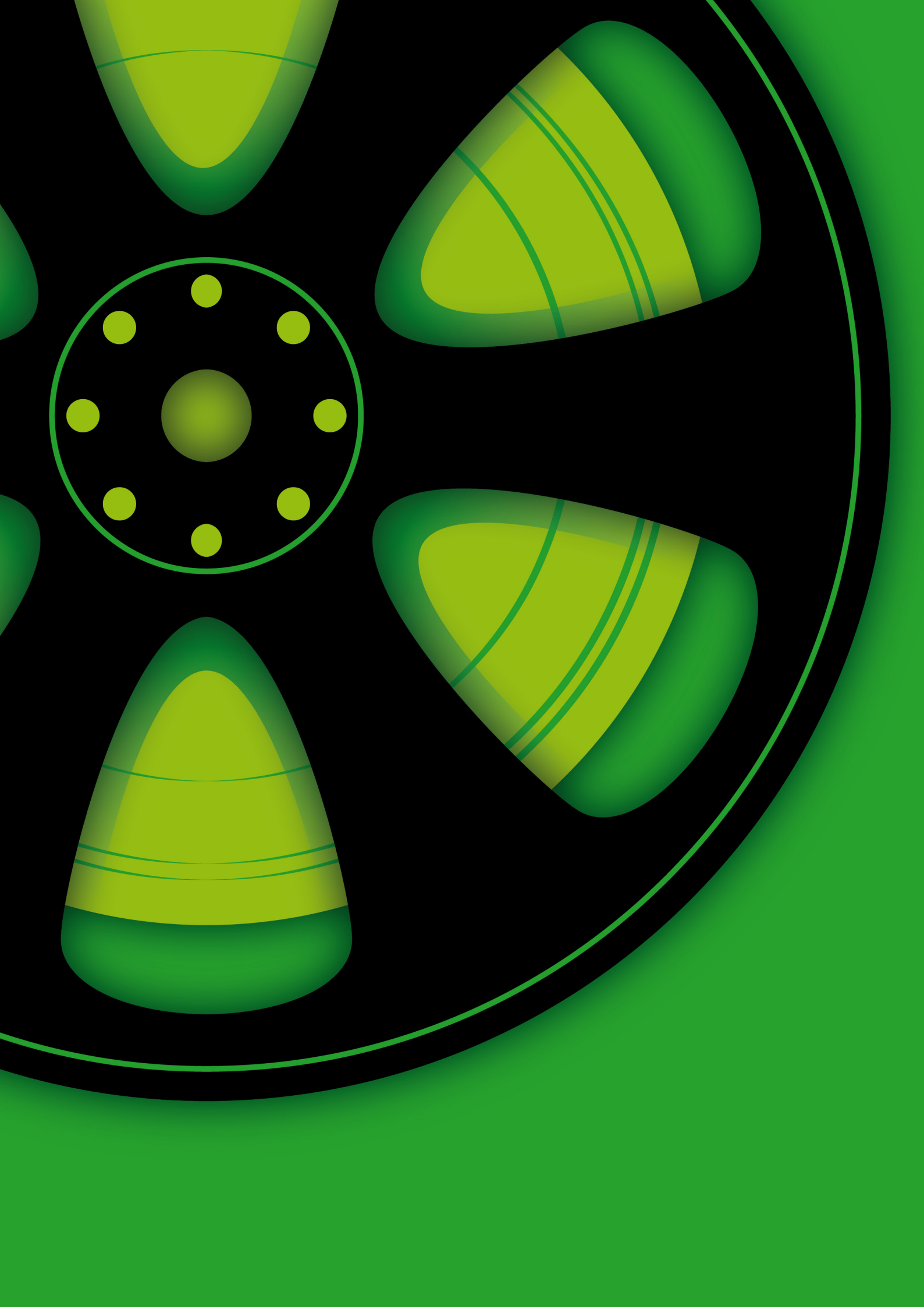




PANORAMA
AUDIOVISUAL
IBEROAMERICANO
2026





PANORAMA
AUDIOVISUAL
IBEROAMERICANO
2026



PANORAMA
AUDIOVISUAL
IBEROAMERICANO
2026



La elaboración, edición y comentarios de los datos del *Panorama Audiovisual Iberoamericano 2026* han sido realizados por el Departamento de Reparto y Documentación de EGEDA:

OSCAR BERRENDO PÉREZ
JUAN ANTONIO SERRANO FERNÁNDEZ
CARMEN OZEMA ORTOÑO MEREJO
FRANCISCO JOSÉ ROMERO MURCIA
ANA GARCÍA-CARO MÁRQUEZ

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

Andrés Sáenz (Director, productor y guionista)
Claudia Fernández (Productora creativa)
Ezequiel Fernández (CEO global.esur)
Fernando de Fuentes (Presidente de Ánima Estudios)
Luna Herrero (Periodista y profesional de la comunicación)
Manuel Martí (Productor y ejecutivo audiovisual)

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)
Rentrak (www.renttrak.com)
Fifty5Blue (www.fifty5blue.com/es)
Fipca (www.fipca.org)
Ibermedia (www.programaibermedia.com)
Lado B

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

@ EGEDA 2026. 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
Lo que el audiovisual puede aprender de la música en la AI-era	
ARTÍCULO 1	19
Las historias siguen siendo las mismas, la forma de encontrarlas ha cambiado	
ARTÍCULO 2	29
Le estás hablando al latino equivocado	
CAPÍTULO I	43
Producción Cinematográfica en Iberoamérica	
ARTÍCULO 3	157
Anima Estudios: Adaptación del contenido a RRSS y a Internet	
CAPÍTULO II	163
La producción de ficción en Iberoamérica	
ARTÍCULO 4	247
La IA y el error del botón: ¿Dónde está realmente el cine?	
CAPÍTULO III	259
El cine iberoamericano más allá de sus fronteras	
ARTÍCULO 5	323
De producir películas a sostener un ecosistema: balance y prospectiva de la ley 814	
CAPÍTULO IV	335
Programa IBERMEDIA. Convocatoria 2025	
ARTÍCULO 6	367
True Crime: entre la investigación y el espectáculo	
CAPÍTULO V	383
Resumen y conclusiones	
NOTA METODOLÓGICA	405
FUENTES Y BIBLIOGRAFÍA	413

XIV
EDICIÓN

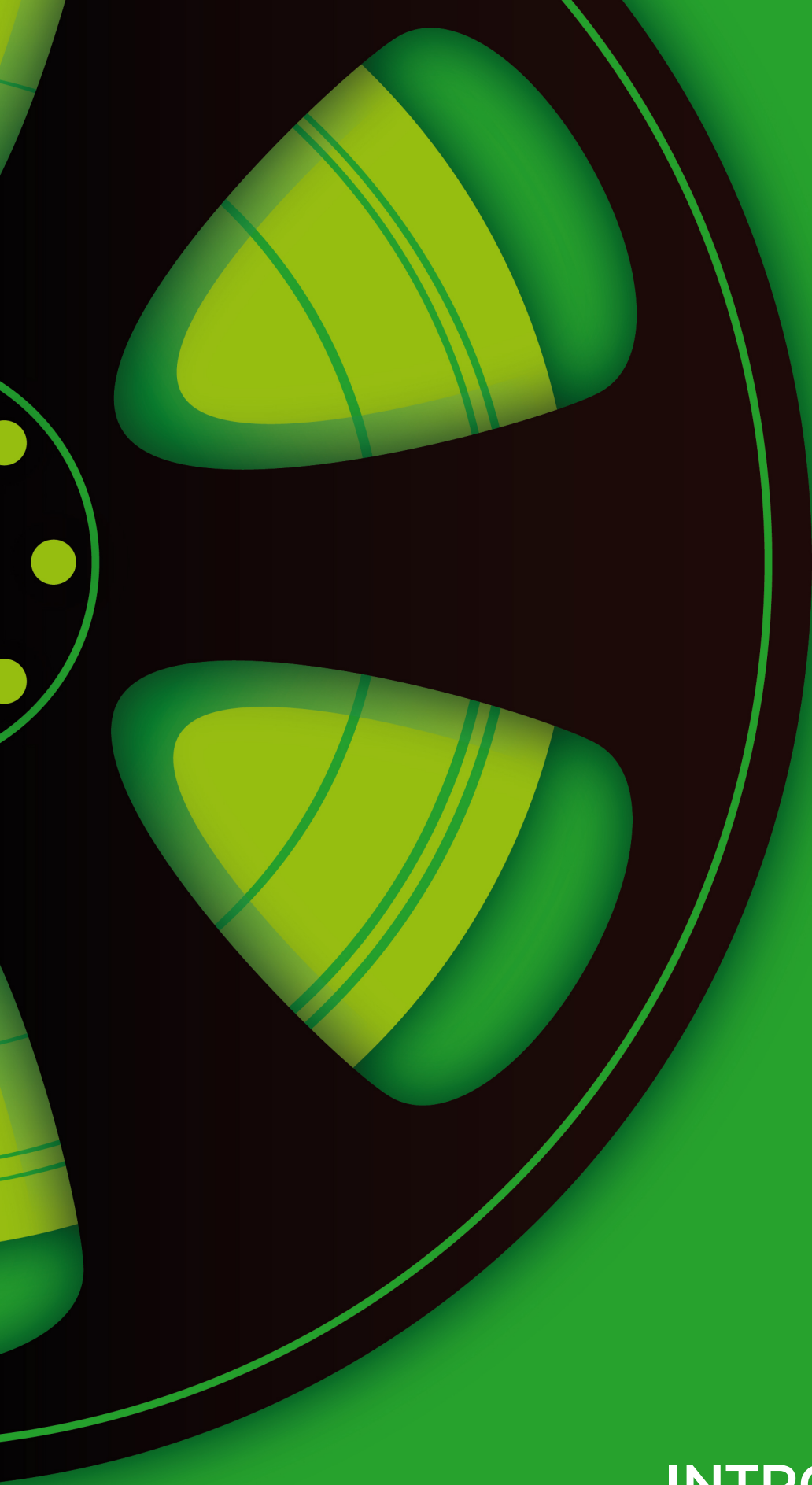
plato

PREMIOS DEL AUDIOVISUAL
IBEROAMERICANO

LAS HISTORIAS QUE NOS **UNEN**
VUELVEN A **MADRID.**

MADRID
2027





INTRODUCCIÓN

LO QUE EL AUDIOVISUAL PUEDE
APRENDER DE LA MÚSICA EN LA AI-ERA

INTRODUCCIÓN

LO QUE EL AUDIOVISUAL PUEDE APRENDER DE LA MÚSICA EN LA AI-ERA

Ezequiel Fernández

El 23 de marzo de 2023, en la red social Reddit, un usuario publicó un video generado con AI, un modelo de texto a vídeo, con el prompt “Will Smith eating spaghetti”. El resultado era una pesadilla en bucle. La cara de Smith cambiaba de forma entre frame y frame, los tenedores se fusionaban con los dedos, los fideos no llegaban nunca a la boca y cuando llegaban parecían flotar ignorando la gravedad. El video se viralizó por lo grotesco, no por lo bueno. Se compartió más de 8.000 veces en cuatro días y acumuló casi 5 millones de vistas.



Sin buscarlo, ese clip se convirtió en el benchmark informal más citado de la industria del video generativo. Comer spaghetti obliga a un modelo a resolver varios de los problemas más difíciles del video sintético al mismo tiempo. Consistencia facial en movimiento, física de fluidos, interacción de manos con objetos, continuidad temporal. Si un sistema lograba mostrar a alguien comiendo fideos de forma creíble, habría resuelto buena parte del problema técnico de fondo.

Tres años después, la comparación ya no tiene gracia. Seedance 2.5, el modelo que ByteDance presentó el 31 de julio de este año, genera clips nativos de 30 segundos en 4K en una sola pasada, con audio y video producidos juntos en el mismo proceso. Kling 3.0 y Veo 3.1 de Google llegan a resultados equivalentes. Will Smith comiendo spaghetti, conversando con otro personaje, en una escena completa generada a partir de un solo prompt, sin ningún rasgo que delate que es sintética.



Ese recorrido, de la pesadilla de 2023 a la escena indistinguible de 2026, sirve de excusa para hablar de algo más importante. El desafío técnico de generar video siempre fue mayor al de generar música. Un modelo de audio tiene que resolver melodía, armonía, timbre y estructura. Un modelo de video tiene que resolver todo eso más imagen, movimiento, física y la coherencia de una identidad a lo largo del tiempo, todo a la vez. Por eso el salto de calidad en video costó más y llegó después. Pero llegó, y llegó con una fuerza que ya empieza a generar la misma clase de fricciones que la música viene enfrentando desde hace un tiempo.

DISNEY, PARAMOUNT Y LAS PRIMERAS FRICCIONES

La calidad no vino sola. Seedance 2.0 se lanzó el 12 de febrero de 2026. Al día siguiente, Disney le envió a ByteDance una carta de cese y desistimiento alegando que el modelo había sido entrenado con obras suyas sin compensación alguna. Paramount Skydance salió esa misma semana acusando a la compañía de infracción directa sobre *Star Trek*, *South Park* y *Dora la Exploradora*.

Lo que había disparado esas reacciones era el propio uso que le estaba dando la gente al modelo. En las primeras horas circularon clips protagonizados por actores reconocibles, personajes de películas y series enteras, con un nivel de fidelidad que hacía difícil sostener el argumento de que se trataba de material transformado.

A raíz de la intimación de Disney y Paramount, la compañía restringió el ingreso de rostros y videos de personas reales, y bloqueó la generación de contenido con celebridades o propiedad intelectual conocida. Hoy, pedirle una escena entre Jet Li y Jackie Chan, o entre Batman e Iron Man, devuelve un error de contenido no aprobado.

EL CASO MARADONA



Durante las pausas de hidratación del Mundial 2026, las transmisiones argentinas mostraron a un Maradona joven, con la camiseta de la selección, hablando directo a cámara. La imagen no salía de ningún archivo. Era una reconstrucción de IA de su rostro y su voz, producida para una campaña de BetWarrior, una casa de apuestas online, llamada "Gente con pelotas".

La autorización la dieron los herederos, aunque no todos estuvieron de acuerdo. Fernando Burlando, abogado de Dalma y Gianinna Maradona, confirmó públicamente que la decisión se tomó "democráticamente" entre los cinco hijos. El formato en sí no es nuevo. Tupac se presentó como holograma en Coachella en 2012, Michael Jackson volvió a cantar en los Billboard Music Awards de 2014, Whitney Houston y María Callas tuvieron giras completas entre 2020 y 2022. En marzo de este año, Soda Stereo estrenó "Ecos" en el Movistar Arena con un Cerati recreado por IA, renderizado en 3D y captura de movimiento.

El mecanismo legal detrás de Maradona es prácticamente idéntico al de esos casos anteriores. La diferencia está en el destino de la imagen. Los hologramas de Cerati o Whitney venden nostalgia y catálogo, un terreno adyacente al trabajo real del artista. El spot de BetWarrior vende apuestas online durante un Mundial, en un país donde 6 de cada 10 adolescentes están expuestos al juego online según un estudio de Cruz Roja Argentina. La autorización es técnicamente equivalente en ambos casos, pero el uso que se le da a la imagen pertenece a categorías distintas.

POR QUÉ LA MÚSICA LLEVA VENTAJA

Cuando la música cruzó ese mismo umbral de calidad, la preocupación que generó fue proporcional al resultado, y esa preocupación se tradujo rápido en demandas, fallos, políticas de plataformas y catálogos con licencia. La música no solo llegó antes a la crisis de calidad, sino que el revuelo que provocó la empujó a recorrer un camino de respuesta que hoy ya tiene forma. El audiovisual recién está entrando a esa etapa, y tiene la ventaja de poder mirar qué se intentó, qué funcionó y qué se quedó a mitad de camino.

Conviene hacer una distinción antes de seguir, porque el sector audiovisual no llega en cero a esta discusión. Las huelgas de SAG-AFTRA y del Writers Guild of America en 2023 terminaron con acuerdos que incorporaron cláusulas específicas sobre inteligencia artificial, con consentimiento y compensación para el uso de réplicas digitales de intérpretes. En ese frente, el de la identidad y la imagen, el audiovisual llegó antes que la música y por vía sindical más que judicial. Algo parecido pasa con los deepfakes, que vienen preocupando desde 2017 aunque la calidad de aquellos primeros intentos no se acerque ni remotamente a lo que produce un modelo actual.

Donde el audiovisual sí llega después es en el otro frente, el del entrenamiento de modelos con catálogo y el licenciamiento de ese uso. Ahí no hay acuerdo sindical que sirva, porque no se trata de la imagen de una persona sino del repertorio completo de una industria. Y es exactamente el frente donde la música lleva ventaja.

LO QUE LA MÚSICA YA PROBÓ

Regulación: El AI Act ya es exigible

El 2 de agosto de este año, el AI Act de la Unión Europea cruzó dos hitos importantes. Entraron en vigor las reglas de etiquetado de contenido generado por IA, que obligan a los proveedores de estos sistemas a marcar sus outputs de forma legible por máquinas, con watermarks o metadata embebida. Y la AI Office ganó la capacidad de exigir el cumplimiento de un segundo bloque de obligaciones sobre entrenamiento, vigente desde agosto de 2025 pero recién ahora exigible en la práctica.

Ese segundo bloque obliga a los desarrolladores de modelos a publicar un resumen suficientemente detallado del contenido usado para entrenar, y a tener una política de respeto al mecanismo de opt-out que ya usan Sony Music y Warner Music Group. Las multas llegan a 15 millones de euros o el 3% de la facturación global anual, lo que sea mayor.

Es importante marcar algo que se pierde fácil en la lectura rápida de esta norma. El AI Act no habla de música. Habla de cualquier sistema de IA generativa, texto, imagen, audio o video, ofrecido dentro de la Unión Europea, sin importar dónde se entrenó el modelo. Las mismas obligaciones de etiquetado y transparencia que hoy discute la industria musical le van a pegar con la misma fuerza a cualquier modelo de video que se ofrezca en Europa. El caso de Disney y Paramount contra ByteDance ocurre en un contexto donde ese marco regulatorio ya está corriendo en paralelo.

Atribución: sus límites y sus casos reales

Un tema que generó bastante expectativa al principio de esta ola de IA fue la idea de auditar cada output generado por un modelo para medir cuánto influyó cada obra y repartir regalías en proporción. La idea perdió fuerza rápido, por lo difícil que es de ejecutar a escala. Estamos hablando de miles de millones de respuestas por día, y ponerse de acuerdo en un estándar único para toda la industria es un problema tan grande como el técnico.

Björn Ulvaeus, músico y presidente de CISAC, lo resumió en el AI for Good Summit de Ginebra. “Para mí, rastrear el output siempre fue la pregunta equivocada.” Su argumento es que estos modelos funcionan de forma probabilística, no producen copias de una obra puntual sino síntesis nuevas a partir de todo lo que aprendieron. Su propuesta apunta más al licenciamiento de catálogos y al reparto de ingresos por suscripción que a perseguir cada output uno por uno.

Donde sí encontró un lugar más realista esta tecnología es como herramienta de verificación, no de reparto masivo. Dos casos con vínculo directo a organizaciones de gestión colectiva lo demuestran. STIM, la sociedad de derechos de autor sueca nombró en septiembre de 2025 a Sureel AI como su proveedor de atribución, y a partir de ahí armó la primera licencia colectiva de IA para música del mundo. SOCAN hizo un movimiento parecido en julio de este año con Musical AI, cubriendo dos herramientas separadas, consentimiento para que los autores decidan si su obra entra en entrenamiento, y atribución para medir su influencia en un output puntual.

Licenciamiento colaborativo: el caso Universal-Spotify

Universal y Spotify armaron un modelo opt-in donde los artistas del sello pueden ceder el derecho a que sus canciones se usen para generar covers y remixes con IA. El fan paga un extra sobre su suscripción Premium, el artista y Universal cobran por ese derecho, y Spotify suma una capa de ingresos que antes no existía. En vez de seguir peleando una batalla legal cuesta arriba, construyeron un esquema donde la creación con IA queda adentro de la ley, con consentimiento y compensación de por medio.

Todavía es un acuerdo parcial. Sony y Warner no se sumaron, y queda sin resolver cómo se articula con la capa de derechos de composición, que administran las organizaciones de gestión colectiva y no el sello. Lo que me interesa acá no es el formato puntual, que difícilmente tenga un equivalente directo en audiovisual.

Lo que sí es trasladable es la dinámica. Los dueños de los catálogos dejaron de tratar la tecnología como una amenaza a bloquear y se pusieron a buscarle la vuelta para acompañarla, con un esquema donde el creador cobra y el usuario recibe algo que antes no tenía. Encontrar esa vuelta en audiovisual va a requerir un formato distinto al del cover y el remix, pero la pregunta de fondo es la misma: ¿qué producto nuevo se puede construir sobre el catálogo propio, con consentimiento y compensación de por medio?

Warner compra Sureel AI

En junio de este año, Warner Music Group anunció la compra de Sureel AI, la misma startup que mencionamos antes como proveedor de atribución de STIM. Sureel construye lo que llama el “ADN de IA” de una obra, descomponiéndola en sus partes constitutivas para rastrear cómo la usan los modelos de entrenamiento.

El movimiento tiene un antecedente directo. En 2024, Warner demandó a Suno por uso no autorizado de su catálogo, y en 2025 firmó un acuerdo de licencia con la misma compañía. Con la compra de Sureel, Warner pasó de litigar contra el uso no autorizado a ser dueña de la tecnología capaz de demostrar exactamente cómo y cuándo ocurre ese uso. Es la misma lógica que atraviesa esta nota. Cuando entiendes que no vas a poder frenar el fenómeno, te conviene ser dueño de la infraestructura que te permite controlarlo.

PLAI: licenciar antes que perseguir

El paso más reciente, y probablemente el más importante de todos para el audiovisual, lo dio GEMA, la sociedad de derechos de autor alemana, con el lanzamiento de PLAI el 27 de julio, ocho días antes del fallo de primera instancia en su juicio contra Suno.

PLAI es un catálogo musical con licencia construido específicamente para entrenar modelos de IA. Hoy tiene alrededor de 178.000 archivos de audio sobre unas 57.000 obras, cubriendo más de 60 géneros. El dato que conecta directo con esta nota es que se trata de música de producción, la que se compone específicamente para uso en sync, publicidad, cine y televisión. GEMA no armó un catálogo de canciones comerciales para que un modelo aprenda a componer hits. Armó un catálogo pensado desde el arranque para el uso audiovisual.



El proyecto agrupa en un solo lugar las dos capas de derechos que normalmente hay que autorizar por separado, la composición y el máster, junto con metadata de estructura, ISWC, ISRC, emoción y contexto de uso. Los clientes que puede tener son explícitamente herramientas que asisten a un creador durante el proceso de producción, no modelos que generan canciones completas de punta a punta compitiendo con las obras usadas para entrenarlos.

La crítica más dura se la hizo Matthias Strobel Hohmann, presidente de MusicTech Alemania, apenas se lanzó el catálogo. “Un modelo de IA entrenado solo con música de stock y de librería no aprende composición, emociones ni la diversidad estilística de la música popular. 178.000 archivos de audio es un chiste.” Tiene razón si el objetivo fuera entrenar un modelo generativo completo, que necesita millones de pistas para producir un resultado aceptable. Pero ese no es el objetivo declarado de PLAI.

Lo que representa este movimiento es la conclusión a la que llegó la música después de recorrer regulación, intentos de atribución con resultados limitados y acuerdos de licenciamiento colaborativo caso por caso. Si no puedes controlar de forma confiable qué entrena un modelo después de que ya lo hizo, la salida es licenciar el material antes de que eso ocurra.

Del lado audiovisual, este tipo de acuerdo dejó de ser hipotético hace rato. Runway firmó con Lionsgate y con AMC Networks, y desde el estudio hablaron abiertamente de usar la tecnología sobre franquicias propias como *John Wick* o *Los Juegos del Hambre* antes que para proyectos nuevos. El uso concreto que describen pasa por previsualizar decisiones que antes salían carísimas, del orden de generar un clip de diez segundos con diez mil soldados en una tormenta de nieve para decidir si vale la pena rodar la escena. Es exactamente el perfil de cliente que PLAI declara buscar, herramientas que asisten al creador durante la producción sin competir con las obras que las entrenaron. La diferencia es que del lado musical ese material lo empezó a ofrecer una entidad de gestión colectiva, agrupando el repertorio de sus miembros bajo el mismo mecanismo que usa para el resto de su operación. Del lado audiovisual, por ahora, esos acuerdos se cierran estudio por estudio.

CONCLUSIÓN Y CIERRE

La generación de video con AI tardó en llegar por la cantidad de variables que tenía que resolver al mismo tiempo. Ya las resolvió, o está muy cerca de hacerlo. Lo que todavía no resolvió es la parte institucional, y ahí el camino recorrido por la música funciona como mapa antes que como receta.

Algunos de los puntos de decisión ya están sobre la mesa. Un marco regulatorio como el AI Act, que ya aplica al video con la misma fuerza que al audio, y que la región todavía no tiene en ninguna

forma equivalente. La tentación de apostar todo a la atribución técnica como solución central, que la propia música ya mostró que tiene un techo más bajo del esperado y que funciona mejor como herramienta de verificación puntual que como mecanismo de reparto masivo. La pregunta de qué producto nuevo se puede construir sobre el catálogo propio, con consentimiento y compensación de por medio, antes de que un tribunal defina los términos por su cuenta. Y la salida a la que finalmente llegó la música con PLAI, licenciar el material de entrenamiento de forma proactiva en lugar de perseguir su uso indebido después de que ya ocurrió.



EZEQUIEL FERNÁNDEZ

CEO de GLOBALESUR

Ezequiel es un apasionado de la tecnología con +10 años de trayectoria. Lideró proyectos digitales en empresas de renombre como Mercado Libre y BBVA, donde trabajó codo a codo con ingenieros de clase mundial. Actualmente es CEO de global.esur, compañía con +15 años acompañando a Sociedades de Gestión Colectiva en la adopción de tecnología. Desde hace 2 años investiga y analiza los impactos de la inteligencia artificial en materia de copyright. Pueden conocer más de global.esur y leer artículos de esta temática en <https://globalesur.com>



EL CINE QUE TRANSFORMA EL AULA

Más que una plataforma educativa
Un ecosistema de aprendizaje
a través del audiovisual

PLATINO EDUCA pone el poder del cine al servicio de la educación

Accede a una cuidada selección de películas, documentales y cortometrajes acompañados de recursos didácticos diseñados para trabajar:

- Pensamiento crítico
- Competencia audiovisual
- Educación en valores
- Creatividad y expresión
- Diversidad e inclusión
- Ciudadanía digital
- Desarrollo emocional



Concurso Nacional de Cortometrajes Escolares



PLATAFORMA EDUCATIVA A TRAVÉS DEL CINE

Miles de docentes utilizan contenidos audio-visuales para enriquecer sus clases



FORMACIÓN DEL PROFESORADO

Programas y cursos sobre alfabetización audiovisual y uso educativo en aula



CONCURSOS Y PROYECTOS EDUCATIVOS

Experiencias que convierten al alumnado en creador de contenidos



EVENTOS Y ENCUENTROS INSPIRADORES

Festivales, muestras escolares y encuentros con profesionales del sector audiovisual

Aprender
viendo

Comprender
reflexionando

Crear
contando historias

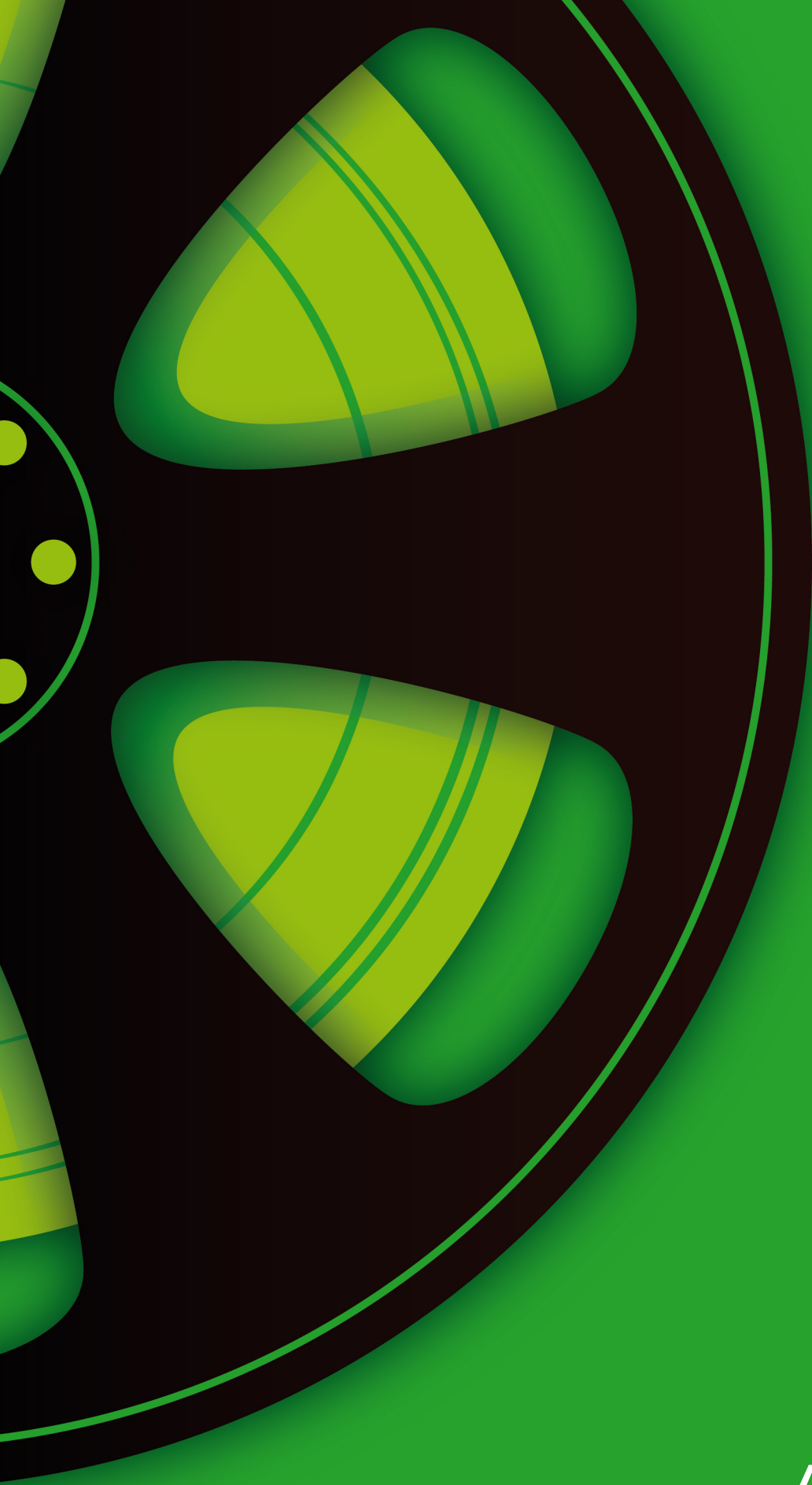


¡Descubre todo lo que el cine puede aportar a tu centro educativo!

Solicita información o prueba la plataforma en:

www.platinoeduca.com





ARTÍCULO 1

LAS HISTORIAS SIGUEN SIENDO
LAS MISMAS, LA FORMA DE
ENCONTRARLAS HA CAMBIADO

ARTÍCULO 1

LAS HISTORIAS SIGUEN SIENDO LAS MISMAS, LA FORMA DE ENCONTRARLAS HA CAMBIADO

Nuevas generaciones, la consolidación
del formato vertical y las redes sociales

Luna Herrero

La forma en la que consumimos el contenido audiovisual ha ido cambiando a lo largo de las últimas décadas. Lo que comenzó exclusivamente en la gran pantalla ha ido evolucionando, pasando por diversas etapas; la televisión en línea, las plataformas de contenido bajo demanda hasta llegar a las redes sociales. Pero la realidad, es que esto no es un cambio progresivo, sino un cambio total de paradigma que no sólo altera cómo consumimos el contenido audiovisual, sino que también afecta en la manera en la que nos relacionamos con las historias.

Y dentro de la comunicación audiovisual, las reglas del juego cambian constantemente, por lo que es imprescindible mantenerse alerta y no resistirse al cambio.

Varios estudios de los últimos meses que versan sobre los hábitos de consumo audiovisual de las nuevas generaciones dejan un dato realmente relevante, pero no sorprendente, los jóvenes a partir de la Generación Z hacia delante cada vez tienen menor capacidad de retención y su atención se capta en los 3 primeros segundos de visionado de un contenido.

Este paradigma hace que las cartas del juego se tengan que cambiar, ya no basta con producir un contenido de calidad, si no que, además, este contenido debe de tener un gran gancho inicial lo suficientemente atractivo para que no estés destinado al olvido.

En una sociedad sobresaturada, la competencia no se produce únicamente entre contenidos audiovisuales, sino entre cualquier estímulo capaz de captar la atención del usuario en su pantalla. Un vídeo, una serie, una campaña publicitaria, un video de YouTube y un clip de TikTok compiten por un mismo objetivo, captar la atención.

Frente a este escenario no existe una fórmula secreta que te asegure la viralidad.

En comunicación digital las tendencias y estrategias están en continua evolución. Lo que un día es un éxito asegurado en una plataforma puede que no lo sea a la siguiente semana. Incluso dentro de las distintas plataformas lo que funciona en una en otra no.

Por todo esto, actualmente, lo más eficaz es entender el contexto. Saber quién, dónde y qué consume.

¿Qué se consume y dónde se consume?

Lo primero que debemos entender es que el teléfono móvil o smartphone antes considerado como “la segunda pantalla” ya no lo es. Un reciente estudio de la Fundación BBVA confirma que el 98% de la población accede a internet a través de sus smartphones y que, para el 78% de las personas es el dispositivo más utilizado.

Este cambio en el dónde se consume el contenido ha conllevado un cambio en el ecosistema en general. Ya no es el usuario el que debe adaptarse a unas programaciones u horarios, sino que los productores se deben adaptar a los hábitos de sus usuarios finales.

En este sentido, las redes sociales han sido capaces de adaptarse a las nuevas necesidades y sumarse a la ola de la personalización del contenido. Probablemente TikTok sea el mejor ejemplo de adaptabilidad y aprovechamiento de la sobre saturación de contenido. Y esto se ve reflejado en los datos de consumo; alrededor del 61% de los jóvenes utilizan TikTok a diario, con una permanencia media de 1 hora y 37 minutos.

El algoritmo de esta plataforma prioriza los intereses del usuario por encima de su red de contactos. A través de dos métricas sencillas, likes y tiempo de visualización del contenido, TikTok te muestra los videos que encajan con tus necesidades personales de ese momento.

Además, este algoritmo es adaptativo, es decir, no te hace tener unas preferencias cerradas y concretas, sino que dependiendo de tus últimas acciones así va mostrándote el contenido. Esto permite que contenido de usuarios poco conocidos puedan conseguir audiencias masivas.

La revolución y éxito de este modelo fue tal que el resto de las grandes redes sociales no quisieron quedarse fuera del juego y se sumaron a este ecosistema de segmentación y distribución del contenido en formatos fragmentados; Instagram lo hizo a través de los Reels y YouTube a través de los Shorts.

Aunque las tendencias en redes sociales están en continua evolución sí que existen algunos elementos que potencian y mejoran el rendimiento de los videos. Los formatos breves de unos treinta segundos de duración son los que mejores tasas de retención poseen. Por otro lado, los videos virales suelen estar protagonizados por personas reales con las que poder identificarse de forma natural. En cuestiones de edición, cuanto menos producido y más natural sea, mejor. El uso de subtítulos es altamente recomendado debido al crecimiento del consumo de varios contenidos simultáneamente. Y a esto se debe sumar el aprovechamiento de las dinámicas de las propias plataformas; sonidos, trends o dinámicas.

Estos son solo algunos indicadores que pueden ayudar a mejorar la viralidad y retención de la atención en tus contenidos actualmente. Sin embargo, las audiencias evolucionan y con ello las plataformas.

La consolidación del formato vertical y el nuevo lenguaje audiovisual

Durante los primeros años de vida de las redes sociales se creyó que la irrupción del formato vertical supondría únicamente la adaptación del contenido de formato horizontal a vertical, pero la realidad está muy lejos de esto. Las redes sociales y el nuevo formato vertical han creado su propio lenguaje, código y forma de interrelación entre productores y consumidores.

Quizá el cambio más notable se ha producido en la relación existente entre el espectador y el creador del contenido. Los tiempos se han visto reducidos, las interacciones son directas, las reacciones

instantáneas y las conversaciones son bidireccionales. Esto permite que se puedan crear conexiones de confianza, opinión y sentimiento de comunidad.

En muchas ocasiones, solo se ve el lado negativo de esta inmediatez y libertad de opinión, pero también se produce una sensación de proximidad que en otros canales y soportes no se produce. Acerca al “personaje” a su público y le hace accesible, lo que se traduce en que resulte más atractivo.

El contenido vertical tiene sus características propias por todo lo antes mencionado, más natural, personal, atractivo y dinámico.

Es por ello, que los medios de comunicación, las marcas y las productoras audiovisuales profesionales han tenido que adaptarse y generar contenido propio pensado exclusivamente para funcionar en formato vertical. Las nuevas generaciones detectan y penalizan abiertamente la reutilización de contenido en redes sociales que estaba pensado para otro fin. Así que, si estabas pensando en aprovechar un *teaser* publicitario en horizontal para tu nuevo Reels de redes sociales, no esperes más que un rechazo por la audiencia.

En un entorno digital donde la confianza se ha convertido en uno de los aspectos más difíciles de transmitir ha entrado en escena una nueva figura, el *host*.

El *host* es esa persona física y humana que aparece en tus redes sociales a modo de “presentador” digital. Esa figura con la que la audiencia asocia a tu marca y la que permite que se produzca esa relación de confianza y cercanía con ellos. Es esa figura reconocible que simplifica los mensajes, los explica y no solo transmite una información, sino que genera emociones y reacciones al otro lado de la pantalla.

No solo es una persona que habla a la cámara contando el lanzamiento de un nuevo producto o el anuncio de un nuevo evento, es esa persona que ha detectado cómo, dónde y cuándo se producen las conversaciones de su público objetivo y que adapta el mensaje para que se sientan atraídos, entendidos, valorados y representados.

El *host* es el **punto emocional entre la marca y su audiencia**. Es la clave para generar relaciones de calidad sostenidas en el tiempo.

Y, por último, como adelantamos antes, la perfección ya no triunfa en los formatos verticales. El dicho popular de “la perfección es enemigo de lo bueno”, en redes sociales es cada día más real. En los últimos años, los videos perfectamente editados y pulidos al milímetro en vez de aceptación como cabría esperar lo que han generado ha sido una ola de rechazo.

En una sociedad sobresaturada por los estándares y modelos de vida perfecta que se han ido construyendo a raíz de lo que se iba viendo en redes sociales se ha producido un cambio de rumbo. La audiencia quiere ver a personas reales, con vidas con las que se puedan sentir representados, cuerpos, trabajos, problemas, objetivos y estándares que puedan compartir y no solo idealizar.

Es por todo ello que la cercanía y naturalidad son los *must* a tener si quieres crecer y entrar dentro de la dinámica del nuevo ecosistema vertical.

La gran oportunidad: la democratización del contenido

La mayor oportunidad para la industria audiovisual se encuentra en el mayor cambio de su ecosistema, sus consumidores. En el entorno digital hemos pasado de tener un usuario pasivo a uno activo.

Con este cambio en las reglas, el usuario puede que además también sea un creador de contenido propio (UGC) y es ahí donde está la mina de oro que explotar, entendiendo que no es un intruso sino una oportunidad para multiplicar tu mensaje infinitamente.

Con la democratización de la generación de contenido, todo el mundo con un móvil en su mano puede producir un video. El aprovechamiento de este momento viene por entender que nadie pone en tela de juicio que un video grabado como un teléfono no tendrá ni la calidad ni la profesionalidad que tendría una producción audiovisual profesional. Básicamente porque ni son los mismos medios técnicos, humanos ni es lo que se busca. No son perfiles ni contenidos excluyentes sino complementarios para poder llegar a una audiencia potencial mucho más grande.

En este contexto, tenemos que entender a los creadores de contenido como intermediarios culturales, como vehículos transmisores de nuestro mensaje. No solo son productores, son perfiles que promocionan experiencias, recomiendan marcas, productos y generan tendencias.

En muchos casos este es un nuevo canal de comunicación mucho más efectivo que los medios de comunicación tradicionales.

Nunca se había tenido la oportunidad de generar redes de conexiones tan masivas como actualmente. El reto y la oportunidad está en comprender que la democratización del contenido es una herramienta que aceptada y utilizada estratégicamente puede multiplicar tu alcance.

Los nuevos creadores de contenido no están aquí para sustituir a los profesionales del audiovisual. Su verdadero valor lo encontramos en su capacidad multiplicadora del alcance y la llegada a nuevas audiencias.

El futuro del audiovisual: atención, plataformas y nuevas puertas de entrada

El futuro inmediato del audiovisual no pasa por la desaparición de sus formatos tradicionales sino por la convivencia entre las antiguas y las nuevas plataformas.

Cada vez que ha surgido una nueva tecnología, plataforma o formato se ha pensado que venía a destronar o eliminar a lo anterior, pero la realidad por el momento es que eso no ha sucedido. Lo que sí que es cierto es que se ha ido produciendo un cambio en el ecosistema que ha generado una mayor especialización y segmentación del mercado para que se pueda producir la convivencia entre muchas alternativas de acceso al contenido audiovisual.

La mayor dificultad en un entorno sobresaturado de opciones y de estímulos no es producir buenos contenidos, sino que estos sean descubiertos.

Actualmente con la consolidación de las redes sociales cada vez son más las personas que descubren una serie o película por un clip corto de una escena en TikTok, por un audio viral de la banda sonora en Instagram o por videos de recomendaciones de otros usuarios con los que comparten gustos o aficiones.

Un ejemplo reciente de este fenómeno en redes sociales se ha producido con el lanzamiento de *El diablo viste de Prada 2*. Mucho antes de su estreno, la franquicia ha sido capaz de poner en el centro de la conversación digital las expectativas sobre su segunda entrega. A través de trends recreando escenas icónicas de la película, fragmentos de las ruedas de prensa o audios virales de sus guiones originales han conseguido el acercamiento de sus personajes a la audiencia general.

Especialmente destacado ha sido el resurgimiento de la famosa escena entre Miranda Presley y Andrea Sachs con el jersey azul cerúleo. La recreación de esta secuencia en redes sociales se ha convertido en una tendencia mundial que ha permitido la atracción de la audiencia, incluso de aquellos que ni siquiera la habían visto en su estreno en 2006.

Este fenómeno pone en evidencia que para llamar la atención de las nuevas generaciones no solo importa un gran estreno sino estar presente y mantenerte en la conversación digital.

Algunas franquicias del cine y la televisión ya han encontrado en las redes sociales la puerta de entrada a nuevos públicos.

Por otro lado, las plataformas de contenido bajo demanda como Netflix, Amazon Prime, HBO o Disney + entre otras, han encontrado en la Inteligencia Artificial un gran aliado para poder segmentar, personalizar y hacer recomendaciones específicas para sus consumidores. Pero a pesar de contar con la IA como herramienta facilitadora en el tratamiento e interpretación de datos, el reto es el mismo, conseguir llamar la atención.

En definitiva, el futuro del contenido audiovisual no está en crisis. El debate no debe estar en qué contenido o dónde se consume, sino en conseguir entrar en la conversación digital. Las historias no han dejado de ser atractivas o relevantes, sino que ha cambiado la puerta de entrada, el cómo llegan a nosotros.

La pregunta definitiva sobre la que reflexionar de aquí en adelante es: ¿Cómo queremos hacer llegar nuestra historia?



LUNA HERRERO

Periodista y profesional de la comunicación especializada en deporte, comunicación corporativa y estudios de género.

Graduada en Periodismo, ha participado en proyectos de investigación vinculados al análisis de la representación de la mujer en los medios de comunicación y el ámbito deportivo.

Actualmente desarrolla su actividad en la gestión de contenidos, relaciones con medios y estrategia de comunicación para eventos deportivos internacionales, compaginando su trayectoria profesional con la formación en comunicación corporativa. Interesada en la evolución de la industria audiovisual, las nuevas narrativas y el impacto social de la comunicación, centra su trabajo en la creación de contenidos con perspectiva crítica e innovadora.



EGEDA protege y rentabiliza tus obras en YouTube



Desde EGEDA realizaremos las acciones necesarias para el bloqueo y retirada de los contenidos no autorizados

No dejes que otros se aprovechen de tus obras
Percibe los ingresos que generen tus contenidos



Promociona y rentabiliza tus obras a través de VEOCLIPS, un canal de YouTube especializado en cine en español

www.egeda.com

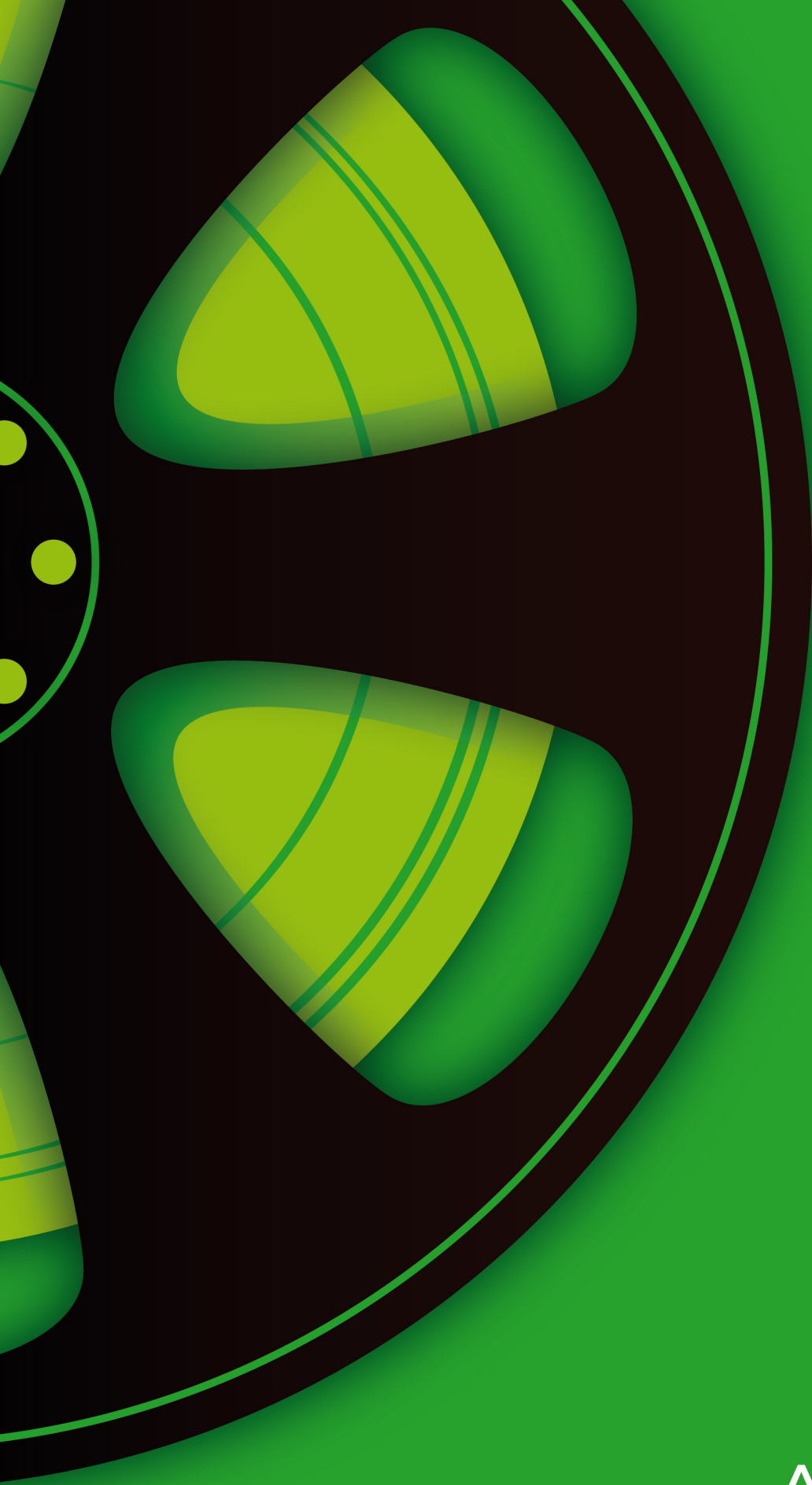


www.youtube.com/veoclips

... sólo tú decides qué hacer con tus obras

Para más información puedes ponerte en contacto con Octavio Dapena o Juan Alía a través del teléfono de EGEDA (91 512 16 10) o del correo octavio.dapena@egeda.com o juan.alia@egeda.com





ARTÍCULO 2

LE ESTÁS HABLANDO AL
LATINO EQUIVOCADO

ARTÍCULO 2

LE ESTÁS HABLANDO AL LATINO EQUIVOCADO

Por qué el mercado hispano en EE.UU no es lo que la industria cree que es, y qué implica una audiencia con un poder de compra de 3,78 billones de dólares

Manuel Martí



En un vuelo de Ciudad de México a Miami, me senté al lado de una latina -estadounidense hija de primera generación de inmigrantes mexicanos— de unos veinte años que miraba una serie mexicana en su iPad. El audio era en español. Los subtítulos, en inglés. No era un problema de idioma — simplemente lo prefería así. Ese detalle me quedó dando vueltas: una chica completamente dentro de su cultura, y al mismo tiempo completamente dentro de otra. Las dos, sin tensión. Sin elegir. Esa es la audiencia que la industria sigue leyendo mal.

LA DEMOGRAFIA QUE LO CAMBIA TODO

Sesenta y ocho millones de latinos viven en Estados Unidos. Eso representa el 20% de la población total, más que la población entera de España, Canadá o cualquier país latinoamericano excepto Brasil y México. Entre 2000 y 2024, la población latina de EE. UU. casi se duplicó, y los hispanos representaron el 56% del crecimiento poblacional total del país durante ese período, una proporción mayor que la de cualquier otro grupo racial o étnico.

Pero el número que debería frenar en seco a cualquier ejecutivo de contenido es este: 1 de cada 4 estadounidenses menores de 18 años es latino. El mercado joven - la audiencia que definirá el consumo de contenido durante las próximas tres décadas - es ya, estructuralmente, un mercado latino. Simplemente no está siendo tratado como tal.

En 2024, el 32% de todos los bebés nacidos en EE.UU. tuvieron al menos un padre o madre hispano. La edad mediana de los latinos en EE.UU. es 31 años, frente a los 39 de los blancos no hispanos. Más de la mitad de todos los latinos tiene menos de 34 años. Este no es un colectivo inmigrante envejecido que se asimila lentamente al mainstream. Es el *mainstream* en formación.

Población Latina en EE.UU. – Panorama 2025

Población latina total en EE.UU.	Participación en el crecimiento demográfico desde 2000	1 de cada 4 menores de 18 años en EE.UU. es latino	Edad mediana de los latinos en EE.UU.
68M	56%	4	31
20% de todos los estadounidenses	Mayor que cualquier otro grupo	25% del mercado joven	vs. 39 de los blancos no hispanos

Comparación de distribución por edad



Fuente: U.S. Census Bureau 2024; Pew Research Center 2024; Nielsen 2025

LA PARADOJA DEL IDIOMA

La mayor confusión que impulsa una estrategia de contenido ineficiente para los latinos de EE.UU. es equiparar idioma con cultura. El español no es el sistema operativo de la identidad latina en Estados Unidos. Para una supermayoría creciente, ni siquiera es el idioma principal.

Entre todos los latinos de 5 años en adelante, el 71% habla inglés con fluidez - frente al 59% en 1980. Entre los latinos nacidos en EE.UU. específicamente, esa cifra llega al 91%. La proporción de latinos que hablan español en el hogar ha caído al 57%, desde el 78% en el año 2000. Aproximadamente el 25% de los latinos no puede mantener una conversación en español, y entre este grupo, más de la mitad reporta haber sido avergonzada por otros latinos por ello.

Univision y Telemundo construyeron algo notable: una infraestructura de medios en español que sirvió a decenas de millones de familias inmigrantes durante décadas, ofreciendo noticias, cultura y conexión en un país donde esas cosas no existían en su idioma. Ese logro es real y no debe subestimarse. Pero la audiencia evoluciona más rápido que la infraestructura, y la brecha es estructural. Estas plataformas fueron diseñadas en torno a la generación inmigrante - y la sirvieron excelentemente bien. La generación siguiente, nacida en EE.UU. y ya anglohablante, cruzó otras puertas: TikTok, YouTube, Netflix, Spotify. No fue expulsada. Simplemente creció en otro lugar.

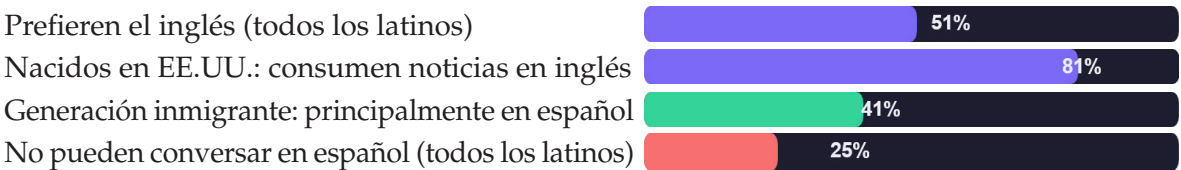
El español no está desapareciendo de la vida latina. Sigue siendo un marcador de identidad emocional, conexión familiar y orgullo cultural. Pero su rol está cambiando: de idioma operativo a idioma de herencia, del mismo modo que ocurrió con el italiano, el polaco y el alemán a lo largo de tres generaciones de inmigración europea. La diferencia es que la cultura latina no está siguiendo ese mismo camino de asimilación silenciosa. Está haciendo algo completamente distinto.

Cambio lingüístico a través de generaciones

Generación inmigrante	Nacidos en EE.UU. (Todos)	Niños latinos de 5 a 17 años
Dominio del inglés	Dominio del inglés	Dominio del inglés (2014)
37%	56%	4
Hablan español en el hogar	Hablan español en el hogar	Hablan español en el hogar (2000)
94%	57%	73%

El arco de tres generaciones: inmigrantes con predominio del español -> hijos bilingües -> nietos con predominio del inglés. Esa tercera generación es ahora el mayor grupo de latinos en EE.UU. - y está creciendo.

Preferencia de idioma para noticias y consumo de contenidos



Fuente: Pew Research Center 2024; U.S. Census ACS 2019; Pew News Consumption Survey 2024

COMO CONSUMEN CONTENIDO LOS LATINOS

El latino de EE.UU. es un consumidor digital-first, mobile-first y on-demand. No es una preferencia: es la marca de una generación. Una media de edad de 31 años significa que el núcleo de la audiencia latina creció con smartphones, streaming y redes sociales como infraestructura nativa.

Los latinos generan el 24% de las ventas de entradas de cine, el 29% del consumo diario de TV mobile y el 24% de las suscripciones de streaming. Su tasa de adopción en redes sociales supera a la de la población general de EE.UU. en siete de ocho plataformas medidas. Son un 32% más propensos que el promedio estadounidense a considerar los videojuegos como su principal entretenimiento, y el 71% ha escuchado o visto un podcast, con oyentes latinos respondiendo a publicidad a tasas del 34-42% por encima de los benchmarks no hispanos.

Los latinos jóvenes descubren contenido en TikTok y YouTube antes que en cualquier otra plataforma. Tienen el doble de probabilidad que sus pares no hispanos de comenzar búsquedas de productos en TikTok. Rotan sus suscripciones de streaming a ritmos propios de la Generación Z: se suscriben para ver un título específico y cancelan cuando terminan.

Frente a este poder de consumo, Hollywood asigna menos del 10% de los roles protagónicos de contenido scripted a latinos, y el 4% del presupuesto publicitario los alcanza directamente. La industria extrae valor de esta audiencia mientras la excluye sistemáticamente del contenido que está pagando por ver.

El mainstream se está fusionando con la identidad latina. El contenido que no lo refleja no solo está perdiendo una audiencia. Está perdiendo relevancia.

Consumo vs Representación – La brecha central

Lo que consumen los latinos		Como se representa a los latinos en pantalla	
Ventas de entradas de cine	24%	Roles protagónicos en TV y cine	8%
TV mobile diaria	29%	Episodios de streaming dirigidos	7,9%
Suscripciones de streaming	24%	Películas teatrales dirigidas	7%
Participación en la pob. total	20%	Presupuestos publicitarios asignados	4%

\$12 – 18 B

Ingresos anuales que Hollywood deja de capturar al no representar proporcionalmente a los latinos - estimación McKinsey. Una industria en contracción que ignora su mayor palanca de crecimiento.

Consumo en plataformas digitales – Sobre indexación latina

72%	7/8	63%	2x
Latinos mayores de 13 años que se identifican como gamers	Plataformas sociales donde los latinos sobre-indexan vs la población general	Latinos jóvenes que sienten que los medios actuales no les representan	Mayor probabilidad de iniciar búsquedas de productos en Tik Tok vs pares no hispanos

Fuentes: LDC U.S. Latinos in Media Report 2024; McKinsey; Nielsen; eMarketer 2024

LA CULTURA NO HIZO EL CROSSOVER. LO HIZO EL MAINSTREAM

Lo más importante que hay que entender sobre la cultura latina contemporánea en Estados Unidos es que no está pidiendo permiso para entrar al mainstream, lo está reescribiendo desde adentro.

Bad Bunny llena estadios cantando exclusivamente en español ante audiencias donde más del 40% no habla ese idioma. Ha sido el artista más escuchado en Spotify a nivel global durante tres años consecutivos. Su música no necesita hacer crossover - está en el centro y espera que todos los demás se acerquen. Cuando dijo “ahora todo el mundo quiere ser latino”, no fue una exageración. TikTok lo confirmó empíricamente: el “Latino-fishing” - creadores no latinos que adoptan estética, modos y hasta orígenes falsos latinos para ganar capital social - se convirtió en un fenómeno documentado y estudiado.

El regional mexicano explotó en 2024, con artistas como Peso Pluma alcanzando el Top 10 del Billboard Hot 100 cantando corridos en acento regional. El reggaeton, que los guardianes del negocio estadounidense desestimaron durante décadas como “intraducible”, es hoy uno de los sonidos definitorios del pop global. Ninguno de estos artistas necesitó una estrategia de crossover. El flujo fue en sentido contrario.

Pero la reconfiguración va mucho más allá de la música. El familismo latino — una orientación profunda hacia la familia que prioriza lo colectivo sobre lo individual — está remodelando patrones de comportamiento en EE.UU. de manera medible. Los estudiantes universitarios latinos eligen de manera desproporcionada escuelas a las que pueden llegar desde el hogar familiar, no como una limitación sino como una elección cultural deliberada para mantener la proximidad con los suyos. Este patrón impulsa el consumo económico local, la demanda de vivienda multigeneracional y la circulación intergeneracional de riqueza de maneras que los modelos demográficos agregados consistentemente subestiman.

La comida mexicana es la segunda cocina más consumida en Estados Unidos, y no se limita a los “restaurantes mexicanos.” Los sabores y los ingredientes de América Latina están integrados en el paladar americano a un nivel que ya no sorprende a nadie. La birria, el elote, el agua fresca y el chamoy no son una tendencia. Son una restructuración permanente de lo que los estadounidenses comen y de cómo esperan que su comida sepa.

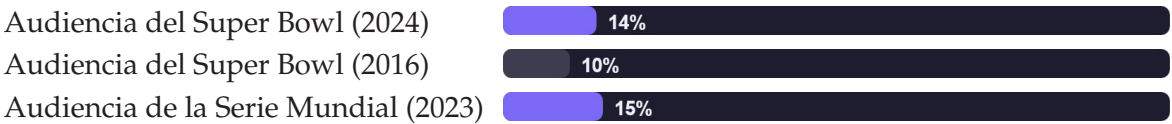
La incorporación al mainstream – Indicadores seleccionados

■ MUSIC	■ COMIDA	■ ESTRUCTURA FAMILIAR
Bad Bunny: #1 global en Spotify – 3 años consecutivos Cantando exclusivamente en español, con más del 40% de audiencia no hispanohablante. El regional mexicano y el reggaeton dominan los charts globales sin estrategia de crossover en inglés.	Mexicana: 2da cocina más consumida en EE.UU. Cilantro, jalapeño, aguacate y masa integrados en el fast-casual mainstream. Birria, elote, agua fresca y chamoy son ya productos de mercado masivo — no ofertas ‘étnicas’.	El familismo remodela vivienda, educación y consumo Los universitarios latinos eligen desproporcionadamente escuelas cerca del hogar familiar — una elección cultural deliberada, no una limitación. Impulsa consumo local y demanda de vivienda multigeneracional.

Ingresos de música latina – Arco de crecimiento en streaming EE.UU.

- 2015 – El streaming de música latina inicia su crecimiento explosivo
- 2017 – Despacito rompe el récord global en YouTube
- 2020 – Las ventas de música latina en EE.UU. superan los \$1B por primera vez
- 2022 – Un verano sin ti – El álbum más escuchado globalmente
- 2024 – El regional mexicano entra al Top 10 del Billboard Hot 100

Audiencia hispana en deportes - Evolución



Fanáticos latinos de la NFL (principios de 2025): 39 millones

Fuentes: Nielsen 2025; RIAA; Billboard; CNN 2025; NFL; Pew Research Center

EL COSTO DEL PUNTO CIEGO

Las cifras en esta intersección son vergonzosas para la industria.

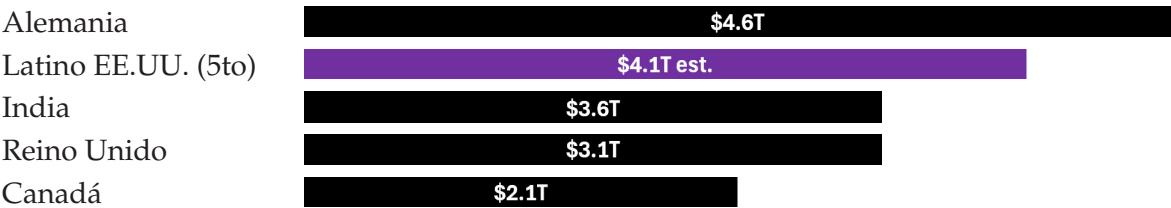
Según McKinsey, Hollywood deja de ganar entre 12.000 y 18.000 millones de dólares anuales al no representar proporcionalmente a los latinos en su contenido. El PIB latino de EE.UU. es de 3,2 billones de dólares — con proyección de 4,1 billones para 2025, lo que lo ubicaría quinto en el mundo, detrás de Alemania y por delante de India. El poder de compra latino alcanzó los 3,78 billones de dólares en 2024, con el gasto en suscripciones digitales creciendo al 12% interanual.

A pesar de esto, solo el 4% de los presupuestos publicitarios de EE.UU. se destina a esfuerzos orientados a latinos. El targeting que existe opera casi exclusivamente en español, alcanzando al segmento de la audiencia más establecido en sus hábitos y menos propenso a cambiar de plataforma. Mientras tanto, el latino joven y anglohablante — 24 años, streaming en inglés, seguidor de Bad Bunny y también de Sabrina Carpenter, asistente a cines a una tasa un 24% superior a su peso poblacional, sintiéndose completamente ignorado — está sistemáticamente desatendido por una industria que necesita crecer y lo tiene enfrente.

EL PESO ECONÓMICO

PIB Latino en EE.UU. (2023)	Poder de compra latino (2024)	Acceso a educación universitaria (2024)
\$3.2T	\$3.78T	46%
Proyectado en \$4.1T para 2025	+12% en suscripciones digitales interanual	Con algún nivel universitario – vs 36% en 2010

PIB latino de EE.UU. vs economías mundiales (proyección 2025)



La brecha en la industria del contenido

4%	\$12-18B	84%	+12%
Participación de los presupuestos publicitarios de EE.UU. destinados a esfuerzos orientados a latinos - pese a ser el 20% de la población y seguir creciendo.	Ingresos anuales que Hollywood no captura al no representar proporcionalmente a los latinos - McKinsey. Corregible. No corregido.	Latinos en EE.UU. que consumen principalmente contenido en inglés - pero la 'estrategia hispana' por defecto sigue siendo en español.	Crecimiento interanual del gasto latino en suscripciones digitales — la categoría discrecional de mayor crecimiento en el segmento.

Fuentes: Latino Donor Collaborative 2025; McKinsey; LDC U.S. Latinos in Media Report 2024; Refuel Agency 2026

LO QUE ESTO EXIGE DE LA INDUSTRIA

La industria de medios de EE.UU. falló en atender al latino que consume en inglés por un problema de oferta: construyó el producto equivocado, para la audiencia equivocada, y lo sigue haciendo.

Lo que hace falta es contenido en inglés con arquitectura cultural latina — historias donde la experiencia bicultural sea el estado natural del protagonista, y no un conflicto a resolver. Donde llamar a la madre en español mientras se habla con los amigos en inglés, o comer tamales en Navidad mientras se mira el partido de la NFL, simplemente ocurra. Sin exotismo, sin explicación, sin ser tratado como “un momento cultural.”

Y el deployment de ese contenido no puede ser uniforme en todas las plataformas — el gradiente de idioma importa tanto como el contenido en sí. TikTok e Instagram Reels, donde los latinos jóvenes descubren y comparten cultura, deben operar casi íntegramente en inglés: ahí vive la generación nacida en EE.UU., y es donde la influencia cultural se mueve más rápido. El drama vertical y la ficción corta siguen la misma lógica — la Generación Z mira sola, en el teléfono, en inglés, y no necesita traducción para sentirse latina. Los podcasts se dividen naturalmente: inglés para el alcance y el descubrimiento, español para la profundidad y la comunidad.

El streaming scripted está en el medio — series en inglés con textura bilingüe, diálogos en code-switching, español que no se explica porque la audiencia no lo necesita. La televisión abierta en español — Univision, Telemundo, la radio — sigue siendo la pantalla principal de la generación inmigrante, y es donde ocurre el momento de co-viewing: la sala donde una abuela y su nieta ven juntas el mismo programa, cada una entendiendo una mitad distinta. Ese stack intergeneracional no es un problema para resolver. Es una característica que vale la pena diseñar.

El “proof of concept” ya existe. *Wednesday* — showrunner latina, protagonista hispana - se convirtió en la serie en inglés más vista en la historia de Netflix. *On My Block* batió récords. *The Lincoln Lawyer* y *Only Murders in the Building* integran talento latino de manera prominente y están entre los títulos más vistos en sus respectivas plataformas. Un estudio de McKinsey encontró que las películas y series con talento latino superan consistentemente en rendimiento comercial a producciones comparables.

El camino por delante no consiste en crear un “carril hispano” de contenido. Consiste en reconocer que el mainstream ya se está fusionando con la identidad latina — en música, comida, lenguaje,

estructura familiar y consumo — y que el contenido que no lo refleja no solo está perdiendo una audiencia. Está perdiendo relevancia frente a la cultura que afirma representar.

La industria tiene un nombre para la audiencia
que necesita conquistar.
Sigue llamándola “el mercado hispano.”
Esa audiencia tiene su propio nombre: estadounidense.

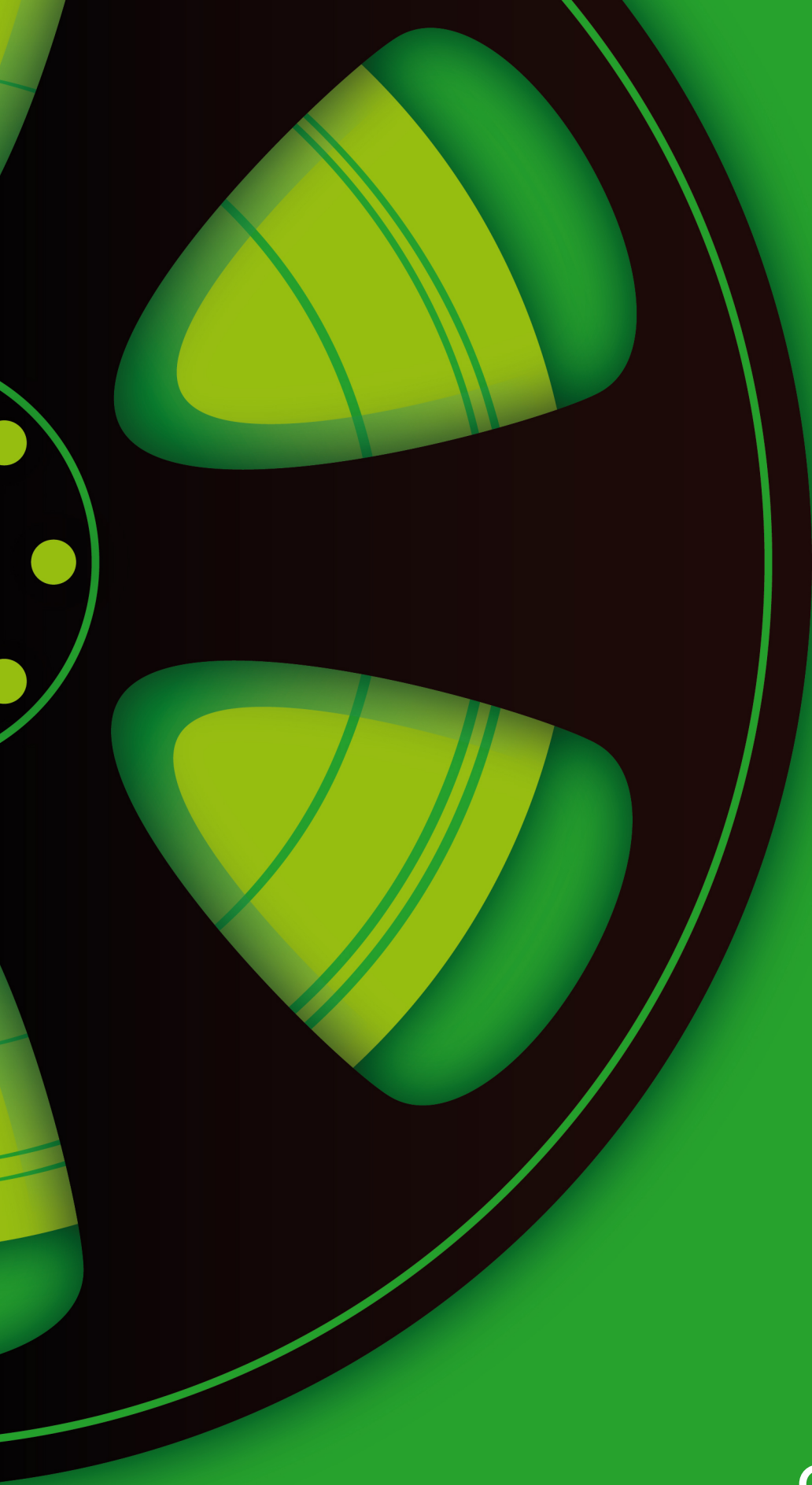


MANUEL MARTÍ

Productor y ejecutivo audiovisual.

Con una sólida trayectoria en desarrollo y producción de ficción en América Latina. Actualmente trabaja junto a Mariano Cohn y Gastón Duprat en el desarrollo de cine y series desde el Cohn-Duprat Film Office.

Fue Head of Fiction en Fremantle para Latinoamérica, donde lideró la estrategia de contenidos originales, coproducciones internacionales y alianzas regionales. Previamente formó parte de Polka Producciones, consolidando una experiencia integral en desarrollo, producción y posicionamiento de ficción para el mercado internacional.



CAPÍTULO I

PRODUCCIÓN CINEMATOGRAFICA
EN IBEROAMÉRICA

CAPÍTULO I

Producción cinematográfica en Iberoamérica

Por Departamento de Reparto de EGEDA

INTRODUCCIÓN

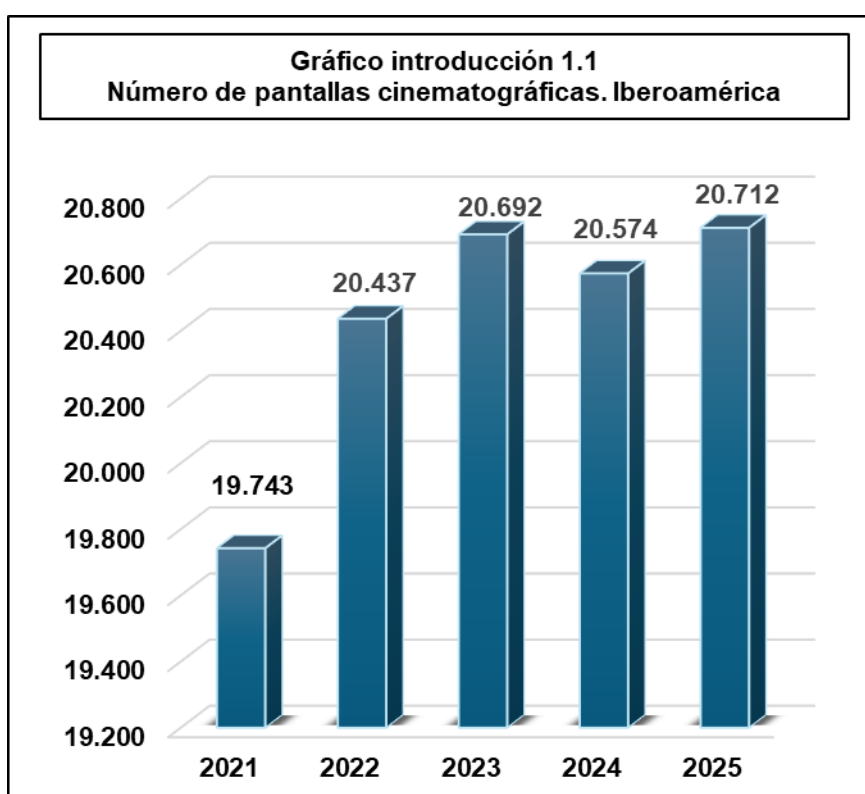
La exhibición cinematográfica en 2025 en Iberoamérica cuenta con más de 20.700 salas de cine en funcionamiento que posibilitaron el lanzamiento de 7.962 estrenos (753 más que en 2024), de los que 1.516 correspondieron a estrenos nacionales (19%).

Los ingresos de los cines iberoamericanos rebasan los 2.600 millones de dólares y la asistencia de espectadores a las salas suma 584,8 millones. La venta de entradas se redujo en casi 44 millones con respecto a 2024, lo que representa un 7% menos que en dicho año (cuadro introducción 1.1).

Cuadro Introducción 1.1						
Datos cinematográficos en Iberoamérica. Año 2025						
País	Pantallas	Estrenos		Espectadores		Ingresos (\$)
		Totales	Nacionales	Cine	Cine Nacional	
Argentina	978	546	246	33.549.535	2.860.962	184.291.037
Bolivia	140	269	11	5.806.086	46.673	32.934.808
Brasil	3.554	693	367	113.451.403	11.120.000	411.532.609
Chile	496	292	41	20.827.329	314.705	107.741.523
Colombia	1.262	408	77	49.550.000	747.588	153.278.739
Costa Rica	162	303	8	4.596.937	56.458	31.343.308
Ecuador	405	271	8	12.260.246	75.021	62.118.966
El Salvador	69	258	2	2.723.316	35.638	12.617.438
España	3.562	1.563	454	66.308.459	12.313.318	518.657.640
Guatemala	196	276	3	5.038.114	15.639	25.768.339
Honduras	130	251	4	2.846.924	10.108	10.810.091
México	7.512	575	109	199.324.505	9.108.776	761.498.001

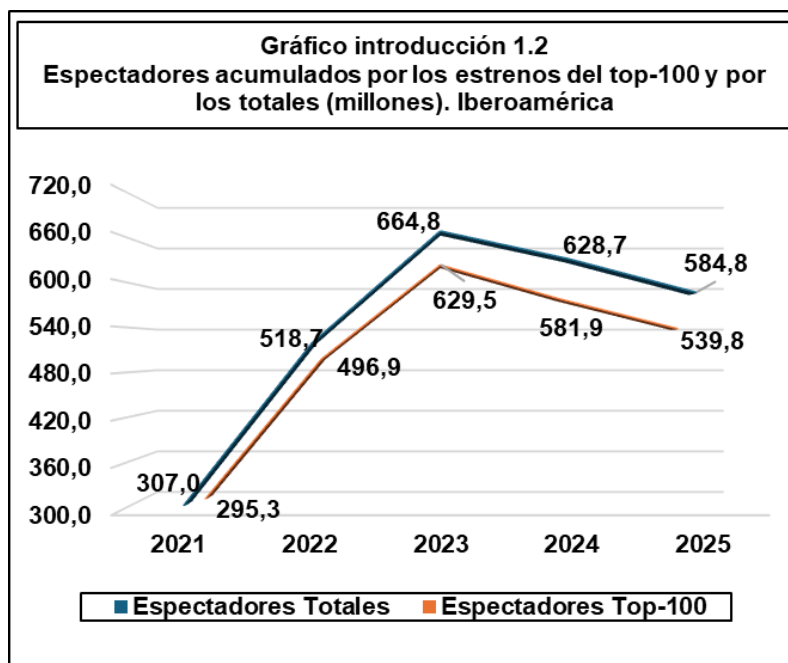
Nicaragua	45	206	0	1.101.886	0	5.591.565
Panamá	179	318	9	3.929.267	37.127	24.539.000
Paraguay	99	227	2	1.326.198	9.749	6.510.983
Perú	704	312	29	38.337.912	3.067.550	141.725.139
Portugal	562	406	54	10.891.604	229.455	79.686.915
R. Dominicana	180	268	38	3.037.119	587.943	16.946.820
Uruguay	99	298	29	2.141.725	22.604	15.756.624
Venezuela	378	222	25	7.846.652	61.424	23.595.656
Totales	20.712	7.962	1.516	584.895.217	40.720.738	2.626.945.202

La evolución de la capacidad de exhibición cinematográfica en el periodo 2021-2025 pone de manifiesto que, el rango de variación se sitúa en los últimos cuatros años entre 20.400 y 20.700 pantallas (gráfico introducción 1.1).



La recuperación de la actividad cinematográfica en el periodo postpandemia en Iberoamérica es significativa hasta 2023. A partir de 2024 se aprecia una ligera reducción de la venta de entradas en las salas de cine y esta disminución tiene continuidad en 2025 (gráfico introducción 1.2).

En cuanto a la relación del número de espectadores totales y espectadores acumulados por el top-100 en los 19 países analizados, se pone de manifiesto una reducción progresiva del peso de los espectadores en los 100 estrenos cinematográficos con más éxito. En 2021, esta cuota de espectadores del top-100 representa el 96,2% sobre el total de asistentes a las salas y en 2025 este porcentaje se sitúa en el 92,3%.



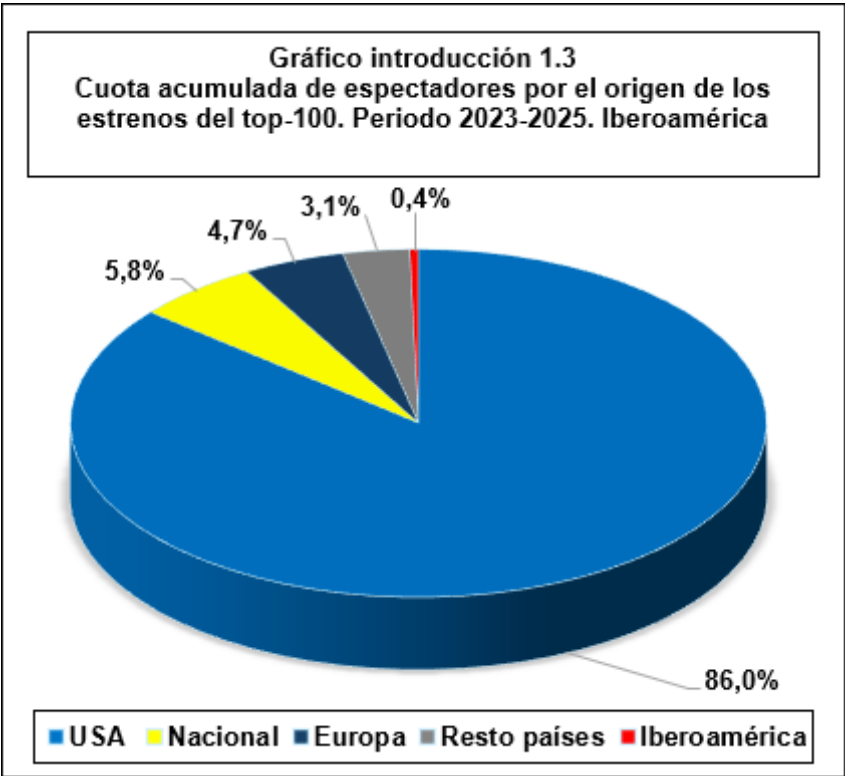
La distribución de espectadores acumulados por los estrenos del top-100 por su origen, refrenda el dominio del cine USA con el 85% del total de espectadores. El cine nacional representa el 6,2%, el cine de otros países el 4,5%, el cine europeo el 4,2% y el iberoamericano tan solo el 0,2% (cuadro introducción 1.2).

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

ESPECTADORES						
Origen	2023	%	2024	%	2025	%
USA	561.531.473	89,2	486.877.608	83,7	458.657.448	85,0
Nacional	33.625.338	5,3	34.687.063	6,0	33.523.192	6,2
Iberoamérica	3.636.508	0,6	2.690.675	0,5	999.729	0,2
Europa	18.859.603	3,0	40.601.992	7,0	22.478.515	4,2
Resto países	11.886.572	1,9	17.099.883	2,9	24.172.466	4,5
Total	629.539.494		581.957.221		539.831.350	

INGRESOS						
Origen	2023	%	2024	%	2025	%
USA	2.402.454.655	88,5	2.080.789.836	82,9	2.043.889.397	84,6
Nacional	157.206.564	5,8	162.124.559	6,5	156.807.851	6,5
Iberoamérica	12.809.039	0,5	10.930.457	0,4	6.683.379	0,3
Europa	83.542.281	3,1	188.515.641	7,5	105.072.691	4,3
Resto países	57.410.436	2,1	68.203.947	2,7	103.430.876	4,3
Total	2.713.422.979		2.510.564.440		2.415.884.194	

El gráfico introducción 1.3 refleja la prevalencia del cine estadounidense frente al resto de cinematografías, en el trienio 2023-2025, con el 86% del total de espectadores. El cine iberoamericano (nacional y no nacional) suma un porcentaje conjunto del 6,2%, el europeo el 4,7% y el cine del resto de países el 3,1%. (gráfico introducción 1.3).

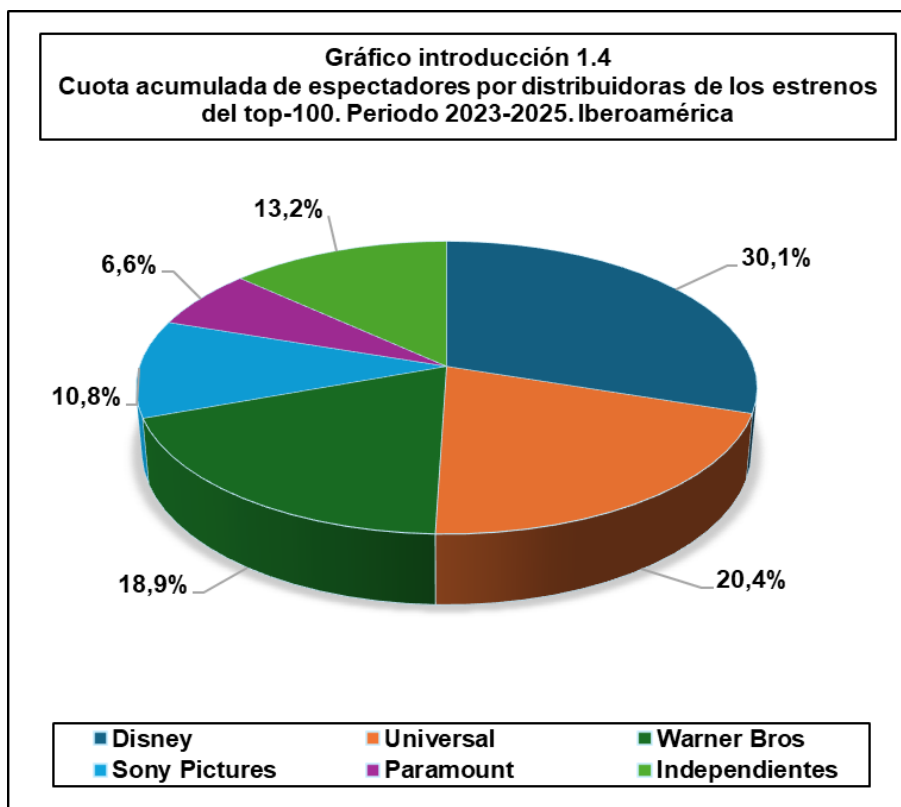


La distribución de los estrenos más exitosos en los cines de Iberoamérica está dominada por los Estudios americanos (cuadro introducción 1.3). La cuota de espectadores conjunta supera el 89% y los estudios con más entradas vendidas son Disney (196,5 millones), Warner (116 millones), Universal (92,7 millones), Sony (45,5 millones) y Paramount (29,4 millones). Las distribuidoras independientes obtuvieron una cuota del 11% (59,4 millones de espectadores).

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

Distribuidora	2023	%	2024	%	2025	%
Disney	123.345.101	19,6	200.080.220	34,4	196.577.742	36,4
Universal	173.382.182	27,5	95.699.576	16,4	92.760.936	17,2
Warner Bros.	137.242.132	21,8	78.819.020	13,5	116.075.409	21,5
Sony Pictures	57.057.723	9,1	86.342.914	14,8	45.556.336	8,4
Paramount	45.567.371	7,2	41.123.717	7,1	29.452.461	5,5
Independientes	92.944.985	14,8	79.891.774	13,7	59.408.466	11,0
Total	629.539.494		581.957.221		539.831.350	

El gráfico introducción 1.4 pone de manifiesto que, en el trienio 2023-2025, los Estudios americanos aglutinaron el 86,8% del total de espectadores de los estrenos del top-100 y las distribuidoras independientes el 13,2% restante. Las productoras con más éxito en dicho periodo son Disney (30,1%) y Universal (20,4%).



La distribución de los estrenos presentes en el top-100 de 2025, por su origen, refleja que casi el 71% son lanzamientos estadounidenses, el 13% europeos, el 9,5% son lanzamientos del resto de países y solo el 6,6% son iberoamericanos (nacionales y no nacionales).

Los títulos que corresponden con los 1.900 estrenos analizados suman 285, y en este caso, el 39,3% son producciones americanas, el 37,2% son iberoamericanas y el 13% son producciones europeas (cuadro introducción 1.4)

El porcentaje de coproducción de los títulos iberoamericanos se sitúa en el 28,3% (30 títulos) y de estos títulos, el 56,7% son coproducciones exclusivamente entre países iberoamericanos (17 títulos). El porcentaje de coproducción de los títulos del resto de países (USA, Europa y otros) se sitúa en el 29,1% (52 títulos).

<i>Cuadro Introducción 1.4</i>						
<i>Distribución de estrenos y títulos del top-100 por su origen.</i>						
<i>Iberoamérica</i>						
<i>Estrenos</i>						
Origen	2023		2024		2025	
	Total	%	Total	%	Total	%
USA	1.476	73,8	1.263	66,5	1.347	70,9
Iberoamérica	200	10,0	183	9,6	125	6,6
Europa	181	9,1	267	14,1	247	13,0
Resto países	143	7,2	187	9,8	181	9,5
Total	2.000		1.900		1.900	
<i>Títulos</i>						
Origen	2023		2024		2025	
	Total	%	Total	%	Total	%
USA	122	38,0	120	35,8	112	39,3
Iberoamérica	123	38,3	130	38,8	106	37,2
Europa	48	15,0	53	15,8	37	13,0
Resto países	28	8,7	32	9,6	30	10,5
Total	321		335		285	
<i>Distribución de los títulos del top-100 por el tipo de producción</i>						
<i>Tipo de producción de los títulos iberoamericanos</i>						
Tipo	2023		2024		2025	
	Total	%	Total	%	Total	%
No coproducción	94	76,4	97	74,6	76	71,7
Coproducción	29	23,6	33	25,4	30	28,3
Total	123		130		106	
<i>Tipo de producción de los títulos del resto de países</i>						
Tipo	2023		2024		2025	
	Total	%	Total	%	Total	%
No coproducción	135	68,2	117	57,1	127	70,9
Coproducción	63	31,8	88	42,9	52	29,1
Total	198		205		179	
<i>Tipo de coproducciones de los títulos iberoamericanos</i>						
Tipo	2023		2024		2025	
	Total	%	Total	%	Total	%
Iberoamericanas	20	69,0	15	45,5	17	56,7
Con otros países	9	31,0	18	54,5	13	43,3
Total	29		33		30	

La distribución de los títulos de estreno por géneros en 2025 refleja el dominio de la ficción con imagen real, con un porcentaje del 80% del total de títulos, respecto al 13,3% del género de la animación y del 6% del total de documentales. Estos porcentajes son proporcionales en cuanto a las entradas vendidas y los ingresos en la taquilla, puesto que la ficción supera ligeramente el 80% en ambos parámetros y la animación supera el 17% y 16%, respectivamente (cuadro introducción 1.5).

Cuadro introducción 1.5

Distribución de los títulos de estreno del top-100 por géneros de producción en Iberoamérica. Año 2025

Género	Títulos	%	Espectadores	%	Ingresos (\$)	%
Ficción	228	80,0	445.331.476	82,5	2.005.529.196	83,0
Animación	38	13,3	92.856.812	17,2	401.307.249	16,6
Documentales	17	6,0	1.611.703	0,3	8.972.314	0,4
Otros	2	0,7	31.359	0,0	75.435	0,0
Total	285		539.831.350		2.415.884.194	

En el trienio 2023-2025 las distribuidoras de los Estudios americanos promediaron más de 1.200 estrenos, correspondientes a 109 títulos y las distribuidoras independientes obtuvieron una media de 723 lanzamientos en dicho periodo, pertenecientes a 206 títulos.

Las distribuidoras independientes operativas en el trienio 2023-2025 se situaron en torno a 81 empresas, de las cuales, 67 (82,7%) estrenaron un solo título en un país (cuadro introducción 1.6).

Cuadro introducción 1.6

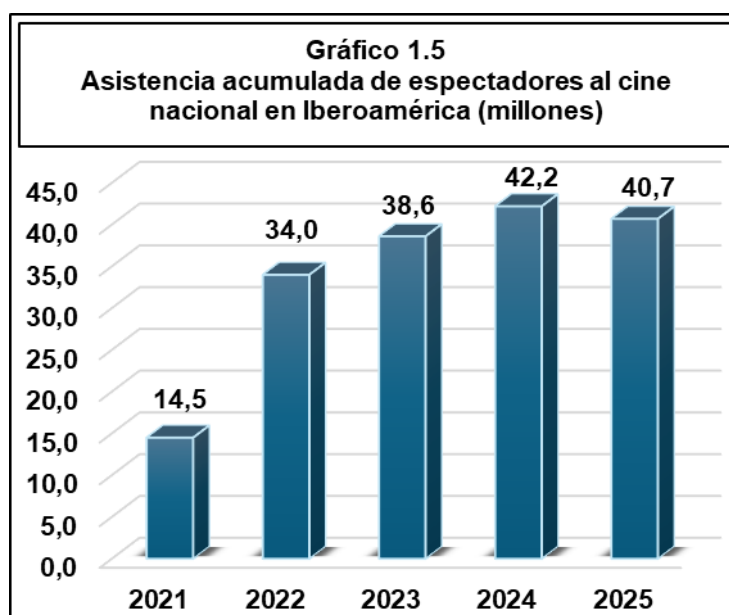
Distribuidoras de los estrenos del top-100. Iberoamérica

Año	Estudios			Independientes		
	Número	Estrenos	Títulos	Número	Estrenos	Títulos
2023	5	1.223	111	86	777	210
2024	5	1.087	108	78	813	230
2025	5	1.321	108	80	579	177
Promedio	5	1.210	109	81	723	206

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
2023	73	3	1	6	1	2
2024	63	3	3	7	2	0
2025	64	7	3	4	2	0
Promedio	67	4	2	6	2	1

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 pasa al mínimo de 14,5 millones en 2021. En 2024 esta cifra se sitúa en 42,2 millones de espectadores y en 2025 en 40,7 millones (gráfico introducción 1.5).



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 48,4% en 2025 y en el trienio 2023-2025 este promedio se sitúa en un 49,6% (cuadro introducción 1.7)

Los países con mayor concentración del éxito de los estrenos del top-10 en 2025 son Guatemala (58,2%), Nicaragua (56,1%), El Salvador (54,7%), Venezuela (54,2%) y Paraguay (54%). En el extremo contrario, los países con una mayor distribución de la popularidad del ranking de los 10 estrenos con más éxito son (España 33%), Portugal (34,2%) y Perú (41,4%).

En el periodo 2023-2025, los países con una mayor concentración de espectadores en el top-10 de estrenos son Guatemala (58%), El Salvador (55,9%), Paraguay (55,9%) y Nicaragua (55,5%). En el extremo contrario están España (35,1%) y Portugal (37,7%).

Cuadro introducción 1.7

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

N.	País	2023	2024	2025	Promedio
1	Argentina	47,1	56,0	49,0	50,7
2	Bolivia	45,3	53,9	50,1	49,8
3	Brasil	46,2	49,7	44,4	46,8
4	Chile	52,0	57,4	52,8	54,1
5	Colombia	44,2	49,6	46,6	46,8
6	Costa Rica	51,1	59,3	48,3	52,9
7	Ecuador	45,7	52,3	49,4	49,1
8	El Salvador	53,5	59,6	54,7	55,9
9	España	35,1	37,2	33,0	35,1
10	Guatemala	53,7	62,2	58,2	58,0
11	Honduras	50,2	55,6	52,4	52,7
12	México	39,6	45,2	42,8	42,5
13	Nicaragua	53,1	57,2	56,1	55,5
14	Panamá	46,5	48,7	51,7	49,0

15	Paraguay	54,3	59,5	54,0	55,9
16	Perú	40,5	43,9	41,4	41,9
17	Portugal	38,3	40,7	34,2	37,7
18	R. Dominicana	49,4	55,7	45,2	50,1
19	Uruguay	50,0	56,5	49,7	52,1
20	Venezuela	51,6	57,9	54,2	54,6
	Promedio	47,4	52,9	48,4	49,6

El estreno con más éxito en 2025 en Iberoamérica es la producción de animación estadounidense *Lilo y Stitch*. El dominio de esta obra es inapelable, puesto que en los 20 países analizados se situó en el top-1 (cuadro introducción 1.8). Los mercados en los que este lanzamiento acumula más popularidad es México (17,3 millones de espectadores), Brasil (10,4 millones) y Colombia (5,2 millones).

<i>Cuadro introducción 1.8</i>			
<i>Top-1 cinematográfico en cada país. Año 2025. Iberoamérica</i>			
País estreno	Título	Origen	Espectadores
Argentina	Lilo y Stitch	USA	3.684.708
Bolivia	Lilo y Stitch	USA	446.320
Brasil	Lilo y Stitch	USA	10.471.491
Chile	Lilo y Stitch	USA	2.461.721
Colombia	Lilo y Stitch	USA	5.253.995
Costa Rica	Lilo y Stitch	USA	546.588
Ecuador	Lilo y Stitch	USA	1.431.359
El Salvador	Lilo y Stitch	USA	321.671
España	Lilo y Stitch	USA	3.829.674
Guatemala	Lilo y Stitch	USA	704.769
Honduras	Lilo y Stitch	USA	334.248
México	Lilo y Stitch	USA	17.370.843
Nicaragua	Lilo y Stitch	USA	150.183
Panamá	Lilo y Stitch	USA	442.095
Paraguay	Lilo y Stitch	USA	182.099
Perú	Lilo y Stitch	USA	2.961.814
Portugal	Lilo y Stitch	USA	667.118
R. Dominicana	Lilo y Stitch	USA	392.645
Uruguay	Lilo y Stitch	USA	256.660
Venezuela	Lilo y Stitch	USA	1.048.655

En cuanto al top-1 del cine nacional de cada país, representado en el cuadro introducción 1.9, tan solo cuatro estrenos estuvieron presentes en el top-10 cinematográfico de 2025: *Homo Argentum* (Argentina), *Padre no hay más que uno 5* (España), *Chavín de Huántar, el rescate del siglo* (Perú) y *Los Rechazados* (República Dominicana). Otros dos lanzamientos estuvieron dentro del top-20 de obras con más éxito: *O auto da compadecida 2* (Brasil) y *Maikol Yordan regresa... A clases* (Costa Rica).

