción
38	Hevea brasiliensis	Portugal	Colombia			Documental
39	Luzia	Portugal	Portugal	Brasil		Ficción
40	Vindima	Portugal	Brasil			Ficción
41	La lengua del agua	R. Dominicana	Perú			Documental
42	La película de mi tío	R. Dominicana	España			Ficción
43	Resistencia (cuando cae la lluvia)	R. Dominicana	Brasil	Francia		Ficción
44	Blanca y sus universos	R. Dominicana	Brasil			Ficción
45	El río por mis venas	R. Dominicana	Brasil			Ficción
46	La casa del perro	R. Dominicana	Argentina			Ficción
47	Polen	Uruguay	Argentina			Ficción
48	Un cabo suelto	Uruguay	Argentina			Ficción
49	Vender o morir	Uruguay	Ecuador			Ficción



# FIPCA

FEDERACIÓN IBEROAMERICANA DE PRODUCTORES  
CINEMATOGRAFICOS Y AUDIOVISUALES

Somos cultura. Somos Industria.  
Somos el Cine y el Audiovisual Iberoamericano.  
Somos las historias que contamos.

[www.fipca.org](http://www.fipca.org)

# NOTA METODOLÓGICA



# NOTA METODOLÓGICA

El *Panorama Audiovisual Iberoamericano 2025* editado por **EGEDA**, sobre la producción audiovisual iberoamericana, agrupa de forma sistemática los datos de la actividad y presta especial atención a los retos y potencial de la *industria iberoamericana*, la consolidación de las iniciativas para la financiación de las obras audiovisuales, la mejora de la distribución regional e internacional de las obras, la protección de los derechos de propiedad intelectual, la actividad profesional del sector y el reconocimiento artístico de las obras audiovisuales.

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 porcentaje de población de habla hispana significativo 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 2025* está estructurado en capítulos e intercalados figuran Artículos sectoriales. Los epígrafes de los capítulos son los siguientes:

- 1) Producción y exhibición cinematográfica en Iberoamérica.
- 2) Ficción televisiva en Iberoamérica.
- 3) El Cine Iberoamericano más allá de sus fronteras.

- 4) El audiovisual iberoamericano en Asia.
- 5) Programa **IBERMEDIA** 2024.
- 6) Resumen y conclusiones.
- 7) Artículos desarrollados por profesionales del sector.

El **capítulo 1** sobre el mercado cinematográfico en Iberoamérica abarca un total de 20 países y se configura a partir de los datos del proveedor especializado **COMSCORE** en Argentina, Brasil, Bolivia, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, España, Guatemala, Honduras, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, Portugal, Uruguay y Venezuela. Los datos de República Dominicana proceden de la **DGCINE** (Gobierno de la República Dominicana).

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, Portugal, Uruguay y Estados Unidos (habla hispana). El capítulo incluye una breve introducción con las tendencias en el consumo de la ficción, respaldada por los estudios de agentes sectoriales especializados: **Kantar Media**, **GECA**, **Observatorio Europeo del Audiovisual**, **IAB Spain**, **Barlovento Comunicación** e **InfoAdex**.

El **capítulo 3** sobre el Cine Iberoamericano más allá de sus fronteras ofrece datos sobre el panorama cinematográfico mundial, la exhibición en mercados europeos, la exhibición en mercados iberoamericanos no nacionales, la exhibición en Estados Unidos y la exhibición en Oceanía. Los datos utilizados para el desarrollo de este capítulo proceden de **COMSCORE** y del anuario publicado por el Observatorio Europeo del Audiovisual (**FOCUS**).

El **capítulo 4** es un monográfico sobre la exhibición cinematográfica iberoamericana en Asia a partir de los datos del proveedor especializado **COMSCORE** y del anuario publicado por el Observatorio Europeo del Audiovisual (**FOCUS**). El capítulo también incluye datos sobre el impacto cinematográfico del cine asiático en Iberoamérica y de la ficción en televisión. La primera parte se sustenta en los datos de **COMSCORE** y la segunda se realiza a partir de la información disponible a través del proveedor **BMAT** en el marco de la protección de derechos de las obras audiovisuales en Iberoamérica que realiza **EGEDA** en Iberoamérica.

El **capítulo 5** sobre el Programa **IBERMEDIA** incluye un histórico previo desde el inicio del funcionamiento de dicho programa y un análisis de los datos más relevantes de la convocatoria de 2024.

El **capítulo 6** contiene los principales datos y conclusiones de los cinco capítulos desarrollados en el *Panorama Audiovisual Iberoamericano 2025*.

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 depende de la disponibilidad y voluntariedad de los articulistas en cada edición.

El desarrollo de los **Capítulos** realizado por los autores del *Panorama Audiovisual* está basado en los datos oficiales disponibles y los datos adquiridos específicamente por **EGEDA**.

**Capítulo 1:** La secuencia de la configuración de datos y el análisis 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 cinematográficos.

El tratamiento de los datos **COMSCORE** se ha sistematizado en función del origen de las producciones de la siguiente forma:

- **USA:** producciones estadounidenses y coproducciones con países del resto del mundo, excepto con países iberoamericanos.
- **Nacional:** producciones del país iberoamericano analizado y coproducciones con países del resto del mundo.
- **Iberoamérica:** producciones de países iberoamericanos (no nacionales) y coproducciones de países iberoamericanos (no nacionales) con países del resto del mundo.
- **Europa:** producciones europeas y coproducciones con países del resto del mundo, excepto con países iberoamericanos o Estados Unidos.
- **Resto países:** producciones o coproducciones de países del resto del mundo no incluidas en los grupos anteriores.

Los datos económicos siempre están expresados en dólares USA (USD) y para la conversión de euros a dólares se utiliza el cambio medio anual oficial (FMI/Banco Central Europeo). Esta conversión puede producir una desviación respecto a los datos oficiales de cada país.

Las cifras cuyo orden de magnitud alcanzan el *billón* se corresponden con la anotación continental europea de escala larga (10 elevado a 12), equivalente al *trillion* anglosajón en la escala corta.

Los datos estimados (*est.*) se configuran cuando no se dispone de datos económicos o de asistencia de espectadores y se calcula en función del precio medio anual de la entrada al cine en dólares USA (USD).

**Capítulo 2:** El esquema seguido para analizar la difusión de la Ficción de estreno 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 géneros audiovisuales.
- Distribución de la Ficción de estreno por países de origen (títulos y horas)
- Distribución de la Ficción de estreno por subgéneros (títulos y horas).
- Ranking de audiencia de la Ficción de estreno.

El esquema seguido para analizar la difusión de la Ficción de estreno en las plataformas VoD tanto en la introducción global como en el análisis de los países es el siguiente:

- Distribución de los títulos de la Ficción por el origen de las producciones.
- Distribución de los títulos de la Ficción por el subgénero de las producciones.
- Distribución de los títulos de la Ficción por plataformas.

- Títulos de la ficción de estreno en canales de Televisión y plataformas VoD.

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. Los formatos que se agrupan en el género *Serie* son el *serial* (serie con continuidad argumental), la *serie* (serie sin continuidad argumental) y las *comedias* (series de humor y *sitcoms*). La Telenovela constituye un subgénero independiente.

Las tendencias en cuanto a la actualidad del consumo de Ficción se estructuran en los siguientes apartados:

- Consumo presente y futuro de los contenidos audiovisuales a partir del informe publicado por **Kantar Media** y las tendencias en los contenidos de ficción aportado por el Gabinete de Estudios **GECA**.
- Producción de la ficción europea durante el periodo 2019-2023 a partir del informe publicado por el **Observatorio Europeo del Audiovisual (OBS)**.
- Alcance de la Televisión Conectada (CTA), a partir de los estudios publicados por la asociación **IAB Spain** y por la consultora **Barlovento Comunicación**.
- Situación actual de la publicidad en el audiovisual, tanto a nivel mundial a través del informe de la consultora **WARC**, como a nivel nacional a través del anuario de la empresa **InfoAdex**.