Los estrenos que registraron un mayor número de espectadores son: *O auto da compadecida 2* en Brasil (2,9 millones), *Padre no hay más que uno 5* en España (2 millones), *Mesa de regalos* en México (1,9 millones), *Homo Argentum* en Argentina (1,8 millones) y *Chavín de Huántar, el rescate del siglo* en Perú (1,5 millones).

Cuadro introducción 1.9				
Top-1 del cine nacional en cada país. Año 2025. Iberoamérica				
País estreno	Título	Origen	Espectadores	Top
Argentina	Homo Argentum	Argentina, España	1.802.990	3
Bolivia	Un milagro de Navidad en La Paz	Bolivia	19.056	42
Brasil	O auto da compadecida 2	Brasil	2.960.071	12
Chile	Eterno: 100 años de Colo-Colo	Chile	95.092	37
Colombia	Un poeta	Colombia, Alemania	253.759	36
Costa Rica	Maikol Yordan regresa... A clases	Costa Rica	49.036	20
Ecuador	El fantasma de mi ex	Ecuador	38.004	43
El Salvador	Mojados en Navidad	El Salvador	22.907	24
España	Padre no hay más que uno 5	España	2.043.434	6
Guatemala	Terror eterno	Guatemala, España	11.014	51
Honduras	90 minutos	Honduras	3.157	75
México	Mesa de regalos	México, Argentina	1.996.937	26
Nicaragua	*	*	*	*
Panamá	Hijo de Tigre y Mula	Panamá, Colombia	18.456	39
Paraguay	Bajo las banderas, el sol	Paraguay, Argentina	7.589	35
Perú	Chavín de Huántar, el rescate del siglo	Perú	1.530.477	4
Portugal	O pátio da Saudade	Portugal	69.562	41
R. Dominicana	Los Rechazados	R. Dominicana	158.875	2
Uruguay	Montevideo inolvidable	Uruguay	5.388	56
Venezuela	Un viaje de película	Venezuela	12.190	63

El cine iberoamericano no nacional estuvo presente en el top-100 de once de los 19 países analizados (cuadro introducción 1.10). Los largometrajes con más éxito más allá de sus fronteras son la película brasileña *Ainda estou aqui* (5 países) y la argentina *Homo Argentum* (3 países).

Los mejores registros de taquilla los consigue la producción brasileña en Portugal (385.618 espectadores) y España (141.023 espectadores) y la película argentina en Uruguay (110.281 espectadores).

Cuadro introducción 1.10			
Top-1 del cine iberoamericano en cada país. Año 2025. Iberoamérica			
País estreno	Título	Origen	Espectadores
Argentina	Ainda estou aqui	Brasil, Francia	77.161
Bolivia	*	*	*
Brasil	*	*	*
Chile	Homo Argentum	Argentina, España	18.218
Colombia	Ainda estou aqui	Brasil, Francia	39.870
Costa Rica	*	*	*
Ecuador	El Apocalipsis de San Juan	Argentina	19.456
El Salvador	Kit de Santidad	México	2.109
España	Ainda estou aqui	Brasil	141.023
Guatemala	*	*	*
Honduras	*	*	*
México	*	*	*
Nicaragua	Kit de Santidad	México	2.136

Panamá	*	*	*
Paraguay	Homo Argentum	Argentina, España	4.388
Perú	*	*	*
Portugal	Ainda estou aqui	Brasil, Francia	385.618
Uruguay	Homo Argentum	Argentina, España	110.281
Venezuela	Ainda estou aqui	Brasil, Francia	5.903

Los estrenos europeos que acaparan el mayor éxito en 2025 en Iberoamérica son la producción letona de animación *Flow, un mundo que salvar* (10 países) y la película británica *Cónclave* (6 países). En el top-1 europeo también figuran las británicas *Paddington: Aventura en la selva* y *28 años después*.

Lo mejores datos de espectadores para la primera se consiguen en México (2 millones de espectadores) y para la segunda en España (796.315) y Brasil (725.884). Hay que constatar también el éxito en Perú del estreno británico *Paddington: Aventura en la selva*, con 1,1 millones de espectadores (cuadro introducción 1.11)

Cuadro introducción 1.11

Top-1 del cine europeo en cada país. Año 2025. Iberoamérica

País estreno	Título	Origen	Espectadores
Argentina	Flow, un mundo que salvar	Letonia, Francia	262.278
Bolivia	Flow, un mundo que salvar	Letonia, Francia	53.338
Brasil	Cónclave	R. Unido, USA	725.884
Chile	Flow, un mundo que salvar	Letonia, Francia	357.437
Colombia	Flow, un mundo que salvar	Letonia, Francia	335.538
Costa Rica	Flow, un mundo que salvar	Letonia, Francia	37.201
Ecuador	Flow, un mundo que salvar	Letonia, Francia	127.856
El Salvador	Flow, un mundo que salvar	Letonia, Francia	17.554
España	Cónclave	R. Unido, USA	796.315
Guatemala	Flow, un mundo que salvar	Letonia, Francia	23.034
Honduras	28 años después	R. Unido	11.003
México	Flow, un mundo que salvar	Letonia, Francia	2.087.343
Nicaragua	Cónclave	R. Unido, USA	4.411
Panamá	Cónclave	R. Unido, USA	13.411
Paraguay	Cónclave	R. Unido, USA	10.163
Perú	Paddington: Aventura en la selva	R. Unido, Francia	1.144.302
Portugal	Paddington: Aventura en la selva	R. Unido, Francia	137.470
Uruguay	Cónclave	R. Unido, USA	22.639
Venezuela	Flow, un mundo que salvar	Letonia, Francia	46.806

El éxito del cine de otros países está monopolizado por la película de animación japonesa *Guardianes de la Noche 4* (cuadro introducción 1.12). Los mejores de datos de taquilla se encuentran en México (4,6 millones de espectadores), Brasil (2,3 millones), Colombia (1,4 millones) y Perú (1 millón).

<i>Cuadro introducción 1.12</i>			
<i>Top-1 del cine de otros países en cada país. Año 2025. Iberoamérica</i>			
País estreno	Título	Origen	Espectadores
Argentina	Guardianes de la Noche 4	Japón	645.633
Bolivia	Guardianes de la Noche 4	Japón	202.356
Brasil	Guardianes de la Noche 4	Japón	2.335.100
Chile	Guardianes de la Noche 4	Japón	829.497
Colombia	Guardianes de la Noche 4	Japón	1.424.524
Costa Rica	Guardianes de la Noche 4	Japón	183.943
Ecuador	Guardianes de la Noche 4	Japón	391.897
El Salvador	Guardianes de la Noche 4	Japón	145.220
España	Guardianes de la Noche 4	Japón	851.560
Guatemala	Guardianes de la Noche 4	Japón	208.344
Honduras	Guardianes de la Noche 4	Japón	108.297
México	Guardianes de la Noche 4	Japón	4.601.903
Nicaragua	Guardianes de la Noche 4	Japón	65.375
Panamá	Guardianes de la Noche 4	Japón	162.169
Paraguay	Guardianes de la Noche 4	Japón	61.500
Perú	Guardianes de la Noche 4	Japón	1.065.568
Portugal	Guardianes de la Noche 4	Japón	127.505
Uruguay	Guardianes de la Noche 4	Japón	35.914
Venezuela	Guardianes de la Noche 4	Japón	283.832

PANORAMA CINEMATOGRAFICO EN PAÍSES IBEROAMERICANOS



ARGENTINA

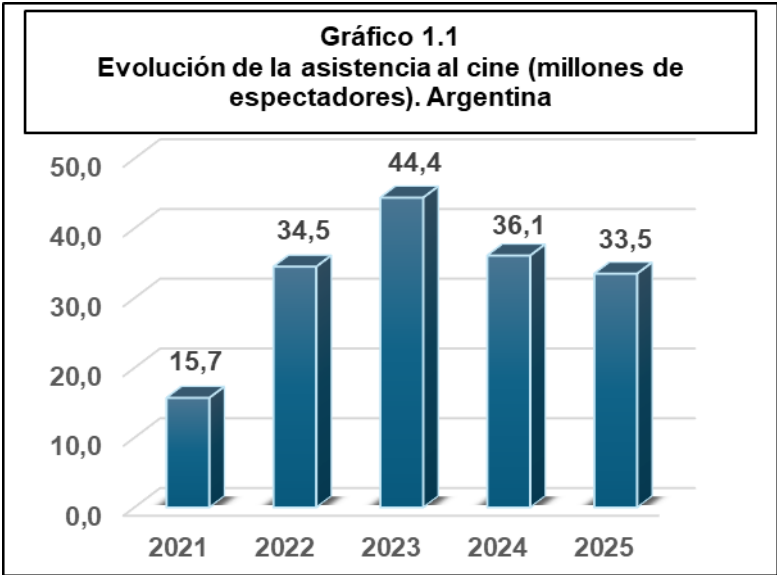
Los cines argentinos en 2025 suman una asistencia de 33,5 millones de espectadores y recaudan 184,2 millones de dólares. La venta de entradas se reduce en 2,6 millones con respecto a 2024 (cuadro 1.1).

La audiencia anual se sitúa en 0,7 películas por habitante y el importe medio de la entrada asciende a 5,2 dólares. El número de estrenos nacionales representa el 45% y el cine argentino obtiene una cuota de mercado del 8,5%.

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 15,7 en 2021 (gráfico 1.1).

Cuadro 1.1
Panorama cinematográfico en Argentina

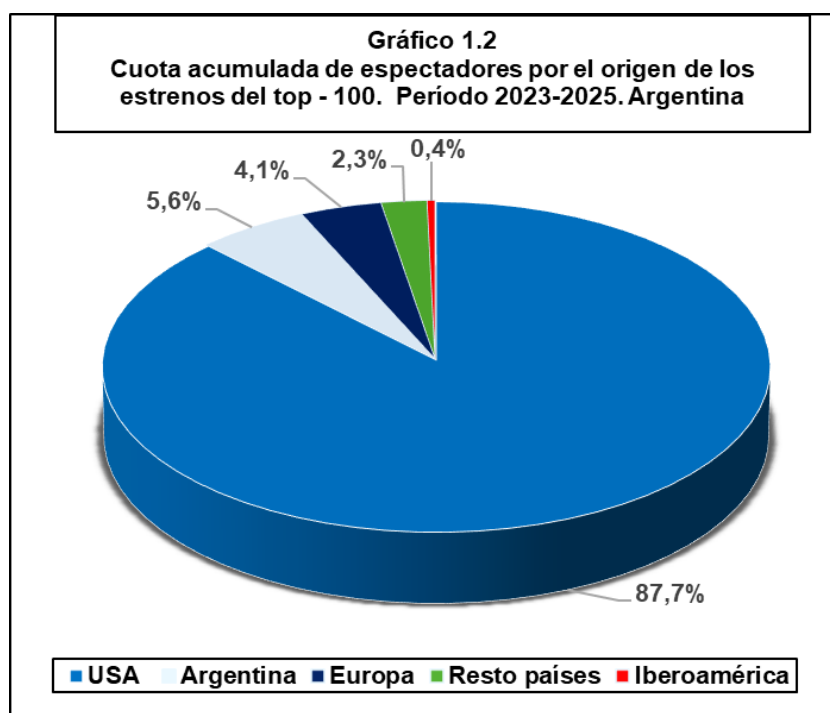
Concepto	2021	2022	2023	2024	2025
Población (millones)	45,8	46,2	46,6	47,0	47,8
Número de pantallas de cine	965	943	954	954	978
Ingresos cine (millones USD)	60,2	165,8	206,6	165,7	184,2
Espectadores cine (millones)	15,7	34,5	44,4	36,1	33,5
Espectadores cine nacional (millones)	0,27	2,83	3,44	1,10	2,86
Cuota de mercado cine nacional (%)	1,9	8,2	7,8	3,1	8,5
Número de estrenos totales	327	415	420	550	546
Número de estrenos extranjeros	143	211	222	309	300
Número de estrenos nacionales	184	204	204	241	246
Asistencia anual por habitante	0,3	0,7	0,9	0,8	0,7
Importe entrada al cine (USD)	3,7	4,6	5,0	4,5	5,2



La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en 2025 en un 85,2% del total de espectadores, la del cine nacional en un 8,2%, la cuota del cine de otros países en el 3,2% y la del cine europeo en el 3,1% (cuadro 1.2).

Cuadro 1.2						
Distribución por el origen de los estrenos del top-100. Argentina						
ESPECTADORES						
Origen	2023	%	2024	%	2025	%
USA	37.004.473	89,3	29.363.653	88,4	26.334.669	85,2
Argentina	2.793.176	6,7	654.675	2,0	2.523.714	8,2
Iberoamérica	236.661	0,6	79.380	0,2	77.161	0,2
Europa	717.200	1,7	2.432.355	7,3	959.603	3,1
Resto países	675.674	1,6	682.558	2,1	996.510	3,2
Total	41.427.184		33.212.621		30.891.657	
INGRESOS						
Origen	2023	%	2024	%	2025	%
USA	176.642.120	88,4	135.867.548	88,5	150.234.160	86,4
Argentina	14.577.835	7,3	2.939.920	1,9	12.984.605	7,5
Iberoamérica	1.042.146	0,5	390.011	0,3	418.324	0,2
Europa	4.229.772	2,1	11.964.263	7,8	5.220.879	3,0
Resto países	3.268.931	1,6	2.385.273	1,6	5.106.955	2,9
Total	199.760.804		153.547.015		173.964.923	

La cuota acumulada de espectadores en el trienio 2023-2025 refleja el dominio del cine USA, con un 87,7% del mercado, seguido del cine argentino con un 5,6% y del cine europeo con un 4,1% (gráfico 1.2).

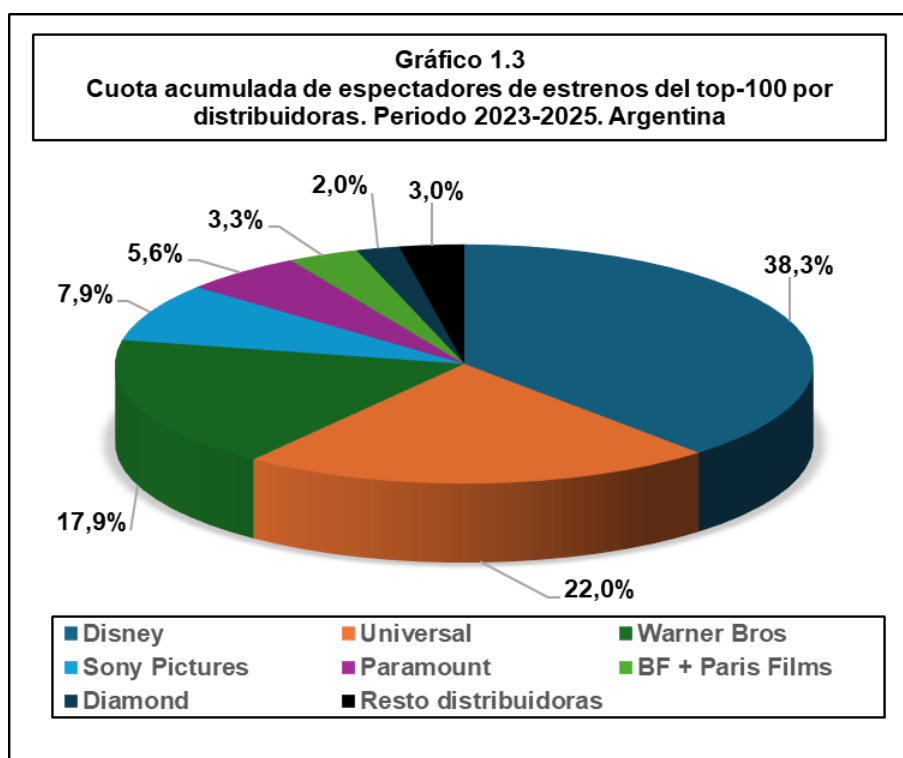


Las distribuidoras americanas, en 2025 representan en el top-100 una cuota conjunta de espectadores del 94,7% y las independientes el 5,3% restante (cuadro 1.3). Los Estudios con más entradas vendidas son Disney (13,9 millones), Warner (6,8 millones) y Universal (5,1 millones).

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

Distribuidora	2023	%	2024	%	2024	%
Disney	10.412.611	25,1	14.867.166	44,8	13.935.074	45,1
Universal	11.798.265	28,5	6.865.095	20,7	5.153.343	16,7
Warner Bros	8.713.108	21,0	3.478.453	10,5	6.815.013	22,1
Sony	2.879.908	7,0	3.808.962	11,5	1.605.536	5,2
Paramount	2.587.771	6,2	1.627.911	4,9	1.730.568	5,6
Diamond	641.408	1,5	962.964	2,9	427.787	1,4
BF + Paris Films	2.108.447	5,1	568.258	1,7	916.686	3,0
Digicine	679.738	1,6	93.103	0,3	137.393	0,4
Imagem	98.911	0,2	529.299	1,6	67.547	0,2
Moving Pigs	0	0,0	0	0,0	53.445	0,2
Impacto Cine	0	0,0	35.152	0,1	0	0,0
Angel Studios	1.084.494	2,6	0	0,0	0	0,0
Resto distribuidoras	422.523	1,0	376.258	1,1	49.265	0,2
Total	41.427.184		33.212.621		30.891.657	

En el trienio 2023-2025, el porcentaje de espectadores acumulado por las *Majors* se sitúa en un 91,7% y el de las independientes en el 8,3% restante (gráfico 1.3). Las distribuidoras con más cuota de mercado son Disney (38,3%) y Universal (22%). Entre las independientes destacan BF+Paris Films (3,3%) y Diamond (2%).



En 2025, el ranking de taquilla está liderado por la película estadounidense *Lilo y Stitch* con 3,6 millones de espectadores, seguida de *Una película de Minecraft*, y de la producción argentina *Homo Argentum* (Mariano Cohn, Gastón Duprat), ambas con 1,8 millones de espectadores cada una. Los estrenos del top-10 provienen de Estados Unidos, salvo la mencionada obra nacional (cuadro 1.4).

Cuadro 1.4
Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2025. Argentina

N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Lilo y Stitch	USA	3.684.708	22.101.805
2	Una película de Minecraft	USA	1.817.066	11.507.001
3	Homo Argentum	Argentina, España	1.802.990	9.425.108
4	Expediente Warren: El último rito	USA	1.704.354	8.518.657
5	Jurassic World: El renacer	USA	1.562.187	9.202.710
6	Cómo entrenar a tu dragón	USA	1.412.063	8.367.394
7	Zootrópolis 2	USA	1.383.244	7.257.715
8	Mufasa: El rey León	USA, Canadá	1.152.201	7.025.893
9	Sonic 3: la película	USA, Japón	1.083.356	6.392.833
10	F1: La película	USA	831.071	4.918.917

En el *ranking* nacional, la producción con más éxito es *Homo Argentum*, con un dominio significativo sobre el resto de los estrenos de cine argentino. La comedia *Mazel Tov* (Adrián Suar) se sitúa en segundo lugar con casi 360.000 espectadores y la película dramática *Belén* (Dolores Fonzi) en tercer lugar, con más de 135.000 espectadores. En este *ranking*, hay seis películas íntegramente argentinas, dos en coproducción con España, una con México y otra con Bélgica (cuadro 1.5).

Cuadro 1.5
Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Año 2025. Argentina

N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Homo Argentum	Argentina, España	1.802.990	9.425.108
2	Mazel Tov	Argentina	358.875	2.011.672
3	Belén	Argentina	137.393	509.487
4	El novio de mamá	Argentina	75.763	385.920
5	Una muerte silenciosa	Argentina	45.983	239.861
6	La mujer de la fila	Argentina, España	30.451	134.872
7	Tesis sobre una domesticación	Argentina, México	24.898	91.054
8	1978	Argentina	24.367	79.244
9	La muerte de un comediante	Argentina, Bélgica	22.994	107.387
10	Mensaje en una botella	Argentina	17.034	66.347

El estreno iberoamericano más exitoso en 2025 en Argentina es el largometraje brasileño *Ainda estou aqui* (Walter Salles), con más de 77.000 espectadores, seguida de la producción española *El silencio de Marcos Tremmer* (Miguel Ángel García) y de la brasileña *La búsqueda de Martina* (Márcia Faria), ambas con más de 5.000 espectadores y con la participación de Uruguay en su producción (cuadro 1.6).

El cine europeo estuvo representado en el top 100 por la película letona de animación *Flow, un mundo que salvar*, con más de 260.000 espectadores, y por las producciones británicas *Cónclave*, con más de 160.000 espectadores, y *28 años después*, con casi 150.000. El cine asiático fue protagonista con la película japonesa *Guardianes de la noche 4*, con más de 645.000 entradas vendidas.

Cuadro 1.6
Ranking de estrenos cinematográficos de otros países. Año 2025. Argentina

Iberoamérica				
N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Ainda estou aqui	Brasil, Francia	77.161	418.324
2	El silencio de Marcos Tremmer	España, Uruguay	5.189	10.041
3	La búsqueda de Martina	Brasil, Uruguay	5.039	14.231
4	La infiltrada	España	3.426	16.405
5	Dreams: sueños	México, UK, USA	2.620	16.301
Europa				
N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Flow, un mundo que salvar	Letonia, Francia	262.278	1.302.894
2	Cónclave	R. Unido, USA	161.249	954.890
3	28 años después	R. Unido	149.027	872.693
4	Bridget Jones: Loca por él	R. Unido, USA	78.700	452.679
5	Mascotas al rescate	Francia, USA	62.924	266.718
Resto del mundo				
N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Guardianes de la noche 4	Japón	645.633	3.361.775
2	Chainsaw Man: El arco de Reze	Japón	99.837	475.414
3	Jujutsu Kaisen: Ejecución	Japón	81.047	402.134
4	Una noche en Zoópolis	Canadá, Francia	48.660	214.313
5	Attack on Titan: The last attack	Japón	48.522	275.207



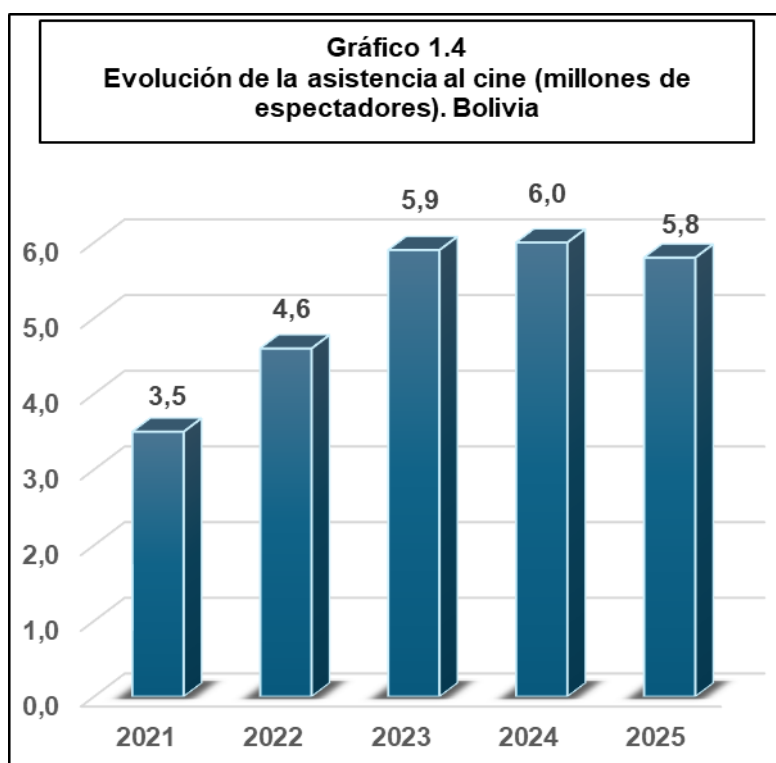
BOLIVIA

Los cines bolivianos en 2025 suman una asistencia de 5,8 millones de espectadores y recaudan 32,9 millones de dólares. La venta de entradas se reduce en más de 250.000 espectadores respecto a 2024 (cuadro 1.7).

La audiencia anual se sitúa en 0,5 películas por habitante y el importe medio de la entrada asciende a 5,6 dólares. El número de estrenos nacionales representa el 4% 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 3,5 en 2021 (gráfico 1.4).

Cuadro 1.7					
Panorama cinematográfico en Bolivia					
Datos	2021	2022	2023	2024	2025
Población (millones)	11,7	11,8	11,8	11,9	11,9
Número de pantallas de cine	124	130	132	132	140
Ingresos cine (millones USD)	17,7	23,6	30,0	31,2	32,9
Espectadores cine (millones)	3,5	4,6	5,9	6,0	5,8
Espectadores cine nacional (millones)	0,03	0,11	0,008	0,05	0,04
Cuota de mercado cine nacional (%)	1,0	2,4	0,1	0,8	0,8
Número de estrenos totales	257	226	232	254	269
Número de estrenos extranjeros	243	210	22	243	258
Número de estrenos nacionales	14	16	10	11	11
Asistencia anual por habitante	0,3	0,4	0,5	0,5	0,5
Importe entrada al cine (USD)	5,0	5,1	5,0	5,1	5,6



La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en 2025 en un 88% del total de espectadores, la cuota del cine de otros países en un 7,2% y la cuota del cine europeo alcanza un 4,2% (cuadro 1.8).

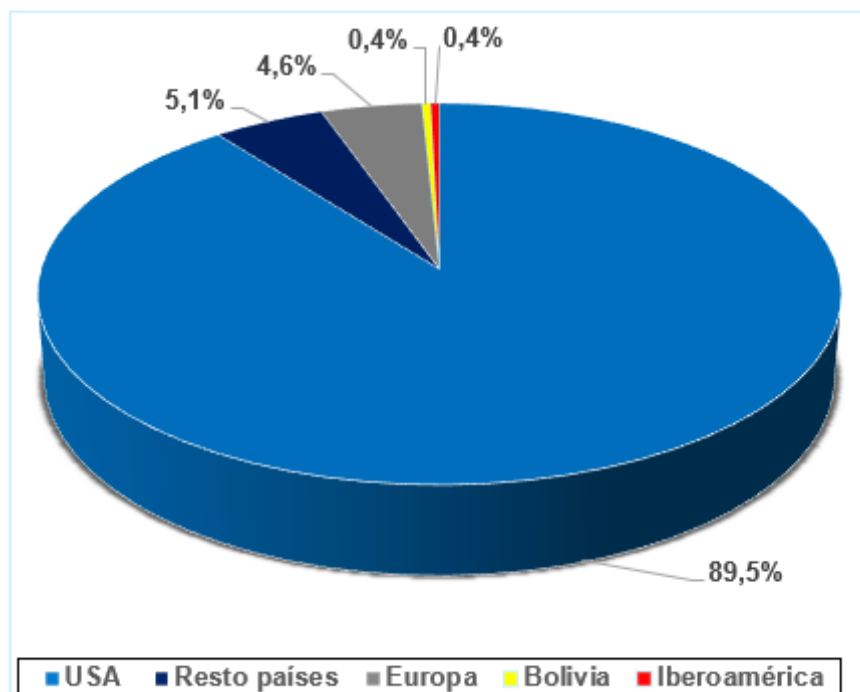
Cuadro 1.8
Distribución por el origen de los estrenos del top-100. Bolivia

ESPECTADORES						
Origen	2023	%	2024	%	2025	%
USA	5.243.158	92,4	4.992.763	87,1	4.798.364	88,0
Bolivia	0	0,0	40.566	0,7	33.879	0,6
Iberoamérica	36.394	0,6	28.014	0,5	0	0,0
Europa	257.314	4,5	317.974	5,5	226.518	4,2
Resto países	140.255	2,5	351.147	6,1	394.884	7,2
Total	5.677.121		5.730.464		5.453.645	

INGRESOS						
Origen	2023	%	2024	%	2025	%
USA	26.671.156	92,8	26.353.541	88,4	27.712.517	89,1
Bolivia	0	0,0	185.832	0,6	157.130	0,5
Iberoamérica	163.861	0,6	124.601	0,4	0	0,0
Europa	1.231.027	4,3	1.561.955	5,2	1.181.594	3,8
Resto países	687.798	2,4	1.575.673	5,3	2.057.640	6,6
Total	28.753.843		29.801.602		31.108.881	

La cuota acumulada de espectadores en el trienio 2023-2025 refleja el dominio del cine USA, con un 89,5% del mercado, seguido del resto de países con un 5,1% y del cine europeo con un 4,6% (gráfico 1.5).

Gráfico 1.5
Cuota acumulada de espectadores por el origen de los estrenos
del top - 100. Periodo 2023-2025. Bolivia

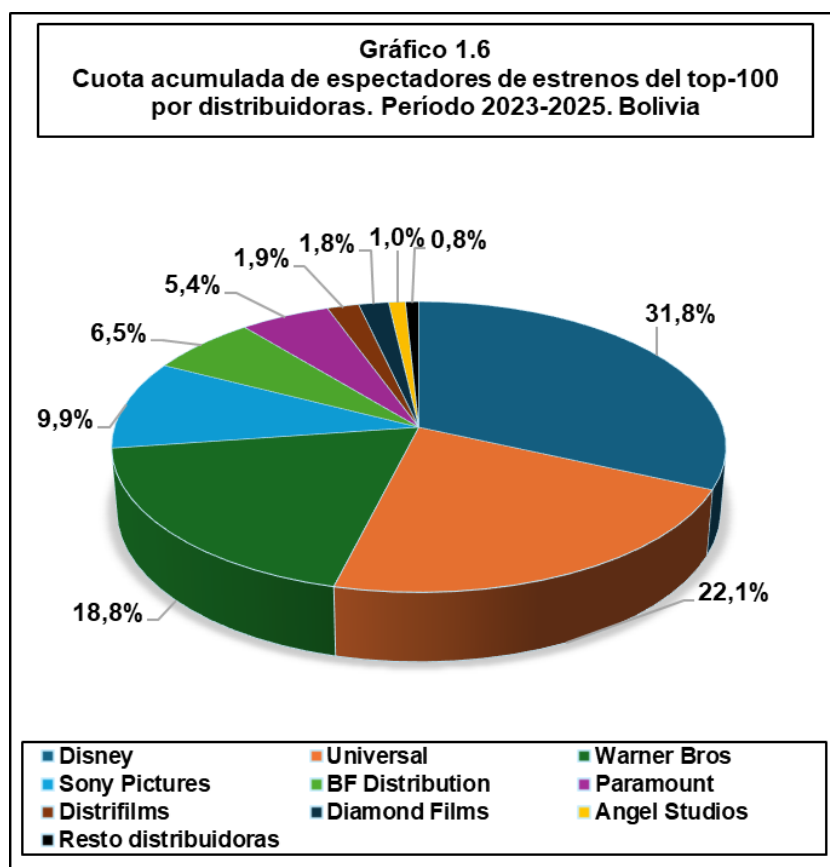


Las distribuidoras americanas, en 2025 representan en el top-100 una cuota conjunta de espectadores del 91,6% y las independientes el 8,4% restante (cuadro 1.9). Los Estudios con más entradas vendidas son Disney (2,1 millones) y Warner (1,2 millones).

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

Distribuidora	2023	%	2024	%	2025	%
Disney	1.124.004	19,8	2.058.852	35,9	2.167.464	39,7
Universal	1.700.643	30,0	1.113.165	19,4	928.805	17,0
Warner Bros	1.210.921	21,3	738.734	12,9	1.203.773	22,1
Sony Pictures	437.340	7,7	780.215	13,6	458.058	8,4
Paramount	375.595	6,6	306.328	5,3	237.973	4,4
BF Distribution	430.527	7,6	377.852	6,6	281.754	5,2
Independiente	42.037	0,7	71.962	1,3		0,0
Distrifilms	117.502	2,1	102.145	1,8	96.312	1,8
Diamond films	81.766	1,4	167.999	2,9	55.716	1,0
Angel Studios	151.862	2,7	0	0,0	10.458	0,2
Navsa Films	0	0,0	13.212	0,2	0	0,0
Resto	4.924	0,1	0	0,0	13.332	0,2
Total	5.677.121		5.730.464		5.453.645	

En el trienio 2023-2025, el porcentaje de espectadores acumulado por las *Majors* se sitúa en un 88% y el de las independientes en el 12% restante (gráfico 1.3). Las distribuidoras con más cuota de mercado son Disney (31,8%) y Universal (22,1%). Entre las independientes destaca BF Distribution (6,5%).



En 2025, el ranking de taquilla está liderado por la película estadounidense *Lilo y Stitch* con casi 450.000 espectadores, seguida de otro estreno de animación, *Zootrópolis 2* con más de 400.000 espectadores. Los estrenos del top-10 provienen de Estados Unidos, salvo la producción japonesa *Guardianes de la Noche 4* (cuadro 1.10).

Cuadro 1.10

Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2025. Bolivia

N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Lilo y Stitch	USA	446.320	2.602.904
2	Zootrópolis 2	USA	400.977	2.252.019
3	Jurassic World: El renacer	USA	348.531	2.000.489
4	Expediente Warren: El último rito	USA	309.396	1.687.424
5	Cómo entrenar a tu dragón	USA	283.930	1.581.767
6	Una película de Minecraft	USA	277.120	1.646.472
7	Avatar: Fuego y ceniza	USA	245.747	1.649.300
8	Mufasa: El rey León	USA	221.178	1.238.092
9	Guardianes de la Noche 4	Japón	202.356	1.137.542
10	Capitán América: Brave New World	USA	172.978	1.043.856

En el *ranking* nacional, la producción con más éxito es *Un milagro de Navidad en La Paz* (Carlos Bolado), con 19.056 espectadores, seguida de *El último blues del croata* (Alejandro Suárez) y *El ladrón de perros* (Vinko Tomicic Salinas), ambas con más de 7.400 espectadores. En este *ranking*, hay ocho películas íntegramente bolivianas, una en coproducción con Chile y Ecuador y otra en coproducción con Colombia (cuadro 1.11).

Cuadro 1.11				
Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Año 2025. Bolivia				
N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Un milagro de Navidad en La Paz	Bolivia	19.056	91.944
2	El último blues del croata	Bolivia	7.415	32.644
3	El ladrón de perros	Bolivia, Chile, Ecuador	7.408	32.542
4	Garras	Bolivia	4.185	21.684
5	La casa del Sur	Bolivia, Colombia	2.672	13.872
6	La desaparición de Helena	Bolivia	1.616	9.807
7	El show detrás del show	Bolivia	1.294	7.151
8	Lo que siento por ti	Bolivia	970	4.809
9	La Virginia de los bolivianos	Bolivia	960	3.917
10	Patada de yegua	Bolivia	493	2.428

El cine europeo está liderado en el top-100 por la película letona de animación *Flow, un mundo que salvar*, con más de 53.000 espectadores, y la producción británica *28 años después* con casi 50.000. El cine asiático fue protagonista con la película japonesa *Guardianes de la noche 4*, con más de 200.000 entradas vendidas (cuadro 1.12).

Cuadro 1.12				
Ranking de estrenos cinematográficos de otros países. Año 2025. Bolivia				
Europa				
N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Flow, un mundo que salvar	Letonia, Francia	53.338	247.052
2	28 años después	R. Unido	47.021	253.451
3	Paddington: Aventura en la selva	R. Unido, Francia	29.420	167.573
4	La hermanastra fea	Noruega, Dinamarca	23.781	115.525
5	Harry Potter y el cáliz de fuego (re)	R. Unido, USA	13.296	71.823
Resto del Mundo				
N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Guardianes de la Noche 4	Japón	202.356	1.137.542
2	Attack on Titan: The last attack	Japón	29.642	129.791
3	Chainsaw Man: El arco de Reze	Japón	22.313	123.319
4	Panda Plan	China	19.421	93.641
5	Jujutsu Kaisen: Ejecución	Japón	17.475	96.406



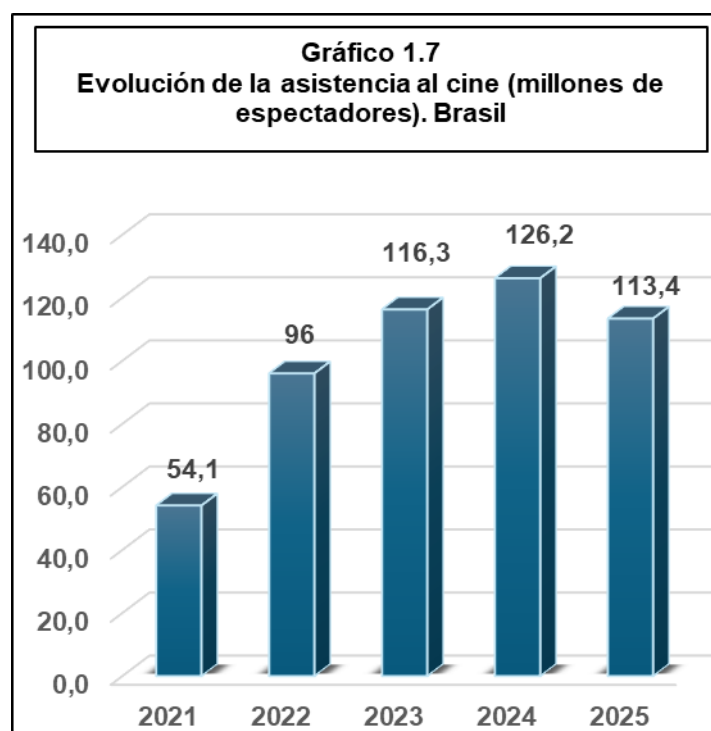
BRASIL

Los cines brasileños en 2025 suman una asistencia de 113,4 millones de espectadores y recaudan 411,5 millones de dólares. La venta de entradas se reduce en 12,8 millones con respecto a 2024 (cuadro 1.13).

La audiencia anual se sitúa en 0,5 películas por habitante y el importe medio de la entrada asciende a 3,6 dólares. El número de estrenos nacionales representa casi el 53% y el cine brasileño obtiene una cuota de mercado del 9,8%.

La evolución de la venta de entradas en los últimos cinco años muestra un máximo de 126,2 millones de espectadores en 2024 y un mínimo de 54,1 en 2021 (gráfico 1.7).

Cuadro 1.13					
Panorama cinematográfico en Brasil					
Datos	2021	2022	2023	2024	2025
Población (millones)	210,1	210,8	211,7	212,6	213,4
Número de pantallas de cine	3.266	3.415	3.468	3.510	3.554
Ingresos cine (millones USD)	176,3	354,5	453,5	463,4	411,5
Asistencia espectadores (millones)	54,1	96,0	116,3	126,2	113,4
Espectadores cine nacional (millones)	0,89	4,02	3,70	12,63	11,12
Cuota de mercado cine nacional (%)	1,7	4,2	3,2	10,0	9,8
Número de estrenos totales	308	385	415	456	693
Número de estrenos extranjeros	180	212	254	259	326
Número de estrenos nacionales	128	173	161	197	367
Asistencia anual por habitante	0,3	0,4	0,5	0,6	0,5
Importe entrada al cine (USD)	3,3	3,7	3,9	3,7	3,6



La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en 2025 en un 84,3% del total de espectadores, la del cine nacional en un 10% y la cuota del cine del resto de países en el 3,5% (cuadro 1.14).

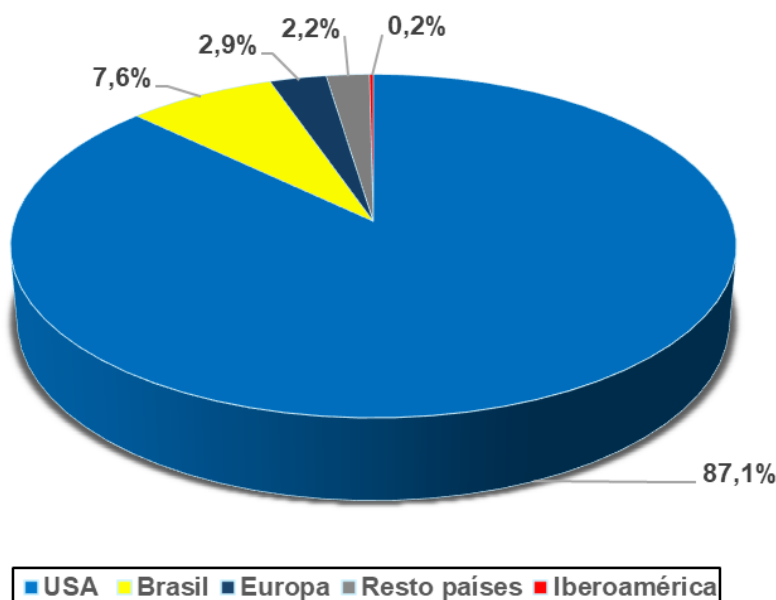
Cuadro 1.14
Distribución por el origen de los estrenos del top-100. Brasil

ESPECTADORES						
Origen	2023	%	2024	%	2025	%
USA	105.088.471	93,4	99.799.630	83,6	90.397.630	84,3
Brasil	3.071.095	2,7	11.876.024	10,0	10.707.289	10,0
Iberoamérica	469.349	0,4	332.672	0,3	0	0,0
Europa	2.386.792	2,1	5.240.637	4,4	2.387.371	2,2
Resto países	1.502.191	1,3	2.079.651	1,7	3.783.406	3,5
Total	112.517.898		119.328.614		107.275.696	

INGRESOS						
Origen	2023	%	2024	%	2025	%
USA	410.334.176	93,4	363.333.177	82,8	328.132.545	84,5
Brasil	11.407.647	2,6	45.181.328	10,3	37.489.047	9,7
Iberoamérica	1.755.644	0,4	1.318.992	0,3	0	0,0
Europa	9.555.143	2,2	21.599.452	4,9	9.252.360	2,4
Resto países	6.445.675	1,5	7.377.447	1,7	13.416.702	3,5
Total	439.498.286		438.810.396		388.290.654	

La cuota acumulada de espectadores en el trienio 2023-2025 refleja el dominio del cine USA, con un 87,1% del mercado, seguido del cine brasileño con un 7,6% y del cine europeo con un 2,9% (gráfico 1.8).

Gráfico 1.8
Cuota acumulada de espectadores por el origen de los estrenos del top-100. Periodo 2023-2025. Brasil



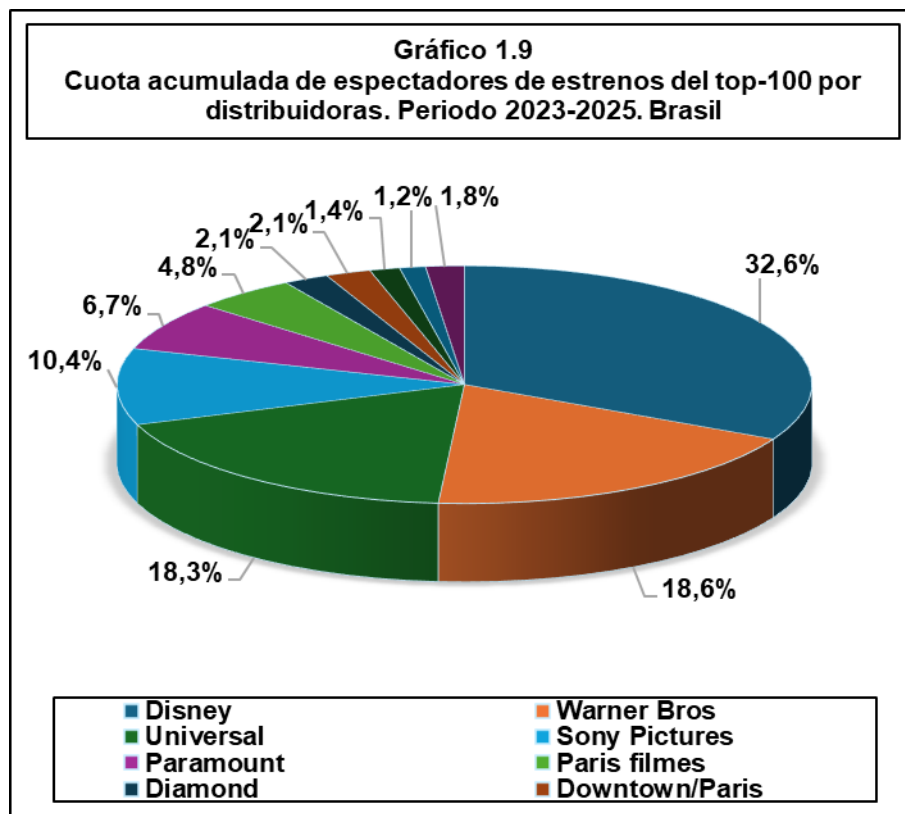
Las distribuidoras americanas, en 2025 representan en el top-100 una cuota conjunta de espectadores del 87,5% y las independientes el 12,5% restante (cuadro 1.15). Los Estudios con más entradas vendidas son Disney (37,9 millones), Warner (21,9 millones) y Universal (17,1 millones).

Cuadro 1.15

Cuota de espectadores por distribuidoras del top-100. Brasil

Distribuidora	2023	%	2024	%	2025	%
Disney	24.365.837	21,7	48.650.533	40,8	37.960.141	35,4
Universal	29.230.463	26,0	15.307.834	12,8	17.170.927	16,0
Warner Bros	27.164.517	24,1	13.394.957	11,2	21.973.808	20,5
Sony Pictures	8.624.279	7,7	17.521.060	14,7	9.575.804	8,9
Paramount	8.326.628	7,4	7.103.315	6,0	7.206.409	6,7
Imagem	1.113.696	1,0	2.862.431	2,4	279.183	0,3
Paris Filmes	8.871.658	7,9	3.786.320	3,2	3.557.576	3,3
Downtown/Paris	847.348	0,8	4.032.194	3,4	2.277.746	2,1
California	936.204	0,8	378.987	0,3	0	0,0
H2O Films	181.223	0,2	1.584.926	1,3	2.960.071	2,8
Diamond	1.583.441	1,4	3.969.252	3,3	1.736.660	1,6
Alpha/Mares	0	0,0	0	0,0	420.934	0,4
Heaven Content	0	0,0	0	0,0	443.970	0,4
Vitrine Filmes	0	0,0	0	0,0	1.328.430	1,2
Resto distribuidoras	1.272.604	1,1	736.805	0,6	384.037	0,4
Total	112.517.898		119.328.614		107.275.696	

En el trienio 2023-2025, el porcentaje de espectadores acumulado por las *Majors* se sitúa en un 86,6% y el de las independientes en el 13,4% restante (gráfico 1.9). Las distribuidoras con más cuota de mercado son Disney (32,6%), Warner (18,6%) y Universal (18,3%). Entre las independientes destaca Paris Filmes (4,8%).



En 2025, el ranking de taquilla está liderado por la película estadounidense *Lilo y Stitch*, con 10,4 millones de espectadores, seguida de otros dos estrenos americanos con más de cinco millones de espectadores, cada uno: *Cómo entrenar a tu dragón* y *Una película de Minecraft*. Todos los estrenos del top-10 provienen de Estados Unidos (cuadro 1.16).

Cuadro 1.16
Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2025. Brasil

N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Lilo y Stitch	USA	10.471.491	38.063.687
2	Cómo entrenar a tu dragón	USA	5.977.870	21.637.484
3	Una película de Minecraft	USA	5.414.337	20.353.713
4	Expediente Warren: El último rito	USA	4.666.605	17.157.262
5	Zootrópolis 2	USA	4.460.342	16.725.298
6	Los 4 Fantásticos: Primeros pasos	USA	4.436.390	14.950.253
7	Supermán	USA	4.390.339	15.953.277
8	Mufasa: El rey León	USA, Canadá	4.103.556	12.788.312
9	Jurassic World: El renacer	USA	3.330.209	11.829.713
10	Sonic 3: la película	USA, Japón	3.178.018	10.001.101

En el *ranking* nacional, las producciones con más éxito son *O auto da compadecida 2* (Guel Arraes, Flávia Lacerda), con casi 3 millones de espectadores, *Ainda estou aqui* (Walter Salles) con más de 2,8 millones y *O agente secreto* (Kleber Mendonça Filho), con 1,1 millones de espectadores. En este *ranking*, hay siete películas íntegramente brasileñas, dos en coproducción con Francia y una con Chile y México (cuadro 1.17).

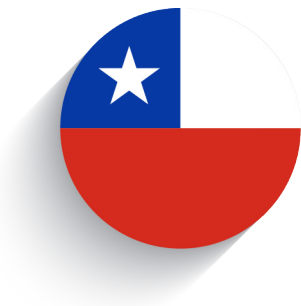
Cuadro 1.17
Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Año 2025. Brasil

N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	O auto da compadecida 2	Brasil	2.960.071	9.716.082
2	Ainda estou aqui	Brasil, Francia	2.808.169	9.767.246
3	O agente secreto	Brasil, Francia	1.121.587	4.678.406
4	Chico bento e a Goiabeira maraviôsa	Brasil	997.340	3.102.284
5	Vitória	Brasil	735.441	2.799.518
6	Homem com H	Brasil	646.196	2.460.890
7	Perrengue fashion	Brasil	381.574	1.446.275
8	Fé para o impossível	Brasil	276.275	933.824
9	O último azul	Brasil, Chile, México	206.843	612.352
10	Uma advogada brilhante	Brasil	140.656	487.685

El cine europeo estuvo representado en el top 100 por la película británica *Cónclave*, con 725.884 espectadores y por la producción letona de animación *Flow, un mundo que* con más de 420.000. El cine asiático fue protagonista con la película japonesa *Guardianes de la noche 4*, con 2,3 millones de entradas vendidas (cuadro 1.18)

Cuadro 1.18
Ranking de estrenos cinematográficos de otros países. Año 2025. Brasil

Europa				
N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Cónclave	R. Unido, USA	725.884	3.057.018
2	Flow, un mundo que salvar	Letonia, Francia	420.934	1.644.482
3	28 años después	R. Unido	249.841	967.372
4	Los Rose	R. Unido, USA	172.874	431.127
5	Un viaje atrevido y maravilloso	Irlanda, USA	151.660	675.479
Resto del mundo				
N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Guardianes de la Noche 4	Japón	2.335.100	8.727.702
2	El rey de reyes	Corea del Sur	443.970	1.508.643
3	Devuélvemela	Australia, USA	371.327	931.181
4	Chainsaw Man: El arco de Reze	Japón	241.477	888.428
5	Una noche en Zoópolis	Canadá, Francia	159.096	511.722



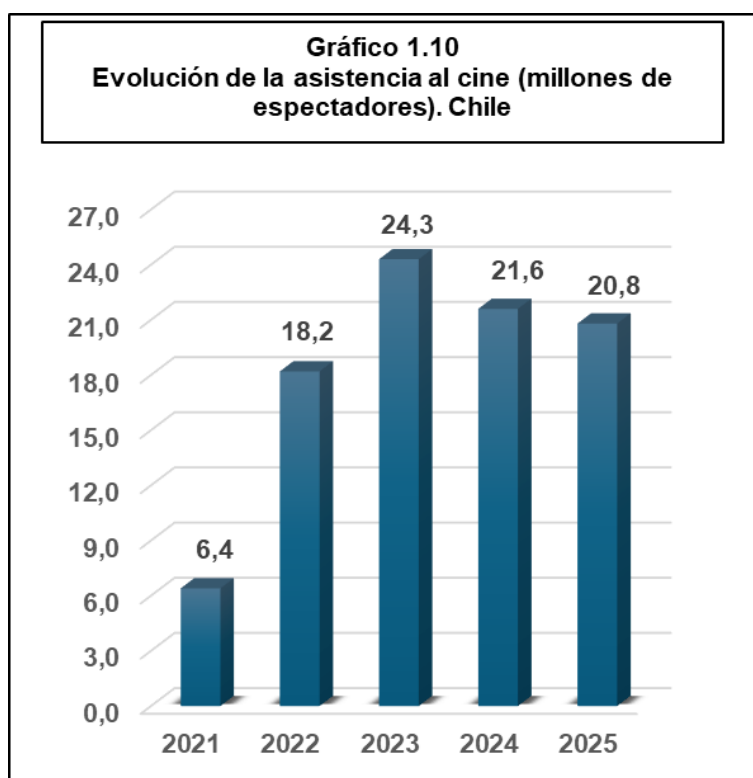
CHILE

Los cines chilenos en 2025 suman una asistencia de 20,8 millones de espectadores y recaudan 107,7 millones de dólares. La venta de entradas se reduce en casi 800.000 espectadores, con respecto a 2024 (cuadro 1.19).

La audiencia anual se sitúa en una película por habitante y el importe medio de la entrada asciende a 5,1 dólares. El número de estrenos nacionales representa el 14% y el cine chileno obtiene una cuota de mercado del 1,5%.

La evolución de la venta de entradas en los últimos cinco años muestra un máximo de 24,3 millones en 2023 y un mínimo de 6,4 en 2021 (gráfico 1.10).

Cuadro 1.19					
Panorama cinematográfico en Chile					
	2021	2022	2023	2024	2025
Población (millones)	19,6	19,8	19,9	20,0	20,1
Número de pantallas de cine	478	495	495	495	496
Ingresos cine (millones USD)	31,7	84,5	124,5	104,6	107,7
Espectadores cine (millones)	6,4	18,2	24,3	21,6	20,8
Espectadores cine nacional (millones)	0,01	0,09	0,61	0,40	0,31
Cuota de mercado cine nacional (%)	0,1	0,5	2,5	1,9	1,5
Número de estrenos totales	133	196	241	280	292
Número de estrenos extranjeros	126	175	215	247	251
Número de estrenos nacionales	7	21	26	33	41
Asistencia anual por habitante	0,3	0,9	1,2	1,1	1,0
Importe entrada al cine (USD)	4,9	4,6	5,1	4,8	5,1



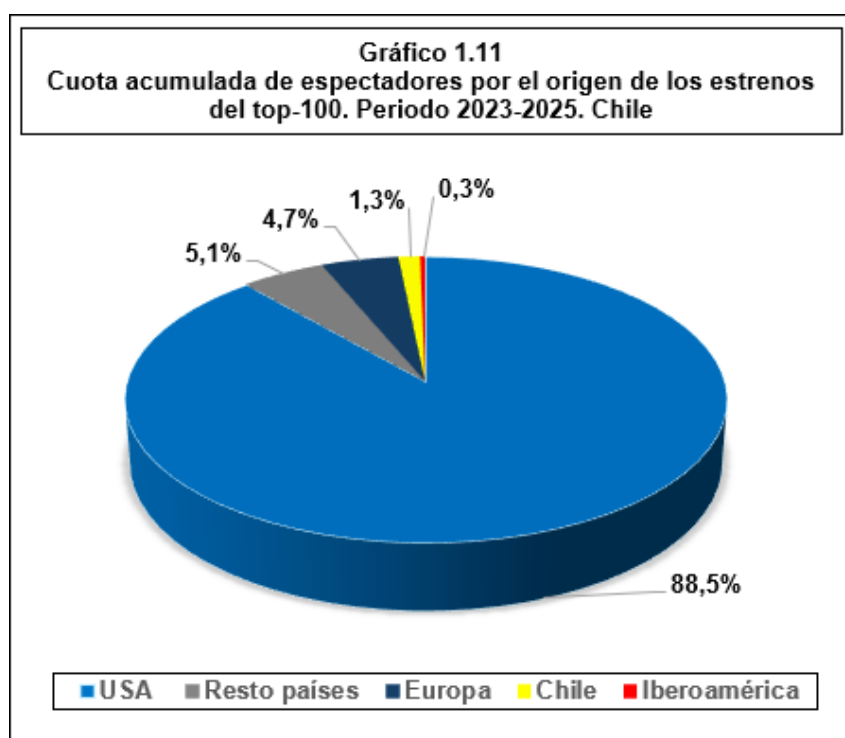
La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en 2025 en un 87,1% del total de espectadores, la del cine de otros países en un 7,2% y la cuota del cine europeo en el 4,3% (cuadro 1.20).

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

<i>ESPECTADORES</i>						
Origen	2023	%	2024	%	2025	%
USA	21.830.757	91,4	18.310.898	87,1	17.566.871	87,1
Chile	589.549	2,5	36.693	0,2	255.466	1,3
Iberoamérica	116.999	0,5	52.038	0,2	33.086	0,2
Europa	532.128	2,2	1.635.237	7,8	860.232	4,3
Resto países	823.189	3,4	985.734	4,7	1.458.161	7,2
Total	23.892.622		21.020.600		20.173.816	

<i>INGRESOS</i>						
Origen	2023	%	2024	%	2025	%
USA	112.977.108	92,0	89.504.130	87,6	91.677.151	87,5
Chile	2.603.429	2,1	237.762	0,2	1.169.608	1,1
Iberoamérica	557.083	0,5	200.122	0,2	173.672	0,2
Europa	2.583.869	2,1	7.432.154	7,3	4.032.839	3,8
Resto países	4.097.960	3,3	4.801.324	4,7	7.727.087	7,4
Total	122.819.449		102.175.492		104.780.357	

La cuota acumulada de espectadores en el trienio 2023-2025 refleja el dominio del cine USA, con un 88,5% del mercado, seguido del cine del resto de países con un 5,1% y del cine europeo con un 4,7% (gráfico 1.11).

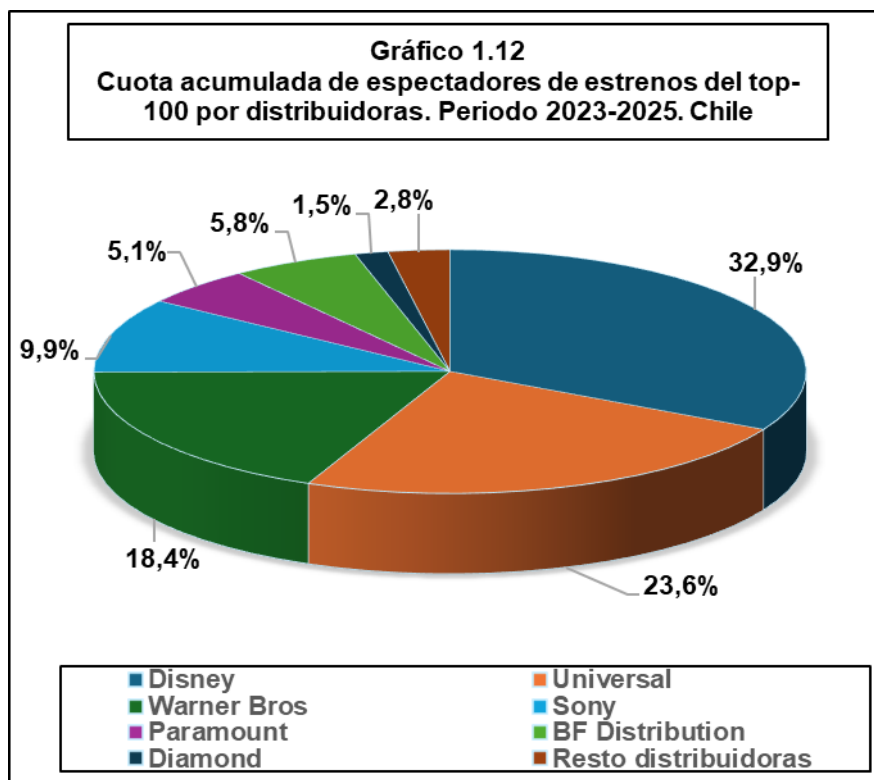


Las distribuidoras americanas, en 2025 representan en el top-100 una cuota conjunta de espectadores del 92,5% y las independientes el 7,5% restante (cuadro 1.21). Los Estudios con más entradas vendidas son Disney (7,5 millones), Warner (4,8 millones) y Universal (3,8 millones).

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

Distribuidora	2023	%	2024	%	2025	%
Disney	4.956.543	20,7	8.577.664	40,8	7.527.229	37,3
Universal	7.554.168	31,6	4.233.790	20,1	3.860.326	19,1
Warner Bros	4.710.610	19,7	2.432.401	11,6	4.802.526	23,8
Sony	2.137.507	8,9	2.647.748	12,6	1.651.779	8,2
Paramount	1.192.994	5,0	1.284.669	6,1	825.390	4,1
BF distribution	2.094.193	8,8	747.685	3,6	1.009.359	5,0
Diamond	299.111	1,3	544.976	2,6	146.525	0,7
Cinecolor	0	0,0	0	0,0	131.030	0,6
New Century	96.498	0,4	81.665	0,4	18.357	0,1
Independent	498.129	2,1	356.426	1,7	155.788	0,8
Angel Studios	280.380	1,2	0	0,0	0	0,0
Cinetopia	0	0,0	0	0,0	45.507	0,2
Resto distribuidoras	72.489	0,3	113.576	0,5	0	0,0
Total	23.892.622	100,0	21.020.600	100,0	20.173.816	

En el trienio 2023-2025, el porcentaje de espectadores acumulado por las *Majors* se sitúa en un 89,9% y el de las independientes en el 10,1% restante (gráfico 1.12). Las distribuidoras con más cuota de mercado son Disney (32,9%) y Universal (23,6%). Entre las independientes destaca BF Distribution (5,8%).



En 2025, el ranking de taquilla está liderado por la película estadounidense *Lilo y Stitch* con 2,4 millones de espectadores seguida de otros tres estrenos americanos: *Una película de Minecraft*, *Como entrenar a tu dragón* y *Expediente Warren: el último rito*, con más de 1,1 millones de espectadores cada una. Los estrenos del top-10 provienen de Estados Unidos, salvo la producción japonesa *Guardianes de la noche 4* (cuadro 1.22).

Cuadro 1.22
Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2025. Chile

N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Lilo y Stitch	USA	2.461.721	13.621.902
2	Una película de Minecraft	USA	1.434.792	7.151.489
3	Cómo entrenar a tu dragón	USA	1.300.342	7.009.446
4	Expediente Warren: El último rito	USA	1.195.494	5.940.009
5	Zootrópolis 2	USA	954.750	4.834.874
6	Jurassic World: El renacer	USA	867.911	4.864.688
7	Guardianes de la Noche 4	Japón	829.497	4.483.750
8	Mufasa: El rey León	USA, Canadá	754.139	3.401.151
9	Los 4 Fantásticos: Primeros pasos	USA	679.165	3.874.078
10	Avatar: Fuego y ceniza	USA	531.134	3.750.931

En el *ranking* nacional, la producción con más éxito es el largometraje documental *Eterno: 100 años de Colo-Colo* (Fernando Lavanderos), con 95.092 espectadores, seguido de *Me rompiste el corazón* (Boris Quercia) y *Denominación de origen* (Tomás Alzamora Muñoz), ambas con más de 60.000 espectadores. En este *ranking*, hay nueve películas íntegramente chilenas y una en coproducción con Uruguay (cuadro 1.23).

Cuadro 1.23

Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Año 2025. Chile

N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Eterno: 100 años de Colo-Colo	Chile	95.092	422.243
2	Me rompiste el corazón	Chile	61.970	285.391
3	Denominación de origen	Chile	60.696	287.471
4	¿Cuándo te vas?	Chile	37.708	174.503
5	¿Quién tiene la culpa?	Chile	11.269	49.193
6	La ola	Chile	7.130	32.240
7	Rey del ring	Chile	6.781	29.876
8	La fuente	Chile	5.003	28.371
9	Oro amargo	Chile, Uruguay	4.087	18.257
10	Isla Negra	Chile	3.839	16.895

Los dos estrenos iberoamericanos más éxito en 2025 en Chile son la producción argentina *Homo Argentum* (Mariano Cohn, Gastón Duprat) y la brasileña *Ainda estou aqui* (Walter Salles). La primera tiene un rendimiento de más de 18.000 espectadores y la segunda de casi 15.000 (cuadro 1.24).

El cine europeo está liderado en el top 100 por la película letona de animación *Flow, un mundo que salvar*, con más de 355.000 espectadores, y el cine asiático fue protagonista con la película japonesa *Guardianes de la noche 4*, con casi 830.000 entradas vendidas.

Cuadro 1.24

Ranking de estrenos cinematográficos de otros países. Año 2025. Chile

Iberoamérica				
N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Homo Argentum	Argentina, España	18.218	95.716
2	Ainda Estou Aqui	Brasil	14.868	77.956
Europa				
N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Flow, un mundo que salvar	Letonia, Francia	357.437	1.645.686
2	Cónclave	R. Unido, USA	93.381	476.903
3	28 años después	R. Unido	84.050	457.770
4	Orgullo y prejuicio (re)	R. Unido, Francia	56.789	250.125
5	La hermanastra fea	Noruega, Dinamarca	52.013	175.718
Resto del Mundo				
N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Guardianes de la Noche 4	Japón	829.497	4.483.750
2	Chainsaw Man: El arco de Reze	Japón	166.107	896.266
3	Jujutsu Kaisen: Ejecución	Japón	124.744	675.618
4	Attack on Titan: The last attack	Japón	81.748	511.505
5	Colorful Stage: Miku no puede cantar	Japón	31.352	177.176



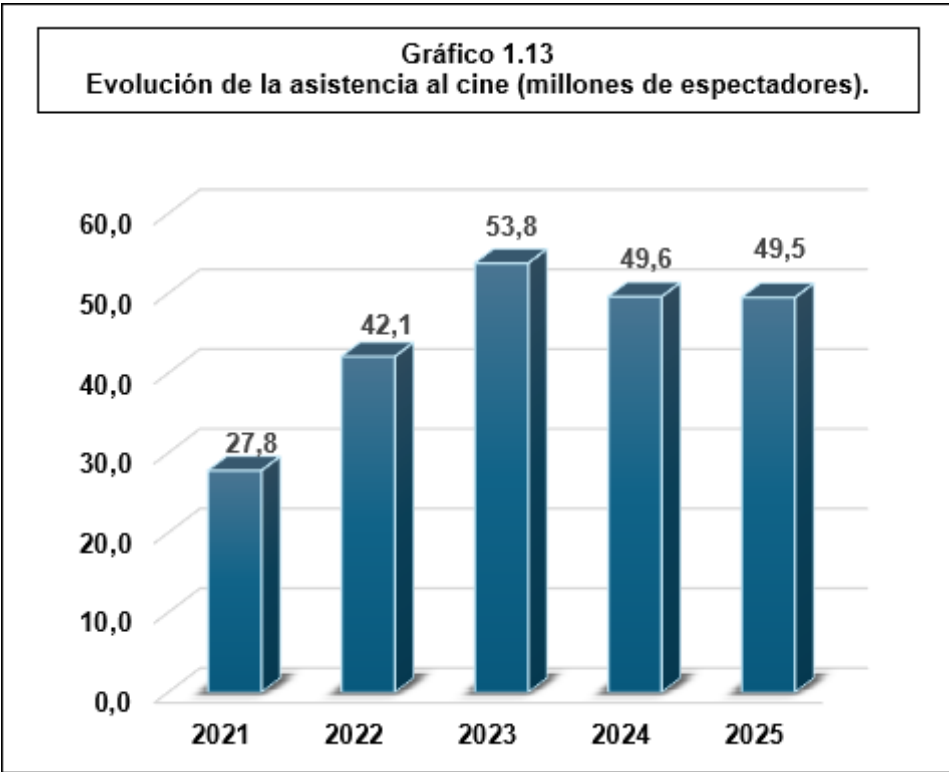
COLOMBIA

Los cines colombianos en 2025 suman una asistencia de 49,5 millones de espectadores y recaudan 153,2 millones de dólares. La venta de entradas se reduce en 80.000 espectadores con respecto a 2024 (cuadro 1.25).

La audiencia anual se sitúa en 0,9 películas por habitante y el importe medio de la entrada asciende a 3,1 dólares. El número de estrenos nacionales representa el 18,8% y el cine colombiano obtiene una cuota de mercado del 1,5%.

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 27,8 en 2021 (gráfico 1.13).

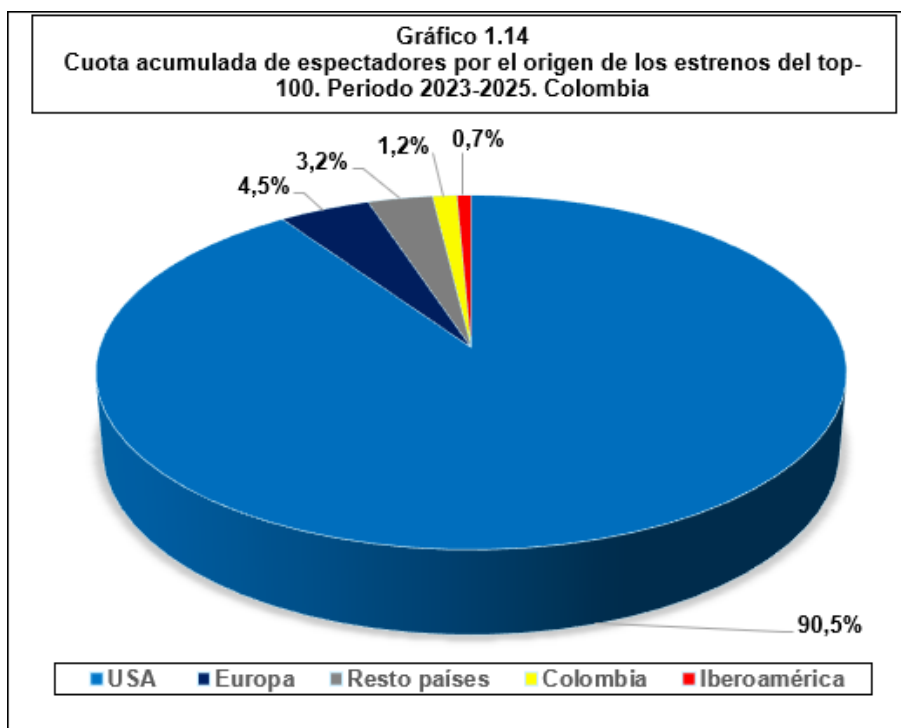
Cuadro 1.25					
Panorama cinematográfico en Colombia					
Datos	2021	2022	2023	2024	2025
Población (millones)	50,8	51,6	52,2	52,6	53,0
Número de pantallas de cine	1.224	1.239	1.260	1.275	1.262
Ingresos cine (millones USD)	78,4	112,9	148,1	143,6	153,2
Espectadores cine (millones)	27,8	42,1	53,8	49,6	49,5
Espectadores cine nacional (millones)	0,95	1,33	0,63	1,17	0,75
Cuota de mercado cine nacional (%)	3,4	3,2	1,2	2,4	1,5
Número de estrenos totales	213	279	328	396	408
Número de estrenos extranjeros	183	222	256	317	331
Número de estrenos nacionales	30	57	72	79	77
Asistencia anual por habitante	0,5	0,8	1,0	0,9	0,9
Importe entrada al cine (USD)	2,5	2,6	2,7	2,9	3,1



La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en 2025 en un 90,2% del total de espectadores, la del cine del resto de países en un 4,7% y la cuota del cine europeo en el 3,8% (cuadro 1.2).

Cuadro 1.26						
Distribución por el origen de los estrenos del Top-100. Colombia						
ESPECTADORES						
Origen	2023	%	2024	%	2025	%
USA	48.218.492	93,9	40.472.647	87,5	41.824.715	90,2
Colombia	378.874	0,7	663.351	1,4	604.203	1,3
Iberoamérica	483.315	0,9	434.672	0,9	39.870	0,1
Europa	1.550.260	3,0	3.079.973	6,7	1.744.191	3,8
Resto países	730.497	1,4	1.599.540	3,5	2.161.103	4,7
Total	51.361.438		46.250.183		46.374.082	
INGRESOS						
Origen	2023	%	2024	%	2025	%
USA	134.237.613	93,8	119.361.690	87,2	131.063.404	90,0
Colombia	1.006.295	0,7	1.896.449	1,4	2.034.797	1,4
Iberoamérica	1.218.465	0,9	1.186.822	0,9	137.722	0,1
Europa	4.426.194	3,1	9.525.711	7,0	5.639.023	3,9
Resto países	2.203.068	1,5	4.859.595	3,6	6.760.296	4,6
Total	143.091.635		136.830.267		145.635.242	

La cuota acumulada de espectadores en el trienio 2023-2025 refleja el dominio del cine USA, con un 90,5% del mercado, seguido del cine europeo con un 4,5% y del cine de otros países con un 3,2% (gráfico 1.14).

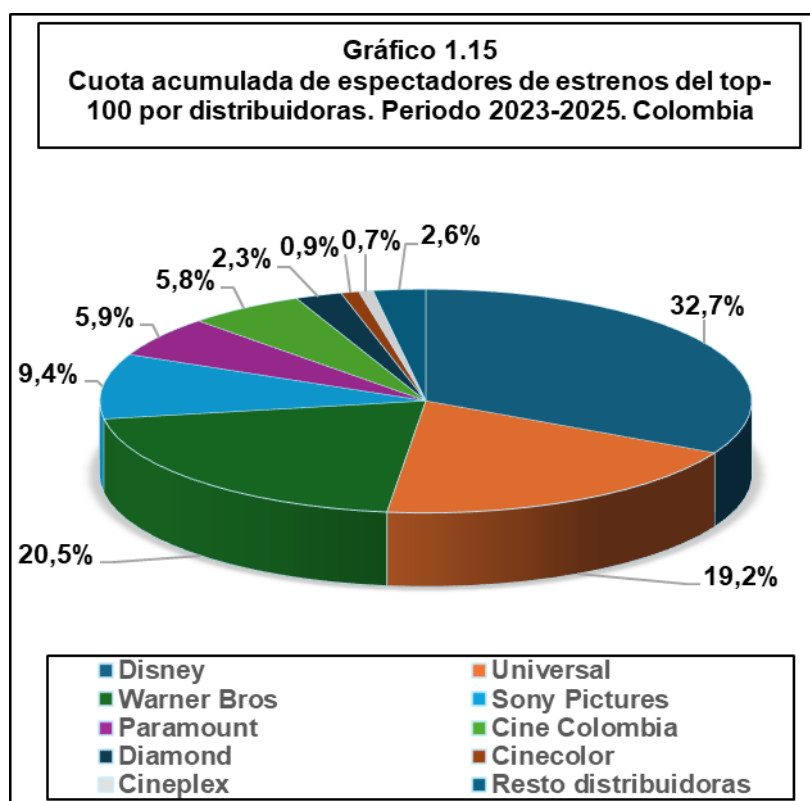


Las distribuidoras americanas, en 2025 representan en el top-100 una cuota conjunta de espectadores del 90,8% y las independientes el 9,2% restante (cuadro 1.27). Los Estudios con más entradas vendidas son Disney (19,2 millones), Warner (10,9 millones) y Universal (6,5 millones).

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

Distribuidora	2023	%	2024	%	2025	%
Disney	10.579.468	20,6	16.593.746	35,9	19.260.013	41,5
Universal	14.255.001	27,8	7.242.883	15,7	6.509.541	14,0
Warner Bros	11.485.757	22,4	7.150.875	15,5	10.955.672	23,6
Sony Pictures	3.813.115	7,4	6.627.473	14,3	3.008.352	6,5
Paramount	3.552.208	6,9	2.567.858	5,6	2.396.809	5,2
Cine Colombia	4.422.241	8,6	1.504.390	3,3	2.613.299	5,6
Cinecolor	337.788	0,7	740.894	1,6	229.148	0,5
Cineplex	33.266	0,1	638.819	1,4	335.538	0,7
Diamond	862.706	1,7	2.070.036	4,5	829.501	1,8
Santa Bárbara	129.257	0,3	413.556	0,9	171.564	0,4
Angel Studios	1.620.595	3,2	0	0,0	0	0,0
Resto distribuidoras	270.036	0,5	699.653	1,5	64.645	0,1
Total	51.361.438		46.250.183		46.374.082	

En el trienio 2023-2025, el porcentaje de espectadores acumulado por las *Majors* se sitúa en un 87,7% y el de las independientes en el 12,3% restante (gráfico 1.15). Las distribuidoras con más cuota de mercado son Disney (32,7%), Warner (20,5%) y Universal (19,2%). Entre las independientes destaca Cine Colombia (5,8%).



En 2025, el ranking de taquilla está liderado por la película estadounidense *Lilo y Stitch* con 5,2 millones de espectadores, seguida de *Zootrópolis 2* con 3 millones, *Expediente Warren: El último rito*, con 2,4 millones de espectadores, y *Una película de Minecraft* con 2 millones. Todos los estrenos del top-10 provienen de Estados Unidos, una en coproducción con Canadá (cuadro 1.28).

Cuadro 1.28
Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2025. Colombia

N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Lilo y Stitch	USA	5.253.995	15.212.661
2	Zootrópolis 2	USA	3.042.534	9.716.385
3	Expediente Warren: El último rito	USA	2.414.769	7.604.801
4	Una película de Minecraft	USA	2.095.936	6.094.611
5	Cómo entrenar a tu dragón	USA	1.927.823	5.499.575
6	Mufasa: El rey León	USA, Canadá	1.896.000	5.587.233
7	Jurassic World: El renacer	USA	1.738.023	5.229.757
8	Avatar: Fuego y ceniza	USA	1.637.009	6.365.034
9	Destino final: Lazos de sangre	USA	1.617.388	4.903.704
10	Supermán	USA	1.476.671	4.683.345

En el *ranking* nacional, las producciones con más éxito son *Un poeta* (Simón Mesa Soto), con más de 250.000 espectadores, *El Paseo 8* (Felipe Martínez Amador), con 113.820 y el documental *F*cks news* (Andrés Valencia), con más de 100.000 espectadores. En este *ranking*, hay siete películas íntegramente colombianas, una en coproducción con Brasil y México, una con Alemania y otra en coproducción con Estados Unidos (cuadro 1.29).

Cuadro 1.29

Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Año 2025. Colombia

N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Un poeta	Colombia, Alemania	253.759	885.638
2	El Paseo 8: La luna de hiel	Colombia	113.820	406.370
3	F*cks news	Colombia	102.070	317.738
4	Uno vuelve siempre	Colombia	69.909	219.703
5	La pena máxima 2	Colombia	64.645	205.348
6	Noviembre	Colombia, Brasil, México	35.096	113.362
7	La salsa vive	Colombia, USA	22.929	78.595
8	Empareja2	Colombia	20.200	60.901
9	La ciénaga. Entre el mar y la tierra	Colombia	15.760	54.403
10	Nadie sabe quién soy yo	Colombia	13.070	39.665

El estreno iberoamericano más exitoso en 2025 en Colombia es el largometraje brasileño *Ainda estou aqui* (Walter Salles) con casi 40.000 espectadores y más de 137.000 dólares de ingresos.

El cine europeo con más éxito está representado en el top 100 por la película letona de animación *Flow, un mundo que salvar*, con 335.500 espectadores, y las producciones británicas *Cónclave*, con más de 300.000 y *28 años después* con 241.260 espectadores.

El cine asiático fue protagonista con la película japonesa *Guardianes de la noche 4*, con 1,4 millones de entradas vendidas (cuadro 1.30).

Cuadro 1.30

Ranking de estrenos cinematográficos de otros países. Año 2025. Colombia

Iberoamérica				
N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Ainda estou aqui	Brasil, Francia	39.870	137.722
Europa				
N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Flow, un mundo que salvar	Letonia, Francia	335.538	1.037.985
2	Cónclave	R. Unido, USA	307.516	1.189.049
3	28 años después	R. Unido	241.260	775.606
4	Paddington: Aventura en la selva	R. Unido, Francia	176.646	495.486
5	Mascotas al rescate	Francia, USA	129.866	315.992
Resto del Mundo				
N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Guardianes de la Noche 4	Japón	1.424.524	4.633.490
2	Una noche en Zoópolis	Canadá, Francia	131.836	345.486
3	Chainsaw Man: El arco de Reze	Japón	130.444	427.097
4	El rey de reyes	Corea del Sur	130.106	295.154
5	Jujutsu Kaisen: Ejecución	Japón	125.820	406.670



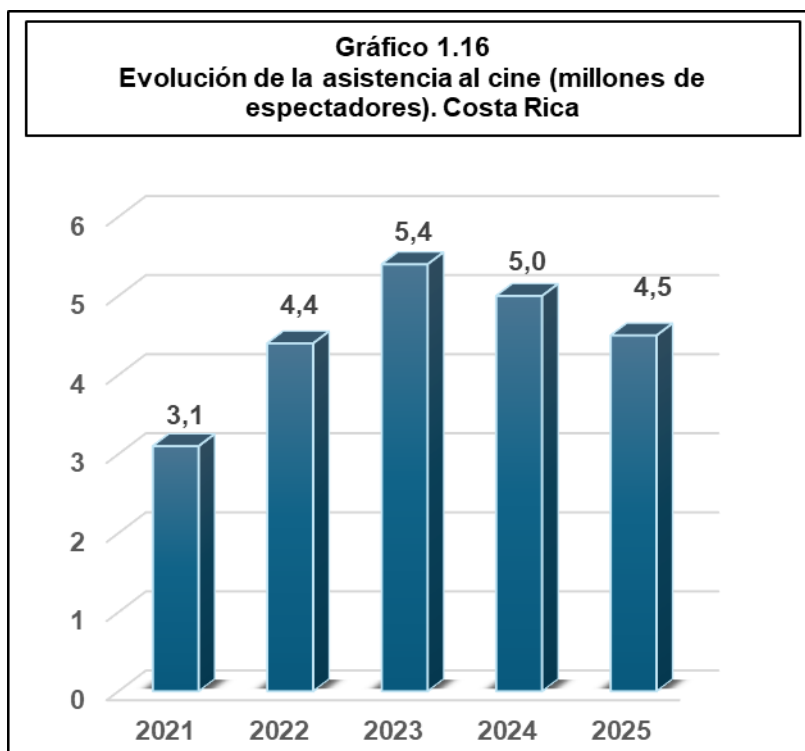
COSTA RICA

Los cines costarricenses en 2025 suman una asistencia de 4,5 millones de espectadores y recaudan 31,3 millones de dólares. La venta de entradas se reduce en más de 400.000 con respecto a 2024 (cuadro 1.31).

La asistencia anual se sitúa en 0,8 películas por habitante y el importe medio de la entrada asciende a 6,8 dólares. El número de estrenos nacionales representa el 2,6% y el cine nacional obtiene una cuota de mercado del 1,2%.

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 3,1 en 2021 (gráfico 1.16).

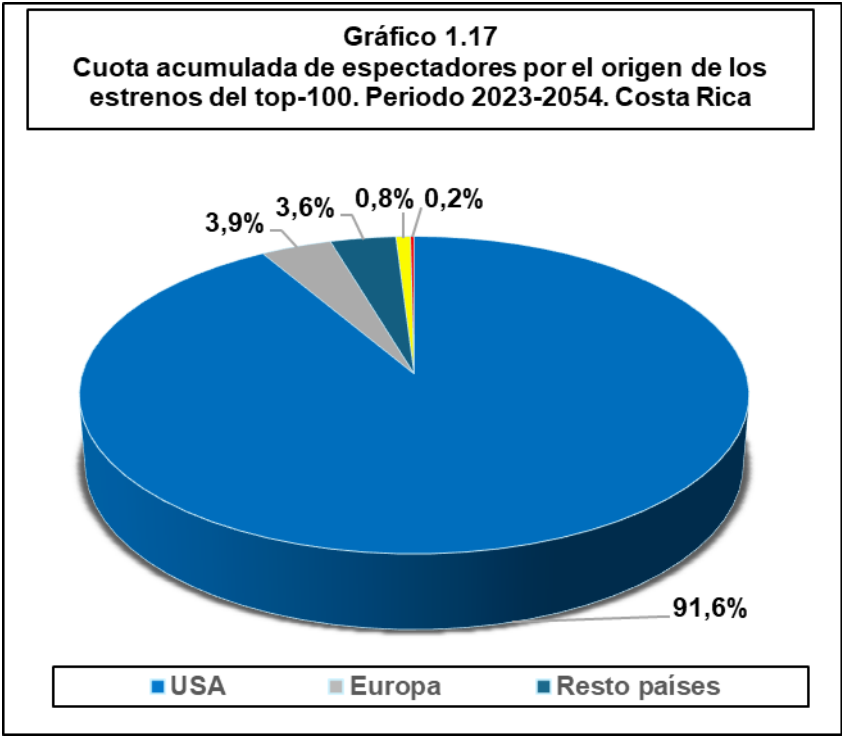
Cuadro 1.31					
Panorama cinematográfico en Costa Rica					
Datos	2021	2022	2023	2024	2025
Población (millones)	5,1	5,2	5,2	5,3	5,3
Número de pantallas de cine	152	147	149	151	162
Ingresos cine (millones USD)	16,1	23,3	34,4	32,6	31,3
Espectadores cine (millones)	3,1	4,4	5,4	5,0	4,5
Espectadores cine nacional (millones)	0,05	0,1	0,01	0,04	0,05
Cuota de mercado cine nacional (%)	1,7	2,3	0,1	1,0	1,2
Número de estrenos totales	197	216	276	289	303
Número de estrenos extranjeros	188	207	267	281	295
Número de estrenos nacionales	9	9	9	8	8
Asistencia anual por habitante	0,6	0,9	1,0	0,9	0,8
Importe entrada al cine (USD)	5,1	5,2	6,3	6,5	6,8



La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en 2025 en un 89,9% del total de espectadores, la del cine de otros países en un 6,4% y la cuota del cine europeo en el 2,6% (cuadro 1.32).

<i>Cuadro 1.32</i>						
<i>Distribución por el origen de los estrenos del Top-100. Costa Rica</i>						
ESPECTADORES						
Origen	2023	%	2024	%	2025	%
USA	5.050.930	94,8	4.396.022	90,1	4.013.301	89,9
Costa Rica	12.920	0,2	45.423	0,9	49.036	1,1
Iberoamérica	23.116	0,4	11.536	0,2	0	0,0
Europa	148.838	2,8	258.291	5,3	116.258	2,6
Resto países	91.022	1,7	170.100	3,5	286.219	6,4
Total	5.326.826		4.881.372		4.464.814	
INGRESOS						
Origen	2023	%	2024	%	2025	%
USA	31.972.249	94,8	28.460.105	89,4	27.503.346	90,2
Costa Rica	76.379	0,2	438.595	1,4	312.907	1,0
Iberoamérica	132.890	0,4	76.117	0,2	0	0,0
Europa	901.153	2,7	1.751.705	5,5	788.482	2,6
Resto países	641.266	1,9	1.110.545	3,5	1.882.287	6,2
Total	33.723.937		31.837.067		30.487.022	

La cuota acumulada de espectadores en el trienio 2023-2025 refleja el dominio del cine USA, con un 91,6% del mercado, seguido del cine europeo con un 3,9% y del cine de otros países con un 3,6% (gráfico 1.17).

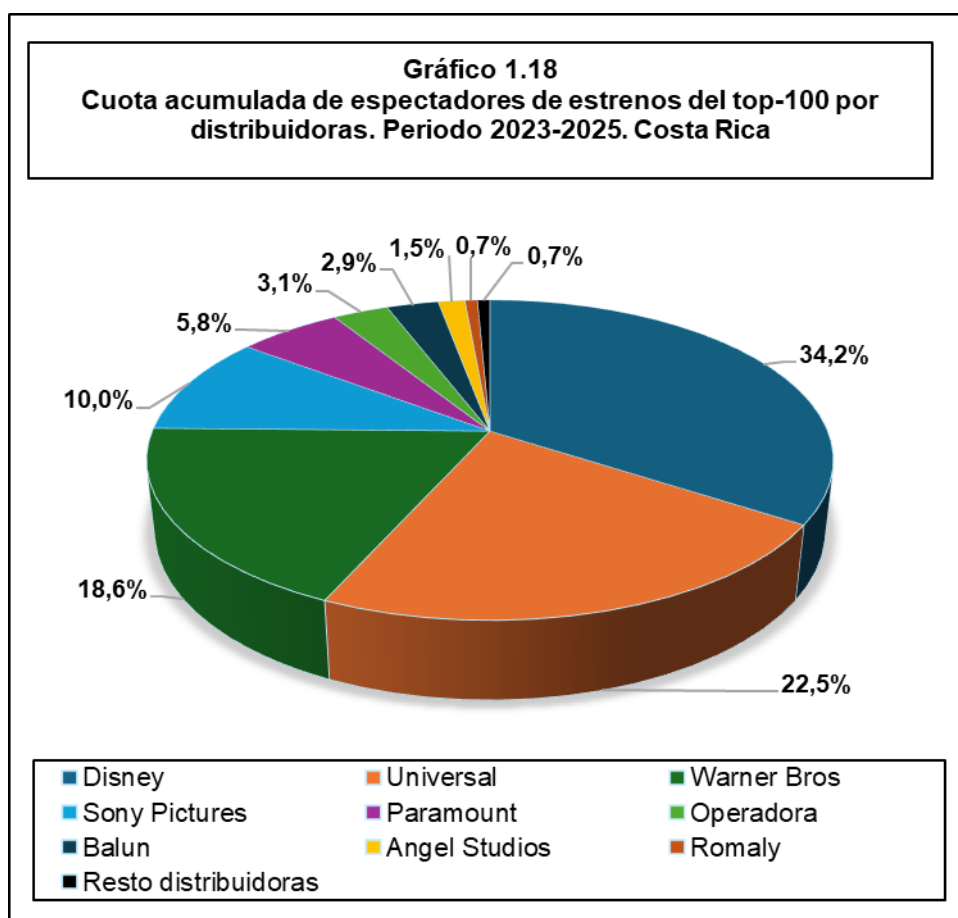


Las distribuidoras americanas, en 2025 representan en el top-100 una cuota conjunta de espectadores del 94,2% y las independientes el 5,8% restante (cuadro 1.33). Los Estudios con más entradas vendidas son Disney (1,8 millones), Warner (972.084) y Universal (818.960).

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

Distribuidora	2023	%	2024	%	2025	%
Disney	1.119.496	21,0	1.940.335	39,7	1.872.719	41,9
Universal	1.631.736	30,6	907.099	18,6	818.960	18,3
Warner Bros	1.101.234	20,7	649.504	13,3	972.084	21,8
Sony Pictures	436.902	8,2	686.210	14,1	347.504	7,8
Paramount	325.073	6,1	342.005	7,0	194.260	4,4
Balun	278.387	5,2	61.120	1,3	92.846	2,1
Romaly	17.357	0,3	33.276	0,7	49.036	1,1
Angel Studios	220.983	4,1	0	0,0	15.526	0,3
Operadora	168.973	3,2	199.643	4,1	95.954	2,1
Resto distribuidoras	26.685	0,5	62.180	1,3	5.925	0,1
Total	5.326.826		4.881.372		4.464.814	

En el trienio 2023-2025, el porcentaje de espectadores acumulado por las *Majors* se sitúa en un 91,1% y el de las independientes en el 8,9% restante (gráfico 1.18). Las distribuidoras con más cuota de mercado son Disney (34,2%) y Universal (22,5%). Entre las independientes destacan Operadora (3,1%) y Balun (2,9%).



En 2025, el ranking de taquilla está liderado por la película estadounidense *Lilo y Stitch* con más de medio millón de espectadores, seguida de *Zootrópolis 2* con casi 400.000. Nueve estrenos del top-10 provienen de Estados Unidos, uno en coproducción con Canadá y, el estreno restante, de Japón (cuadro 1.34).

Cuadro 1.34
Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2025. Costa Rica

N	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Lilo y Stitch	USA	546.588	3.550.431
2	Zootrópolis 2	USA	383.778	2.494.217
3	Cómo entrenar a tu dragón	USA	280.290	1.850.941
4	Una película de Minecraft	USA	256.288	1.696.239
5	Jurassic World: El renacer	USA	245.765	1.548.270
6	Expediente Warren: El último rito	USA	221.884	1.447.779
7	Guardianes de la Noche 4	Japón	183.943	1.227.436
8	Avatar: Fuego y ceniza	USA	171.076	1.495.493
9	Los 4 Fantásticos: Primeros pasos	USA	154.086	1.090.727
10	Mufasa: El rey León	USA, Canadá	146.475	987.869

En el *ranking* nacional, la producción con más éxito es *Maikol Yordan regresa... A clases* (Daniel Moreno), con 49.036 espectadores. El resto de los estrenos del top-10 se situaron a bastante distancia del anterior (cuadro 1.35). En este *ranking*, hay seis películas íntegramente costarricenses y cuatro en coproducción con países iberoamericanos (Chile, España, México y Uruguay).

Cuadro 1.35				
Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Año 2025. Costa Rica				
N	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Maikol Yordan regresa... A clases	C. Rica	49.036	312.907
2	Ahora o nunca	C. Rica	1.914	7.735
3	El Monaguillo, el Cura y el Jardinero	C. Rica, México	1.425	8.801
4	Memorias de un cuerpo que arde	C. Rica, España	1.289	8.088
5	Mal de patria	C. Rica, Uruguay	955	6.087
6	La hija de Lázaro	C. Rica	544	3.455
7	Gato por liebre	C. Rica	527	5.921
8	La piel del agua	C. Rica, Chile	427	2.658
9	Nace una esperanza	C. Rica	329	2.068
10	Expuestos	C. Rica	12	74

El cine europeo está representado en el top 100 por la película letona de animación *Flow, un mundo que salvar* con 37.201 espectadores, seguida por las producciones británicas *Cónclave* y *28 años después*, ambas con más de 14.000 espectadores. El cine asiático fue protagonista con la película japonesa *Guardianes de la noche 4*, con casi 185.000 entradas vendidas y presente en el top-10 cinematográfico (cuadro 1.36).

Cuadro 1.36				
Ranking de estrenos cinematográficos de otros países. Año 2025. Costa Rica				
Europa				
N	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Flow, un mundo que salvar	Letonia, Francia	37.201	252.027
2	Cónclave	R. Unido, USA	15.213	120.438
3	28 años después	R. Unido	14.466	98.161
4	Paddington: Aventura en la selva	R. Unido, Francia	9.012	62.460
5	Mascotas al rescate	Francia, USA	6.463	33.213
Resto del Mundo				
N	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Guardianes de la Noche 4	Japón	183.943	1.227.436
2	Chainsaw Man: El arco de Reze	Japón	30.305	205.470
3	Jujutsu Kaisen: Ejecución	Japón	22.863	147.204
4	El rey de reyes	Corea del Sur	15.526	89.317
5	Attack on Titan: The last attack	Japón	10.205	69.764



ECUADOR

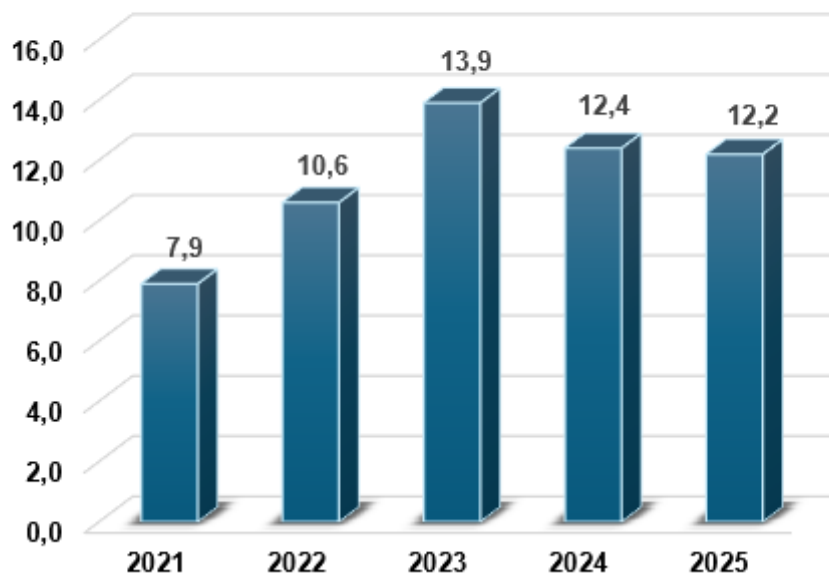
Los cines ecuatorianos en 2025 suman una asistencia de 12,2 millones de espectadores y recaudan 62,1 millones de dólares. La venta de entradas se reduce en casi 165.000 con respecto a 2024 (cuadro 1.37).