**Capítulo 3:** El orden genérico de la presentación de la información en cada una de las cuatro partes es el siguiente:

- Panorama cinematográfico mundial y ranking de estrenos.
- El cine iberoamericano en Europa: Panorama cinematográfico, ranking de estrenos y análisis del top-10 de los estrenos iberoamericanos.
- El cine iberoamericano (no nacional) en Iberoamérica: Panorama, ranking de estrenos y análisis del top-100 de los mercados iberoamericanos.
- El cine iberoamericano en Estados Unidos: Panorama, ranking de estrenos y ranking de estrenos iberoamericanos.
- El cine iberoamericano en Australia y Nueva Zelanda: Panorama, ranking de estrenos y análisis del top-10 de los estrenos iberoamericanos.

**Capítulo 4:** El desarrollo de este capítulo monográfico sobre el cine iberoamericano en Asia y viceversa durante el trienio 2022-2024 incluye los siguientes epígrafes:

- La exhibición de cine iberoamericano en el mercado asiático: Panorama audiovisual y análisis del top-10 cinematográfico.
- La exhibición de cine asiático en el mercado iberoamericano: Análisis del top-100 cinematográfico de todos los países de Iberoamérica.
- La ficción iberoamericana en las cadenas de televisión y plataformas de pago asiáticas.
- La ficción asiática en las cadenas de televisión iberoamericanas de una muestra de países.

**Capítulo 5:** El orden de presentación de la información **IBERMEDIA** es la siguiente:

- Datos históricos desde la creación del Programa en 1998.
- Datos globales de la convocatoria 2024.

**Artículos:** El desarrollo y las fuentes citadas en los artículos que completan el *Panorama Audiovisual Iberoamericano 2025* es *responsabilidad exclusiva de sus autores*. En la cabecera del artículo figura la reseña del autor y al final se expone una reseña profesional de cada articulista.

Los artículos incluidos en esta edición se indican a continuación:

- **ARTÍCULO 1. Explorando el mapa global de oportunidades audiovisuales: Claves y tendencias por territorios.**
- **ARTÍCULO 2. Sueños que se convierten en redes: La metamorfosis de la animación iberoamericana ante los desafíos que impone la inteligencia artificial.**
- **ARTÍCULO 3. Reinventar para conectar: El *remake* como espejo cultural.**
- **ARTÍCULO 4. Inteligencia Artificial y sector audiovisual.**
- **ARTÍCULO 5. Todos somos programadores: ¡Prompt. Cámara. Acción!**
- **ARTÍCULO 6. Producción Audiovisual y Sostenibilidad en América Latina: Retos Estructurales y Caminos Emergentes.**



# FUENTES Y BIBLIOGRAFÍA



# FUENTES Y BIBLIOGRAFÍA

## CAPÍTULO 1

### *Introducción*

Base de datos **Erato**. EGEDA.  
Panorama Audiovisual Iberoamericano. EGEDA.  
Base de datos COMSCORE 2024.  
Focus 2025. Observatorio Europeo del Audiovisual (OBS).  
Fondo Monetario Internacional (FMI).  
Banco Central Europeo para Eurostat.  
<https://es.investing.com/>

### *Argentina*

Base de datos **Erato**. EGEDA.  
Base de datos COMSCORE 2024.  
Boletín Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales. INCAA.  
Focus 2025. Observatorio Europeo del Audiovisual (OBS).  
<https://es.investing.com/>

### *Bolivia*

Base de datos **Erato**. EGEDA.  
Base de datos COMSCORE 2024.  
Instituto Nacional de Estadística (INE).  
Focus 2025. Observatorio Europeo del Audiovisual (OBS).

### *Brasil*

Base de datos **Erato**. EGEDA.  
Base de datos COMSCORE 2024.  
Mercado Cinematográfico 2024. Agencia Nacional do Cinema (ANCINE).  
Instituto Brasileiro de Geografia y Estadística (IBGE).  
<https://es.investing.com/>

### *Chile*

Base de datos **Erato**. EGEDA.  
Base de datos de COMSCORE 2024.  
Instituto Nacional de Estadística (INE).  
Consejo Nacional de Cultura y Artes (CNCA).  
Focus 2025. Observatorio Europeo del Audiovisual (OBS).  
<https://es.investing.com/>

### *Colombia*

Base de datos **Erato**. EGEDA.  
Base de datos de COMSCORE 2024.  
Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE).  
Cine en Cifras 2024. Proimágenes. Colombia.  
Focus 2025. Observatorio Europeo del Audiovisual (OBS).  
<https://es.investing.com/>

### *Costa Rica*

Base de datos **Erato**. EGEDA.  
Base de datos de COMSCORE 2024.  
Instituto Nacional de Estadística (INEC).  
Focus 2025. Observatorio Europeo del Audiovisual (OBS).

### *Ecuador*

Base de datos **Erato**. EGEDA.  
Base de datos de COMSCORE 2024.  
Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (INEC).  
Focus 2025. Observatorio Europeo del Audiovisual (OBS).

### *El Salvador*

Base de datos **Erato**. EGEDA.  
Base de datos de COMSCORE 2024.  
Dirección General de Estadísticas y Censos (DIGESTYC).

### *España*

Base de datos **Erato**. EGEDA.  
Base de datos COMSCORE 2024.  
Instituto Nacional de Estadística (INE).  
Anuario de cine. ICAA. Ministerio de Cultura.  
Censo de salas de cine 2025 (AIMC).  
Focus 2025. Observatorio Europeo del Audiovisual (OBS).

### *Guatemala*

Base de datos **Erato**. EGEDA.  
Base de datos de COMSCORE 2024.  
Instituto Nacional de Estadística (INE G).

### *Honduras*

Base de datos **Erato**. EGEDA.  
Base de datos de COMSCORE 2024.  
Instituto Nacional de Estadística (INE).

### *México*

Base de datos **Erato**. EGEDA.  
Base de datos de COMSCORE 2024.  
Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI).  
Cámara Nacional de la Industria Cinematográfica (CANACINE).  
Focus 2025. Observatorio Europeo del Audiovisual (OBS).  
<https://es.investing.com/>

### *Nicaragua*

Base de datos **Erato**. EGEDA.  
Base de datos de COMSCORE 2024.  
Instituto Nacional de Información y Desarrollo (INIDE).

### *Panamá*

Base de datos **Erato**. EGEDA.  
Base de datos de COMSCORE 2024.  
Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC).

### *Paraguay*

Base de datos **Erato**. EGEDA.  
Base de datos de COMSCORE 2024.  
Dirección General de Estadísticas, Encuestas y Censos (DGEEC).

### *Perú*

Base de datos **Erato**. EGEDA.  
Base de datos de COMSCORE 2024.  
Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI).  
Focus 2025. Observatorio Europeo del Audiovisual (OBS).

### *Portugal*

Base de datos **Erato**. EGEDA.  
Base de datos de COMSCORE 2024.  
Instituto Nacional de Estadística (INE).  
Cinema | Audiovisual de Portugal 2024. Instituto do Cinema e do Audiovisual (ICA).  
Focus 2025. Observatorio Europeo del Audiovisual (OBS).

### *R. Dominicana*

Base de datos **Erato**. EGEDA.  
Datos Cine 2024. Dirección General de Cine (DGCINE).  
Oficina Nacional de Estadística (ONE).  
<https://es.investing.com/>

### *Uruguay*

Base de datos **Erato**. EGEDA.  
Base de datos de COMSCORE 2024.  
Instituto Nacional de Estadística (INE).  
Instituto Nacional del Cine y el Audiovisual Uruguayo (ICAU).