La audiencia anual se sitúa en 0,6 películas por habitante y el importe medio de la entrada asciende a 5,1 dólares. El número de estrenos nacionales representa casi el 3% y el cine ecuatoriano obtiene una cuota de mercado del 0,6%.

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 7,9 en 2021 (gráfico 1.19).

<i>Cuadro 1.37</i>					
<i>Panorama cinematográfico en Ecuador</i>					
Datos	2021	2022	2023	2024	2025
Población (millones)	17,7	18,0	18,3	18,6	18,9
Número de pantallas de cine	363	387	387	397	405
Ingresos cine (millones USD)	38,2	51,5	70,1	63,8	62,1
Asistencia espectadores (millones)	7,9	10,6	13,9	12,4	12,2
Espectadores cine nacional (millones)	0,10	0,15	0,02	0,08	0,07
Cuota de mercado cine nacional (%)	1,3	1,4	0,2	0,7	0,6
Número de estrenos totales	192	216	252	248	271
Número de estrenos extranjeros	179	199	244	238	263
Número de estrenos nacionales	13	17	8	10	8
Asistencia anual por habitante	0,4	0,6	0,8	0,7	0,6
Importe entrada al cine (USD)	4,8	4,9	5,0	5,1	5,1

Gráfico 1.19
Evolución de la asistencia al cine (millones de espectadores).



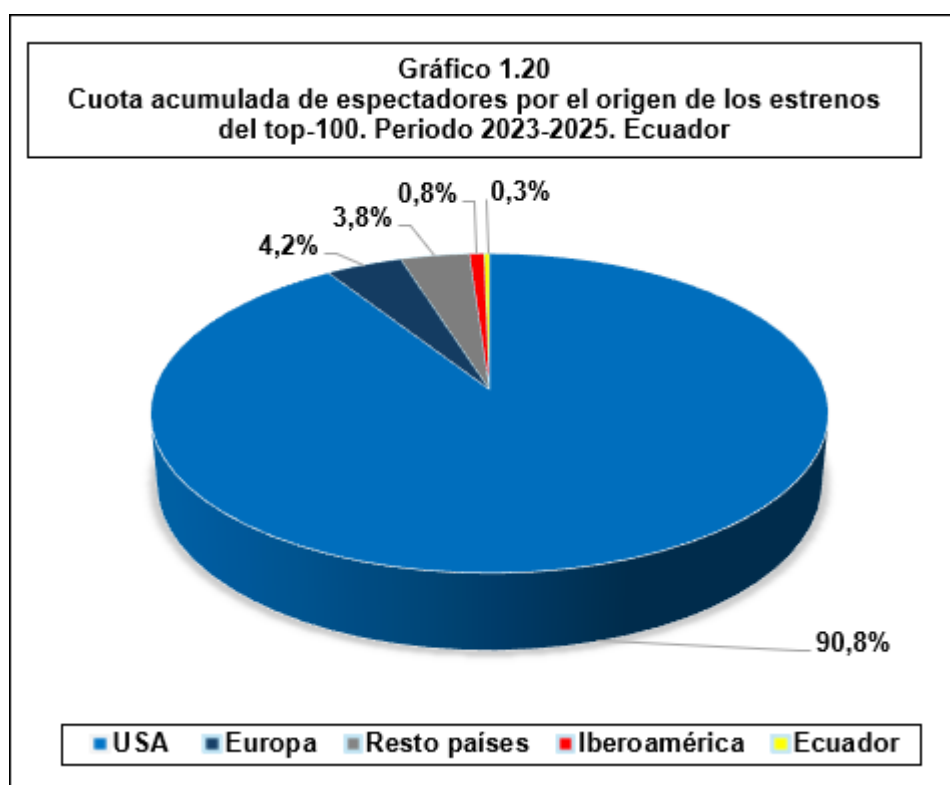
La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en 2025 en un 90,4% del total de espectadores, la del cine de otros países en un 5,8% y la cuota del cine europeo en el 3,2% (cuadro 1.38).

Cuadro 1.38

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

ESPECTADORES						
Origen	2023	%	2024	%	2025	%
USA	12.517.884	93,3	10.471.855	88,7	10.511.613	90,4
Ecuador	12.768	0,1	47.171	0,4	56.993	0,5
Iberoamérica	204.151	1,5	95.988	0,8	19.456	0,2
Europa	428.794	3,2	737.549	6,2	371.670	3,2
Resto países	255.645	1,9	448.967	3,8	673.849	5,8
Total	13.419.242		11.801.530		11.633.581	
INGRESOS						
Origen	2023	%	2024	%	2025	%
USA	63.359.828	93,7	54.831.077	89,7	53.814.858	90,8
Ecuador	65.058	0,1	229.407	0,4	248.539	0,4
Iberoamérica	888.867	1,3	416.006	0,7	93.657	0,2
Europa	2.028.988	3,0	3.529.037	5,8	1.789.354	3,0
Resto países	1.291.143	1,9	2.113.579	3,5	3.308.044	5,6
Total	67.633.885		61.119.106		59.254.452	

La cuota acumulada de espectadores en el trienio 2023-2025 refleja el dominio del cine USA, con un 90,8% del mercado, seguido del cine europeo con un 4,2% y del cine del resto de países con un 3,8% (gráfico 1.20).

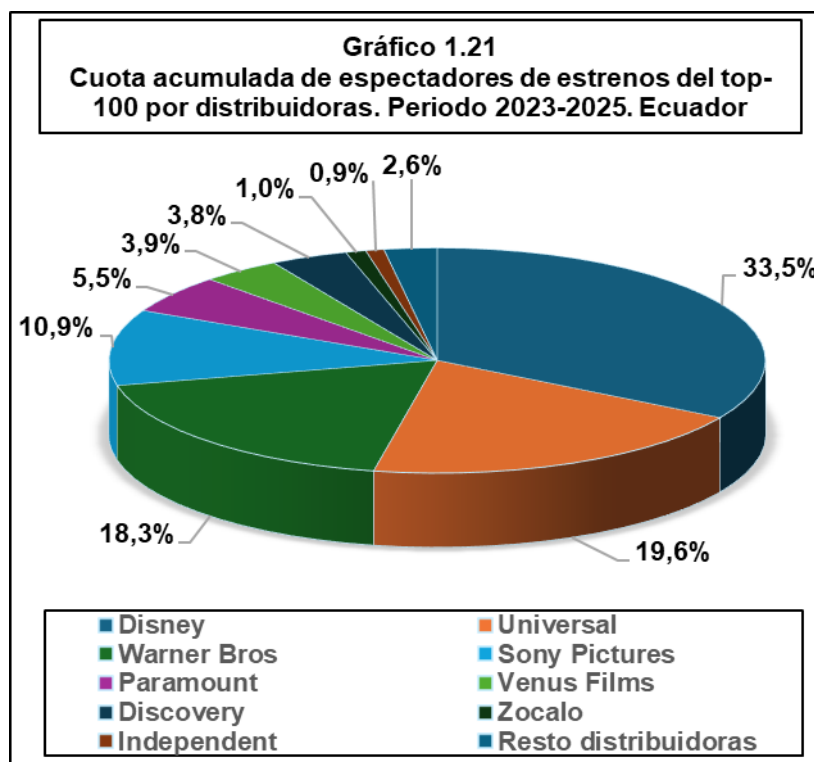


Las distribuidoras americanas, en 2025 representan en el top-100 una cuota conjunta de espectadores del 91,1% y las independientes el 8,9% restante (cuadro 1.39). Los Estudios con más entradas vendidas son Disney (5 millones), Warner (2,5 millones) y Universal (1,6 millones).

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

Distribuidora	2023	%	2024	%	2025	%
Disney	2.804.883	20,9	4.294.261	36,4	5.011.462	43,1
Universal	3.983.351	29,7	1.766.541	15,0	1.647.801	14,2
Warner Bros	2.747.450	20,5	1.457.459	12,3	2.582.251	22,2
Sony Pictures	1.195.877	8,9	1.969.258	16,7	810.590	7,0
Paramount	878.678	6,5	637.085	5,4	549.386	4,7
Venus Films	626.365	4,7	423.067	3,6	383.295	3,3
Multicine	162.624	1,2	45.186	0,4	74.527	0,6
Cineplex	57.051	0,4	0	0,0	0	0,0
Independent	170.493	1,3	116.870	1,0	33.601	0,3
Zocalo	97.128	0,7	160.821	1,4	89.633	0,8
Discovery	279.393	2,1	719.098	6,1	380.224	3,3
Angel Studios	415.949	3,1	0	0,0	0	0,0
BF Distribution	0	0,0	198.055	1,7	48.162	0,4
Cinetopía	0	0,0	13.829	0,1	0	0,0
Explode	0	0,0	0	0,0	22.649	0,2
Resto distribuidoras	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Total	13.419.242		11.801.530		11.633.581	

En el trienio 2023-2025, el porcentaje de espectadores acumulado por las *Majors* se sitúa en un 87,8% y el de las independientes en el 12,2% restante (gráfico 1.21). Las distribuidoras con más cuota de mercado son Disney (33,5%), Universal (19,6%) y Warner (18,3%). Entre las independientes destaca Venus Films (3,9%).



En 2025, el ranking de taquilla está liderado por la película estadounidense *Lilo y Stitch* con 1,4 millones de espectadores, seguida de *Expediente Warren: El último rito*, con más de 725.000 y *Zootrópolis 2*, con casi 700.000 espectadores. Los estrenos del top-10 provienen de Estados Unidos, salvo uno procedente de Japón (cuadro 1.40).

Cuadro 1.40
Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2025. Ecuador

N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Lilo y Stitch	USA	1.431.359	7.694.844
2	Expediente Warren: El último rito	USA	728.281	3.919.333
3	Zootrópolis 2	USA	688.236	3.523.937
4	Cómo entrenar a tu dragón	USA	558.859	2.641.177
5	Una película de Minecraft	USA	516.398	2.623.586
6	Capitán América: Brave New World	USA	450.797	2.599.428
7	Los 4 Fantásticos: Primeros pasos	USA	449.050	2.236.787
8	Jurassic World: El renacer	USA	429.305	1.947.097
9	Mufasa: El rey León	USA, Canadá	410.247	2.082.393
10	Guardianes de la Noche 4	Japón	391.897	2.029.585

En el *ranking* nacional, las dos producciones con más éxito son *El fantasma de mi ex* (Josué Miranda), con 38.004 espectadores, y *Viejos malditos* (Chávez Xavier), con casi 19.000. En este *ranking*, hay tres películas íntegramente ecuatorianas y, el resto en coproducción, una con Argentina, una con Bolivia y Chile y Chile, una con Uruguay, una con USA y otra con Alemania (cuadro 1.41).

Cuadro 1.41
Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Año 2025. Ecuador

N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	El fantasma de mi ex	Ecuador	38.004	165.077
2	Viejos malditos	Ecuador, Argentina	18.989	83.461
3	Shaman: Entre Dios y el Diablo	Ecuador, USA	7.979	41.545
4	Los ahogados	Ecuador, Uruguay	5.588	23.571
5	La cima de la vida: El valor de la memoria	Ecuador	2.346	5.229
6	Alucina	Ecuador	1.740	8.093
7	El ladrón de perros	Ecuador, Bolivia, Chile	313	1.371
8	Eco de luz	Ecuador, Alemania	62	214

El único estreno iberoamericano que se encuentra en el top-100, de estrenos de cine en Ecuador en 2025, es el largometraje documental argentino *El Apocalipsis de San Juan* (Simón Delacre, Patricio Donso), con 19.456 espectadores (cuadro 1.42).

El cine europeo está representado por la película letona de animación *Flow, un mundo que salvar*, con casi 130.000 espectadores, y el cine asiático fue protagonista con la película japonesa *Guardianes de la noche 4*, con más de 391.000 entradas vendidas.

Cuadro 1.42
Ranking de estrenos cinematográficos de otros países. Año 2025. Ecuador

<i>Iberoamérica</i>				
N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	El Apocalipsis de San Juan	Argentina	19.456	93.657
<i>Europa</i>				
N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Flow, un mundo que salvar	Letonia, Francia	127.856	590.310
2	28 años después	R. Unido	43.549	225.744
3	Cónclave	R. Unido, USA	36.680	186.387
4	Paddington: Aventura en la selva	R. Unido, Francia	29.624	156.446
5	El último aliento	R. Unido, Bélgica	26.834	122.633
<i>Resto de países</i>				
N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Guardianes de la Noche 4	Japón	391.897	2.029.585
2	Chainsaw Man: El arco de Reze	Japón	45.294	212.280
3	Jujutsu Kaisen: Ejecución	Japón	35.118	170.941
4	200% Wolf	Australia	32.197	144.092
5	Attack on Titan: The last attack	Japón	31.104	142.465



EL SALVADOR

Los cines salvadoreños en 2025 suman una asistencia de 2,7 millones de espectadores y recaudan 12,6 millones de dólares. La venta de entradas se reduce en 100.000 con respecto a 2024 (cuadro 1.43).

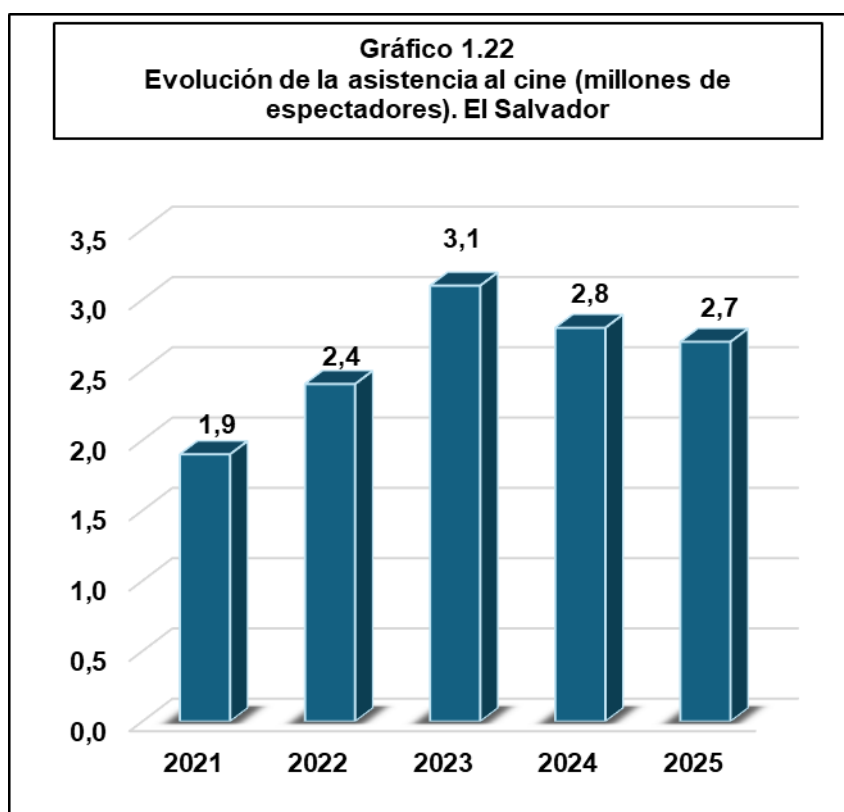
La audiencia anual se sitúa en 0,4 películas por habitante y el importe medio de la entrada asciende a 4,6 dólares. El número de estrenos nacionales solo representa un 1% y el cine salvadoreño obtiene una cuota de mercado del 1,3%.

La evolución de la venta de entradas en los últimos cinco años muestra un máximo de 3,1 millones de espectadores en 2023 y un mínimo de 1,9 en 2021 (gráfico 1.22).

Cuadro 1.43

Panorama cinematográfico en El Salvador

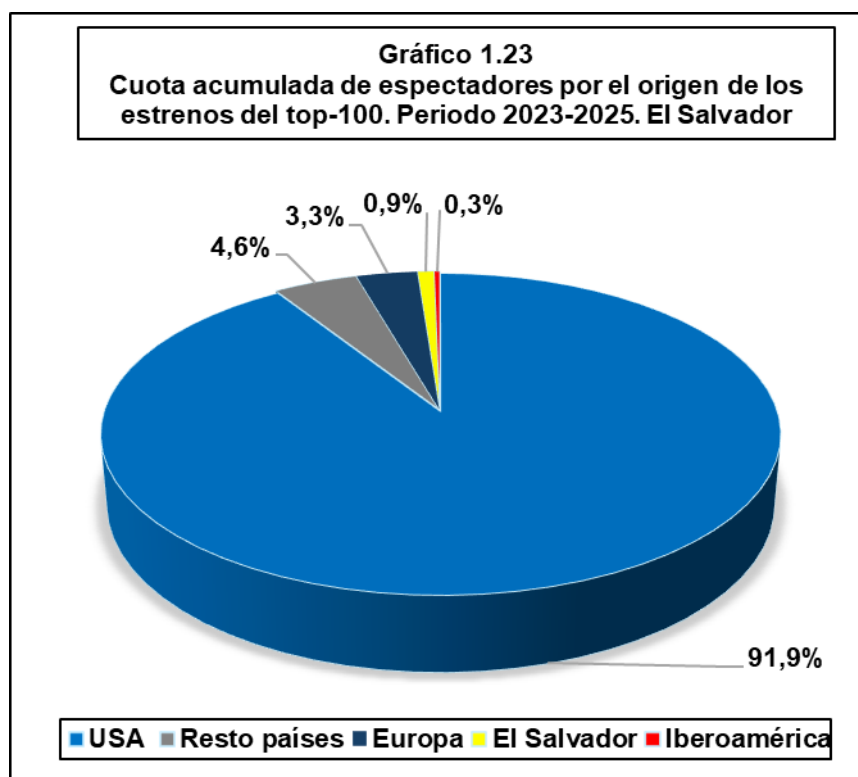
Datos	2021	2022	2023	2024	2025
Población (millones)	6,3	6,3	6,3	6,3	6,3
Número de pantallas de cine	67	67	67	69	69
Ingresos cine (millones USD)	8,1	10,7	14,5	12,9	12,6
Asistencia espectadores (millones)	1,9	2,4	3,1	2,8	2,7
Espectadores cine nacional (millones)	0,001	0,015	0,000	0,042	0,035
Cuota de mercado cine nacional (%)	0,1	0,6	0,0	1,5	1,3
Número de estrenos totales	179	186	220	242	258
Número de estrenos extranjeros	174	181	218	240	256
Número de estrenos nacionales	5	5	2	2	2
Asistencia anual por habitante	0,3	0,4	0,5	0,4	0,4
Importe entrada al cine (USD)	4,2	4,5	4,6	4,5	4,6



La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en 2025 en un 88,5% del total de espectadores, la cuota del cine de otros países en un 8% y la cuota del cine europeo alcanza en un 2,1% (cuadro 1.44).

<i>Cuadro 1.44</i>						
<i>Distribución por el origen de los estrenos del Top-100. El Salvador</i>						
ESPECTADORES						
Origen	2023	%	2024	%	2025	%
USA	2.921.872	94,2	2.542.007	89,8	2.358.627	88,5
El Salvador	0	0,0	42.771	1,5	35.274	1,3
Iberoamérica	18.181	0,6	10.780	0,4	2.109	0,1
Europa	92.949	3,0	133.440	4,7	55.087	2,1
Resto países	67.562	2,2	102.615	3,6	212.774	8,0
Total	3.100.564		2.831.613		2.663.871	
INGRESOS						
Origen	2023	%	2024	%	2025	%
USA	13.371.538	93,5	11.416.139	89,7	10.980.499	88,9
El Salvador	0	0,0	203.692	1,6	157.421	1,3
Iberoamérica	77.895	0,5	45.560	0,4	7.025	0,1
Europa	400.030	2,8	600.173	4,7	259.129	2,1
Resto países	446.461	3,1	461.111	3,6	953.607	7,7
Total	14.295.924		12.726.675		12.357.681	

La cuota acumulada de espectadores en el trienio 2023-2025 refleja el dominio del cine USA, con un 91,9% del mercado, seguido del cine del resto de países con un 4,6% y del cine europeo con un 3,3% (gráfico 1.23).

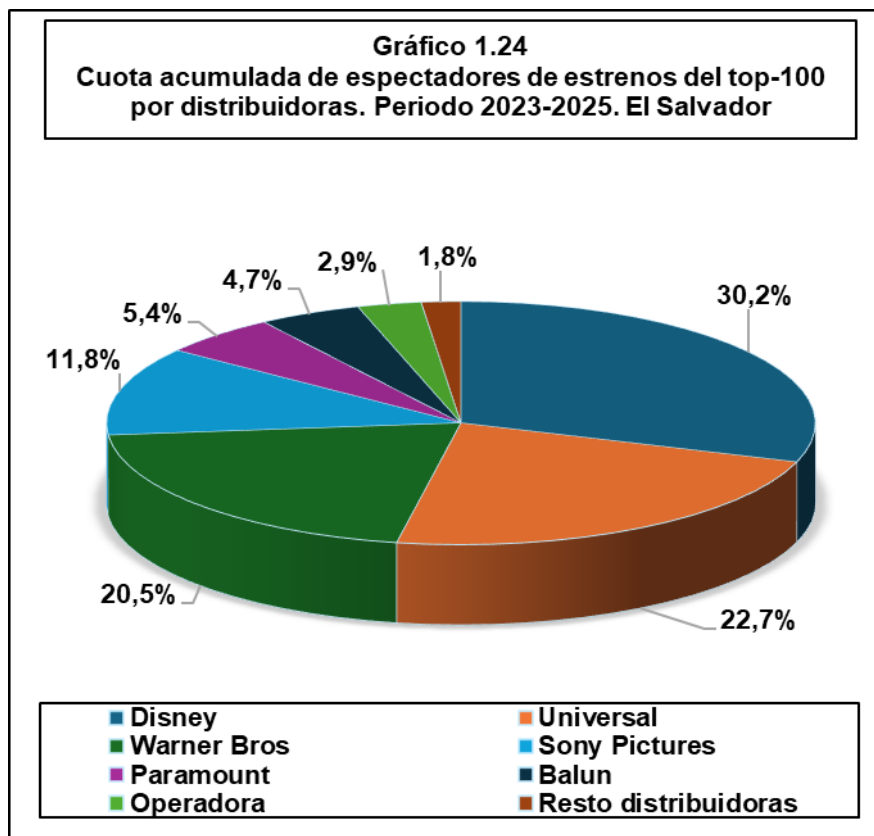


Las distribuidoras americanas, en 2025 representan en el top-100 una cuota conjunta de espectadores del 92,7% y las independientes el 7,3% restante (cuadro 1.45). Los Estudios con más entradas vendidas son Disney (1 millón), Warner (652.487) y Universal (429.817).

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

Distribuidora	2023	%	2024	%	2025	%
Disney	471.474	15,2	1.050.722	37,1	1.022.173	38,4
Universal	1.050.491	33,9	511.909	18,1	429.817	16,1
Warner Bros	747.252	24,1	367.446	13,0	652.487	24,5
Sony Pictures	259.883	8,4	496.280	17,5	252.870	9,5
Paramount	191.650	6,2	166.161	5,9	111.965	4,2
Operadora	86.051	2,8	112.747	4,0	46.736	1,8
Canzion	0	0,0	6.112	0,2	9.582	0,4
Balun	194.034	6,3	93.472	3,3	119.832	4,5
Cineplex	0	0,0	10.191	0,4	2.380	0,1
Romaly	0	0,0	4.536	0,2	1.818	0,1
Angel Studios	58.376	1,9	0	0,0	7.659	0,3
Resto distribuidoras	41.353	1,3	12.037	0,4	6.552	0,2
Total	3.100.564		2.831.613		2.663.871	

En el trienio 2023-2025, 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 (30,2%), Universal (22,7%) y Warner (20,5%). Entre las independientes destaca Balun (4,7%).



En 2025, el ranking de taquilla está liderado por la película estadounidense *Lilo y Stitch* con 321.671 espectadores, seguida de *Zootrópolis 2* y *Expediente Warren: El último rito*, con más de 170.000 y 160.000 espectadores, respectivamente. Todos los estrenos del top-10, a excepción de la película japonesa *Guardianes de la noche 4*, provienen de Estados Unidos (cuadro 1.46).

Cuadro 1.46

Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2025. El Salvador

N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Lilo y Stitch	USA	321.671	1.479.968
2	Zootrópolis 2	USA	172.942	769.746
3	Expediente Warren: El último rito	USA	163.228	757.353
4	Una película de Minecraft	USA	157.895	715.563
5	Guardianes de la Noche 4	Japón	145.220	646.565
6	Jurassic World: El renacer	USA	144.534	639.392
7	Cómo entrenar a tu dragón	USA	125.956	583.546
8	Los 4 Fantásticos: Primeros pasos	USA	103.561	477.990
9	Destino final: Lazos de sangre	USA	81.996	379.096
10	Supermán	USA	72.928	339.976

Los dos únicos estrenos salvadoreños de 2025 son *Mojados en Navidad* (Héctor Mojica), con casi 23.000 espectadores, y *Luciérnagas en El Mozote* (Ernesto Melara), con más de 12.500; el primero es íntegramente salvadoreño y el segundo es una coproducción con Estados Unidos (cuadro 1.47).

Cuadro 1.47				
Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Año 2025. El Salvador				
N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Mojados en Navidad	El Salvador	22.907	100.249
2	Luciérnagas El Mozote	El Salvador, USA	12.731	60.209

El único estreno iberoamericano que se encuentra entre los 100 más vistos en los cines de El Salvador, es el largometraje documental mexicano *Kit de Santidad* (Pablo Casso), con 2.109 espectadores (cuadro 1.48).

El cine europeo está representado por la película letona de animación *Flow, un mundo que salvar*, con 17.554 espectadores, y por la británica *28 años después*, con casi 11.000. El cine asiático fue protagonista con la película japonesa *Guardianes de la noche 4*, con 145.220 entradas vendidas.

Cuadro 1.48				
Ranking de estrenos cinematográficos de otros países. Año 2025. El Salvador				
Iberoamérica				
N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Kit de Santidad	México	2.109	7.025
Europa				
N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Flow, un mundo que salvar	Letonia, Francia	17.554	83.305
2	28 años después	R. Unido	10.963	50.370
3	Cónclave	R. Unido, USA	7.383	39.021
4	Bridget Jones: Loca por él	R. Unido, USA	4.791	23.867
5	La hermanastra fea	Noruega, Dinamarca	4.380	17.244
Resto de países				
N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Guardianes de la Noche 4	Japón	145.220	646.565
2	Chainsaw Man: El arco de Reze	Japón	18.880	88.318
3	Jujutsu Kaisen: Ejecución	Japón	17.527	81.793
4	Attack on Titan: The last attack	Japón	9.699	45.007
5	El rey de reyes	Corea del Sur	7.659	30.611



ESPAÑA

Los cines españoles en 2025 suman una asistencia de 66,3 millones de espectadores y recaudan 518,6 millones de dólares. La venta de entradas se reduce en 6,4 millones con respecto a 2024 (cuadro 1.49).

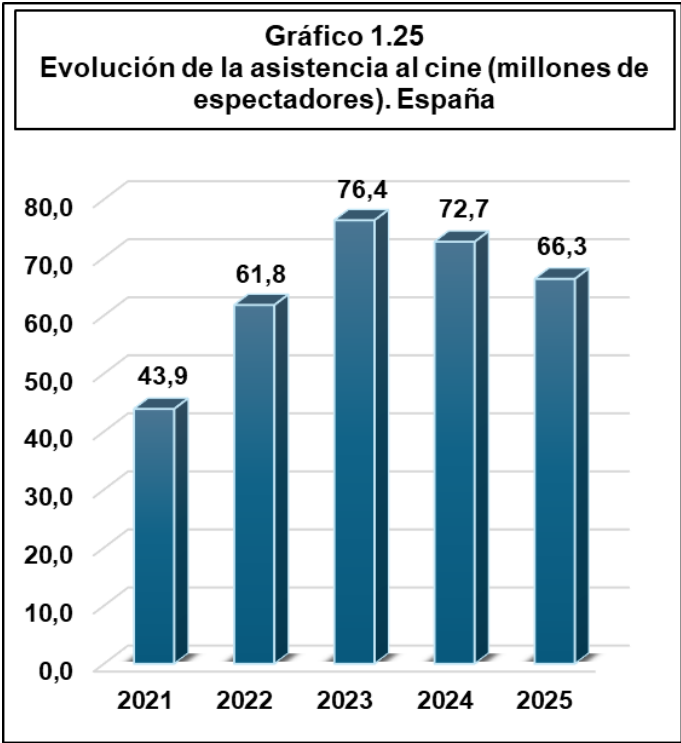
La audiencia anual se sitúa en 1,3 películas por habitante y el importe medio de la entrada asciende a 7,8 dólares. El número de estrenos nacionales representa el 29% y el cine español obtiene una cuota de mercado del 18,5%.

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 43,9 en 2021 (gráfico 1.25).

Cuadro 1.49

Panorama cinematográfico en España

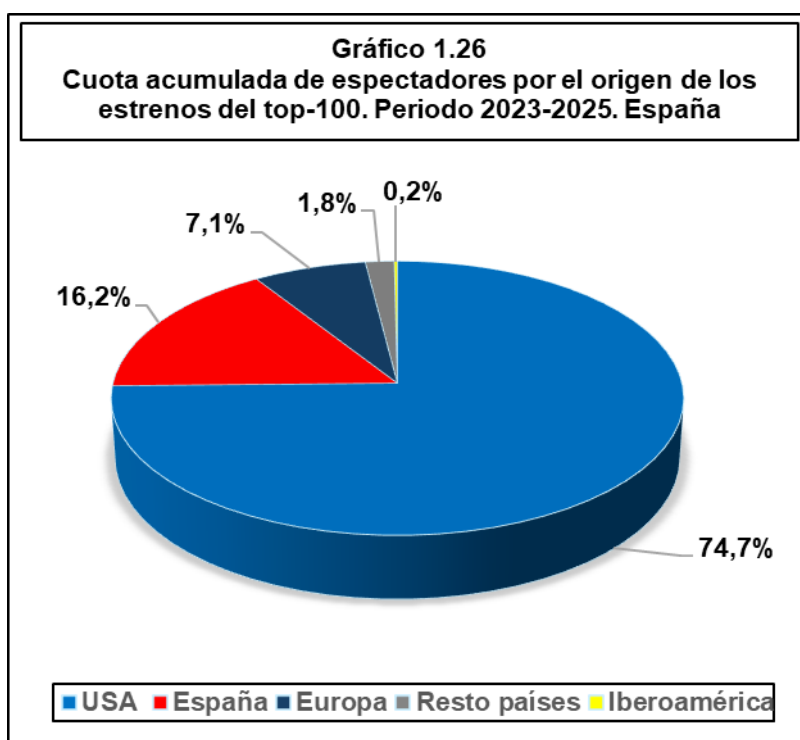
Concepto	2021	2022	2023	2024	2025
Población (millones)	47,3	47,8	48,3	48,7	49,3
Número de pantallas de cine	3.432	3.626	3.591	3.560	3.562
Ingresos cine (millones USD)	315,2	404,9	534,3	524,6	518,6
Espectadores cine (millones)	43,9	61,8	76,4	72,7	66,3
Espectadores cine nacional (millones)	7,10	13,80	13,19	12,98	12,31
Cuota de mercado cine nacional (%)	16,2	22,3	17,3	17,9	18,5
Número de estrenos totales	681	1.108	1.242	1.301	1.563
Número de estrenos extranjeros	386	794	876	959	1.109
Número de estrenos nacionales	295	314	366	342	454
Asistencia anual por habitante	0,9	1,3	1,6	1,5	1,3
Importe entrada al cine (USD)	7,2	6,6	6,9	7,2	7,8



La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en 2025 casi en un 75% del total de espectadores, la cuota del cine nacional en un 15,9% y la del cine europeo en un 6,3% (cuadro 1.50).

Cuadro 1.50						
Distribución por el origen de los estrenos del top-100. España						
ESPECTADORES						
Origen	2023	%	2024	%	2025	%
USA	54.710.544	78,7	45.574.120	70,8	42.342.066	74,7
España	11.135.698	16,0	10.707.871	16,6	9.013.367	15,9
Iberoamérica	0	0,0	186.828	0,3	141.023	0,2
Europa	2.901.873	4,2	7.012.667	10,9	3.589.247	6,3
Resto países	790.794	1,1	887.255	1,4	1.600.960	2,8
Total	69.538.909		64.368.741		56.686.663	
INGRESOS						
Origen	2023	%	2024	%	2025	%
USA	388.315.912	79,5	335.516.185	71,5	339.852.549	75,7
España	75.053.587	15,4	73.843.959	15,7	66.317.098	14,8
Iberoamérica	0	0,0	1.299.301	0,3	1.034.191	0,2
Europa	20.114.574	4,1	51.672.187	11,0	28.280.531	6,3
Resto países	4.862.029	1,0	6.246.932	1,3	13.276.915	3,0
Total	488.346.102		468.578.564		448.761.284	

La cuota acumulada de espectadores en el trienio 2023-2025 refleja el dominio del cine USA, con un 74,7% del mercado, seguido del cine español con un 16,2% y del cine europeo con un 7,1% (gráfico 1.26).

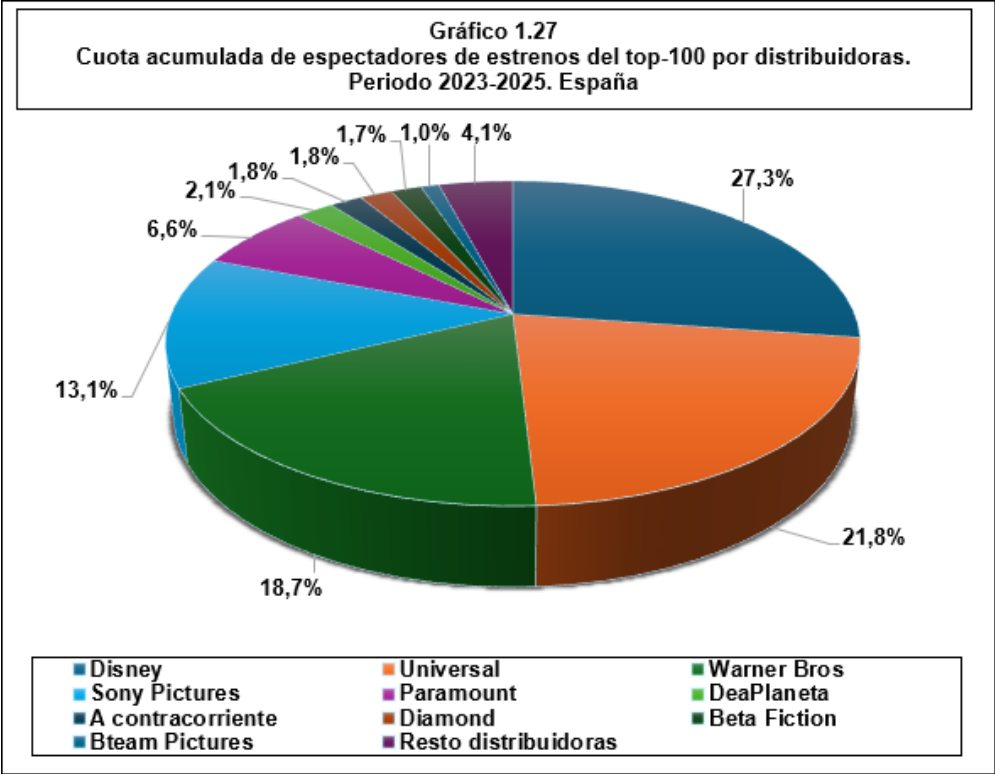


Las distribuidoras americanas representan en el top-100 de 2024 una cuota conjunta de espectadores del 87,7%% y las independientes el 12,3% restante (cuadro 1.51). Los *Estudios* con más entradas vendidas son Disney (18 millones), Universal (11,5 millones) y Warner (10,1 millones).

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

Distribuidora	2023	%	2024	%	2025	%
Disney	15.342.430	22,1	17.927.851	27,9	18.061.405	31,9
Universal	19.317.239	27,8	11.055.705	17,2	11.516.791	20,3
Warner Bros	15.201.002	21,9	10.341.812	16,1	10.199.659	18,0
Sony Pictures	7.572.109	10,9	10.321.149	16,0	7.068.531	12,5
Paramount	4.327.914	6,2	5.513.285	8,6	2.873.259	5,1
A contracorriente	1.552.186	2,2	1.176.216	1,8	842.529	1,5
Diamond	1.584.263	2,3	1.112.111	1,7	739.387	1,3
Flins	151.123	0,2	0	0,0	0	0,0
Tri Pictures	168.672	0,2	0	0,0	0	0,0
Vertice	1.319.226	1,9	397.054	0,6	177.170	0,3
Vercine	0	0,0	456.815	0,7	0	0,0
Filmax	392.753	0,6	0	0,0	145.213	0,3
DeaPlaneta	583.205	0,8	1.280.462	2,0	2.039.197	3,6
Elastica	381.638	0,5	1.189.183	1,8	276.083	0,5
Bteam Pictures	288.816	0,4	387.542	0,6	1.205.457	2,1
Beta Fiction	0	0,0	2.303.467	3,6	836.883	1,5
SelectaVisión	0	0,0	547.131	0,8	152.727	0,3
Resto productoras	1.354.310	0,5	358.958	0,6	552.372	1,0
Total	69.538.909		64.368.741		56.686.663	

En el trienio 2023-2025, el porcentaje de espectadores acumulado por las *Majors* se sitúa en un 87,5% y el de las independientes en el 12,5% restante (gráfico 1.27). Las distribuidoras con más cuota de mercado son Disney (27,3%) y Universal (21,8%). Entre las independientes destaca DeaPlaneta (2,1%).



En 2025, el ranking de taquilla está liderado por la película estadounidense *Lilo y Stitch* con 3,8 millones de espectadores. A continuación, seis películas superaron los 2 millones de entradas en las taquillas de los cines españoles: *Jurassic World: El renacer*, *Una película de Minecraft*, *Avatar: Fuego y ceniza*, *Cómo entrenar a tu dragón*, *Zootrópolis 2* y la producción española *Padre no hay más que uno 5* (Santiago Segura). Todos los estrenos del top-10 provienen de Estados Unidos, salvo la mencionada película española (cuadro 1.52).

Cuadro 1.52
Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2025. España

N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Lilo y Stitch	USA	3.829.674	27.931.459
2	Jurassic World: El renacer	USA	2.644.411	21.252.658
3	Una película de Minecraft	USA	2.236.149	18.129.270
4	Avatar: Fuego y ceniza	USA	2.167.335	20.636.398
5	Cómo entrenar a tu dragón	USA	2.107.142	16.688.768
6	Padre no hay más que uno 5	España	2.043.434	15.154.151
7	Zootrópolis 2	USA	2.014.988	16.423.899
8	Expediente Warren: El último rito	USA	1.824.474	15.410.193
9	Mufasa: El rey León	USA, Canadá	1.659.394	13.244.695
10	Los 4 Fantásticos: Primeros pasos	USA	1.310.582	10.716.544

En el *ranking* nacional, la producción con más éxito es la mencionada comedia *Padre no hay más que uno 5*, con 2 millones de espectadores. Otros cuatro lanzamientos tuvieron un éxito significativo: *El cautivo* (Alejandro Amenábar), con casi 800.000 espectadores; *Los domingos* (Alauda Ruiz de Azáu), con más de 625.000; *Wolfgang* (Javier Ruiz Caldera) con casi 600.000 espectadores y *La cena* (Manuel Gómez Pereira) con 587.645 (cuadro 1.53).

Cuadro 1.53				
Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Año 2025. España				
N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Padre no hay más que uno 5	España	2.043.434	15.154.151
2	El cautivo	España, Italia	792.007	5.973.785
3	Los domingos	España, Francia	628.500	4.461.496
4	Wolfgang (Extraordinario)	España	597.938	4.492.303
5	La cena	España, Francia	587.645	4.077.275
6	El casoplón	España	489.967	3.743.606
7	Sin cobertura	España	454.350	3.306.981
8	Sirât	España, Francia	438.644	3.277.723
9	Un funeral de locos	España	437.336	3.418.850
10	Romería	España, Alemania	276.083	2.015.816

La obra iberoamericana con más éxito en 2025 en los cines españoles es la producción brasileña *Ainda estou aqui* (Walter Salles), con más de 140.000 espectadores. El protagonismo del cine europeo recae sobre la producción británica *Cónclave*, con casi 800.000 espectadores, y el del cine asiático sobre película japonesa *Guardianes de la noche 4*, con más de 850.000 entradas vendidas (cuadro 1.54).

Cuadro 1.54				
Ranking de estrenos cinematográficos de otros países. Año 2025. España				
Iberoamérica				
N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Ainda estou aqui	Brasil	141.023	1.034.191
2	Kayara	Perú	47.372	356.231
3	Homo Argentum	Argentina	30.414	249.231
4	Vieja loca	Argentina	25.970	200.141
5	El jockey	Argentina	14.112	77.460
Europa				
N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Cónclave	R. Unido, USA	796.315	6.289.313
2	28 años después	R. Unido	525.097	4.235.297
3	Paddington: Aventura en la selva	R. Unido, Francia	400.369	3.104.069
4	Bridget Jones: Loca por él	R. Unido, USA	377.818	3.076.820
5	Flow, un mundo que salvar	Letonia, Francia	267.532	2.002.039
Resto del Mundo				
N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Guardianes de la Noche 4	Japón	851.560	7.398.968
2	Chainsaw Man: El arco de Reze	Japón	242.297	1.882.245
3	Devuélvemela	Australia, USA	217.040	1.660.389
4	El rey de reyes	Corea del Sur	152.727	1.174.594
5	Jujutsu Kaisen: Ejecución	Japón	137.336	1.160.719



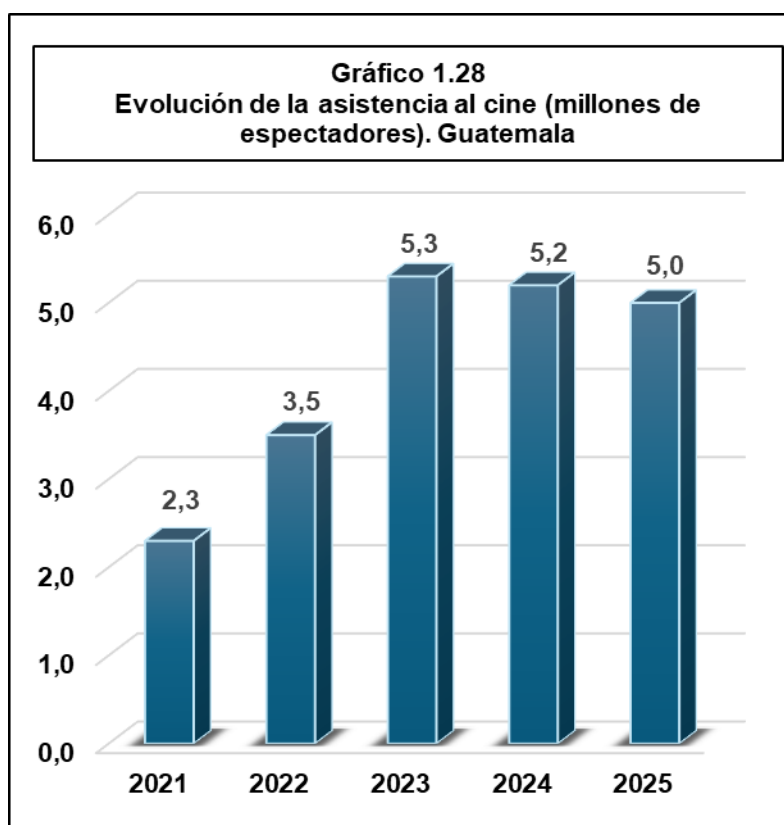
GUATEMALA

Los cines guatemaltecos en 2025 suman una asistencia de 5 millones de espectadores y recaudan 25,7 millones de dólares. La venta de entradas se reduce en unas 221.000 con respecto a 2024 (cuadro 1.55).

La audiencia anual se sitúa en 0,3 películas por habitante y el importe medio de la entrada asciende a 5,1 dólares. El número de estrenos nacionales representa tan solo el 1% 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 2,3 millones en 2021 (gráfico 1.28).

Cuadro 1.55					
Panorama cinematográfico en Guatemala					
Datos	2021	2022	2023	2024	2025
Población (millones)	17,1	17,3	17,6	17,8	18,0
Número de pantallas de cine	172	172	186	187	196
Ingresos cine (millones USD)	11,8	18,3	28,0	26,3	25,7
Espectadores cine (millones)	2,3	3,5	5,3	5,2	5,0
Espectadores cine nacional (millones)	0,01	0,006	0,01	0,01	0,01
Cuota de mercado cine nacional (%)	0,5	0,2	0,2	0,3	0,3
Número de estrenos totales	183	184	229	263	276
Número de estrenos extranjeros	178	182	225	261	273
Número de estrenos nacionales	5	2	4	2	3
Asistencia anual por habitante	0,1	0,2	0,3	0,3	0,3
Importe entrada al cine (USD)	5,0	5,2	5,2	5,0	5,1



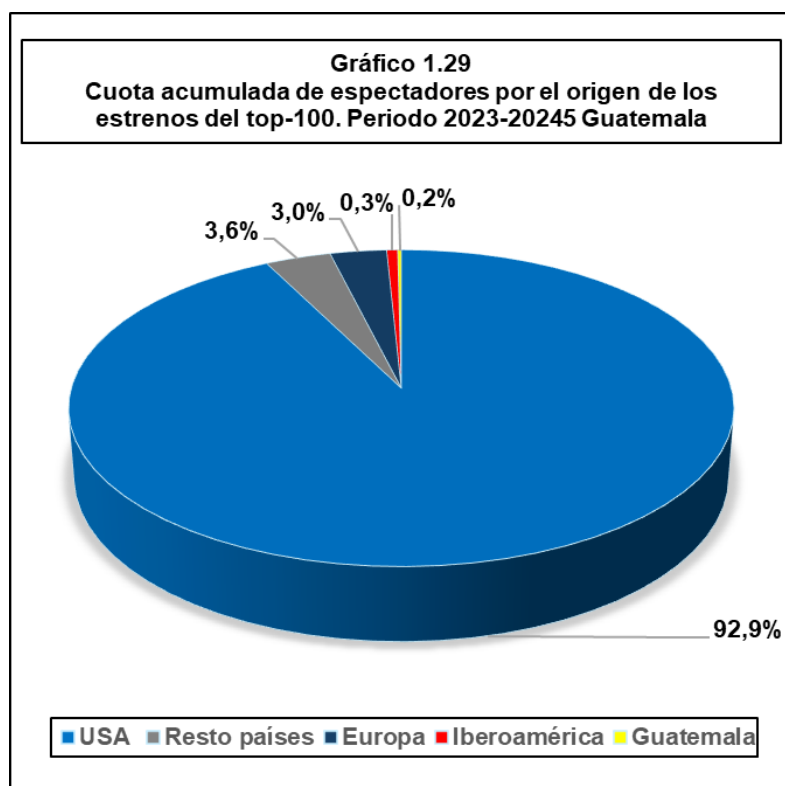
La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en 2025 en un 91,7% del total de espectadores, la del cine del resto de países en un 6,1% y la cuota del cine europeo casi en un 2% (cuadro 1.56).

Cuadro 1.56
Distribución por el origen de los estrenos del top 100. Guatemala

ESPECTADORES						
Origen	2023	%	2024	%	2025	%
USA	4.959.679	94,5	4.752.621	92,5	4.508.389	91,7
Guatemala	6.258	0,1	14.186	0,3	14.510	0,3
Iberoamérica	28.362	0,5	10.702	0,2	0	0,0
Europa	158.261	3,0	215.373	4,2	91.952	1,9
Resto países	97.829	1,9	144.169	2,8	302.012	6,1
Total	5.250.389		5.137.051		4.916.863	

INGRESOS						
Origen	2023	%	2024	%	2025	%
USA	26.011.787	94,4	23.852.095	92,5	23.144.296	92,0
Guatemala	28.715	0,1	71.181	0,3	62.186	0,2
Iberoamérica	138.173	0,5	54.833	0,2	0	0,0
Europa	747.228	2,7	1.079.471	4,2	475.836	1,9
Resto países	639.310	2,3	724.409	2,8	1.481.021	5,9
Total	27.565.213		25.781.989		25.163.339	

La cuota acumulada de espectadores en el trienio postpandemia 2023-2025 refleja el dominio del cine USA con un 92,9% del mercado, seguido del cine resto de países con un 3,6% y del cine europeo con un 3% (gráfico 1.29).

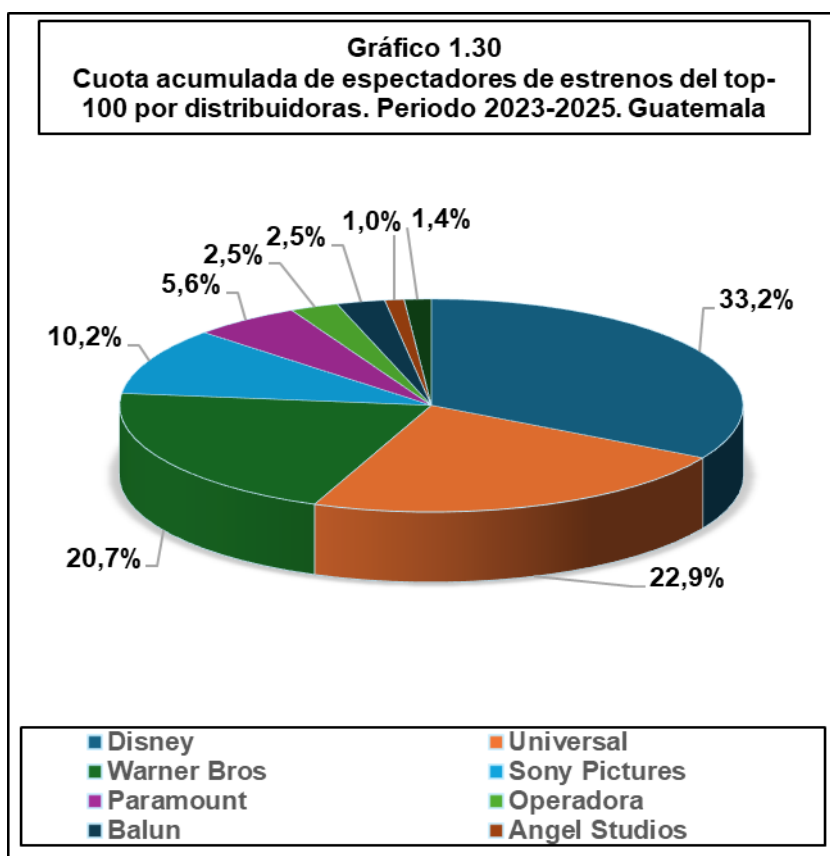


Las distribuidoras americanas representan en el top-100 de 2025 una cuota conjunta de espectadores del 95,4% y las independientes el 4,6% restante (cuadro 1.57). Los *Estudios* con más entradas vendidas son Disney (2,1 millones) y Warner (1,2 millones).

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

Distribuidora	2023	%	2024	%	2025	%
Disney	808.836	15,4	2.122.895	41,3	2.110.219	42,9
Universal	1.845.108	35,1	890.377	17,3	799.653	16,3
Warner Bros	1.282.174	24,4	683.747	13,3	1.198.172	24,4
Sony Pictures	413.427	7,9	771.260	15,0	378.463	7,7
Paramount	332.374	6,3	329.526	6,4	201.882	4,1
Operadora	136.816	2,6	180.532	3,5	73.878	1,5
Balun	224.402	4,3	66.478	1,3	99.818	2,0
Cineplex	25.629	0,5	15.757	0,3	3.238	0,1
Independent CA	7.097	0,1	17.717	0,3	11.014	0,2
Angel Studios	139.856	2,7	0	0,0	15.190	0,3
Vic Films	0	0,0	24.235	0,5	3.426	0,1
CanZion Films	0	0,0	22.998	0,4	8.448	0,2
Resto distribuidoras	34.670	0,7	11.529	0,2	13.462	0,3
Total	5.250.389	100,0	5.137.051	100,0	4.916.863	

En el trienio 2023-2025, el porcentaje de espectadores acumulado por las *Majors* se sitúa en un 92,6% y el de las independientes en el 7,4% restante (gráfico 1.30). Las distribuidoras con más cuota de mercado son Disney (33,2%) y Universal (22,9%). Entre las independientes destaca Operadora (2,5%).



En 2025, el ranking de taquilla está liderado por la película estadounidense *Lilo y Stitch* con más de 700.000 espectadores, seguida de *Zootrópolis 2* superando los 400.000. A continuación, *Expediente Warren: El último rito* y *Una película de Minecraft* rebasan las 300.000 entradas vendidas. Todos los estrenos del top-10 provienen de Estados Unidos, salvo una producción japonesa (cuadro 1.58).

Cuadro 1.58

Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2025. Guatemala

N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Lilo y Stitch	USA	704.769	3.553.091
2	Zootrópolis 2	USA	403.513	2.016.669
3	Expediente Warren: El último rito	USA	311.692	1.502.647
4	Una película de Minecraft	USA	306.857	1.594.540
5	Cómo entrenar a tu dragón	USA	256.867	1.306.186
6	Jurassic World: El renacer	USA	253.015	1.190.678
7	Guardianes de la Noche 4	Japón	208.344	1.013.488
8	Los 4 Fantásticos: Primeros pasos	USA	181.638	932.852
9	Destino final: Lazos de sangre	USA	170.085	834.270
10	Avatar: Fuego y ceniza	USA	137.982	876.924

En el *ranking* nacional, la producción con más éxito es *Terror eterno* (Rodrigo Estrada Alday), con más de 11.000 espectadores, seguida de la comedia *Bajo el sol de septiembre* (Rodolfo Espinosa), con casi 3.500 espectadores. De los cuatro títulos que conforman el ranking, dos son películas íntegramente guatemaltecas, una está en coproducción con España y otra con Francia (cuadro 1.59).

Cuadro 1.59				
Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Año 2025. Guatemala				
N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Terror eterno	Guatemala, España	11.014	45.562
2	Bajo el sol de septiembre	Guatemala	3.496	16.624
3	Sueños de primavera	Guatemala	942	5.114
4	La Llorona (re)	Guatemala, Francia	187	710

El cine europeo está representado en el top-100 por la película letona de animación *Flow, un mundo que salvar*, con más de 23.000 espectadores, y la producción británica *Cónclave*, con casi 16.000 espectadores. El cine asiático fue protagonista con la película japonesa *Guardianes de la noche 4*, con 208.000 entradas vendidas (cuadro 1.60).

Cuadro 1.60				
Ranking de estrenos cinematográficos de otros países. Año 2025. Guatemala				
Iberoamérica				
N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Flow, un mundo que salvar	Letonia, Francia	23.034	124.426
2	28 años después	R. Unido	15.918	79.063
3	Cónclave	R. Unido, USA	10.758	63.751
4	Paddington: Aventura en la selva	R. Unido, Francia	9.796	54.240
5	Bridget Jones: Loca por él	R. Unido, USA	6.156	34.282
Resto del mundo				
N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Guardianes de la Noche 4	Japón	208.344	1.013.488
2	Chainsaw Man: El arco de Reze	Japón	24.338	121.488
3	Jujutsu Kaisen: Ejecución	Japón	21.954	111.403
4	El rey de reyes	Corea del Sur	15.190	75.539
5	Attack on Titan: The last attack	Japón	12.102	64.450



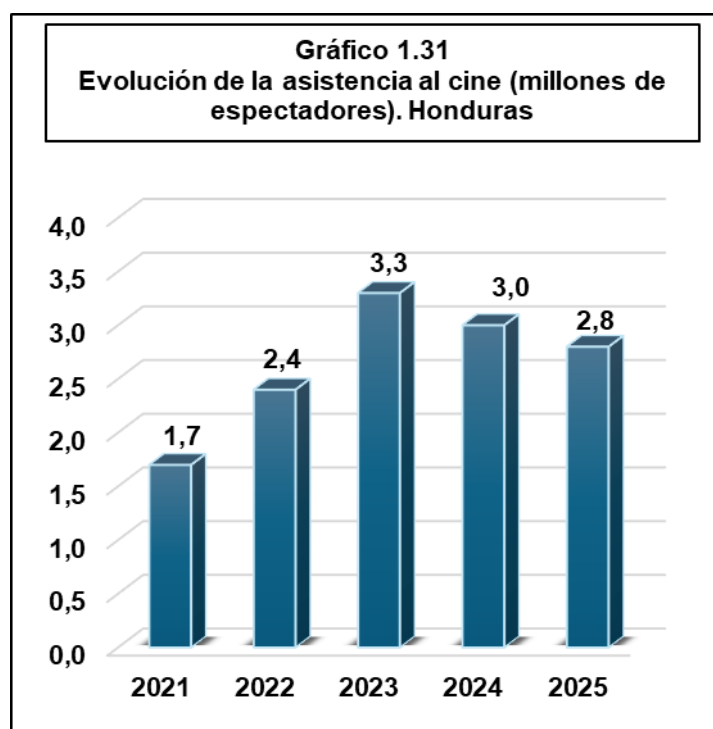
HONDURAS

Los cines hondureños en 2025 suman una asistencia de 2,8 millones de espectadores y recaudan 10,8 millones de dólares. La venta de entradas se reduce en más de 230.000 con respecto a 2024 (cuadro 1.61).

La audiencia anual se sitúa en 0,3 películas por habitante y el importe medio de la entrada asciende a 3,8 dólares. El número de estrenos nacionales representa el 1,6% y el cine hondureño obtiene una cuota de mercado del 0,4%.

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 1,7 en 2021 (gráfico 1.31).

Cuadro 1.61					
Panorama cinematográfico en Honduras					
Datos	2021	2022	2023	2024	2025
Población (millones)	9,4	9,5	9,7	9,8	10,0
Número de pantallas de cine	124	124	127	127	130
Ingresos cine (millones USD)	6,4	9,4	13,4	12,2	10,8
Asistencia espectadores (millones)	1,7	2,4	3,3	3,0	2,8
Espectadores cine nacional (millones)	0,006	0,013	0,003	0,04	0,01
Cuota de mercado cine nacional (%)	0,4	0,5	0,1	1,3	0,4
Número de estrenos totales	173	181	217	254	251
Número de estrenos extranjeros	169	176	215	252	247
Número de estrenos nacionales	4	5	2	2	4
Asistencia anual por habitante	0,2	0,3	0,4	0,3	0,3
Importe entrada al cine (USD)	3,7	3,8	3,9	3,9	3,8



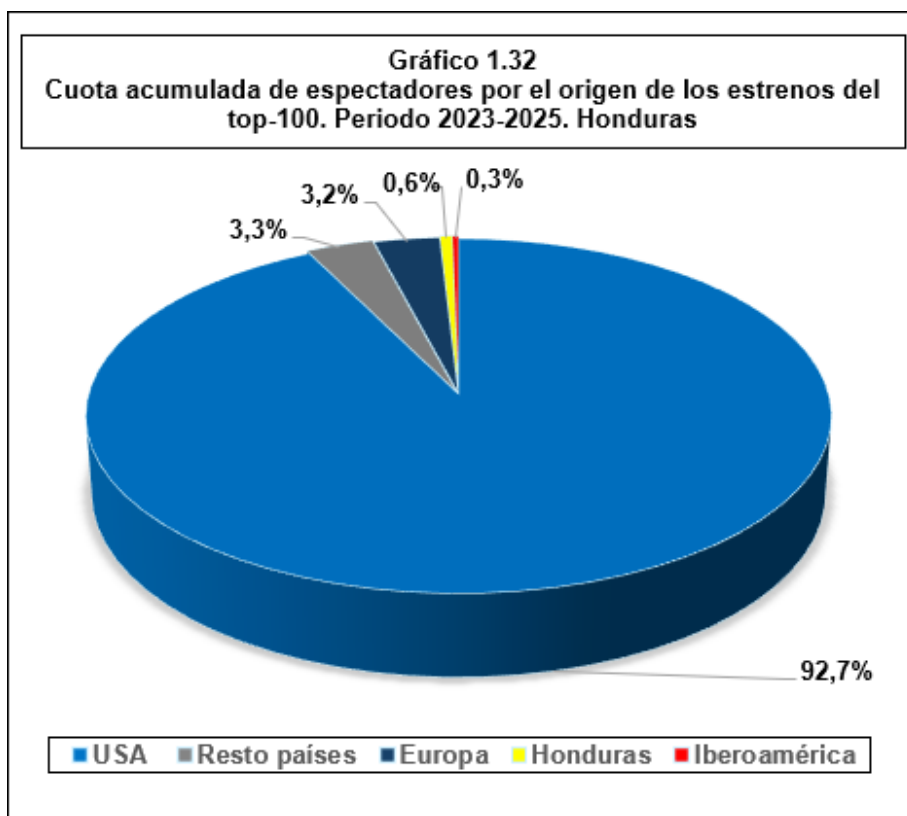
La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en 2025 en un 92,2% del total de espectadores, la del cine del resto de países en el 5,7% y la cuota del cine europeo en un 1,8% (cuadro 1.62).

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

ESPECTADORES						
Origen	2023	%	2024	%	2025	%
USA	3.178.640	95,2	2.742.961	90,7	2.561.929	92,2
Honduras	1.996	0,1	39.257	1,3	8.970	0,3
Iberoamérica	13.272	0,4	8.746	0,3	0	0,0
Europa	100.962	3,0	149.064	4,9	49.897	1,8
Resto países	44.456	1,3	83.855	2,8	158.941	5,7
Total	3.339.326		3.023.883		2.779.737	

INGRESOS						
Origen	2023	%	2024	%	2025	%
USA	12.584.745	95,0	10.925.985	90,9	9.778.284	92,4
Honduras	6.352	0,0	140.898	1,2	28.444	0,3
Iberoamérica	47.353	0,4	31.582	0,3	0	0,0
Europa	373.326	2,8	593.699	4,9	190.778	1,8
Resto países	240.012	1,8	328.610	2,7	580.770	5,5
Total	13.251.788		12.020.774		10.578.276	

La cuota acumulada de espectadores en el trienio postpandemia 2023-2025 refleja el dominio del cine USA, con un 92,7% del mercado, seguido del cine resto de países con un 3,3% y del cine europeo con el 3,2% (gráfico 1.32).

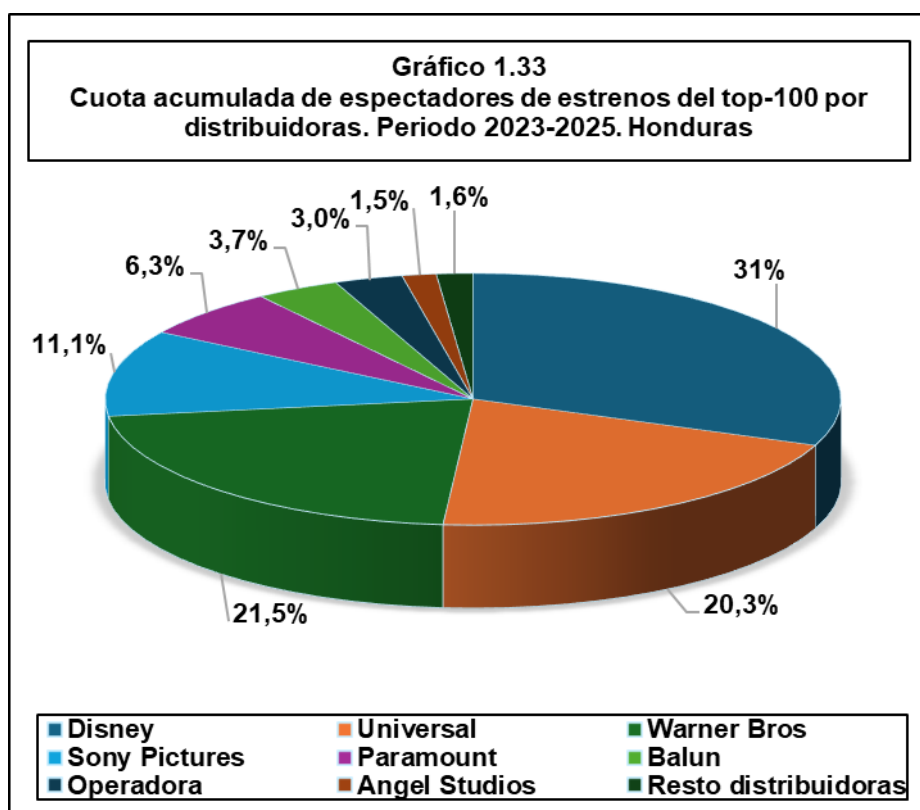


Las distribuidoras americanas representan en el top-100 de 2025 una cuota conjunta de espectadores del 93,2% y las independientes el 6,8% restante (cuadro 1.63). El *Estudio* con más entradas vendidas es Disney (1,1 millones).

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

Distribuidora	2023	%	2024	%	2025	%
Disney	532.142	15,9	1.095.210	36,2	1.138.745	41,0
Universal	1.024.513	30,7	475.154	15,7	405.775	14,6
Warner Bros	830.403	24,9	436.484	14,4	698.959	25,1
Sony Pictures	259.853	7,8	535.529	17,7	217.488	7,8
Paramount	223.302	6,7	226.750	7,5	130.596	4,7
Balun	202.897	6,1	45.205	1,5	95.054	3,4
Independent	7.346	0,2	40.742	1,3	8.970	0,3
Canzion	0	0,0	13.361	0,4	29.783	1,1
Operadora	89.526	2,7	141.975	4,7	44.218	1,6
Angel Studios	139.904	4,2	0	0,0	10.149	0,4
Resto distribuidoras	29.440	0,9	13.473	0,4	0	0,0
Total	3.339.326		3.023.883		2.779.737	

En el trienio 2023-2025, el porcentaje de espectadores acumulado por las *Majors* se sitúa en un 90,2% y el de las independientes en el 9,8% restante (gráfico 1.33). Las distribuidoras con más cuota de mercado son Disney (31%), Warner (21,5%) y Universal (20,3%). Entre las independientes destaca Balun (3,7%).



En 2025, el ranking de taquilla está liderado por las películas estadounidenses *Lilo y Stitch* con 334.248 espectadores, *Zootrópolis 2* con más de 180.000 y *Expediente Warren: El último rito*, con casi 175.000 espectadores. Los estrenos del top-10 provienen de Estados Unidos, salvo una producción japonesa (cuadro 1.64).

Cuadro 1.64
Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2025. Honduras

N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Lilo y Stitch	USA	334.248	1.264.515
2	Zootrópolis 2	USA	183.904	657.604
3	Expediente Warren: El último rito	USA	174.649	643.082
4	Una película de Minecraft	USA	145.688	561.700
5	Jurassic World: El renacer	USA	144.679	521.900
6	Los 4 Fantásticos: Primeros pasos	USA	114.793	452.067
7	Guardianes de la Noche 4	Japón	108.297	401.840
8	Cómo entrenar a tu dragón	USA	101.261	394.560
9	Avatar: Fuego y ceniza	USA	93.192	413.265
10	Destino final: Lazos de sangre	USA	90.243	343.196

En el *ranking* nacional, las producciones con más éxito son *90 minutos* (Aeden O'Connor Agurcia), *El hombre se ha vuelto loco* (Abraham Espinoza) y *Navidad Catracha 2* (Carlos Membreño), todas con un rendimiento en taquilla en torno a los 3.000 espectadores. De los seis títulos, cinco son películas íntegramente hondureñas y una está en coproducción con Colombia (cuadro 1.65).

Cuadro 1.65
Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Año 2025. Honduras

N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	90 minutos	Honduras	3.157	9.887
2	El hombre se ha vuelto loco	Honduras	2.909	8.530
3	Navidad Catracha 2: El origen	Honduras	2.904	10.027
4	Morazán	Honduras	1.016	2.235
5	Whitney	Honduras	103	381
6	Eva	Honduras, Colombia	19	74

Las producciones de cine europeo con más éxito en Honduras en 2025 son la producción británica *28 años después* y la película de animación letona *Flow, un mundo que salvar*, con más de 11.000 y 10.000 espectadores, respectivamente. El cine asiático fue protagonista con la película japonesa *Guardianes de la noche 4*, con más de 108.000 entradas vendidas (cuadro 1.66).

Cuadro 1.66
Ranking de estrenos cinematográficos de otros países. Año 2025. Honduras

Europa				
N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	28 años después	R. Unido	11.003	42.718
2	Flow, un mundo que salvar	Letonia, Francia	10.199	40.149
3	Cónclave	R. Unido, USA	5.465	24.314
4	Bridget Jones: Loca por él	R. Unido, USA	5.326	21.178
5	Paddington: Aventura en la selva	R. Unido, Francia	4.546	17.966

Resto del mundo				
N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Guardianes de la Noche 4	Japón	108.297	401.840
2	Jujutsu Kaisen: Ejecución	Japón	13.792	49.677
3	Chainsaw Man: El arco de Reze	Japón	13.278	51.008
4	El rey de reyes	Corea del Sur	10.149	32.338
5	Attack on Titan: The last attack	Japón	5.331	20.122



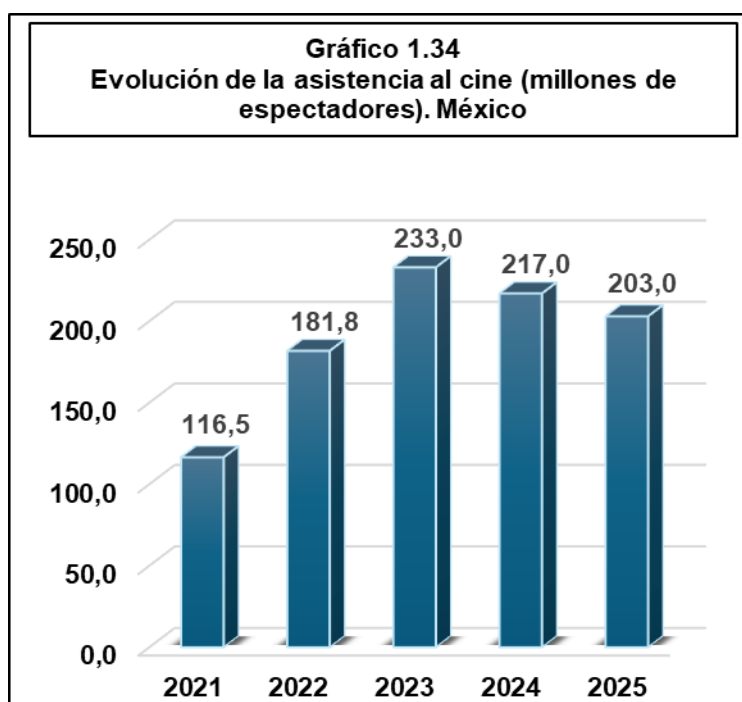
MÉXICO

Los cines mexicanos en 2025 suman una asistencia de 203 millones de espectadores y recaudan 761,4 millones de dólares. La venta de entradas se reduce en 14 millones con respecto a 2024 (cuadro 1.67).

La audiencia anual se sitúa en 1,5 películas por habitante y el importe medio de la entrada asciende a 3,9 dólares. El número de estrenos nacionales representa casi el 19% y el cine mexicano obtiene una cuota de mercado del 4,4%.

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 116,5 en 2021 (gráfico 1.34).

Cuadro 1.67					
Panorama cinematográfico en México					
Datos	2021	2022	2023	2024	2025
Población (millones)	128,9	129,9	131,1	132,2	133,3
Número de pantallas de cine	7.252	7.471	7.637	7.467	7.512
Ingresos cine (millones USD)	380,5	598,8	880,0	821,8	761,4
Asistencia espectadores (millones)	116,5	181,8	233,0	217,0	203,0
Espectadores cine nacional (millones)	4,6	6,4	12,2	9,4	9,1
Cuota de mercado cine nacional (%)	4,0	3,5	5,2	3,9	4,4
Número de estrenos totales	367	470	494	559	575
Número de estrenos extranjeros	301	373	402	414	466
Número de estrenos nacionales	66	87	92	145	109
Asistencia anual por habitante	0,9	1,4	1,8	1,6	1,5
Importe entrada (USD)	3,2	3,3	3,8	3,9	3,9



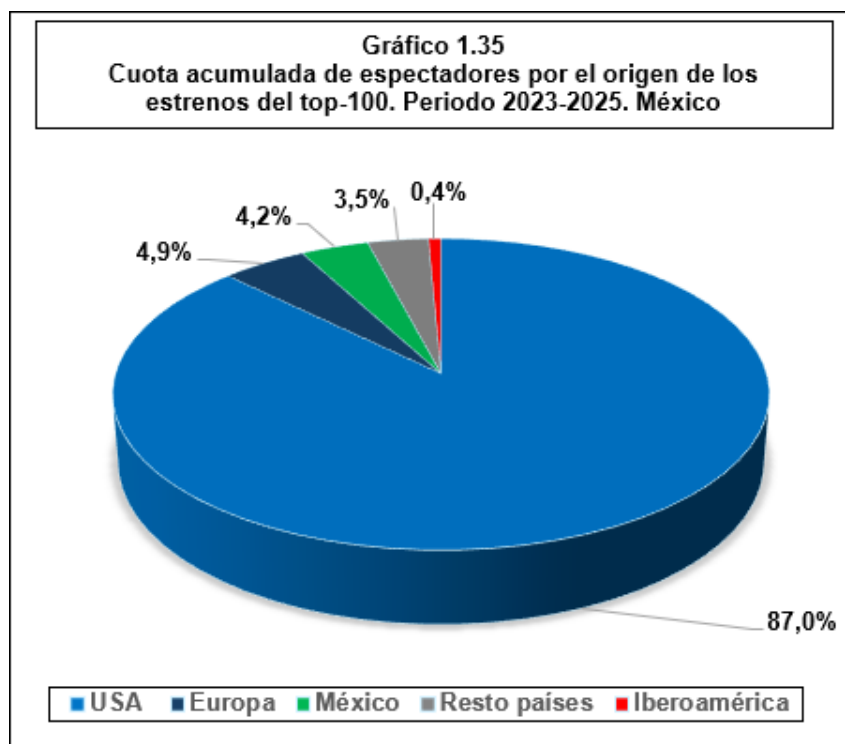
La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en 2025 en un 86,9% del total de espectadores, la del cine del resto de países en un 4,9%, la del cine europeo en un 4,3% y la cuota del cine nacional en un 3,9% (cuadro 1.68).

Cuadro 1.68
Distribución por el origen de los estrenos del Top-100. México

ESPECTADORES						
Origen	2023	%	2024	%	2025	%
USA	195.178.367	88,7	169.899.725	85,4	161.067.910	86,9
México	11.117.601	5,1	7.071.930	3,6	7.320.949	3,9
Iberoamérica	1.390.928	0,6	1.086.904	0,5	0	0,0
Europa	6.987.801	3,2	14.185.603	7,1	7.964.123	4,3
Resto países	5.318.657	2,4	6.657.218	3,3	9.028.025	4,9
Total	219.993.354		198.901.380		185.381.007	

INGRESOS						
Origen	2023	%	2024	%	2025	%
USA	734.372.255	88,3	656.179.202	85,4	618.937.778	87,3
México	38.551.945	4,6	25.386.626	3,3	25.766.069	3,6
Iberoamérica	4.150.495	0,5	4.161.394	0,5	0	0,0
Europa	27.050.765	3,3	55.925.332	7,3	31.107.775	4,4
Resto países	27.296.900	3,3	26.479.174	3,4	32.904.352	4,6
Total	831.422.360		768.131.728		708.715.974	

La cuota acumulada de espectadores en el trienio 2023-2025 refleja el dominio del cine USA, con un 87% del mercado, seguido del cine europeo con un 4,9% y del cine mexicano con un 4,2% (gráfico 1.35).

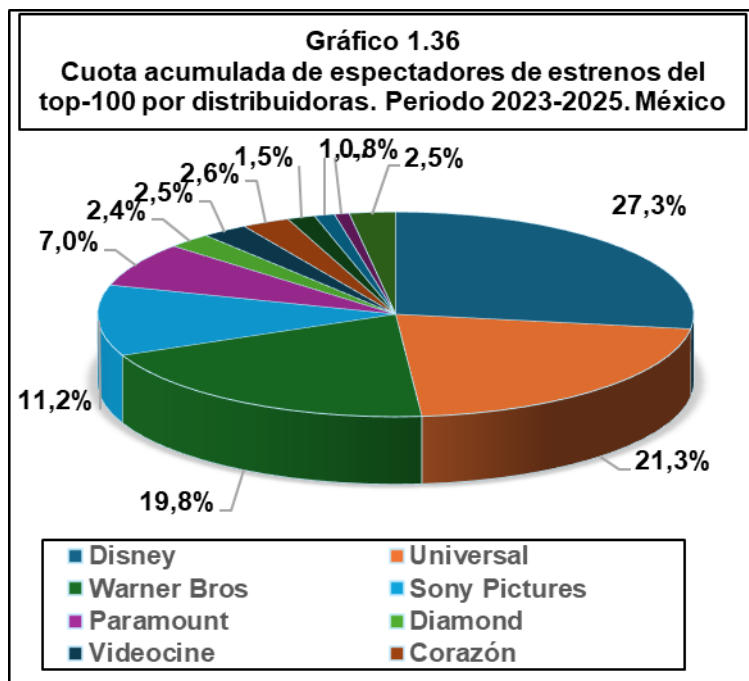


Las distribuidoras americanas representan en el top-100 de 2025 una cuota conjunta de espectadores del 88,7% y las independientes el 11,3% restante (cuadro 1.69). Los *Estudios* con más entradas vendidas son Disney (64,7 millones), Warner (41,3 millones) y Universal (34,6 millones).

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

Distribuidora	2023	%	2024	%	2025	%
Disney	37.305.687	17,0	59.897.082	30,1	64.700.540	34,9
Universal	61.032.686	27,7	34.819.724	17,5	34.657.487	18,7
Warner Bros	48.336.771	22,0	29.965.156	15,1	41.345.578	22,3
Sony Pictures	23.239.569	10,6	30.679.872	15,4	14.169.726	7,6
Paramount	15.847.768	7,2	17.049.779	8,6	9.645.117	5,2
Videocine	7.214.088	3,3	5.019.427	2,5	3.176.078	1,7
Diamond	3.090.364	1,4	8.969.425	4,5	2.444.273	1,3
Supra	3.012.361	1,4	482.187	0,2	0	0,0
Angel Studios	3.316.931	1,5	0	0,0	0	0,0
Zima	3.195.268	1,5	1.030.194	0,5	897.377	0,5
Corazón	8.725.553	4,0	1.519.722	0,8	5.573.713	3,0
Cinopolis	3.861.553	1,8	2.485.539	1,2	2.910.314	1,6
Imagen	458.172	0,2	2.442.477	1,2	283.877	0,2
Caníbal	358.094	0,2	1.306.854	0,7	4.661.984	2,5
MUBI	0	0,0	2.931.638	1,5	206.135	0,1
A24	0	0,0	0	0,0	457.712	0,2
Cinemex	0	0,0	0	0,0	251.096	0,1
Resto distribuidoras	998.489	0,5	302.304	0,2	0	0,0
Total	219.993.354		198.901.380		185.381.007	

En el trienio 2023-2025, el porcentaje de espectadores acumulado por las *Majors* se sitúa casi en un 86,6% y el de las independientes en el 13,4% restante (gráfico 1.36). Las distribuidoras con más cuota de mercado son Disney (27,3%) y Universal (21,3%). Entre las independientes destacan Corazón (2,6%), Videocine (2,5%) y Diamond Films (2,4%).



En 2025, el ranking de taquilla está liderado por la película estadounidense *Lilo y Stitch* con 17,3 millones de espectadores, seguida de *Una película de Minecraft* con 10,7 millones y de *Jurassic World: El renacer*, con 9,1 millones de espectadores. Todos los estrenos del top-10 provienen de Estados Unidos (cuadro 1.70).

Cuadro 1.70
Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2025. México

N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Lilo y Stitch	USA	17.370.843	66.504.731
2	Una película de Minecraft	USA	10.744.733	33.881.233
3	Jurassic World: El renacer	USA	9.153.939	35.377.508
4	Cómo entrenar a tu dragón	USA	8.775.264	36.760.704
5	Expediente Warren: El último rito	USA	8.452.859	29.920.513
6	Zootrópolis 2	USA	7.894.020	32.290.897
7	Los 4 Fantásticos: Primeros pasos	USA	7.507.990	27.776.455
8	Supermán	USA	5.483.497	22.543.577
9	Avatar: Fuego y ceniza	USA	5.154.344	24.148.657
10	Capitán América: Brave New World	USA	4.752.588	17.838.248

En el *ranking* nacional, las dos producciones con más éxito son *Mesa de regalos* (Noé Santillán López), con casi 2 millones de espectadores, y *Mirreyes vs Godínez: Las Vegas* (Chava Cartas), con 1,1 millones. En este *ranking*, hay ocho películas íntegramente mexicanas y una en coproducción con Argentina y otra con Estados Unidos (cuadro 1.71).

Cuadro 1.71

Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Año 2025. México

N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Mesa de regalos	México, Argentina	1.996.937	7.330.911
2	Mirreyes vs Godínez: Las Vegas	México	1.143.197	3.712.544
3	Soy Frankelda	México	830.718	2.666.793
4	¡Qué huevos, Sofía!	México	736.912	2.650.594
5	Una pequeña confusión	México	530.261	2.169.333
6	Mamá reinventada	México	516.140	1.873.730
7	Loco por ella	México	449.600	1.504.950
8	No me sigas	México, USA	329.208	1.019.364
9	Desastre en familia	México	290.483	990.857
10	Juan Gabriel - Mis 40 en Bellas Artes	México	251.096	963.147

El cine europeo está liderado por la película letona de animación *Flow, un mundo que salvar*, con más de 2 millones de espectadores, y la producción británica *28 años después* con 1,4 millones. El cine asiático fue protagonista con la película japonesa *Guardianes de la noche 4*, con 4,6 millones de entradas vendidas (cuadro 1.72).

Cuadro 1.72

Ranking de estrenos cinematográficos de otros países. Año 2025. México

Europa				
N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Flow, un mundo que salvar	Letonia, Francia	2.087.343	7.305.129
2	28 años después	R. Unido	1.470.169	5.959.237
3	Cónclave	R. Unido, USA	982.394	4.437.301
4	La hermanastra fea	Noruega, Dinamarca	763.126	2.780.953
5	Better Man	R. Unido, USA	540.813	2.306.497
Resto del mundo				
N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Guardianes de la Noche 4	Japón	4.601.903	17.508.004
2	Memorias de un caracol	Australia	1.811.515	6.025.158
3	Chainsaw Man: El arco de Reze	Japón	710.309	2.644.809
5	Jujutsu Kaisen: Ejecución	Japón	642.319	2.383.055
4	Devuélvemela	Australia, USA	494.377	1.564.531

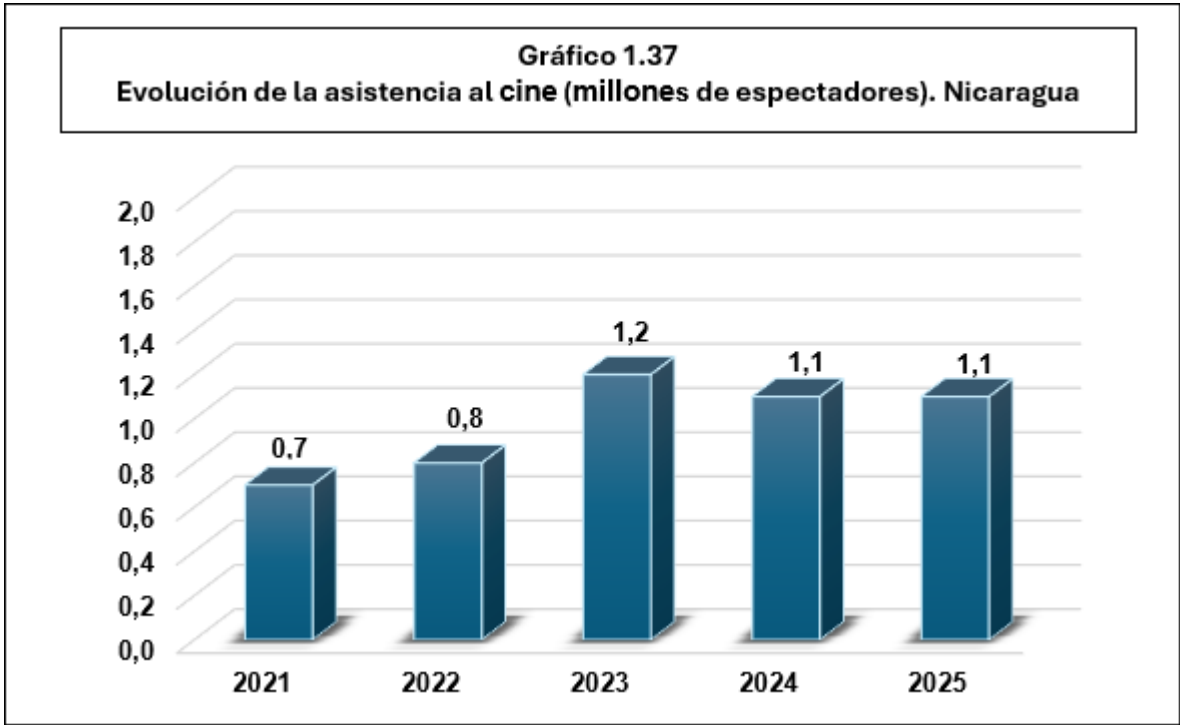


NICARAGUA

Los cines nicaragüenses en 2025 suman una asistencia de 1,1 millones de espectadores y recaudan 5,5 millones de dólares. La asistencia anual se sitúa en 0,2 películas por habitante y el importe medio de la entrada asciende a 5,1 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 0,7 en 2021 (gráfico 1.37).

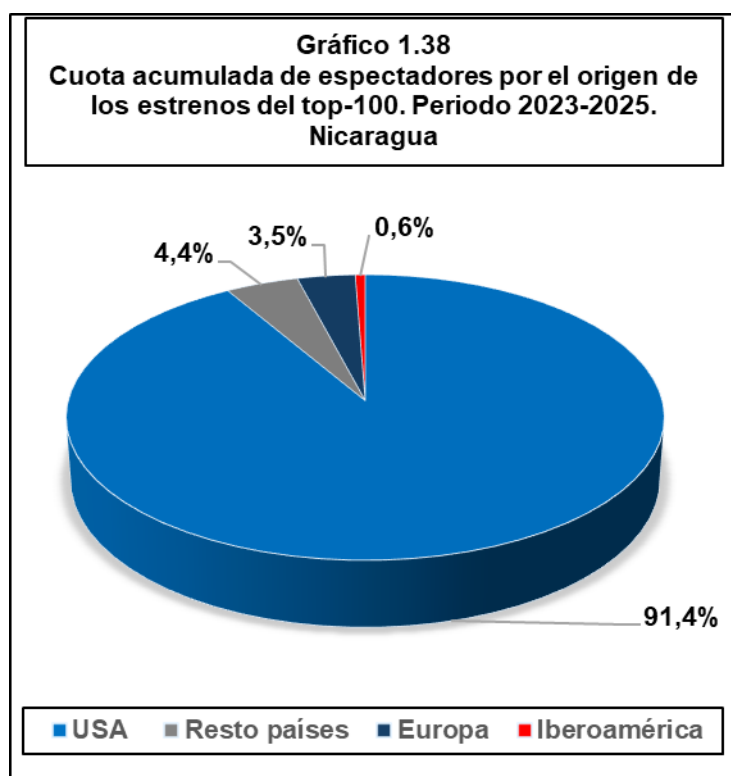
<i>Cuadro 1.73</i>					
<i>Panorama cinematográfico en Nicaragua</i>					
Datos	2021	2022	2023	2024	2025
Población (millones)	6,6	6,7	6,8	6,8	6,9
Número de pantallas de cine	52	52	45	45	45
Ingresos cine (millones USD)	3,0	3,6	5,7	5,6	5,5
Asistencia espectadores (millones)	0,7	0,8	1,2	1,1	1,1
Espectadores cine nacional (millones)	0	0	0	0	0
Cuota de mercado cine nacional (%)	0	0	0	0	0
Número de estrenos totales	147	151	173	176	206
Número de estrenos extranjeros	147	151	173	176	206
Número de estrenos nacionales	0	0	0	0	0
Asistencia anual por habitante	0,1	0,1	0,2	0,2	0,2
Importe entrada (USD)	4,1	4,3	4,5	4,9	5,1



La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en 2025 en un 88,5% del total de espectadores, la cuota del cine del resto de países en un 8,8% y la cuota del cine europeo en un 2,3% (cuadro 1.74).

Cuadro 1.74						
Distribución por el origen de los estrenos del Top-100. Nicaragua						
ESPECTADORES						
Origen	2023	%	2024	%	2025	%
USA	1.175.425	94,6	1.025.618	91,1	951.041	88,5
Nicaragua	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Iberoamérica	10.086	0,8	7.674	0,7	3.835	0,4
Europa	40.369	3,2	56.160	5,0	25.092	2,3
Resto países	17.129	1,4	35.839	3,2	94.265	8,8
Total	1.243.009		1.125.291		1.074.233	
INGRESOS						
Origen	2023	%	2024	%	2025	%
USA	5.389.760	94,7	5.015.912	90,8	4.836.664	88,8
Nicaragua	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Iberoamérica	42.804	0,8	35.459	0,6	15.322	0,3
Europa	180.834	3,2	301.084	5,5	132.128	2,4
Resto países	77.701	1,4	170.763	3,1	462.739	8,5
Total	5.691.099		5.523.218		5.446.853	

La cuota acumulada de espectadores en el trienio 2023-2025 refleja el dominio del cine USA, con un 91,4% del mercado, seguida del cine del resto de países con un 4,4% y del cine europeo con un 3,5% (gráfico 1.38).



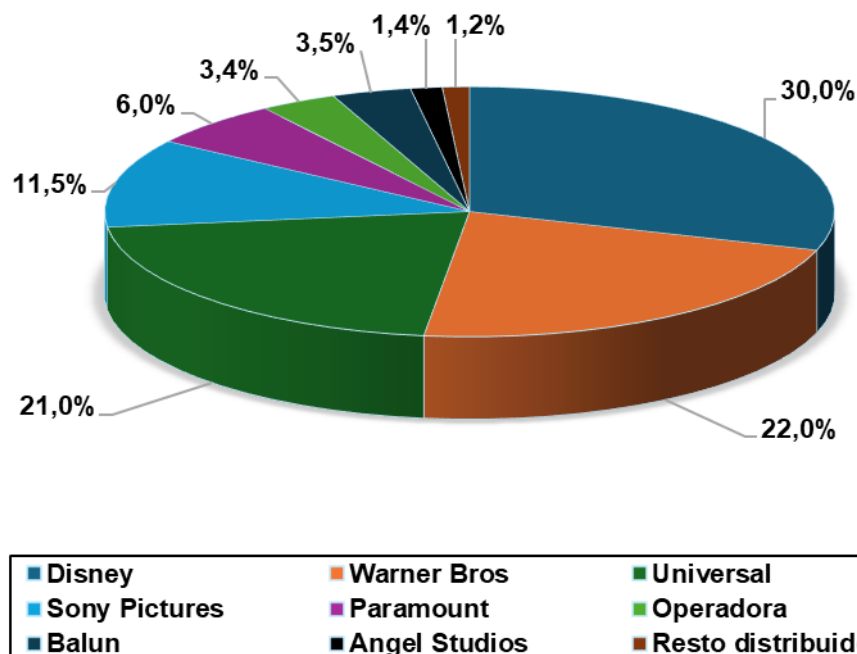
Las distribuidoras americanas representan, en el top-100 de 2025, una cuota conjunta de espectadores del 93,4% y las independientes el 6,6% restante (cuadro 1.75). El *Estudio* con más entradas vendidas es Disney (418.883).

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

Distribuidora	2023	%	2024	%	2025	%
Disney	158.011	12,7	431.090	38,3	418.883	39,0
Universal	412.277	33,2	176.224	15,7	152.476	14,2
Warner Bros	328.203	26,4	162.287	14,4	269.333	25,1
Sony Pictures	100.434	8,1	181.632	16,1	111.719	10,4
Paramount	72.797	5,9	81.717	7,3	50.990	4,7
Angel Studios	44.053	3,5	1.602	0,1	6.017	0,6
Operadora	39.692	3,2	59.064	5,2	20.745	1,9
Balun	74.033	6,0	15.849	1,4	33.985	3,2
Independent	4.985	0,4	4.245	0,4	2.136	0,2
Canzion	0	0,0	5.224	0,5	4.666	0,4
Resto distribuidoras	8.524	0,7	6.357	0,6	3.283	0,3
Total	1.243.009		1.125.291		1.074.233	

En el trienio 2023-2025, 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 1.39). Las distribuidoras con más cuota de mercado son Disney (30%), Warner (22%) y Universal (21%). Entre las independientes destaca Balun (3,5%).

Gráfico 1.39
Cuota acumulada de espectadores de estrenos del top-100 por distribuidoras. Periodo 2023-2025. Nicaragua



En 2025, el ranking de taquilla está liderado por la película estadounidense *Lilo y Stitch* con más de 150.000 espectadores, seguida de *Expediente Warren: El último rito* con 86.148 y *Zootrópolis 2* con 73.479 espectadores. Los estrenos del top-10 provienen de Estados Unidos, salvo una producción japonesa (cuadro 1.76).

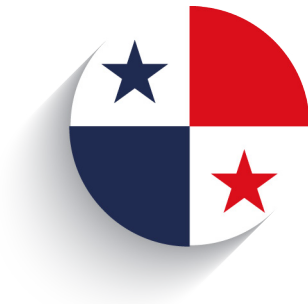
Cuadro 1.76

Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2025. Nicaragua

N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Lilo y Stitch	USA	150.183	735.708
2	Expediente Warren: El último rito	USA	86.148	424.356
3	Zootrópolis 2	USA	73.479	344.187
4	Guardianes de la Noche 4	Japón	65.375	315.713
5	Una película de Minecraft	USA	65.196	324.381
6	Jurassic World: El renacer	USA	42.326	201.978
7	Destino final: Lazos de sangre	USA	35.175	181.470
8	Los 4 Fantásticos: Primeros pasos	USA	34.382	176.858
9	Cómo entrenar a tu dragón	USA	33.834	169.183
10	Avatar: Fuego y ceniza	USA	32.074	179.289

El estreno iberoamericano más exitoso en 2025 en Nicaragua es el largometraje documental mexicano *Kit de Santidad* (Pablo Casso), con más de 2.000 espectadores. El cine europeo estuvo liderado por la película británica *Cónclave* con 4.411 espectadores y el cine asiático fue protagonista con la película japonesa *Guardianes de la noche 4*, con más de 65.000 entradas vendidas (cuadro 1.77).

<i>Cuadro 1.77</i>				
<i>Ranking de estrenos cinematográficos de otros países. Año 2025. Nicaragua</i>				
<i>Iberoamérica</i>				
N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Kit de Santidad	México	2.136	7.121
2	Kayara	Perú, España	862	4.171
3	Todos los nombres de Dios	España	837	4.030
<i>Europa</i>				
N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Cónclave	R. Unido, USA	4.411	26.840
2	Flow, un mundo que salvar	Letonia, Francia	3.589	18.623
3	28 años después	R. Unido	2.724	13.508
4	La hermanastra fea	Noruega, Dinamarca	2.553	10.136
5	Bridget Jones: Loca por él	R. Unido, USA	2.497	13.323
<i>Resto del mundo</i>				
N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Guardianes de la Noche 4	Japón	65.375	315.713
2	Chainsaw Man: El arco de Reze	Japón	7.782	38.089
3	Jujutsu Kaisen: Ejecución	Japón	7.642	37.755
4	El rey de reyes	Corea del Sur	6.017	31.337
5	Attack on Titan: The last attack	Japón	4.566	23.954



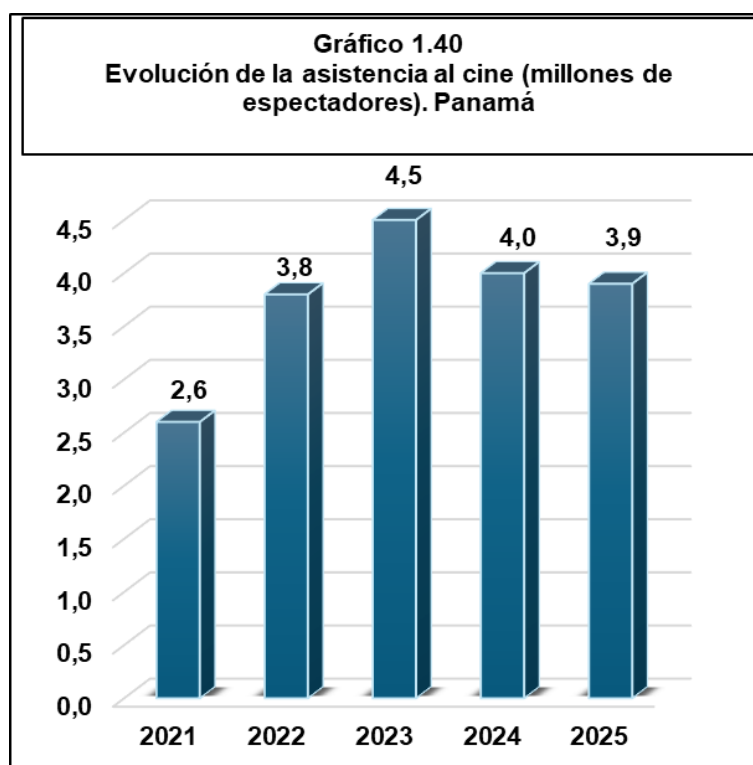
PANAMÁ

Los cines panameños en 2025 suman una asistencia de 3,9 millones de espectadores y recaudan 24,5 millones de dólares. La venta de entradas se reduce en más de 150.000 con respecto a 2024 (cuadro 1.78).

La audiencia anual se sitúa en 0,8 películas por habitante y el importe medio de la entrada asciende a 6,2 dólares. El número de estrenos nacionales representa el 2,8% y el cine panameño obtiene una cuota de mercado del 1%.

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 2,6 en 2021 (gráfico 1.40).

Cuadro 1.78					
Panorama cinematográfico en Panamá					
Datos	2021	2022	2023	2024	2025
Población (millones)	4,3	4,3	4,4	4,5	4,5
Número de pantallas de cine	169	173	173	173	179
Ingresos cine (millones USD)	14,8	21,7	27,0	24,6	24,5
Asistencia espectadores (millones)	2,6	3,8	4,5	4,0	3,9
Espectadores cine nacional (millones)	0,03	0,04	0,006	0,09	0,03
Cuota de mercado cine nacional (%)	1,0	1,0	0,1	2,2	1,0
Número de estrenos totales	177	210	247	289	318
Número de estrenos extranjeros	174	206	244	283	309
Número de estrenos nacionales	3	4	3	6	9
Asistencia anual por habitante	0,6	0,9	1,0	0,9	0,8
Importe entrada al cine (USD)	5,5	5,6	5,9	6,0	6,2



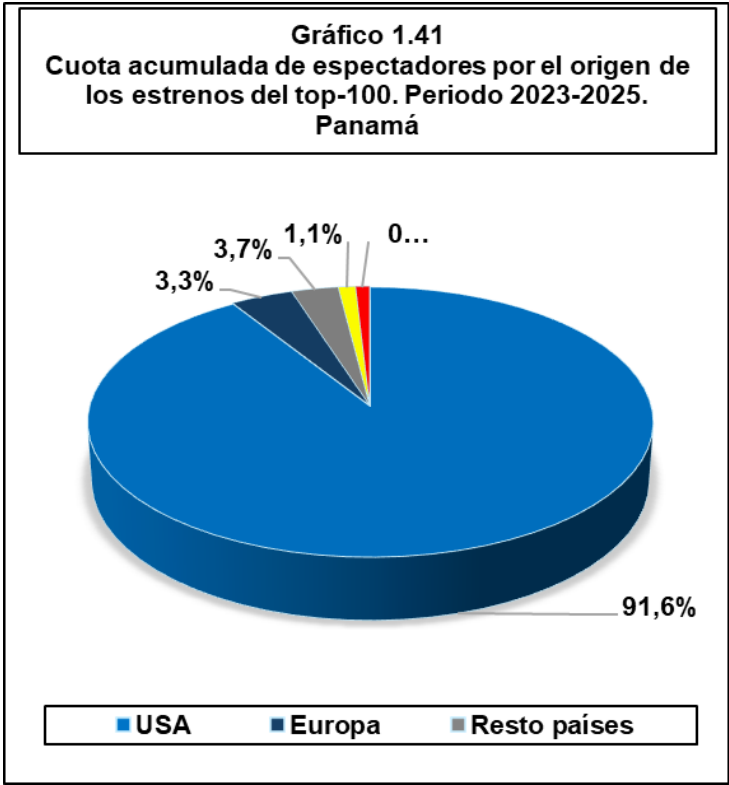
La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en 2025 en un 90,9% del total de espectadores, la del resto de países en un 6,3% y la del cine europeo casi en un 2% (cuadro 1.79).

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

ESPECTADORES						
Origen	2023	%	2024	%	2025	%
USA	4.228.126	95,0	3.516.550	88,8	3.458.547	90,9
Panamá	3.924	0,1	87.958	2,2	32.740	0,9
Iberoamérica	33.937	0,8	17.426	0,4	0	0,0
Europa	110.838	2,5	220.746	5,6	72.784	1,9
Resto países	74.131	1,7	117.861	3,0	241.442	6,3
Total	4.450.956		3.960.541		3.805.513	

INGRESOS						
Origen	2023	%	2024	%	2025	%
USA	25.234.574	95,2	21.223.981	89,1	21.708.537	91,1
Panamá	0	0,0	508.162	2,1	225.260	0,9
Iberoamérica	206.798	0,8	88.638	0,4	0	0,0
Europa	671.076	2,5	1.397.905	5,9	479.929	2,0
Resto países	394.062	1,5	697.222	2,9	1.422.485	6,0
Total	26.506.510		23.915.908		23.836.211	

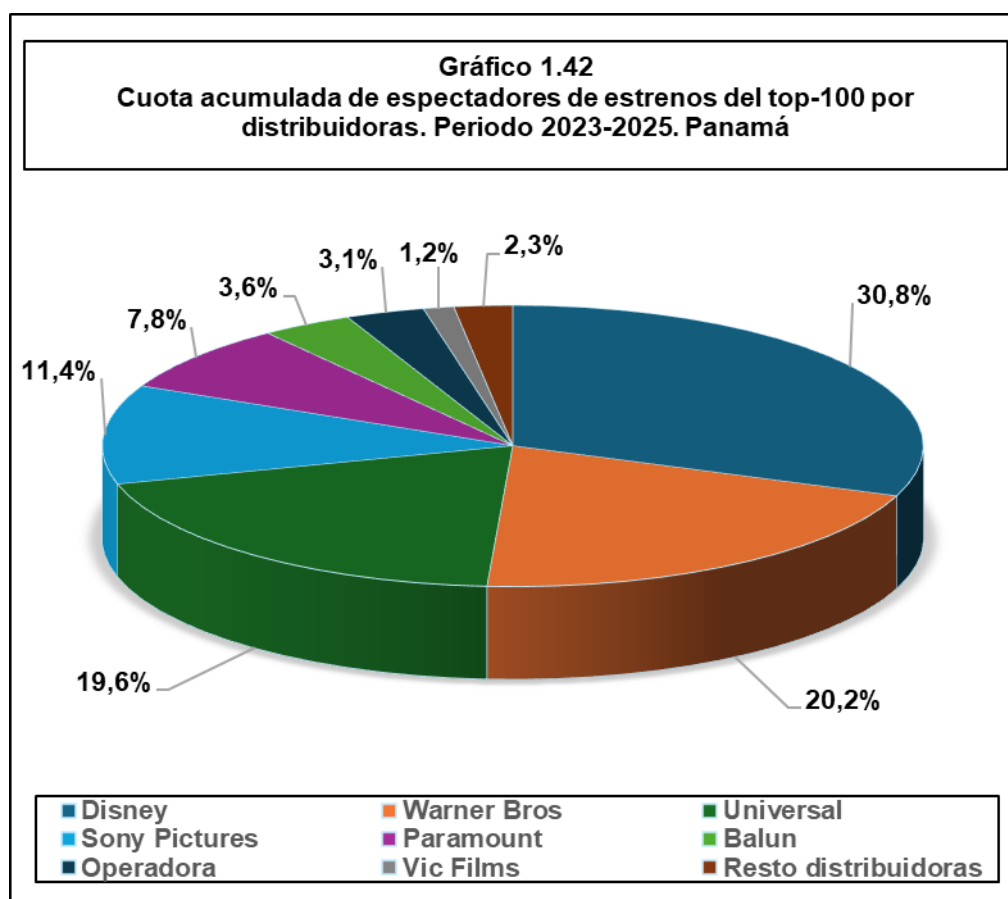
La cuota acumulada de espectadores en el trienio 2023-2025 refleja el dominio del cine USA, con un 91,6% del mercado, seguido del cine del resto de países con un 3,7% y del cine europeo con un 3,3% (gráfico 1.41).



Las distribuidoras americanas representan en el top-100 de 2025 una cuota conjunta de espectadores del 93,3% y las independientes el 6,7% restante (cuadro 1.80). El *Estudio* con más entradas vendidas es Disney (1,5 millones).

Cuadro 1.80						
Cuota de espectadores por distribuidoras del Top-100. Panamá						
Distribuidora	2023	%	2024	%	2025	%
Disney	811.876	18,2	1.330.179	33,6	1.544.880	40,6
Universal	1.278.412	28,7	555.111	14,0	610.191	16,0
Warner Bros	944.727	21,2	642.486	16,2	880.672	23,1
Sony Pictures	392.652	8,8	688.218	17,4	304.948	8,0
Paramount	395.538	8,9	359.720	9,1	210.264	5,5
Angel Studios	154.993	3,5	0	0,0	11.231	0,3
Operadora	144.009	3,2	168.780	4,3	70.352	1,8
Independent	7.650	0,2	14.223	0,4	5.394	0,1
Balun	281.472	6,3	55.335	1,4	122.789	3,2
Vic Films	0	0,0	103.909	2,6	36.122	0,9
Canzion	0	0,0	0	0,0	8.670	0,2
Resto distribuidoras	39.627	0,9	42.580	1,1	0	0,0
Total	4.450.956		3.960.541		3.805.513	

En el trienio 2023-2025, 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 1.42). Las distribuidoras con más cuota de mercado son Disney (30,8%), Warner (20,2%) y Universal (19,6%). Entre las independientes destaca Balun (3,6%) y Operadora (3,1%).



En 2025, el ranking de taquilla en Panamá está liderado por la película estadounidense *Lilo y Stitch*, con más de 440.000 espectadores, seguida *Zootrópolis 2* con casi 250.000 y *Expediente Warren: El último rito* con más de 194.000 espectadores. Todos los estrenos del top-10 provienen de Estados Unidos, salvo una producción japonesa (cuadro 1.81).

Cuadro 1.81
Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2025. Panamá

N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Lilo y Stitch	USA	442.095	2.563.734
2	Zootrópolis 2	USA	249.838	1.556.162
3	Expediente Warren: El último rito	USA	194.129	1.147.411
4	Una película de Minecraft	USA	193.396	1.172.214
5	Jurassic World: El renacer	USA	193.380	1.108.052
6	Cómo entrenar a tu dragón	USA	188.324	1.129.714
7	Avatar: Fuego y ceniza	USA	163.968	1.200.183
8	Guardianes de la Noche 4	Japón	162.169	946.543
9	Los 4 Fantásticos: Primeros pasos	USA	125.185	784.437
10	Capitán América: Brave New World	USA	119.777	780.394

En el *ranking* nacional, la producción con más éxito es el largometraje documental *Hijo de Tigre y Mula* (Annie Canavaggio), con más de 18.000 espectadores, seguida de *Papeles* (Arturo Montenegro) y *La señal de la libertad* (Mercedes Arias, Delfina Vidal), ambas con más de 5.000 espectadores cada una. En este *ranking*, hay cinco películas íntegramente panameñas, dos en coproducción con Colombia, otras dos con España y una con Estados Unidos (cuadro 1.82).

Cuadro 1.82				
Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Año 2025. Panamá				
N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Hijo de Tigre y Mula	Panamá, Colombia	18.456	115.909
2	Papeles	Panamá, España	5.675	45.254
3	La señal de la libertad	Panamá	5.394	46.358
4	El Brujo: Julio Zachrisson	Panamá	3.215	17.738
5	Cabeza de ratón	Panamá	1.557	7.800
6	Brown	Panamá	979	6.196
7	Querido Trópico	Panamá, Colombia	961	4.657
8	Espina	Panamá, USA	840	4.770
9	Mariposas negras	Panamá, España	32	144
10	Congelado en Rusia	Panamá	18	91

El cine europeo está liderado por las producciones británicas *Cónclave* y *28 años después*, con más de 13.000 y 12.000 espectadores, respectivamente. A continuación, se sitúa la película letona de animación *Flow, un mundo que salvar*, con 11.744 espectadores. El cine asiático fue protagonista con la película japonesa *Guardianes de la noche 4*, con más de 162.000 entradas vendidas (cuadro 1.83).

Cuadro 1.83				
Ranking de estrenos cinematográficos de otros países. Año 2025. Panamá				
Europa				
N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Cónclave	R. Unido, USA	13.411	105.228
2	28 años después	R. Unido	12.776	77.814
3	Flow, un mundo que salvar	Letonia, Francia	11.744	71.987
4	Paddington: Aventura en la selva	R. Unido, Francia	8.646	54.341
5	Bridget Jones: Loca por él	R. Unido, USA	7.478	54.537
Resto de países				
N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Guardianes de la Noche 4	Japón	162.169	946.543
2	Chainsaw Man: El arco de Reze	Japón	16.543	104.804
3	Jujutsu Kaisen: Ejecución	Japón	16.067	101.430
4	El rey de reyes	Corea del Sur	11.231	66.559
5	Una noche en Zoópolis	Canadá, Francia	7.732	43.326



PARAGUAY

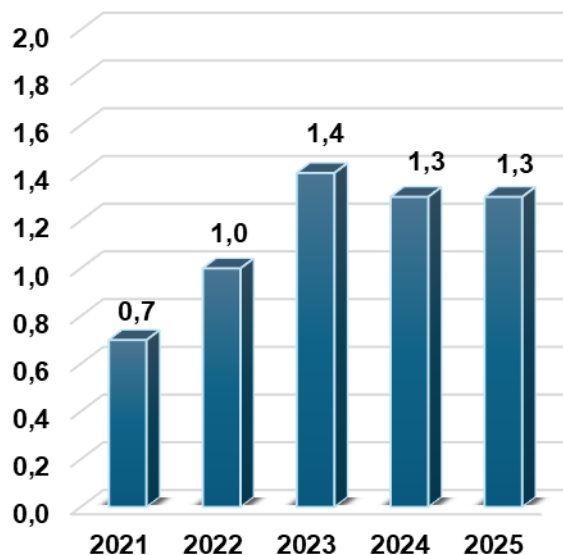
Los cines paraguayos en 2025 suman una asistencia de 1,3 millones de espectadores y recaudan 6,5 millones de dólares. La venta de entradas se mantiene constante con respecto a 2024 (cuadro 1.84).

La audiencia anual se sitúa en 0,2 películas por habitante y el importe medio de la entrada asciende a 4,9 dólares. El número de estrenos nacionales representa casi el 1% y el cine paraguayo obtiene una cuota de mercado del 0,7%.

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 0,7 millones de espectadores en 2021 (gráfico 1.43).

<i>Cuadro 1.84</i>					
<i>Panorama cinematográfico en Paraguay</i>					
	2021	2022	2023	2024	2025
Población (millones)	7,3	7,4	7,5	7,6	7,7
Número de pantallas de cine	87	99	99	99	99
Ingresos cine (millones USD)	3,5	5,0	6,4	6,1	6,5
Asistencia espectadores (millones)	0,7	1,0	1,4	1,3	1,3
Espectadores cine nacional (millones)	0,01	0,04	0,03	0,02	0,01
Cuota de mercado cine nacional (%)	1,6	3,3	2,0	1,6	0,7
Número de estrenos totales	149	151	172	190	227
Número de estrenos extranjeros	145	145	165	188	225
Número de estrenos nacionales	4	6	7	2	2
Asistencia anual por habitante	0,1	0,2	0,2	0,2	0,2
Importe entrada al cine (USD)	4,8	4,8	4,5	4,6	4,9

Gráfico 1.43
Evolución de la asistencia al cine (millones de espectadores). Paraguay



La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en 2025 en un 87,3% del total de espectadores, la del cine del resto de países en un 8,3% y la cuota del cine europeo en un 3% (cuadro 1.85).

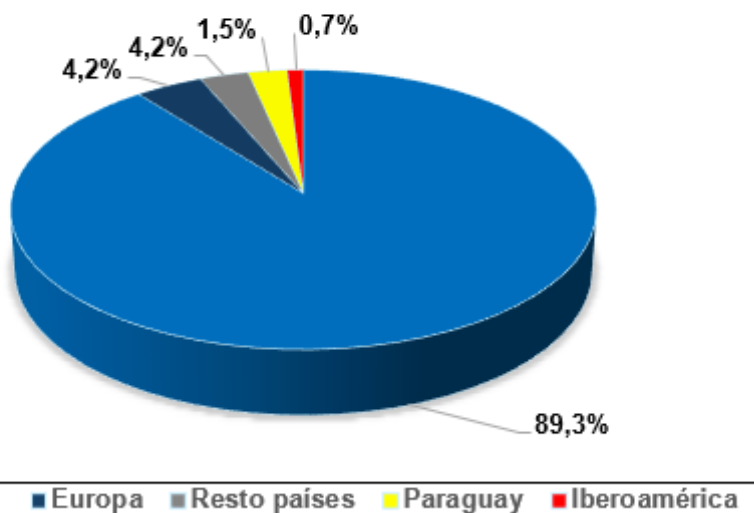
Cuadro 1.85

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

ESPECTADORES						
Origen	2023	%	2024	%	2025	%
USA	1.283.721	92,4	1.149.058	88,1	1.119.177	87,3
Paraguay	28.301	2,0	23.297	1,8	9.458	0,7
Iberoamérica	11.873	0,9	9.414	0,7	7.987	0,6
Europa	49.807	3,6	79.011	6,1	38.972	3,0
Resto países	15.566	1,1	42.986	3,3	106.086	8,3
Total	1.389.268		1.303.766		1.281.680	
INGRESOS						
Origen	2023	%	2024	%	2025	%
USA	5.861.964	92,9	5.388.779	88,6	5.569.878	88,1
Paraguay	123.213	2,0	98.980	1,6	45.946	0,7
Iberoamérica	48.290	0,8	35.986	0,6	40.412	0,6
Europa	204.137	3,2	375.243	6,2	192.241	3,0
Resto países	73.533	1,2	181.547	3,0	471.091	7,5
Total	6.311.137		6.080.535		6.319.568	

La cuota acumulada de espectadores en el trienio postpandemia 2023-2025 refleja el dominio del cine USA, con un 89,3% del mercado, seguido del cine europeo y del resto de países, ambos con una cuota del 4,2% cada uno (gráfico 1.44).

Gráfico 1.44
Cuota acumulada de espectadores por el origen de los estrenos del top-100. Periodo 2023-2025. Paraguay



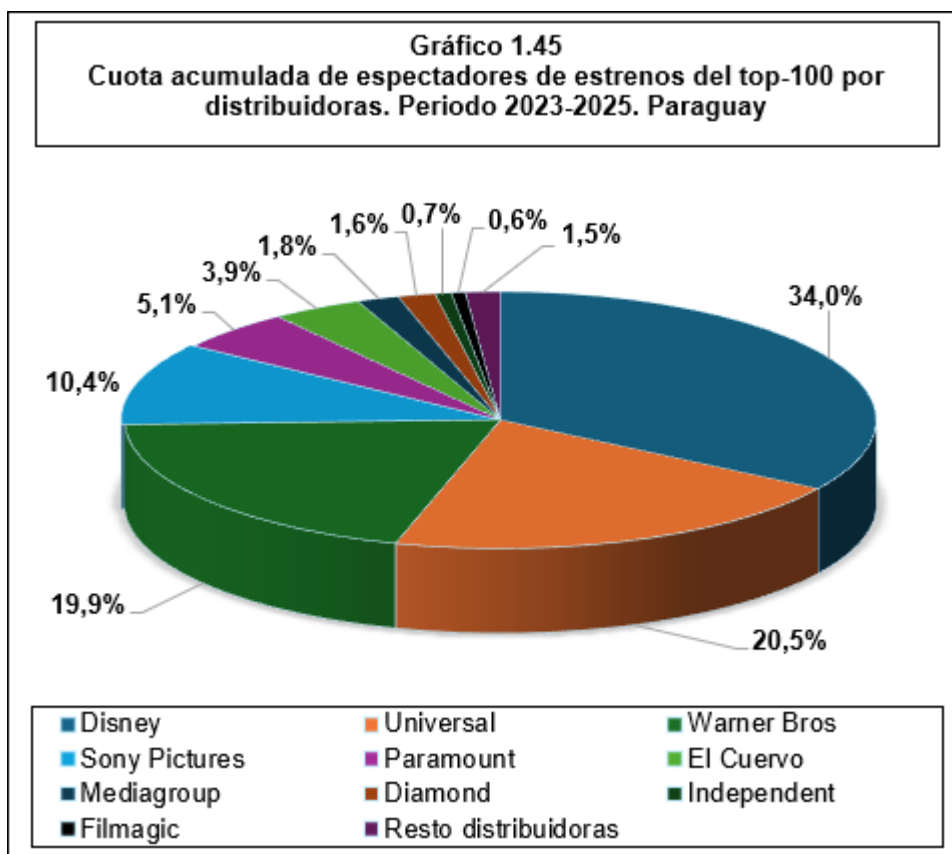
Las distribuidoras americanas representan en el top-100 de 2025 una cuota conjunta de espectadores del 94,2% y las independientes el 5,8% restante. Los *Estudios* con más entradas vendidas son Disney, con más de 500.000, y Warner con 325.300 (cuadro 1.86).

Cuadro 1.86

Cuota de espectadores por distribuidoras del Top-100. Paraguay

Distribuidora	2023	%	2024	%	2025	%
Disney	256.998	18,5	576.286	44,2	503.235	39,3
Universal	438.869	31,6	206.979	15,9	179.892	14,0
Warner Bros	324.485	23,4	140.639	10,8	325.300	25,4
Sony Pictures	96.475	6,9	192.363	14,8	120.333	9,4
Paramount	68.001	4,9	56.698	4,3	79.177	6,2
Mediagroup	23.007	1,7	40.747	3,1	6.258	0,5
Indenpendent	17.801	1,3	4.226	0,3	5.836	0,5
Life Films	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Filmagic	23.020	1,7	0	0,0	0	0,0
Diamond	8.486	0,6	38.504	3,0	16.200	1,3
Angel Studios	49.975	3,6	0	0,0	7.941	0,6
El Cuervo	76.908	5,5	47.324	3,6	34.998	2,7
Resto distribuidoras	5.243	0,4	0	0,0	2.510	0,2
Total	1.389.268		1.303.766		1.281.680	

En el trienio 2023-2025, el porcentaje de espectadores acumulado por las *Majors* se sitúa en un 89,9% y el de las independientes en el 10,1% restante (gráfico 1.45). Las distribuidoras con más cuota de mercado son Disney (34%), Universal (20,5%) y Warner (19,9%). Entre las independientes destaca El Cuervo (3,9%).



En 2025, el ranking de taquilla en Panamá está liderado por la película estadounidense *Lilo y Stitch*, con más de 180.000 espectadores, seguida de *Expediente Warren: El último rito* y *Una película de Minecraft*, ambas con más de 80.000 espectadores cada una. Todos los estrenos del top-10 provienen de Estados Unidos, salvo una producción japonesa (cuadro 1.87).

Cuadro 1.87
Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2025. Paraguay

N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Lilo y Stitch	USA	182.099	824.100
2	Expediente Warren: El último rito	USA	84.607	443.217
3	Una película de Minecraft	USA	83.130	402.826
4	Zootrópolis 2	USA	76.398	404.723
5	Guardianes de la Noche 4	Japón	61.500	270.624
6	Jurassic World: El renacer	USA	54.851	250.582
7	Sonic 3: la película	USA, Japón	49.470	208.448
8	Cómo entrenar a tu dragón	USA	44.613	215.602
9	F1: La película	USA	41.259	217.862
10	Mufasa: El rey León	USA, Canadá	38.146	178.674

En el ranking nacional, el estreno con más éxito es el largometraje documental *Bajo las banderas, el sol* (Juanjo Pereira), con más de 7.500 espectadores, seguido a mucha distancia del drama *Sé valiente* (Marcelo Torcida), con casi 2.000. De las cuatro películas del ranking, dos son íntegramente paraguayas, las otras están en coproducción, una con Argentina y la otra con España (cuadro 1.88).

Cuadro 1.88				
Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Año 2025. Paraguay				
N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Bajo las banderas, el sol	Paraguay, Argentina	7.589	36.281
2	Sé valiente	Paraguay	1.869	9.665
3	7 boxes	Paraguay, España	167	1.237
4	Los buscadores	Paraguay	124	726

Los estrenos iberoamericanos con más éxito en 2025 en los cines paraguayos son la producción argentina *Homo Argentum* (Mariano Cohn, Gastón Duprat) y la brasileña *Ainda estou aqui* (Walter Salles). El primero con más de 4.300 espectadores y el segundo con casi 3.600 (cuadro 1.89).

El cine europeo está representado en el top-100 por la película letona de animación *Flow, un mundo que salvar*, con más de 8.600 espectadores, y las producciones británicas *Cónclave*, con más de 10.000 y *28 años después* con 5.382 espectadores. El cine asiático fue protagonista con la película japonesa *Guardianes de la noche 4*, con 61.500 entradas vendidas.

Cuadro 1.89				
Ranking de estrenos cinematográficos de otros países. Año 2025. Paraguay				
Iberoamérica				
N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Homo Argentum	Argentina, España	4.388	26.064
2	Ainda estou aqui	Brasil, Francia	3.599	14.348
Europa				
N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Cónclave	R. Unido, USA	10.163	59.240
2	Flow, un mundo que salvar	Letonia, Francia	8.616	38.402
3	28 años después	R. Unido	5.382	23.549
4	Orgullo y prejuicio (re)	R. Unido, Francia	2.435	9.262
5	Bridget Jones: Loca por él	R. Unido, USA	2.302	11.945
Resto del mundo				
N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Guardianes de la Noche 4	Japón	61.500	270.624
2	Chainsaw Man: El arco de Reze	Japón	10.218	51.595
3	Jujutsu Kaisen: Ejecución	Japón	9.424	43.088
4	El rey de reyes	Corea del Sur	7.941	27.659
5	Attack on Titan: The last attack	Japón	5.077	23.676



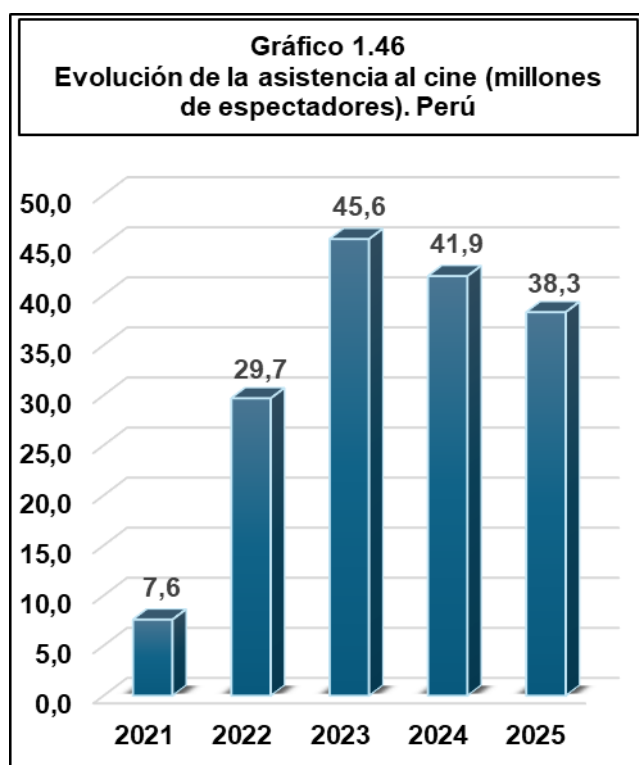
PERÚ

Los cines peruanos en 2024 suman una asistencia de casi 38,3 millones de espectadores y recaudan 141,7 millones de dólares. La venta de entradas se reduce en 3,6 millones con respecto a 2023 (cuadro 1.90).

La audiencia anual se sitúa en 1,1 películas por habitante y el importe medio de la entrada asciende a 3,7 dólares. El número de estrenos nacionales representa el 9,3% y el cine peruano obtiene una cuota de mercado del 8%.

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 7,6 en 2021 debido a la covid-19 (gráfico 1.46).

Cuadro 1.90					
Panorama cinematográfico en Perú					
Conceptos	2021	2022	2023	2024	2025
Población (millones)	33,0	33,4	33,7	34,0	34,3
Número de pantallas de cine	663	688	699	704	704
Ingresos cine (millones USD)	25,4	95,8	147,7	136,8	141,7
Espectadores cine (millones)	7,6	29,7	45,6	41,9	38,3
Espectadores cine nacional (millones)	0,13	2,83	3,74	3,00	3,06
Cuota de mercado cine nacional (%)	5,2	9,6	8,2	7,2	8,0
Número de estrenos totales	143	270	369	335	312
Número de estrenos extranjeros	134	244	319	304	283
Número de estrenos nacionales	9	26	50	31	29
Asistencia anual por habitante	0,2	0,9	1,3	1,2	1,1
Importe entrada al cine (USD)	3,3	3,2	3,2	3,3	3,7



La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en 2025 en un 79,1% del total de espectadores, la cuota del cine europeo en un 8,1% y la cuota del cine nacional en un 7,6% (cuadro 1.91).

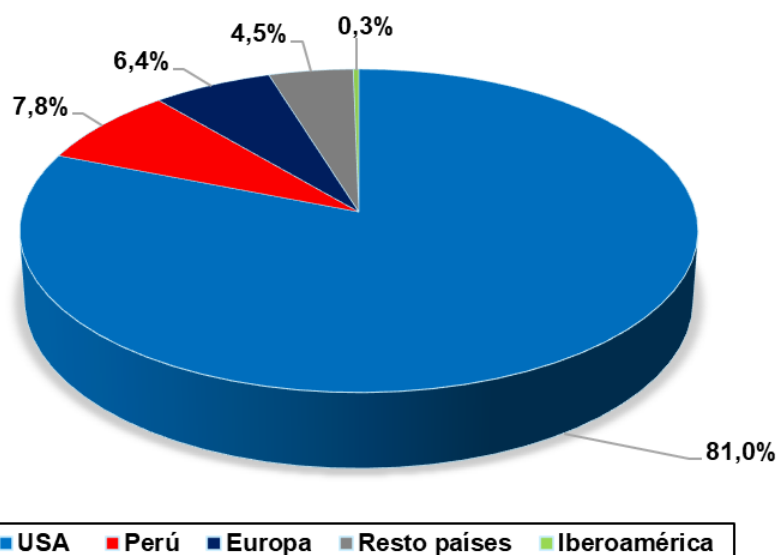
Cuadro 1.91
Distribución por el origen de los estrenos del Top-100. Perú

ESPECTADORES						
Origen	2023	%	2024	%	2025	%
USA	36.865.669	85,1	31.002.188	78,9	28.429.062	79,1
Perú	3.680.962	8,5	2.839.287	7,2	2.730.327	7,6
Iberoamérica	291.608	0,7	69.120	0,2	0	0,0
Europa	1.487.489	3,4	2.996.197	7,6	2.915.208	8,1
Resto países	1.007.057	2,3	2.370.487	6,0	1.863.900	5,2
Total	43.332.785		39.277.279		35.938.497	

INGRESOS						
Origen	2023	%	2024	%	2025	%
USA	122.566.179	87,0	105.620.915	81,9	107.498.865	80,3
Perú	9.916.199	7,0	7.628.235	5,9	9.044.098	6,8
Iberoamérica	822.790	0,6	180.386	0,1	0	0,0
Europa	4.180.773	3,0	8.510.984	6,6	9.606.784	7,2
Resto países	3.392.783	2,4	6.944.282	5,4	7.666.513	5,7
Total	140.878.724		128.884.802		133.816.260	

La cuota acumulada de espectadores en el trienio 2023-2025 refleja el dominio del cine USA, con un 81% del mercado, seguido del cine peruano con un 7,8%, del cine europeo con un 6,4% y del cine del resto de países con un 4,5% (gráfico 1.47).

Gráfico 1.47
Cuota acumulada de espectadores por el origen de los estrenos del top-100. Periodo 2023-2025. Perú



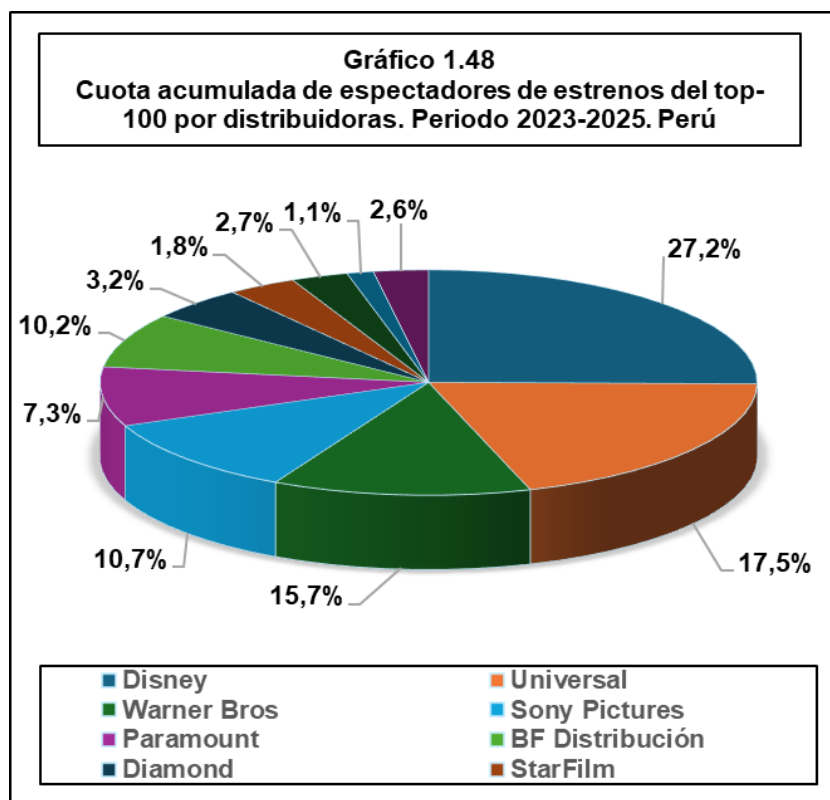
Las distribuidoras americanas representan en el top-100 de 2025 una cuota conjunta de espectadores del 82,6% y las independientes el 17,4% restante (cuadro 1.92). Los *Estudios* con más entradas vendidas son Disney (12,3 millones) y Warner (7 millones).

Cuadro 1.92

Cuota de espectadores por distribuidoras del Top-100. Perú

Distribuidora	2023	%	2024	%	2025	%
Disney	7.387.261	17,0	11.825.024	30,1	12.314.141	34,3
Universal	10.114.743	23,3	6.098.093	15,5	4.894.667	13,6
Warner Bros	7.389.123	17,1	4.132.660	10,5	7.049.896	19,6
Sony Pictures	3.167.262	7,3	5.729.276	14,6	3.702.478	10,3
Paramount	5.086.803	11,7	2.085.540	5,3	1.710.882	4,8
BF Distribution	4.334.599	10,0	3.201.803	8,2	4.413.251	12,3
Diamond	1.246.745	2,9	1.743.453	4,4	850.241	2,4
Star Film	814.719	1,9	1.295.563	3,3	122.725	0,3
Cinecolor	1.427.853	3,3	1.471.411	3,7	371.986	1,0
Tondero Films	717.321	1,7	0	0,0	0	0,0
Angel Studios	979.346	2,3	0	0,0	0	0,0
West Bay Distribution	247.884	0,6	563.582	1,4	100.622	0,3
Independent	283.633	0,7	925.799	2,4	83.323	0,2
Sfera	0	0,0	0	0,0	265.679	0,7
Resto distribuidoras	135.493	0,3	205.075	0,5	58.606	0,2
Total	43.332.785		39.277.279		35.938.497	

En el trienio 2023-2025, el porcentaje de espectadores acumulado por las *Majors* se sitúa en un 78,4% y el de las independientes en el 21,6% restante (gráfico 1.48). Las distribuidoras con más cuota de mercado son Disney (27,2%) y Universal (17,5%). Entre las independientes destacan BF Distribution (10,2%) y Diamond (3,2%).



En 2025, el ranking de taquilla está liderado por la película estadounidense *Lilo y Stitch* con casi 3 millones de espectadores, seguida de *Zootrópolis 2* con 1,8 millones, *Expediente Warren: El último rito*, con 1,7 millones de espectadores, y la producción peruana *Chavín de Huántar, el rescate del siglo*, con 1,5 millones. Todos los estrenos del top-10 provienen de Estados Unidos, salvo la mencionada obra nacional (cuadro 1.93).

Cuadro 1.93

Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2025. Perú

N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Lilo y Stitch	USA	2.961.814	12.105.269
2	Zootrópolis 2	USA	1.822.348	7.579.176
3	Expediente Warren: El último rito	USA	1.712.287	6.641.125
4	Chavín de Huántar, el rescate del siglo	Perú	1.530.477	5.296.769
5	Una película de Minecraft	USA	1.412.285	5.505.193
6	Los 4 Fantásticos: Primeros pasos	USA	1.324.506	5.479.700
7	Mufasa: El rey León	USA, Canadá	1.293.866	4.104.269
8	Jurassic World: El renacer	USA	1.285.958	4.902.820
9	Cómo entrenar a tu dragón	USA	1.268.206	4.834.331
10	Destino final: Lazos de sangre	USA	1.246.527	3.921.604

En el *ranking* nacional, aparte de la ya comentada *Chavín de Huántar, el rescate del siglo* (Diego de León), hay que resaltar el éxito en los cines peruanos de la comedia *Soltera, casada, viuda, divorciada 2* (Ana María Alva Helfer), con más de 730.000 espectadores, y el drama *Mistura* (Ricardo de Montreuil), con 131.109. En este *ranking*, hay ocho películas íntegramente peruanas, una en coproducción con Chile y otra con España (cuadro 1.94).

Cuadro 1.94				
Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Año 2025. Perú				
N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Chavín de Huántar, el rescate del siglo	Perú	1.530.477	5.296.769
2	Soltera, casada, viuda, divorciada 2	Perú, Chile	732.333	2.199.261
3	Mistura	Perú	131.109	464.485
4	Los patos y las patas	Perú	98.992	294.987
5	El corazón del monstruo	Perú	85.673	284.494
6	Hablando huevadas: De Perú pal mundo	Perú	83.323	285.896
7	Kayara	Perú, España	68.420	218.206
8	Nanito	Perú	54.729	156.771
9	My Storylof	Perú	42.890	131.176
10	El correcaminos	Perú	40.070	134.458

El cine europeo está liderado en el top 100 por la película británica *Paddington: Aventura en la selva*, con 1,1 millones de espectadores y por la obra letona de animación *Flow, un mundo que salvar*, con más de 310.000 espectadores. El cine asiático fue protagonista con la película japonesa *Guardianes de la noche 4*, con un millón de entradas vendidas (cuadro 1.95).

Cuadro 1.95				
Ranking de estrenos cinematográficos de otros países. Año 2025. Perú				
Europa				
N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Paddington: Aventura en la selva	R. Unido, Francia	1.144.302	3.788.839
2	Flow, un mundo que salvar	Letonia, Francia	314.813	1.034.257
3	Cónclave	R. Unido, USA	264.741	934.803
4	28 años después	R. Unido	219.645	719.457
5	Better Man	R. Unido, USA	191.018	666.144
Resto del mundo				
N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Guardianes de la Noche 4	Japón	1.065.568	4.694.916
2	Chainsaw Man: El arco de Reze	Japón	122.123	525.693
3	Panda Plan	China	118.752	360.123
4	Jujutsu Kaisen: Ejecución	Japón	111.382	533.685
5	Attack on Titan: The last attack	Japón	97.446	518.128



PORTUGAL

Los cines portugueses en 2025 suman una asistencia de casi 11 millones de espectadores y recaudan 79,6 millones de dólares. La venta de entradas se reduce en casi un millón respecto a 2024 (cuadro 1.96).

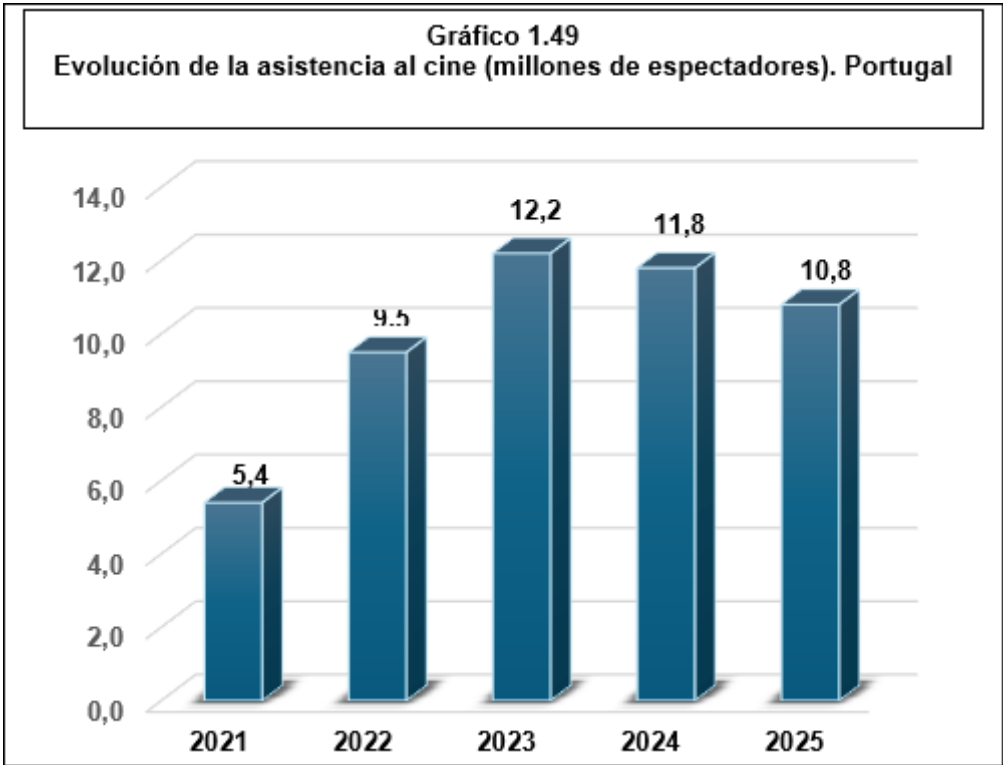
La audiencia anual se sitúa en una película por habitante y el importe medio de la entrada asciende a 6,5 dólares. El número de estrenos nacionales representa casi un 13,3% y el cine portugués obtiene una cuota de mercado del 2,1%.

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 5,4 millones en 2021 debido a la covid-19 (gráfico 1.49).

Cuadro 1.96

Panorama cinematográfico en Portugal

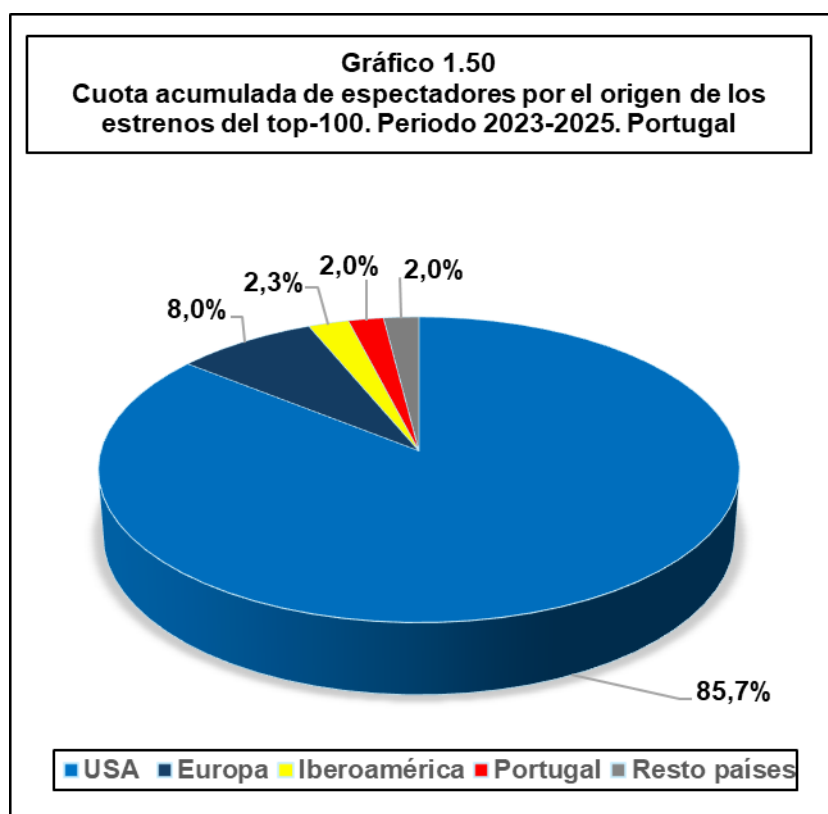
Datos	2021	2022	2023	2024	2025
Población (millones)	10,3	10,3	10,4	10,6	10,7
Número de pantallas de cine	543	565	565	559	562
Ingresos cine (millones USD)	36,1	58,3	78,7	79,1	79,6
Espectadores cine (millones)	5,4	9,6	12,3	11,8	10,8
Espectadores cine nacional (millones)	0,16	0,53	0,33	0,53	0,22
Cuota de mercado cine nacional (%)	3,0	5,6	2,7	4,5	2,1
Número de estrenos totales	295	385	356	391	406
Número de estrenos extranjeros	279	332	309	329	352
Número de estrenos nacionales	16	53	47	62	54
Asistencia anual por habitante	0,5	0,9	1,2	1,1	1,0
Importe entrada al cine (USD)	6,6	6,1	6,4	6,7	6,5



La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en 2025 en un 83,3% del total de espectadores, la del cine europeo en un 7,6% y la cuota del cine iberoamericano en un 4,8% (cuadro 1.97).

Cuadro 1.97						
Distribución por el origen de los estrenos del Top-100. Portugal						
ESPECTADORES						
Origen	2023	%	2024	%	2025	%
USA	10.034.598	91,9	8.572.753	81,8	7.925.044	83,3
Portugal	140.869	1,3	409.702	3,9	86.552	0,9
Iberoamérica	87.762	0,8	124.318	1,2	457.593	4,8
Europa	534.717	4,9	1.216.521	11,6	720.016	7,6
Resto países	123.855	1,1	161.174	1,5	319.360	3,4
Total	10.921.801		10.484.468		9.508.565	
INGRESOS						
Origen	2023	%	2024	%	2025	%
USA	65.572.855	92,3	58.453.027	81,8	59.592.582	83,8
Portugal	900.592	1,3	2.804.300	3,9	636.827	0,9
Iberoamérica	502.701	0,7	800.212	1,1	3.288.541	4,6
Europa	3.229.026	4,5	8.271.232	11,6	5.189.237	7,3
Resto países	870.520	1,2	1.159.511	1,6	2.402.490	3,4
Total	71.075.695		71.488.282		71.109.677	

La cuota acumulada de espectadores en el trienio postpandemia 2023-2025 refleja el dominio del cine USA, con casi un 86% del mercado, seguido del cine europeo con un 8% y del cine iberoamericano con un 2,3% (gráfico 1.50).

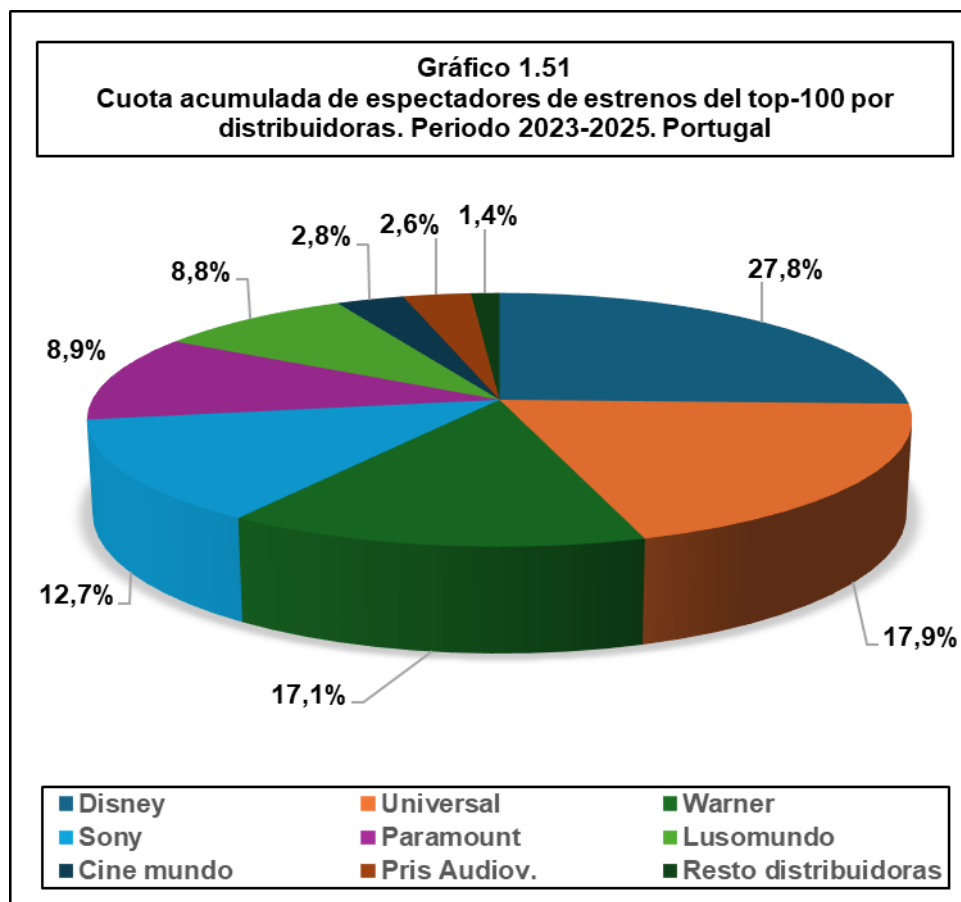


Las distribuidoras americanas representan en el top-100 de 2025 una cuota conjunta de espectadores del 88,8%, Lusomundo un 6,8% y el resto de las independientes el 4,4% (cuadro 1.98). Los *Estudios* con más entradas vendidas son Disney (3 millones), Warner (1,9 millones) y Universal (1,4 millones).

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

Distribuidora	2023	%	2024	%	2025	%
Disney	2.399.498	22,0	3.121.586	29,8	3.016.428	31,7
Universal	2.514.053	23,0	1.579.371	15,1	1.489.668	15,7
Warner	2.112.985	19,3	1.258.350	12,0	1.903.921	20,0
Sony Pictures	1.103.300	10,1	1.655.594	15,8	1.159.921	12,2
Paramount	951.978	8,7	934.419	8,9	873.653	9,2
Lusomundo	897.021	8,2	1.187.334	11,3	645.299	6,8
PRIS	577.077	5,3	213.242	2,0	104.445	1,1
CineMundo	245.411	2,2	400.206	3,8	182.919	1,9
Resto distribuidoras	120.478	1,1	134.366	1,3	132.311	1,4
Total	10.921.801		10.484.468		9.508.565	

En el trienio 2023-2025, las distribuidoras con más cuota de mercado son Disney (27,8%), Universal (17,9%) y Warner (17,1%). Entre las independientes destaca Lusomundo (8,8%) (gráfico 1.51).



En 2025, el ranking de taquilla está liderado por la película estadounidense *Lilo y Stitch*, con casi 670.000 espectadores, seguida de *Una película de Minecraft* con más de 500.000, *Zootrópolis 2* con 431.000 espectadores y la producción brasileña *Ainda estou aqui*, con más de 385.000 espectadores. Los estrenos del top-10 provienen de Estados Unidos, salvo la mencionada obra iberoamericana (cuadro 1.99).

Cuadro 1.99
Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2025. Portugal

N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Lilo y Stitch	USA	667.118	4.601.372
2	Una película de Minecraft	USA	503.618	3.526.301
3	Zootrópolis 2	USA	431.055	3.067.502
4	Ainda estou aqui	Brasil, Francia	385.618	2.730.983
5	F1: La película	USA	346.265	2.837.741
6	Avatar: Fuego y ceniza	USA	327.534	3.065.825
7	Mufasa: El rey León	USA, Canadá	299.032	2.105.709
8	Misión Imposible: Sentencia final	USA	298.519	2.456.118
9	Expediente Warren: El último rito	USA	240.232	1.919.324
10	Jurassic World: El renacer	USA	229.738	1.715.042

En el *ranking* nacional, la producción con más éxito fue *O pátio da Saudade* (Leonel Vieira), con casi 70.000 espectadores, seguida de *Lavagante* (Mario Barroso), con más de 21.000. En este *ranking*, hay seis películas íntegramente portuguesas y cuatro en coproducción: Brasil, Francia, R. Unido y Suiza (cuadro 1.100).

Cuadro 1.100				
Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Año 2025. Portugal				
N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	O pátio da Saudade	Portugal	69.562	505.298
2	Lavagante	Portugal	21.794	146.378
3	O lugar dos sonhos	Portugal	17.931	118.724
4	On Falling	Portugal, R. Unido	13.387	85.798
5	Hotel Amor	Portugal	10.386	70.638
6	Camarada Cunhal	Portugal	5.142	31.039
7	Hanami	Portugal, Suiza	3.735	22.771
8	O palacio de Cidadãos	Portugal	3.651	8.721
9	Banzo	Portugal, Francia	3.381	16.812
10	Manas	Portugal, Brasil	3.116	21.025

El estreno iberoamericano más exitoso en 2025 en Portugal, como ya se ha mencionado anteriormente, es el largometraje brasileño *Ainda estou aqui*. El cine europeo está representado en el top-100 por la película franco-británica *Paddington: Aventura en la selva*, con más de 137.000 espectadores. El cine asiático fue protagonista con la producción japonesa *Guardianes de la noche 4*, con casi 130.000 entradas vendidas (cuadro 1.101).

Cuadro 1.101				
Ranking de estrenos cinematográficos de otros países. Año 2024. Portugal				
Iberoamérica				
N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Ainda estou aqui	Brasil, Francia	385.618	2.730.983
2	O agente secreto	Brasil, Francia	47.947	349.105
3	Vitória	Brasil	23.352	168.594
4	Pídeme lo que quieras	España	15.576	114.352
Europa				
N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Paddington: Aventura en la selva	R. Unido, Francia	137.470	936.807
2	Bridget Jones: Loca por él	R. Unido, USA	73.240	546.530
3	Algo le pasa a mi yerno	Francia	69.835	508.455
4	Los Rose	R. Unido, USA	58.307	431.409
5	Flow, un mundo que salvar	Letonia, Francia	44.190	293.184
Resto del mundo				
N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Guardianes de la Noche 4	Japón	127.505	1.058.658
2	El rey de reyes	Corea del Sur	68.392	449.925
3	Chainsaw Man: El arco de Reze	Japón	37.152	295.718
4	Una noche en Zoópolis	Canadá, Francia	35.002	235.988
5	David	Sudáfrica, USA	31.265	211.990



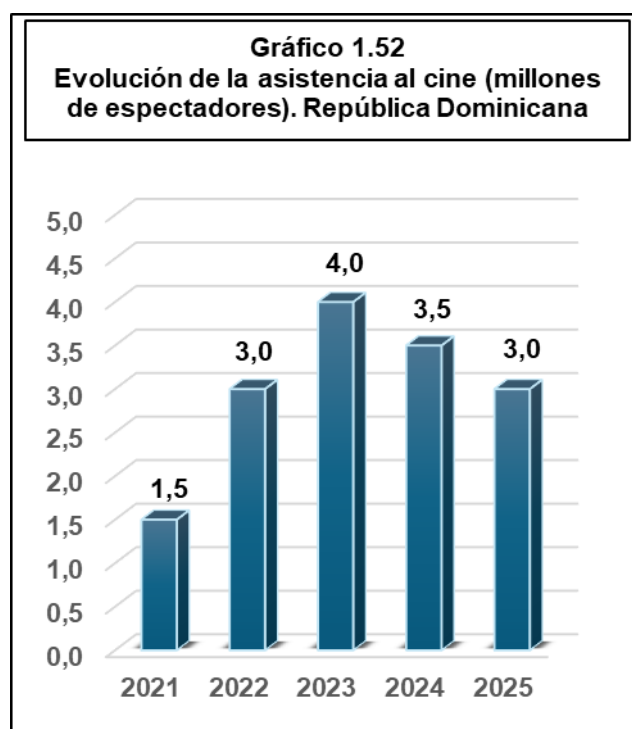
REPÚBLICA DOMINICANA

Los cines dominicanos en 2025 suman una asistencia de 3 millones de espectadores y recaudan casi 17 millones de dólares. La venta de entradas se reduce en medio millón con respecto a 2024 (cuadro 1.102).

La audiencia anual se sitúa en 0,3 películas por habitante y el importe medio de la entrada asciende a 5,5 dólares. El número de estrenos nacionales representa el 14,1% del total y el cine dominicano obtiene una cuota de mercado del 19,4%.

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 1,5 millones de espectadores en 2021 debido a la covid-19 (gráfico 1.52).

Cuadro 1.102					
Panorama cinematográfico en República Dominicana					
Datos	2021	2022	2023	2024	2025
Población (millones)	10,5	10,6	10,7	10,8	10,8
Número de pantallas de cine	183	183	190	193	180
Ingresos cine (millones USD)	7,7	16,3	21,0	19,9	16,9
Asistencia espectadores (millones)	1,5	3,0	4,0	3,5	3,0
Espectadores cine nacional (millones)	0,15	0,42	0,46	0,48	0,58
Cuota de mercado cine nacional (%)	10,2	14,1	11,4	13,7	19,4
Número de estrenos totales	107	163	202	263	268
Número de estrenos extranjeros	91	132	172	224	230
Número de estrenos nacionales	16	31	30	39	38
Asistencia anual por habitante	0,2	0,3	0,4	0,3	0,3
Importe entrada al cine (USD)	4,8	5,3	5,2	5,4	5,5



En 2025, el ranking de taquilla está liderado por la película estadounidense *Lilo y Stitch*, con más de 390.000 espectadores, seguida de la producción nacional *Los Rechazados* con casi 160.000 y de la película japonesa *Guardianes de la Noche 4*, con 121.516 espectadores. Los estrenos del top-10 provienen de Estados Unidos, salvo tres producciones dominicanas y una nipona (cuadro 1.103),

Cuadro 1.103
Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2025. República Dominicana

N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Lilo y Stitch	USA	392.645	2.050.920
2	Los Rechazados	R. Dominicana	158.875	862.774
3	Guardianes de la Noche 4	Japón	121.516	706.320
4	Expediente Warren: El último rito	USA	107.090	643.140
5	Los 4 Fantásticos: Primeros pasos	USA	105.918	656.692
6	Supermán	USA	103.663	649.620
7	El heredero	R. Dominicana	101.889	533.545
8	Una película de Minecraft	USA	97.934	532.088
9	Zootrópolis 2	USA	93.511	514.311
10	Medias hermanas	R. Dominicana	89.937	508.680

En el *ranking* nacional, los tres estrenos que se sitúan a su vez en el top-10 cinematográfico son: *Los Rechazados* (Yasser Michelén) con más de 158 mil espectadores, *El heredero* (Frank Perozo) y *Medias hermanas* (Ani Alva Helfer, Joel Morales). La segunda superó los 100.000 espectadores y la tercera rozó los 90.000. Todas las películas están íntegramente producidas en la República Dominicana (cuadro 1.104).

Cuadro 1.104				
Ranking de estrenos nacionales. Año 2025. República Dominicana				
N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Los Rechazados	R. Dominicana	158.875	862.774
2	El heredero	R. Dominicana	101.889	533.545
3	Medias hermanas	R. Dominicana	89.937	508.680
4	Sanky Panky 4	R. Dominicana	84.886	440.640
5	La batalla de Santo Domingo	R. Dominicana	61.078	204.120
6	Carlota: La más barrial	R. Dominicana	33.104	171.720
7	A tiro limpio	R. Dominicana	26.109	150.660
8	Baño de mujeres	R. Dominicana	8.768	51.840
9	Día ocho	R. Dominicana	4.708	27.540
10	La bachata de Biónico	R. Dominicana	4.475	24.300



URUGUAY

Los cines uruguayos en 2025 suman una asistencia de 2,1 millones de espectadores y recaudan 15,7 millones de dólares. La venta de entradas aumenta ligeramente con respecto a 2024 (cuadro 1.105).

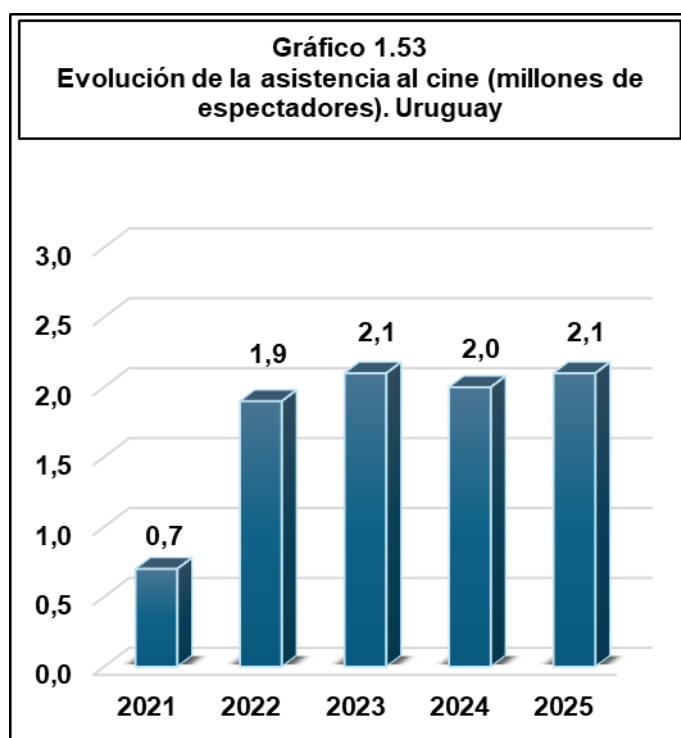
La audiencia anual se sitúa en 0,6 películas por habitante y el importe medio de la entrada asciende a 7,3 dólares. El número de estrenos nacionales representa el 9,7% y el cine uruguayo obtiene una cuota de mercado del 1%.

La evolución de la venta de entradas en los últimos cinco años muestra un máximo de 2,1 millones de espectadores en 2023 y 2025 y un mínimo de 0,7 millones de espectadores en 2021 debido a la covid-19 (gráfico 1.105).

Cuadro 1.105

Panorama cinematográfico en Uruguay

Datos	2021	2022	2023	2024	2025
Población (millones)	3,5	3,5	3,5	3,5	3,5
Número de pantallas de cine	97	97	98	99	99
Ingresos cine (millones USD)	3,9	11,6	14,3	14,9	15,7
Asistencia espectadores (millones)	0,7	1,9	2,1	2,0	2,1
Espectadores cine nacional (millones)	0,01	0,03	0,02	0,04	0,02
Cuota de mercado cine nacional (%)	1,8	1,5	1,0	1,9	1,0
Número de estrenos totales	117	216	243	267	298
Número de estrenos extranjeros	103	192	217	236	269
Número de estrenos nacionales	14	24	26	31	29
Asistencia anual por habitante	0,2	0,6	0,6	0,6	0,6
Importe entrada al cine (USD)	5,3	5,9	6,7	7,1	7,3



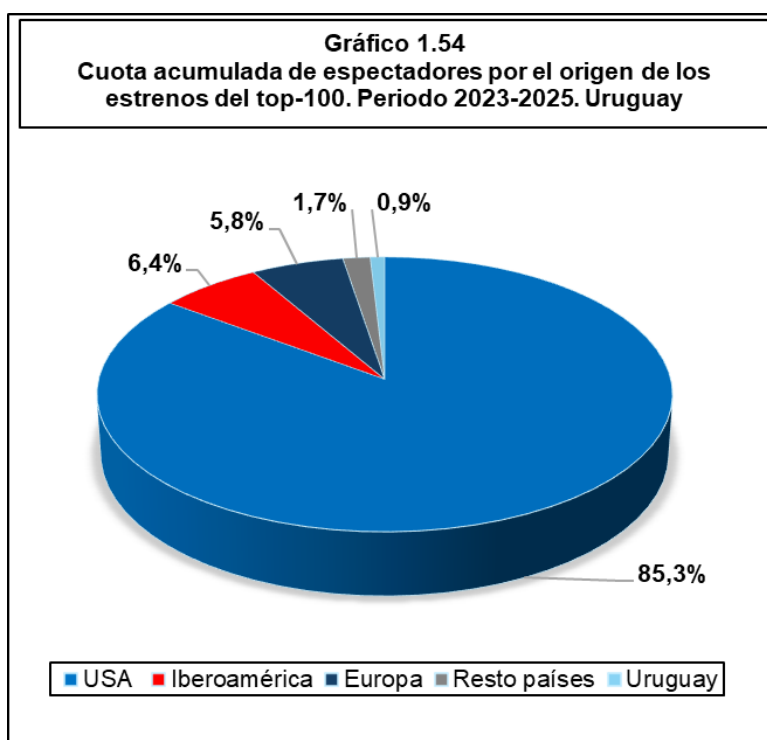
La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en 2025 en un 81,5% del total de espectadores, la del cine iberoamericano en un 10,2% y la cuota del cine europeo en un 5,2% (cuadro 1.106).

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

ESPECTADORES						
Origen	2023	%	2024	%	2025	%
USA	1.794.622	88,7	1.718.603	85,7	1.660.286	81,5
Uruguay	16.920	0,8	28.272	1,4	8.551	0,4
Iberoamérica	128.841	6,4	49.687	2,5	208.172	10,2
Europa	63.556	3,1	178.790	8,9	106.011	5,2
Resto países	18.589	0,9	29.229	1,5	54.061	2,7
Total	2.022.528		2.004.581		2.037.081	

INGRESOS						
Origen	2023	%	2024	%	2025	%
USA	12.282.304	89,1	12.489.530	86,8	12.384.808	82,5
Uruguay	102.693	0,7	196.032	1,4	51.264	0,3
Iberoamérica	831.252	6,0	324.900	2,3	1.434.883	9,6
Europa	436.673	3,2	1.173.612	8,2	754.180	5,0
Resto países	128.197	0,9	198.308	1,4	392.635	2,6
Total	13.781.120		14.382.382		15.017.770	

La cuota acumulada de espectadores en el trienio 2023-2025 refleja el dominio del cine USA, con un 85,3% del mercado, seguido del cine iberoamericano con un 6,4% y del cine europeo con un 5,8% (gráfico 1.54).

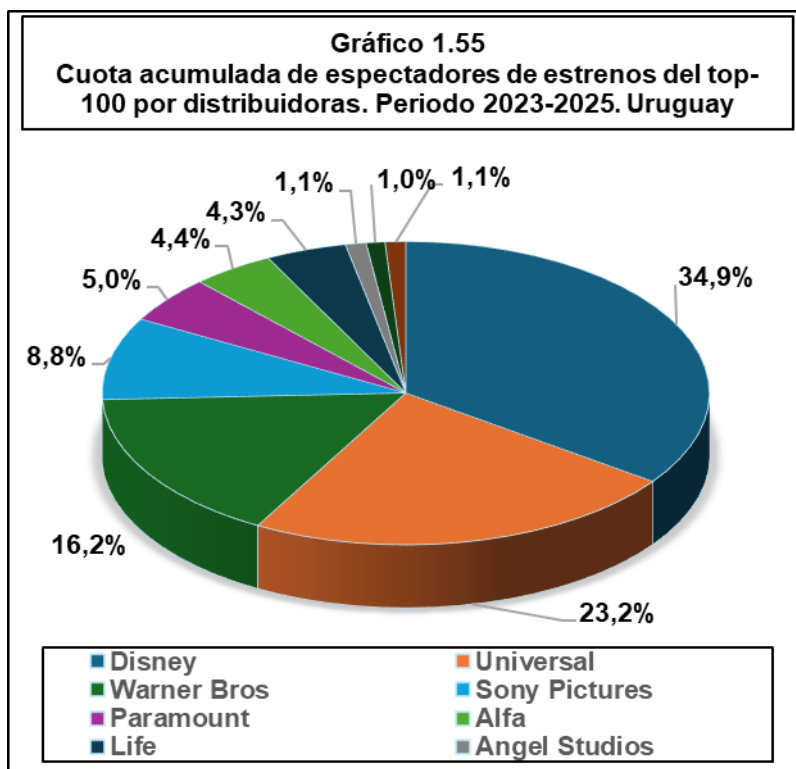


Las distribuidoras americanas representan en el top-100 de 2025 una cuota conjunta de espectadores del 92,1% y las independientes el 7,9% restante (cuadro 1.107). Los *Estudios* con más entradas vendidas son Disney (842.113) y Warner (417.270).

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

Distribuidora	2023	%	2024	%	2025	%
Disney	462.269	22,9	813.605	40,6	842.113	41,3
Universal	601.011	29,7	422.423	21,1	384.839	18,9
Warner Bros	389.566	19,3	178.248	8,9	417.270	20,5
Sony Pictures	152.580	7,5	256.206	12,8	122.368	6,0
Paramount	111.252	5,5	84.848	4,2	108.980	5,3
Alfa	135.139	6,7	62.657	3,1	68.250	3,4
Life	84.163	4,2	131.390	6,6	44.230	2,2
Enec	3.136	0,2	12.435	0,6	18.747	0,9
Independent	13.570	0,7	37.923	1,9	8.551	0,4
Angel Studios	65.381	3,2	0	0,0	3.221	0,2
Buen Cine	0	0,0	4.846	0,2	2.609	0,1
RBS	0	0,0	0	0,0	15.903	0,8
Resto distribuidoras	4.461	0,2	0	0,0	0	0,0
Total	2.022.528		2.004.581		2.037.081	

En el trienio 2023-2025, el porcentaje de espectadores acumulado por las *Majors* se sitúa en un 88,1% del total y el de las independientes en el 11,9% restante (gráfico 1.55). Las distribuidoras con más cuota de mercado son Disney (34,9%) y Universal (23,2%). Entre las independientes destacan Life (4,3%) y Alfa (4,4%)



En 2025, el ranking de taquilla está liderado por la película estadounidense *Lilo y Stitch* con 256.660 espectadores, seguida de *Como entrenar a tu dragón* con 126.620, de *Una película de Minecraft*, con 124.020 espectadores y de la película argentina *Homo Argentum*, con más de 110.000 entradas vendidas en Uruguay. Los estrenos del top-10 provienen de Estados Unidos, salvo la mencionada obra argentina (cuadro 1.108).

Cuadro 1.108
Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2025. Uruguay

N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Lilo y Stitch	USA	256.660	1.923.242
2	Cómo entrenar a tu dragón	USA	126.620	975.976
3	Una película de Minecraft	USA	124.020	935.399
5	Homo Argentum	Argentina	110.281	785.645
6	Jurassic World: El renacer	USA	96.011	748.832
4	Expediente Warren: El último rito	USA	89.975	669.791
7	Zootrópolis 2	USA	79.942	621.867
8	F1: La película	USA	67.349	490.951
9	Mufasa: El rey León	USA, Canadá	60.345	488.020
10	Sonic 3: la película	USA, Japón	53.293	418.027

En el *ranking* nacional, la producción con más éxito es largometraje documental *Montevideo inolvidable* (Alfredo Ghierra), con más de 5.000 espectadores. En segundo lugar, se encuentra otro documental, *La otra pelota: historias del básquetbol uruguayo* (Federico Lemos), y en tercera posición *El silencio de Marcos Tremmer* (Miguel Ángel García). La primera con más de 3.000 espectadores y la segunda con más de 2.000. En este *ranking*, hay cinco películas íntegramente uruguayas, tres en coproducción con Argentina y dos con España (cuadro 1.109).

Cuadro 1.109

Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Año 2025. Uruguay

N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Montevideo inolvidable	Uruguay	5.388	34.283
2	La otra pelota	Uruguay	3.163	16.981
3	El silencio de Marcos Tremmer	Uruguay, España	2.315	15.734
4	Germán Araújo	Uruguay	2.124	14.677
5	Perros	Uruguay, Argentina	1.988	12.839
6	El aroma del pasto recién cortado	Uruguay, Argentina	1.969	11.510
7	El amor duerme en la calle	Uruguay	707	4.741
8	El tema del verano	Uruguay, Argentina	630	4.101
9	Panchopalooza	Uruguay	527	3.460
10	Historias	Uruguay, España	510	2.826

El estreno iberoamericano con más éxito en 2025 en Uruguay es el ya mencionado largometraje argentino *Homo Argentum* (Mariano Cohn, Gastón Duprat). El estreno europeo con mejor rendimiento en las salas es la producción británica *Cónclave*, con más de 22.000 espectadores, y el cine asiático fue protagonista con la película japonesa *Guardianes de la noche 4*, con casi 36.000 entradas vendidas (cuadro 1.110).

Cuadro 1.110

Ranking de estrenos cinematográficos de otros países. Año 2025. Uruguay

Iberoamérica				
N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Homo Argentum	Argentina, España	110.281	785.645
2	Mazel Tov	Argentina	43.000	281.035
3	Ainda estou aqui	Brasil, Francia	24.129	156.626
4	La mujer de la fila	Argentina, España	15.903	110.791
5	El novio de mamá	Argentina	6.043	41.725
Europa				
N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Cónclave	R. Unido, USA	22.639	160.481
2	Flow, un mundo que salvar	Letonia, Francia	10.950	74.536
3	28 años después	R. Unido	8.385	58.885
4	Oddity	Irlanda	7.841	56.499
5	Paddington: Aventura en la selva	R. Unido, Francia	7.322	55.902
Resto del mundo				
N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Guardianes de la Noche 4	Japón	35.914	261.952
2	Chainsaw Man: El arco de Reze	Japón	6.334	47.203
3	El rey de reyes	Corea del Sur	3.221	20.707
4	Jujutsu Kaisen: Ejecución	Japón	3.115	22.793
5	200% Wolf	Australia	2.906	20.519



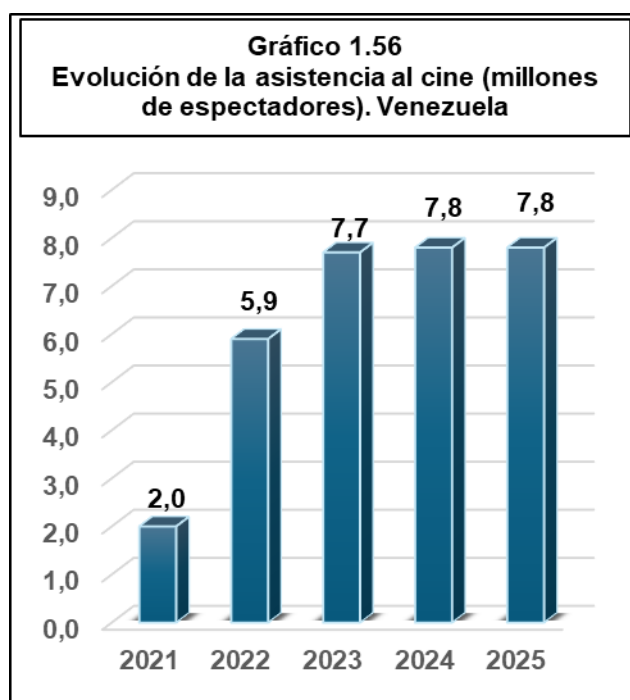
VENEZUELA

Los cines venezolanos en 2025 suman una asistencia de 7,8 millones de espectadores y recaudan 23,5 millones de dólares. La venta de entradas se mantuvo constante con respecto a 2024 (cuadro 1.111).

La audiencia anual se sitúa en 0,2 películas por habitante y el importe medio de la entrada asciende a 3 dólares. El número de estrenos nacionales representa el 11,2% y el cine venezolano obtiene una cuota de mercado de casi el 1%.

La evolución de la venta de entradas en los últimos cinco años muestra un máximo de 7,8 millones de espectadores en 2024 y 2025 y un mínimo de dos millones en 2021, debido a la covid-19 (gráfico 1.56).

Cuadro 1.111					
Panorama cinematográfico en Venezuela					
Datos	2021	2022	2023	2024	2025
Población (millones)	32,9	33,3	33,7	34,0	34,4
Número de pantallas de cine	378	378	378	378	378
Ingresos cine (millones USD)	4,6	14,1	18,3	19,7	23,5
Asistencia espectadores (millones)	2,0	5,9	7,7	7,8	7,8
Espectadores cine nacional (millones)	*	0,14	0,20	0,09	0,06
Cuota de mercado cine nacional (%)	*	2,5	2,7	1,1	0,8
Número de estrenos totales	42	119	176	206	222
Número de estrenos extranjeros	33	94	157	183	197
Número de estrenos nacionales	9	25	19	23	25
Asistencia anual por habitante	0,1	0,2	0,2	0,2	0,2
Importe entrada al cine (USD)	2,3	2,4	2,4	2,5	3,0



La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en 2025 en un 91,2% del total de espectadores, la del cine del resto de países en el 5,8% y la del cine europeo en un 2,5% (cuadro 1.112).

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

Origen	2023	%	2024	%	2025	%
USA	6.894.878	93,4	6.573.936	89,9	6.828.207	91,2
Venezuela	179.888	2,4	58.629	0,8	31.914	0,4
Iberoamérica	28.690	0,4	74.776	1,0	9.437	0,1
Europa	233.389	3,2	456.404	6,2	184.283	2,5
Resto países	45.489	0,6	149.498	2,0	436.508	5,8
Total	7.382.334		7.313.243		7.490.349	

La cuota acumulada de espectadores en el trienio postpandemia 2023-2025 refleja el dominio del cine USA, con un 91,5% del mercado, seguido del cine europeo con un 4% y del cine del resto de países con casi un 3% (gráfico 1.57).

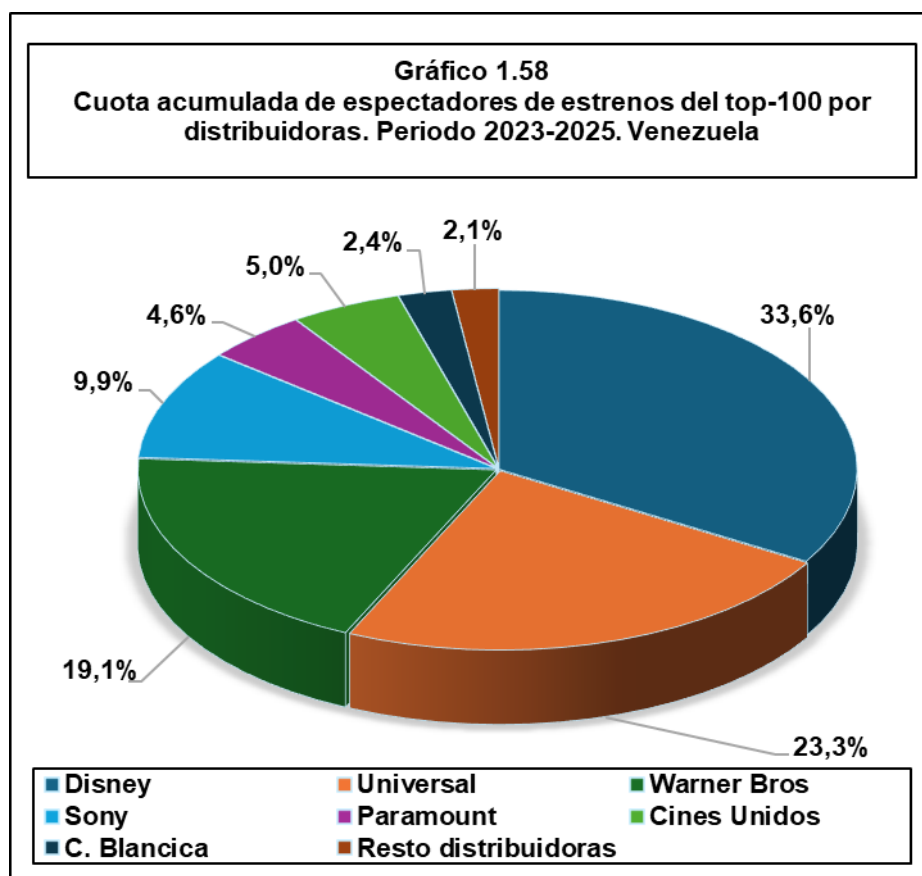


Las distribuidoras americanas representan en el top-100 de 2025 una cuota conjunta de espectadores del 92,8% y las independientes el 7,2% restante (cuadro 1.113). Los *Estudios* con más entradas vendidas son Disney (3,1 millones), Warner (1,8 millones) y Universal (1,1 millones).

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

Distribuidora	2023	%	2024	%	2025	%
Disney	1.383.389	18,7	2.906.133	39,7	3.170.878	42,3
Universal	2.528.633	34,3	1.472.099	20,1	1.149.977	15,4
Warner Bros	1.549.582	21,0	876.813	12,0	1.829.035	24,4
Sony	567.545	7,7	1.125.118	15,4	489.868	6,5
Paramount	348.287	4,7	366.103	5,0	314.901	4,2
Cines Unidos	406.950	5,5	429.613	5,9	271.461	3,6
Cinecolor	32.987	0,4	23.134	0,3	11.037	0,1
C. Blancica	257.928	3,5	66.309	0,9	206.109	2,8
Angel Studios	178.924	2,4	0	0,0	0	0,0
Blanco y Travieso	86.144	1,2	0	0,0	0	0,0
Humana Cine	0	0,0	20.220	0,3	0	0,0
Gran Cine	0	0,0	0	0,0	12.190	0,2
Independent	0	0,0	0	0,0	3.534	0,0
Resto distribuidoras	41.965	0,6	27.701	0,4	31.359	0,4
Total	7.382.334		7.313.243		7.490.349	

En el trienio 2023-2025, el porcentaje de espectadores acumulado por las *Majors* se sitúa en un 90,5% y el de las independientes en el 9,5% restante (cuadro 1.58). Las distribuidoras con más cuota de mercado son Disney (33,6%) y Universal (23,3%). Entre las independientes destaca Cines Unidos (5%).



En 2025, el ranking de taquilla está liderado por la película estadounidense *Lilo y Stitch* con un millón de espectadores, seguida de *Zootrópolis 2* con más de 556.000 y de *Una película de Minecraft*, con casi 455.000 espectadores. Los estrenos del top-10 provienen de Estados Unidos, salvo una producción japonesa (cuadro 1.114).

Cuadro 1.114
Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2025. Venezuela

N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Lilo y Stitch	USA	1.048.655	2.852.079
2	Zootrópolis 2	USA	556.394	1.591.799
3	Una película de Minecraft	USA	453.457	1.327.685
4	Expediente Warren: El último rito	USA	379.644	1.053.231
5	Cómo entrenar a tu dragón	USA	361.689	986.623
6	Supermán	USA	338.531	930.556
7	Jurassic World: El renacer	USA	296.400	787.452
8	Guardianes de la Noche 4	Japón	283.832	760.108
9	Los 4 Fantásticos: Primeros pasos	USA	277.992	720.351
10	Mufasa: El rey León	USA, Canadá	259.499	841.583

En el *ranking* nacional, las tres producciones con más éxito son *Un viaje de película* (Carlos Daniel Alvarado), *No lo escuches* (Alexmir Dordelly) y *El vendedor* (Álex Galán). El rendimiento en taquilla de dichos estrenos es de 12.190 espectadores, 11.037 y 8.687 espectadores, respectivamente. Todas las obras son producciones íntegramente venezolanas salvo una coproducción con Colombia.

Cuadro 1.115
Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Año 2025. Venezuela

N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Un viaje de película	Venezuela	12.190	29.195
2	No lo escuches	Venezuela	11.037	26.362
3	El vendedor	Venezuela	8.687	21.047
4	Kueka, memoria ancestral	Venezuela	3.356	8.339
5	Las 2 caras	Venezuela	3.229	8.031
6	¡Ay mamá! Una familia venezolana en Navidad	Venezuela	3.013	7.487
7	Vulgar	Venezuela	2.059	5.223
8	Atiende	Venezuela	2.031	5.233
9	Tres días para reconquistarla	Venezuela, Colombia	1.906	4.453
10	Los herederos	Venezuela	1.824	4.581

El estreno iberoamericano más exitoso en 2025 en Venezuela es el largometraje brasileño *Ainda estou aqui* (Walter Salles), con casi 6.000 espectadores. El cine europeo está liderado en el top-100 por la película letona de animación *Flow, un mundo que salvar*, con más de 46.000 espectadores, y el cine asiático fue protagonista con la película japonesa *Guardianes de la noche 4*, con más de 280.000 entradas vendidas (cuadro 1.116).

Cuadro 1.116
Ranking de estrenos cinematográficos de otros países. Año 2025. Venezuela

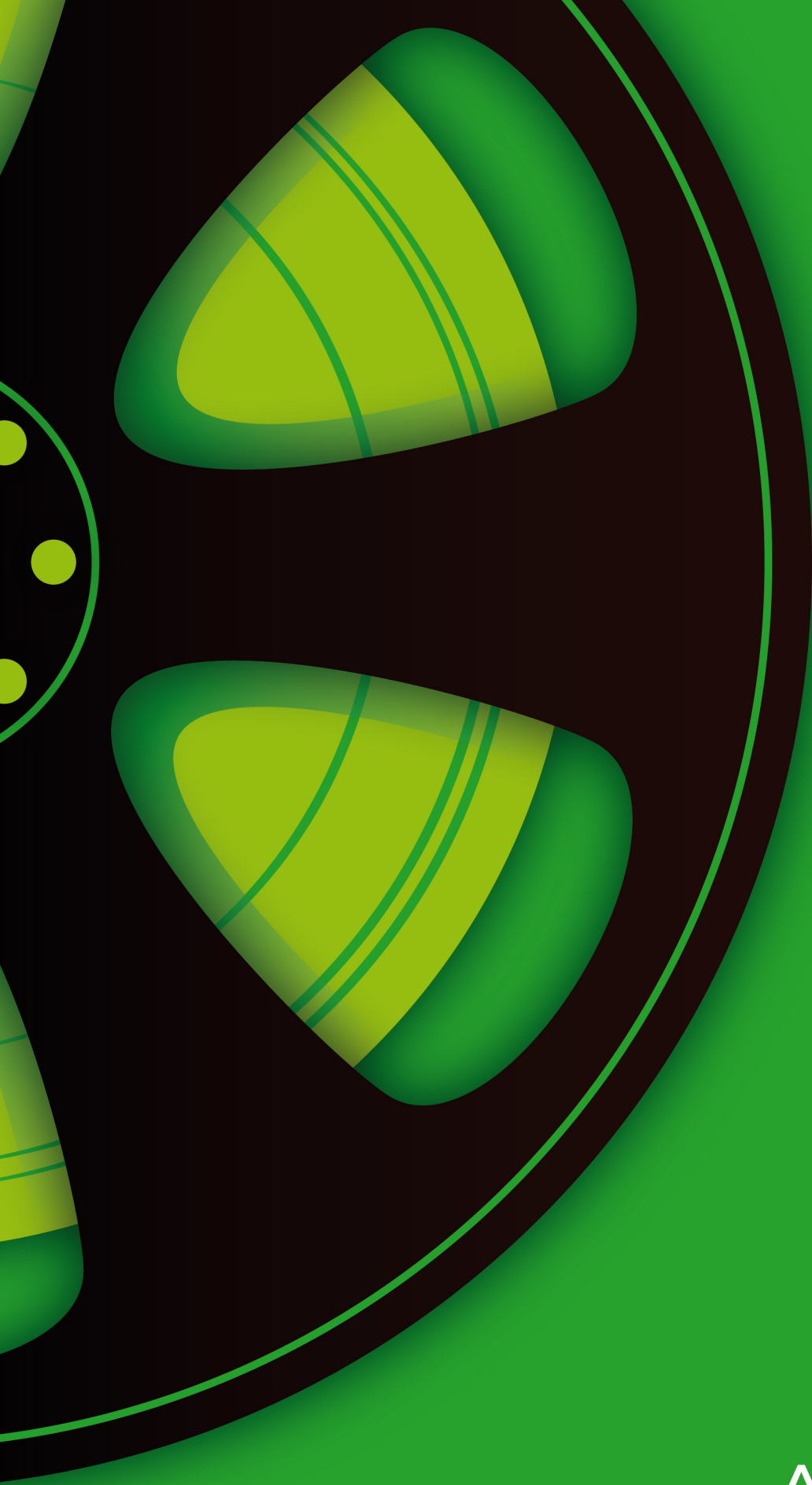
Iberoamérica				
N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Ainda estou aqui	Brasil, Francia	5.903	21.554
2	Sigue mi voz	España, USA	3.534	18.076
Europa				
N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Flow, un mundo que salvar	Letonia, Francia	46.806	117.158
2	28 años después	R. Unido	19.533	56.040
3	Mascotas al rescate	Francia, USA	18.239	38.208
4	Oddity	Irlanda	11.427	34.722
5	Bridget Jones: Loca por él	R. Unido, USA	11.087	37.006
Resto del mundo				
N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Guardianes de la Noche 4	Japón	283.832	760.108
2	Chainsaw Man: El arco de Reze	Japón	36.089	97.094
3	Jujutsu Kaisen: Ejecución	Japón	22.862	60.527
4	Una noche en Zoópolis	Canadá, Francia	19.296	46.044
5	Panda Plan	China	18.193	52.426

RENTRAK

Formerly Comscore Movies

The Gold Standard Since 1976

Reimagined for What's Next



ARTÍCULO 3

ÁNIMA ESTUDIOS: ADAPTACIÓN DEL
CONTENIDO A RRSS Y A INTERNET

ARTÍCULO 3

ÁNIMA ESTUDIOS: ADAPTACIÓN DEL CONTENIDO A RRSS Y A INTERNET

Fernando de Fuentes

Cuando fundamos Ánima Estudios en 2002, nuestro objetivo era demostrar que desde Iberoamérica podíamos crear animación de clase mundial y desarrollar propiedades intelectuales capaces de competir en cualquier mercado. En aquel momento, el negocio de la animación se construía principalmente alrededor de la televisión, el cine y las licencias tradicionales. Nadie imaginaba que, pocos años después, las redes sociales y las plataformas digitales transformarían por completo la forma en que las audiencias descubren y consumen contenido.

A lo largo de más de dos décadas hemos tenido la fortuna de producir algunas de las franquicias de animación más importantes de América Latina. Desde *El Chavo Animado* hasta la saga de *Las Leyendas*, pasando por producciones internacionales como *Space Chickens in Space*, *Cleo & Cuquín* y, más recientemente, proyectos globales como *Batman Azteca: Choque de Imperios*. Cada una de estas propiedades nos ha enseñado algo distinto sobre cómo construir y preservar valor a largo plazo en la industria del entretenimiento.

Una de las lecciones más importantes ha sido entender que una propiedad intelectual no puede permanecer estática. Los hábitos de consumo cambian constante y aceleradamente y las marcas deben evolucionar junto con sus audiencias. Hoy, gran parte de los niños, jóvenes e incluso adultos descubren nuevos personajes y contenidos en YouTube, TikTok, Instagram o plataformas similares mucho antes de encontrarlos en televisión o en una sala de cine.

Por esa razón, en Ánima decidimos hace años que no podíamos limitarnos a producir contenido para los medios tradicionales. Teníamos que adaptar nuestras marcas al entorno digital y, en algunos casos, incluso crear estrategias donde las plataformas sociales fueran el punto de partida del crecimiento de una franquicia.

De hecho, una de nuestras primeras apuestas en esta dirección fue Átomo Network. En una época en la que muchos todavía veían a YouTube únicamente como una plataforma de videos virales, nosotros entendimos que estaba naciendo un nuevo ecosistema de distribución de contenido. Átomo Network se convirtió en una de las primeras redes digitales enfocadas en animación para el mercado hispanohablante, agrupando cientos de canales y acumulando miles de millones de reproducciones. Más allá de las cifras, lo verdaderamente relevante fue la experiencia que nos dio

para entender cómo se comportaban las nuevas audiencias, cómo descubrían contenido y cómo podían construirse comunidades globales alrededor de personajes y marcas fuera de los medios tradicionales. Muchas de las lecciones que aprendimos entonces siguen siendo fundamentales para nuestra estrategia digital actual.

Quizá el mejor ejemplo de esta visión es *Cleo & Cuquín*. A través de *Ánima Kitchent*, nuestra compañía con sede en España enfocada en el desarrollo y explotación internacional de contenido infantil, retomamos los icónicos personajes de la Familia Telerín y los reinventamos para una nueva generación. Construimos una estrategia global basada en contenido digital, desarrollando canales en múltiples idiomas y generando una presencia constante en YouTube y otras plataformas.

Los resultados superaron nuestras expectativas. Hoy, *Cleo & Cuquín* acumula decenas de millones de suscriptores en sus distintos canales y miles de millones de reproducciones alrededor del mundo. Lo más interesante es que la audiencia digital se convirtió en la base para construir una franquicia internacional que posteriormente llegó a televisión y a plataformas de streaming como HBO Max. En otras palabras, el camino tradicional se invirtió: primero construimos una comunidad digital global y después expandimos la propiedad hacia otras ventanas de explotación.

Este fenómeno no es exclusivo de nuestra empresa. Estamos viendo cómo muchas de las marcas más exitosas del entretenimiento nacen o crecen principalmente en internet. Las redes sociales ya no son únicamente herramientas de promoción; se han convertido en plataformas de distribución, validación y crecimiento para las propiedades intelectuales. Permiten probar conceptos, desarrollar personajes, medir la reacción de las audiencias y construir comunidades antes de realizar inversiones mucho mayores en producción y mercadotecnia.

Los datos globales respaldan esta tendencia. Miles de millones de personas consumen video diariamente en plataformas digitales y las generaciones más jóvenes dedican una parte significativa de su tiempo de entretenimiento a contenidos que descubren a través de algoritmos, recomendaciones sociales y creadores digitales. Para cualquier empresa generadora de contenido, ignorar esta realidad significa correr el riesgo de perder relevancia frente a nuevas formas de entretenimiento que evolucionan a gran velocidad.

Por ello, considero que una de las responsabilidades más importantes de quienes desarrollamos propiedades intelectuales es mantenerlas vigentes donde se encuentra la audiencia. Ya no basta con producir una buena película o una buena serie. Hoy debemos pensar en ecosistemas completos de contenido capaces de vivir simultáneamente en cine, televisión, streaming, redes sociales, videojuegos, licencias y experiencias en vivo.

En *Ánima* seguimos creyendo que las historias son el corazón de todo lo que hacemos. Pero también hemos aprendido que las historias deben adaptarse a cada plataforma para alcanzar su máximo potencial. La transformación digital no ha reducido el valor de las propiedades intelectuales; al contrario, ha multiplicado las oportunidades para hacerlas crecer. Quienes entendamos cómo conectar nuestras marcas con las nuevas generaciones en internet y redes sociales estaremos mejor preparados para preservar y aumentar su valor durante las próximas décadas. Quienes logren anticiparse a entender dónde se encontrarán esos "ojos" en las nuevas tecnologías que se desarrollen siempre estarán un paso adelante.

La experiencia de *Átomo Network* y el éxito global de *Cleo & Cuquín* nos confirmaron algo que hoy parece evidente: las propiedades intelectuales más valiosas del futuro serán aquellas capaces de acompañar a las audiencias en cualquier pantalla. Adaptarse ya no es una estrategia complementaria; es una condición indispensable para seguir siendo relevantes en la economía global del entretenimiento.