### *Venezuela*

Base de datos **Erato**. EGEDA.  
Base de datos de COMSCORE 2024.  
Datos de la Asociación de la Industria de Cine (ASOINCI).  
Instituto Nacional de Estadística (INE).  
Focus 2025. Observatorio Europeo del Audiovisual (OBS).

## CAPÍTULO 2

Base de datos **Erato**. EGEDA.  
Panorama Audiovisual Iberoamericano. EGEDA.  
*¿Qué está pasando con las narrativas en la ficción iberoamericana?* OBITEL 2024. Observatorio Iberoamericano de Ficción Televisiva (OBITEL).  
*Media Trends & Predictions 2025*. Kantar Media.  
ProdPro. Plataforma de producción audiovisual.  
Informe de tendencias de ficción julio-diciembre 2024. GECA.  
Informe de la ficción producida por países europeos 2019-2023. OBS.  
Estudio Televisión Conectada 2025. IAB Spain – Nielsen.  
Barómetro OTT. TV Conectada. Ola mayo 2025. Barlovento Comunicación.  
*Global Ad Spend Outlook*. WARC.  
Anuario de la inversión publicitaria en España 2025. InfoAdex.

## CAPÍTULO 3

Base de datos **Erato**. EGEDA.  
Panorama Audiovisual Iberoamericano. EGEDA.  
Base de datos COMSCORE 2022, 2023, 2024.  
Focus 2025. Observatorio Europeo del Audiovisual (OBS).

## CAPÍTULO 4

Base de datos **Erato**. EGEDA.

Panorama Audiovisual Iberoamericano. EGEDA.

Base de datos COMSCORE. Años 2022, 2023, 2024.

BMAT. Informe de emisiones en canales iberoamericanos de TV. Años 2022, 2023, 2024.

*Las Series Españolas como herramienta de difusión del idioma en Japón*. Instituto Cervantes.

[www.infoabe.com](http://www.infoabe.com). Cine Latinoamericano brilla en el Festival de Shanghái 2025.

[www.infobae.com](http://www.infobae.com). El Festival de Cine de Tokio 2024.

[www.infobae.com](http://www.infobae.com). “El Eternauta” y un fenómeno inesperado en Japón.

[www.Audivisual451.com](http://www.Audivisual451.com). El Festival de Cine Español de Manila Película-Pelikula.

Informe de adaptaciones de Obras Literarias. GECA.

## CAPÍTULO 5

Programa IBERMEDIA. Convocatoria 2024.

# EUROPA CREATIVA MEDIA CONVOCATORIAS 2024-2025



DRAGONKEEPER  
GUARDIANA DE DRAGONES

CUENTA CON  
NUESTRA  
ASESORÍA  
PERSONALIZADA

## NUESTRAS LÍNEAS DE APOYO

EUROPEAN CO-DEVELOPMENT  
EUROPEAN SLATE DEVELOPMENT  
VIDEO GAMES & IMMERSIVE CONTENT DEVELOPMENT  
TV & ONLINE CONTENT  
MARKETS & NETWORKING  
INNOVATIVE TOOLS & BUSINESS MODELS  
FILMS ON THE MOVE  
EUROPEAN VOD NETWORKS & OPERATORS  
EUROPEAN FESTIVALS  
EUROPEAN FILM DISTRIBUTION  
EUROPEAN FILM SALES  
entre otras.

CONSULTA NUESTRA WEB



EUROPA CREATIVA CUMPLE 10 AÑOS

FUNDACIÓN CULTURAL  
OFICINA MEDIA ESPAÑA  
[www.oficinamediaespana.eu](http://www.oficinamediaespana.eu)



Europa  
Creativa  
MEDIA

Gracias a nuestros patronos:



GOBIERNO DE ESPAÑA  
MINISTERIO DE CULTURA

icaa



GENERALITAT VALENCIANA  
INSTITUT VALENCIÀ DE CULTURA

AGENCIA GALEGA DAS INDUSTRIAS CULTURALS

Canary Islands FILM