FERNANDO DE FUENTES

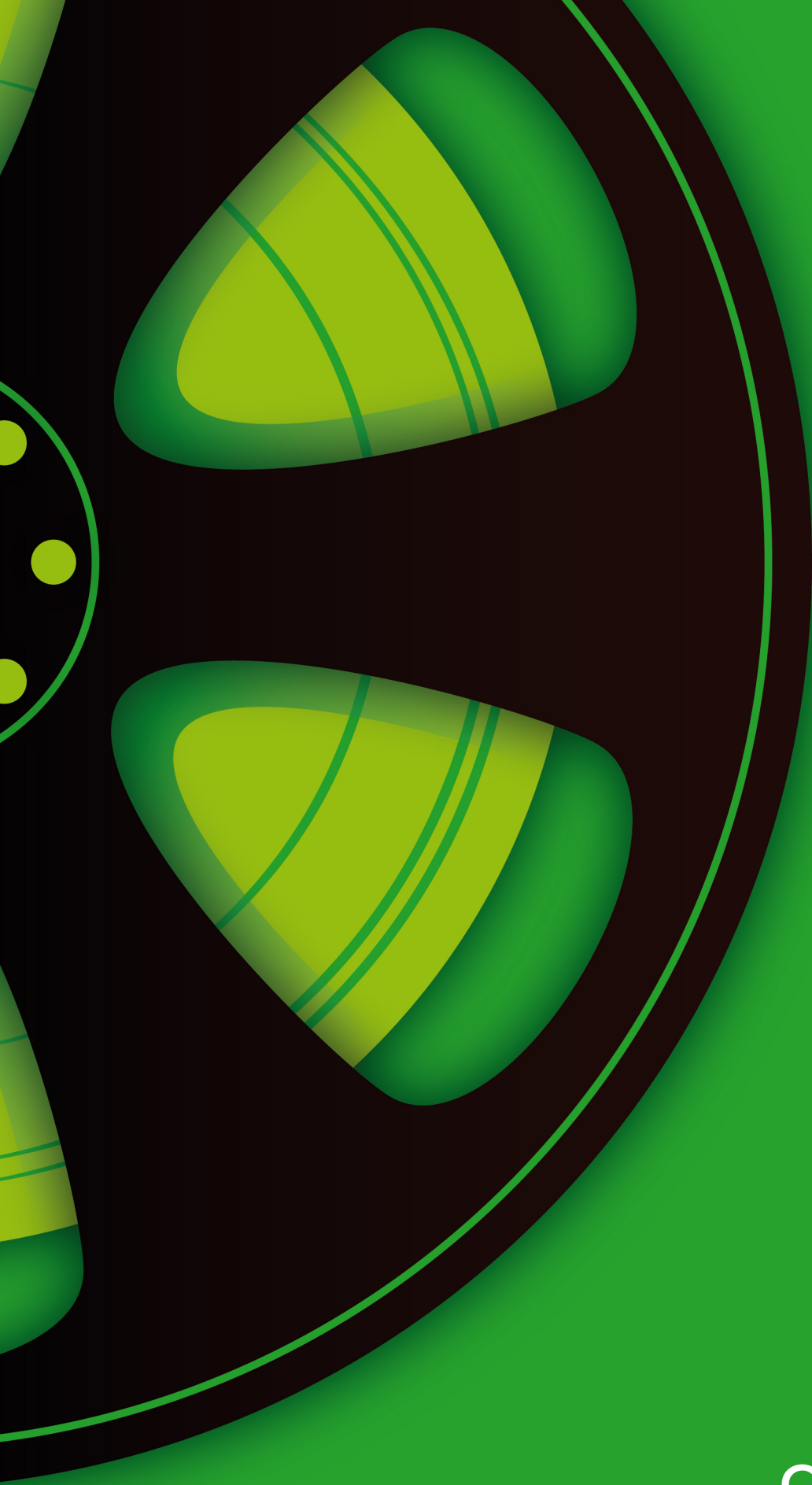
Presidente de ÁNIMA ESTUDIOS.

De familia de gran tradición cineasta en México, egresado de la Licenciatura de Ingeniería Industrial Electromecánica de la Universidad Iberoamericana, fundador y director general de Anima Estudios en el año de 2002, empresa que con más de 12,000 minutos de animación comercial producidos, se ha convertido en el estudio de animación más grande en América Latina.

Productor de 24 largometrajes animados dentro de los que se incluyen “Magos y Gigantes”, “La Leyenda de la Llorona”, “El Santos”, “La Leyenda del Charro Negro”, “Cascarrabias”, “Don Gato y su pandilla”, además de más de 400 capítulos de TV animados incluidos “El Chavo”, “Las Leyendas”, “El Chapulín Colorado”, y “Cleo Cuquin”. Productor de 3,800 episodios cortos animados para plataformas como YouTube. Recientemente estrenó el largometraje “Batman Azteca” en cines y en HBO Max.

Es director adjunto de Diana Internacional Films, empresa con un amplio catálogo de largometrajes de la época de oro del cine mexicano.

Fue presidente de la Cámara Nacional de la Industria Cinematográfica en México (Canacine) de 2018 a 2022.



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

FICCIÓN IBEROAMERICANA 2020-2024

El análisis de la programación en televisión de la ficción iberoamericana incluido en el Panorama Audiovisual 2026, 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 67 canales que operan en diez países. Por su titularidad, 45 pertenecen a grupos privados y 22 a organismos públicos (cuadro introducción 2.1).

Cuadro Introducción 2.1

Muestra de canales de televisión en abierto. Año 2024. Países Obitel

Países	Privados	Públicos	Total
Argentina	América 2, El Nueve, Telefe, El Trece, Net TV, Bravo TV	TV Pública	7
Brasil	TV Globo, TV Record, SBT, Band, Rede TV!	TV Brasil, TV Cultura	7
Chile	Canal 13, Chilevision, Mega, La Red, TV+	TVN, UChile TV	7
Colombia	RCN, Caracol, Canal Uno	Señal Colombia, Canal Institucional	5
Ecuador	Ecuavisa, RTU, RTS, Oromar, Teleamazonas, Telerama, Tevicentro	Ecuador TV, Gama TV, TC TV	10
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, Multimédios	Once TV, Conaculta, Canal 14	7
Portugal	SIC, TVI	RTP1, RTP2, RTP3, RTP Memoria y Canal Parlamento	7
Uruguay	Canal 4, Saeta, Teledoce	Canal 5, TV Ciudad	5
Total	45	22	67

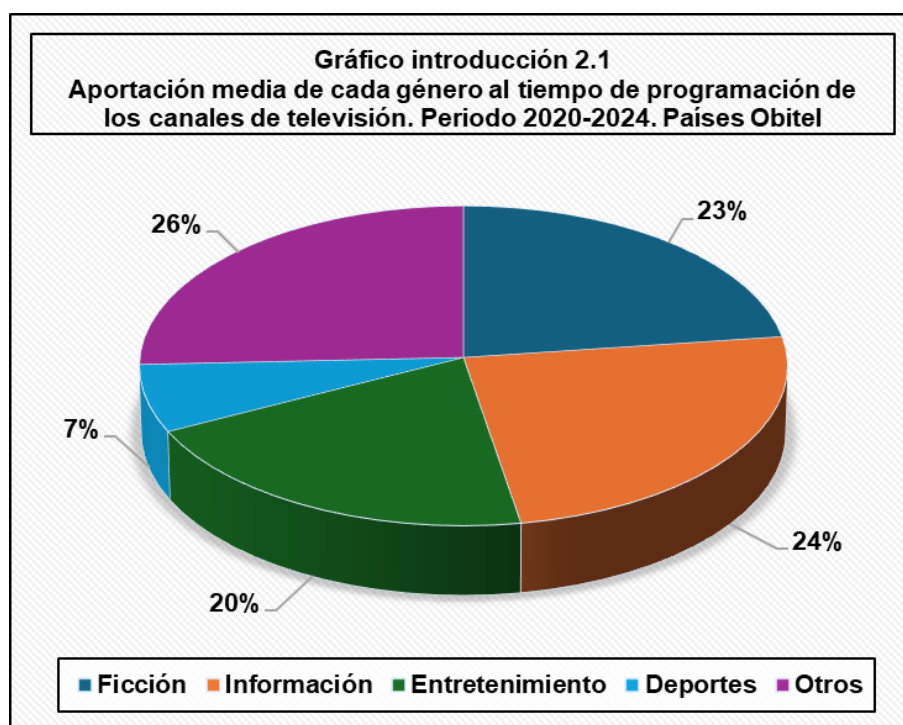
El porcentaje de tiempo de programación dedicado a la ficción por los canales de la muestra en 2024 se sitúa en el 22,2%. En el periodo 2020-2024, el porcentaje promedio se encuentra en el 24,4% del tiempo total de programación (cuadro introducción 2.2).

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. Ambos países no ofrecen datos en 2024. En tercer lugar, se encuentran Chile y Colombia, en torno al 25% del total del tiempo dedicado por sus canales a la ficción.

<i>Cuadro Introducción 2.2</i>						
<i>Porcentaje de tiempo dedicado a la Ficción por los canales de televisión en abierto. Periodo 2020-2024. Países Obitel</i>						
Países	2020	2021	2022	2023	2024	Promedio
Argentina	14,3	10,0	15,5	18,3	13,0	14,2
Brasil	12,9	12,4	8,6	14,4	11,9	12,0
Chile	38,8	18,2	23,0	20,6	23,8	24,9
Colombia	32,8	24,1	22,0	29,3	26,0	26,8
España	42,3	41,5	41,0	41,0	41,0	41,4
EE. UU.	41,5	41,8	41,4	42,4	40,7	41,6
México	12,0	14,4	*	27,2	20,0	18,4
Perú	31,3	32,7	*	*	*	32,0
Portugal	20,8	15,4	21,6	13,1	12,7	16,7
Uruguay	20,4	17,1	12,2	11,5	10,3	14,3
Venezuela	41,6	34,4	31,6	21,1	*	32,2
Promedio	28,1	23,8	24,1	23,9	22,2	24,4

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 2020-2024, la ficción supone el 23%, los programas informativos el 24% y los programas de entretenimiento representan el 20% del tiempo total de difusión de contenidos en los canales iberoamericanos analizados (gráfico introducción 2.1)



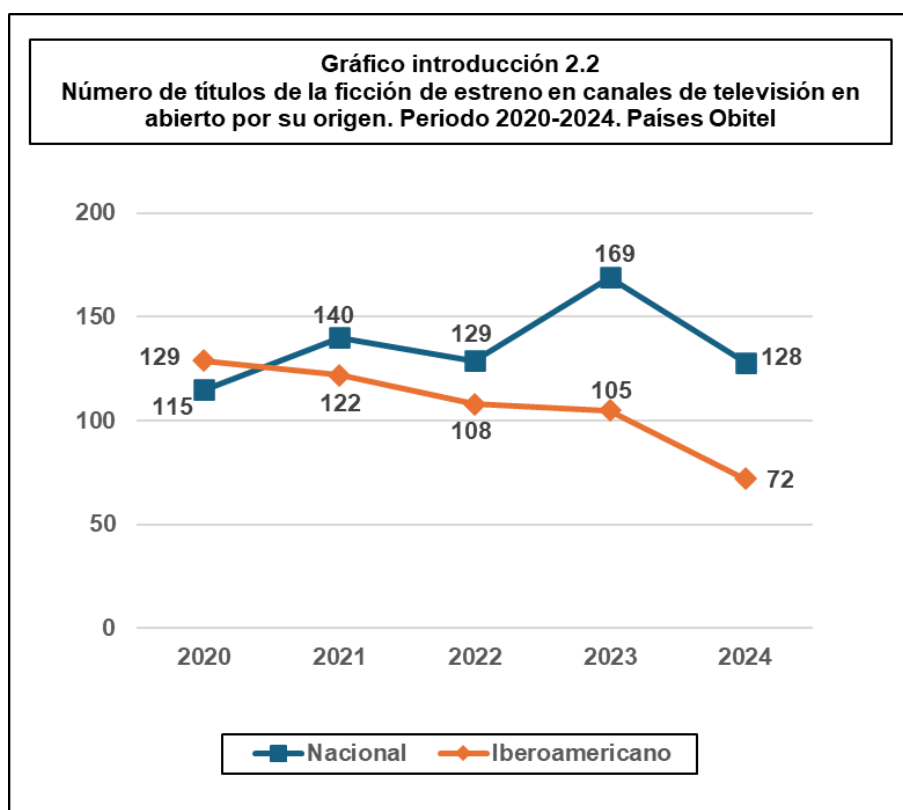
Los canales de televisión en abierto de los países analizado difundieron un total de 1.217 títulos de series de ficción de estreno durante el periodo 2020-2024. El peso de la ficción nacional representa el 56% del total de títulos, frente al 44% de la ficción iberoamericana.

La muestra acumula más de 60.000 horas de programación de ficción de estreno en el periodo de referencia. El peso del tiempo de difusión de la ficción nacional representa el 46,8% y el de la iberoamericana el 53,2% (cuadro introducción 2.3).

Cuadro Introducción 2.3
Muestra acumulada de la Ficción de estreno en canales de televisión en abierto. Periodo 2020-2024. Países Obitel

Origen	Títulos	%	Horas	%
Nacional	681	56,0	28.259	46,8
Iberoamericano	536	44,0	32.131	53,2
Total	1.217		60.390	

El número mínimo de títulos nacionales tiene lugar en 2020 con 115 y el máximo en 2023 con 169 títulos. Los títulos iberoamericanos de estreno solo superaron a los nacionales en 2020 (129 títulos), siendo además el máximo del periodo 2020-2024. El mínimo se registra en el último año tras una reducción constante de obras de ficción iberoamericana (gráfico introducción 2.2).



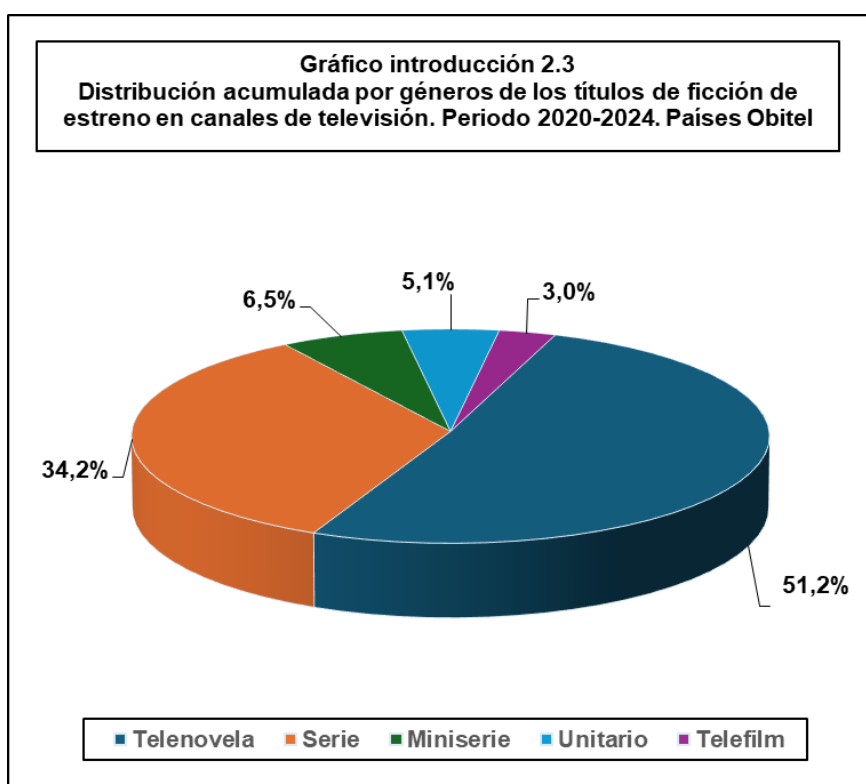
La distribución de los títulos de la ficción de estreno pone de manifiesto que los países que más obras nacionales difundieron en televisión, en el periodo 2020-2024, fueron Portugal (154 títulos), Brasil (129 títulos) y México (121 títulos). Por otra parte, los países que más ficción de estreno iberoamericana programaron fueron Estados Unidos (103 títulos) y Uruguay (77 títulos) (cuadro introducción 2.4)

Cuadro Introducción 2.4
Distribución de los títulos de Ficción de estreno por países de emisión en televisión. Periodo 2020-2024

<i>Títulos de ficción nacional</i>						
País emisión	2020	2021	2022	2023	2024	Total
Argentina	5	8	11	11	10	45
Brasil	23	17	19	39	31	129
Chile	12	13	9	11	10	55
Colombia	8	10	7	7	8	40
España	13	13	10	16	12	64
EE. UU.	9	8	9	8	5	39
México	13	16	30	34	28	121
Perú	11	8	*	*	*	19
Portugal	19	42	33	40	20	154
Uruguay	1	2	0	2	4	9
Venezuela	1	3	1	1	*	6
Total	115	140	129	169	128	681

<i>Títulos de ficción iberoamericana</i>						
País emisión	2020	2021	2022	2023	2024	Total
Argentina	7	9	6	6	3	31
Brasil	4	6	8	8	4	30
Chile	13	10	17	8	4	52
Colombia	4	11	2	4	2	23
España	8	5	6	6	7	32
EE. UU.	19	16	26	21	21	103
México	8	9	4	3	4	28
Perú	36	26	*	*	*	62
Portugal	4	3	7	6	5	25
Uruguay	15	12	14	14	22	77
Venezuela	11	15	18	29	*	73
Total	129	122	108	105	72	536

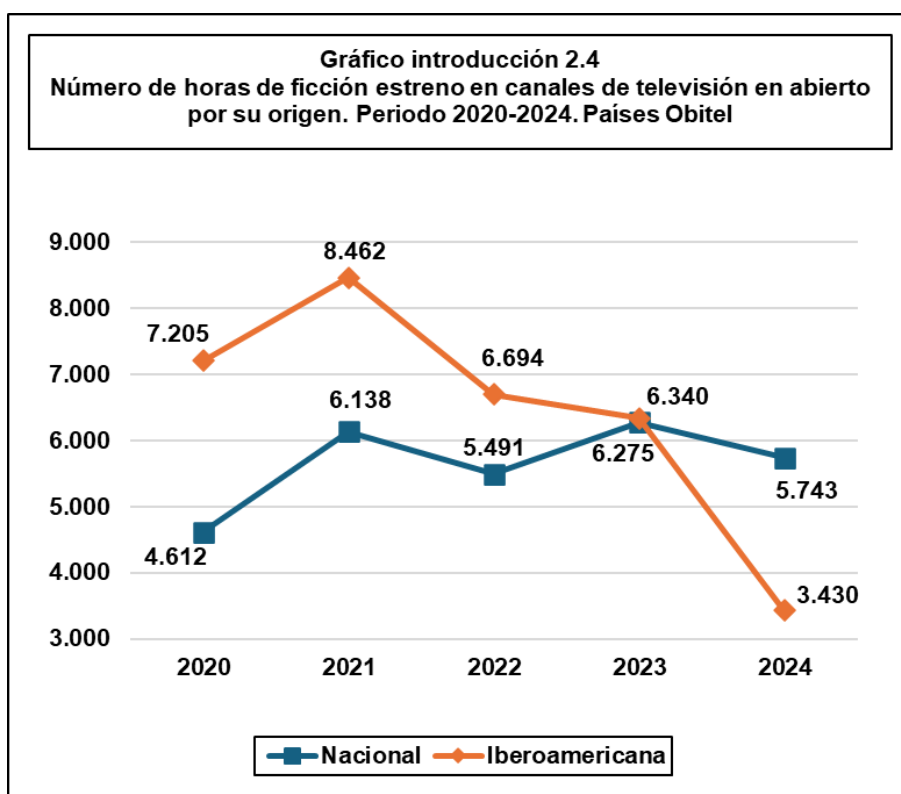
La distribución acumulada por géneros audiovisuales en el periodo 2020-2024 en televisión en abierto, refleja que las telenovelas de estreno siguen siendo las más numerosas con casi el 51,2% de los títulos, seguidas de las series convencionales con el 34,2% y las miniseries con el 6,5% de los títulos (gráfico introducción 2.3).



La distribución del tiempo de emisión de ficción de estreno pone de manifiesto que los países que más horas de obras nacionales suman en televisión, en el periodo 2020-2024, son México (6.604), Brasil (4.819) y Portugal (4.518). Por otra parte, los países que más tiempo ficción de estreno iberoamericana programan en dicho periodo son Estados Unidos (6.236 horas) y Venezuela (5.553 horas). De este último país, no hay datos en 2024 (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 2020-2024</i>						
<i>Horas de ficción nacional</i>						
País emisión	2020	2021	2022	2023	2024	Total
Argentina	62	104	144	229	103	642
Brasil	416	419	1.297	1.476	1.211	4.819
Chile	274	587	477	497	461	2.296
Colombia	271	727	315	411	390	2.114
España	1.030	826	558	798	866	4.078
EE. UU.	367	420	216	255	243	1.501
México	906	1.149	1.332	1.595	1.622	6.604
Perú	442	535	*	*	*	977
Portugal	794	998	912	988	826	4.518
Uruguay	47	13	0	17	21	98
Venezuela	3	360	240	9	*	612
Total	4.612	6.138	5.491	6.275	5.743	28.259
<i>Horas de ficción iberoamericana</i>						
País emisión	2020	2021	2022	2023	2024	Total
Argentina	357	684	831	434	202	2.508
Brasil	421	416	313	486	155	1.791
Chile	720	719	833	473	214	2.959
Colombia	116	743	128	153	83	1.223
España	350	206	239	366	389	1.550
EE. UU.	1.244	1.208	1.421	1.157	1.206	6.236
México	885	1.041	282	99	122	2.429
Perú	1.702	1.443	*	*	*	3.145
Portugal	253	193	348	285	418	1.497
Uruguay	492	423	770	1.014	641	3.340
Venezuela	665	1.386	1.529	1.873	*	5.453
Total	7.205	8.462	6.694	6.340	3.430	32.131

El volumen conjunto de horas de ficción de estreno en la televisión en abierto supera las 14.000 en 2021. Por su origen, las horas de ficción iberoamericana de estreno rebasan a las de ficción nacional en los tres primeros años del periodo. En 2023 se equilibra el volumen de programación y en el año 2024 la ficción nacional invierte la tendencia y supera ampliamente a la ficción iberoamericana (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 2020-2024, son México (9.033) y Estados Unidos (7.737). Por otra parte, los países que estrenaron más títulos de ficción en sus canales de televisión son Portugal con 179, Brasil con 159 títulos y México con 149 (cuadro introducción 2.6).

Cuadro introducción 2.6
Distribución acumulada de la Ficción de estreno en televisión por países de difusión. Periodo 2020-2024

País emisión	Títulos	%	Horas	%
Argentina	76	6,2	3.150	5,2
Brasil	159	13,1	6.610	10,9
Chile	107	8,8	5.255	8,7
Colombia	63	5,2	3.337	5,5
España	96	7,9	5.628	9,3
EE. UU.	142	11,7	7.737	12,8
México	149	12,2	9.033	15,0
Perú	81	6,7	4.122	6,8
Portugal	179	14,7	6.015	10,0
Uruguay	86	7,1	3.438	5,7
Venezuela	79	6,5	6.065	10,0
Total	1.217		60.390	

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 2020-2024 son: México (367 títulos y 20.742 horas), Brasil (240 títulos y 12.732 horas) y Colombia (107 títulos y 7.019 horas).

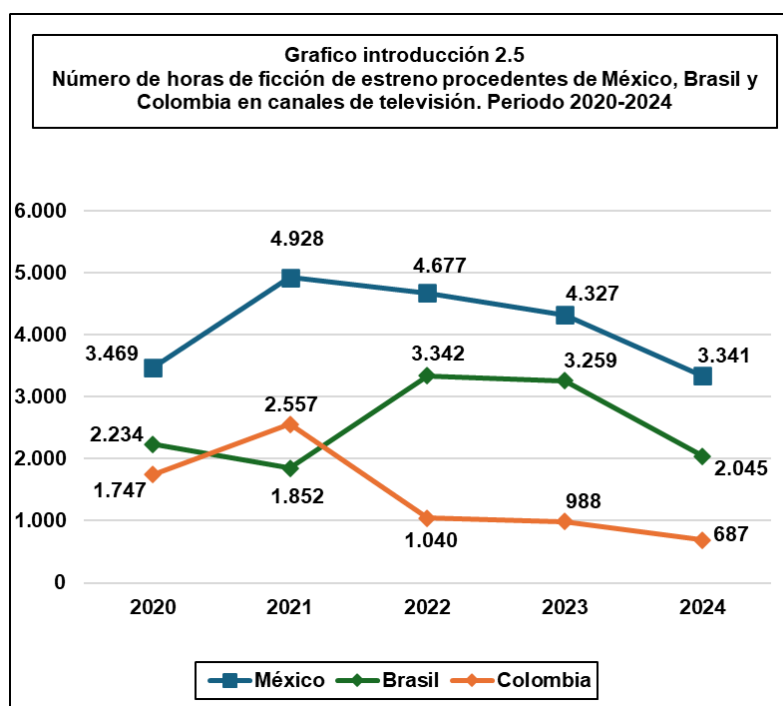
El volumen conjunto de títulos de ficción televisiva de estreno producida por estos tres países representa casi el 59% del total de títulos y el 67% del tiempo total de emisión de los canales de televisión de la muestra (cuadro introducción 2.7).

Cuadro introducción 2.7
Distribución acumulada de la Ficción de estreno en televisión por países de origen. Periodo 2020-2024

País origen	Títulos	%	Horas	%
Argentina	62	5,1	1.087	1,8
Brasil	240	19,7	12.732	21,1
Chile	69	5,7	3.203	5,3
Colombia	107	8,8	7.019	11,6
España	87	7,1	4.491	7,4
EE. UU.	86	7,1	4.103	6,8
México	367	30,2	20.742	34,3
Perú	21	1,7	1.124	1,9
Portugal	163	13,4	5.179	8,6
Uruguay	9	0,7	98	0,2
Venezuela	6	0,5	612	1,0
Total	1.217		60.390	

La evolución de las horas de ficción de estreno de los tres países (México, Brasil y Colombia) refleja que, en 2021 y 2022, el volumen conjunto se mantuvo por encima de las 9.000 horas de programación en ambos años, y en 2024 se produjo el mínimo, con tan sólo 6.000 horas (gráfico introducción 2.5).

Por separado, se aprecia bastante variabilidad en cuanto al estreno de producciones de ficción ya que México obtiene su máximo en 2021 (4.928 horas), Brasil en 2022 (3.342 horas) y Colombia en 2021 (2.557 horas).



El cuadro introducción 2.8 refrenda el análisis cuantitativo realizado anteriormente puesto que, en 2024, en cuatro de los diez países, el mayor número de títulos de estrenos iberoamericanos no nacionales pertenecen a producciones mexicanas y también en cinco de diez el mayor número de horas corresponden a ficción de dicho origen. En los países en los que no domina la ficción procedente de México hay bastante diversidad.

Cuadro introducción 2.8				
País iberoamericano no nacional que más ficción de estreno aporta en cada país en televisión. Año 2024				
N	País de emisión	Títulos	Horas 1º	Horas 2º
1	Argentina	México	México	Colombia
2	Brasil	ES, MX, PT, USA	México	Portugal
3	Chile	BR, COL, MX, PE	Perú	Colombia
4	Colombia	México	México	*
5	España	México	México	Portugal
6	EE. UU.	México	México	Colombia
7	México	España	Colombia	España
8	Portugal	Brasil	Brasil	*
9	Uruguay	Colombia	Brasil	EE. UU.

Cuadro introducción 2.9					
Top-1 de la Ficción en cada país en televisión en abierto. Año 2024					
País emisión	Título	Origen	Canal	Audiencia	Share
Argentina	Coppola, el representante	Argentina	Telefe	9,0	18,0
Brasil	Terra e paixao	Brasil	Globo	29,1	49,3
Chile	Generación 98	Chile	Mega	14,2	22,8
Colombia	Rigo	Colombia	RCN	20,1	27,2
Ecuador	Leandro Díaz	Colombia	TC TV	5,1	*
España	El Marqués	España	T5	3,0	13,9
EE.UU.	Minas de pasión	México	Univision	5,2	23,2
México	La Rosa de Guadalupe T17	México	Televisa	12,7	19,7
Portugal	Cacau	Portugal	TVI	8,9	18,7
Uruguay	Vuelve a mi	USA	Teledoce	8,4	16,1

El ranking de audiencia de 2024 refleja que las emisiones de ficción brasileñas en Globo son las que acumulan el mayor porcentaje. Las cinco primeras series del top-30 pertenecen al país carioca. En el top-20 se sitúan cinco emisiones de series colombianas programadas en Caracol y RCN, cuatro chilenas difundidas en Mega y una mexicana en Televisa (cuadro introducción 2.10)

Las series brasileñas con más éxito son *Terra e Paixao* (29,1%) y *Renascença* (24,8%); la colombiana más popular es *Rigo* (20,1%), la chilena es *Generación 98* (14,2%) y la serie mexicana corresponde a *La Rosa de Guadalupe* (12,7%).

Cuadro introducción 2.10
Ranking de ficción en canales de televisión en abierto. Año 2024

N.	Título	Origen	Canal	Audiencia	País emisión
1	Terra e paixao	Brasil	Globo	29,1	Brasil
2	Renascer	Brasil	Globo	24,8	Brasil
3	Mania de você	Brasil	Globo	20,9	Brasil
4	Familia é tudo	Brasil	Globo	20,7	Brasil
5	Volta por cima	Brasil	Globo	20,1	Brasil
6	Rigo	Colombia	RCN	20,1	Colombia
7	No rancho Fundo	Brasil	Globo	19,9	Brasil
8	Fuzuê	Brasil	Globo	19,7	Brasil
9	Devuélveme la vida	Colombia	Caracol	19,7	Colombia
10	Pedro el Escamoso II	Colombia	Caracol	19,2	Colombia
11	Garota do momento	Brasil	Globo	18,4	Brasil
12	Alma gêmea	Brasil	Globo	17,9	Brasil
13	Elas por elas	Brasil	Globo	17,3	Brasil
14	Arelys Henao II	Colombia	Caracol	17,1	Colombia
15	Klass 95	Colombia	Caracol	14,3	Colombia
16	Generación 98	Chile	Mega	14,2	Chile
17	Como la vida misma	Chile	Mega	13,3	Chile
18	Al sur del corazón	Chile	Mega	13,0	Chile
19	Los Casablanca	Chile	Mega	12,7	Chile
20	La Rosa de Guadalupe T17	México	Televisa	12,7	México
21	Escupiré sobre tus tumbas	Colombia	Caracol	12,3	Colombia
22	El señor de la Querencia	Chile	Mega	11,9	Chile
23	Fugitivas	México	Televisa	11,6	México
24	El amor no tiene receta	México	Televisa	11,1	México
25	Tierra de Esperanza	México	Caracol	10,8	Colombia
26	Juego de ilusiones	Chile	Mega	10,7	Chile
27	Tu vida es mi vida	México	Televisa	10,4	México
28	Papás por conveniencia	México	Televisa	10,3	México
29	Como dice el dicho T14	México	Televisa	10,0	México
30	La historia de Juana	México	Televisa	10,0	México

El *top-1* de audiencia en 2024 pone de manifiesto que siete títulos nacionales dominan el *ranking* en sus países de origen y tan solo dos títulos iberoamericanos fueron la serie más vista en otros tantos países. Los estrenos no nacionales que se auparon a lo más alto del ranking son la producción colombiana *Leandro Díaz* en Ecuador y la estadounidense *Vuelve a mí* en Uruguay (cuadro introducción 2.11).

Cuadro introducción 2.11
Top-1 de la Ficción en cada país en televisión en abierto. Año 2024

País emisión	Título	Origen	Canal	Audiencia	Share
Argentina	Coppola, el representante	Argentina	Telefe	9,0	18,0
Brasil	Terra e paixao	Brasil	Globo	29,1	49,3
Chile	Generación 98	Chile	Mega	14,2	22,8
Colombia	Rigo	Colombia	RCN	20,1	27,2
Ecuador	Leandro Díaz	Colombia	TC TV	5,1	*

España	El Marqués	España	T5	3,0	13,9
EE. UU.	Minas de pasión	México	Univision	5,2	23,2
México	La Rosa de Guadalupe T17	México	Televisa	12,7	19,7
Portugal	Cacau	Portugal	TVI	8,9	18,7
Uruguay	Vuelve a mi	USA	Teledoce	8,4	16,1

El volumen de títulos de ficción nacional de estreno disponible en las plataformas VoD analizadas, en el periodo 2020-2024, asciende a 1.072. Los países con un mayor número de títulos disponibles son Estados Unidos (267), España (257) y Brasil (243). Las producciones iberoamericanas disponibles en Netflix en Estados Unidos se han considerado originales por la vinculación de la plataforma en su producción con los países de origen (cuadro introducción 2.12).

<i>Cuadro introducción 2.12</i>						
<i>Títulos de Ficción nacional por países de origen estrenados en VOD</i>						
País	2020	2021	2022	2023	2024	Total
Argentina	14	13	14	18	14	73
Brasil	39	51	49	57	47	243
Chile	4	3	5	10	12	34
Colombia	7	2	10	12	9	40
España	33	51	50	64	59	257
EE. UU.	48	49	72	72	26	267
México	17	12	27	36	24	116
Portugal	5	9	10	10	8	42
Total	167	190	237	279	199	1.072

Las plataformas VoD que pusieron a disposición de los usuarios más títulos de ficción nacional iberoamericana son Netflix (EE. UU.), Prime (EE. UU.) y Globo Play (Brasil). Las tres plataformas en conjunto sumaron casi el 55% de los títulos totales disponibles durante el periodo 2020-2024 (cuadro introducción 2.13).

<i>Cuadro 2.13</i>			
<i>Títulos de Ficción nacional por plataformas estrenados en VOD. Periodo 2020-2024</i>			
N.	Plataforma	Títulos	%
1	Netflix	262	24,4
2	Prime	181	16,9
3	Globo	142	13,2
4	HBO	68	6,3
5	Disney	58	5,4
6	Vix	57	5,3
7	Star+	52	4,9
8	Movistar	46	4,3
9	Atresplayer	43	4,0
10	Opto	18	1,7
11	RTP Play	13	1,2
12	Flow	13	1,2
13	Paramount	11	1,0

14	Mega Go	11	1,0
15	Claro	9	0,8
16	Box	8	0,7
17	Apple TV	8	0,7
18	Lionsgate	7	0,7
19	Hulu	7	0,7
20	Showtime	6	0,6
21	Cablevision	6	0,6
22	Filmin	5	0,5
23	TNT	4	0,4
24	Caracol	3	0,3
25	Resto	34	3,2
Total		1.072	

FICCIÓN EUROPEA Y TENDENCIA GLOBAL

El Observatorio Europeo del Audiovisual (OBS) publica anualmente un estudio sobre la ficción producida en los países europeos. Estos datos pueden ofrecer una comparativa con el volumen de producción en Iberoamérica durante el periodo 2020-2024 (cuadro introducción 2.14). El total de títulos europeos asciende a 7.075 (1.415 por año), 123.224 capítulos (24.645 por año) y 77.959 horas de programación (15.592 por año).

<i>Cuadro introducción 2.14</i>			
<i>Ficción producida en Europa</i>			
Año	Títulos	Episodios	Horas
2020	1.230	23.718	14.590
2021	1.370	24.824	15.355
2022	1.565	25.458	16.083
2023	1.493	24.939	15.883
2024	1.417	24.285	16.048
Media	1.415	24.645	15.592
Total	7.075	123.224	77.959

La distribución de títulos por formatos refleja que 4.021 (56,8%) son series de 13 episodios o menos; 1.904 (27%) corresponden a telefilms; 644 (9,1%) son series con un rango de capítulos comprendido entre 14 y 52, y 506 títulos (7,1%) son series de más de 52 episodios (cuadro introducción 2.15).

<i>Cuadro introducción 2.15</i>				
<i>Títulos de ficción producida en Europa por formatos</i>				
Año	TV Film	13 ep. o menos	14 a 52 ep.	Más de 52 ep.
2020	316	681	129	104
2021	383	764	118	105
2022	441	876	147	101
2023	399	866	130	98
2024	365	834	120	98
Media	381	804	129	101
Total	1.904	4.021	644	506

La distribución de las 77.959 horas acumuladas por la ficción europea, en el periodo 2020-2024, pone de manifiesto que 45.223 (58%) corresponden a la duración de los capítulos de series de más de 52 episodios; 19.711 (25,3%) corresponden a los capítulos de títulos de series de 13 episodios o menos; 9.710 (12,4%) horas pertenecen a series con un rango de capítulos comprendido entre 14 y 52 capítulos y 3.314 (4,3%) son horas de telefilms (cuadro introducción 2.16).

Cuadro introducción 2.16
Horas de Ficción producida en Europa por formatos

Año	TV Film	13 ep. o menos	14 a 52 ep.	Más de 52 ep.
2020	550	3.629	1.758	8.653
2021	672	3.786	1.767	9.130
2022	788	4.165	2.179	8.950
2023	674	4.176	1.953	9.080
2024	630	3.955	2.053	9.410
Media	663	3.942	1.942	9.045
Total	3.314	19.711	9.710	45.223

Los países europeos con más producción de ficción en número de títulos en 2024 son Alemania, Francia y Reino Unido y los países con más horas de ficción producida son Alemania, Grecia y Polonia. Por su parte, España es el quinto país en títulos de estreno y el cuarto en horas y Portugal es el décimo cuarto en títulos y el sexto en horas de ficción (cuadro introducción 2.17).

Cuadro introducción 2.17
Ficción producida por países europeos en 2024

N.	País	Títulos	Horas
1	Alemania	287	2.448
2	Francia	214	1.273
3	Reino Unido	182	619
4	Italia	89	655
5	España	81	1.410
6	Polonia	73	1.790
7	Países Bajos	59	295
8	Suecia	55	165
9	R. Checa	40	620
10	Finlandia	39	246
11	Grecia	37	1.875
12	Bélgica	31	419
13	Dinamarca	31	89
14	Portugal	29	1.081
15	Noruega	28	83
16	Otros	142	11.217
	Total	1.417	24.285

El estudio del Observatorio Europeo del Audiovisual pone de manifiesto que, en el periodo 2020-2024, casi el 57% de los títulos fueron encargados por las televisiones públicas y más del 56% de las horas se difundieron en las televisiones privadas. Las plataformas pusieron a disposición de los usuarios el 12,6% de los títulos totales y el 6,1% de las horas (cuadro 2.18).

Cuadro introducción 2.18
Distribución de la ficción europea conforme a la titularidad de los medios de comunicación

Año	Grupos TV públicos		Grupos TV privados		Plataformas VOD	
	Títulos	Horas	Títulos	Horas	Títulos	Horas
2020	707	5.447	385	8.271	130	848
2021	760	5.955	449	8.478	156	909
2022	858	5.765	488	9.324	214	990
2023	832	6.117	456	8.717	204	1.049
2024	797	5.671	430	9.365	190	1.012
Media	791	5.791	442	8.831	179	962
Total	3.954	28.955	2.208	44.155	894	4.808

Una vez presentados los datos cuantitativos de la Ficción en Europa es necesario hacer una breve exposición de los géneros y temáticas audiovisuales más habituales que han marcado tendencia mundial en 2025. Para ello recurrimos al informe de *Tendencias de Ficción* elaborado por GECA.

El género que domina tanto en las plataformas como en las televisiones lineales es el de la Serie-drama, con un más de un 50% del total de estrenos en el segundo semestre de 2025. En las plataformas el porcentaje de este género supone más del 60% y en las televisiones supera el 40%. Tanto las Series-comedia como las Series-dramedia superan el 10% en ambos sistemas, pero las primeras tienen más peso en las televisiones y las segundas en las plataformas de *streaming* (cuadro introducción 2.19).

Cuadro introducción 2.19
Distribución de los estrenos por géneros y sistema de difusión

Género	Plataforma	Televisión	Total	%
Serie-drama	364	200	564	54,5
Serie-comedia	58	101	159	15,4
Serie-dramedia	87	40	127	12,3
Miniserie	20	60	80	7,7
Animación	40	35	75	7,2
Sitcom	5	5	10	1,0
Telenovela	0	20	20	1,9
Total	574	461	1.035	100,0

La distribución de los subgéneros por temáticas refleja que los contenidos que giran en torno al *Amor/romance* son los más habituales en las dramáticas, de comedia y dramedias, seguido de la temática de las *Relaciones humanas*. Hay que señalar también el peso del *Suspense* en las series dramáticas y el de la *Familia* en los *dramedias* (cuadro introducción 2.20).

Cuadro introducción 2.20
Distribución de los estrenos por subgéneros y tipos de series (%)

Temática	Serie-drama	Serie-comedia	Serie-dramedia
Suspense	19,1	*	*
Amor/romance	18,4	20,8	15,5
Relaciones humanas	7,2	18,9	15,5
Familia	*	14,7	16,3
Fantástico/C-F	6,5	6,3	6,5
Policías/Detectives	6,5	*	*
Otras profesiones	*	10,1	8,4

Respecto al origen de la temática de las series, el más común es la *Adaptación literaria* con casi el 63% de los estrenos durante el periodo 2021-2025, seguido de los títulos basados en *Hechos reales*, con el 22,3% del total. Las *Secuelas* representan casi un 13% y las series de ficción basadas en *Películas* tan solo un 2,1% (Cuadro introducción 2.21).

Cuadro introducción 2.21
Distribución de los estrenos por el origen del contenido

Origen	2021	2022	2023	2024	2025	Total	%
Spin-off/secuela	67	102	66	91	61	387	12,8
Basado en películas	0	10	2	28	22	62	2,1
Basado en hechos reales	80	149	130	161	153	673	22,3
Adaptación literaria	114	368	481	577	358	1.898	62,8
Total	261	629	679	857	594	3.020	

Por último, en cuanto a la temática y origen de las series de ficción de estreno, adjuntamos un cuadro con algunos ejemplos de títulos adaptados al mercado iberoamericano en 2025 (cuadro introducción 2.22):

Cuadro introducción 2.22
Títulos de ficción adaptados al mercado iberoamericano. Año 2025

N.	Origen	Título	Adaptación	Título
1	USA	Money, guns and a Merry Christmas	Argentina	Dinero, armas y Feliz Navidad
2	USA	Move aside! I'm the final Boss	Brasil	Comm licença eu sou o Big Boss
3	USA	Married at first sight	Colombia	Sí a primera vista
4	USA	Maid for my nemesis	Colombia	Sirviendo a mi rival
5	USA	Fated to the Alpha	Colombia	Destinada a Alfa
6	USA	We will love again	Colombia	Nos amaremos una y otra vez
7	USA	Mr. Hill's adorable wife	Colombia	La marca del amor verdadero
8	USA	Fated to my forbidden Alpha	Colombia	Destinada al Alfa prohibido
9	USA	Mommy don't cry, Daddy is sorry	Colombia	Mami no me dejes
10	USA	Accidental surrogate for Alpha	Colombia	Accidentalmente embarazada de Alfa
11	USA	True heiress vs. Fake queen bee	Colombia	Veradera heredera, falsa millonaria
12	USA	The Alpha queen returns	Colombia	El regreso de la reina Lobo Alfa
13	Italia	Mare fuori	España	Mar afuera
14	Turquía	Sühan: Venganza y amor	España	La encrucijada

15	USA	The heiress strikes back	México	La heredera contraataca
16	USA	The call boy i met in Paris	México	El escort que conocí en París
17	USA	The Billionaire's Baby bargain	México	Contrato del bebé de mi Ceo
18	USA	Recipe for faking a marriage	México	Receta para fingir un matrimonio
19	USA	How to tame a Silver Fox	México	El Zorro Plateado
20	USA	You fired a Tech Genius	México	Corriste a un genio tech
21	Turquía	Gülperi	Portugal	Vitória

TELEVISIÓN CONECTADA (CTV)

El estudio de la penetración y alcance de la Televisión Conectada (CTV) ya es un punto obligado en la publicación del Panorama Audiovisual Iberoamericano. Hay que señalar que hasta la fecha todos los datos expuestos proceden de España, pero como siempre indicamos la información expuesta depende de los estudios sectoriales disponibles.

Conforme al *Barómetro OTT TV Conectada 2025* publicado por Barlovento Comunicación, la cuota de pantalla de este medio de distribución asciende al 29,6%, los espectadores únicos totales suman 40,1 millones y los espectadores únicos diarios constituyen un universo de 16,6 millones de personas.

El consumo diario por persona (todos los espectadores) suma 69 minutos y el consumo por espectador (solo los que consumen CTV) asciende a 164 minutos. Los datos de Fifty5Blue (antes Kantar Media) indican que 3,9 millones de espectadores solo consumen CTV a diario (cuadro introducción 2.23),

Cuadro introducción 2.23		
Consumo de TV Conectada en España		
Métrica	2024	2025
Cuota Pantalla (%)	28,5	29,6
Espectadores únicos totales (millones)	39,6	40,1
Espectadores únicos diarios (millones)	16,1	16,6
Consumo diario persona (minutos)	68	69
Consumo diario espectador (minutos)	159	164
Promedio edad espectadores (años)	49	50

Los datos comparativos entre la TV Conectada y la lineal reflejan que la cuota de pantalla de la primera se sitúa en el 29,6% y la de la segunda sigue siendo dominadora con el 67,4%. El consumo diario por persona suma 157 minutos en TV lineal y 69 minutos en CTV y la edad media del espectador de las cadenas lineales es de 61 años, mientras que los de la televisión conectada tienen una media de 50 años (cuadro introducción 2.24).

Cuadro introducción 2.24			
Consumo de TV Conectada frente a la TV lineal en 2025			
Métrica	TV Total	TV lineal	TV conectada
Cuota Pantalla (%)	100%	67,4	29,6
Espectadores únicos totales (millones)	40,3	40,1	40,1
Espectadores únicos diarios (millones)	26,7	22,6	16,6
Consumo diario persona (minutos)	233	157	69
Consumo diario espectador (minutos)	350	278	164
Promedio edad espectadores (años)	58	61	50

Los datos comparativos de ambos medios de distribución respecto a 2024 ponen de manifiesto que la televisión lineal pierde 740.000 espectadores en un año y la CTV gana 481.000. En consumo de minutos, la televisión lineal pierde 8 minutos por persona y 5 por espectador y la televisión conectada gana un minuto por persona y 5 por espectador (cuadro 2.25).

<i>Cuadro introducción 2.25</i>		
<i>Diferencias de consumo respecto a 2024</i>		
Métrica 2025	TV lineal	TV Conectada
Cuota Pantalla (%)	-1,7	1,2
Espectadores únicos totales (millones)	0,5	0,5
Espectadores únicos diarios (millones)	-0,7	0,5
Consumo diario persona (minutos)	-8	1
Consumo diario espectador (minutos)	-5	5
Promedio edad espectadores (años)	0	1

La cuota de pantalla por *targets* demográficos refleja que el consumo de televisión lineal es mayoritario a partir de los 45 años y para la televisión conectada el rango de edad más habitual es el de 25 a 44 años. El porcentaje de espectadores que utilizan uno u otro tipo de televisión en el rango de edad situado entre los 18 y 24 años está más o menos equilibrado, pero todavía con una ligera superioridad para la televisión lineal (cuadro introducción 2.26).

Los datos evolutivos indican que la cuota de consumo de TV Conectada sube desde el 16,2% de 2021 al 29,6% de 2025 y la cuota de la televisión lineal baja desde un 80,8% en 2021 a un 67,4% en 2025. Los mayores de 55 años aumentaron el consumo de CTV desde un 9,4% a un 20,7%.

<i>Cuadro introducción 2.26</i>		
<i>Cuota de pantalla por target demográficos en 2025</i>		
Target	TV Lineal	TV conectada
18+ años	67,4	29,6
Hombres 18+	65,6	30,8
Mujeres 18+	68,6	29,4
18-24 años	49,4	45,9
25-34 años	44,0	51,2
35-44 años	45,7	48,2
45-54 años	58,4	38,4
55+ años	77,8	20,7

El estudio de Barlovento aporta datos de audiencia de las Plataformas VoD a partir de un sistema híbrido compuesto por 12.000 entrevistas propias y datos de Fifty5Blue en 2025. Netflix es la plataforma más utilizada con una cuota de un 19,8% y casi 20 millones de usuarios, seguida de Amazon Prime con un 12,4% de cuota y 18,5 millones y de Movistar con casi un 11% de cuota y 9,8 millones de espectadores (cuadro introducción 2.27).

Cuadro introducción 2.27
Cuota de pantalla de las plataformas en la TV Conectada en 2025

N.	Plataforma	Tipo	Cuota (%)	Espectadores (ml.)
1	Netflix	SVOD	19,8	19,9
2	Prime	SVOD	12,4	18,5
3	Movistar	BVOD	10,9	9,8
4	Youtube	VIDEO	9,4	13,0
5	Disney+	SVOD	5,4	9,0
6	HBO Max	SVOD	4,5	7,7
7	RTVE Play	BVOD	4,1	8,3
8	Vodafone TV	BVOD	3,2	2,7
9	DAZN	SVOD	2,7	4,6
10	Orange TV	BVOD	2,5	2,5
11	Atresplayer	BVOD	2,3	4,2
12	Pluto TV	FAVOD	1,3	3,3

Las series con más audiencia en las plataformas en 2025 son *El juego del calamar*, con 8,8 millones en un mes, seguido de *Adolescencia* con 7,2 millones y *Aquí no hay quien viva* con 6,3 millones. En el top 20 de audiencia también figuran las series *Stranger things* y *Machos Alfa* y el largometraje *El peor de vecino del mundo* (cuadro introducción 2.28).

Cuadro introducción 2.28
Top 20 de audiencia en Plataformas en 2025

N.	Título	Mes	Esp. Únicos (ml)
1	El juego del calamar	Enero	8,8
2	Adolescencia	Abril	7,2
3	El juego del calamar	Febrero	6,3
4	El juego del calamar	Agosto	6,3
5	Aquí no hay quien viva	Julio	6,3
6	El juego del calamar	Julio	6,1
7	Aquí no hay quien viva	Agosto	6,0
8	Stranger things	Diciembre	5,9
9	Aquí no hay quien viva	Septiembre	5,8
10	Aquí no hay quien viva	Enero	5,7
11	Machos Alfa	Enero	5,7
12	Adolescencia	Marzo	5,6
13	Aquí no hay quien viva	Febrero	5,6
14	Adolescencia	Mayo	5,4
15	El peor vecino del mundo	Abril	5,4
16	Aquí no hay quien viva	Mayo	5,0
17	Aquí no hay quien viva	Diciembre	5,0
18	Aquí no hay quien viva	Junio	4,9
19	Aquí no hay quien viva	Marzo	4,9
20	Machos Alfa	Febrero	4,9

El estudio sobre Televisión Conectada publicado por IAB Spain (Asociación Mundial de comunicación, publicidad y marketing digital) ofrece una visión más cualitativa del uso de este tipo de medio de entretenimiento. El universo de población de 16 a 75 años asciende a 37,6 millones de personas en 2026, de los que 36,1 millones se conectan a internet habitualmente y 34,3 millones son usuarios de CTV. Los consumidores de CTV crecen en 400.000 personas respecto al año anterior (cuadro 2.29).

<i>Cuadro introducción 2.29</i>			
<i>Penetración TV Conectada en España (millones)</i>			
Universo	2024	2025	2026
Población 16-75 años	36,2	37,1	37,6
Población Internauta	34,4	35,7	36,1
Usuarios TV Conectada	32,7	33,9	34,3

Los *smartphones*, 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 contenidos audiovisuales disponibles en internet. El uso del ordenador portátil es el que más crece durante el último año para conectarse a la CTV (cuadro introducción 2.30).

<i>Cuadro introducción 2.30</i>				
<i>Panorama de la TV Conectada en España (%)</i>				
Dispositivo	Disponibilidad		Conectividad	
	2026	2026	2025	2024
Smartphones	97	24	20	29
Smart TV	86	76	76	75
Ordenador portátil	75	23	15	19
Tablet	60	13	10	14
Set Top Box	47	33	28	34
Ordenador sobremesa	42	12	9	15
Consola	37	10	6	15

Los contenidos audiovisuales más consumidos en 2026 por los usuarios de CTV son las series de ficción, con un 80% del total de espectadores y el cine con un total del 76%. El resto de los contenidos audiovisuales más populares entre los usuarios de CTV son los informativos y los deportes, con un 42% y 39%, respectivamente (cuadro introducción 2.31). El 75% de los usuarios ve estos contenidos acompañados, el 54% son mujeres y el 47% no utiliza otro dispositivo cuando consume CTV.

<i>Cuadro introducción 2.31</i>			
<i>Contenidos consumidos en la TV Conectada (%)</i>			
Género	2024	2025	2026
Series	60	84	80
Cine	75	77	76
Informativos	46	41	42
Deportes	50	36	39
Entretenimiento	25	27	27
Concursos	27	21	21

Culturales	19	20	19
Animación	26	19	21
Realities	21	16	16
Viajes	23	12	12
Videoclips	21	11	12
Magazines	9	8	8

Las plataformas VoD más visionadas en las últimas dos semanas son Netflix, con un 61% del total de los espectadores de CTV, Amazon Prime con un 48% y YouTube con un 45%. Otras plataformas que superan el 20% del total de espectadores son Disney+, Movistar+ y Max/HBO (cuadro 2.32).

Cuadro introducción 2.32			
Plataforma más utilizada en las últimas 2 semanas (%)			
Plataforma	2024	2025	2026
Netflix	57	55	61
Prime	55	48	48
YouTube	53	42	45
Disney+	32	25	22
Movistar+	24	22	24
Max/HBO	26	23	20
RTVE Play	20	19	18
DAZN	18	12	12
Atresplayer	2	2	8

IA HUMANITAS

El *Panorama Audiovisual Iberoamericano* no puede quedar al margen de significar el impacto mundial de la Inteligencia Artificial en aspectos muy relevantes, no solo en el entorno audiovisual, sino en nuestra vida en general. Tal es el impacto social y profesional que, incluso esta tecnología ha sido uno de los temas centrales de la primera carta encíclica del Papa León XIV *Magnífica humanitas*.

Aunque no es la intención del *Panorama* hacer un análisis de dicho texto, si llama la atención que el propio Pontífice haya definido la Inteligencia Artificial como el gran proyecto de nuestra época y nos alerta de que esta tecnología nos afecta más en el presente que en nuestro propio futuro. Además, pone el énfasis, en que dado el escaso conocimiento que hay sobre su funcionamiento, a medio y largo plazo, es necesario realizar profundas investigaciones científicas para comprender el alcance real de su impacto sobre las personas.

También es interesante señalar su preocupación sobre las nuevas formas de trabajo que lleva aparejada la IA señalando que, el impulso de la productividad y la velocidad de procesamiento puede obligar a los trabajadores a adaptarse a la exigencia de las máquinas y con ello caer en el riesgo de que se pueda erosionar su iniciativa y e innovación. En definitiva, si el desarrollo tecnológico crece sin control, se corre el riesgo de que el trabajador sea valorado solo por su rendimiento medible pero no por capacidad para crear valor.

A pesar de las advertencias del Papa, el presidente de Google Iberia Lino Cattaruzzi lo tiene claro: “La IA está redefiniendo nuestro entorno laboral. La pregunta no es si nuestros trabajos cambiarán, sino cómo nos adaptaremos para liderar esta nueva era. La respuesta es precisa: apostando por

el talento y la formación.” Los datos justifican tanto la publicación de una carta encíclica, como la transformación de los gigantes de la tecnología en torno a la IA, ya que el Foro Económico Mundial estima que su adopción puede generar 170 millones de puestos de trabajo en todo el mundo y afectar con ello al 60% de los sectores profesionales.

La implantación de la IA en Europa de momento es muy desigual. Según un estudio de IPSOS la media de empresas que usan la tecnología en el Viejo Continente es del 20%, la cual, coincide exactamente con el porcentaje de España. No obstante, la amplitud al respecto es bastante grande, ya que va desde el 42% de Dinamarca hasta solo un 5% de Rumania. En cuanto a las economías más importantes, Alemania se encuentra en una media del 26%, Francia en el 18% e Italia en el 15%.

En cuanto a la implantación por sectores en la UE, el 60% de las empresas de Información y Comunicación ya utilizan la IA en sus procesos operativos y, en segundo lugar, el 40% de las empresas que realizan actividades Científicas y Técnicas. En el otro extremo, sorprende que solo el 20% de las empresas de la Industria Manufacturera usan esta tecnología. El análisis de las reticencias al uso de la IA, según el propio estudio de IPSOS, se concentran en seis cuestiones clave:

- 1) ¿Es relevante? Las empresas no logran identificar aplicaciones concretas que generen valor.
- 2) ¿Qué valor ofrece? A las empresas les cuesta estimar el retorno de la inversión.
- 3) ¿Qué riesgos tiene? Las empresas dudan sobre la seguridad y privacidad de los datos.
- 4) ¿Qué normas existen? La inseguridad afecta a la toma en consideración de los riesgos.
- 5) ¿Cómo de fiable es? El personal de las empresas no tiene claro si puede usarla o tiene dudas sobre la calidad del resultado.
- 6) ¿Cómo de capaz soy? El personal necesita formación para implantarla con efectividad.

Las respuestas a todas estas preguntas van más allá de implantar una u otra tecnología sino más bien a la falta de fiabilidad y confianza. Los cambios empresariales que promueve la IA son ilusionantes pero el miedo que tienen los directivos y empresarios es desconocer si es relevante para sus procesos o negocios y correr con el riesgo de acometer una inversión equivocada. El primer paso de implementación de la IA es llevar a cabo una inversión significativa en programas de formación a todos los profesionales para adaptarse al funcionamiento de la herramienta de forma sostenible e integrar la capacidad humana en su supervisión.

Volviendo a la encíclica, el Papa señala el peligro de que la IA esté actualmente en manos de grandes actores económicos y tecnológicos privados que determinan las condiciones de su uso y participación, lo cual, a su vez puede provocar dependencias y exclusiones. Para ello, es necesario que los Gobiernos refuercen su papel en la implantación de la IA, aportando seguridad jurídica, vigilando las manipulaciones que se puedan producir en los mercados, dotando a los agentes sociales de estándares de uso y códigos de Buenas Prácticas y reforzando el papel de las Pymes, los profesionales, la comunidad educativa y la sociedad civil en general frente a los riesgos de las posibles desigualdades que puedan originar los agentes privados.

Una vez expuestas las inquietudes eclesásticas y las esperanzas profesionales sobre el uso e implantación de la Inteligencia Artificial, conviene volver al sector audiovisual para saber que piensan los consumidores acerca de la producción de contenidos con esta tecnología. En el *Barómetro OTT de abril de 2026* realizado por GECA, para más del 50% de los usuarios (18+) de plataformas VoD no es un inconveniente que una producción este generada en todo o en parte por IA (cuadro introducción 2.33). Los jóvenes de 25-34 años es a los que más atrae los contenidos realizados con IA (19,9%) y a los de 18-24 años a los que menos (9,9%). Este último *target* de edad es el que más se opone a visionar contenidos generados por IA (22,2%).

Cuadro introducción 2.33					
Distribución del interés por consumir contenidos generados por IA (%)					
Target	Interesante	Depende	Indiferente	Dudoso	Negativo
18+	13,4	6,0	32,2	32,4	16,0
18-24	9,9	7,1	25,9	34,9	22,2
25-34	19,9	3,5	29,2	29,2	18,2
35-44	14,9	6,4	30,9	31,5	16,3
45-54	13,2	7,6	35,4	31,7	12,1
55+	10,7	6,2	34,0	33,9	15,2

Siguiendo con el Barómetro de GECA, para la cuestión de advertir del uso de la IA en el contenido visionado, parece haber una mayor unanimidad puesto que, casi el 80% de los suscriptores de plataformas ven necesario en mayor o menor medida indicarlo (cuadro introducción 2.34). En este caso, los más indiferentes a que el producto audiovisual tenga una advertencia de haber sido generado con IA son, también, las personas entre 18 y 24 años (20,8%).

Cuadro introducción 2.34					
Distribución de preferencia por indicar el uso de IA en los contenidos (%)					
Target	Siempre	Depende	Indiferente	Innecesario	Sin respuesta
18+	55,9	22,8	15,8	3,3	2,3
18-24	50,0	24,5	20,8	2,8	1,9
25-34	51,9	28,2	14,7	2,9	2,2
35-44	51,1	29,3	15,8	2,5	1,4
45-54	55,1	22,5	16,4	3,9	2,1
55+	62,5	16,6	14,2	3,7	3,1

En definitiva, no es una sorpresa que la Inteligencia Artificial este teniendo ya un impacto en el sector audiovisual, desde la producción hasta el consumo y en muchos casos está generando ya beneficios en toda la pirámide de esta industria (creadores y espectadores). Por tanto, también es interesante no perder de vista el debate ético y el vértigo profesional que supone su adopción y examinar como los grupos de influencia intentan condicionar la respuesta crítica de personas y empresas frente al desarrollo sin control de la IA.

No hay que olvidar que el Cine ya nos alertó a la humanidad en 1984 con la película *Terminator* (James Cameron), en la que una Inteligencia Artificial de 2029 llamada *SkyNet* enviaba un robot al pasado para acabar con la vida de la madre de un futuro líder de la resistencia contra las máquinas. Esperemos que en este caso la realidad no siga el camino de la ficción.

Y todo sin mencionar todavía los derechos de Propiedad Intelectual, aunque esto no es un tema para tratarlo en este *Panorama*, pero viene al caso recordar la famosa anécdota que ocurrió con motivo del estreno de la película *Luces de la ciudad* (1931), cuando Albert Einstein le dijo a Charlie Chaplin que admiraba su arte porque todo el mundo le entendía sin decir una palabra y Chaplin le respondió que lo suyo era más admirable porque decía muchas palabras sobre la física cuántica, pero nadie le entendía. Pues eso es lo que pasa con la IA y sus derechos...

PANORAMA DE LA FICCIÓN EN PAÍSES DE IBEROAMÉRICA



ARGENTINA

Los canales de televisión en abierto incluidos en la muestra de Obitel Argentina 2024 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 (7,7%) y El Trece (4,5%). La audiencia conjunta de los seis canales incluidos en el estudio representa el 16,6% y la cuota de pantalla el 31,8%.

En 2024 el género audiovisual al que más tiempo dedicaron el conjunto de canales argentinos de la muestra fue el de la información (31,9%). La ficción aportó un 13% del tiempo de emisión en dicho año y en el periodo 2020-2024 el promedio es del 14,2% (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	2020	2021	2022	2023	2024	Promedio
Ficción	14,3	10,0	15,5	18,3	13,0	14,2
Información	24,3	24,9	23,4	22,4	31,9	25,4
Entretenimiento	15,1	21,6	18,0	16,0	17,4	17,6
Deportes	2,2	3,0	2,6	1,9	3,2	2,6
Otros	44,1	40,5	40,5	41,4	34,5	40,2
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

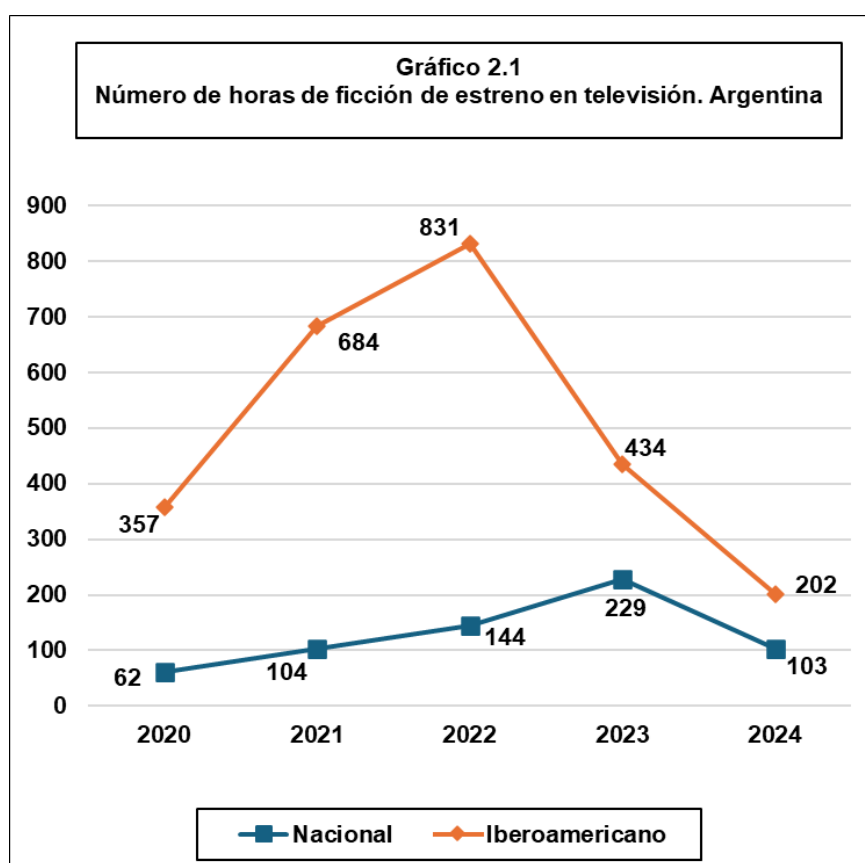
Los canales argentinos de televisión en 2024 suman 10 títulos de ficción nacional de estreno y 103 horas de programación. Respecto a la distribución de títulos por su origen, aparte de los nacionales, se estrenaron dos títulos mexicanos y uno colombiano. El tiempo de programación de los títulos argentinos de estreno supone el 33,8%, respecto al total. Por su parte, la ficción mexicana representa el 42,3% y la colombiana el 23,9% (cuadro 2.2).

Cuadro 2.2
Ficción de estreno por países de origen en TV abierto. Año 2024. Argentina

País	Títulos	Horas
Argentina	10	103
Brasil	0	0
Chile	0	0
Colombia	1	73
Ecuador	0	0
España	0	0
EE.UU.	0	0
México	2	129
Perú	0	0
Portugal	0	0
Uruguay	0	0
Venezuela	0	0
Total	13	305

La evolución del tiempo de difusión de ficción nacional en el quinquenio 2020-2024 muestra un mínimo en 2020 (62 horas) y un máximo en 2023 (229 horas). La ficción iberoamericana de estreno sigue un patrón diferente, con un máximo en 2022 (831 horas) y un mínimo en 2024 (202 horas).

La evolución conjunta pone de manifiesto un máximo de 975 horas, en 2022, y un mínimo de 305 horas en 2024 (gráfico 2.1).



La ficción acumulada de estreno en el periodo 2020-2024 refleja el dominio de la producción nacional, con un 59,2% de los títulos. En cuanto a la ficción iberoamericana, Colombia y Brasil fueron los países que más series estrenaron en los canales argentinos en dicho periodo, con un 14,5% y casi un 8% del total de títulos programados, respectivamente. En cuanto al tiempo de emisión, Colombia aportó el 35,7% de las horas totales de ficción de estreno y Brasil el 17% (cuadro 2.3).

Cuadro 2.3
*Ficción acumulada de estreno por países de origen.
Periodo 2020-2024. Argentina*

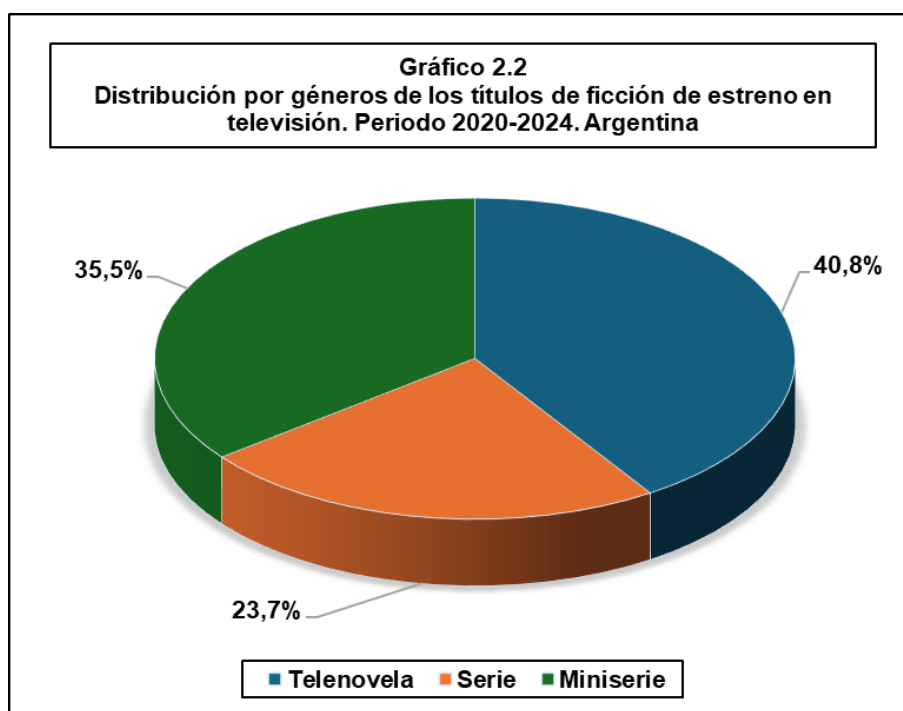
País	Títulos	%	Horas	%
Argentina	45	59,2	642	20,4
Brasil	6	7,9	534	17,0
Chile	0	0,0	0	0,0
Colombia	11	14,5	1.124	35,7
Ecuador	0	0,0	0	0,0
España	2	2,6	4	0,1
EE.UU.	5	6,6	435	13,8
México	7	9,2	411	13,0
Perú	0	0,0	0	0,0
Portugal	0	0,0	0	0,0
Uruguay	0	0,0	0	0,0
Venezuela	0	0,0	0	0,0
Total	76		3.150	

La distribución de los géneros televisivos de los títulos de estreno en 2024 refleja el dominio de las telenovelas (4 títulos y 246 horas). Por su origen, las miniseries y series se correspondieron con la producción nacional y las telenovelas, mayoritariamente, con la ficción iberoamericana (cuadro 2.4).

Cuadro 2.4
*Distribución de la Ficción de estreno en canales de
televisión por su origen. Año 2024. Argentina*

Géneros	Nacional		Iberoamericana	
	Títulos	Horas	Títulos	Horas
Telenovela	1	43	3	203
Serie	4	44	0	0
Miniserie	5	16	0	0
Unitario	0	0	0	0
Total	10	103	3	203

En el periodo 2020-2024, la distribución acumulada de los títulos de la ficción de estreno en los canales es la siguiente: 40,8% telenovelas, 35,5% miniseries y 23,7% series convencionales (gráfico 2.2).



Los canales de televisión representados en el ranking de audiencia son El Trece (6 emisiones), Telefe (3 emisiones) y El Nueve (una emisión). Las producciones argentinas suman 9 emisiones en el top-10 y la restante pertenece a una colombiana. La emisión con más audiencia corresponde a la miniserie argentina *Coppola, el representante* (9%) en Telefe, seguida de la telenovela colombiana *Café con aroma de mujer* y de la serie argentina *El encargado*, ambas con más de un 7% de audiencia (cuadro 2.5).

Cuadro 2.5
Ranking de audiencia de la Ficción. Año 2024. Argentina

N	Título	Origen	Canal	Audiencia	Share
1	Coppola, el representante	Argentina	Telefe	9,0	18,0
2	Café con aroma de mujer	Colombia	Telefe	7,4	15,1
3	El encargado	Argentina	El Trece	7,0	11,3
4	Maragarita	Argentina	Telefe	6,6	10,0
5	Buenos chicos	Argentina	El Trece	4,7	8,8
6	Cris Miro (Ella)	Argentina	El Trece	4,3	7,7
7	Terapia alternativa	Argentina	El Trece	4,2	6,6
8	Santa Evita	Argentina	El Trece	3,9	7,4
9	Familia de diván	Argentina	El Trece	0,8	1,7
10	Mamá Frida	Argentina	El Nueve	0,7	1,2

La distribución por géneros de los títulos de estreno en VoD en el periodo 2020-2024 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	2020	2021	2022	2023	2024	Total
Telenovela	0	0	0	0	0	0
Serie	1	9	0	6	4	20
Miniserie	13	4	14	12	10	53
Unitario	0	0	0	0	0	0
Total	14	13	14	18	14	73

La distribución de los títulos la ficción nacional de estreno por sistemas de difusión en el periodo 2020-2024 refleja el dominio de El Trece (20 títulos) y la TV Pública (9 títulos) en televisión en abierto y de Star+ (13 títulos), Flow (13 títulos), Netflix (12 títulos) y Prime (11 títulos) en las plataformas VoD (cuadro 2.7).

Cuadro 2.7

Distribución de los títulos de la ficción nacional de estreno por sistema de difusión. Argentina

Canal	Sistema	2020	2021	2022	2023	2024	Total
Telefe	Free TV	1	3	1	0	2	7
El Trece	Free TV	1	3	5	6	5	20
El Nueve	Free TV	0	2	2	1	3	8
TVPública	Free TV	3	0	3	3	0	9
América	Free TV	0	0	0	1	0	1
Netflix	VOD	3	1	3	4	1	12
Prime	VOD	1	2	4	2	2	11
HBO	VOD	0	2	1	2	2	7
Star+	VOD	0	1	5	4	3	13
Movistar+	VOD	1	1	0	0	0	2
Disney+	VOD	0	1	1	2	2	6
Flow	VOD	0	5	0	4	4	13
Cablevision	VOD	6	0	0	0	0	6
Conta.ar	VOD	3	0	0	0	0	3
Total		19	21	25	29	24	118

El estudio de la ficción de estreno de Argentina en 2024 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 2024. Argentina

N.	Título	Origen	Género	Canal	Difusión
1	Coppola, el representante	Argentina	Miniserie	Telefe	TV
2	Margarita	Argentina	Serie	Telefe	TV
3	Café con aroma de mujer	Colombia	Telenovela	Telefe	TV
4	Buenos chicos	Argentina	Telenovela	El Trece	TV
5	El encargado	Argentina	Miniserie	El Trece	TV
6	Cris Miró (Ella)	Argentina	Miniserie	El Trece	TV

7	Santa Evita	Argentina	Miniserie	El Trece	TV
8	Terapia alternativa 2T	Argentina	Miniserie	El Trece	TV
9	Familia de diván	Argentina	Miniserie	El Nueve	TV
10	Gamer, una vida más	Argentina	Miniserie	El Nueve	TV
11	Mamá Frida	Argentina	Miniserie	El Nueve	TV
12	La desalmada	México	Telenovela	TV Pública	TV
13	Marea de pasiones	México	Telenovela	TV Pública	TV
N.	Título	Origen	Género	Plataforma	Difusión
1	Envidiosa	Argentina	Miniserie	Netflix	VOD
2	Cromañón	Argentina	Miniserie	Prime	VOD
3	Porno y helado 2T	Argentina	Serie	Max	VOD
4	Margarita	Argentina	Serie	Max	VOD
5	Felices los 6	Argentina	Miniserie	Flow	VOD
6	Cris Miró (Ella)	Argentina	Miniserie	Flow	VOD
7	La mente del poder	Argentina	Miniserie	Flow	VOD
8	El sabor del silencio	Argentina	Miniserie	Flow	VOD
9	Un león en el bosque	Argentina	Miniserie	Flow	VOD
10	La voz ausente	Argentina	Miniserie	Disney	VOD
11	Selenkay	Argentina	Miniserie	Disney	VOD
12	Terapia alternativa 2T	Argentina	Miniserie	Star+	VOD
13	Bellas artes 1T, 2T	Argentina	Serie	Star+	VOD
14	Coppola, el representante	Argentina	Serie	Star+	VOD



BRASIL

Los canales de televisión en abierto incluidos en la muestra de Obitel Brasil en 2024 son los privados TV Globo, TV Record, 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 (10,9%), Record (3,6%) y SBT (2,4%). La audiencia conjunta de los siete canales incluidos en el estudio representa el 18,2% del total y la cuota de pantalla 54,4%.

En 2024, 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 11,2% del tiempo de emisión en dicho año y en el periodo 2020-2024 el promedio es del 11,9% (cuadro 2.9).

Cuadro 2.9
Porcentaje de tiempo de emisión dedicado a cada género en canales de televisión brasileños

Géneros	2020	2021	2022	2023	2024	Promedio
Informativo	32,3	28,9	30,9	30,0	30,0	30,4
Ficción	12,9	12,4	8,6	14,4	11,2	11,9
Entretenimiento	19,7	13,8	14,2	16,4	18,0	16,4
Religioso	14,8	16,5	17,2	17,8	18,0	16,9
Deportes	2,6	3,2	3,2	4,0	4,0	3,4
Educativo	3,3	2,2	1,8	1,5	1,5	2,1
Político	0,1	0,0	0,4	0,0	0,1	0,1
Otros	14,3	23,0	23,7	15,9	17,2	18,8
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	

Los canales brasileños de televisión en 2024 suman 31 títulos de ficción nacional de estreno y 1.211 horas de programación. Respecto a la distribución de títulos por su origen, aparte de los nacionales, se estrenaron un título español, uno mexicano, uno portugués y uno estadounidense. El tiempo de programación de los títulos brasileños de estreno supone casi el 89% (cuadro 2.10).

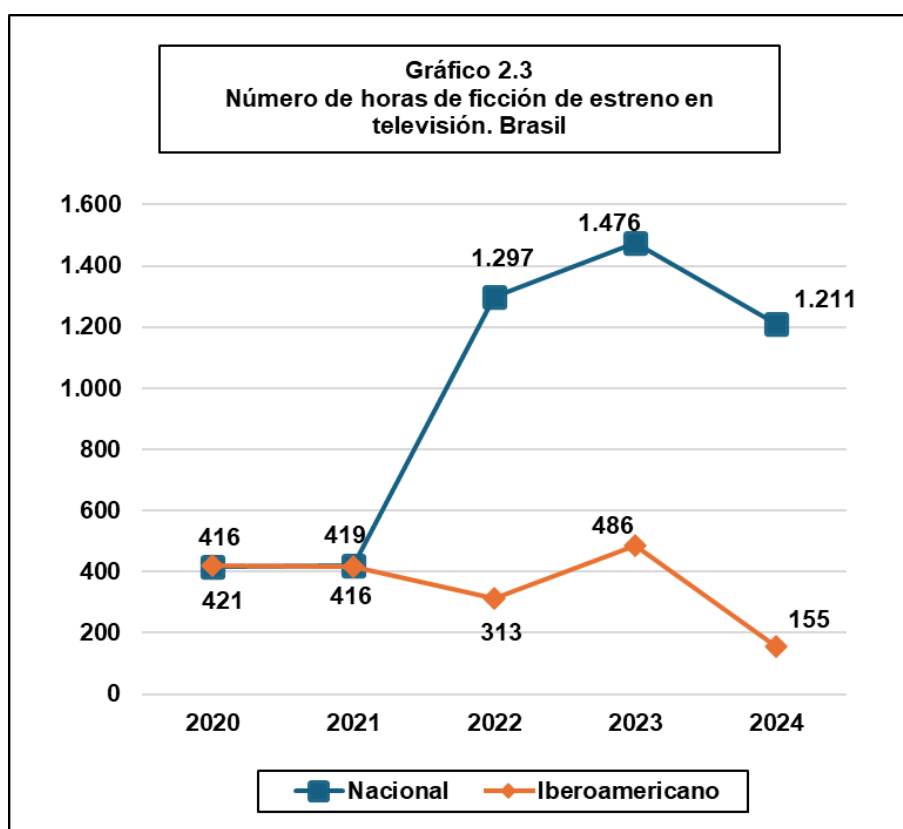
Cuadro 2.10
Ficción de estreno en televisión por países de origen. Año 2024. Brasil

País	Títulos	Horas
Argentina	0	0
Brasil	31	1.211
Chile	0	0
Colombia	0	0

Ecuador	0	0
España	1	28
EE. UU.	1	1
México	1	69
Perú	0	0
Portugal	1	57
Uruguay	0	0
Venezuela	0	0
Total	35	1.366

La evolución del tiempo de difusión de ficción nacional en el quinquenio 2020-2024 muestra unos mínimos en 2020 (416 horas) y 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), pero el mínimo se produce en 2024 (155 horas).

La evolución conjunta refleja un máximo de 1.962 horas en 2023 y 1.610 horas en 2022 (gráfico 2.3).



La ficción acumulada de estreno en el periodo 2020-2024 refleja el dominio de la producción nacional con el 81,1% de los títulos y casi un 73% 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 un 11,3% de los títulos totales y un 17,3% del tiempo de emisión. A bastante distancia, la ficción portuguesa tuvo una representación de un 4,4% de títulos y un 7,1% del total de horas de estreno (cuadro 2.11).

Cuadro 2.11
Ficción acumulada de estreno en televisión por países de origen. Periodo 2020-2024. Brasil

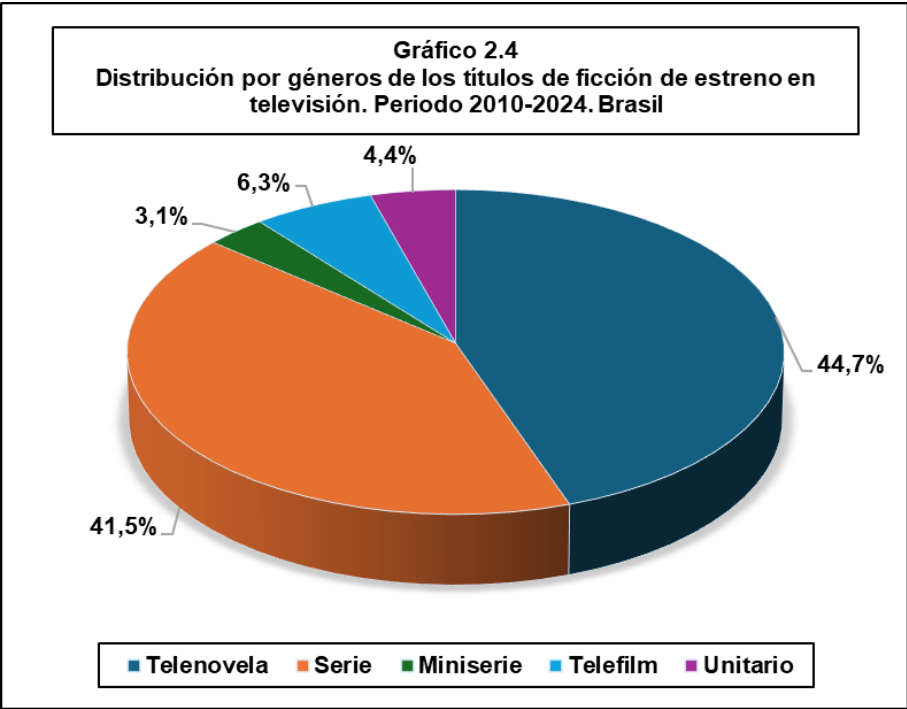
País	Títulos	%	Horas	%
Argentina	0	0,0	0	0,0
Brasil	129	81,1	4.819	72,9
Chile	0	0,0	0	0,0
Colombia	0	0,0	0	0,0
Ecuador	0	0,0	0	0,0
España	2	1,3	39	0,6
EE.UU.	3	1,9	140	2,1
México	18	11,3	1.142	17,3
Perú	0	0,0	0	0,0
Portugal	7	4,4	470	7,1
Uruguay	0	0,0	0	0,0
Venezuela	0	0,0	0	0,0
Otros	0	0,0	0	0,0
Total	159		6.610	

La distribución de los géneros televisivos de los títulos de estreno en 2024 en Brasil refleja el dominio de las telenovelas con 13 títulos y de las series con 17 títulos. No obstante, en cuanto al tiempo de programación las telenovelas dominan con 1.238 horas (cuadro 2.12).

Cuadro 2.12
Distribución de la Ficción de estreno en televisión por su origen. Año 2024. Brasil

Géneros	Nacional		Iberoamericana	
	Títulos	Horas	Títulos	Horas
Telenovela	11	1.112	2	126
Serie	15	95	2	29
Miniserie	0	0	0	0
Telefilm	5	4	0	0
Unitario	0	0	0	0
Total	31	1.211	4	155

En el periodo 2020-2024, la distribución acumulada de los títulos de la ficción de estreno en los canales de la muestra refleja que, de forma conjunta, las telenovelas y las series representan el 86,2% del total de títulos (gráfico 2.4).



El ranking de audiencia de ficción en 2024 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* (29,1%), *Renascer* (24,8%) y *Mania de você* (20,9%)

Cuadro 2.13
Ranking de audiencia de la Ficción. Año 2024. Brasil

N.	Título	País	Cadena	Audiencia	Share
1	Terra e paixao	Brasil	Globo	29,1	49,3
2	Renascer	Brasil	Globo	24,8	42,2
3	Mania de você	Brasil	Globo	20,9	36,8
4	Familia é tudo	Brasil	Globo	20,7	35,4
5	Volta por cima	Brasil	Globo	20,1	35,4
6	No rancho Fundo	Brasil	Globo	19,9	36,8
7	Fuzuê	Brasil	Globo	19,7	34,6
8	Garota do momento	Brasil	Globo	18,4	36,0
9	Alma gêmea	Brasil	Globo	17,9	37,8
10	Elas por elas	Brasil	Globo	17,3	33,3

La distribución por géneros de los títulos brasileños de estreno en VoD, durante el periodo 2020-2024, refleja el dominio del formato de las series con casi el 61% de los títulos disponibles. Por su parte las telenovelas representan el 23,5% y las miniseries casi el 10% (cuadro 2.14).

Cuadro 2.14

Distribución por géneros de los títulos de la Ficción nacional de estreno en plataformas VOD. Brasil

Género	2020	2021	2022	2023	2024	Total
Telenovela	0	16	23	10	8	57
Serie	37	30	23	33	25	148
Miniserie	2	5	3	6	8	24
Sitcom	0	0	0	2	6	8
Telemovies	0	0	0	1	0	1
Unitario	0	0	0	5	0	5
Total	39	51	49	57	47	243

La distribución por el origen de las producciones de estreno en VoD, en el periodo 2020-2024, 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 243 títulos disponibles en los cinco años analizados, lo cual, supone casi el 74% del total. El resto de los títulos de estreno, en su mayoría, lo componen producciones españolas y mexicanas, aglutinando de forma conjunta, el 20,6% del total. El 8% restante se distribuye entre producciones argentinas, estadounidenses, chilenas y colombianas (cuadro 2.15).

Cuadro 2.15

Títulos de la Ficción de estreno por países de origen en plataformas VOD. Brasil

País	2020	2021	2022	2023	2024	Total
Argentina	1	5	1	0	0	7
Brasil	39	51	49	57	47	243
Chile	2	0	0	0	0	2
Colombia	1	1	1	0	0	3
Ecuador	0	0	0	0	0	0
España	18	25	1	0	0	44
EE.UU.	1	4	1	0	0	6
México	9	13	2	0	0	24
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
Total	71	99	55	57	47	329

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 2020-2024 en la televisión en abierto estrenó 100 títulos y en el VoD 141. Respecto al resto de grupos destaca TV Cultura en televisión, con 10 títulos, y Netflix y Prime en el VoD, con 33 y 27 títulos, respectivamente (cuadro 2.16).

Cuadro 2.16

Distribución de los títulos de la ficción nacional de estreno por sistema de difusión. Brasil

Canal	Sistema	2020	2021	2022	2023	2024	Total
Globo	Free TV	15	14	13	32	26	100
TV Cultura	Free TV	6	1	1	2	0	10
Record	Free TV	1	2	3	1	1	8
TV Brasil	Free TV	0	0	1	2	2	5
SBT	Free TV	1	0	1	2	2	6
Globoplay	VOD	20	33	34	29	25	141
Netflix	VOD	7	2	8	9	7	33
Prime	VOD	5	12	1	5	4	27
BoxBrazil	VOD	6	2	0	0	0	8
HBO Max	VOD	1	0	2	3	6	12
Disney+	VOD	0	2	1	4	4	11
Multishow	VOD	0	0	0	0	0	0
Star+	VOD	0	0	2	7	1	10
Paramount+	VOD	0	0	1	0	0	1
Total		39	51	49	57	47	243

El estudio de la ficción de estreno de Brasil en 2024 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. Año 2024. Brasil

N.	Título	Origen	Género	Canal	Difusión
1	As aventuras de José e Duval	Brasil	Serie	Globo	TV
2	A muller do diabo	USA	Serie	Globo	TV
3	As five 3T	Brasil	Serie	Globo	TV
4	No fio da navalha	Brasil	Serie	Globo	TV
5	Rio Connection 1T	Brasil	Serie	Globo	TV
6	Elas por elas	Brasil	Telenovela	Globo	TV
7	Encantado's	Brasil	Serie	Globo	TV
8	Família é Tudo	Brasil	Telenovela	Globo	TV
9	Fuzuê	Brasil	Telenovela	Globo	TV
10	Garota do momento	Brasil	Telenovela	Globo	TV
11	Mania de você	Brasil	Telenovela	Globo	TV
12	No corre: Partiu entrega 1T	Brasil	Serie	Globo	TV
13	No rancho fundo	Brasil	Telenovela	Globo	TV
14	Os outros 1T	Brasil	Serie	Globo	TV
15	Renascer	Brasil	Telenovela	Globo	TV
16	Rensga Hits! 2T	Brasil	Serie	Globo	TV
17	Sob Pressão 5T	Brasil	Serie	Globo	TV
18	A flor da idade	Brasil	Telefilm	Globo	TV
19	Eu quero ir	Brasil	Telefilm	Globo	TV
20	Tela quente: Justiça 2	Brasil	Serie	Globo	TV
21	Maria	Brasil	Telefilm	Globo	TV

22	Os Outros 2T	Brasil	Serie	Globo	TV
23	Pés de peixe	Brasil	Telefilm	Globo	TV
24	Só no sertão	Brasil	Telefilm	Globo	TV
25	Terra e paixão	Brasil	Telenovela	Globo	TV
26	Tô nessa 1T	Brasil	Serie	Globo	TV
27	Volta por cima	Brasil	Telenovela	Globo	TV
28	Rainha da pérsia	Brasil	Serie	Record	TV
29	A caverna encantada	Brasil	Telenovela	SBT	TV
30	A infância de Romeu e Julieta	Brasil	Telenovela	SBT	TV
31	Minha fortuna é te amar	México	Telenovela	SBT	TV
32	Centro Liberdade	Brasil	Serie	TV Brasil	TV
33	Se avexe não	Brasil	Serie	TV Brasil	TV
34	Sangue oculto	Portugal	Telenovela	TV Brasil	TV
35	Merlí 3T	España	Serie	TV Cultura	TV
N.	Título	Origen	Género	Plataforma	Difusión
1	A madona de Cedro	Brasil	Miniserie	Globoplay	VOD
2	A terra dos Meninos Pelados	Brasil	Miniserie	Globoplay	VOD
3	Arcanjo renegado 3T	Brasil	Serie	Globoplay	VOD
4	As Five 3T	Brasil	Serie	Globoplay	VOD
5	Bugados 4T, 5T, 6T	Brasil	Sitcom	Globoplay	VOD
6	Cilada 1T, 2T, 3T, 4T, 5T, 6T, 7T	Brasil	Sitcom	Globoplay	VOD
7	Cosme & Damião: Quase Santos	Brasil	Serie	Globoplay	VOD
8	Deu a Louca no Tempo	Brasil	Miniserie	Globoplay	VOD
9	Dr4gon	Brasil	Serie	Globoplay	VOD
10	Encantado's 2T	Brasil	Serie	Globoplay	VOD
11	Família é Tudo	Brasil	Telenovela	Globoplay	VOD
12	Garota do momento	Brasil	Telenovela	Globoplay	VOD
13	Justiça 2T	Brasil	Serie	Globoplay	VOD
14	Mania de você	Brasil	Telenovela	Globoplay	VOD
15	No rancho fundo	Brasil	Telenovela	Globoplay	VOD
16	Os outros 2T	Brasil	Serie	Globoplay	VOD
17	Os Parças	Brasil	Serie	Globoplay	VOD
18	Renascer	Brasil	Telenovela	Globoplay	VOD
19	Rensga Hits! 2T	Brasil	Serie	Globoplay	VOD
20	Rotas do ódio 1T, 2T, 3T, 4T	Brasil	Serie	Globoplay	VOD
21	Sampa	Brasil	Miniserie	Globoplay	VOD
22	Tem que suar 2T	Brasil	Sitcom	Globoplay	VOD
23	Vai que cola 12T	Brasil	Sitcom	Globoplay	VOD
24	Vicky e a Musa 2T	Brasil	Serie	Globoplay	VOD
25	Volta por cima	Brasil	Telenovela	Globoplay	VOD
26	Bom dia, Verônica 3T	Brasil	Serie	Netflix	VOD
27	De volta aos 15: De volta aos 18 3T	Brasil	Serie	Netflix	VOD
28	Entre irmãs	Brasil	Miniserie	Netflix	VOD
29	Os quatro da Candelária	Brasil	Miniserie	Netflix	VOD
30	Pedago de Mim	Brasil	Telenovela	Netflix	VOD
31	Ponto final	Brasil	Sitcom	Netflix	VOD
32	Senna	Brasil	Miniserie	Netflix	VOD
33	Body By Beth	Brasil	Sitcom	Max	VOD

34	Cidade de Deus: A luta não para	Brasil	Serie	Max	VOD
35	Da ponte pra lá	Brasil	Serie	Max	VOD
36	Matches 2T	Brasil	Serie	Max	VOD
37	Reis	Brasil	Telenovela	Max	VOD
38	Um dia qualquer	Brasil	Serie	Max	VOD
39	Amor da minha vida	Brasil	Serie	Disney	VOD
40	Impuros 5T	Brasil	Serie	Disney	VOD
41	Meu sangue ferve por você – A Série	Brasil	Serie	Disney	VOD
42	Vidas bandidas	Brasil	Miniserie	Disney	VOD
43	Dom 3T	Brasil	Serie	Prime	VOD
44	Sutura	Brasil	Serie	Prime	VOD
45	Toda família tem	Brasil	Serie	Prime	VOD
46	5x comédia 2T	Brasil	Serie	Prime	VOD
47	Desejos S.A.	Brasil	Serie	Star+	VOD



CHILE

Los canales de televisión en abierto incluidos en la muestra Chile son los privados Canal 13, La Red, Chilevisión, Mega, TV+ y los canales públicos TVN y UChile TV (ver cuadro introducción 2.1). Según datos de Kantar Ibope Media, los canales con más audiencia son Mega (5,2%) y Chilevisión (5%). La audiencia conjunta de los siete canales incluidos en el estudio representa el 18,9% del total y el 75,7% de la cuota de pantalla.

En 2024, los géneros audiovisuales a los que más tiempo dedicaron el conjunto de canales de la muestra fueron los informativos (34,6%) y los programas de entretenimiento (24%). La ficción aportó un 18,4% del tiempo total de emisión en 2024 y un 23,8% en el periodo 2020-2024 (cuadro 2.18).

Cuadro 2.18
*Porcentaje de tiempo de emisión dedicado a cada género en televisión.
Periodo 2020-2024. Chile*

Géneros	2020	2021	2022	2023	2024	Promedio
Ficción	38,8	18,2	23,0	20,6	18,4	23,8
Informativo	31,3	31,1	38,9	31,9	34,6	33,6
Entretenimiento	8,8	22,1	15,3	22,0	24,0	18,4
Servicio	6,2	16,7	16,9	14,5	13,5	13,6
Deportes	0,5	1,4	2,7	3,6	2,3	2,1
Otros	14,4	10,5	3,2	7,4	7,2	8,5
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	

Los canales chilenos de televisión en 2024 suman 10 títulos de ficción nacional de estreno y 461 horas de programación. Aparte de los nacionales, se estrenaron un título brasileño, uno colombiano, uno mexicano y uno peruano. El tiempo de programación de los títulos chilenos representa el 68,3% (cuadro 2.19).

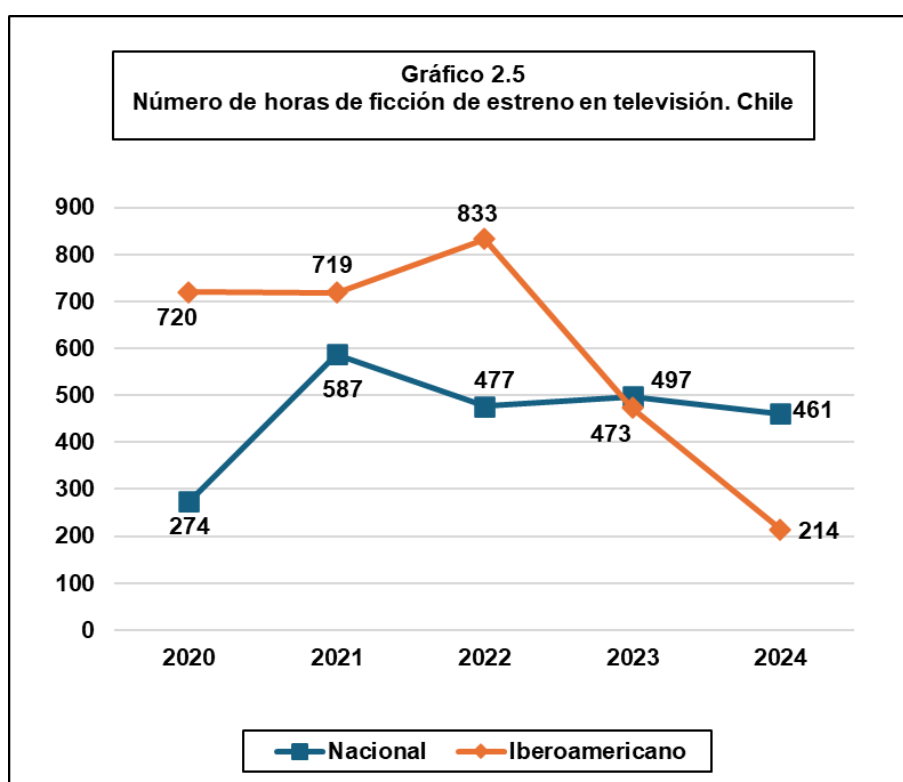
Cuadro 2.19
*Ficción de estreno en televisión por
países de origen. Año 2024. Chile*

País	Títulos	Horas
Argentina	0	0
Brasil	1	50
Chile	10	461
Colombia	1	64
Ecuador	0	0
España	0	0
EE. UU.	0	0

México	1	27
Perú	1	73
Portugal	0	0
Uruguay	0	0
Venezuela	0	0
Total	14	675

La evolución del tiempo de difusión de ficción nacional en el quinquenio 2020-2024 muestra un mínimo en 2020 (274 horas) y un máximo en 2021 (587 horas). La ficción iberoamericana de estreno tuvo su 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 2020-2024 en Chile refleja el dominio de la producción nacional, con un 51,4% de los títulos y un 43,7% de las horas de programación. En cuanto a la ficción iberoamericana, Brasil y México fueron los países que más ficción programaron en los canales chilenos en dicho periodo, con un 20,6% y un 14% del total de títulos, respectivamente. En cuanto al tiempo de emisión, el porcentaje de Brasil supera el 28% y el de México el 22% (cuadro 2.20).

Cuadro 2.20
Ficción acumulada de estreno en televisión por países de origen. Periodo 2020-2024. Chile

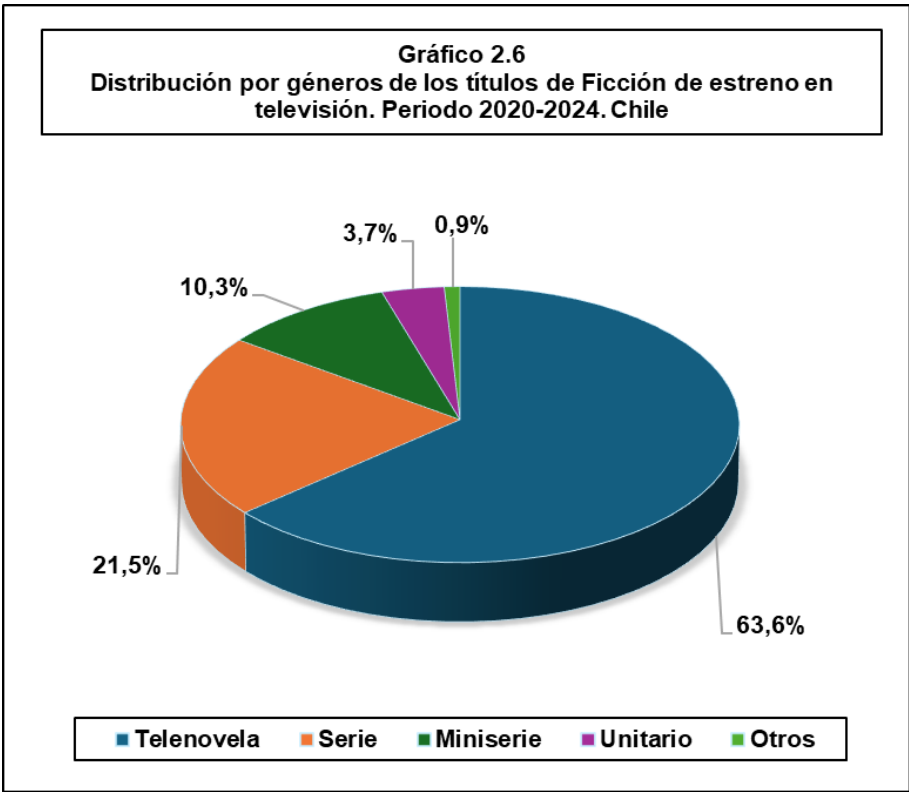
País	Títulos	%	Horas	%
Argentina	3	2,8	13	0,2
Brasil	22	20,6	1.495	28,4
Chile	55	51,4	2.296	43,7
Colombia	3	2,8	139	2,6
Ecuador	0	0,0	0	0,0
España	4	3,7	8	0,2
EE. UU.	4	3,7	39	0,7
México	15	14,0	1.192	22,7
Perú	1	0,9	73	1,4
Portugal	0	0,0	0	0,0
Uruguay	0	0,0	0	0,0
Venezuela	0	0,0	0	0,0
Otros	0	0,0	0	0,0
Total	107		5.255	

La distribución de los géneros televisivos de los títulos de estreno en 2024 en los canales chilenos de televisión en abierto refleja el dominio de las telenovelas con 12 títulos y 646 horas de programación (cuadro 2.21).

Cuadro 2.21
Distribución de la Ficción de estreno en televisión por su origen y género. Año 2024. Chile

Géneros	Nacional		Iberoamericana	
	Títulos	Horas	Títulos	Horas
Telenovela	9	459	3	187
Serie	0	0	1	27
Miniserie	1	2	0	0
Unitario	0	0	0	0
Total	10	461	4	214

En el periodo 2020-2024, la distribución acumulada de los títulos de la ficción de estreno en los canales es la siguiente: 63,6% telenovelas, 21,5% series convencionales y 10,3% miniseries (gráfico 2.6).



Mega es el canal chileno de televisión en abierto más representado en el ranking de audiencia con un total de ocho emisiones (cuadro 2.22). Las series con más audiencia son las telenovelas chilenas *Generación 98* (14,2%) y *Como la vida misma* (13,3%). El top-10 incluye una emisión de una producción brasileña (*Tierra de deseos*).

Cuadro 2.22
Ranking de audiencia de la Ficción. Año 2024. Chile

N.	Título	País	Canal	Audiencia	Share
1	Generación 98	Chile	Mega	14,2	22,8
2	Como la vida misma	Chile	Mega	13,3	22,1
3	Al sur del corazón	Chile	Mega	13,0	19,8
4	Los Casablanca	Chile	Mega	12,7	20,6
5	El señor de la Querencia	Chile	Mega	11,9	20,0
6	Juego de ilusiones	Chile	Mega	10,7	22,5
7	Nuevos amores de Mercado	Chile	Mega	9,4	16,0
8	Gloria Trevi: Ellas soy yo	Chile	Canal 13	6,1	15,0
9	Secretos de familia	Chile	Canal 13	5,5	17,2
10	Tierra de deseos	Brasil	Mega	5,4	11,8

La distribución por géneros de los títulos de estreno de ficción nacional en VoD en el periodo 2020-2024 en Chile refleja el dominio del formato de las telenovelas y series convencionales, con 17 y 13 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	2024	Total
Telenovela	0	1	1	6	9	17
Serie	4	1	3	4	1	13
Miniserie	0	1	1	0	2	4
Total	4	3	5	10	12	34

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 31 títulos y también de Mega Go y Prime en el VoD, ambas plataformas con 11 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	2024	Total
Canal 13	Free TV	3	2	2	0	1	8
CHV	Free TV	2	1	0	1	1	5
Mega	Free TV	5	8	6	5	7	31
TVN	Free TV	2	2	1	5	1	11
Prime	VOD	4	1	3	1	2	11
HBO	VOD	0	2	0	0	0	2
Netflix	VOD	0	0	2	0	2	4
Mega Go	VOD	0	0	0	5	6	11
Paramount+	VOD	0	0	0	1	1	2
TVN Play	VOD	0	0	0	2	0	2
RTVE Play	VOD	0	0	0	1	0	1
Mubi	VOD	0	0	0	0	1	1
Total		4	3	5	10	12	89

El estudio de la ficción de estreno de Chile en 2024 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 2024. Chile

N.	Título	Origen	Género	Canal	Difusión
1	Secretos de familia	Chile	Telenovela	Canal 13	TV
2	Ana de Nadie	Colombia	Telenovela	Canal 13	TV
3	Gloria Trevi: Ellas soy yo	México	Serie	Canal 13	TV
4	Dime con quién andas	Chile	Serie	CHV	TV
5	Al sur del corazón	Chile	Telenovela	Mega	TV
6	Como la vida misma	Chile	Telenovela	Mega	TV
7	El señor de la Querencia	Chile	Telenovela	Mega	TV
8	Generación 98	Chile	Telenovela	Mega	TV
9	Juego de ilusiones	Chile	Telenovela	Mega	TV

10	Los Casablanca	Chile	Telenovela	Mega	TV
11	Nuevos amores de Mercado	Chile	Telenovela	Mega	TV
12	Tierra de deseos	Brasil	Telenovela	Mega	TV
13	Papá en apuros	Perú	Telenovela	Mega	TV
14	La cacería T2	Chile	Miniserie	TVN	TV
N.	Título	Origen	Género	Canal	Difusión
1	Como la vida misma	Chile	Telenovela	Mega Go	VOD
2	El señor de la Querencia	Chile	Telenovela	Mega Go	VOD
3	Generación 98	Chile	Telenovela	Mega Go	VOD
4	Juego de ilusiones	Chile	Telenovela	Mega Go	VOD
5	Los Casablanca	Chile	Telenovela	Mega Go	VOD
6	Nuevos amores de Mercado	Chile	Telenovela	Mega Go	VOD
7	Baby Bandito	Chile	Serie	Netflix	VOD
8	Al sur del corazón	Chile	Telenovela	Netflix	VOD
9	Dime con quién andas	Chile	Telenovela	Paramount+	VOD
10	Secretos de familia	Chile	Telenovela	Prime	VOD
11	Vencer o morir	Chile	Miniserie	Prime	VOD
12	Poemas malditos	Chile	Miniserie	Mubi	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 (23,2%) y RCN (14,5%) y la audiencia conjunta de los cinco canales del análisis representa el 44,6% del total y la cuota de pantalla el 74,3%.

En 2024, el género al que más tiempo dedican el conjunto de canales colombianos de la muestra es el deporte (26,4%). En el quinquenio 2020-2024, los informativos aportaron un promedio del 28,3% y la ficción del 26% (cuadro 2.26).

Cuadro 2.26
Porcentaje de tiempo de emisión dedicado a cada género en canales televisión colombianos. Periodo 2020-2024. Colombia

Géneros	2020	2021	2022	2023	2024	Promedio
Ficción	32,8	24,1	22,0	29,3	21,8	26,0
Información	32,2	29,6	31,0	23,9	24,7	28,3
Entretenimiento	15,9	19,0	19,4	21,7	21,7	19,5
Deportes	8,2	19,8	20,5	18,9	26,4	18,8
Otros	10,9	7,5	7,1	6,2	5,4	7,4
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	

Los canales colombianos de televisión en 2024 suman 8 títulos de ficción nacional de estreno y 390 horas de programación. Respecto a la distribución de títulos por su origen, aparte de los nacionales, solo se estrenaron dos títulos mexicanos que acumularon 83 horas de programación (cuadro 2.27).

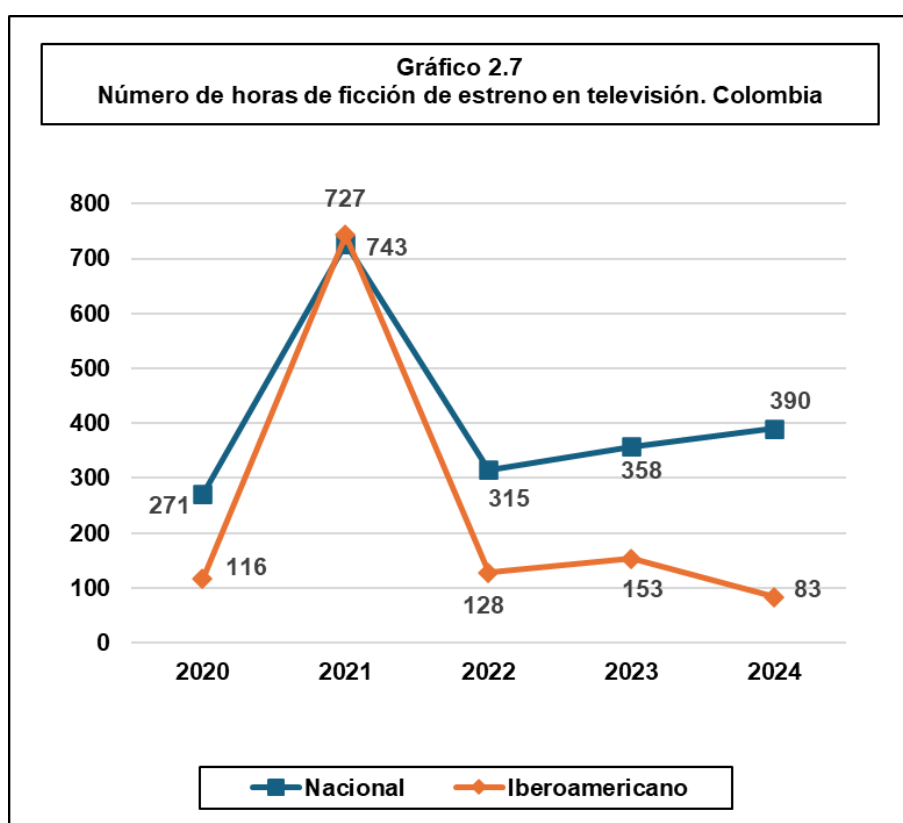
Cuadro 2.27
Ficción de estreno en televisión por países de origen. Año 2024. Colombia

País	Títulos	Horas
Argentina	0	0
Brasil	0	0
Chile	0	0
Colombia	8	390
Ecuador	0	0
España	0	0
EE.UU.	0	0
México	2	83

Perú	0	0
Portugal	0	0
Uruguay	0	0
Venezuela	0	0
Otros	0	0
Total	10	473

La evolución del tiempo de difusión de ficción nacional en el periodo 2020-2024 muestra el mínimo en 2020 (271 horas) y el máximo en 2021 (727 horas). La ficción iberoamericana registra un mínimo en 2024 (83 horas) y un máximo en 2021 (743 horas).

La evolución conjunta replica la tendencia indicada anteriormente con el máximo de 1.470 horas en 2021 y el mínimo en 2020 con 387 horas (gráfico 2.7).



La ficción acumulada de estreno en el periodo 2020-2024 refleja el dominio de la producción colombiana, con un 63,5% de los títulos y casi un 62% 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 2020-2024. Colombia

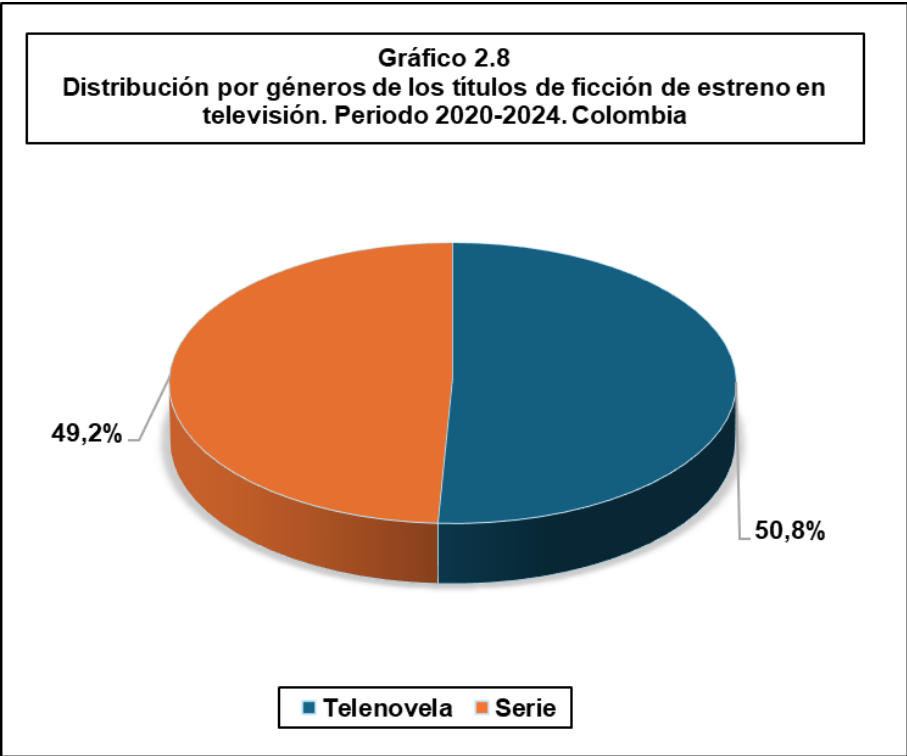
País	Títulos	%	Horas	%
Argentina	1	1,6	68	2,0
Brasil	0	0,0	0	0,0
Chile	0	0,0	0	0,0
Colombia	40	63,5	2.061	61,8
Ecuador	0	0,0	0	0,0
España	0	0,0	0	0,0
EE. UU.	3	4,8	188	5,6
México	19	30,2	1.020	30,6
Perú	0	0,0	0	0,0
Portugal	0	0,0	0	0,0
Uruguay	0	0,0	0	0,0
Venezuela	0	0,0	0	0,0
Otros	0	0,0	0	0,0
Total	63		3.337	

La distribución de los géneros televisivos de los títulos de estreno en 2024 refleja un ligero dominio de las series (6 títulos y 271 horas) frente a las telenovelas (4 títulos y 202 horas). Por su origen, las series son únicamente de producción nacional (cuadro 2.29).

Cuadro 2.29
Distribución de la Ficción en televisión por su origen. Año 2024. Colombia

Géneros	Nacional		Iberoamericana	
	Títulos	Horas	Títulos	Horas
Telenovela	2	119	2	83
Serie	6	271	0	0
Total	8	390	2	83

En el periodo 2020-2024, la distribución acumulada de los títulos de la ficción de estreno por géneros en los canales colombiano es la siguiente: 50,8% telenovelas y 49,2% series (gráfico 2.8).



Los canales de televisión representados en el ranking de audiencia son Caracol (8 emisiones) y RCN (2 emisiones). Las producciones colombianas suman ocho emisiones en el top-10 y las mexicanas, dos. Las tres emisiones con más audiencia corresponden a las series colombianas *Rigo* (20,1%), *Devuélveme la vida* (19,7%) y *Pedro el Escamoso* (19,2%). La telenovela mexicana más popular es *Tierra de Esperanza* con casi un 11% (cuadro 2.30).

Cuadro 2.30
Ranking de audiencia de la Ficción. Año 2024. Colombia

N.	Título	País	Canal	Audiencia	Share
1	Rigo	Colombia	RCN	20,1	27,2
2	Devuélveme la vida	Colombia	Caracol	19,7	26,2
3	Pedro el Escamoso II	Colombia	Caracol	19,2	25,6
4	Arelys Henao II	Colombia	Caracol	17,1	23,6
5	Klass 95	Colombia	Caracol	14,3	22,4
6	Escupiré sobre tus tumbas	Colombia	Caracol	12,3	21,6
7	Tierra de Esperanza	México	Caracol	10,8	20,9
8	Paraíso Blanco	Colombia	Caracol	8,9	20,3
9	Rubi	México	Caracol	8,4	19,2
10	Rojo carmesí	Colombia	RCN	7,4	18,2

La distribución por géneros de los títulos de estreno de ficción nacional en VoD en el periodo 2020-2024, refleja un claro dominio del formato de las series, con el 82,5% 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	2020	2021	2022	2023	2024	Total
Telenovela	0	0	0	3	0	3
Serie	5	2	9	9	8	33
Miniserie	0	0	1	0	1	2
Telefilm	2	0	0	0	0	2
Total	7	2	10	12	9	40

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 (18 títulos) y Caracol (18 títulos) en televisión en abierto y el de Netflix (18 títulos) en VoD (cuadro 2.32).

Cuadro 2.32

Distribución por sistema de difusión de los títulos de la ficción nacional de estreno. Colombia

Canal	Sistema	2020	2021	2022	2023	2024	Total
Caracol	Free TV	4	2	3	3	6	18
RCN	Free TV	3	5	4	4	2	18
Canal 1	Free TV	1	3	0	0	0	4
Netflix	VOD	5	0	4	5	4	18
Caracol Play	VOD	2	1	0	0	0	3
Prime	VOD	0	0	4	4	2	10
RTVC Play	VOD	0	0	2	1	1	4
Claro	VOD	0	0	0	0	0	0
HBO	VOD	0	1	0	0	0	1
VIX	VOD	0	0	0	1	1	2
Disney	VOD	0	0	0	1	1	2
Total		15	12	17	19	17	80

El estudio de la ficción de estreno de Colombia en 2024 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 2024. Colombia

N.	Título	Origen	Género	Canal	Difusión
1	Devuélveme la vida	Colombia	Serie	Caracol	TV
2	Pedro el Escamoso II	Colombia	Serie	Caracol	TV
3	Klass 95	Colombia	Serie	Caracol	TV
4	Escupiré sobre sus tumbas	Colombia	Telenovela	Caracol	TV
5	Paraíso Blanco	Colombia	Serie	Caracol	TV
6	Arelys Henao II	Colombia	Serie	Caracol	TV
7	Tierra de Esperanza	México	Telenovela	Caracol	TV
8	Rubí	México	Telenovela	Caracol	TV
9	Rigo	Colombia	Serie	RCN	TV

10	Rojo carmesí	Colombia	Telenovela	RCN	TV
N.	Título	Origen	Género	Plataforma	Difusión
1	Cien años de soledad	Colombia	Serie	Netflix	VOD
2	La primera vez II	Colombia	Serie	Netflix	VOD
3	Secuestro al vuelo 601	Colombia	Miniserie	Netflix	VOD
4	Klass 95	Colombia	Serie	Netflix	VOD
5	Darío Gómez	Colombia	Serie	Prime	VOD
6	Betty la Fea II	Colombia	Serie	Prime	VOD
7	Pedro el Escamoso II	Colombia	Serie	Disney	VOD
8	La Sustituta	Colombia	Serie	Vix	VOD
9	Las gestas del tiempo IV	Colombia	Serie	RTVC Play	VOD



ECUADOR

En 2024 se incorporan al Panorama Audiovisual de la ficción los datos de Ecuador. Los canales de televisión incluidos en el estudio son los privados Ecuavisa, Canal RTU, RTS, Oromar, Teleamazonas, Telerama y Tevicentro y los públicos Ecuador TV, Gama TV y TC TV (ver cuadro introducción 2.1). Según los datos de Kantar Ibope, los canales con más audiencia son Ecuavisa (32%) y TC TV (31%) y la cuota de pantalla conjunta de los canales del estudio, supera el 52%.

En 2024, el género al que más tiempo dedican el conjunto de canales ecuatorianos de la muestra es la ficción (57,9%), seguida de los informativos (20,8%). Los programas culturales también tuvieron una presencia significativa con casi un 12% del total del tiempo de consumo televisivo (cuadro 2.34).

Cuadro 2.34

Porcentaje de tiempo de emisión de cada género en canales ecuatorianos. Año 2024

Géneros	%
Ficción	57,9
Informativo	20,8
Cultural	11,7
Deportes	1,9
Opinión	1,7
Publicitario	6,0
Total	100,0

Los títulos de estreno de ficción en los canales de televisión ecuatoriana se incluyen en el cuadro 2.35. Por su origen, Colombia domina con seis títulos, por tres de Ecuador y dos títulos procedentes de México. También tuvieron representación las series argentinas, estadounidenses y peruanas, con un título de cada país.

Cuadro 2.35

Títulos de ficción iberoamericana de estreno. Año 2024. Ecuador

N.	Título	Origen	Género	Canal	Difusión
1	Los García	Ecuador	Telenovela	Ecuavisa	TV
2	De locos	Ecuador	Serie	Ecuavisa	TV
3	Los de al lado	Ecuador	Serie	TC TV	TV
4	Por amarte así	Argentina	Telenovela	Ecuador TV	TV
5	Leandro Díaz	Colombia	Serie	TC TV	TV
6	Giros del destino	Colombia	Telenovela	TC TV	TV
7	Ana de Nadie	Colombia	Telenovela	Teleamazonas	TV

8	Entre sombras	Colombia	Serie	Teleamazonas	TV
9	Hasta que la plata nos separe	Colombia	Telenovela	Teleamazonas	TV
10	El rey Vicente Fernández	Colombia	Serie	Teleamazonas	TV
11	Acorralada	Estados Unidos	Telenovela	Oromar TV	TV
12	La Gata	México	Telenovela	Ecuavisa	TV
13	Mi madre la culpable	México	Telenovela	TC TV	TV
14	Tu nombre y el mío	Perú	Serie	TC TV	TV

Los canales de televisión representados en el ranking de audiencia de 2024 en Ecuador son TC TV (2 emisiones) y Ecuavisa (2 emisiones). La producción colombiana *Leandro Díaz* fue la más popular con un 5,1%, seguida de la mexicana *La Gata* con un 3,8% y la telenovela ecuatoriana *Los García* con un 3,3% (cuadro 2.36).

Cuadro 2.36				
Ranking de audiencia de la Ficción. Año 2024. Ecuador				
N.	Título	País	Canal	Audiencia
1	Leandro Díaz	Colombia	TC TV	5,1
2	La Gata	México	Ecuavisa	3,8
3	Los García	Ecuador	Ecuavisa	3,3
4	Los de al lado	Ecuador	TC TV	1,5



ESPAÑA

Los canales de televisión en abierto incluidos en la muestra de Obitel España en 2024 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 Kantar Media, los canales con más cuota de pantalla son Antena 3 (12,6%), Telecinco (10,5%) y La1 (9,8%). La cuota conjunta de los canales incluidos en el estudio supera el 50% del total.

En 2024, 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 2020-2024 es de un 41,4%, seguido de los programas de entretenimiento con casi un 18% (cuadro 2.37).

Cuadro 2.37
Porcentaje de tiempo de emisión de cada género en canales de televisión españoles. Periodo 2020-2024

Géneros	2020	2021	2022	2023	2024	Promedio
Cultural	13,7	13,9	14,0	14,0	13,0	13,7
Informativos	9,8	10,4	10,0	10,0	10,0	10,0
Entretenimiento	17,8	17,3	17,0	18,0	18,0	17,6
Concurso	2,1	2,2	2,0	2,0	3,0	2,3
Deporte	10,8	11,7	13,0	13,0	13,0	12,3
Musical	2,7	2,1	2,0	2,0	2,0	2,2
Ficción	42,3	41,5	41,0	41,0	41,0	41,4
Otros	0,8	0,9	1,0	0,0	0,0	0,5
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	

Los canales españoles de televisión en 2024 suman 19 títulos de ficción nacional de estreno y 866 horas de programación. Respecto a los títulos iberoamericanos de estreno, se registran cinco títulos mexicanos, uno estadounidense y uno portugués. El tiempo de programación de los títulos españoles de estreno supone el 69% respecto al total y los mexicanos el 18,6% (cuadro 2.38).

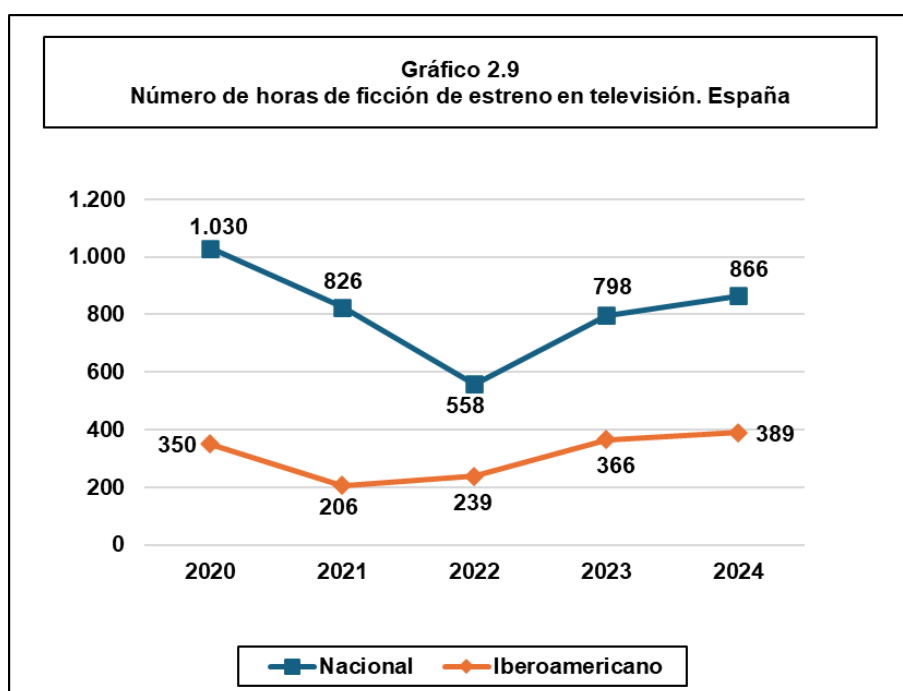
Cuadro 2.38
Ficción de estreno en televisión por países de origen. Año 2024. España

País	Títulos	Horas
Argentina	0	0
Brasil	0	0
Chile	0	0
Colombia	0	0

Ecuador	0	0
España	12	866
EE. UU.	1	57
México	5	233
Perú	0	0
Portugal	1	99
Uruguay	0	0
Venezuela	0	0
Otros	0	0
Total	19	1.255

La evolución del tiempo de difusión de ficción nacional en el quinquenio 2020-2024 muestra una tendencia descendente desde 2020 (1.030 horas), hasta el mínimo de 2022 (558 horas) y un repunte en 2023 (798 horas) y 2024 (866 horas). La ficción iberoamericana de estreno sigue un patrón más estable, con un máximo en 2024 (389 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 2020 de 1.380 y 2024 de 1.255 horas (gráfico 2.9).



La ficción acumulada de estreno en el periodo 2020-2024 refleja el dominio de la producción nacional, con un 66,7% de los títulos y un 72,5% de las horas de programación. En cuanto a la ficción iberoamericana, las producciones originarias de México fueron las más habituales con casi el 23% de los títulos y el 18,1% del tiempo de emisión. El resto de los países que incluyeron obras de estreno en el quinquenio analizado son Brasil, Colombia, Estados Unidos y Portugal (cuadro 2.39).

Cuadro 2.39
Ficción acumulada de estreno en televisión por países de origen. Periodo 2020-2024. España

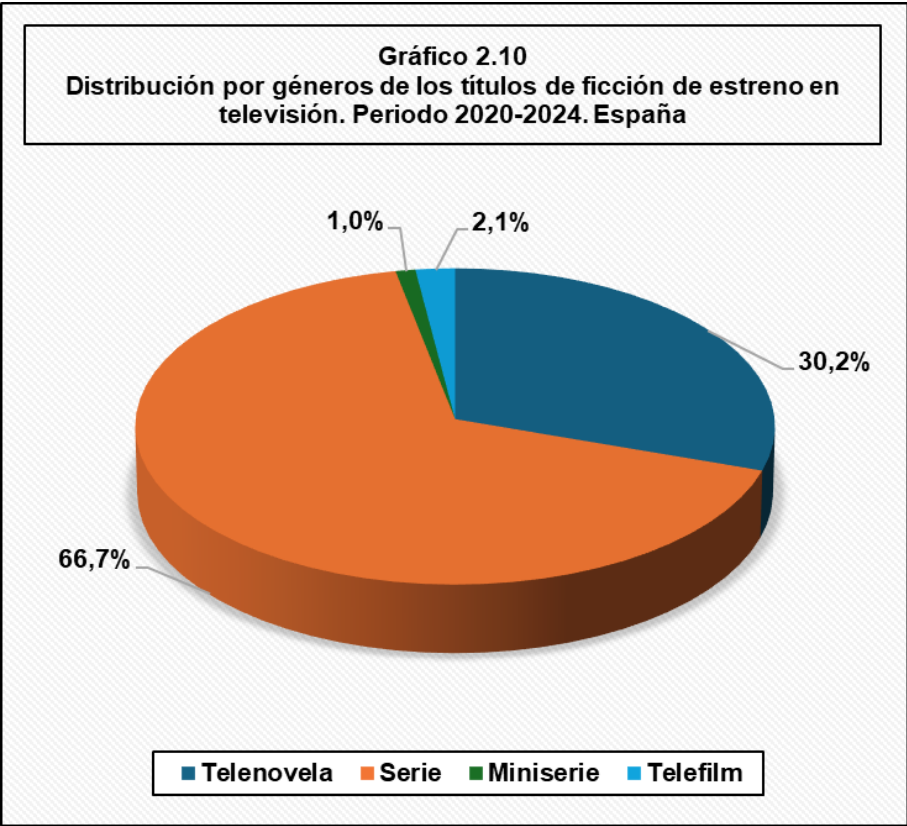
País	Títulos	%	Horas	%
Argentina	0	0,0	0	0,0
Brasil	2	2,1	30	0,5
Chile	0	0,0	0	0,0
Colombia	2	2,1	74	1,3
Ecuador	0	0,0	0	0,0
España	64	66,7	4.078	72,5
EE.UU.	5	5,2	330	5,9
México	22	22,9	1.017	18,1
Perú	0	0,0	0	0,0
Portugal	1	1,0	99	1,8
Uruguay	0	0,0	0	0,0
Venezuela	0	0,0	0	0,0
Otros	0	0,0	0	0,0
Total	96		5.628	

La distribución de los títulos de estreno por formatos televisivos en 2023 refleja el dominio de las series/seriales en la ficción nacional, con 12 títulos, y el de las telenovelas en la ficción iberoamericana, con 7 títulos (cuadro 2.40).

Cuadro 2.40
Distribución de la Ficción en televisión por su origen. Año 2024. España

Géneros	Nacional		Iberoamericana	
	Títulos	Horas	Títulos	Horas
Telenovela	0	0	7	389
Serial/Serie	12	866	0	0
Telefilme	0	0	0	0
Total	12	866	7	389

En el periodo 2020-2024, la distribución acumulada de los títulos de la ficción de estreno en los canales es la siguiente: 66,7% series, 30,2% telenovelas, 1% miniseries y 2,1% telefilms (gráfico 2.10).



Los canales de televisión representados en el ranking de audiencia son La1 (6 emisiones), Telecinco (dos emisiones) y Antena 3 (dos emisiones). Las series con más audiencia son las series *El Marqués* (3%) y *Sueños de libertad* (2,6%) en Antena 3 (cuadro 2.41).

Cuadro 2.41
Ranking de audiencia de la Ficción en televisión. Año 2024. España

N.	Título	País	Cadena	Audiencia	Share
1	El Marqués	España	T5	3,0	13,9
2	Sueños de libertad	España	A3	2,6	13,2
3	La Promesa	España	La1	2,1	12,1
4	Amar es para siempre	España	A3	2,1	10,7
5	Las abogadas	España	La1	2,1	1,0
6	El Pueblo	España	T5	2,2	9,7
7	Salón de té La Moderna	España	La1	1,6	8,4
8	Valle Salvaje	España	La1	1,2	7,1
9	4 estrellas	España	La1	1,9	6,9
10	Operación Barrio Inglés	España	La1	1,4	5,8

La distribución por géneros de los títulos de ficción nacional de estreno en VoD en el periodo 2020-2024 refleja el abrumador dominio del formato de las series, con un 88% de los títulos disponibles (cuadro 2.42).

Cuadro 2.42

Distribución de los títulos de la Ficción nacional de estreno en plataformas VOD por géneros. España

Género	2020	2021	2022	2023	2024	Total
Telenovela	0	0	0	0	0	0
Serie	32	47	37	61	50	227
Miniserie	1	4	13	2	9	29
Telefilm	0	0	0	1	0	1
Total	33	51	50	64	59	257

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 (43 títulos) en televisión en abierto y de Netflix (61 títulos), Prime (48 títulos), Movistar (44 títulos) y Atresplayer (43 títulos) en VoD (cuadro 2.43).

Cuadro 2.43

Distribución de los títulos de la ficción nacional de estreno por sistema de difusión. España

Canal	Sistema	2020	2021	2022	2023	2024	Total
La1	Free TV	9	10	7	9	8	43
Antena 3	Free TV	2	2	2	1	2	9
Tele 5	Free TV	2	1	1	5	2	11
Divinity	Free TV	0	0	0	1	2	3
Nova	Free TV	0	0	0	0	5	5
Atresplayer	VOD	0	10	7	15	11	43
Disney+	VOD	0	1	1	2	10	14
Filmin	VOD	0	1	0	3	1	5
Flooxer	VOD	0	1	0	0	0	1
Fox	VOD	1	0	0	0	0	1
HBO	VOD	3	5	2	2	0	12
Mitele	VOD	0	1	0	0	0	1
Movistar+	VOD	9	9	9	9	8	44
Netflix	VOD	8	11	16	15	11	61
Orange	VOD	3	0	0	0	0	3
Paramount+	VOD	0	0	0	0	0	0
Prime	VOD	8	11	8	12	9	48
TNT	VOD	1	1	2	0	0	4
Lionsgate+	VOD	0	0	3	0	0	3
Playz	VOD	0	0	1	1	1	3
AppleTV	VOD	0	0	1	0	1	2
3CAT	VOD	0	0	0	0	2	2
Agalega	VOD	0	0	0	0	1	1
Primeran	VOD	0	0	0	0	1	1
RTVE Play	VOD	0	0	0	1	1	2
Showtime	VOD	0	0	0	4	2	6
Total		46	64	60	80	78	328

El estudio de la ficción de estreno de España en 2024 finaliza con la relación de títulos difundidos en televisión en abierto y en VoD (cuadro 2.44).

Cuadro 2.44					
Títulos de la ficción de estreno 2024. España					
N.	Título	Origen	Género	Canal	Difusión
1	Amar es para siempre	España	Serial	A3	TV
2	Sueños de libertad	España	Serial	A3	TV
3	El Pueblo	España	Serie	T5	TV
4	El Marqués	España	Serie	T5	TV
5	4 estrellas	España	Serial	La1	TV
6	Cicatriz	España	Serie	La1	TV
7	HIT	España	Serie	La1	TV
8	La Promesa	España	Serial	La1	TV
9	Las Abogadas	España	Serie	La1	TV
10	Operación Barrio Inglés	España	Serie	La1	TV
11	Salón de Té La Moderna	España	Serial	La1	TV
12	Valle Salvaje	España	Serial	La1	TV
13	Cacao	Portugal	Telenovela	Divinity	TV
14	Vuelve a mi	USA	Telenovela	Divinity	TV
15	Cabo	México	Telenovela	Nova	TV
16	Corazón guerrero	México	Telenovela	Nova	TV
17	Los ricos también lloran	México	Telenovela	Nova	TV
18	Mi fortuna es amarte	México	Telenovela	Nova	TV
19	Si nos dejan	México	Telenovela	Nova	TV
N.	Título	Origen	Género	Plataforma	Difusión
1	Les del Traster	España	Serie	3cat	VOD
2	Kimeres	España	Serie	3cat	VOD
3	Pringadas	España	Serie	Agalega	VOD
4	Tierra de Mujeres	España, USA	Serie	Apple TV	VOD
5	¿A Qué Estás Esperando?	España	Serie	Atresplayer	VOD
6	Eva & Nicole	España	Serie	Atresplayer	VOD
7	La sombra de la Tierra	España	Miniserie	Atresplayer	VOD
8	Red Flags	España	Serie	Atresplayer	VOD
9	Santuario	España	Serie	Atresplayer	VOD
10	Una vida menos en Canarias	España	Serie	Atresplayer	VOD
11	Ángela	España	Serie	Atresplayer	VOD
12	Beguinas	España	Serie	Atresplayer	VOD
13	Entre Tierras	España	Serie	Atresplayer	VOD
14	La pasión turca	España	Serie	Atresplayer	VOD
15	Un nuevo amanecer	España	Serie	Atresplayer	VOD
16	Ayla y Los Mirrors	España	Serie	Disney+	VOD
17	Cristóbal Balenciaga	España	Miniserie	Disney+	VOD
18	Desde el mañana	España	Serie	Disney+	VOD
19	Hay algo en el bosque	España	Serie	Disney+	VOD
20	Invisible	España	Serie	Disney+	VOD
21	Las largas sombras	España	Serie	Disney+	VOD
22	Nos vemos en la otra vida	España	Miniserie	Disney+	VOD

23	Regreso a Las Sabinas	España	Serie	Disney+	VOD
24	Yo, adicto	España	Miniserie	Disney+	VOD
25	Bellas Artes	España, Argentina	Serie	Disney+	VOD
26	Una Perra Andaluza	España	Serie	Filmin	VOD
27	Celeste	España	Miniserie	Movistar+	VOD
28	Galgos	España	Serie	Movistar+	VOD
29	Los Años Nuevos	España, Francia	Serie	Movistar+	VOD
30	Marbella	España	Serie	Movistar+	VOD
31	Muertos S.L.	España	Serie	Movistar+	VOD
32	Querer	España	Serie	Movistar+	VOD
33	Rapa	España	Serie	Movistar+	VOD
34	Segunda muerte	España	Serie	Movistar+	VOD
35	1992	España	Serie	Netflix	VOD
36	Asalto al Banco Central	España	Miniserie	Netflix	VOD
37	Clanes	España	Serie	Netflix	VOD
38	El Caso Asunta	España	Miniserie	Netflix	VOD
39	Élite	España	Serie	Netflix	VOD
40	Entrevías	España	Serie	Netflix	VOD
41	La última noche en Tremor	España	Miniserie	Netflix	VOD
42	Machos Alfa	España	Serie	Netflix	VOD
43	Mano de Hierro	España	Serie	Netflix	VOD
44	Ni una más	España	Serie	Netflix	VOD
45	Respira	España	Serie	Netflix	VOD
46	Diec18cho	España	Serie	Playz	VOD
47	Atasco	España	Miniserie	Prime	VOD
48	En Fin	España	Serie	Prime	VOD
49	La Academia	España	Serie	Prime	VOD
50	La que se avecina	España	Serie	Prime	VOD
51	Operación Marea Negra	España	Serie	Prime	VOD
52	Perverso	España	Serie	Prime	VOD
53	Reina Roja	España	Serie	Prime	VOD
54	Serrines, madera de actor	España	Serie	Prime	VOD
55	Zorro	España	Serie	Prime	VOD
56	Touré Detektibeá	España	Serie	Primeran	VOD
57	Mamen Mayo	España	Serie	Showtime	VOD
58	Las Pelotaris 1926	España, México	Serie	Showtime	VOD
59	4 estrellas	España	Serie	RTVE Play	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 (40,6%) y Telemundo (42,8%).

En 2024, el género audiovisual al que más tiempo dedicaron el conjunto de canales americanos incluidos en el estudio es la ficción (40,7%), seguido a mucha distancia del entretenimiento (18%). El promedio de la ficción en el periodo 2020-2024 se sitúa en el 41,7% (cuadro 2.45).

Cuadro 2.45						
Porcentaje de tiempo de emisión de cada género en canales estadounidenses						
Géneros	2020	2021	2022	2023	2024	Promedio
Informativos	17,2	17,0	14,9	15,4	16,5	16,2
Entretenimiento	20,3	18,9	20,7	16,5	18,0	18,9
Deporte	4,7	6,4	5,8	5,9	6,7	5,9
Educativo	2,3	2,4	2,4	2,4	2,4	2,4
Ficción	42,2	41,8	41,4	42,4	40,7	41,7
Talkshows	7,8	7,1	7,5	9,8	12,3	8,9
Concurso	2,3	3,3	3,2	3,2	1,9	2,8
Otros	3,2	3,1	4,1	4,4	1,5	3,3
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	

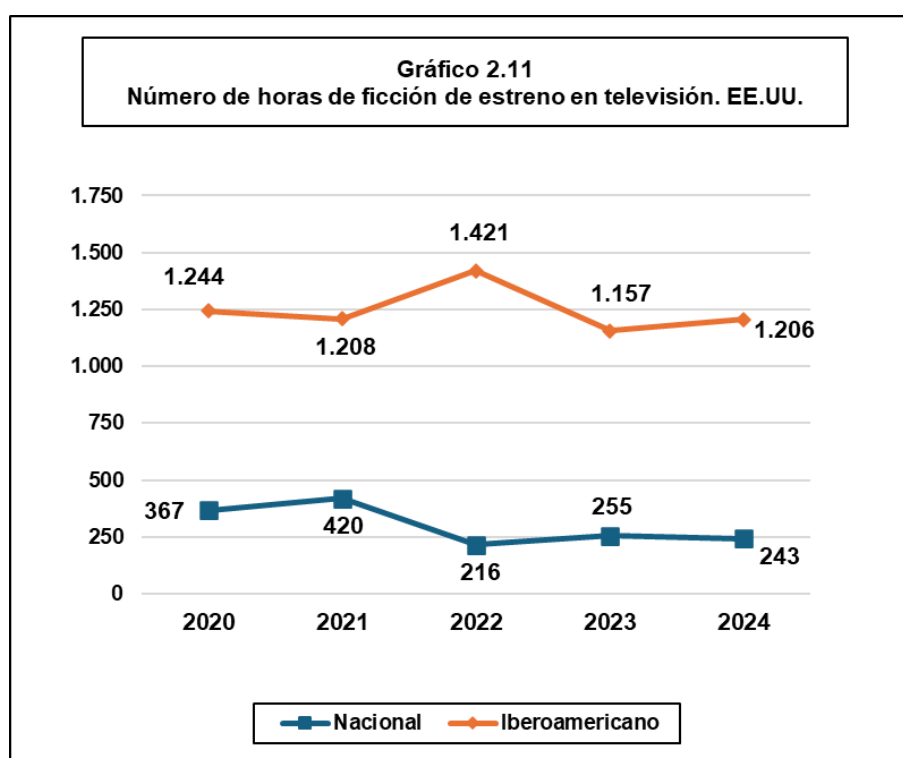
Los canales estadounidenses de televisión en 2024 suman 5 títulos de ficción nacional de estreno y 243 horas de programación. Respecto al resto de títulos, 19 producciones provienen de México, una de Argentina y otra de Colombia. El tiempo de emisión de la ficción mexicana de estreno representa el 81,3% (1.178 horas) respecto al total (cuadro 2.46).

Cuadro 2.46		
Ficción de estreno por países de origen.		
Año 2024. EE.UU.		
País	Títulos	Horas
Argentina	1	5
Brasil	0	0
Chile	0	0
Colombia	1	23
Ecuador	0	0

España	0	0
EE. UU.	5	243
México	19	1.178
Perú	0	0
Portugal	0	0
Uruguay	0	0
Venezuela	0	0
Otros	0	0
Total	26	1.449

La evolución del tiempo de programación de ficción iberoamericana de estreno en Estados Unidos en el periodo 2020-2024 registra un máximo en 2022 (1.421 horas) y un mínimo en 2024 (1.206 horas). La ficción nacional de estreno también sigue un patrón constante, con un máximo en 2021 (420 horas) y un mínimo en 2022 (216 horas).

La evolución conjunta presenta en los tres primeros años del periodo un volumen en torno a las 1.600 horas y en los dos años finales un volumen en torno a las 1.400 horas (gráfico 2.11).



La ficción acumulada de estreno en el periodo 2020-2024 refleja el dominio de la producción mexicana, con un 66,2% de los títulos y casi un 74% de las horas de programación. La ficción nacional estrenó un 26,8% de los títulos y un 19,4% del total de tiempo de emisión. El resto de los países que también aportaron títulos son: Argentina, Brasil y Colombia (cuadro 2.47).

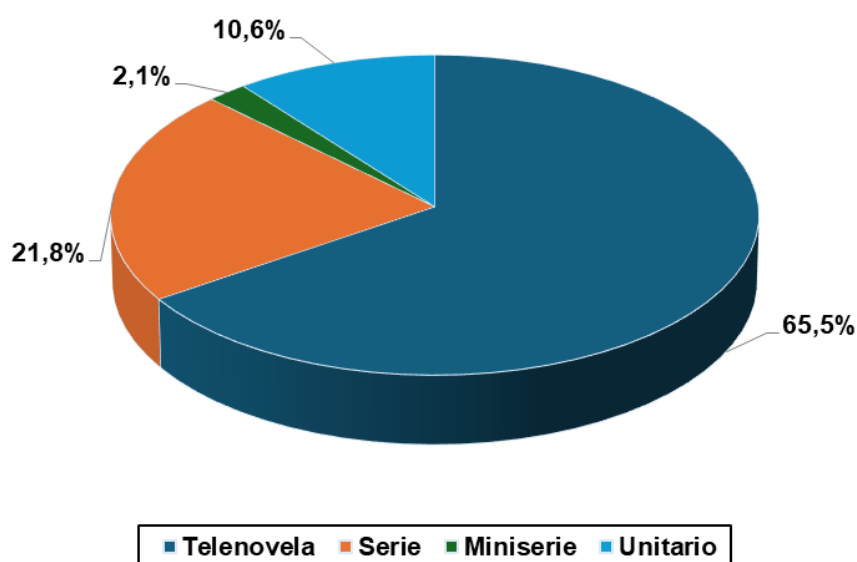
Cuadro 2.47				
Ficción acumulada de estreno en televisión por países de origen. Periodo 2020-2024. EE.UU.				
País	Títulos	%	Horas	%
Argentina	1	0,7	5	0,1
Brasil	3	2,1	150	1,9
Chile	0	0,0	0	0,0
Colombia	6	4,2	367	4,7
Ecuador	0	0,0	0	0,0
España	0	0,0	0	0,0
EE.UU.	38	26,8	1.501	19,4
México	94	66,2	5.714	73,9
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
Otros	0	0,0	0	0,0
Total	142		7.737	

La distribución de los géneros televisivos de los títulos de estreno en 2024 refleja el dominio de las telenovelas (16 títulos y 1.053 horas), seguidas a mucha distancia de las series (6 títulos y 47 horas) y programas unitarios (4 títulos y 349 horas). Todos los formatos se corresponden con la numerosa presencia de obras mexicanas de estreno (cuadro 2.48).

Cuadro 2.48				
Distribución de la Ficción de estreno en televisión por su origen. Año 2024. EE.UU.				
Géneros	Nacional		Iberoamericana	
	Títulos	Horas	Títulos	Horas
Telenovela	4	239	12	814
Serie	1	4	5	43
Miniserie	0	0	0	0
Unitario	0	0	4	349
Total	5	243	21	1.206

En el periodo 2020-2024, la distribución acumulada de los títulos de la ficción de estreno en los canales es la siguiente: 65,5% telenovelas, 21,8% series convencionales, 10,6% programas unitarios y 2,1% miniseries (gráfico 2.12).

Gráfico 2.12
Distribución por géneros de los títulos de ficción de estreno en televisión. Periodo 2020-2024. EE.UU.



Los canales de televisión representados en el ranking de audiencia de Estados Unidos (habla hispana) tienen a Univisión como dominador (7 emisiones) ante Telemundo (dos emisiones). Las series con más audiencia son las producciones mexicanas *Minas de pasión* (5,2%) y *Gallo de oro* (4,5%) y en tercer lugar se sitúa la serie estadounidense *El Conde: Amor y honor*, con un 4,4% de audiencia (cuadro 2.49).

Cuadro 2.49

Ranking de audiencia de la Ficción. Año 2024. EE.UU.

N.	Título	País	Canal	Audiencia	Share
1	Minas de pasión	México	Univision	5,2	23,2
2	Gallo de oro	México	Univision	4,5	17,9
3	El Conde: Amor y honor	USA	Telemundo	4,4	21,9
4	El amor no tiene receta	México	Univision	4,3	19,0
5	Vencer la culpa	México	Univision	4,1	15,9
6	Tu vida es mi vida	México	Univision	4,0	15,3
7	La historia de Juana	México	Univision	3,7	16,1
8	El señor de los cielos 9T	México	Telemundo	3,7	16,1
9	Fugitivas	México	Univision	3,6	15,4
10	Vuelve a mi	México	Telemundo	3,6	14,3

La distribución por géneros de los títulos iberoamericanos de estreno en VoD en el periodo 2020-2024 refleja el dominio del formato de las series, con casi el 95% de los títulos disponibles (cuadro 2.50).

Cuadro 2.50

Distribución de los títulos de la Ficción nacional de estreno en plataformas VOD por géneros. Estados Unidos

Género	2020	2021	2022	2023	2024	Total
Telenovela	1	1	1	0	1	4
Serie	46	48	66	70	23	253
Miniserie	1	0	5	2	2	10
Unitario	0	0	0	0	0	0
Total	48	49	72	72	26	267

La distribución por el origen de las producciones de estreno en VoD, es ligeramente diferente al de la televisión en abierto. La ficción mexicana y española son las grandes dominadoras en las plataformas, con un total de 95 y 60 títulos disponibles, respectivamente. Otros países con un número significativo de producciones a disposición de los usuarios son: Brasil (36 títulos), Argentina (33 títulos), Estados Unidos (20 títulos) y Colombia (17 títulos). Por último, los países que también aportan contenido a las plataformas son: Chile, Perú, Puerto Rico y República Dominicana (cuadro 2.51).

Cuadro 2.51

Títulos de la Ficción iberoamericana de estreno por países de origen en plataformas VOD. EE.UU.

País	2020	2021	2022	2023	2024	Total
Argentina	3	7	11	9	3	33
Brasil	8	5	8	9	6	36
Chile	1	0	2	0	0	3
Colombia	6	1	7	2	1	17
Ecuador	0	0	0	0	0	0
España	15	14	17	12	2	60
EE.UU.	3	5	5	6	1	20
México	12	17	20	33	13	95
Perú	0	0	1	0	0	1
Portugal	0	0	0	0	0	0
Puerto Rico	0	0	0	1	0	1
R. Dominicana	0	0	1	0	0	1
Uruguay	0	0	0	0	0	0
Venezuela	0	0	0	0	0	0
Total	48	49	72	72	26	267

La distribución de los títulos la ficción iberoamericana de estreno por sistemas de difusión, en el mismo periodo, refleja el dominio de Univisión (99 títulos) y Telemundo (33 títulos) en televisión en abierto y de Netflix (91 títulos) y Prime (48 títulos) en VoD (cuadro 2.52).

Cuadro 2.52

Distribución de los títulos de Ficción iberoamericana de estreno por sistema de difusión. EE.UU.

Canal	Sistema	2020	2021	2022	2023	2024	Total
Univision	Free TV	15	12	27	22	23	99
Telemundo	Free TV	11	6	7	7	2	33
UniMás	Free TV	1	3	1	0	1	6
Azteca	Free TV	1	1	0	0	0	2
Estrella	Free TV	0	2	0	0	0	2
Netflix	VOD	36	21	21	10	3	91
Prime	VOD	8	13	11	13	3	48
HBO	VOD	4	5	5	6	4	24
Star+	VOD	0	0	12	12	2	26
Vix+	VOD	0	0	7	18	6	31
Disney+	VOD	0	3	5	8	3	19
Paramount+	VOD	0	3	2	2	0	7
Hulu	VOD	0	2	1	1	3	7
Pantaya	VOD	0	0	3	0	0	3
Liosngate+	VOD	0	0	2	2	0	4
Peacock	VOD	0	1	1	0	0	2
Apple TV	VOD	0	1	1	0	2	4
Canela	VOD	0	0	1	0	0	1
Total		76	73	107	101	52	409

El estudio de la ficción de estreno de Estados Unidos (habla hispana) en 2024, finaliza con la relación de títulos iberoamericanos difundidos en televisión en abierto y en VoD (cuadro 2.53).

Cuadro 2.53

Títulos de ficción iberoamericana de estreno. Año 2024. EE.UU.

N.	Título	Origen	Género	Canal	Difusión
1	El Conde: Amor y honor	USA	Telenovela	Telemundo	TV
2	El Señor de los Cielos	USA	Telenovela	Telemundo	TV
3	Vuelve a mi	USA	Telenovela	Telemundo	TV
4	Sed de venganza	USA	Telenovela	Telemundo	TV
5	Casados con hijos	USA	Serie	Univision	TV
6	La Lola	Argentina	Serie	Univision	TV
7	Pedro el Escamoso 2T	Colombia	Telenovela	Univision	TV
8	Lo que llamamos las mujeres	México	Unitario	Telemundo	TV
9	El amor no tiene receta	México	Telenovela	Univision	TV
10	El ángel de Aurora	México	Telenovela	Univision	TV
11	Como dice el dicho	México	Unitario	Univision	TV
12	Gloria Trevi: Ellas soy yo	México	Serie	Univision	TV
13	¿Es Neta, Eva?	México	Serie	Univision	TV
14	Esta historia me suena	México	Unitario	Univision	TV
15	Fugitivas	México	Telenovela	Univision	TV
16	Gallo de oro	México	Telenovela	Univision	TV
17	La historia de Juana	México	Telenovela	Univision	TV

18	Marea de pasiones	México	Telenovela	Univision	TV
19	Minas de pasión	México	Telenovela	Univision	TV
20	Precio de amarte	México	Telenovela	Univision	TV
21	Príncipe del Barrio	México	Serie	Univision	TV
22	Rosa de Guadalupe	México	Unitario	Univision	TV
23	Tu vida es mi vida	México	Telenovela	Univision	TV
24	Vencer la culpa	México	Telenovela	Univision	TV
25	Vivir de amor	México	Telenovela	Univision	TV
26	Nadie como tu	México	Telenovela	UniMás	TV
N.	Título	Origen	Género	Plataforma	Difusión
1	Griselda	USA	Serie	Netflix	VOD
2	Bandidos	México	Serie	Netflix	VOD
3	Luz	Brasil	Serie	Netflix	VOD
4	Porno y helado	Argentina	Serie	Prime	VOD
5	Tengo que morir todas las noches	México	Serie	Prime	VOD
6	Nadie nos va a extrañar	México	Serie	Prime	VOD
7	Astroanuta	Brasil	Miniserie	Max	VOD
8	Desde el puente hasta aquí	Brasil	Serie	Max	VOD
9	Juventud dividida	Brasil	Serie	Max	VOD
10	Belleza fatal	Brasil	Telenovela	Max	VOD
11	Las Azules	México	Miniserie	AppleTV	VOD
12	Familia de medianoche	México	Serie	AppleTV	VOD
13	La partitura secreta	México	Serie	Disney+	VOD
14	Ayla y los Mirror	España	Serie	Disney+	VOD
15	Invisible	España	Serie	Disney+	VOD
16	Desejos S.A.	Brasil	Serie	Star+	VOD
17	Fabricantes de ovnis	México	Serie	Star+	VOD
18	La Máquina	México	Serie	Hulu	VOD
19	El encargado 3T	Argentina	Serie	Hulu	VOD
20	La mujer que limpia	Argentina	Serie	Hulu	VOD
21	Paraíso blanco	Colombia	Serie	Vix	VOD
22	El gallo de oro 2T	México	Serie	Vix	VOD
23	El extraño retorno de Diana Salazar	México	Serie	Vix	VOD
24	Juegos interrumpidos	México	Serie	Vix	VOD
25	Consuelo	México	Serie	Vix	VOD
26	Profe infiltrado	México	Serie	Vix	VOD



MÉXICO

Los canales de televisión en abierto incluidos en la muestra de Obitel México en 2024 son Televisa (Canales Las Estrellas, 5, 9 y Foro TV), TV Azteca (Canales 1, 7, ADN4O y A+), Imagen Televisión (Canal 3), Multimedios (Canal 6) 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 un 9,7%, seguido de TV Azteca con un 5%.

En 2024, los géneros con más tiempo de emisión son los programas de ficción (27,7%) y los de entretenimiento (23,1%). En el periodo 2020-2024 (sin datos en 2022), la ficción aportó un promedio del 20% del tiempo de emisión, siendo los programas de entretenimiento los más habituales en las parrillas de programación con un 27,3% del tiempo total (cuadro 2.54).

Cuadro 2.54
Porcentaje de tiempo de emisión de cada género en canales de televisión mexicanos

Géneros	2020	2021	2022	2023	2024	Promedio
Informativos	15,0	15,0	*	14,3	12,9	14,3
Entretenimiento	30,0	32,0	*	24,0	23,1	27,3
Educativo	24,0	22,0	*	20,3	20,2	21,6
Deporte	10,0	12,0	*	3,9	4,1	7,5
Ficción	12,0	13,0	*	27,2	27,7	20,0
Otros	9,0	6,0	*	10,3	12,0	9,3
Total	100,0	100,0	0,0	100,0	100,0	

Los canales mexicanos de televisión en 2024 suman 28 títulos de ficción nacional de estreno y 1.622 horas de programación, lo cual, representa el 93% del total. Respecto al resto de títulos se estrenaron tres títulos españoles y uno colombiano (cuadro 2.55).

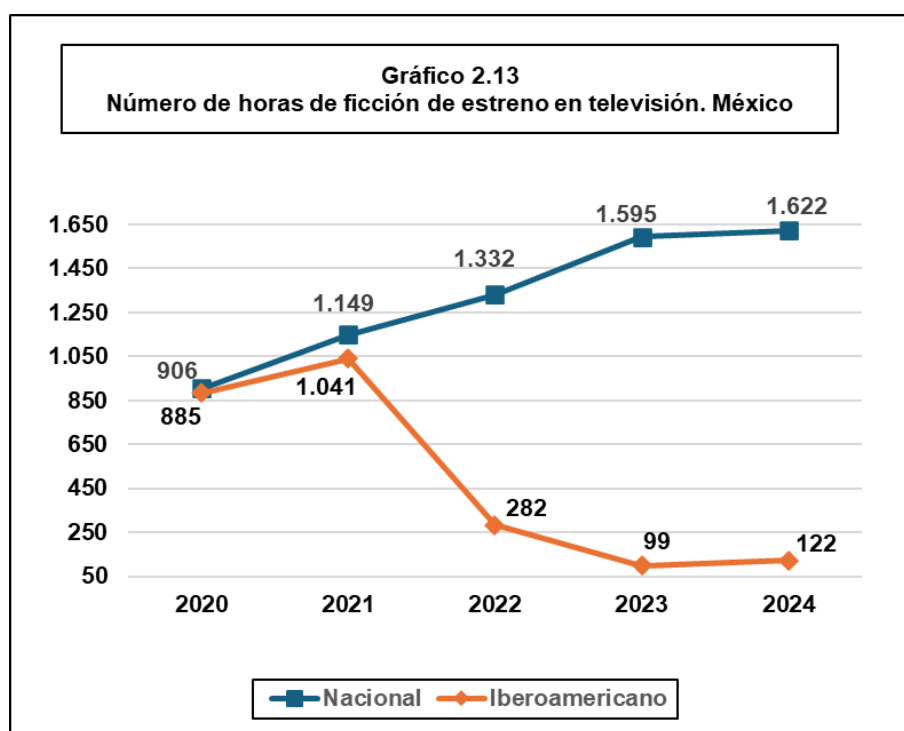
Cuadro 2.55
Ficción de estreno por países de origen. Año 2024. México

País	Títulos	Horas
Argentina	0	0
Brasil	0	0
Chile	0	0
Colombia	1	93
Ecuador	0	0
España	3	29

EE.UU.	0	0
México	28	1.622
Perú	0	0
Portugal	0	0
Uruguay	0	0
Venezuela	0	0
Otros	0	0
Total	32	1.744

La evolución del tiempo de difusión de ficción nacional en el quinquenio 2020-2024 en México, muestra una tendencia ascendente desde el mínimo en 2020 (906 horas), hasta el máximo en 2024 (1.622 horas). Por el contrario, la ficción iberoamericana de estreno sigue una tendencia descendente desde el máximo de 2021 (1.041 horas), hasta los mínimos de 2023 (99 horas) y 2024 (122 horas).

La evolución conjunta muestra el valor máximo en 2021 (2.190 horas) y casi 1.800 en 2024. 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 2020-2024 refleja el dominio de la producción nacional, con un 81,2% de los títulos y un 73,1% de las horas de programación. En cuanto a la ficción iberoamericana, los países más representados son Estados Unidos, Colombia y Brasil (cuadro 2.56).

Cuadro 2.56
Ficción acumulada de estreno en canales de televisión por países de origen. Periodo 2020-2024. México

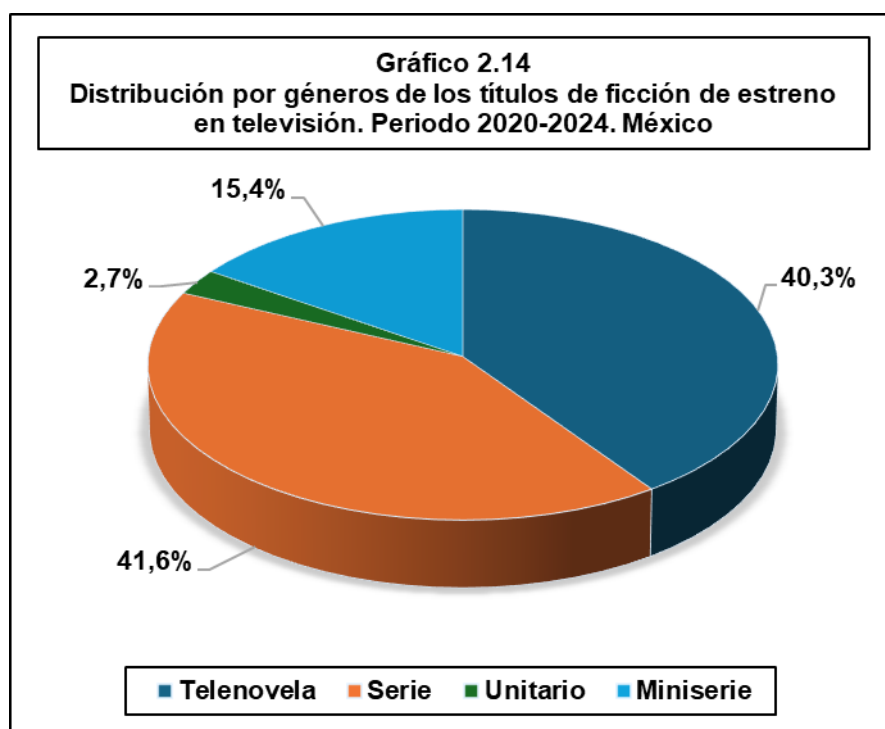
País	Títulos	%	Horas	%
Argentina	0	0,0	0	0,0
Brasil	6	4,0	681	7,5
Chile	2	1,3	195	2,2
Colombia	8	5,4	1.109	12,3
Ecuador	0	0,0	0	0,0
España	4	2,7	39	0,4
EE. UU.	7	4,7	331	3,7
México	121	81,2	6.604	73,1
Perú	1	0,7	74	0,8
Portugal	0	0,0	0	0,0
Uruguay	0	0,0	0	0,0
Venezuela	0	0,0	0	0,0
Otros	0	0,0	0	0,0
Total	149		9.033	

La distribución de los géneros televisivos de los títulos de estreno en 2024 refleja el ligero dominio de las series (16 títulos), frente a las telenovelas (13 títulos). No obstante, en cuanto al tiempo de emisión las telenovelas acumulan el 69,4% del tiempo total de programación (cuadro 2.57).

Cuadro 2.57
Distribución de la Ficción de estreno en canales de televisión por su origen y géneros. Año 2024. México

Géneros	Nacional		Iberoamericana	
	Títulos	Horas	Títulos	Horas
Telenovela	12	1.033	1	93
Serie	13	375	3	29
Miniserie	1	6	0	0
Unitario	2	208	0	0
Total	28	1.622	4	122

En el periodo 2020-2024, la distribución acumulada de los títulos de la ficción de estreno en los canales es la siguiente: 41,6% series, 40,3% telenovelas y 15,4% miniseries (gráfico 2.14).



El único canal de televisión con representación en el ranking de audiencia es Televisa y todas las series del top-10 son mexicanas (cuadro 2.58). Las emisiones más vistas pertenecieron a *La rosa de Guadalupe* (12,7%) y *Fugitivas* (11,6%).

Cuadro 2.58
Ranking de audiencia de la Ficción. Año 2024. México

N.	Título	País	Canal	Audiencia	Share
1	La Rosa de Guadalupe T17	México	Televisa	12,7	19,7
2	Fugitivas	México	Televisa	11,6	17,9
3	El amor no tiene receta	México	Televisa	11,1	17,7
4	Tu vida es mi vida	México	Televisa	10,4	17,8
5	Papás por conveniencia	México	Televisa	10,3	18,8
6	Como dice el dicho 14	México	Televisa	10,0	18,8
7	La historia de Juana	México	Televisa	10,0	16,5
8	Vivir de amor	México	Televisa	9,9	20,4
9	Marea de pasiones	México	Televisa	9,8	16,4
10	Mi amor sin tiempo	México	Televisa	9,4	16,1

La distribución por géneros de los títulos de estreno en VoD en el periodo 2020-2024 refleja el dominio del formato de las series convencionales, con más del 97% de los títulos disponibles (cuadro 2.59).

Cuadro 2.59

Distribución de los títulos de la Ficción nacional de estreno en plataformas VOD por géneros. México

Género	2020	2021	2022	2023	2024	Total
Telenovela	0	0	1	0	0	1
Serie	17	12	25	36	23	113
Miniserie	0	0	1	0	1	2
Total	17	12	27	36	24	116

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 (101 títulos) en televisión en abierto y Netflix (41 títulos) en VoD (cuadro 2.60).

Cuadro 2.60

Distribución de los títulos de la ficción nacional de estreno por sistema de difusión. Periodo 2020-2024. México

Canal	Sistema	2020	2021	2022	2023	2024	Total
Televisa	Free TV	11	14	25	27	24	101
TV Azteca	Free TV	2	1	5	7	3	18
Imagen TV	Free TV	0	1	0	0	1	2
Netflix	VOD	6	8	12	10	5	41
Prime	VOD	4	2	4	3	6	19
Disney	VOD	0	0	2	2	2	6
HBO Max	VOD	0	0	3	4	2	9
Vix+	VOD	0	0	4	13	7	24
Apple TV	VOD	0	0	0	0	2	2
Claro Video	VOD	6	1	2	0	0	9
Star+	VOD	0	0	0	3	0	3
Paramount+	VOD	0	0	0	1	0	1
Blim	VOD	1	1	0	0	0	2
Total		30	28	57	70	52	237

El estudio de la ficción de estreno de México en 2024 finaliza con la relación de títulos nacionales difundidos en televisión en abierto y en VoD (cuadro 2.61).

Cuadro 2.61

Títulos de ficción de estreno 2024. México

N.	Título	Origen	Género	Canal	Difusión
1	Amor amargo	México	Telenovela	Televisa	TV
2	El amor no tiene receta	México	Telenovela	Televisa	TV
3	El Ángel de Aurora	México	Telenovela	Televisa	TV
4	El precio de amarte	México	Telenovela	Televisa	TV
5	Fugitivas	México	Telenovela	Televisa	TV
6	La historia de Juana	México	Telenovela	Televisa	TV
7	Las hijas de la señora García	México	Telenovela	Televisa	TV
8	Marea de pasiones	México	Telenovela	Televisa	TV
9	Mi amor sin tiempo	México	Telenovela	Televisa	TV

10	Papás por conveniencia	México	Telenovela	Televisa	TV
11	Tu vida es mi vida	México	Telenovela	Televisa	TV
12	Vivir de amor	México	Telenovela	Televisa	TV
13	El buen divorcio	México	Serie	Televisa	TV
14	Lalola	México	Serie	Televisa	TV
15	Como dice el dicho 14T	México	Unitario	Televisa	TV
16	La Rosa de Guadalupe 17T	México	Unitario	Televisa	TV
17	Incorregibles de Santa Martha	México	Serie	Televisa	TV
18	Más vale sola	México	Serie	Televisa	TV
19	Vecinos 17T	México	Serie	Televisa	TV
20	Tal para cual 3T	México	Serie	Televisa	TV
21	El príncipe de barrio 2T	México	Serie	Televisa	TV
22	Una familia de diez 11T	México	Serie	Televisa	TV
23	¿Tú crees? 3T	México	Serie	Televisa	TV
24	Bola de locos 2T	México	Serie	Televisa	TV
25	Dra. Lucía, un don extraordinario 2T	México	Serie	TV Azteca	TV
26	La Máquina	México	Miniserie	TV Azteca	TV
27	Lotería del crimen 2T	México	Serie	TV Azteca	TV
28	Café con aroma de mujer	Colombia	Serie	TV Azteca	TV
29	Ligeramente Diva	México	Telenovela	Imagen TV	TV
30	Tiempo de costura	España	Serie	Canal 22	TV
31	Reina	España	Serie	Canal 22	TV
32	Madre Paula	España	Serie	Canal 22	TV
N.	Título	Origen	Género	Plataforma	Difusión
1	El Secreto del Río	México	Serie	Netflix	VOD
2	Los reyes de oriente	México	Serie	Netflix	VOD
3	Accidente	México	Serie	Netflix	VOD
4	Las Hermanas Guerra	México	Serie	Netflix	VOD
5	Bandidos	México, USA	Serie	Netflix	VOD
6	Nadie nos va a extrañar	México	Serie	Prime	VOD
7	Tengo que morir todas las noches	México	Serie	Prime	VOD
8	¿Quién lo mató?	México	Serie	Prime	VOD
9	Somos oro	México	Serie	Prime	VOD
10	Cada minuto cuenta	México	Serie	Prime	VOD
11	Y llegaron de noche	México	Serie	Prime	VOD
12	Riquísimos por cierto	México	Serie	Vix	VOD
13	La muerte de Diana Salazar 3T	México	Serie	Vix	VOD
14	Juegos interrumpidos	México	Serie	Vix	VOD
15	Consuelo	México	Serie	Vix	VOD
16	Oríllese a la orilla	México	Serie	Vix	VOD
17	Lalola	México	Serie	Vix	VOD
18	Profe infiltrado	México	Serie	Vix	VOD
19	La máquina	México	Miniserie	Disney+	VOD
20	El rey de los machos	México	Serie	Disney+	VOD
21	Sierra Madre: Prohibido pasar	México	Serie	Max (HBO)	VOD
22	Como agua para chocolate	México, USA	Serie	Max (HBO)	VOD
23	Familia de medianoche	México	Serie	Apple TV	VOD
24	Las azules	México	Serie	Apple TV	VOD



PORTUGAL

Los canales de televisión en abierto incluidos en la muestra de Obitel Portugal en 2024 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 (3,5%) y RTP1 (2,5%).

En 2024, los géneros audiovisuales al que más tiempo dedicaron los canales portugueses de la muestra fueron los informativos (28,7%) y los programas de entretenimiento (28%). La ficción aportó un 12,7%. En el periodo 2020-2024 el promedio de la ficción es el 16,1% y los informativos el 29,3% (cuadro 2.62).

Cuadro 2.62
Porcentaje de dedicado por los canales portugueses a cada género

Género	2020	2021	2022	2023	2024	Promedio
Ficción	20,8	15,4	18,7	13,1	12,7	16,1
Información	25,4	30,4	34,0	28,1	28,7	29,3
Entretenimiento	25,8	21,7	21,6	28,0	28,0	25,0
Deportes	0,9	6,2	3,8	7,4	8,3	5,3
Culturales	9,0	7,4	7,3	11,3	10,1	9,0
Publicidad	6,6	6,0	5,3	4,8	4,7	5,5
Otros	11,5	12,9	9,3	7,3	7,5	9,7
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	

Los canales portugueses de televisión en 2024 suman 20 títulos de ficción nacional de estreno y 826 horas de programación. Respecto al resto de títulos por su origen, se estrenaron cinco títulos brasileños. El tiempo de programación de los títulos portugueses supone el 66% y el de las obras brasileñas el 34% restante (cuadro 2.63).

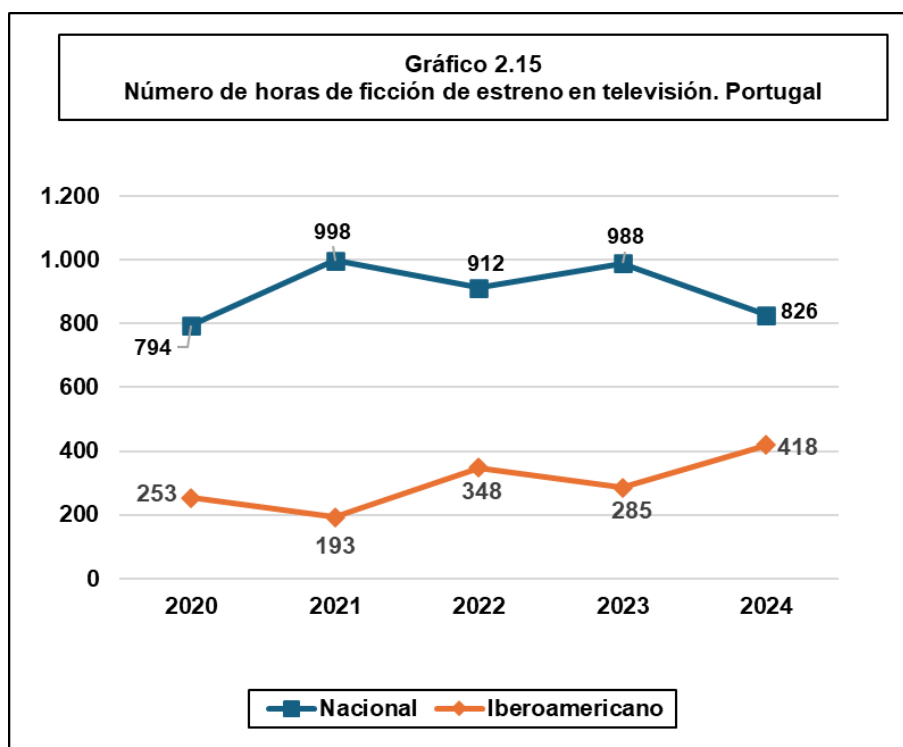
Cuadro 2.63
Ficción de estreno en canales de televisión por países de origen. Año 2024. Portugal

País	Títulos	Horas
Argentina	0	0
Brasil	5	418
Chile	0	0
Colombia	0	0
Ecuador	0	0
España	0	0

EE.UU.	0	0
México	0	0
Perú	0	0
Portugal	20	826
Uruguay	0	0
Venezuela	0	0
Otros	0	0
Total	25	1.244

La evolución del tiempo de difusión de ficción nacional en el quinquenio 2020-2024 muestra una tendencia más o menos constante con un rango situado entre 794 y 998 horas. La ficción iberoamericana de estreno también sigue un patrón estable, con un mínimo en 2021 (193 horas) y un máximo en 2024 (418 horas).

La evolución conjunta pone de manifiesto que, el volumen de horas de programación de la ficción de estreno, se sitúa entre las 1.047 y las 1.273 horas (gráfico 2.15).



La ficción acumulada de estreno en el periodo 2020-2024 refleja el dominio de la producción nacional, con el 86% de los títulos totales y un 75% de las horas de programación. En cuanto a la ficción iberoamericana, Brasil fue el único país con ficción en los canales portugueses, con el 13% del total de títulos y casi el 25% de tiempo de emisión (cuadro 2.64).

Cuadro 2.64
*Ficción acumulada de estreno en canales de televisión
por países de origen. Periodo 2020-2024. Portugal*

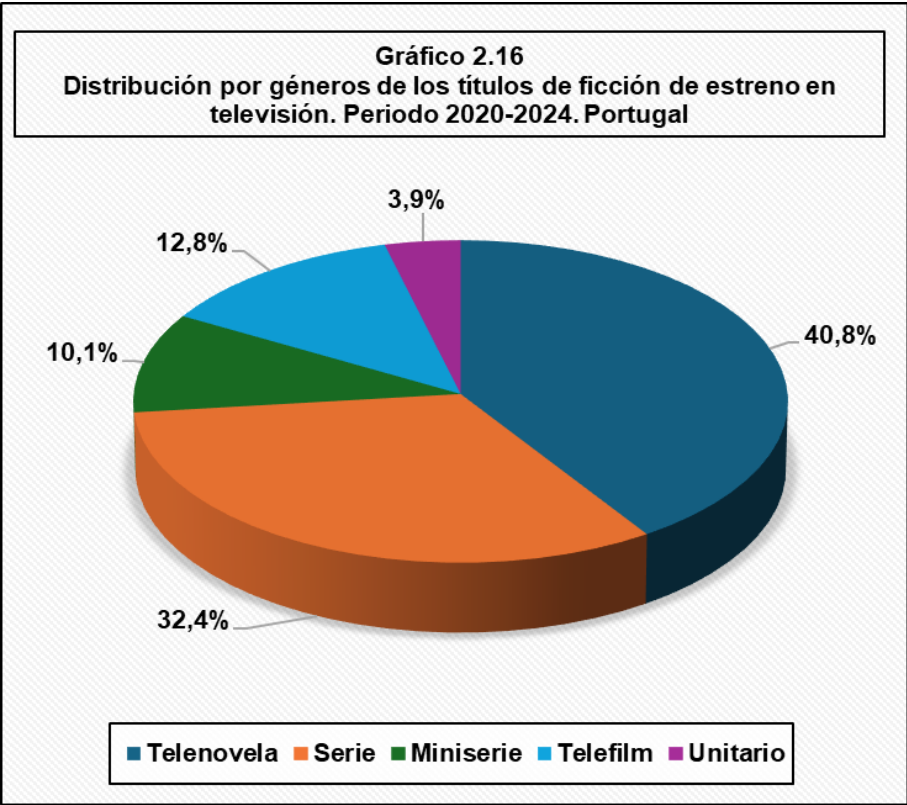
País	Títulos	%	Horas	%
Argentina	0	0,0	0	0,0
Brasil	24	13,4	1.494	24,8
Chile	1	0,6	3	0,0
Colombia	0	0,0	0	0,0
Ecuador	0	0,0	0	0,0
España	0	0,0	0	0,0
EE.UU.	0	0,0	0	0,0
México	0	0,0	0	0,0
Perú	0	0,0	0	0,0
Portugal	154	86,0	4.518	75,1
Uruguay	0	0,0	0	0,0
Venezuela	0	0,0	0	0,0
Otros	0	0,0	0	0,0
Total	179		6.015	

La distribución de los géneros televisivos de los títulos de estreno en 2024 refleja el dominio de las telenovelas (15 títulos) sobre las series convencionales (7 títulos) y miniseries (3 títulos). El tiempo de difusión de las telenovelas representa casi el 95% del total (cuadro 2.65).

Cuadro 2.65
*Distribución de la Ficción de estreno en televisión
por su origen. Año 2024. Portugal*

Géneros	Nacional		Iberoamericana	
	Títulos	Horas	Títulos	Horas
Telenovela	10	762	5	418
Serie	7	56	0	0
Miniserie	3	8	0	0
Telefilme	0	0	0	0
Total	20	826	5	418

En el periodo 2020-2024, la distribución acumulada de los títulos de la ficción de estreno en los canales es la siguiente: 40,8% telenovelas, 32,4% series convencionales, 10,1% miniseries, 12,8% telefilms y casi el 4% programas unitarios (gráfico 2.16).



Los canales de televisión representados en el ranking de audiencia de 2024 son TVI (7 emisiones) y SIC (3 emisiones). Las series con más audiencia son las telenovelas portuguesas *Cacau* y *A promessa* con más del 8%, en TVI y SIC, respectivamente (cuadro 2.66).

Cuadro 2.66
Ranking de audiencia de la Ficción en televisión. Año 2024. Portugal

N.	Título	País	Canal	Audiencia	Share
1	Cacau	Portugal	TVI	8,9	18,7
2	A promessa 2T	Portugal	SIC	8,1	17,3
3	A promessa	Portugal	SIC	8,0	16,9
4	A facenda	Portugal	TVI	7,8	16,5
5	Tony - Sonhos de menino	Portugal	TVI	7,5	16,2
6	Sr. Rui	Portugal	TVI	7,0	21,7
7	Festa é festa VIII	Portugal	TVI	7,0	14,8
8	Senhora do mar	Portugal	SIC	6,4	16,9
9	A filha	Portugal	TVI	6,2	17,0
10	Queridos Papás	Portugal	TVI	5,6	16,3

La distribución por géneros de los títulos de estreno en VoD en el periodo 2020-2024 en Portugal refleja el dominio del formato de las series convencionales, con casi el 93% de los títulos disponibles (cuadro 2.67).

Cuadro 2.67

Distribución de los títulos de la Ficción nacional de estreno en plataformas VOD por géneros. Portugal

Género	2020	2021	2022	2023	2024	Total
Telenovela	0	0	0	0	0	0
Serie	5	9	8	9	8	39
Miniserie	0	0	2	1	0	3
Unitario	0	0	0	0	0	0
Total	5	9	10	10	8	42

La distribución de los títulos la ficción nacional de estreno por sistemas de difusión, en el mismo periodo, refleja el dominio de RTP1 (65 títulos) y SIC (61 títulos) en televisión en abierto y de Opto (18 títulos) y RTP Play (13 títulos) en VoD (cuadro 2.68).

Cuadro 2.68

Distribución de los títulos de la ficción de estreno por sistema de difusión. Portugal

Canal	Sistema	2020	2021	2022	2023	2024	Total
RTP1	Free TV	5	18	13	19	10	65
RTP2	Free TV	2	0	1	1	0	4
SIC	Free TV	7	18	12	16	8	61
TVI	Free TV	5	6	7	10	7	35
CMTV	Free TV	0	0	0	0	0	0
Netflix	VOD	0	1	0	1	0	2
Prime	VOD	0	1	1	2	3	7
HBO	VOD	0	1	0	0	0	1
Opto	VOD	3	3	5	5	2	18
RTP Play	VOD	2	3	4	1	3	13
Globo Play	VOD	0	0	0	1	0	1
Total		24	51	43	56	8	207

El estudio de la ficción de estreno en Portugal en 2024 finaliza con la relación de títulos nacionales difundidos en televisión en abierto y en VoD (cuadro 2.69).

Cuadro 2.69

Títulos de ficción de estreno 2024. Portugal

N.	Título	Origen	Género	Canal	Difusión
1	Erro 404	Portugal	Serie	RTP1	TV
2	Hotel do Rio	Portugal	Miniserie	RTP1	TV
3	Irreversível	Portugal	Serie	RTP1	TV
4	Matilha	Portugal	Serie	RTP1	TV
5	O Americano	Portugal	Miniserie	RTP1	TV
6	Salto de Fé	Portugal	Serie	RTP1	TV
7	Sempre	Portugal	Serie	RTP1	TV
8	Amor sem Igual	Brasil	Telenovela	RTP1	TV
9	Topíssima	Brasil	Telenovela	RTP1	TV

10	Escrava Mãe	Brasil	Telenovela	RTP1	TV
11	A promessa	Portugal	Telenovela	SIC	TV
12	A promessa 2T	Portugal	Telenovela	SIC	TV
13	Flor sem Tempo	Portugal	Telenovela	SIC	TV
14	O Clube	Portugal	Serie	SIC	TV
15	Papel Principal	Portugal	Telenovela	SIC	TV
16	Senhora do Mar	Portugal	Telenovela	SIC	TV
17	Terra e paixão	Brasil	Telenovela	SIC	TV
18	Travessia	Brasil	Telenovela	SIC	TV
19	A fazenda	Portugal	Telenovela	TVI	TV
20	A filha	Portugal	Serie	TVI	TV
21	Cacau	Portugal	Telenovela	TVI	TV
22	Festa é festa	Portugal	Telenovela	TVI	TV
23	Festa é festa VIII	Portugal	Telenovela	TVI	TV
24	Queridos papás	Portugal	Telenovela	TVI	TV
25	Sr. Rui	Portugal	Telenovela	TVI	TV
N.	Título	Origen	Género	Plataforma	Difusión
1	Astro-mano	Serie	Serie	RTP Play	VOD
2	Desassossego	Serie	Serie	RTP Play	VOD
3	Prisma	Serie	Serie	RTP Play	VOD
4	Os Eleitos	Serie	Serie	Opto	VOD
5	O Clube	Serie	Serie	Opto	VOD
6	Operação Maré Negra	Serie	Serie	Prime	VOD
7	Morangos com açúcar	Serie	Serie	Prime	VOD
8	Sempre	Serie	Serie	Prime	VOD



URUGUAY

Los canales de televisión en abierto incluidos en la muestra de Obitel Uruguay en 2024 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 (5,9%), Canal 4 (4,6%) y Teledoce (4,5%). La audiencia conjunta de los canales incluidos en el estudio representa el 16% y la cuota de pantalla el 47,3%.

En 2024, los géneros audiovisuales al que más tiempo dedicaron los canales uruguayos de la muestra fueron los informativos (28,4%). La ficción aportó un 10,3% del tiempo de emisión en dicho año y en el periodo 2020-2024 el promedio es del 14,3% (cuadro 2.70).

Cuadro 2.70
Porcentaje de tiempo de emisión de cada género en canales de televisión uruguayos

Géneros	2020	2021	2022	2023	2024	Promedio
Ficción	20,4	17,1	12,2	11,5	10,3	14,3
Información	30,5	29,0	30,8	28,4	28,4	29,4
Entretenimiento	28,8	27,6	27,5	24,0	19,6	25,5
Deportivo	2,0	2,6	5,8	4,6	5,5	4,1
Servicio (infoe)	7,4	14,1	12,1	19,1	25,2	15,6
Otros	10,9	9,6	11,6	12,4	11,0	11,1
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Los canales uruguayos de televisión en 2024 estrenaron 26 títulos de ficción de estreno (662 horas de emisión). Respecto a la distribución por su origen, se difundieron ocho títulos colombianos, seis títulos brasileños, cuatro uruguayos, cuatro argentinos, tres estadounidenses y uno chileno. El tiempo de programación de los títulos brasileños supone el 55% y el de los estadounidenses el 31,6% (cuadro 2.71).

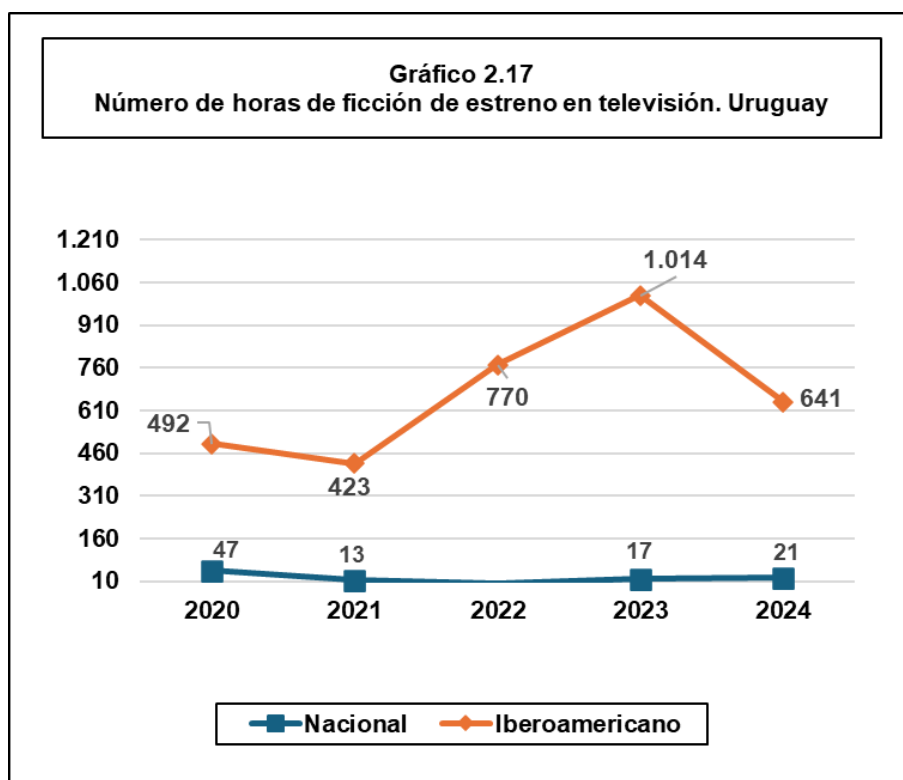
Cuadro 2.71
Ficción de estreno en televisión por países de origen en Uruguay. Año 2024

País	Títulos	Horas
Argentina	4	13
Brasil	6	366
Chile	1	9
Colombia	8	44
Ecuador	0	0

España	0	0
EE. UU.	3	209
México	0	0
Perú	0	0
Portugal	0	0
Uruguay	4	21
Venezuela	0	0
Otros	0	0
Total	26	662

La evolución del tiempo de difusión de ficción nacional en el quinquenio 2020-2024 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 2020-2024 en Uruguay refleja el dominio de la producción brasileña, con casi un 42% de los títulos y más de un 60% de horas de programación. El segundo país con más volumen de programación es México, con un 11,6% de los títulos y un 8,6% del tiempo de emisión. Por su parte la ficción uruguaya acumuló un 10,5% de los títulos y casi un 3% del total de horas de difusión (cuadro 2.72).

Otros países con ficción de estreno en los canales uruguayos son: Argentina (9,3% de títulos y 4,7% de horas), Chile (7% de títulos y 10,7% de horas), Colombia (9,3% de títulos y 1,3% de horas), España (5,8% de títulos y 2,6% de horas) y Estados Unidos (4,7% de títulos y 8,6% de horas).

Cuadro 2.72
Ficción acumulada de estreno en canales de televisión por países de origen en Uruguay. Periodo 2020-2024

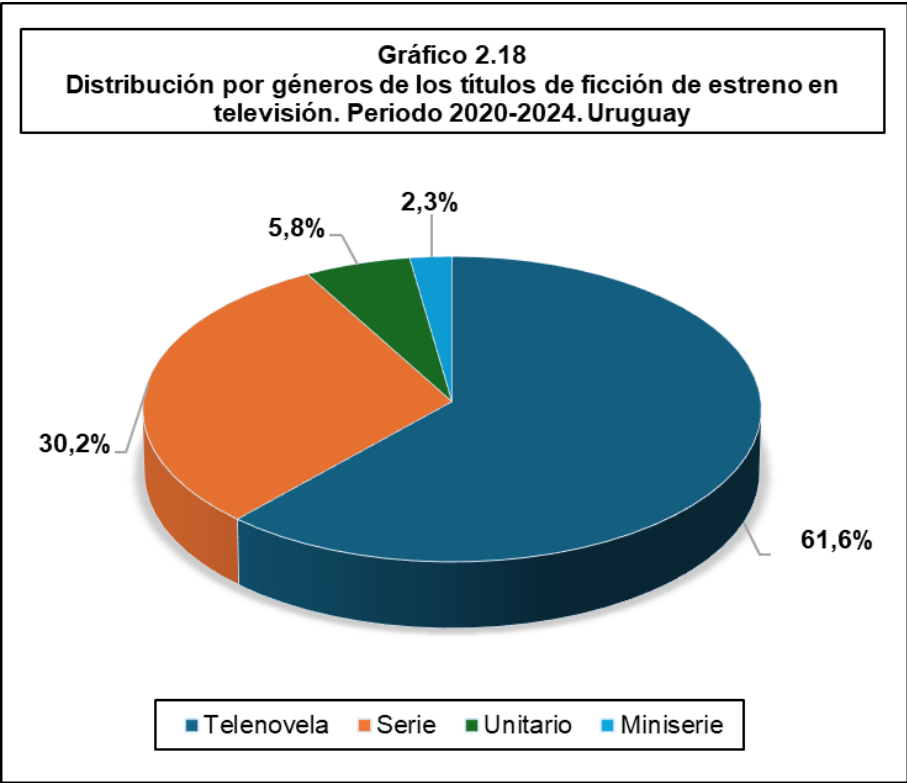
País	Títulos	%	Horas	%
Argentina	8	9,3	162	4,7
Brasil	36	41,9	2.086	60,7
Chile	6	7,0	367	10,7
Colombia	8	9,3	44	1,3
Ecuador	0	0,0	0	0,0
España	5	5,8	88	2,6
EE. UU.	4	4,7	297	8,6
México	10	11,6	296	8,6
Perú	0	0,0	0	0,0
Portugal	0	0,0	0	0,0
Uruguay	9	10,5	98	2,9
Venezuela	0	0,0	0	0,0
Otros	0	0,0	0	0,0
Total	86		3.438	

La distribución de los géneros televisivos de los títulos de estreno en 2024 refleja el dominio de las telenovelas, con 10 títulos y 555 horas de programación, frente a las series que registran 13 títulos, pero solo 93 horas de difusión (cuadro 2.73).

Cuadro 2.73
Distribución de la Ficción de estreno en canales de televisión por su origen en Uruguay. Año 2024

Géneros	Nacional		Iberoamericana	
	Títulos	Horas	Títulos	Horas
Telenovela	0	0	10	555
Serie	3	13	10	80
Unitario	2	8	1	6
Total	5	21	21	641

En el periodo 2020-2024, la distribución acumulada de los títulos de la ficción de estreno en los canales es la siguiente: 61,6% telenovelas, 30,2% series convencionales y 5,8% programas unitarios (gráfico 2.18).



Los canales representados en el ranking de audiencia son Teledoce (9 emisiones) y Canal 4 (una emisión). Las producciones con más audiencia son la telenovela estadounidense *Vuelve a mí* y la brasileña *Tierra de deseos*, ambas con un porcentaje superior al 8%. En este ranking, hay seis producciones brasileñas, tres estadounidenses y una chilena (cuadro 2.74).

Cuadro 2.74
Ranking de audiencia de la Ficción. Año 2024. Uruguay

N.	Título	País	Canal	Audiencia	Share
1	Vuelve a mi	USA	Teledoce	8,4	16,1
2	Tierra de deseos	Brasil	Teledoce	8,2	14,1
3	Solo confía	Brasil	Teledoce	7,0	20,2
4	Amor perfecto	Brasil	Teledoce	6,5	20,2
5	Todas las flores	Brasil	Teledoce	6,3	11,6
6	La ley de Baltazar	Chile	Canal 4	6,2	13,6
7	Buscando a Frida	USA	Teledoce	6,1	13,3
8	Caminos cruzados	Brasil	Teledoce	5,6	12,0
9	Verdades secretas 2	Brasil	Teledoce	4,9	10,1
10	La suerte de Loli	USA	Teledoce	4,8	11,0

El estudio de la ficción de estreno de Uruguay en 2024 finaliza con la relación de títulos difundidos en televisión en abierto (cuadro 2.75).

Cuadro 2.75

Títulos de estreno de ficción iberoamericana en 2024. Uruguay

N.	Título	Origen	Género	Canal	Difusión
1	¿Es amor?	Uruguay	Unitario	Canal 5	TV
2	El universo conspira	Uruguay	Serie	TV Ciudad	TV
3	Iguales o parecidos	Uruguay	Serie	TV Ciudad	TV
4	No hay nadie	Uruguay	Serie	TV Ciudad	TV
5	Cartas a mi ex	Argentina	Unitario	TV Ciudad	TV
6	El Club del Deseo	Argentina	Serie	TV Ciudad	TV
7	Ser estar	Argentina	Serie	TV Ciudad	TV
8	Supernova	Argentina	Serie	TV Ciudad	TV
9	Cimarrona	Colombia	Serie	TV Ciudad	TV
10	Clave de sol	Colombia	Serie	TV Ciudad	TV
11	Débora	Colombia	Serie	TV Ciudad	TV
12	La casa de colores	Colombia	Unitario	TV Ciudad	TV
13	Libre y ocupado	Colombia	Serie	TV Ciudad	TV
14	Madre Selva	Colombia	Serie	TV Ciudad	TV
15	Una idea redonda	Colombia	Serie	TV Ciudad	TV
16	Amor perfecto	Brasil	Telenovela	Teledoce	TV
17	Caminos cruzados	Brasil	Telenovela	Teledoce	TV
18	Solo confía	Brasil	Telenovela	Teledoce	TV
19	Tierra de deseos	Brasil	Telenovela	Teledoce	TV
20	Todas las flores	Brasil	Telenovela	Teledoce	TV
21	Verdades secretas 2T	Brasil	Serie	Teledoce	TV
22	Buscando a Frida	USA	Telenovela	Teledoce	TV
23	La suerte de Loli	USA	Telenovela	Teledoce	TV
24	Vuelve a mi	USA	Telenovela	Teledoce	TV
25	Ana de Nadie	Colombia	Telenovela	Canal 4	TV
26	La Ley de Baltazar	Chile	Telenovela	Canal 4	TV



Identificamos
tus Obras



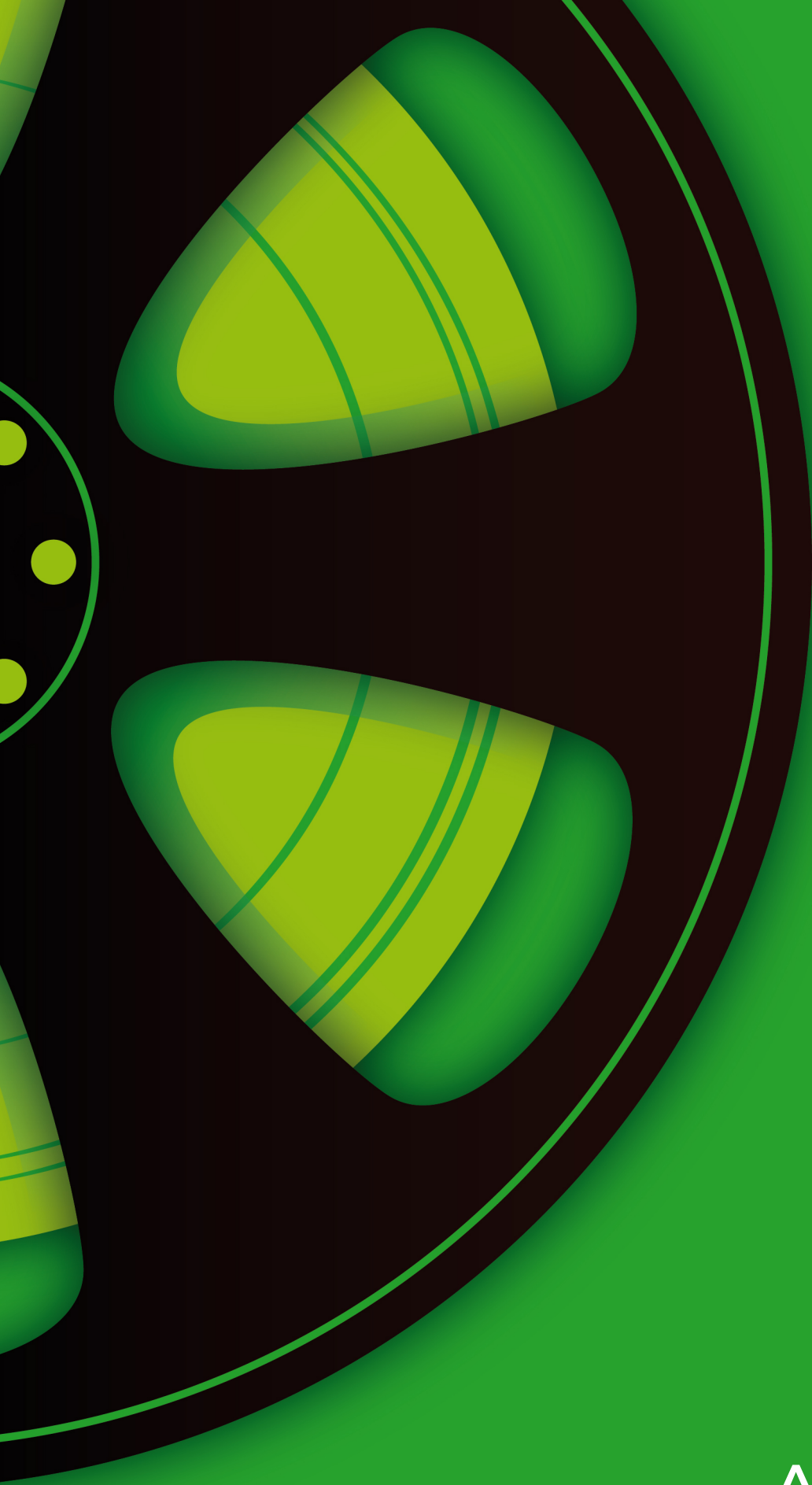
Agencia Iberoamericana
del Registro ISAN



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

LA IA Y EL ERROR DEL BOTÓN:
¿DÓNDE ESTÁ REALMENTE EL CINE?

ARTÍCULO 4

LA IA Y EL ERROR DEL BOTÓN: ¿DÓNDE ESTÁ REALMENTE EL CINE?

Andrés Sáenz

Cualquier postura frente al uso de la Inteligencia Artificial (IA) en la producción cinematográfica abre infinitas perspectivas de análisis. Como creador, gestor y artista a punto de concluir un largometraje producido en un 70% con IA, la pregunta fundamental que me planteo a partir de esta experiencia es tan directa como incómoda: **¿Lo haría otra vez?** ¿Volvería a realizar una obra audiovisual cuya construcción dependa mayoritariamente de algoritmos?

La respuesta más sincera es: **no lo sé.**

Podría suponerse que, tras finalizar esta película, me convertiría en un defensor absoluto de la tecnología y buscaría producir de inmediato explotando estas herramientas. Sin embargo, la ambigüedad de mi respuesta me conduce a una reflexión más profunda: el dilema no radica en si repetiría el proceso, sino en comprender las razones exactas de mi duda.

La IA no ha venido a reemplazar nada, sino a sumarse al abanico de posibilidades disponibles para un creador. Su irrupción nos obliga a replantear el tipo de imágenes que realmente deseamos consumir y, fundamentalmente, abre nuevos campos de discusión sobre cómo reconfiguramos la cadena de valor desde el origen mismo de la creación.

¿DÓNDE ESTÁ REALMENTE EL CINE?

Para traducir la experiencia de producir con IA en un aporte al desarrollo del lenguaje cinematográfico, es necesario retomar preguntas históricas que han acompañado a las imágenes en movimiento desde su origen: ¿qué es esto que estamos viendo y cómo construye sentido en la experiencia humana?

Del celuloide a la nube

Aunque menos del 0,1% de las salas en el mundo proyectaron *Oppenheimer* (Christopher Nolan, 2023) en su formato original de 70 mm IMAX, la diferencia en la experiencia de quien la vio en streaming termina reflejando ese mismo porcentaje insignificante. A pesar del abismo técnico entre

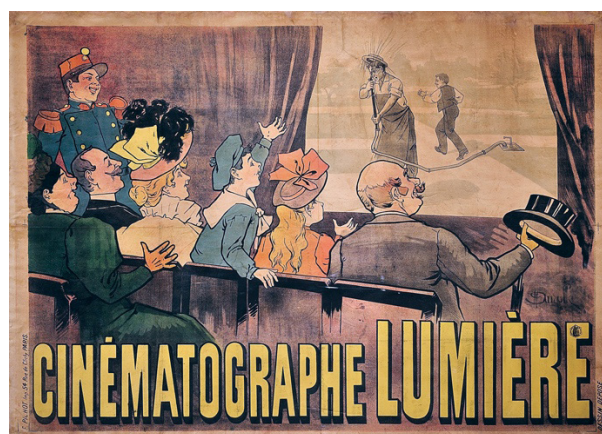
una sala IMAX y la exhibición digital convencional, cada espectador puede hablar de la misma película con exacto peso de validez en un nivel meta sensorial. El valor del hecho cinematográfico opera en la subjetividad de quien mira, independientemente del presupuesto, la técnica de captura, el soporte o el modelo de distribución.



OPPENHEIMER

*Rollo de proyección de 70 mm IMAX (15/70)
montado sobre plato horizontal para su exhibición.
(Fuente: Material de exhibición / Reddit)*

En 1895, con la aparición del cinematógrafo, el verdadero hito no fue el supuesto pánico de la audiencia ante la llegada del tren, sino el salto interpretativo de un público que, por primera vez, se enfrentaba de manera colectiva y sincrónica a una ventana lumínica. Aquella pantalla manifestaba símbolos mediante acciones, objetos y rostros integrados en una secuencia temporal a la que el espectador le otorgaba sentido. Allí, la experiencia se desmarcó de la pura técnica para iniciar una exploración tanto interna como externa de la realidad, impulsada por la sofisticación de la imaginación en combinación con la luz y la sombra expresadas por el sol, una bombilla o un píxel.



CINÉMATOGRAPHE LUMIÈRE

*M. Auzolle (1896).
Cartel publicitario del Cinématographe Lumière.
(Fuente: Wikimedia Commons)*

Cuando el cine dependía exclusivamente del soporte físico —carretes pesados de nitrato etiquetados en una bodega—, el título de una película no bastaba para que el fenómeno sucediera. Sin un proyector, la película era solo una tira de fotogramas estáticos casi idénticos. Hoy, tras la evolución del celuloide al vídeo electromagnético, los discos duros y la nube, la pregunta sigue vigente: **¿dónde viven realmente esas imágenes?** ¿En los bits almacenados en un servidor o en la conciencia de quien los decodifica frente a la pantalla?

El cine es una meta-realidad cuya fuerza radica en la experiencia compartida y la comunicación, más allá del soporte técnico. Es una construcción del tiempo, no del espacio.

EL “DOLOR DE CABEZA” DETRÁS DEL ALGORITMO

La respuesta más directa a mi reticencia inicial es el desgaste inherente a la interacción con la máquina. Aunque la producción tradicional exige negociar constantemente con personas, instituciones y tecnologías, lidiar con la impredecibilidad del algoritmo añade un nivel único de frustración.

Estamos muy lejos del mito simplista de “apretar un botón y obtener una película terminada”. Por más que la IA optimice procesos, la tecnología no sustituye la sensibilidad, la intuición ni el criterio humano. La IA está supeditada a una instrucción (*prompt*) que requiere una base insustituible: la intención del autor.

Como productor y director, reconozco que el motor de este largometraje no es el software, sino mi bagaje personal, mi visión del mundo y mi trayectoria cinematográfica. A lo largo de más de 16 meses de trabajo (iniciados en marzo de 2025), la IA redujo costos y agilizó escenas complejas, permitiéndome asumir la ejecución de forma casi autónoma (con el apoyo puntual de un equipo reducido para rodar una entrevista clave en Argentina y el apoyo inicial de un amigo). Sin embargo, la tecnología no elimina la complejidad del arte cinematográfico.

Así como una película rodada en formato tradicional requiere que múltiples factores jueguen a su favor para prosperar, las producciones que utilizan Inteligencia Artificial no están exentas de esa misma complejidad. Un productor todavía debe mantener el criterio indispensable para conectar los puntos que permitan a las distintas áreas de la industria moverse a favor del film, asegurando una vida saludable dentro de un ecosistema saturado de imágenes.

El equilibrio de cualquier sistema siempre estará sujeto a variables a favor y en contra; allí la creatividad resulta insustituible, ya sea para escribir una sinopsis, cortar un tráiler, diseñar la estrategia de estreno, seleccionar la ruta de festivales o, simplemente, estar en el lugar y momento indicados para aprovechar el azar. La tecnología es apenas un factor variable que depende, en última instancia, de un eje humano movido por la inspiración, el reto y el sentido de logro.



ECLÍPTICA: EL MITO DE LA LUZ
Mesa de montaje en Final Cut Pro X (2026).

Del prompt al montaje: Trazabilidad algorítmica.

En una conversación reciente con Hilda María de EGEDA Ecuador, comentábamos que medir el porcentaje exacto de IA en una obra audiovisual es una tarea compleja. Por ello, quizás resulta más útil detallar las áreas donde intervino el algoritmo en mi proceso:

- **Logística y Gestión:** Estructuración de cronogramas, asistencia administrativa, borrado de contratos y planificación de ruta de festivales, redacción de correos electrónicos.
- **Guion y Concepto:** Modelado de la estructura narrativa, desarrollo de arquetipos de personaje, redacción de loglines y dossiers en múltiples idiomas.
- **Diseño Visual:** Generación de *storyboards*, exploración conceptual de imágenes y renderizado de secuencias en movimiento para escenas específicas.
- **Música y Sonido:** Creación de maquetas y pistas musicales.
- **Postproducción:** Pulir conceptos de montaje, traducción y subtítulo.
- **Investigación:** Rastreo de material de archivo y revisión de derechos.

Ninguno de estos pasos se habría logrado sin experiencia y criterio humano detrás. Estoy seguro de que si hiciéramos el experimento de entregar la misma premisa (o incluso un guion terminado) y las mismas herramientas de IA a diez cineastas distintos, con perfiles y edades similares, obtendríamos diez películas completamente diferentes. La diferencia no radicaría en la tecnología, sino en la conceptualización, la visión de mundo y el argumento de cada creador.

BENJAMIN, PASOLINI Y VERTOV EN LA ERA ALGORÍTMICA

"Soy el cine-ojo. Soy un ojo mecánico. Yo, la máquina, os muestro el mundo como solo yo puedo verlo. Me libero desde hoy y para siempre de la inmovilidad humana..."

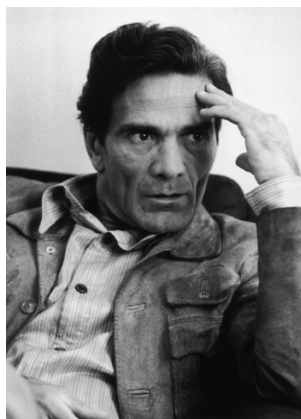
— Dziga Vertov, *Manifiesto del Cine-Ojo* (1923)

Casi proféticamente, un siglo después de que Vertov teorizara la emancipación de la cámara, los oficios del cine se replantean frente a una entidad que ya ni siquiera necesita un lente físico para registrar la realidad. La máquina ahora sintetiza imágenes procesando el archivo acumulado de los imaginarios colectivos.

Mientras Vertov le otorgaba una voz automática a la cámara para celebrar la llegada del ojo mecánico perfecto, hoy los oficios del cine miran con recelo esa misma utopía futurista, temiendo que la máquina sustituya al realizador. Sin embargo, lo que para algunos se percibe como una amenaza —una entidad sintética que no requiere un lente físico para crear imágenes, sino que las sintetiza a partir del archivo colectivo del cine mundial— no es el fin del trabajo humano, sino la apertura de una nueva frontera expresiva. La historia demuestra que cada salto tecnológico no elimina al artista, sino que expande el horizonte de lo posible: del mismo modo que la llegada de la fotografía no destruyó la pintura, sino que dio paso a las vanguardias, la IA desmaterializa la técnica para obligarnos a reinventar la mirada. De alguna manera, hemos venido repitiendo este mismo mantra cada vez que la tecnología abre una brecha hacia nuevas posibilidades creativas.



Walter Benjamin
(1892–1940)
La obra de arte en la época
de su reproducibilidad
técnica (1936).



Pier Paolo Pasolini
(1922–1975)
El «cine de poesía» y la
semiótica de la realidad
(1965).



Dziga Vertov
(1896–1954)
El hombre de la cámara y el
Manifiesto del Cine-Ojo.

(Fuente fotográfica: Archivo histórico / Dominio público)

¿Carece de aura el cine generado con IA?

La noción de aura descrita por Walter Benjamin debería, de una vez por todas, redimirse en el entorno algorítmico. La historia demuestra con suficiencia que el cine es un entramado de elementos visuales, sonoros y reflexivos al servicio de la intención y del propósito humano, ya sea este artístico, económico, político o filosófico. El desarrollo de la IA —mediante la tokenización de bloques de vídeo que dialogan entre sí— desafía nuestra capacidad de asombro, tensionando aquello que damos por sentado frente a lo que se despliega para maravillarnos. No obstante, por nuestra rápida capacidad de normalización, pronto lo asimilamos y emprendemos la siguiente búsqueda externa para volver a sorprendernos. Quizás olvidamos que el aura no reside en el objeto en sí mismo, sino en el sujeto que lo contempla y lo convierte en experiencia.

Como cualquier tecnología, la IA no está exenta de ser utilizada con fines que atenten contra los valores universales. Debemos recordar que el propio cine, mucho antes de la llegada de los algoritmos, ya fue empleado como herramienta de propaganda para imponer narrativas oficiales y sesgadas.

Pasolini y la resistencia del montaje

En sus escritos sobre semiótica, Pier Paolo Pasolini planteaba que la realidad es un lenguaje cuyas “palabras” son los objetos, rostros y acciones del mundo, mientras que el cine actúa como su lengua escrita. Para el cineasta italiano, **no existía una frontera ontológica real entre la realidad y la**

ficción: ambas están hechas de la misma materia. La ficción no es una falsificación de lo real, sino una realidad en sí misma, una reconfiguración de los mismos signos que operan en el mundo material.

Al trasladar este principio a la imagen sintética, descubrimos que la representación generada por Inteligencia Artificial no es un simulacro inerte ni una simple ilusión desconectada del plano existencial. Aunque nazca de cálculos probabilísticos sobre billones de datos en un espacio latente, la imagen algorítmica opera en la percepción humana con la misma fuerza que el registro en celuloide: genera afectos, despierta debates políticos e impresiona poéticamente sobre cuerpos y mentes reales. Si la ficción es ya una realidad con peso propio, la imagen generada por IA se integra al mundo como un objeto sintáctico con capacidad de transformar la conciencia de quien la mira y viceversa.

Esta disolución entre el “registro de lo real” y la “construcción sintética” nos sitúa inevitablemente en los dominios de la alegoría de la **Caverna de Platón**, donde la línea que separa la imagen y lo que esta representa, se vuelve difusa.

El umbral platónico: Discrepancia y convergencia

Por un lado, surge la **discrepancia** con el pensamiento platónico tradicional. Para Platón, las sombras proyectadas en la pared de la caverna eran un engaño de tercer orden, una degradación trágica de la Verdad y de las Ideas puras. Bajo esa visión estricta, la IA sería el nivel más profundo de la caverna conocida hasta hoy por el ser humano: una sombra generada por el cálculo de un algoritmo que imita a otra sombra (la fotografía), la cual a su vez imitaba al mundo del primer orden de conciencia.

Sin embargo, en el territorio del cine y siguiendo la intuición de Pasolini, es precisamente en la pared de la caverna donde se produce la **confluencia**. La sombra no es la negación de la realidad, sino la única forma en que la realidad puede ser aprehendida y significada colectivamente. La imagen sintética no engaña al espectador por no tener un negativo de película detrás; al contrario, demuestra que el mito, la proyección y la luz siempre han sido la materia prima con la que el ser humano le da sentido a su existencia. La caverna no es una prisión de la que hay que huir destruyendo la pantalla, sino el espacio sagrado donde la imaginación humana se reconoce a sí misma por medio de un ritual eterno.

La decisión ética en el flujo de la simulación

Es en este punto de convergencia donde la diferencia ética y autoral no reside en el origen del píxel ni en la naturaleza de la sombra, sino en la **resistencia del montaje**.

Para Pasolini, el montaje era el acto político y existencial por excelencia: la decisión tajante de cortar la masa caótica y continua de la vida para otorgarle un sentido, una estructura y una trayectoria moral. En la producción sintética, la “masa caótica” ya no proviene del flujo ininterrumpido de la realidad física durante el rodaje, sino de la hiperproducción incesante de variantes y opciones algorítmicas. El rol del cineasta no es ser un mero espectador fascinado por las sombras de la caverna, sino intervenir ese flujo automatizado, interrumpir la simulación genérica y dotar a la obra de una verdad histórica, carnal y humana.

Detrás de la pantalla, la verdadera disputa sigue siendo la misma: la guerra por la narrativa y la construcción del sentido. Históricamente, las imágenes han sido manipuladas mediante la elipsis, la yuxtaposición o los trucajes visuales para alterar la percepción de lo real. La Inteligencia Artificial no es una ruptura demoníaca ni una magia milagrosa; es la continuación hiperacelerada de esa misma tensión representacional donde el creador debe decidir si se limita a proyectar sombras automáticas o si asume el riesgo de articular una mirada.

La IA no va a reemplazar el objetivo o cine-ojo dotado de un súper poder que permite ingresar a la intimidad del espejo del ser humano como parte del mundo, sino que debería integrarse como

una herramienta que permita expandir la consciencia de quienes lo experimentan, a través de la actuación, el documento, el modelo de producción y por supuesto el diálogo entre todas las partes que conforman esa esfera de realidad cinematográfica.

EL NUEVO NIVEL EN LA CAVERNA DE PLATÓN

Frente a cada salto tecnológico de esta magnitud, la reflexión regresa inevitablemente a la alegoría de la Caverna de Platón. Nos vemos obligados a examinar cómo nos adaptamos a una nueva capa de representación visual.

Incluso para la redacción de este testimonio he utilizado herramientas de IA con el fin de pulir la sintaxis y ordenar las ideas. La máquina exige límites y dirección consciente; sin una guía clara, el algoritmo se dispersa y desvirtúa la visión del autor. No obstante, es innegable que, en ocasiones, el azar del *token* o un “error” en la generación algorítmica ofrece hallazgos brillantes que, al ser integrados por decisión autoral, enriquecen la película.

Determinar la proporción exacta entre creación humana y sintética es una discusión que el tiempo y la práctica irán delimitando. Mientras la industria reorganiza sus cadenas de valor y los organismos de gestión evalúan la trazabilidad del trabajo, los realizadores debemos concentrarnos en lo esencial.

Lo ejecutado en este largometraje es apenas un paso primitivo dentro de una transformación irreversible. Quienes vivieron el nacimiento de la red a finales del siglo XX recuerdan las dudas sobre la propiedad intelectual, el copyright y la monetización. Hoy, las nuevas generaciones habitan esa infraestructura con naturalidad. Han nacido en un nuevo nivel de la caverna, equipadas para interpretar las sombras y luces de su propio tiempo.

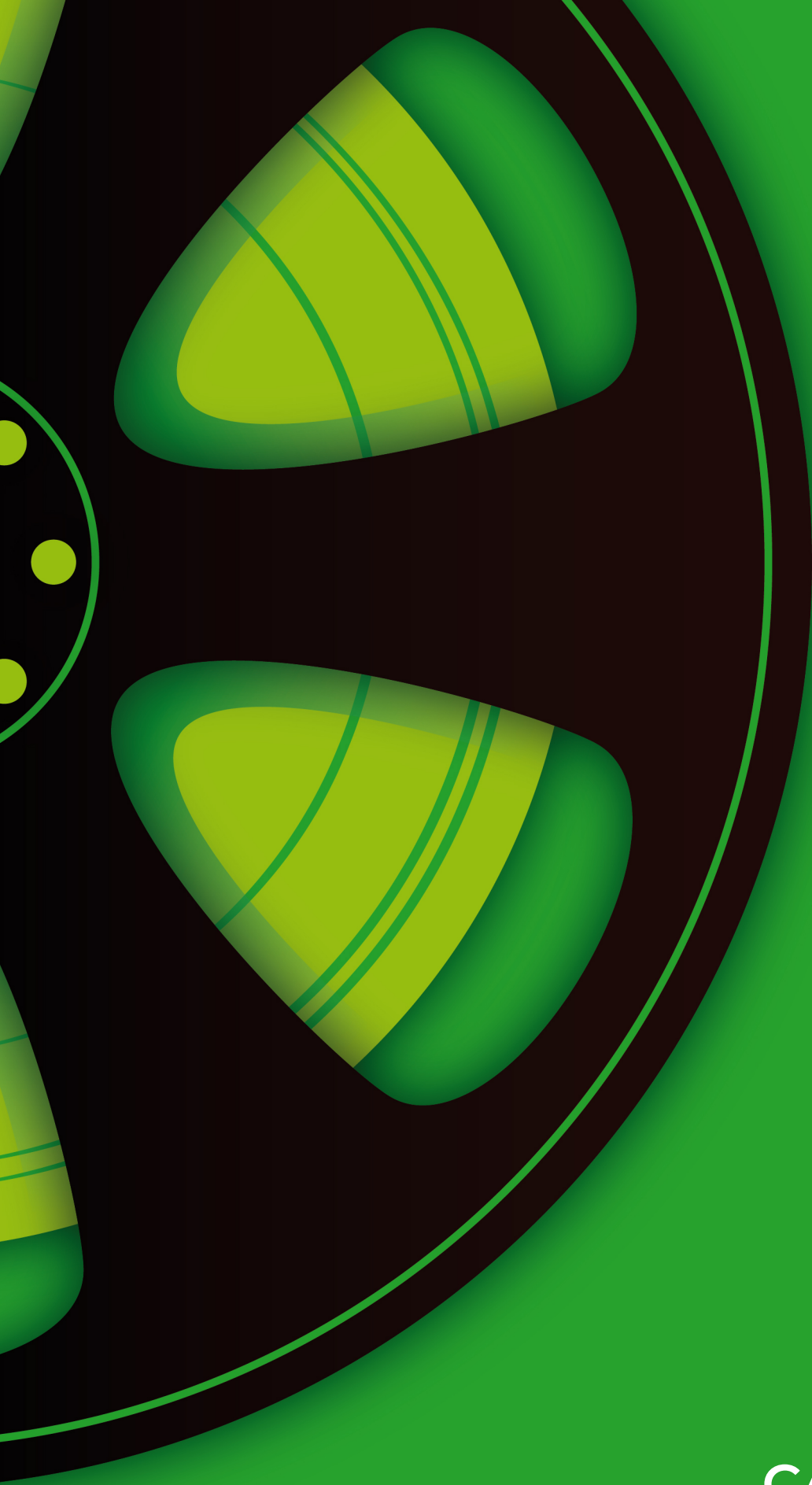


ANDRÉS SÁENZ

Director, productor y guionista.

Aborda el cine no como un inventario pulcro de obras moldeadas, sino como una búsqueda visceral donde sonido e imagen se funden en un solo impulso. Su práctica propone una política íntima y una representación cruda del territorio, confrontando la domesticación de la racionalización para visibilizar lo imperceptible. Para Sáenz, la narrativa es una herramienta viva que interpela la memoria colectiva y tensa los vínculos comunitarios a partir de la propia experiencia de habitar el mundo.

Actualmente presenta el largometraje *Eclíptica: El mito de la luz*. Esta obra sintetiza su investigación sobre el archivo y la imagen tecnológica como una síntesis entre resistencia y fluidez, generando un diálogo desde una atmósfera donde la memoria histórica, la representación y el azar se entrecruzan para cuestionar la forma en que nos narramos desde la narrativa máster.



CAPÍTULO III

EL CINE IBEROAMERICANO MÁS
ALLA DE SUS FRONTERAS

CAPÍTULO III

EL CINE IBEROAMERICANO MÁS ALLA DE SUS FRONTERAS

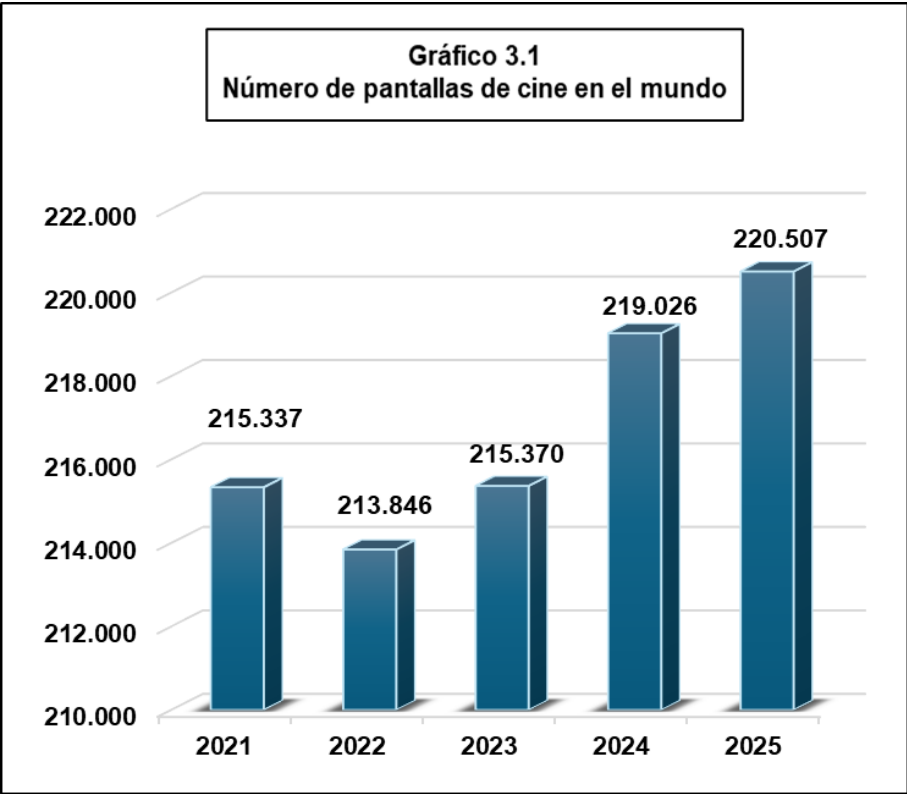
Por Departamento de Reparto de EGEDA

PANORAMA CINEMATOGRAFICO MUNDIAL

La asistencia a los cines en el mundo en 2025 suma 4.977 millones de espectadores y más de 33.300 millones de dólares de ingresos. El número de salas de cine rebasa las 220.000, las producciones estrenadas suman 7.707, la frecuencia anual de asistencia por habitante se sitúa en 0,6 películas y el precio medio de la entrada es de 6,6 dólares (cuadro 3.1).

<i>Cuadro 3.1</i>					
<i>Panorama cinematográfico mundial</i>					
Datos	2021	2022	2023	2024	2025
Población (millones)	7.954	8.021	8.091	8.161	8.231
Pantallas	215.337	213.846	215.370	219.026	220.507
Ingresos cine (millones USD)	17.956	25.484	32.963	30.314	33.399
Espectadores cine (millones)	3.242	4.177	5.293	4.843	4.977
Producciones estrenadas	6.634	7.649	7.699	7.946	7.707
Asistencia anual por habitante	0,4	0,5	0,6	0,6	0,6
Importe entrada (USD)	5,5	6,1	6,2	6,3	6,6

La evolución de las salas de exhibición cinematográfica registra su mínimo en 2022 con 213.846 y un máximo en 2025 de 220.507, con un incremento de más de 6.600 pantallas respecto a dicho año (gráfico 3.1).



En 2025 un estreno superó los 2.000 millones de dólares de ingresos y otros dos los 1.000 millones. La cuota de mercado del top-10 mundial supuso un 30% de los espectadores totales (1.493,8 millones de espectadores). Por otra parte, el top-25 está compuesto por 19 películas estadounidenses, cinco estrenos procedentes de China y una producción japonesa.

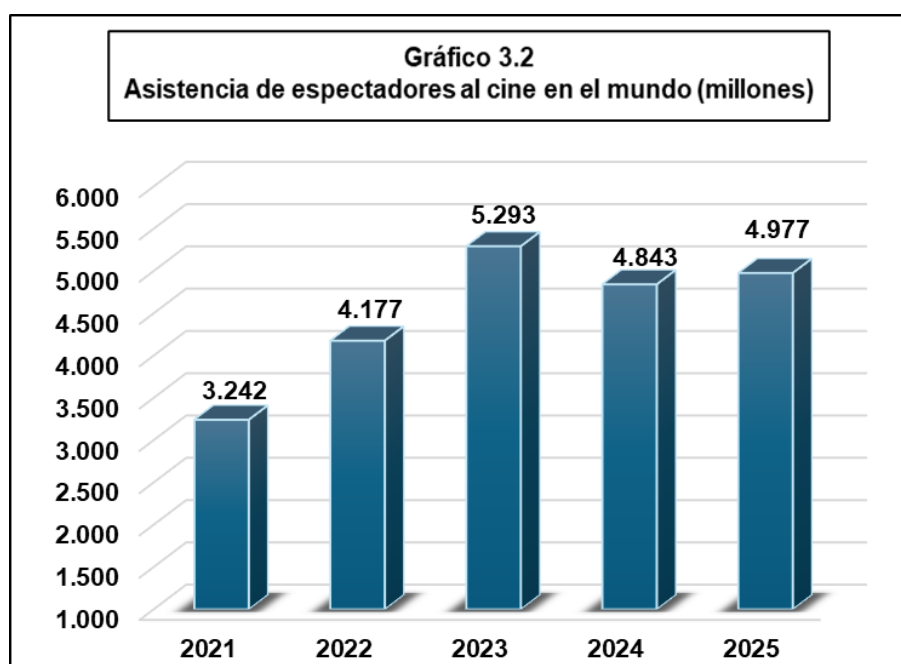
El estreno con más éxito mundial en 2025 es la película de animación china *Ne Zha 2*, con más de 300 millones de espectadores y 2.000 millones de dólares de ingresos. En segunda posición del ranking se sitúa la producción estadounidense *Zootopia 2*, con 222,6 millones de espectadores y 1.468,9 millones de dólares de recaudación y en tercera posición *Lilo & Stitch* con 157,3 millones de espectadores y más de 1.000 millones de dólares de ingresos. La película realizada con imagen real con más éxito mundial se encuentra en quinto lugar (*Jurassic World: Rebirth*), con más de 131 millones de entradas vendidas y casi 870 millones de dólares de ingresos (cuadro 3.2).

Cuadro 3.2
Ranking mundial de estrenos cinematográficos (est 6,6\$). Año 2025

N.	Título	Origen	Espectadores (millones)	Ingresos (millones USD)
1	Ne Zha 2	China	303,2	2.001,2
2	Zootopia 2	USA	222,6	1.468,9
3	Lilo & Stitch	USA	157,3	1.038,0
4	Minecraft	USA	145,2	958,1
5	Jurassic World: Rebirth	USA	131,7	869,2
6	Avatar: Fire and Ash	USA	130,3	859,8
7	Demon Slayer: Infinity Castle - Part 1	Japón	118,2	779,8
8	How to train your Dragon	USA	96,4	636,3
9	F1	USA	95,6	630,7

10	Superman	USA	93,4	616,8
11	Mission Impossible - The Final Reckoning	USA	89,6	591,3
12	The Fantastic Four: First steps	USA	78,9	520,5
13	Wicked: For good	USA	76,8	507,1
14	The Conjuring: Last rites	USA	75,0	494,7
15	Detective Chinatown 1900	China	68,9	454,9
16	Captain America: Brave New World	USA	62,7	413,7
17	Dead to rRights	China	58,4	385,3
18	Thunderbolts*	USA	57,9	382,4
19	Sinners	USA	55,7	367,9
20	Final destination Bloodlines	USA	47,9	315,8
21	Weapons	USA	40,8	269,1
22	731	China	38,0	250,5
23	The bad guys 2	USA	36,3	239,4
24	Five Nights at Freddy's 2	USA	33,7	222,7
25	Nobody	China	33,0	217,5

La evolución de la asistencia a las salas cinematográficas en el periodo 2021-2025 muestra un máximo de 5.293 millones de espectadores en 2023 y un mínimo de 3.242 millones en 2021. En el último año del periodo la venta de entradas en cines se sitúa en 4.977 millones (gráfico 3.2).



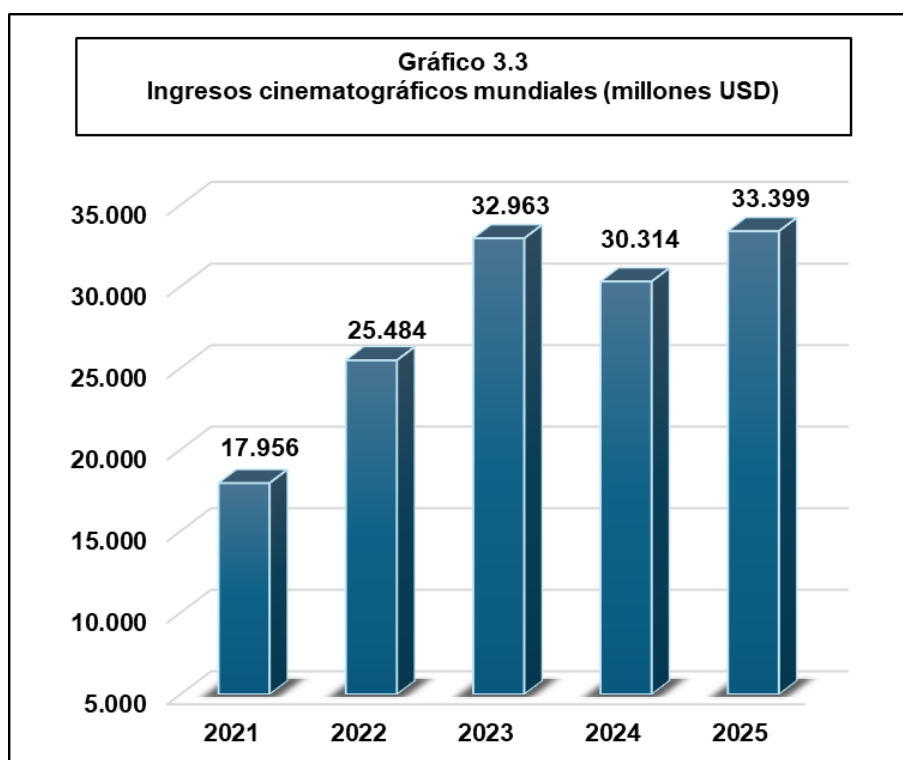
El top-15 mundial de estrenos iberoamericanos cinematográficos ordenado por los ingresos, está compuesto por ocho películas españolas, tres brasileñas, dos mexicanas, una argentina y una peruana. El ranking está liderado por la película brasileña *Ainda estou aqui*, con 33,1 millones de dólares de ingresos, seguida de la producción española *Padre no hay más que uno 5*, con 15 millones de dólares y por la producción argentina *Homo Argentum* con 10,7 millones de dólares de ingresos (cuadro 3.3).

Cuadro 3.3

Ranking mundial de estrenos iberoamericanos. Año 2025

N.	Título	Origen	Ingresos (\$)
1	Ainda estou aqui	Brasil	33.120.300
2	Padre no hay más que uno 5	España	15.154.151
3	Homo Argentum	Argentina	10.729.572
4	Sirât	España	10.150.009
5	La habitación de al lado	España	10.055.002
6	O auto da Compadecida 2	Brasil	9.747.631
7	O agente secreto	Brasil	8.787.843
8	Mesa de regalos	México	7.330.911
9	El cautivo	España	6.248.540
10	Chavín de Huántar, el rescate del siglo	Perú	5.296.769
11	Wolfgang (Extraordinario)	España	4.518.208
12	Los domingos	España	4.471.607
13	La cena	España	4.078.244
14	El casoplón	España	3.742.281
15	Mirreyes vs Godínez: Las Vegas	México	3.712.544

La evolución mundial de los ingresos por la venta de entradas en las salas de cine de todo el mundo, en el periodo 2021-2025, muestra una tendencia parecida a la de la asistencia, con un mínimo de 17.956 millones de dólares en 2021 y un máximo de más de 33.399 millones en 2025 (gráfico 3.3).

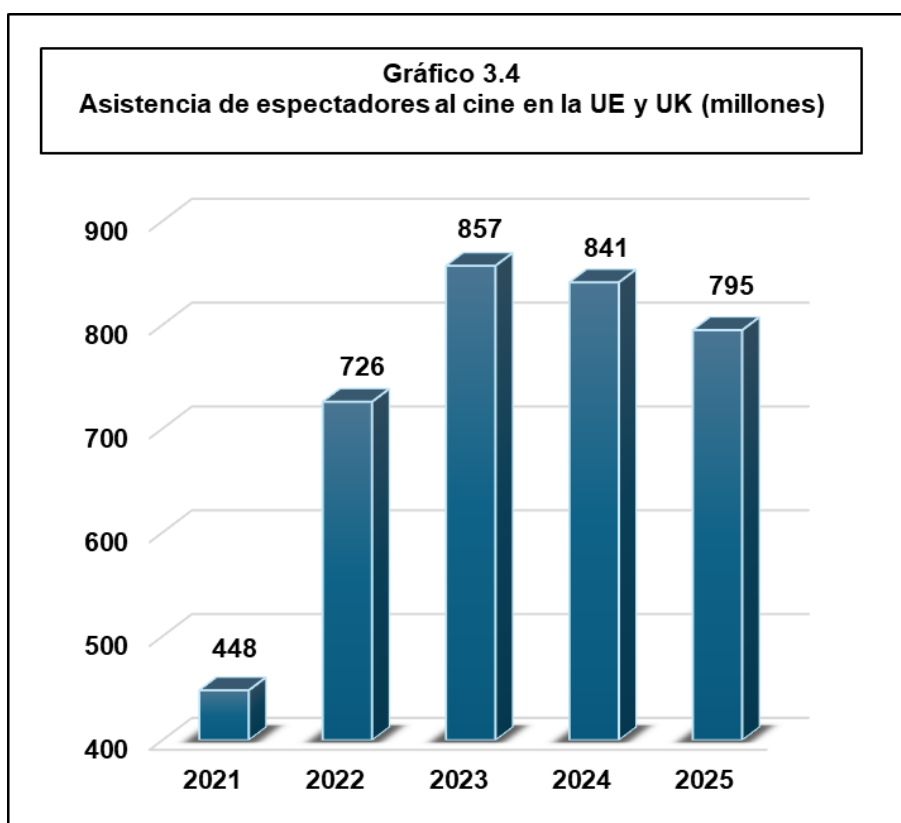


EL CINE IBEROAMERICANO EN EUROPA

La asistencia a los cines en la Unión Europea y Reino Unido en 2025 suma 795 millones de espectadores y 7.356 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 en un 31,4%, la frecuencia anual de asistencia es de 1,1 películas por habitante y el precio medio de la entrada asciende a 9,2 dólares (cuadro 3.4).

Cuadro 3.4					
Panorama cinematográfico en Europa (UE y UK)					
Datos	2021	2022	2023	2024	2025
Población (millones)	748	746	745	745	744
Pantallas cinematográficas	32.485	32.864	36.103	36.719	36.669
Ingresos cine (millones USD)	3.771	5.761	7.260	7.204	7.356
Espectadores cine (millones)	448	726	857	841	795
Cuota cine europeo (%)	26,5	29,8	27,2	33,3	31,4
Producciones (Films+Docs)	2.076	2.355	2.377	2.514	2.522
Importe entrada (USD)	8,4	8,0	8,4	8,5	9,2
Asistencia anual por habitante	0,5	1,0	1,2	1,1	1,1

La evolución de la asistencia a las salas cinematográficas, en el periodo 2021-2025 en la Unión Europea y Reino Unido, muestra un máximo de 857 millones de espectadores en 2023 y un mínimo de 448 millones de espectadores en 2021. En el último año del periodo, la venta de entradas en los cines se sitúa en 795 millones (gráfico 3.4).



El top-25 cinematográfico en Europa en 2025 está conformado por 21 estrenos estadounidenses, dos británicos (uno coproducción con Estados Unidos y otro con Francia), uno alemán y uno japonés. La cuota de mercado del top-10 de este ranking supuso el 24,4% de los espectadores cinematográficos totales (194,2 millones). En cuanto al volumen de entradas vendidas, los dos estrenos con más éxito superan los 28 millones de espectadores, otro rebasa los 26 millones y otro se sitúa por encima de los 23 millones de espectadores (cuadro 3.5).

El ranking está liderado por *Minecraft*, *Lilo & Stitch* y *Zootopia 2*. Las producciones europeas con más éxito son las británicas *Bridget Jones: Mad about the Boy* (11,7 millones) y *Paddington in Peru* (7,1 millones) y la alemana *Das Kanu des Manitu* (6,1 millones).

Cuadro 3.5				
Ranking europeo de estrenos cinematográficos. Año 2025				
N.	Título	Origen	Mercados	Espectadores
1	Minecraft	USA	31	28.999.557
2	Lilo & Stitch	USA	29	28.365.146
3	Zootopia 2	USA	31	26.787.512
4	Avatar: Fire and Ash	USA	31	23.783.796
5	Jurassic World: Rebirth	USA, UK	31	19.037.407
6	How to Train Your Dragon	USA, UK	30	14.690.230
7	F1	USA	31	14.684.801
8	The Conjuring: Last Rites	USA	31	13.643.914
9	Mission: Impossible - The Final Reckoning	USA, UK	31	12.516.769
10	Bridget Jones: Mad About the Boy	UK, USA	31	11.776.377
11	Wicked: For Good	USA, UK	15	10.162.750
12	Superman	USA	21	10.090.408
13	The Fantastic Four: First Steps	USA, UK	31	9.965.569
14	The Bad Guys 2	USA	29	8.762.167
15	Captain America: Brave New World	USA	31	8.627.833
16	One Battle After Another	USA	31	7.702.713
17	Mufasa: The Lion King	USA	28	7.596.264
18	Smurfs	USA	31	7.319.545
19	Paddington in Peru	UK, FR	30	7.108.743
20	Thunderbolts*	USA	31	7.029.353
21	Snow White	USA	31	6.889.749
22	Sonic the Hedgehog 3	USA	28	6.607.465
23	Das Kanu des Manitu	Alemania	3	6.146.796
24	Weapons	USA	31	6.115.775
25	Demon Slayer: Infinity Castle - Part 1	Japón	30	5.868.025

El top-25 de los estrenos europeos en Europa en 2025, está conformado por seis películas británicas, cuatro alemanas, cuatro francesas, cuatro italianas, dos polacas, dos turcas, una española, una letona y una noruega (cuadro 3.6).

El resto de las producciones europeas con más éxito en los cines europeos, aparte de las anteriormente mencionadas, son la británica *Downton Abbey: The Grand Finale* y la italiana *Buen Camino*, ambas con más de 4 millones de entradas vendidas.

Cuadro 3.6
Ranking europeo de estrenos europeos. Año 2025

N.	Título	Origen	Mercados	Espectadores
1	Bridget Jones: Mad about the Boy	UK, USA	31	11.776.377
2	Paddington in Peru	UK, Francia	30	7.108.743
3	Das Kanu des Manitu	Alemania	3	6.146.796
4	Downton Abbey: The Grand Finale	UK, USA	29	4.734.398
5	Buen Camino	Italia	2	4.519.502
6	Die Schule der magischen Tiere 4	Alemania	3	3.243.728
7	God save the Tuche	Francia	4	3.214.866
8	We live in time	UK, Francia	23	2.866.214
9	Cónclave	UK, USA	27	2.803.147
10	Yan Yana	Turquía	9	2.723.868
11	Follemente (Madly)	Italia	20	2.671.768
12	Maria	Italia	30	2.539.022
13	Dom Dobry	Polonia	7	2.370.995
14	Flow	Letonia	29	2.321.629
15	Padre no hay más que uno 5	España	1	2.043.434
16	Dracula: A Love Tale	Francia	21	1.967.108
17	The Salt Path	UK	13	1.956.417
18	Hvis ingen går i fella	Noruega	23	1.863.181
19	Rafadan Tayfa: Kapadokya	Turquía	7	1.757.473
20	Ma mère - Dieu et Sylvie Vartan	Francia	17	1.676.092
21	Un ours dans le Jura	Francia	8	1.664.825
22	Tesciowie 3	Polonia	7	1.533.669
23	Diamanti	Italia	17	1.532.348
24	Wunderschöner	Alemania	3	1.520.619
25	Grand Prix of Europe	Alemania	31	1.513.753

El Panorama Audiovisual 2026 incluye un análisis específico del top-10 iberoamericano en los principales mercados europeos en 2025, 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 37 títulos, una asistencia conjunta de 6,9 millones de espectadores y 57,5 millones de dólares de ingresos. El 67,5% (25 títulos) del total se realizó en régimen de coproducción y, de éstos, siete títulos se produjeron entre países iberoamericanos (cuadro 3.7).

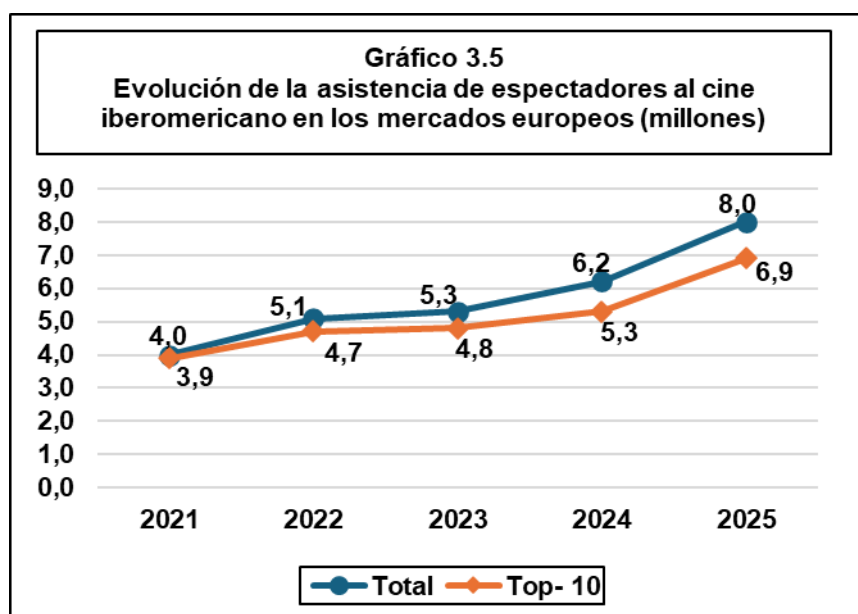
En cuanto a los géneros, 29 son obras de ficción, una es un documental cinematográfico y siete son obras de animación. Las de ficción y el documental acumulan 5,8 millones de espectadores y las de animación 1,1 millones. Todos los estrenos pertenecen a distribuidoras independientes.

Cuadro 3.7

Datos de los estrenos iberoamericanos en mercados europeos. Año 2025

Mercados incluidos en el estudio	9
Número de estrenos totales	265
Número de estrenos totales top-10	81
Espectadores totales cine iberoamericano	8.042.967
Ingresos totales cine iberoamericano (\$)	65.804.361
Espectadores top-10 cine iberoamericano	6.986.461
Ingresos top-10 de cine iberoamericano (\$)	57.526.584
Número de títulos de la muestra	37
Número de coproducciones	25
Coproducciones internacionales	18
Coproducciones iberoamericanas	7
Número de títulos estrenos ficción/documental	30
Número de títulos de animación	7
Espectadores títulos de ficción/documental	5.877.610
Espectadores títulos de animación	1.108.851
Ingresos títulos de ficción (\$)	49.836.283
Ingresos títulos de animación (\$)	7.690.301
Espectadores de distribuidoras independientes	65.804.361
Espectadores Estudios Americanos	0

La evolución de los espectadores del cine iberoamericano en Europa muestra un incremento progresivo de los totales y de los top-10, desde 2021 hasta el final del periodo analizado. Los máximos tienen lugar en 2025 con 8 millones y 6,9, y los mínimos en 2021, con 4 y 3,9 millones de espectadores, respectivamente. Desde 2021 a 2025, los espectadores totales aumentan en 4 millones y los del top-10 en 3 (gráfico 3.5).



El número total de estrenos iberoamericanos en los mercados europeos en 2025 asciende a 265, siendo Italia (70) y Francia (62) los países que estrenaron un mayor número de títulos. El total de espectadores asciende a 8 millones y la recaudación en los mercados estudiados suma 65,8 millones de dólares (cuadro 3.8).

Los países europeos con una mayor asistencia de espectadores al cine iberoamericano son Francia (3 millones), Alemania (1,1 millones), Italia (1,1 millones) y Reino Unido (un millón). Por ingresos, el primero también fue Francia (24,6 millones de dólares), seguido de Alemania (12 millones), Reino Unido (9,4 millones de dólares) e Italia (7,8 millones de dólares).

Cuadro 3.8
El cine iberoamericano en mercados europeos. Año 2025

N.	País de estreno	Estrenos	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Alemania	36	1.180.455	12.045.809
2	Austria	18	171.826	1.737.365
3	Francia	62	3.017.658	24.688.064
4	Italia	70	1.137.553	7.856.060
5	Países Bajos	23	385.069	4.697.843
6	Polonia	1	5.134	28.749
7	Reino Unido	21	1.041.689	9.479.366
8	Rusia	16	909.800	4.229.466
9	Turquía	18	193.784	1.041.640
Total		265	8.042.967	65.804.361

El mayor volumen de asistencia y recaudación acumulados por el top-10 de los nueve mercados analizados también tuvo lugar en Francia, con 2,4 millones de espectadores y 20,3 millones de dólares de ingresos, seguido de Alemania con un millón de espectadores y 11,2 millones de dólares de ingresos (cuadro 3.9).

Cuadro 3.9
Top-10 del cine iberoamericano en mercados europeos. Año 2025

N.	País de estreno	Estrenos	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Alemania	10	1.096.116	11.233.729
2	Austria	10	159.937	1.613.676
3	Francia	10	2.486.888	20.345.728
4	Italia	10	925.526	6.550.148
5	Países Bajos	10	330.584	4.033.120
6	Polonia	1	5.134	28.749
7	Reino Unido	10	992.897	9.035.364
8	Rusia	10	818.052	3.762.983
9	Turquía	10	171.327	923.087
Total		81	6.986.461	57.526.584

La evolución del top-10 de cine iberoamericano en mercados europeos en el periodo 2021-2025 refleja que, el año postpandemia fue el que menos estrenos registró (70) y los que más fueron 2022, 2024 y 2025 con 81 producciones iberoamericanas lanzadas en cada año. 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 2025, con 57,5 millones de dólares, frente al mínimo de 2021 con 28 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					
Top-10 del cine iberoamericano en mercados europeos. Periodo 2021-2025					
Datos	2021	2022	2023	2024	2025
Mercados analizados	9	9	9	9	9
Número de estrenos	70	81	75	81	81
Espectadores top-10	3.955.837	4.714.903	4.858.386	5.391.344	6.986.461
Ingresos top-10 (\$)	28.075.691	32.623.636	33.464.337	39.286.729	57.526.584
Número de títulos	36	38	48	33	37
Número de coproducciones	19	23	18	17	25
Coproducciones internacionales	17	14	12	14	18
Coproducciones iberoamericanas	2	9	6	3	7

Un total de 9 países iberoamericanos estuvieron representados en el panorama cinematográfico europeo en 2025: Argentina, Brasil, Colombia, Ecuador, España, México, Perú, Paraguay y Portugal. A estos países hay que añadir a Chile como coproductor minoritario.

Los estrenos con más éxito acumulado son los españoles, con cinco millones de espectadores, y los brasileños con 1,3 millones. La distribución es la siguiente: España 19 títulos (once en coproducción), México seis títulos, Brasil cuatro títulos, Argentina tres títulos y Colombia, Ecuador, Paraguay, Perú y Portugal uno cada país (cuadro 3.11).

Cuadro 3.11				
Distribución de los títulos iberoamericanos en mercados europeos por su origen. Año 2025				
N.	País de origen	Títulos	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Argentina	3	84.747	359.478
2	Brasil	4	1.358.559	11.947.313
3	Colombia	1	16.365	78.759
4	Ecuador	1	5.834	29.318
5	España	19	5.023.039	41.806.536
6	México	6	283.302	2.188.175
7	Perú	1	132.671	678.213
8	Paraguay	1	69.384	324.497
9	Portugal	1	12.560	114.294
Total		37	6.986.461	57.526.584

El análisis de los 37 títulos presentes en el top-10 de los mercados europeos analizados refleja que los títulos con más espectadores acumulados son la coproducción hispano-británica *Lo que aprendí de mi pingüino* (1,2 millones), la película brasileña *Ainda estou aqui* (978.293) y las obras españolas *Sirât* (765.680) y *La habitación de al lado* (710.249).

Los lanzamientos con más presencia son *Ainda estou aqui* con siete países, *Heidi, el rescate del lince* seis países, *Lo que aprendí de mi pingüino* cinco países y *Mi única familia* y *El maestro que prometió el mar* ambos presentes en cuatro países cada uno (cuadro 3.12).

Cuadro 3.12

Ranking de títulos cinematográficos iberoamericanos estrenados en mercados europeos. Año 2025

N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)	Mercados
1	Lo que aprendí de mi pingüino	España, R. Unido	1.217.883	12.074.390	5
2	Ainda estou aqui	Brasil, Francia	978.293	8.494.128	7
3	Sirât	España, Francia	765.680	6.366.176	3
4	La habitación de al lado	España	710.249	5.827.877	3
5	Heidi, el rescate del lince	España, Alemania	604.290	4.847.402	6
6	Tres adioses	España, Italia	333.598	2.560.930	1
7	O agente secreto	Brasil, Francia	300.785	2.591.651	3
8	Strangers: Capítulo 2	España, R. Unido	254.767	2.169.160	5
9	Mi única familia	España, R. Unido	239.239	2.090.362	4
10	200% lobo	España, Australia	143.407	531.510	1
11	El maestro que prometió el mar	España	135.085	1.245.714	4
12	Kayara	Perú, España	132.671	678.213	3
13	Buffalo Kids	España	121.021	1.097.979	3
14	Rich Flu	España, Chile	113.225	646.744	1
15	Tu sangre	España	111.821	503.985	1
16	La desaparición de Josef Mengele	México, Alemania	106.765	1.012.527	3
17	Zona cero	España, USA	100.084	590.979	2
18	O último azul	Brasil, Chile, México	71.970	793.182	3
19	El ritual del libro rojo 2	Paraguay, N. Zelanda	69.384	324.497	1
20	Jugaremos en el bosque	México	66.810	333.668	1
21	Dalia y el libro rojo	Argentina, Perú, Colombia	66.489	238.153	2
22	Tardes de soledad	España, Portugal, Francia	46.334	379.068	1
23	La cocina	México, USA	45.248	347.031	3
24	Inseparables	España, Francia	35.281	245.249	1
25	La ermita	España	34.435	187.245	1
26	Votemos	España	33.566	208.728	1
27	Poseída	México	30.742	195.299	1
28	Leonora im Morgenlicht	México, Alemania	23.794	244.815	1
29	Rosario	Colombia, USA	16.365	78.759	1
30	Mi amiga Eva	España	15.033	159.866	2
31	No dormirás esta noche	Argentina, N. Zelanda	12.566	69.529	1
32	On falling	Portugal, R. Unido	12.560	114.294	1
33	I heart Willie	México	9.943	54.836	1
34	Sorda	España	8.041	73.173	1
35	Motel Destino	Brasil, Alemania, Francia	7.511	68.352	1
36	Shaman	Ecuador, USA	5.834	29.318	1
37	Gigantes	Argentina, España, Alemania	5.692	51.795	1
Total			6.986.461	57.526.584	

El top-25 de los estrenos iberoamericanos con el mejor rendimiento en las taquillas de los cines europeos refleja que la coproducción hispanofrancesa *Sirât*, en las salas de cine francesas, tuvo el mayor éxito, con más de 700.000 entradas vendidas, seguida de *La habitación de al lado*, también en Francia, con más de 600.000 espectadores y la película hispano-británica *Lo que aprendí de mi pingüino* en Alemania, con casi de 560.000 espectadores.

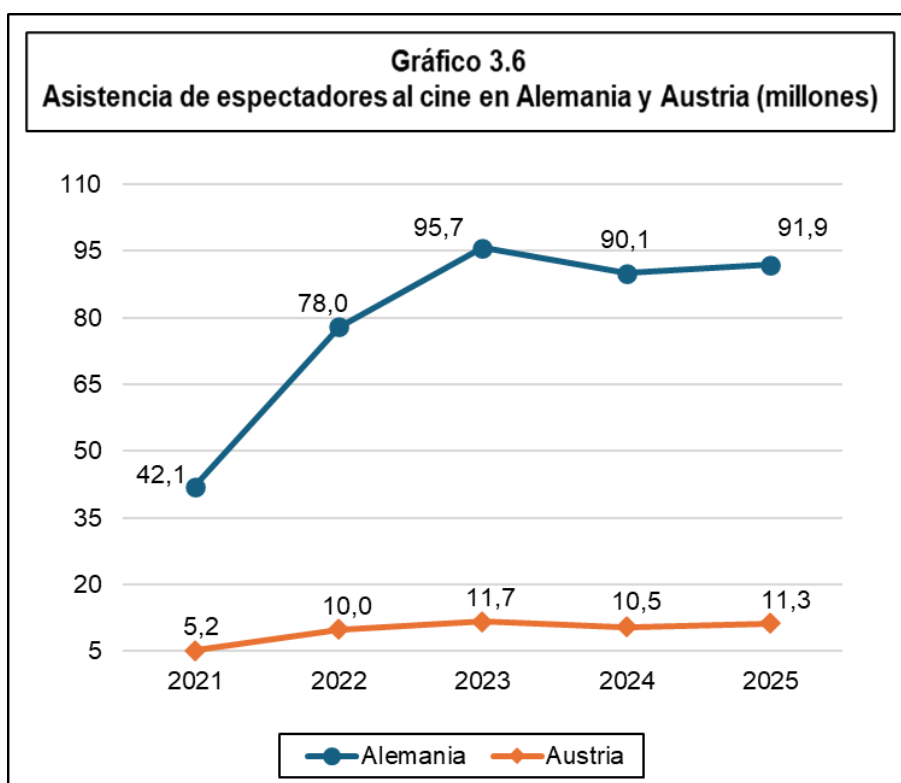
Por países de exhibición, en Francia y Rusia se estrenaron siete obras en cada país, en Reino Unido cuatro, en Alemania tres estrenos y en Países Bajos e Italia dos estrenos en cada país (cuadro 3.13).

Cuadro 3.13
Top-25 de estrenos iberoamericanos en mercados europeos. Año 2025

N.	Título	Origen	Espectadores	Mercado
1	Sirât	España, Francia	714.538	Francia
2	La habitación de al lado	España	608.705	Francia
3	Lo que aprendí de mi pingüino	España, R. Unido	559.865	Alemania
4	Lo que aprendí de mi pingüino	España, R. Unido	479.192	R. Unido
5	Ainda estou aqui	Brasil, Francia	345.848	Francia
6	Tres adioses	España, Italia	333.598	Italia
7	O agente secreto	Brasil, Francia	259.386	Francia
8	Ainda estou aqui	Brasil, Francia	239.315	Italia
9	Heidi, el rescate del lince	España, Alemania	217.990	Francia
10	Ainda estou aqui	Brasil, Francia	202.467	R. Unido
11	Heidi, el rescate del lince	España, Alemania	194.769	Alemania
12	200% lobo	España, Australia	143.407	Rusia
13	Mi única familia	España, R. Unido	133.377	R. Unido
14	Strangers: Capítulo 2	España, R. Unido	117.483	R. Unido
15	Rich Flu	España, Chile	113.225	Rusia
16	Tu sangre	España	111.821	Rusia
17	Kayara	Perú, España	96.672	Rusia
18	Ainda estou aqui	Brasil, Francia	94.206	Alemania
19	Zona cero	España, USA	92.813	Rusia
20	Strangers: Capítulo 2	España, R. Unido	90.510	Francia
21	Buffalo Kids	España	85.674	Francia
22	Ainda estou aqui	Brasil, Francia	72.562	P. Bajos
23	Lo que aprendí de mi pingüino	España, R. Unido	71.106	P. Bajos
24	El ritual del libro rojo 2	Paraguay, N. Zelanda	69.384	Rusia
25	Jugaremos en el bosque	México	66.810	Rusia

Una vez analizados los datos globales de los estrenos iberoamericanos en el conjunto de los 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 2021-2025, la asistencia de espectadores al cine refleja un máximo en 2023 de 95,7 millones de espectadores y un mínimo en 2021 de 42,1 millones. En 2025, la venta de entradas de las salas de cine se sitúa en 91,9 millones. En **Austria**, el máximo también tiene lugar en 2023 con 11,7 millones de espectadores y el mínimo en 2020, con 5,2 millones (gráfico 3.6)



El top-10 cinematográfico en Alemania en 2025 está liderado por la película alemana *Das kanu des Manitu*, con cinco millones de espectadores, seguida de las producciones estadounidenses *Minecraft*, *Lilo & Stich* y *Zootopia 2*, con más de tres millones cada una. Respecto a la distribución por su origen, siete provienen de Estados Unidos, dos son producciones alemanas y una es un estreno anglo-francés (cuadro 3.14).

Cuadro 3.14
Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2025. Alemania

N.	Título	Origen	Espectadores
1	Das kanu des Manitu	Alemania	5.048.825
2	Minecraft	USA	3.485.706
3	Lilo & Stich	USA	3.301.682
4	Zootopia 2	USA	3.171.848
5	Avatar: Fire and ash	USA	2.982.393
6	Die schule der magischen Tiere 4	Alemania	2.878.491
7	Jurassic World: Rebirth	USA	2.451.710
8	Paddington in Peru	UK, Francia	1.697.264
9	Mufasa: The Lion King	USA	1.620.449
10	The Conjuring: Last rites	USA	1.471.049

El ranking de estrenos iberoamericanos en Alemania está liderado por la película hispano-británica *Lo que aprendí de mi pingüino*, con 559.865 espectadores, seguida de la coproducción hispano-alemana *Heidi, el rescate del linco*, con 194.769 (cuadro 3.15).

El top-10 está conformado por cinco estrenos españoles (tres en coproducción con Reino Unido, Alemania y Francia), tres brasileños (dos en coproducción con Francia y uno con Chile y México) y dos mexicanos (ambos en coproducción con Alemania).

Cuadro 3.15

Ranking de estrenos iberoamericanos. Año 2025. Alemania

N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Lo que aprendí de mi pingüino	España, R. Unido	559.865	5.933.729
2	Heidi, el rescate del lince	España, Alemania	194.769	1.664.456
3	Ainda estou aqui	Brasil, Francia	94.206	1.030.256
4	El maestro que prometió el mar	España	52.612	533.598
5	La desaparición de Josef Mengele	México, Alemania	43.219	475.655
6	Sirât	España, Francia	41.733	422.174
7	O agente secreto	Brasil, Francia	36.883	416.788
8	O último azul	Brasil, Chile, México	37.069	384.468
9	Leonora im Morgenlicht	México, Alemania	23.794	244.815
10	Mi amiga Eva	España	11.966	127.789

El top-10 cinematográfico en Austria en 2025 está liderado por la película alemana *Das Kanu des Manitu*, con 886.102 espectadores, seguida de las producciones estadounidenses *Minecraft*, con 501.551, y *Lilo & Stich*, con 426.249 espectadores.

Respecto a la distribución por su origen, siete son estadounidenses, dos son alemanas y una es austriaca. Esta última (*Aufputzt is'*) ocupa el cuarto lugar con más de 390.000 espectadores (cuadro 3.16).

Cuadro 3.16

Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2025. Austria

N.	Título	Origen	Espectadores
1	Das Kanu des Manitu	Alemania	886.102
2	Minecraft	USA	501.551
3	Lilo & Stich	USA	426.249
4	Aufputzt is'	Austria	392.284
5	Zootopia 2	USA	392.225
6	Avatar: Fire and ash	USA	346.894
7	How to train your Dragon	USA	257.646
8	Die schule der magischen Tiere 4	Alemania	251.387
9	Jurassic World: Rebirth	USA	248.753
10	Mufasa: The Lion King	USA	246.682

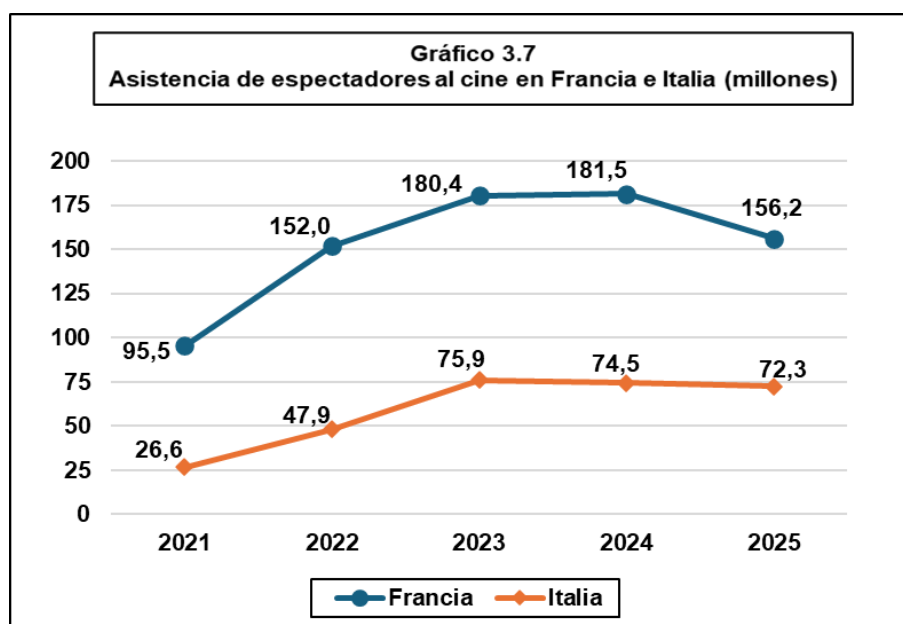
El ranking de estrenos iberoamericanos en Austria está liderado por la película hispano-alemana *Heidi, el rescate del lince*, con más 61.000 espectadores, seguida de la coproducción hispano-británica *Lo que aprendí de mi pingüino*, con casi 45.000 espectadores. El top-10 está conformado por cinco estrenos españoles, tres brasileños y dos mexicanos (cuadro 3.17).

Cuadro 3.17

Ranking de estrenos iberoamericanos. Año 2025. Austria

N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Heidi, el rescate del lince	España, Alemania	61.740	570.562
2	Lo que aprendí de mi pingüino	España, R. Unido	44.776	466.100
3	Ainda estou aqui	Brasil, Francia	10.310	118.156
4	Sirât	España, Francia	9.409	98.224
5	El maestro que prometió el mar	España	8.907	91.253
6	O último azul	Brasil, Chile, México	8.698	89.035
7	La desaparición de Josef Mengele	México, Alemania	4.991	57.806
8	O agente secreto	Brasil, Francia	4.516	52.774
9	La cocina	México, USA	3.523	37.689
10	Mi amiga Eva	España	3.067	32.076

En **Francia**, en el periodo 2021-2025, la asistencia de espectadores al cine refleja un máximo en 2024 de 181,5 millones de espectadores y un mínimo en 2021 de 95,5 millones. En **Italia**, el máximo tiene lugar en 2023 con casi 76 millones de espectadores y el mínimo en 2021 con 26,6 millones. En 2025, en Francia en las salas de cine se vendieron 156,2 millones de entradas y en Italia 72,3 millones (gráfico 3.7).



El top-10 cinematográfico en Francia en 2025 está liderado por la película estadounidense *Zootopia 2*, con 6,5 millones de espectadores, seguida de *Avatar: Fire and ash*, con 5 millones, y *Lilo & Stich*, con 4,9 millones de espectadores. La obra francesa con más éxito fue *God save the Tuche*, con tres millones de entradas vendidas. Respecto a la distribución por su origen, todas provienen de Estados Unidos, salvo el anterior título francés mencionado (cuadro 3.18).

Cuadro 3.18
Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2025. Francia

N.	Título	Origen	Espectadores
1	Zootopia 2	USA	6.549.396
2	Avatar: Fire and ash	USA	5.097.884
3	Lilo & Stitch	USA	4.966.362
4	F1	USA	3.319.123
5	God save the Tuche	Francia	3.004.664
6	Jurassic World: Rebirth	USA	2.911.740
7	Minecraft	USA	2.637.070
8	Mufasa: The Lion King	USA	2.592.277
9	How to train your Dragon	USA	2.530.791
10	Mission Impossible - The Final Reckoning	USA	2.421.341

El ranking de estrenos iberoamericanos en Francia está liderado por la película hispanofrancesa *Sirât*, con más 710.000 espectadores, seguida del estreno español *La habitación de al lado*, con más de 600.000 espectadores y de la brasileña *Ainda estou aquí* con 345.848 espectadores (cuadro 3.19).

El top-10 está conformado por siete estrenos españoles (cinco en coproducción con Alemania, Francia y Reino Unido), dos brasileños (ambos en coproducción con Francia) y uno mexicano (en coproducción con Alemania).

Cuadro 3.19
Ranking de estrenos iberoamericanos. Año 2025. Francia

N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	<i>Sirât</i>	España, Francia	714.538	5.845.778
2	<i>La habitación de al lado</i>	España	608.705	4.979.937
3	<i>Ainda estou aquí</i>	Brasil, Francia	345.848	2.829.452
4	<i>O agente secreto</i>	Brasil, Francia	259.386	2.122.089
5	<i>Heidi, el rescate del lince</i>	España, Alemania	217.990	1.783.420
6	<i>Strangers: capítulo 2</i>	España, R. Unido	90.510	740.480
7	<i>Buffalo Kids</i>	España	85.674	700.916
8	<i>Mi única familia</i>	España, R. Unido	59.346	485.521
9	<i>La desaparición de Josef Mengele</i>	México, Alemania	58.557	479.067
10	<i>Tardes de soledad</i>	España, Portugal, Francia	46.334	379.068

El top-10 cinematográfico en Italia en 2025 destaca por la gran presencia de las producciones autóctonas. Los estrenos nacionales con más éxito son, en el primer puesto del ranking *Buen Camino*, con 4,4 millones de espectadores, y en el tercer puesto *Locamente (Follemente)*, con 2,4 millones. Entre medias de ambas se encuentra la película estadounidense *Lilo & Stitch*, con 3,1 millones de espectadores. Respecto a la distribución por su origen, seis provienen de Estados Unidos y cuatro son producciones italianas (cuadro 3.20).

Cuadro 3.20

Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2025. Italia

N.	Título	Origen	Espectadores
1	Buen Camino	Italia	4.490.445
2	Lilo & Stitch	USA	3.196.555
3	Follemente	Italia	2.475.983
4	Zootopia 2	USA	2.149.188
5	Avatar: Fire and Ash	USA	1.875.279
6	Minecraft	USA	1.589.030
7	Jurassic World: Rebirth	USA	1.403.574
8	Diamanti	Italia	1.399.088
9	Io sono la line del mondo	Italia	1.265.881
10	How to Train Your Dragon	USA	1.246.794

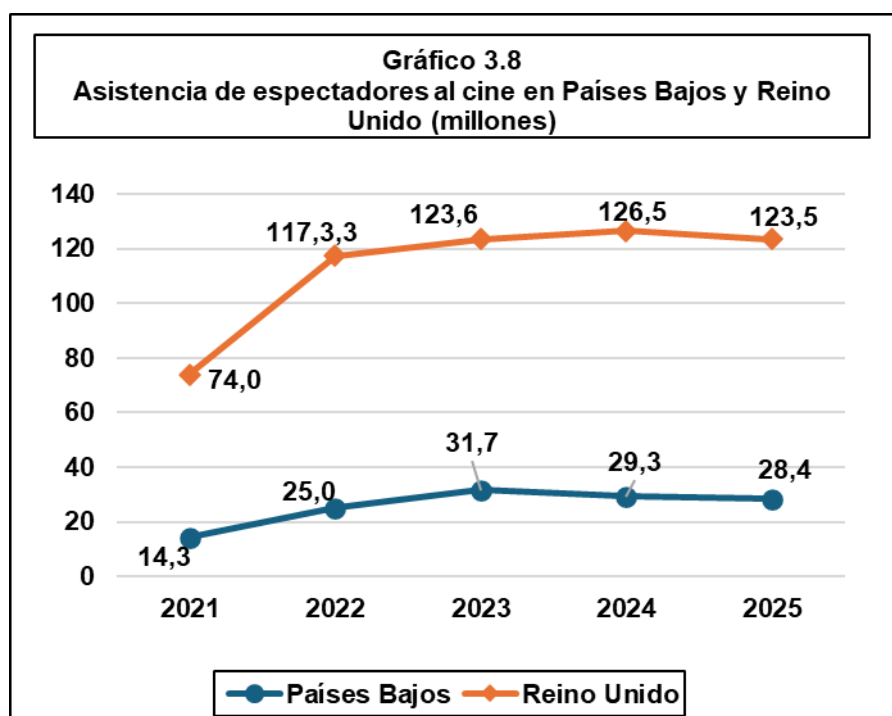
El ranking de estrenos iberoamericanos en Italia en 2025 está liderado por la película hispano-italiana *Tres adioses*, con más de 330.000 espectadores, seguida del estreno brasileño *Ainda estou aqui*, con casi 240.000 espectadores. El top-10 está conformado por ocho estrenos españoles, uno brasileño y uno mexicano (cuadro 3.21).

Cuadro 3.21

Ranking de estrenos iberoamericanos. Año 2025. Italia

N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Tres adioses	España, Italia	333.598	2.560.930
2	Ainda estou aqui	Brasil, Francia	239.315	1.697.722
3	Lo que aprendí de mi pingüino	España, R. Unido	62.944	446.424
4	Heidi, el rescate del lince	España, Alemania	60.088	429.286
5	La habitación de al lado	España	62.507	371.693
6	Inseparables	España, Francia	35.281	245.249
7	El maestro que prometió el mar	España	39.818	209.141
8	Votemos	España	33.566	208.728
9	Mi única familia	España, R. Unido	31.031	202.196
10	La cocina	México, USA	27.378	178.780

En **Reino Unido**, en el periodo 2021-2025, la asistencia de espectadores al cine refleja un máximo en 2024 de 126,5 millones de espectadores y un mínimo en 2021 de 74 millones. En **Países Bajos**, el máximo tiene lugar en 2023 con 31,7 millones de espectadores y el mínimo en 2021 con 14,3 millones (gráfico 3.8)



El top-10 cinematográfico en Países Bajos en 2025 está liderado por la película estadounidense *Minecraft*, con 991.310 espectadores, seguida de *Lilo & Stich*, con 941.749. Respecto a la distribución por su origen, todas provienen de Estados Unidos, salvo la obra británica *Bridget Jones: Mad about the Boy* (589.978 espectadores), aunque también es una coproducción con Estados Unidos (cuadro 3.22).

Cuadro 3.22
Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2025. Países Bajos

N.	Título	Origen	Espectadores
1	Minecraft	USA	991.310
2	Lilo & Stich	USA	941.749
3	Mufasa: The Lion King	USA	784.863
4	Jurassic World: Rebirth	USA	685.864
5	Bridget Jones: Mad about the Boy	UK, USA	589.978
6	Zootopia 2	USA	564.962
7	Avatar: Fire and ash	USA	563.632
8	Mission Impossible - The Final Reckoning	USA	558.363
9	Babygirl	USA	502.017
10	How to train Your Dragon	USA	474.378

El ranking de estrenos iberoamericanos en Países Bajos en 2025 está liderado por la película brasileña *Ainda estou aqui*, con 72.562 espectadores, seguida de la coproducción angloespañola *Lo que aprendí de mi pingüino*, con 71.106 espectadores. El top-10 está conformado por siete estrenos españoles, dos brasileños y uno peruano (cuadro 3.23).

Cuadro 3.23

Ranking de estrenos iberoamericanos. Año 2025. Países Bajos

N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Ainda estou aqui	Brasil, Francia	72.562	885.259
2	Lo que aprendí de mi pingüino	España, R. Unido	71.106	867.490
3	La habitación de al lado	España	39.037	476.248
4	El maestro que prometió el mar	España	33.748	411.721
5	Buffalo Kids	España	29.911	364.910
6	O último azul	Brasil, Chile, México	26.203	319.679
7	Kayara	Perú, España	18.874	230.265
8	Strangers: Capítulo 2	España, R. Unido	16.388	199.932
9	Mi única familia	España, R. Unido	15.485	188.917
10	Zona cero	España, USA	7.271	88.700

El top-10 cinematográfico en Reino Unido en 2025 está liderado por la película estadounidense *Minecraft*, con siete millones de espectadores, seguida de *Wicked: For good*, con 5,8 millones. La obra británica con más éxito fue *Bridget Jones: Mad about the Boy*, con 5,7 millones de entradas vendidas. Respecto a la distribución por su origen, todas provienen de Estados Unidos, salvo el anterior título mencionado, aunque también está coproducido por dicho país (cuadro 3.24).

Cuadro 3.24

Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2025. Reino Unido

N.	Título	Origen	Espectadores
1	Minecraft	USA	7.057.690
2	Wicked: For good	USA	5.832.742
3	Bridget Jones: Mad about the Boy	UK, USA	5.755.529
4	Avatar: Fire and Ash	USA	4.769.202
5	Lilo & Stitch	USA	4.662.338
6	Jurassic World: Rebirth	USA	4.480.026
7	Zootopia 2	USA	3.782.934
8	Superman	USA	3.486.899
9	Mission Impossible - The Final Reckoning	USA	3.272.355
10	The Fantastic Four: First steps	USA	2.976.581

El ranking de estrenos iberoamericanos en R. Unido, en 2025, está liderado por la coproducción angloespañola *Lo que aprendí de mi pingüino*, con 479.192 espectadores seguida de la obra brasileña *Ainda estou aqui*, con 202.467 espectadores. El top-10 está conformado por cinco estrenos españoles, dos brasileños, uno argentino, uno mexicano y otro portugués (cuadro 3.25).

Cuadro 3.25

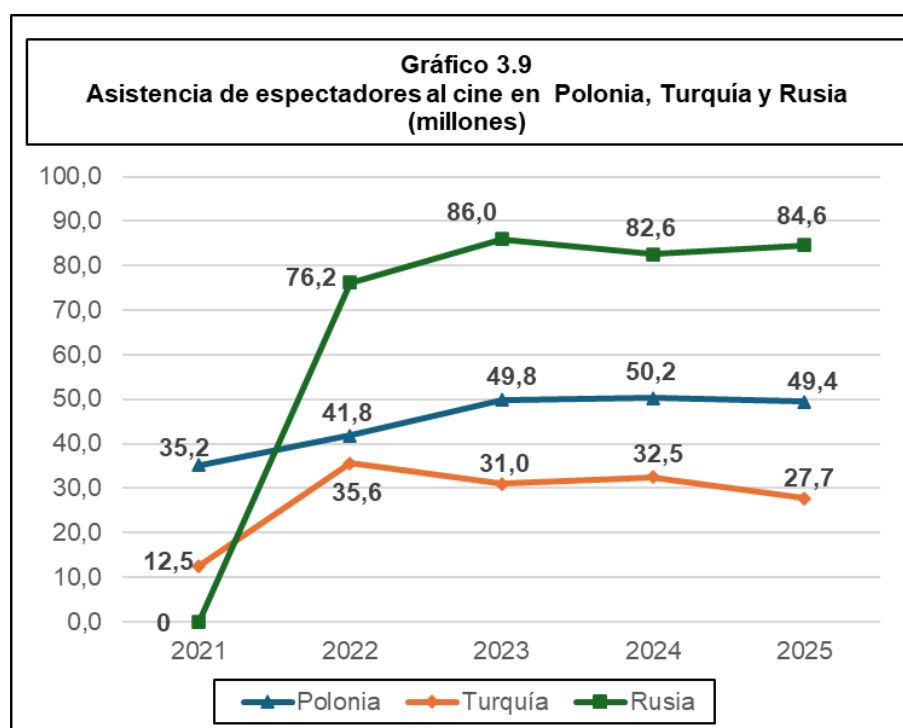
Ranking de estrenos iberoamericanos. Año 2025. Reino Unido

N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Lo que aprendí de mi pingüino	España, R. Unido	479.192	4.360.647
2	Ainda estou aqui	Brasil, Francia	202.467	1.842.446
3	Mi única familia	España, R. Unido	133.377	1.213.728
4	Strangers: capítulo 2	España, R. Unido	117.483	1.069.096

5	La cocina	México, USA	14.347	130.562
6	On falling	Portugal, R. Unido	12.560	114.294
7	Heidi, el rescate del lince	España, Alemania	12.228	111.271
8	Sorda	España	8.041	73.173
9	Motel Destino	Brasil, Alemania, Francia	7.511	68.352
10	Gigantes	Argentina, España, Alemania	5.692	51.795

En **Polonia**, en el periodo 2021-2025, la asistencia de espectadores al cine refleja un máximo en 2024 de 50,2 millones de espectadores y un mínimo en 2021 de 35,2 millones. En **Rusia**, el máximo tiene lugar en 2023, con 86 millones de espectadores, y el mínimo en 2022 con 76,2 millones. No se disponen de datos de 2021. En **Turquía**, el máximo tiene lugar en 2022, con 35,6 millones de espectadores, y el mínimo en 2021 con 12,5 millones

En 2025 en Rusia se vendieron 84,6 millones de entradas en las salas de cine, en Polonia 49,4 millones y en Turquía 27,7 millones (gráfico 3.9).



El top-10 cinematográfico en Polonia en 2025 está liderado, con más de dos millones de espectadores cada una, por la producción estadounidense *Minecraft*, la polaca *Dom Dobry* y la americana *Zootopia 2*. Respecto a la distribución por su origen, seis obras provienen de Estados Unidos y cuatro son producciones autóctonas (cuadro 3.26).

El único estreno iberoamericano registrado en Polonia es la película angloespañola *Strangers: Capítulo 2*, con más de 5.000 espectadores.

Cuadro 3.26

Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2025. Polonia

N.	Título	Origen	Espectadores
1	Minecraft	USA	2.780.223
2	Dom Dobry	Polonia	2.271.583
3	Zootopia 2	USA	2.170.744
4	Lilo & Stitch	USA	1.876.774
5	Tesciowie 3	Polonia	1.487.268
6	Sonic the Hedgehog 3	USA	1.227.910
7	Avatar: Fire and ash	USA	1.147.090
8	How to train your Dragon	USA	1.006.722
9	100 dni do matury	Polonia	993.450
10	Kleks i wynalazek Filipa Golarza	Polonia	984.150

El top-10 cinematográfico de 2025 en Rusia está liderado por los estrenos rusos *El Mago de Ciudad Esmeralda*, con 7,3 millones de espectadores, y *Gorynich* con 4,2 millones. La única obra extranjera presente en este ranking es la estadounidense *Ahora me ves 3*, con 3,1 millones de espectadores (cuadro 3.27).

Cuadro 3.27

Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2025. Rusia

N.	Título	Origen	Espectadores
1	El Mago de Ciudad Esmeralda	Rusia	7.361.504
2	Gorynich	Rusia	4.207.887
3	Papá 2: Abuelo	Rusia	3.769.255
4	Agosto	Rusia	3.594.192
5	El Profeta: La historia de Alexander Pushkin	Rusia	3.552.970
6	Ahora me ves 3	USA	3.189.608
7	Alicia en el País de las Maravillas	Rusia	3.077.299
8	Kraken	Rusia	2.591.885
9	Al pueblo, al abuelo	Rusia	2.339.759
10	Las niñas de papá. Mamá ha vuelto.	Rusia	2.278.898

El ranking de estrenos iberoamericanos en Rusia en 2025 está liderado por tres películas españolas (una en coproducción con Australia y otra con Chile), con más de 110.000 espectadores cada una: *200% lobo*, *Rich Flu* y *Tu sangre*. El top-10 está conformado por cinco estrenos españoles, dos mexicanos, uno argentino, uno paraguayo y otro peruano (cuadro 3.28).

Cuadro 3.28

Ranking de estrenos iberoamericanos. Año 2025. Rusia

N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	200% lobo	España, Australia	143.407	531.510
2	Rich Flu	España, Chile	113.225	646.744
3	Tu sangre	España	111.821	503.985
4	Kayara	Perú, España	96.672	345.544
5	Zona cero	España, USA	92.813	502.279

6	El ritual del libro rojo 2	Paraguay, N. Zelanda	69.384	324.497
7	Jugaremos en el bosque	México	66.810	333.668
8	Dalia y el libro rojo	Argentina, Perú, Colombia	58.743	192.213
9	La ermita	España	34.435	187.245
10	Poseída	México	30.742	195.299

El top-10 cinematográfico de 2025 en Turquía está liderado por las películas autóctonas *Yan Yana* (2,6 millones de espectadores), *Rafadan Tayfa: Kapadokya* (1,7 millones) y la estadounidense *Zootopia 2* (1,1 millones de espectadores). Respecto a la distribución por su origen, seis estrenos son producciones turcas y cuatro estadounidenses (cuadro 3.29).

Cuadro 3.29			
Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2025. Turquía			
N.	Título	Origen	Espectadores
1	Yan Yana	Turquía	2.642.276
2	Rafadan Tayfa: Kapadokya	Turquía	1.705.525
3	Zootopia 2	USA	1.132.844
4	Minecraft	USA	996.655
5	Uykucu	Turquía	821.777
6	Sihirli Annem: Hepimiz Biriz	Turquía	807.968
7	Avatar: Fire and Ash	USA	726.158
8	Sampiyonlar	Turquía	699.047
9	Kardes Takimi 2	Turquía	672.884
10	Sonic the Hedgehog 3	USA	611.762

El ranking de estrenos iberoamericanos en Turquía está encabezado por la coproducción germano-española *Heidi, el rescate del lince*, con 57.475 espectadores, seguida de la coproducción angloespañola *Strangers: Capítulo 2*, con más de 25.000 espectadores. El top-10 está conformado por tres estrenos españoles, dos argentinos, uno brasileño, uno colombiano, uno ecuatoriano, uno mexicano y uno peruano (cuadro 3.30).

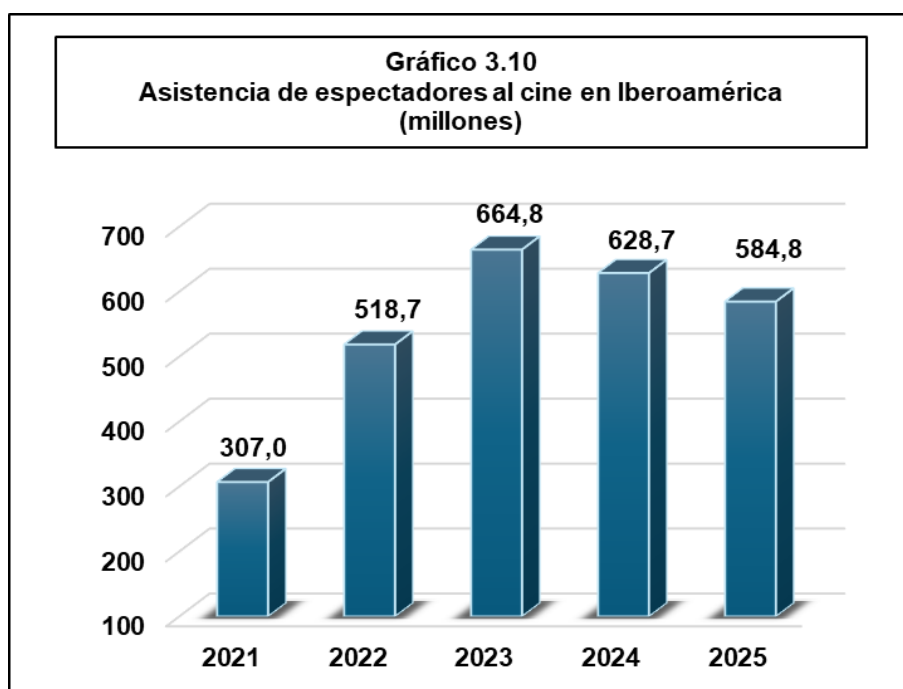
Cuadro 3.30				
Ranking de estrenos iberoamericanos. Año 2025. Turquía				
N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Heidi, el rescate del lince	España, Alemania	57.475	288.408
2	Strangers: Capítulo 2	España, R. Unido	25.252	130.902
3	Kayara	Perú, España	17.125	102.405
4	Ainda estou aqui	Brasil, Francia	13.585	90.837
5	Rosario	Colombia, USA	16.365	78.759
6	No dormirás esta noche	Argentina, N. Zelanda	12.566	69.529
7	I heart Willie	México	9.943	54.836
8	Dalia y el libro rojo	Argentina, Perú, Colombia	7.746	45.939
9	Buffalo Kids	España	5.436	32.153
10	Shaman	Ecuador, USA	5.834	29.318

EL CINE IBEROAMERICANO EN IBEROAMÉRICA

La asistencia a los cines en Iberoamérica en 2025 suma 584,8 millones de espectadores y 2.626,9 millones de dólares de ingresos (cuadro 3.31). El número de pantallas de cine en funcionamiento asciende a 20.712. La cuota del cine nacional representa un 4,1% del total, la frecuencia anual de asistencia se sitúa en 0,8 películas por habitante y el precio medio de la entrada respecto a los valores absolutos totales es de 4,5 dólares. El número de estrenos totales se sitúa en 7.962 y los estrenos nacionales en 1.516 (19%).

<i>Cuadro 3.31</i>					
<i>Panorama cinematográfico en Iberoamérica</i>					
Datos	2021	2022	2023	2024	2025
Población (millones)	682,4	687,8	694,5	696,3	700,4
Número de pantallas de cine	19.743	20.437	20.692	20.574	20.712
Ingresos cine (millones USD)	1.235,9	2.088,5	2.857,2	2.710,4	2.626,9
Espectadores cine (millones)	307,0	518,7	664,8	628,7	584,8
Espectadores cine nacional (millones)	14,5	34,0	38,6	42,2	40,7
Cuota cine nacional (%)	4,7	6,6	5,8	6,7	4,1
Número de estrenos totales	4.388	5.727	6.474	7.209	7.962
Número de estrenos extranjeros	3.565	4.648	5.336	5.943	6.446
Número de estrenos nacionales	832	1.079	1.138	1.266	1.516
Asistencia anual por habitante	0,4	0,8	0,9	0,9	0,8
Importe entrada (USD) - Ingresos totales	4,0	4,1	4,3	4,3	4,5
Importe entrada (USD) - Promedio países	4,4	4,6	4,8	4,9	5,1

La evolución de la asistencia al cine en Iberoamérica en el periodo 2021-2025 registró el máximo de 664,8 millones de espectadores en 2023 y el mínimo de 307 millones de espectadores en 2021. El incremento de espectadores entre el máximo y el mínimo asciende a casi 358 millones, pero hay que reseñar que, a partir del máximo de asistencia hay dos años de reducción de venta de entradas hasta situarse en casi 585 millones en 2025 (gráfico 3.10).



El ranking acumulado de los estrenos cinematográficos en Iberoamérica en 2025 está liderado por la producción de animación estadounidense *Lilo & Stitch*, con 52,5 millones de espectadores y casi 230 millones de dólares de ingresos. A bastante distancia del anterior, se sitúan otros tres estrenos americanos: *Una película de Minecraft* (28,2 millones de espectadores), *Cómo entrenar a tu Dragón* (25,3 millones) y *Zootrópolis 2* (25,2 millones de espectadores).

En el resto del top-20, hay dos producciones que superan los 20 millones de entradas vendidas, cuatro rebasan los 15 millones, cinco superan los 10 millones y otras cinco los 7 millones. Todas las producciones son estadounidenses excepto una obra procedente de Japón (cuadro 3.32).

Cuadro introducción 3.32

Ranking acumulado de estrenos cinematográficos. Año 2025. Iberoamérica

N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Lilo y Stitch	USA	52.557.802	229.171.309
2	Una película de Minecraft	USA	28.229.617	119.115.938
3	Cómo entrenar a tu dragón	USA	25.346.060	114.216.724
4	Zootrópolis 2	USA	25.272.682	114.128.676
5	Expediente Warren: El último rito	USA	24.953.289	106.800.070
6	Jurassic World: El renacer	USA	23.058.499	105.309.681
7	Los 4 Fantásticos: Primeros pasos	USA	19.211.642	81.567.082
8	Mufasa: El rey León	USA, Canadá	16.722.703	71.102.192
9	Supermán	USA	16.040.338	70.431.298
10	Avatar: Fuego y ceniza	USA	15.729.544	88.586.003
11	Guardianes de la Noche 4	Japón	13.730.137	60.878.659
12	Capitán América: Brave New World	USA	13.592.879	61.851.774
13	Destino final: Lazos de sangre	USA	11.594.527	47.808.593
14	Sonic 3: la película	USA, Japón	11.469.701	46.411.503

15	F1: La película	USA	10.999.878	57.718.657
16	Thunderbolts*	USA	9.851.095	44.197.403
17	Five nights at Freddy's 2	USA	9.684.937	42.636.120
18	Blancanieves	USA	8.187.499	36.990.523
19	Misión Imposible: Sentencia final	USA	7.775.391	38.481.013
20	Ponte en mi lugar de nuevo	USA	7.172.926	26.286.498

El ranking acumulado de estrenos iberoamericanos estuvo liderado por dos títulos brasileños: *Ainda estou aqui* (3,4 millones de espectadores) y *O auto da compadecida* (2,9 millones). En tercer lugar, se encuentra la producción española *Padre no hay más que uno 5*, con dos millones de espectadores. A continuación, con más de 1,9 millones de entradas vendidas se sitúan la película mexicana *Mesa de regalos* y la argentina *Homo Argentum* (cuadro 3.33).

Los restantes estrenos del top-20 iberoamericano (estrenos con más de 500.000 espectadores) está conformado por cinco obras mexicanas, cuatro brasileñas, cuatro españolas y dos estrenos peruanos. Además, hay que reseñar que, la producción peruana *Chavín de Huántar: El rescate del siglo*, la brasileña *O agente secreto* y la mexicana *Mirreyes vs. Godínez: Las Vegas* superan el millón de espectadores en las salas de cine iberoamericanas.

Cuadro introducción 3.33				
Ranking acumulado de estrenos iberoamericanos. Año 2025. Iberoamérica				
N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Ainda estou aqui	Brasil, Francia	3.485.440	14.284.456
2	O auto da compadecida 2	Brasil	2.960.071	9.716.082
3	Padre no hay más que uno 5	España	2.043.434	15.154.151
4	Mesa de regalos	México, Argentina	1.996.937	7.330.911
5	Homo Argentum	Argentina	1.935.877	10.332.534
6	Chavín de Huántar	Perú	1.530.477	5.296.769
7	O agente secreto	Brasil, Francia	1.169.534	5.027.511
8	Mirreyes vs. Godínez: Las Vegas	México	1.143.197	3.712.544
9	Chuck Billy and the Marvelous Guava Tree	Brasil	997.340	3.102.284
10	Soy Frankelda	México	830.718	2.666.793
11	El cautivo	España, Italia	792.007	5.973.785
12	Vitória	Brasil	758.793	2.968.112
13	¡Qué huevos, Sofía!	México	736.912	2.650.594
14	Soltera, casada, viuda, divorciada 2	Perú, Chile	732.333	2.199.261
15	Sangre latina	Brasil	646.196	2.460.890
16	Los domingos	España	628.500	4.461.496
17	Wolfgang	España	597.938	4.492.303
18	La cena	España, Francia	587.645	4.077.275
19	Una pequeña confusión	México	530.261	2.169.333
20	Mamá reinventada	México	516.140	1.873.730

El top-10 de estrenos europeos en Iberoamérica está liderado por la producción de animación letona (en coproducción con Francia) *Flow, un mundo que salvar*, con 4,4 millones de espectadores. A continuación, con más de tres millones de espectadores se sitúan dos obras británicas: *Cónclave* y *28 años después*. El resto del ranking lo completan diez estrenos procedentes de Reino Unido, tres de Francia, tres de Irlanda y uno de Noruega (cuadro 3.34).

Cuadro introducción 3.34

Ranking acumulado de estrenos europeos. Año 2025. Iberoamérica

N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Flow, un mundo que salvar	Letonia, Francia	4.440.952	17.923.632
2	Cónclave	R. Unido, USA	3.487.752	18.324.794
3	28 años después	R. Unido	3.169.917	15.265.462
4	Paddington: Aventura en la selva	R. Unido, Francia	2.638.253	11.483.105
5	Bridget Jones: Loca por él	R. Unido, USA	1.246.252	7.266.650
6	La hermanastra fea	Noruega, Dinamarca	999.671	3.571.783
7	Better Man	R. Unido, USA	796.510	3.312.453
8	Drácula	Francia	751.124	3.407.428
9	Un viaje atrevido y maravilloso	Irlanda, USA	601.761	2.781.928
10	El sobreviviente	R. Unido, USA	576.384	2.479.878
11	Emilia Pérez	Francia, USA	572.296	2.721.383
12	Mascotas al rescate	Francia, USA	352.516	1.143.460
13	Los Rose	R. Unido, USA	292.996	1.147.222
14	Maria Callas	Italia, USA	291.064	2.120.318
15	Bugonia	Irlanda, UK, USA	283.521	1.858.620
16	Gladiator II	R. Unido, USA	272.589	2.058.438
17	Frankie y los monstruos	R. Unido, Francia	225.038	700.532
18	Vivir el momento	R. Unido, Francia	215.094	1.659.323
19	Orgullo y prejuicio	R. Unido, Francia	184.250	668.502
20	Downton Abbey: El gran final	R. Unido, USA	183.752	1.429.547

El top-20 de estrenos del resto del mundo está encabezado, con mucha diferencia sobre el resto, por la producción japonesa *Guardianes de la noche 4*, con 13 millones de espectadores y casi 61 millones de dólares de recaudación. A continuación, superando el millón de espectadores en las salas, se encuentran las obras japonesas *Chainsaw Man: el arco de Reze* y *Jujutsu Kaisen: Ejecución* y las australianas *Memorias de un caracol* y *Devuélvemela* (cuadro 3.35).

Respecto a la distribución por el origen de los estrenos, el cine japonés es el más representado en este ranking con ocho películas, seguido del cine australiano con seis producciones. Las producciones restantes proceden de China (3 estrenos), Canadá (un estreno), Corea del Sur (un estreno) y Sudáfrica (un estreno).

Cuadro introducción 3.35

Ranking acumulado de estrenos del resto del Mundo. Año 2024. Iberoamérica

N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Guardianes de la Noche 4	Japón	13.730.137	60.878.659
2	Chainsaw Man: El arco de Reze	Japón	1.981.120	9.176.337
3	Memorias de un caracol	Australia	1.849.106	6.193.820
4	Jujutsu Kaisen: Ejecución	Japón	1.546.722	7.093.269
5	Devuélvemela	Australia, USA	1.334.124	5.108.027
6	El rey de reyes	Corea del Sur	905.236	3.943.740
7	Attack on Titan: The last attack	Japón	792.042	3.427.522
8	Together	Australia, USA	591.460	2.124.907
9	Una noche en Zoópolis	Canadá, Francia	542.532	1.961.067
10	Panda Plan	China	177.003	603.004

11	La tumba de las luciérnagas	Japón	95.584	320.402
12	Dangerous Animals	Australia	84.014	239.106
13	Ne Zha 2	China	78.336	230.507
14	High Forces	China, Hong-Kong	73.436	252.893
15	The Sloth Lane	Australia	59.738	304.985
16	El viaje de Chihiro	Japón, USA	56.647	244.762
17	200% lobo	Australia, España	49.620	205.049
18	Dan Da Dan: Evil Eye	Japón	40.559	201.080
19	Colorful Stage: Miku no puede cantar	Japón	32.138	181.063
20	David	Sudáfrica, USA	31.265	211.990

Esta edición del Panorama también incluye el top-20 con los estrenos de cine no iberoamericano distribuidos por empresas independientes en Iberoamérica. Las tres películas con más éxito son la estadounidense *Ahora me ves 3* (5,7 millones de espectadores), la letona *Flow, un mundo que salvar* (4,4 millones) y la británica *Cónclave* (3,4 millones de espectadores). El estreno de cine asiático independiente con más éxito pertenece a la película coreana *El rey de reyes* (905.236 espectadores) y el de cine oceánico recae en la mencionada película australiana *Memorias de un caracol* (1,8 millones de espectadores).

Respecto a la distribución por el origen de los estrenos, once proceden de Estados Unidos, dos de Australia, dos de Francia, dos de Reino Unido, uno de Corea del Sur, uno de Letonia y otro de Noruega (cuadro 3.36).

Cuadro introducción 3.36
Ranking acumulado de cine independiente. Año 2025. Iberoamérica

N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Ahora me ves 3	USA	5.772.307	25.558.275
2	Flow, un mundo que salvar	Letonia, Francia	4.440.952	17.923.632
3	Cónclave	R. Unido, USA	3.487.752	18.324.794
4	Ballerina	USA	2.940.985	12.903.313
5	The Monkey	USA	2.297.392	9.887.150
6	Memorias de un caracol	Australia	1.849.106	6.193.820
7	Lonney Tunes: El día que la tierra explotó	USA	1.212.736	3.735.201
8	Juego de ladrones: Pantera	USA	1.185.253	4.833.026
9	The Ritual	USA	1.171.197	4.104.762
10	La hermanastra fea	Noruega, Dinamarca	999.671	3.571.783
11	El rey de reyes	Corea del Sur	905.236	3.943.740
12	Amenaza en el aire	USA	897.562	3.398.466
13	La larga marcha	USA	879.868	3.299.916
14	Better Man	R. Unido, Australia	796.510	3.312.453
15	Drácula	Francia	751.124	3.407.428
16	Babygirl	USA, P. Bajos	630.145	3.568.047
17	Together	Australia, USA	591.460	2.124.907
18	Movida celestial	USA	575.300	2.100.814
19	Emilia Pérez	Francia, USA	572.296	2.721.383
20	Absolución	USA	543.311	1.956.715

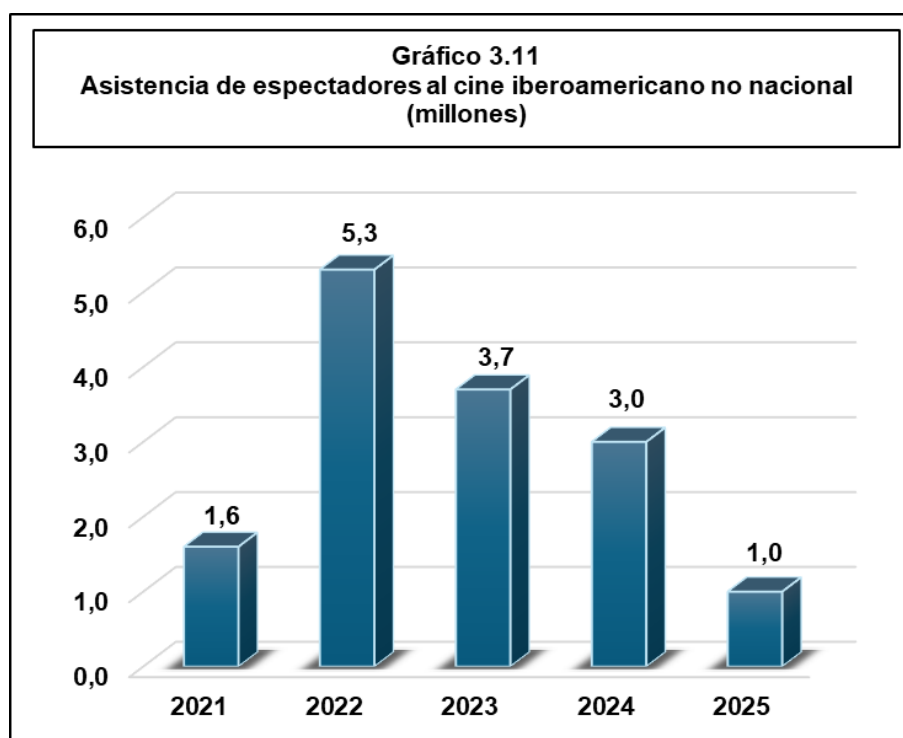
La muestra de estrenos iberoamericanos de este capítulo se configura a partir de los datos suministrados por ComScore-Rentrak correspondientes a 2025. La selección de los títulos a partir del top-100 de los 19 países no incluye los estrenos iberoamericanos en sus mercados de origen, incluso si son coproducciones con otros países iberoamericanos.

El número total de estrenos de los 19 países incluidos en la muestra suma 26. Este número de producciones se corresponde con 16 títulos, acumulando una asistencia de casi un millón de espectadores y 6,6 millones de dólares de ingresos. El porcentaje de coproducción se sitúa en el 43,7% (7 títulos) y cuatro se realizaron entre países iberoamericanos (cuadro 3.37).

Los títulos de ficción y documental suman 15 y solo hay un título de animación. Los espectadores asistentes a títulos de ficción y documental suman 998.867. Los espectadores de los títulos distribuidos por empresas independientes representan el 11,7% del total. Los estudios americanos con estrenos iberoamericanos no nacionales en los top-100 son Disney (*Homo Argentum*, *Mazel Tov* y *El novio de mamá*) y Sony Pictures (*Ainda estou aqui* y *Vitória*).

<i>Cuadro 3.37</i>	
<i>Datos de los estrenos iberoamericanos no nacionales en mercados iberoamericanos (top-100). Año 2025</i>	
Mercados incluidos en el estudio	19
Número de estrenos totales	26
Número de espectadores totales	999.729
Ingresos totales (\$)	6.683.379
Número de títulos totales	16
Número de coproducciones	7
Coproducciones internacionales	3
Coproducciones iberoamericanas	4
Títulos de ficción/documental	15
Títulos de animación	1
Títulos de distribuidoras independientes	11
Títulos de Estudios Americanos	5
Espectadores títulos de ficción/documental	998.867
Espectadores títulos de animación	862
Ingresos de los títulos de ficción/documental (\$)	6.679.208
Ingresos de los títulos de animación (\$)	4.171
Espectadores títulos distribuidoras independientes	117.176
Espectadores títulos Estudios americanos	882.553
Ingresos títulos distribuidoras independientes (\$)	767.389
Ingresos títulos Estudios americanos (\$)	5.915.990

La evolución de la asistencia al cine iberoamericano no nacional en el periodo 2021-2025 registró el máximo de 5,3 millones de espectadores en 2022 y el mínimo de un millón en 2025 (gráfico 3.11).



La distribución de los 26 estrenos iberoamericanos por mercados de estreno refleja que Uruguay (8) y Portugal (4) son los países con más películas iberoamericanas no nacionales en el top-100 cinematográfico de 2025 (cuadro 3.38).

Los mercados que registran una mayor asistencia de espectadores al cine iberoamericano no nacional son: Portugal (457.593 espectadores), Uruguay (208.172 espectadores) y España (141.023 espectadores).

Cuadro 3.38
Distribución de los estrenos iberoamericanos no nacionales por
países de exhibición en Iberoamérica (top-100). Año 2025

N.	Mercado	Estrenos	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Argentina	1	77.161	418.324
2	Chile	2	33.086	173.672
3	Colombia	1	39.870	137.722
4	Ecuador	1	19.456	93.657
5	El Salvador	1	2.109	7.025
6	España	1	141.023	1.034.191
7	Nicaragua	3	3.835	15.322
8	Paraguay	2	7.987	40.412
9	Portugal	4	457.593	3.288.541
10	Uruguay	8	208.172	1.434.883
11	Venezuela	2	9.437	39.630
Total		26	999.729	6.683.379

La distribución de los 16 títulos iberoamericanos no nacionales estrenados en Iberoamérica por su origen pone de manifiesto que el cine argentino (5 títulos), el español (6 títulos) y el brasileño (3 títulos) dominan sobre el resto de las cinematografías en 2025 (cuadro 3.39). Aparte de estos, hay otros dos países representados con un solo título (México y Perú) y otros dos países como coproductores minoritarios (R. Dominicana y Uruguay).

Cuadro 3.39
Distribución de los títulos iberoamericanos no nacionales por países de origen en Iberoamérica (top-100). Año 2025

N.	Origen	Títulos	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Argentina	5	217.289	1.434.634
2	Brasil	3	748.570	5.034.909
3	España	6	28.763	195.519
4	México	1	4.245	14.146
5	Perú	1	862	4.171
Total		16	999.729	6.683.379

El ranking de los 16 títulos de los estrenos iberoamericanos no nacionales presentes en los top-100 de los 19 mercados iberoamericanos analizados en 2025, está liderado por la producción brasileña *Ainda estou aqui* con 677.271 espectadores y 4,5 millones de dólares de ingresos en un total de ocho mercados, seguida de la película argentina *Homo argentum*, con 132.887 espectadores y más de 900.000 dólares de ingresos en tres mercados cinematográficos (cuadro 3.40).

Cuadro 3.40
Ranking acumulado de títulos iberoamericanos no nacionales en mercados cinematográficos de Iberoamérica. Año 2025

N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)	Mercados
1	Ainda estou aqui	Brasil, Francia	677.271	4.517.210	8
2	Homo Argentum	Argentina, España	132.887	907.426	3
3	O agente secreto	Brasil, Francia	47.947	349.105	1
4	Mazel Tov	Argentina	43.000	281.035	1
5	Vitória	Brasil	23.352	168.594	1
6	El Apocalipsis de San Juan	Argentina	19.456	93.657	1
7	La mujer de la fila	Argentina, España	15.903	110.791	1
8	Pídeme lo que quieras	España	15.576	114.352	1
9	El novio de mamá	Argentina	6.043	41.725	1
10	Kit de Santidad	México	4.245	14.146	2
11	La infiltrada	España	3.812	25.879	1
12	Sigue mi voz	España, USA	3.534	18.076	1
13	Bajo terapia	España	2.689	17.447	1
14	El silencio de Marcos Tremmer	España, Uruguay	2.315	15.734	1
15	Kayara	Perú, España	862	4.171	1
16	Todos los nombres de Dios	España	837	4.030	1
Total			999.729	6.683.379	

Los tres estrenos iberoamericanos no nacionales con más éxito presentes en el top-100 de los 19 países analizados son *Ainda estou aqui* en Portugal y España, con 370.718 espectadores y 141.023, respectivamente y *Homo Argentum* en Uruguay con 110.281 espectadores (cuadro 3.41).

Cuadro 3.41

Ranking de estrenos iberoamericanos no nacionales en mercados de Iberoamérica. Año 2025

N.	Título	Origen	Espectadores	Mercado
1	Ainda estou aqui	Brasil, Francia	370.718	Portugal
2	Ainda estou aqui	Brasil, Francia	141.023	España
3	Homo Argentum	Argentina, España	110.281	Uruguay
4	Ainda estou aqui	Brasil, Francia	77.161	Argentina
5	O agente secreto	Brasil, Francia	47.947	Portugal
6	Mazel Tov	Argentina	43.000	Uruguay
7	Ainda estou aqui	Brasil, Francia	39.870	Colombia
8	Ainda estou aqui	Brasil, Francia	24.129	Uruguay
9	Vitória	Brasil	23.352	Portugal
10	El Apocalipsis de San Juan	Argentina	19.456	Ecuador
11	Homo Argentum	Argentina, España	18.218	Chile
12	La mujer de la fila	Argentina, España	15.903	Uruguay
13	Pídeme lo que quieras	España	15.576	Portugal
14	Ainda estou aqui	Brasil, Francia	14.868	Chile
15	El novio de mamá	Argentina	6.043	Uruguay
16	Ainda estou aqui	Brasil, Francia	5.903	Venezuela
17	Homo Argentum	Argentina, España	4.388	Paraguay
18	La infiltrada	España	3.812	Uruguay
19	Ainda estou aqui	Brasil, Francia	3.599	Paraguay
20	Sigue mi voz	España, USA	3.534	Venezuela
21	Bajo terapia	España	2.689	Uruguay
22	El silencio de Marcos Tremmer	España, Uruguay	2.315	Uruguay
23	Kit de Santidad	México	2.136	Nicaragua
24	Kit de Santidad	México	2.109	El Salvador
25	Kayara	Perú, España	862	Nicaragua
26	Todos los nombres de Dios	España	837	Nicaragua
Total			999.729	

Esta edición del *Panorama* incluye los datos de los estrenos cinematográficos iberoamericanos no nacionales exhibidos en las salas de cine de **España**. El estudio se ha realizado sobre la muestra de los 1.000 estrenos con mejor rendimiento de espectadores, a partir de los datos suministrados por ComScore-Rentrak pertenecientes a 2025.

El número total de estrenos incluidos en la muestra suma 55, acumulando una asistencia de 326.936 espectadores y 2,3 millones de dólares de ingresos. El porcentaje de coproducción supera el 65% (36 títulos). El total de títulos coproducidos por países iberoamericanos suma 25, lo que representa el 69,4% del total de coproducciones (cuadro 3.42).

Los títulos de ficción suman 41, los documentales 9 y los de animación 5. Los espectadores asistentes a títulos de ficción acumulan 255.724 (78,2%) y los ingresos se elevan a 1,8 millones de dólares (77,6%). Todos los títulos de estreno están distribuidos por empresas independientes.

Cuadro 3.42
Datos de los estrenos cinematográficos iberoamericanos en España (top-1.000). Año 2025

Mercados incluidos en el estudio	1
Número de estrenos totales	55
Número de espectadores totales	326.936
Ingresos totales (\$)	2.390.325
Número de coproducciones	36
Coproducciones internacionales	11
Coproducciones iberoamericanas	25
Estrenos de ficción	41
Estrenos de documentales	9
Estrenos de animación	5
Espectadores estrenos de ficción	255.724
Espectadores estrenos de documentales	57.668
Espectadores estrenos de animación	13.544
Ingresos estrenos de ficción (\$)	1.856.704
Ingresos estrenos de documentales (\$)	424.702
Ingresos estrenos de animación (\$)	108.919

La distribución de los 26 títulos iberoamericanos no nacionales por su origen pone de manifiesto que, el cine argentino (22 títulos), el mexicano (10 títulos) y el brasileño (6 títulos) dominaron el mercado cinematográfico español. Por espectadores, los estrenos brasileños acumularon más de 150.000 espectadores, los argentinos más de 100.000 y los estrenos peruanos casi 50.000 espectadores (cuadro 3.43).

Un total de 11 países iberoamericanos estuvieron representados en el panorama cinematográfico español en 2025: Argentina, Brasil, Chile, Costa Rica, México, Perú, Panamá, Portugal, R. Dominicana, Uruguay y Venezuela. A estos hay que añadir a Colombia como coproductor minoritario.

Cuadro 3.43
Distribución de los estrenos iberoamericanos por su origen en el mercado cinematográfico de España (top-1.000). Año 2025

N.	Origen	Estrenos	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Argentina	22	106.168	783.317
2	Brasil	6	150.813	1.100.523
3	Chile	1	142	957
4	Costa Rica	1	579	4.003
5	México	10	8.419	58.046
6	Perú	3	49.447	371.156
7	Panamá	3	1.955	13.759
8	Portugal	2	7.022	44.984
9	R. Dominicana	2	578	2.133
10	Uruguay	1	834	5.443
11	Venezuela	4	979	6.005
Total		55	326.936	2.390.326

El ranking de los 25 títulos de los estrenos iberoamericanos no nacionales presentes en el top-1.000 del mercado cinematográfico español en 2025, está liderado por la producción brasileña *Ainda estou aqui* con 141.023 espectadores y un millón de dólares de ingresos, seguida a bastante distancia por la película de animación peruana *Kayara*, con más de 47.000 espectadores y las obras argentinas *Homo Argentum* y *Vieja loca*, con más de 30.000 y más de 25.000 espectadores, respectivamente.

La distribución por países de este top-25 es la siguiente: Argentina 12 títulos, México cinco títulos, Brasil dos títulos, Portugal dos títulos y Costa Rica, Panamá, Perú y Uruguay un título cada país (cuadro 3.44).

Cuadro 3.44
Ranking de estrenos iberoamericanos no nacionales en España. Año 2025

N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Ainda estou aqui	Brasil, Francia	141.023	1.034.191
2	Kayara	Perú, España	47.372	356.231
3	Homo Argentum	Argentina, España	30.414	249.231
4	Vieja loca	Argentina, España	25.970	200.141
5	El Jockey	Argentina, España, México	14.112	77.460
6	El sendero azul	Brasil, España, México	8.838	61.342
7	Gigantes	Argentina, España	8.794	60.365
8	El apocalipsis de San Juan	Argentina	7.043	59.660
9	Grand Tour	Portugal, Francia, Italia	6.338	41.243
10	Nueve reinas (re)	Argentina	6.206	42.896
11	Lo que quisimos ser	Argentina, Francia	5.930	42.837
12	Kit de Santidad	México	4.056	30.766
13	La llegada del hijo	Argentina, España	2.393	15.671
14	Ramón y Ramón	Argentina, España, Uruguay	1.869	12.596
15	Papeles	Panamá, España, Uruguay	1.678	11.768
16	Adiós Buenos Aires	Argentina, Alemania	1.219	7.739
17	Huevitos congelados	México	1.147	7.038
18	Quinografía	Argentina, España	1.044	7.585
19	Hombres íntegros	México, España	883	5.767
20	Un cabo suelto	Uruguay, Argentina, España	834	5.443
21	Sujo	México, Francia, USA	748	5.035
22	Soñando con leones	Portugal, Brasil, España	684	3.741
23	Memorias de un cuerpo que arde	Costa Rica, España	579	4.003
24	Los habitantes	México	438	3.434
25	Simón de la montaña	Argentina, Chile, Uruguay	434	2.944

Para completar el estudio global de los estrenos exhibidos en Iberoamérica en 2025, se adjunta un breve análisis de las obras europeas y del resto del mundo incluidas en los top-100 de los diferentes países.

El número total de estrenos europeos presentes en el top-100 de los 19 países iberoamericanos analizados en 2025 suma 247. El número de títulos se corresponde con 37 películas y el porcentaje de coproducción se sitúa casi en el 65% (24 títulos). Los espectadores acumulados por los estrenos europeos ascienden a 22,4 millones y los ingresos a 105 millones de dólares (cuadro 3.45).

Los títulos de ficción suman 32 (86,5%) y los títulos de animación cinco (13,5%). Los primeros acumulan 17,3 millones de espectadores (77,1%) y los segundos 5,1 millones (22,9%). Los títulos

de distribuidoras independientes vendieron 12,9 millones de entradas (57,6%) y los títulos de los Estudios americanos vendieron 9,5 millones de entradas (42,4%). La distribución de los once títulos de los Estudios es la siguiente: Disney (1 título), Paramount (2 títulos), Sony (3 títulos), Universal (4 títulos) y Warner (1 título).

<i>Cuadro 3.45</i>	
<i>Datos de los estrenos europeos en mercados cinematográficos iberoamericanos (top-100). Año 2025</i>	
Mercados incluidos en el estudio	19
Número de estrenos totales	247
Número de espectadores totales	22.478.515
Ingresos totales (\$)	105.072.691
Títulos totales	37
Títulos en coproducción	24
Títulos de ficción	32
Títulos de animación	5
Espectadores títulos de ficción	17.338.613
Espectadores títulos de animación	5.139.902
Ingresos de títulos de ficción (\$)	84.897.545
Ingresos de títulos de animación (\$)	20.175.146
Espectadores de distribuidoras independientes	12.956.333
Espectadores Estudios Americanos	9.522.182
Ingresos de distribuidoras independientes (\$)	58.352.675
Ingresos Estudios americanos (\$)	46.720.016

Las producciones que más éxito tuvieron en los cines iberoamericanos en 2025 fueron las británicas, con 13,6 millones de espectadores acumulados, con mucha diferencia sobre el resto de las cinematografías representadas en los top-100 (cuadro 3.46). Un total de ocho países estuvieron representados con sus estrenos en las salas iberoamericanas, destacando por su cantidad las procedentes de Reino Unido (17 títulos) y Francia (9 títulos).

<i>Cuadro 3.46</i>				
<i>Distribución de los estrenos cinematográficos europeos por países de origen en Iberoamérica (top-100). Año 2025</i>				
N.	Origen	Estrenos	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Alemania	2	217.127	758.155
2	Francia	9	1.763.315	7.900.311
3	Irlanda	4	1.032.543	5.333.334
4	Italia	1	291.064	2.120.318
5	Letonia	1	4.440.952	17.923.632
6	Noruega	1	999.671	3.571.783
7	R. Unido	17	13.633.055	67.119.845
8	Rusia	2	100.788	345.313
	Total	37	22.478.515	105.072.691

El título con más éxito en 2025 en Iberoamérica es la película de animación letona *Flow, un mundo que salvar*, con 2 millones de espectadores en México, seguida de las británicas *28 años después* en

México y *Paddington: Aventura en la selva* (en coproducción con Francia) en Perú, con 1,4 millones y 1,1 millones, respectivamente. Los países con más estrenos europeos en el top-20 son México con 10 y España con cuatro (cuadro 3.47).

<i>Cuadro 3.47</i>				
<i>Ranking de estrenos europeos en Iberoamérica. Año 2025</i>				
N.	Título	Origen	Espectadores	Mercado
1	Flow, un mundo que salvar	Letonia, Francia	2.087.343	México
2	28 años después	R. Unido	1.470.169	México
3	Paddington: Aventura en la selva	R. Unido, Francia	1.144.302	Perú
4	Cónclave	R. Unido, USA	982.394	México
5	Cónclave	R. Unido, USA	796.315	España
6	La hermanastra fea	Noruega, Dinamarca	763.126	México
7	Cónclave	R. Unido, USA	725.884	Brasil
8	Better Man	R. Unido, USA	540.813	México
9	28 años después	R. Unido	525.097	España
10	Paddington: Aventura en la selva	R. Unido, Francia	433.440	México
11	Flow, un mundo que salvar	Letonia, Francia	420.934	Brasil
12	Paddington: Aventura en la selva	R. Unido, Francia	400.369	España
13	El sobreviviente	R. Unido, USA	384.983	México
14	Bridget Jones: Loca por él	R. Unido, USA	377.818	España
15	Bridget Jones: Loca por él	R. Unido, USA	373.782	México
16	Drácula	Francia	373.069	México
17	Flow, un mundo que salvar	Letonia, Francia	357.437	Chile
18	Un viaje atrevido y maravilloso	Irlanda, USA	344.431	México
19	Flow, un mundo que salvar	Letonia, Francia	335.538	Colombia
20	Flow, un mundo que salvar	Letonia, Francia	314.813	Perú

El número de estrenos de otros países presentes en el top-100 de los países iberoamericanos analizados en 2025 suma 181. El número de títulos se corresponde con 30 películas y el porcentaje de coproducción se sitúa en el 30% (9 títulos). Los espectadores acumulados por estos estrenos ascienden a 24,1 millones y los ingresos a 103,4 millones de dólares (cuadro 3.48).

Los títulos de ficción y documentales ascienden a 12 (40%) y los títulos de animación suman 18 (60%). Los primeros (10 obras de ficción y 2 documentales) suman 2,3 millones de espectadores (9,6%) y los segundos 21,8 millones (90,4%). Los títulos de distribuidoras independientes vendieron 4,7 millones de entradas (19,7%) y los títulos de los Estudios americanos 19,4 millones de entradas (80,3%). La distribución de los seis títulos distribuidos por los Estudios recayó en Sony Pictures.

<i>Cuadro 3.48</i>	
<i>Datos de los estrenos del resto del mundo en mercados cinematográficos iberoamericanos (top-100). Año 2025</i>	
Mercados incluidos en el estudio	19
Número de estrenos totales	181
Número de espectadores totales	24.172.466
Ingresos totales (\$)	103.430.875
Títulos totales	30
Títulos en coproducción	9

Títulos de ficción / documental	12
Títulos de animación	18
Espectadores títulos de ficción / documental	2.333.637
Espectadores títulos de animación	21.838.829
Ingresos de títulos de ficción / documental (\$)	8.624.462
Ingresos de títulos de animación (\$)	94.806.413
Espectadores de distribuidoras independientes	4.767.210
Espectadores Estudios Americanos	19.405.256
Ingresos de distribuidoras independientes (\$)	17.630.108
Ingresos Estudios americanos (\$)	85.800.767

Las producciones que más éxito tuvieron en los cines iberoamericanos en 2025 fueron las japonesas, con 18,3 millones de espectadores acumulados, y las australianas, con casi cuatro millones de espectadores (cuadro 3.49). Un total de siete países estuvieron representados con sus estrenos en las salas iberoamericanas, destacando las procedentes de Japón (11 títulos).

Cuadro 3.49				
Distribución de los estrenos cinematográficos del resto del mundo en Iberoamérica (top-100). Año 2025				
N.	Origen	Estrenos	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Australia	6	3.968.062	14.175.894
2	Canadá	2	560.889	2.045.184
3	China	5	349.067	1.176.080
4	Corea del Sur	4	930.005	4.030.328
5	India	1	10.182	36.143
6	Japón	11	18.322.996	81.755.254
7	Sudáfrica	1	31.265	211.990
Total		30	24.172.466	103.430.873

El título con más éxito en 2025 en Iberoamérica es la película de animación japonesa *Guardianes de la noche 4*, con 4,6 millones de espectadores en México, 2,3 millones en Brasil, 1,4 millones en Colombia y un millón de espectadores en Perú. También hay que reseñar el éxito de la producción australiana *Memorias de un caracol*, con 1,8 millones de espectadores en México (cuadro 3.50).

Cuadro 3.50				
Ranking de estrenos de otros países en Iberoamérica. Año 2025				
N.	Título	Origen	Espectadores	Mercado
1	Guardianes de la Noche 4	Japón	4.601.903	México
2	Guardianes de la Noche 4	Japón	2.335.100	Brasil
3	Memorias de un caracol	Australia	1.811.515	México
4	Guardianes de la Noche 4	Japón	1.424.524	Colombia
5	Guardianes de la Noche 4	Japón	1.065.568	Perú
6	Guardianes de la Noche 4	Japón	851.560	España
7	Guardianes de la Noche 4	Japón	829.497	Chile
8	Chainsaw Man: El arco de Reze	Japón	710.309	México
9	Guardianes de la Noche 4	Japón	645.633	Argentina

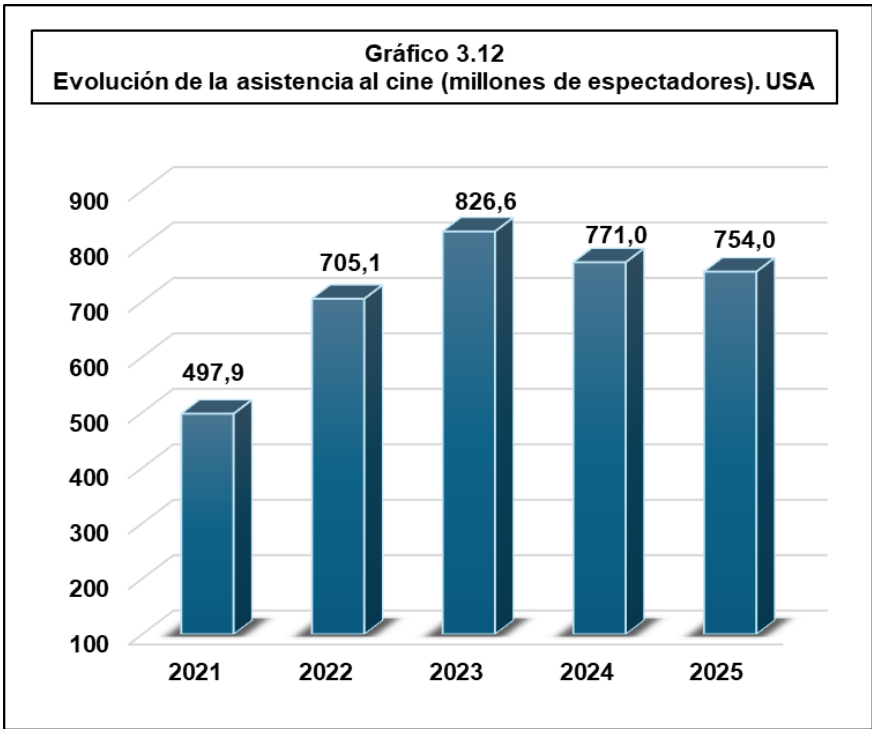
10	Jujutsu Kaisen: Ejecución	Japón	642.319	México
11	Devuélvemela	Australia, USA	494.377	México
12	El rey de reyes	Corea del Sur	443.970	Brasil
13	Together	Australia, USA	392.016	México
14	Guardianes de la Noche 4	Japón	391.897	Ecuador
15	Attack on Titan: The last attack	Japón	375.586	México
16	Devuélvemela	Australia, USA	371.327	Brasil
17	Guardianes de la Noche 4	Japón	283.832	Venezuela
18	Chainsaw Man: El arco de Reze	Japón	242.297	España
19	Chainsaw Man: El arco de Reze	Japón	241.477	Brasil
20	Devuélvemela	Australia, USA	217.040	España

EL CINE IBEROAMERICANO EN ESTADOS UNIDOS

La asistencia a los cines en **Estados Unidos** en 2024 suma 754 millones de espectadores y 8.565 millones de dólares de recaudación. El número de pantallas de cine se sitúa en 37.731. La cuota del cine nacional supera el 88%. La frecuencia anual de asistencia se sitúa en 2,2 películas por habitante y el precio medio de la entrada en 11,4 dólares (cuadro 3.51).

Cuadro 3.51					
Panorama cinematográfico en USA					
Datos	2021	2022	2023	2024	2025
Población (millones)	332,5	335,0	337,5	340,0	342,6
Número de pantallas de cine (USA, CAN)	40.578	39.007	38.400	38.592	37.731
Ingresos cinematográficos (millones USD)	4.680,5	7.403,6	8.680,3	8.635,4	8.565,0
Espectadores cine (millones)	497,9	705,1	826,6	771,0	754,0
Espectadores cine nacional (millones)	450,1	651,8	766,5	699,5	666,7
Cuota de mercado cine nacional (%)	90,4	92,4	92,7	90,7	88,4
Número de estrenos totales	382	739	651	817	967
Número de estrenos extranjeros	133	396	346	377	509
Número de estrenos nacionales	249	343	305	440	458
Asistencia anual por habitante	1,4	2,1	2,3	2,3	2,2
Importe entrada (USD)	9,6	10,5	10,5	11,2	11,4

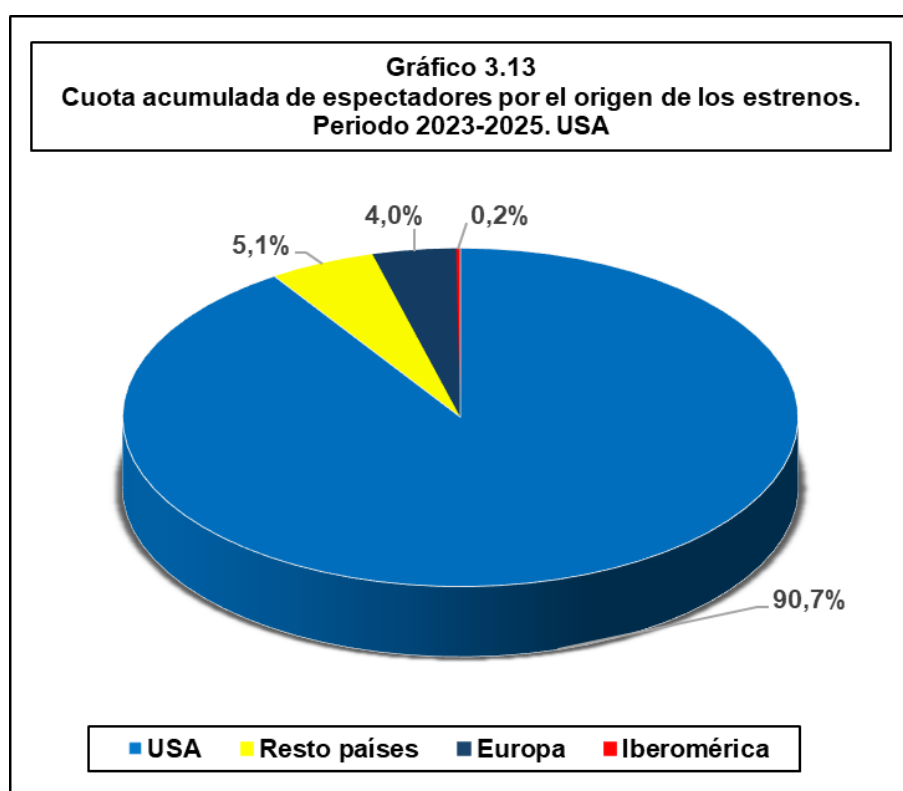
La evolución de la asistencia al cine en Estados Unidos en el periodo 2021-2025 muestra un máximo de 826,6 millones de espectadores en 2023 y un mínimo de 497,9 millones en 2021. A partir del máximo de asistencia, tiene lugar una ligera reducción de más de 55 millones de espectadores en 2024 y de casi 73 millones en 2025 (gráfico 3.12).



La cuota de mercado del cine USA se sitúa en 2025 en un 88,4% del total de espectadores, la cuota del cine de otros países en el 7,4%, la del cine europeo en un 4% y, por último, la del cine iberoamericano en el 0,2% (cuadro 3.52).

Cuadro 3.52						
Distribución por el origen de los estrenos. USA						
ESPECTADORES						
Origen	2023	%	2024	%	2025	%
USA	766.571.411	92,7	700.021.880	90,8	666.722.773	88,4
Iberoamérica	1.633.600	0,2	2.375.096	0,3	1.479.497	0,2
Europa	24.001.292	2,9	39.361.026	5,1	29.964.988	4,0
Resto países	34.493.130	4,2	29.266.387	3,8	55.870.446	7,4
Total	826.699.433		771.024.389		754.037.704	
INGRESOS						
Origen	2023	%	2024	%	2025	%
USA	8.048.999.816	92,5	7.840.245.066	90,8	7.569.653.868	88,4
Iberoamérica	17.152.800	0,2	26.601.068	0,3	16.866.261	0,2
Europa	252.013.565	2,9	440.843.493	5,1	341.600.867	4,0
Resto países	362.177.862	4,4	327.783.539	3,8	636.923.094	7,4
Total	8.680.344.043		8.635.473.166		8.565.044.090	

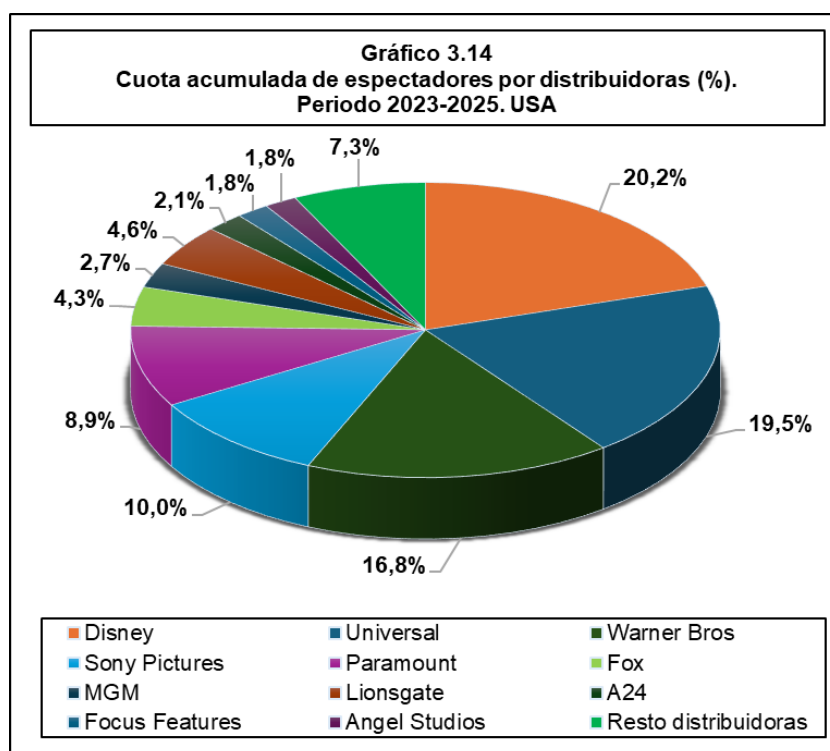
La distribución de la cuota acumulada de espectadores por el origen de los estrenos en el periodo postpandemia 2023-2025 en Estados Unidos es la siguiente: 90,7% cine USA, 5,1% cine del resto de países, 4% cine europeo y 0,2% cine iberoamericano (gráfico 3.13).



Los Estudios americanos en 2025, acumulan una cuota conjunta de espectadores de casi el 82% y las independientes el 18% restante. Los *Estudios* con más entradas vendidas son Disney con 170,8 millones, Warner 161,8 millones y Universal con 132,5 millones. Entre las distribuidoras independientes destaca Lionsgate con 29,4 millones de entradas vendidas (cuadro 3.53).

Cuadro 3.53						
Cuota de espectadores por distribuidoras. USA						
Origen	2023	%	2024	%	2025	%
Fox	33.026.175	4,0	27.771.875	3,6	39.527.447	5,2
Disney	137.010.054	16,6	168.307.852	21,8	170.885.972	22,7
Warner Bros	134.877.507	16,3	98.639.919	12,8	161.830.455	21,5
Sony Pictures	94.132.224	11,4	87.625.352	11,4	53.411.677	7,1
Universal	170.768.964	20,7	155.275.019	20,1	132.527.002	17,6
Paramount	80.100.234	9,7	81.154.500	10,5	48.724.538	6,5
MGM	26.949.431	3,3	26.384.878	3,4	10.871.979	1,4
Lionsgate	56.126.457	6,8	22.083.195	2,9	29.425.339	3,9
Focus features	11.196.457	1,4	13.675.876	1,8	18.190.424	2,4
A24	13.205.993	1,6	17.834.138	2,3	19.247.367	2,6
Angel Studios	20.803.571	2,5	5.968.163	0,8	14.777.364	2,0
Fathom	0	0,0	7.760.229	1,0	4.213.277	0,6
Neon Rated	0	0,0	11.676.279	1,5	9.369.138	1,2
Resto	48.502.366	5,9	46.867.114	6,1	41.035.725	5,4
Total	826.699.433		771.024.389		754.037.704	

La cuota acumulada de espectadores por distribuidoras en el periodo 2023-2025 refleja el dominio de las distribuidoras de los Estudios en su país de origen, con un 82,4% sobre el total. Las distribuidoras con más cuota de mercado son Disney (20,2%) y Universal (19,5%). Las distribuidoras independientes obtuvieron una cuota acumulada del 17,6%, entre las que destaca Lionsgate con casi un 5% (gráfico 3.14).



Esta edición del *Panorama* incluye un estudio específico del origen y temática de los estrenos cinematográficos en Estados Unidos a partir de las 1.044 películas exhibidas en las salas en 2025. El primer cuadro refleja el volumen de lanzamientos por territorios, destacando los producidos en Norteamérica (Estados Unidos y Canadá), con el 49,5% de los estrenos, 667,4 millones de espectadores y 7.578,4 millones de dólares de ingresos (cuadro 3.54).

En segundo lugar, los 14 países asiáticos con representación en las salas americanas aportaron el 29,5% de los estrenos, registrando 42,2 millones de espectadores y 481,2 millones de dólares de ingresos. En tercer lugar, los 26 países europeos acumularon el 13,6% sobre el total de estrenos, 29,9 millones de espectadores y 341,6 millones de dólares de ingresos.

Las obras exhibidas en los cines estadounidenses procedentes de Norteamérica, Asia y Europa representan, de forma conjunta en 2025, más del 90% del total de lanzamientos, espectadores e ingresos cinematográficos. Los países representados con sus estrenos en el mercado estadounidense son 61.

Cuadro 3.54
Distribución por territorios de los estrenos cinematográficos en USA. Año 2025

Territorio	Países	Estrenos	Espectadores	Ingresos (\$)
Norteamérica	2	517	667.493.271	7.578.437.544
Asia	14	308	42.219.193	481.298.805
Europa	26	142	29.964.988	341.600.867
África	5	18	5.451.517	62.147.307
Oceanía	2	20	6.998.751	79.785.765
Iberoamérica	7	26	1.479.496	16.866.261
Oriente Medio	4	12	423.258	4.825.136
Centroamérica	1	1	7.228	82.405
Total	61	1.044	754.037.703	8.565.044.091

Estados Unidos es el país con un mayor número de estrenos y éxito en las salas de su propio mercado cinematográfico en 2025. Los 498 lanzamientos (se incluyen los de 2025 y de años anteriores), suman 666,7 millones de espectadores y 7.569,5 millones de dólares de ingresos (cuadro 3.55).

A continuación, se sitúan los estrenos de Reino Unido con 25,6 millones de espectadores y casi 292 millones de dólares de ingresos, seguidos de los estrenos japoneses con 21,2 millones de espectadores y 241,9 millones de dólares de recaudación y, en cuarto lugar, los producidos en la India, con 11,6 millones de espectadores y 132,4 millones de dólares de ingresos.

Cuadro 3.55
Top-10 de países con más espectadores en los cines de USA. Año 2025

N.	País	Estrenos	Espectadores	Ingresos (\$)
1	USA	498	666.722.773	7.569.653.868
2	R. Unido	55	25.612.215	291.979.246
3	Japón	45	21.224.768	241.962.354
4	India	170	11.614.675	132.407.322
5	Corea del Sur	17	5.586.372	63.684.644
6	Sudáfrica	2	5.303.882	60.464.258
7	Australia	13	4.012.653	45.744.246
8	China	28	3.089.928	35.225.180
9	N. Zelanda	7	2.986.098	34.041.519
10	Irlanda	5	2.109.646	24.049.961

Respecto a las temáticas, el 79% de los estrenos son obras de ficción que acumulan más del 84% de los espectadores e ingresos. Por su parte, la animación solo representa el 8% de los estrenos, pero acumula casi el 15% de los espectadores totales y recaudación (cuadro 3.56).

Los estrenos más abundantes fueron los dramas, las comedias y el suspense, acumulando más del 67% del total de títulos de ficción, pero los que más éxito tuvieron en las salas fueron las películas de terror y de ciencia-ficción, con más de 110 millones de espectadores y 1.200 millones de dólares de ingresos, cada temática.

Cuadro 3.56
Distribución por género y temática de los estrenos cinematográficos en USA. Año 2025

Género	Estrenos	Espectadores	Ingresos (\$)
Ficción	825	636.348.906	7.250.761.919
Animación	80	111.095.192	1.239.115.059
Documental	121	6.212.325	70.820.508
Deportes	18	381.281	4.346.604
Total	1.044	754.037.704	8.565.044.090
Ficción	Estrenos	Espectadores	Ingresos (\$)
Comedia	155	79.766.215	909.334.854
Drama	260	42.420.867	483.597.886
Terror	61	116.833.372	1.331.900.442
Ciencia-Ficción	41	111.709.145	1.273.484.252
Musical	16	1.777.462	20.263.070
Aventuras	16	30.634.547	349.233.841

Western	8	2.356.822	26.867.772
Bélico	8	81.042	923.875
Acción	95	95.597.400	1.089.810.356
Fantástico	22	101.530.019	1.157.442.215
Suspense	143	53.642.015	607.903.356
Total	825	636.348.906	7.250.761.919

El ranking de los estrenos cinematográficos en Estados Unidos en 2025 estuvo encabezado por *A Minecraft movie* y *Lilo & Stitch*, con más de 37 millones de espectadores y más de 400 millones de dólares de ingresos, cada una. A continuación, con más de 30 millones de ingresos se sitúa *Superman*. Todas las películas del top-10 están realizadas por productoras de Estados Unidos y la cuota de mercado conjunta supuso un 37,7% del total de espectadores cinematográficos (284,7 millones).

La película extranjera con más éxito fue la japonesa *Guardianes de la noche 4*, en el top-18 con 11,3 millones de espectadores y los estrenos distribuidos por empresas independientes con más espectadores fueron la coreana *El rey de reyes* y la estadounidense *Ahora me ves 3*, ambas con más de cinco millones de espectadores cada una (cuadro 3.57).

Cuadro 3.57
Ranking de estrenos cinematográficos en USA (est. 11,4\$). Año 2025

N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	A Minecraft movie	USA	38.058.646	433.868.566
2	Lilo & Stitch	USA	37.232.973	424.455.896
3	Superman	USA	30.006.362	342.072.527
4	Zootopia 2	USA	29.541.387	336.771.817
5	Wicked: For good	USA	28.928.521	329.785.137
6	Jurassic World Rebirth	USA	28.516.162	325.084.249
7	Sinners	USA	24.403.665	278.201.787
8	The Fantastic Four: First Steps	USA	23.128.288	263.662.487
9	Avatar: Fire and ash	USA	22.508.588	256.597.898
10	How to train your Dragon	USA	22.460.903	256.054.294

El estreno europeo con más éxito en 2025 en los cines americanos fue la británica *28 años después*, con 6 millones de espectadores y 69,1 millones de dólares de ingresos, seguida de *Paddington: Aventura en la selva*, con 4,3 millones de espectadores y casi 50 millones de dólares (cuadro 3.58).

Todas las películas del top-10 europeo proceden de Reino Unido, ya sea como productor mayoritario o como minoritario. La película europea no británica con mejor resultado en las salas americanas fue la finlandesa *Sisu: Road to revenge*, con casi 400.000 espectadores y 4,4 millones de dólares de ingresos.

Cuadro 3.58
Ranking de estrenos cinematográficos europeos en USA (est. 11,4\$). Año 2025

N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	28 años después	R. Unido	6.065.782	69.149.910
2	Paddington: Aventura en la selva	R. Unido, Francia	4.336.695	49.438.328
3	Downton Abbey: El gran final	R. Unido, USA	3.817.120	43.515.165
4	El sobreviviente	R. Unido, USA	3.222.965	36.741.798

5	El último aliento	R. Unido, Canadá	2.007.512	22.885.636
6	Bugonia	Irlanda, R. Unido	1.509.523	17.208.560
7	Los Rose	R. Unido, USA	1.298.334	14.801.013
8	Becoming Led Zeppelin	R. Unido, USA	992.952	11.319.657
9	Hamnet	R. Unido, USA	952.486	10.858.340
10	Gladiator II	R. Unido, USA	591.355	6.741.452

Respecto al resto de países, el estreno con más éxito fue la producción nipona *Guardianes de la noche 4*, con 11,3 millones de espectadores seguida de la coreana *El rey de reyes* con 5,3 millones y de la sudafricana *David*, con 5,2 millones de espectadores. La mejor producción de Oceanía fue la neocelandesa *Heart Eyes* con casi 3 millones de espectadores. Este top-10 lo conforman tres películas japonesas, dos australianas, una china, una coreana, una india, una neocelandesa y una sudafricana (cuadro 3.59).

Cuadro 3.59				
Ranking de estrenos cinematográficos de Asia y Oceanía en USA (est. 11,4\$). Año 2025				
N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Guardianes de la noche 4	Japón	11.361.446	129.520.490
2	El rey de reyes	Corea del Sur, USA	5.305.607	60.483.919
3	David	Sudáfrica, USA	5.250.619	59.857.052
4	The Chainsaw Man: El arco de Reze	Japón	3.706.189	42.250.558
5	Heart Eyes	N. Zelanda, USA	2.903.042	33.094.679
6	Ne Zha 2	China	1.987.520	22.657.724
7	Together	Australia, USA	1.825.578	20.811.588
8	Devuélvemela	Australia, USA	1.684.424	19.202.437
9	Dhurandhar	India	1.544.841	17.611.191
10	Jujutsu Kaisen: Ejecución	Japón	1.403.063	15.994.923

Los estrenos iberoamericanos en el mercado USA en 2025 suman un total de 26 estrenos con un rendimiento de 1,4 millones de espectadores y 16,8 millones de dólares de ingresos. El porcentaje total de coproducción representa un 57,7% (15 títulos). Solo 3 títulos (11,5%) son coproducciones entre países iberoamericanos. Los títulos de ficción acumulan casi la totalidad del rendimiento de las taquillas (cuadro 3.60).

Las producciones iberoamericanas distribuidas por empresas independiente suman 366.150 espectadores (25%) y las distribuidas por los Estudios americanos 1,1 millones (75%). Los Estudios representados son Sony Pictures con *Anda estou aqui* (Brasil), *Lo que aprendí de mi pingüino* (España, R. Unido), *La habitación de al lado* (España), *Turno nocturno* (México) y *Yo no soy esa* (España) y MGM-Amazon con la producción argentina *Belén*.

Cuadro 3.60	
Datos de los estrenos cinematográficos iberoamericanos en USA. Año 2025	
Mercados incluidos en el estudio	1
Número de estrenos totales	26
Espectadores totales (est. 11,4\$)	1.479.497
Ingresos totales (\$)	16.866.261
Número de coproducciones	15

Coproducciones internacionales	12
Coproducciones iberoamericanas	3
Estrenos de ficción	21
Estrenos de documentales	5
Espectadores estrenos de ficción	1.464.644
Espectadores estrenos de documentales	14.852
Ingresos estrenos de ficción (\$)	16.696.945
Ingresos estrenos de documentales (\$)	169.316
Espectadores Distribuidoras independientes	366.150
Espectadores Estudios Americanos	1.113.346

La distribución de los 26 estrenos por coproductores iberoamericanos mayoritarios refleja que España exhibió 9 títulos, con un rendimiento de más de 610.000 espectadores y Brasil tres títulos con casi 745.000 espectadores (3.61).

Los 7 países iberoamericanos representados en las salas cinematográficas estadounidenses son: Argentina, Brasil, Colombia, Cuba, España, México y Portugal. Las tres coproducciones iberoamericanas son: *Los domingos mueren más personas* (Argentina, España), *Misericordia* (España, Portugal) y *Tardes de soledad* (España, Portugal).

Cuadro 3.61				
Distribución de los estrenos iberoamericanos por su origen en el mercado USA. Año 2025				
N.	Mercado	Estrenos	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Argentina	6	17.316	197.407
2	Brasil	3	744.041	8.482.067
3	Colombia	1	76.032	866.769
4	Cuba	1	1.676	19.111
5	España	9	614.584	7.006.258
6	México	5	20.909	238.359
7	Portugal	1	4.938	56.291
Total		26	1.479.496	16.866.261

Los cuatro estrenos iberoamericanos con más éxito en Estados Unidos son las producciones brasileñas *Ainda estou aqui*, con casi 600.000 espectadores, y *O agente secreto*, con más de 140.000 y las producciones españolas *Lo que aprendí de mi pingüino*, con más de 300.000 espectadores y *La habitación del al lado*, con casi 215.000 (cuadro 3.62).

Cuadro 3.62				
Ranking de estrenos iberoamericanos en USA. Año 2025				
N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Ainda estou aqui	Brasil, Francia	597.137	6.807.363
2	Lo que aprendí de mi pingüino	España, R. Unido	301.392	3.435.871
3	La habitación de al lado	España	214.817	2.448.914
4	O agente secreto	Brasil, Francia	142.705	1.626.840
5	Mi única familia	España, R. Unido	77.795	886.863
6	Rosario	Colombia, USA	76.032	866.769

7	Misericordia	Portugal, España	16.570	188.899
8	Las tres Sisters	México, USA	11.807	134.597
9	El Jockey	Argentina, España	7.517	85.691
10	Magic Farm	Argentina, USA	7.387	84.214
11	Kit de Santidad	México, USA	6.958	79.320
12	Grand Tour	Portugal, Francia	4.938	56.291
13	We are Guardians	Brasil, USA	4.199	47.865
14	Tardes de soledad	España, Portugal	2.452	27.952
15	El (re)	México	1.768	20.153
16	Los océanos son los verdaderos continentes	Cuba, Italia	1.676	19.111
17	Las nubes	Argentina	1.323	15.080
18	Adiós Cuba	España	926	10.555
19	Duino	Argentina, Italia	767	8.741
20	Daniela Forever	España, Bélgica	393	4.482
21	Goodbye horses	México, USA	318	3.624
22	Belén	Argentina	220	2.503
23	El fantástico caso del Golem	España	156	1.777
24	Los domingos mueren más personas	Argentina, España	103	1.178
25	Yo no soy ésa	España	83	944
26	Turno nocturno	México	58	665

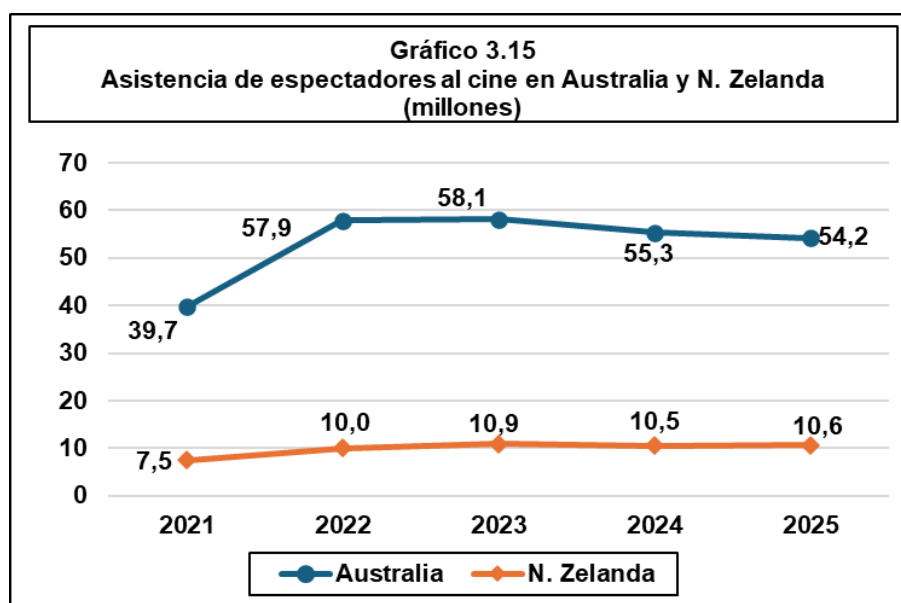
EL CINE IBEROAMERICANO EN OCEANÍA

El Panorama cinematográfico en Oceanía (Australia y Nueva Zelanda), a partir de los datos suministrados por ComScore-Rentrak correspondientes a 2025, reflejan que cuentan con una población conjunta de casi 33 millones de habitantes, disponen de 2.771 pantallas, sus salas venden casi 65 millones de entradas y recaudan 721 millones de dólares americanos (cuadro 3.63).

Cuadro 3.63
Panorama cinematográfico en Oceanía. Año 2025

País	Población (millones)	Pantallas	Espectadores (millones)	Ingresos (millones \$)
Australia	27,5	2.261	54,2	625,0
N. Zelanda	5,3	510	10,6	96,0
Total	32,8	2.771	64,8	721,0

En **Australia**, en el periodo 2021-2025, la asistencia de espectadores al cine refleja un máximo en 2023 de 58,1 millones de espectadores y un mínimo en 2021 de 39,7 millones. Por su parte, en **Nueva Zelanda**, también en 2023 tuvo lugar el máximo de casi 11 millones de espectadores y en 2021 se produjo el mínimo de 7,5 millones. En ambos países, la asistencia a las salas de cine se redujo en 2024 y 2025 con respecto a 2023 (gráfico 3.15).



El ranking de los estrenos cinematográficos en Australia en 2025 está encabezado por *Minecraft*, con 3,1 millones de espectadores, seguido de *Lilo & Stitch* con 1,9 millones y *Jurassic World: Rebirth* con 1,7 millones de espectadores. El top-10 está compuesto en su totalidad por películas estadounidenses y todas superan el millón de espectadores. La cuota conjunta de espectadores de estas 10 producciones es del 32% (cuadro 3.64).

Cuadro 3.64

Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2025. Australia

N.	Título	Origen	Espectadores
1	Minecraft	USA	3.137.356
2	Lilo & Stitch	USA	1.902.490
3	Jurassic World: Rebirth	USA	1.753.462
4	How to train your Dragon	USA	1.694.867
5	F1	USA	1.682.806
6	Avatar: Fire and ash	USA	1.681.293
7	Wicked: For good	USA	1.601.480
8	Zootopia 2	USA	1.557.308
9	Superman	USA	1.389.665
10	Sonic the Hedgehog 3	USA	1.064.670

El top-10 de estrenos iberoamericanos de Australia en 2025 refleja el dominio de la producción hispano-británica *Lo que aprendí de mi pingüino*, con más de 60.000 espectadores y 700.000 dólares de ingresos, seguida de la obra brasileña *Ainda estou aqui*, con 50.803 espectadores y 563.914 dólares de recaudación. Por su origen, en este top-10 hay ocho películas españolas, una brasileña y una argentina (cuadro 3.65).

Cuadro 3.65

Ranking de estrenos iberoamericanos. Año 2025. Australia (Est. 11,1\$)

N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Lo que aprendí de mi pingüino	España, R. Unido	63.373	703.440
2	Ainda estou aqui	Brasil, Francia	50.803	563.914
3	Dragonkeeper	España, China	28.256	313.639
4	La habitación de al lado	España	20.589	228.540
5	Strangers: Capítulo 2	España, R. Unido	19.768	219.428
6	EL 47	España	8.455	93.851
7	Ni única familia	España, R. Unido	7.406	82.206
8	The road to Patagonia	Argentina, Australia	5.436	60.341
9	Amanece en Samaná	España, R. Dominicana	4.063	45.101
10	La infiltrada	España	3.895	43.240

El ranking de los estrenos cinematográficos en Nueva Zelanda en 2025 está encabezado por *Minecraft*, con 600.000 espectadores, seguido *Avatar: Fire and ash*, con casi 390.000 y la producción neocelandesa *Tina*, con más de 360.000 espectadores. El top-10 está compuesto por nueve películas estadounidenses y una autóctona. La cuota conjunta de espectadores de estas 10 producciones sobre el total es del 31,1% (cuadro 3.66).

Cuadro 3.66
Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2025. N. Zelanda

N.	Título	Origen	Espectadores
1	Minecraft	USA	600.321
2	Avatar: Fire and ash	USA	388.954
3	Tina	N. Zelanda	364.479
4	Lilo & Stitch	USA	341.676
5	How to train your Dragon	USA	323.562
6	F1	USA	307.041
7	Jurassic World: Rebirth	USA	288.976
8	Zootopia 2	USA	248.453
9	Wicked: For good	USA	235.417
10	Superman	USA	215.955

El top-10 de estrenos iberoamericanos de Nueva Zelanda en 2025 refleja el dominio de la producción hispano-británica *Lo que aprendí de mi pingüino*, con casi 30.000 espectadores y más de 306.000 dólares de ingresos. A bastante distancia, las dos obras que aparecen a continuación son la producción brasileña *Ainda estou aqui*, con casi 8.000 espectadores, y la española *La habitación de al lado*, con 4.055. Por su origen, en este top-10 hay cinco películas españolas, dos mexicanas, una brasileña, una argentina y una portuguesa (cuadro 3.67).

Cuadro 3.67
Ranking de estrenos iberoamericanos. Año 2025. N. Zelanda (Est. 11,1\$)

N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Lo que aprendí de mi pingüino	España, R. Unido	27.631	306.705
2	Ainda estou aqui	Brasil, Francia	7.819	86.788
3	La habitación de al lado	España	4.055	45.014
4	Dragonkeeper	España, China	3.507	38.927
5	El maestro que prometió el mar	España	2.660	29.526
6	Ni única familia	España, R. Unido	2.260	25.088
7	Gerry Adams	México	1.867	20.727
8	La cocina	México, USA	523	5.806
9	Grand Tour	Portugal, Francia, Italia	425	4.716
10	The road to Patagonia	Argentina, Australia	423	4.693

El número total de estrenos iberoamericanos de los top-10 de 2025 en Australia y Nueva Zelanda son 20, acumulan una asistencia de más de 260.000 espectadores y 2,9 millones de dólares de ingresos. Los estrenos se corresponden con 14 títulos, con un total de 9 coproducciones (64,2%) y solo una pertenece a países iberoamericanos exclusivamente (cuadro 3.68).

Los títulos de estreno se distribuyen entre 12 obras de ficción y dos largometrajes documentales. Los espectadores asistentes a títulos de ficción acumulan 255.489 espectadores (97%) y los documentales 7.726. Las películas de estreno de distribuidoras independientes vendieron casi 180.000 entradas (68,3%). Los dos únicos estrenos distribuidos por los Estudios americanos (Sony Pictures) fueron la producción brasileña *Ainda estou aqui* y la española *La habitación de al lado*.

<i>Cuadro 3.68</i>	
<i>Datos de los estrenos iberoamericanos en mercados de Oceanía (Australia y N. Zelanda). Año 2025</i>	
Mercados incluidos en el estudio	2
Número de estrenos top-10	20
Espectadores top-10 cine iberoamericano	263.215
Ingresos top-10 de cine iberoamericano (\$)	2.921.689
Número de títulos de la muestra	14
Número de coproducciones	9
Coproducciones internacionales	8
Coproducciones iberoamericanas	1
Número de títulos estrenos ficción	12
Número de títulos de documentales	2
Espectadores títulos de ficción	255.489
Espectadores títulos de documentales	7.726
Ingresos títulos de ficción (\$)	2.835.927
Ingresos títulos de documentales (\$)	85.762
Espectadores de distribuidoras independientes	179.949
Espectadores Estudios americanos	83.266

La distribución de los 14 títulos de estrenos por su origen en los mercados de Oceanía refleja que el país con un mejor rendimiento es España (9 títulos), con 195.919 espectadores y 2,1 millones de dólares de ingresos (Cuadro 3.69).

Los países iberoamericanos representados en las salas cinematográficas de Oceanía fueron cinco: Argentina, Brasil, España, México y Portugal. La única coproducción iberoamericana fue *Amanece en Samaná* (España, R. Dominicana).

<i>Cuadro 3.69</i>				
<i>Distribución de los títulos iberoamericanos por su origen en mercados de Oceanía (top-10). Año 2025</i>				
N.	Origen	Títulos	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Argentina	1	5.859	65.034
2	Brasil	1	58.622	650.702
3	España	9	195.919	2.174.703
4	México	2	2.390	26.534
5	Portugal	1	425	4.716
Total		14	263.215	2.921.689

La distribución de los 20 títulos iberoamericanos de estrenos por mercados de Oceanía en 2025 refleja que en Australia el rendimiento fue de 212.045 espectadores y 2,3 millones de dólares de ingresos y en Nueva Zelanda superó los 50.000 espectadores y los 567.000 dólares de ingresos (3.70).

Cuadro 3.70

Distribución de los títulos iberoamericanos por países de exhibición en mercados de Oceanía (top-10). Año 2025

N.	País de estreno	Estrenos	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Australia	10	212.045	2.353.700
2	N. Zelanda	10	51.170	567.989
Total		20	263.215	2.921.689

Los datos acumulados por los estrenos iberoamericanos en el mercado oceánico durante 2025 reflejan que la coproducción hispano-británica *Lo que aprendí de mi pingüino* fue el que más éxito cosechó, con un total de 91.004 espectadores y un millón de dólares de ingresos (cuadro 3.71).

Los estrenos que también tuvieron un rendimiento significativo fueron la producción brasileña *Ainda estou aqui* (58.622 espectadores) y las películas españolas *Dragonkeeper* (31.763 espectadores), *La habitación de al lado* (24.644 espectadores) y *Strangers: Capítulo 2* (19.768 espectadores).

Cuadro 3.71

Ranking acumulado de títulos iberoamericanos en mercados de Oceanía. Año 2025

N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)	Mercados
1	Lo que aprendí de mi pingüino	España, R. Unido	91.004	1.010.144	2
2	Ainda estou aqui	Brasil, Francia	58.622	650.702	2
3	Dragonkeeper	España, China	31.763	352.566	2
4	La habitación de al lado	España	24.644	273.553	2
5	Strangers: Capítulo 2	España, UK, USA	19.768	219.428	1
6	Mi única familia	España	9.666	107.294	2
7	El 47	España	8.455	93.851	1
8	The road to Patagonia	Argentina, Australia	5.859	65.034	2
9	Amanece en samaná	España, R. Dominicana	4.063	45.101	1
10	La infiltrada	España	3.895	43.240	1
11	El maestro que prometió el mar	España	2.660	29.526	1
12	Gerry Adams	México	1.867	20.728	1
13	La cocina	México, USA	523	5.806	1
14	Grand Tour	Portugal, Francia	425	4.716	1
Total			263.215	2.921.689	

EL CINE IBEROAMERICANO EN ASIA

Esta edición del Panorama continua con el estudio del recorrido del cine iberoamericano en Asia, a través de los seis mercados en los que se han registrado estrenos (Arabia Saudí, China, Corea del Sur, Japón, Malasia y Tailandia). Estos países suman 1.725 millones de habitantes, superan las 103.000 salas de cine y acumulan un total de 1.638,5 espectadores y más de 10.150 millones de dólares de ingresos (cuadro 3.72).

Por países, los datos de China representan el 81,5% del total de la población del conjunto de mercados analizados, un 90% de las pantallas, un 75,5% de los espectadores totales y más de un 70% de los ingresos cinematográficos. Por su parte, los datos de Japón suponen el 11,5% del total de espectadores de la muestra y el 18,5% de los ingresos.

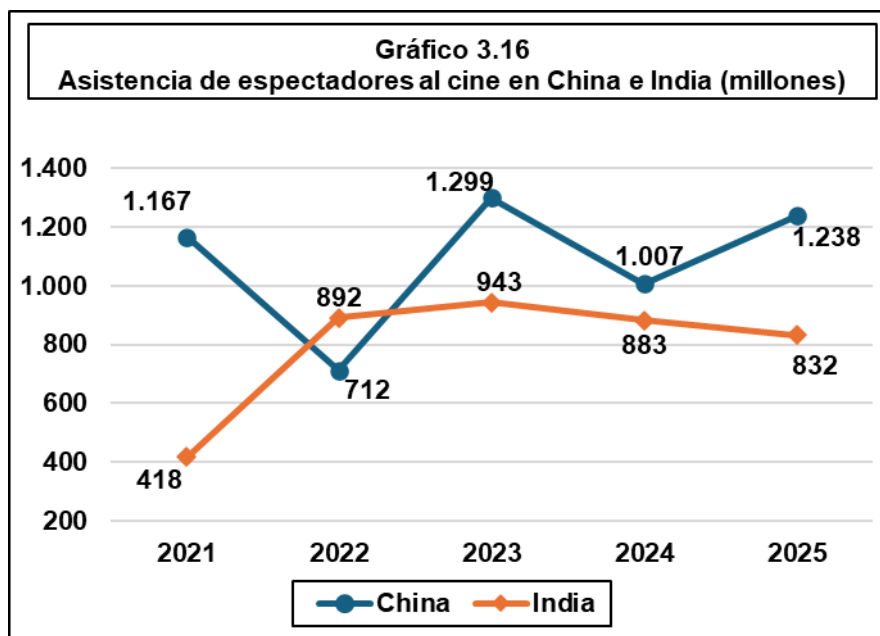
Cuadro 3.72
Panorama cinematográfico en mercados asiáticos. Año 2025

País	Población (millones)	Pantallas	Espectadores (millones)	Ingresos (millones \$)
A. Saudí	35,9	603	18,8	245,5
China	1.405,8	93.187	1.238,0	7.209,4
Corea Sur	51,7	3.154	106,1	736,1
Japón	123,8	3.697	188,8	1.892,8
Malasia	36,0	1.232	50,1	21,8
Tailandia	71,7	1.200	36,7	72,2
Total	1.724,9	103.073	1.638,5	10.177,8

Una vez presentados los datos globales de los estrenos iberoamericanos en la muestra de los mercados asiáticos analizados, a partir de la información suministrada por ComScore-Rentrak, el estudio prosigue con el rendimiento los estrenos iberoamericanos en cada país, incluyendo el top-10 cinematográfico, el top-10 iberoamericano y la evolución de la asistencia al cine en los cinco últimos años.

El análisis comienza con la comparación del volumen de entradas vendidas en China y la India por sus parecidos datos demográficos, si bien en las salas de cine de este último país no se estrenaron producciones iberoamericanas. A continuación, figura la comparativa entre Corea del Sur y Japón y finaliza el estudio con los datos disponibles de Arabia Saudí, Malasia y Japón.

En **China**, en el periodo 2021-2025, la asistencia de espectadores al cine refleja un máximo en 2023 de 1.299 millones de espectadores y un mínimo en 2022 de 712 millones. En 2025, la venta de entradas de las salas de cine se sitúa en 1.238 millones. Por su parte, en la **India (Berat)** también se alcanzó el máximo en 2023 con 943 millones de espectadores y se registró el mínimo en 2021 con 418 millones. En 2025 la asistencia al cine se sitúa en 832 millones de espectadores (gráfico 3.16)



El ranking de los estrenos cinematográficos en China en 2025 está encabezado por la película autóctona *Ne Zha 2*, con 323,2 millones de espectadores, seguido de la estadounidense *Zootopia 2* con más de 100 millones de espectadores. Ambas pertenecen al género de la animación. El top-10 está compuesto por siete películas chinas, dos estadounidenses y una procedente de Hong-Kong. La cuota conjunta de espectadores de estas 10 producciones es del 63,2% (cuadro 3.73).

Cuadro 3.73
Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2025. China

N.	Título	Origen	Espectadores
1	Ne Zha 2	China	323.282.152
2	Zootopia 2	USA	104.422.831
3	Dead to rights	China	84.866.145
4	Detective Chinatown 1900	China	73.864.539
5	731	China	54.461.535
6	Nobody	China	47.447.573
7	The Shadow's Edge	Hong Kong	34.059.354
8	Creation of the Gods 2	China	23.981.535
9	The Lychee Road	China	18.370.040
10	Avatar: Fire and ash	USA	18.051.432

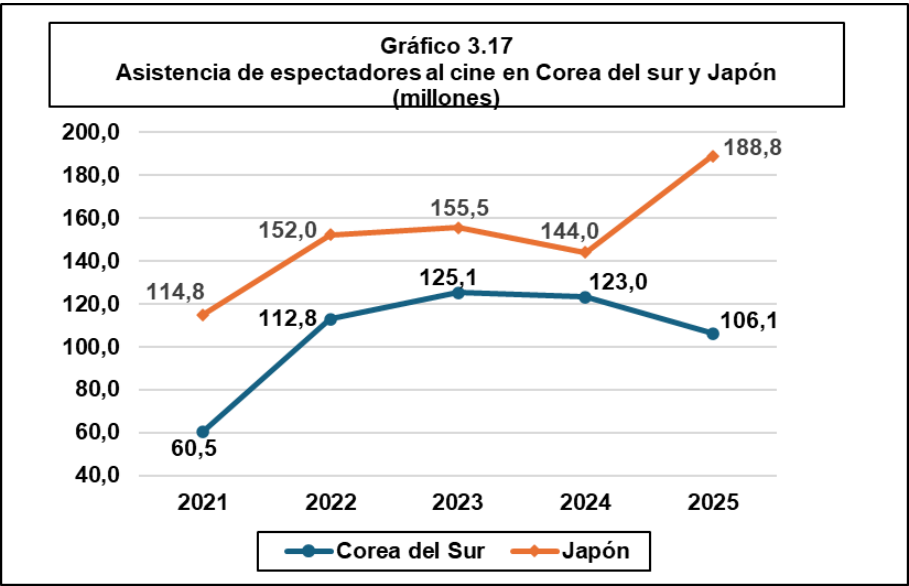
El top-4 de los estrenos iberoamericanos de China en 2025 refleja el dominio de la producción de animación hispanofrancesa *Robot Dreams*, con más de 97.000 espectadores y casi 590.000 dólares de ingresos, seguida de la obra argentina en colaboración con España *Relatos salvajes*, con 72.459 espectadores y de la película brasileña *Ainda estou aqui*, con 38.530. El cuadro lo cierra la producción mexicana *La cocina* con 15.637 espectadores (cuadro 3.74).

Cuadro 3.74

Ranking de estrenos iberoamericanos. Año 2025. China

N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Robot Dreams	España, Francia	97.048	588.693
2	Relatos Salvajes	Argentina, España	72.459	404.268
3	Ainda estou aqui	Brasil, Francia	38.530	213.194
4	La cocina	México, USA	15.637	101.502

En **Corea del Sur**, en el periodo 2021-2025, la asistencia de espectadores al cine refleja un máximo en 2023 de 125,1 millones de espectadores y un mínimo en 2021 de 60,5 millones. En 2025, la venta de entradas de las salas de cine se sitúa en 106,1 millones. En **Japón** se alcanzó el máximo en 2025 con 188,8 millones de espectadores y se registró el mínimo en 2021 con 114,8 millones (gráfico 3.17).



El ranking de los estrenos cinematográficos en Corea del Sur en 2025 está encabezado por la película estadounidense *Zootopia 2*, con 7,7 millones de espectadores, seguido de la producción japonesa *Demon Slayer: Infinity Castle – Part 1*, la coreana *My Daughter is a Zombie* y por la película estadounidense *F1*, con más de cinco millones de espectadores cada una. El top-10 lo completan tres estrenos estadounidenses, dos coreanos y uno japonés. La cuota conjunta de espectadores de este ranking representa un 42,2% sobre el total (cuadro 3.75).

Cuadro 3.75

Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2025. Corea del Sur

N.	Título	Origen	Espectadores
1	Zootopia 2	USA	7.705.706
2	Demon Slayer: Infinity Castle - Part 1	Japón	5.691.838
3	My Daughter is a Zombie	Corea Sur	5.639.964
4	F1	USA	5.214.567
5	Avatar: Fire and ash	USA	4.569.542
6	Chainsaw Man - The Movie: Reze Arc	Japón	3.431.787
7	Mission Impossible - The Final Reckoning	USA	3.292.542

8	Yadang: The Snitch	Corea Sur	3.378.276
9	Mickey 17	USA	3.013.854
10	No other choice	Corea Sur	2.942.778

El top-10 de estrenos iberoamericanos de Corea del Sur en 2025 refleja el dominio de la producción de hispanoportuguesa *Misericordia*, con más de 22.000 espectadores y 152.662 dólares de ingresos, seguida de la coproducción hispano-australiana de animación *200% lobo*, con 19.760 espectadores y 105.101 dólares de ingresos. El ranking lo completan cuatro películas españolas (una en coproducción con Perú), dos estrenos brasileños, uno mexicano y otro portugués (cuadro 3.76).

Cuadro 3.76				
Ranking de estrenos iberoamericanos. Año 2025. Corea del Sur				
N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Misericordia	España, Portugal, Francia	22.059	152.662
2	200% lobo	España, Austria	19.760	105.101
3	Memory	México, USA	8.369	57.726
4	Ainda estou aqui	Brasil, Francia	8.878	55.678
5	Ni única familia	España, R. Unido	7.927	51.637
6	El espíritu de la colmena	España	7.139	48.698
7	Grand Tour	Portugal, Francia, Italia	4.876	30.425
8	Llámame por tu nombre	Brasil, Francia, USA	3.425	30.390
9	La habitación de al lado	España	3.824	28.715
10	Dispararon al pianista	España, Perú, Portugal	2.812	20.210

El ranking de los estrenos cinematográficos en Japón en 2025 está encabezado por las películas autóctonas *Demon Slayer: Infinity Castle – Part 1*, con más de 26 millones de espectadores, *National Treasure*, con 13,2 millones, y *Detective Conan: One-Eyed Flashback*, con 10,1 millones de espectadores.

El top-10 lo completan otros cuatro estrenos japoneses y tres estadounidenses. Entre estos últimos, como en China y Corea del Sur, también destaca la película de animación *Zootopia 2*, con siete millones de espectadores. La cuota conjunta de espectadores de este ranking representa un 43,3% sobre el total (cuadro 3.77).

Cuadro 3.77			
Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2025. Japón			
N.	Título	Origen	Espectadores
1	Demon Slayer: Infinity Castle Part 1	Japón	26.622.670
2	National Treasure	Japón	13.202.879
3	Detective Conan: One-Eyed Flashback	Japón	10.120.076
4	Zootopia 2	USA	7.078.511
5	Chainsaw Man - The Movie: Reze Arc	Japón	6.590.684
6	Tokyo Mer - the Movie: Nankai Mission	Japón	3.888.271
7	Doraemon: Nobita's Art World Tales	Japón	3.787.301
8	Exit 8	Japón	3.646.299
9	Mission: Impossible - The Final Reckoning	USA	3.402.028
10	Jurassic World: Rebirth	USA	3.206.454

El top-4 de los estrenos iberoamericanos de Japón en 2025 refleja el dominio de la producción española *La llegada*, con más de 42.000 espectadores y casi 400.000 dólares de ingresos, seguida de la coproducción hispanofrancesa *Robot Dreams*, con 16.908 espectadores, de la película brasileña *Ainda estou aqui*, con 17.607 espectadores y de la obra española *La habitación de al lado*, con 16.294 espectadores (cuadro 3.78).

Cuadro 3.78				
Ranking de estrenos iberoamericanos. Año 2025. Japón				
N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	La llegada	España	42.348	396.393
2	Robot Dreams	España, Francia	16.908	178.702
3	Ainda estou aqui	Brasil, Francia	17.607	163.159
4	La habitación de al lado	España	16.294	155.702

El panorama cinematográfico de **Arabia Saudí** en 2025, para una población de casi 36 millones de habitantes, es el siguiente: 603 salas de cine, 18,8 millones de espectadores, 245,5 millones de dólares de ingresos, 0,5 películas por habitante al año y 13 dólares de coste medio para la entrada al cine.

El ranking de los estrenos cinematográficos está encabezado por la película estadounidense *Lilo & Stich*, con más de 850.000 espectadores, seguida de la producción autóctona *Alzarfa: Escape from Hanhounia Hell*, con casi 750.000 espectadores, y de la película estadounidense *F1*, con 655.196 espectadores.

El top-10 lo completan dos estrenos saudíes, dos egipcios, uno australiano, uno estadounidense y uno japonés. La cuota conjunta de espectadores de este ranking representa un 30,2% sobre el total (cuadro 3.79).

Cuadro 3.79			
Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2025. Arabia Saudí			
N.	Título	Origen	Espectadores
1	Lilo & Stich	USA	851.032
2	Alzarfa: Escape from Hanhounia Hell	A. Saudí	748.005
3	F1	USA	655.196
4	Shabab El Bomb 2	A. Saudí	605.515
5	Hobal	A. Saudí	589.423
6	Snakes and Ladders: Childish actions	Egipto	564.035
7	Dangerous animals	Australia	442.391
8	Restart	Egipto	412.985
9	Minecraft	USA	410.743
10	Demon Slayer: Infinity Castle - Part 1	Japón	404.290

El top-10 de estrenos iberoamericanos en Arabia Saudí en 2025 refleja el dominio de las producciones españolas *Zona Cero* (en coproducción con USA) y *Strangers: Capítulo 2* (en coproducción con UK), ambas con más de 20.000 espectadores y más de 260.000 dólares de ingresos (cuadro 3.80)

A continuación, con menos éxito que las anteriores, se situaron *Dalia y el libro rojo* (Argentina, Colombia y Perú) y *Diablo* (Colombia), ambas con un rendimiento de 4.700 espectadores, cada una. Completan el ranking dos estrenos españoles (*Buffalo Kids* y *Rich Flu*), uno argentino (*No dormirás esta noche*), uno colombiano (*Rosario*), uno peruano en coproducción con España (*Kayara*) y uno ecuatoriano (*Shaman*).

Cuadro 3.80

Ranking de estrenos iberoamericanos. Año 2025. Arabia Saudí

N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Zona Cero	España, USA	24.235	263.885
2	Strangers: Capítulo 2	España, R. Unido	22.385	261.358
3	Dalia y el libro rojo	Argentina, Colombia, Perú	4.723	32.261
4	Diablo	Colombia	4.720	55.528
5	Rosario	Colombia, USA	2.912	32.887
6	Buffalo Kids	España	2.650	30.679
7	No dormirás esta noche	Argentina, N. Zelanda	2.630	32.484
8	Kayara	Perú, España	1.930	21.932
9	Shaman	Ecuador, USA	1.928	22.238
10	Rich Flu	España, Chile	1.119	13.861

El top-4 de los estrenos iberoamericanos de **Malasia** en 2025 refleja el dominio de las producciones españolas *Strangers: Capítulo 2*, con un rendimiento de 6.125 espectadores, y *Zona Cero*, con 3.095. La primera está en coproducción con Reino Unido y la segunda con Estados Unidos. Completan el ranking, el estreno colombiano *Rosario* y el ecuatoriano *Shaman*, ambos superando los 1.600 espectadores y ambos en coproducción con Estados Unidos (cuadro 3.81).

Cuadro 3.81

Ranking de estrenos iberoamericanos. Año 2025. Malasia

N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Strangers: Capítulo 2	España, R. Unido	6.125	24.687
2	Zona Cero	España, USA	3.095	12.448
3	Rosario	Colombia, USA	1.785	6.995
4	Shaman	Ecuador, USA	1.613	6.271

El top-4 de los estrenos iberoamericanos de **Tailandia** en 2025 también pone de manifiesto el liderazgo de las producciones españolas *Strangers: Capítulo 2*, con un rendimiento de más de 13.000 espectadores, y *Zona Cero*, con 7.746. Completan el ranking las producciones españolas *Rich Flu* y *La habitación de al lado*; la primera en coproducción con Chile y con un rendimiento de casi 6.400 espectadores y la segunda con 5.082 (cuadro 3.82).

Cuadro 3.82

Ranking de estrenos iberoamericanos. Año 2025. Tailandia

N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Strangers: Capítulo 2	España, R. Unido	13.012	45.335
2	Zona Cero	España, USA	7.746	27.198
3	Rich Flu	España, Chile	6.399	19.260
4	La habitación de al lado	España	5.082	14.014

El Panorama del top-10 del cine iberoamericano en los seis mercados asiáticos incluidos en el estudio refleja que, acumulan más de 500.000 espectadores y 3,7 millones de espectadores de ingresos. Los 36 estrenos contabilizados se corresponden con 24 títulos. Las coproducciones suman 19 (79,1%), de las que seis están realizadas por países iberoamericanos. La distribución por temáticas refleja que los títulos de ficción suman 18 (75%) y los de animación 6 (cuadro 3.83).

Los espectadores asiáticos que disfrutaron de los títulos de ficción fueron 374.158 (72%) y sus ingresos reportaron un total de 2,7 millones de dólares (73,6%), mientras que los asistentes a los estrenos de animación sumaron 145.831, con unos ingresos de más de 977.000 dólares. Los espectadores de las películas distribuidas por empresas independientes acumularon 418.905 espectadores (80,5%) y las de los Estudios americanos más de 100.000.

Los títulos distribuidos por los Estudios en los mercados asiáticos solo fueron tres producciones: La coproducción hispano-argentina *Relatos salvajes* (Warner), la obra española *La habitación de al lado* (Warner) y la coproducción franco-brasileña *Llámame por tu nombre* (Sony). En términos numéricos, el 12% de los títulos distribuidos por los Estudios acumuló casi un 20% del total de los espectadores asistentes al cine iberoamericano en los mercados asiáticos analizados.

Cuadro 3.83	
<i>Datos de los estrenos iberoamericanos en mercados asiáticos. Año 2025</i>	
Mercados incluidos en el estudio	6
Número de estrenos top-10	36
Espectadores top-10 cine iberoamericano	519.989
Ingresos top-10 de cine iberoamericano (\$)	3.706.174
Número de títulos de la muestra	24
Número de coproducciones	19
Coproducciones internacionales	13
Coproducciones iberoamericanas	6
Número de títulos estrenos ficción	18
Número de títulos de animación	6
Espectadores títulos de ficción	374.158
Espectadores títulos de animación	145.831
Ingresos títulos de ficción (\$)	2.728.597
Ingresos títulos de animación (\$)	977.577
Espectadores de distribuidoras independientes	418.905
Espectadores Estudios americanos	101.084

La distribución de los estrenos iberoamericanos del top-10 en los mercados asiáticos analizados refleja que China es el país donde obtuvieron el mayor éxito (223.674 espectadores y 1,3 millones de ingresos), seguido de Japón (93.157 espectadores y 893.956 dólares) y Corea del Sur (89.069 espectadores y 581.240 dólares). En un segundo escalón se encuentra Arabia Saudí, con casi 70.000 espectadores, y ya más alejados de los anteriores mercados se encuentran Tailandia, con 32.239 espectadores, y Malasia, con más de 12.000 (cuadro 3.84).

Cuadro 3.84				
<i>Distribución de los títulos iberoamericanos en los mercados asiáticos (top-10). Año 2025</i>				
N.	País de estreno	Estrenos	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Arabia Saudí	10	69.232	767.113
2	China	4	223.674	1.307.657
3	Corea del Sur	10	89.069	581.240
4	Japón	4	93.157	893.956
5	Malasia	4	12.618	50.401
6	Tailandia	4	32.239	105.807
Total		36	519.989	3.706.174

La distribución de los 24 títulos de estreno por su origen en los mercados asiáticos refleja que España exhibió 13 títulos, con un rendimiento de 332.690 espectadores y 2,4 millones de dólares de ingresos, Argentina dos títulos con 75.089 espectadores y 436.752 dólares de recaudación y Brasil otros dos títulos con casi 70.000 espectadores y 462.421 dólares de ingresos (3.85).

Los ocho países iberoamericanos representados en las salas cinematográficas asiáticas son: Argentina, Brasil, Colombia, Ecuador, España, México, Perú y Portugal. Las coproducciones iberoamericanas son: *Relatos salvajes* (Argentina, España), *Misericordia* (España, Portugal), *Rich Flu* (España, Chile), *Dalia y el libro rojo* (Argentina, Colombia, Ecuador, España y Perú), *Dispararon al pianista* (España, Perú, Portugal) y *Kayara* (Perú, España).

Cuadro 3.85
Distribución de los títulos iberoamericanos por su origen en mercados asiáticos (top-10). Año 2025

N.	Origen	Títulos	Espectadores	Ingresos (\$)
1	Argentina	2	75.089	436.752
2	Brasil	2	68.440	462.421
3	Colombia	2	9.417	95.410
4	Ecuador	1	3.541	28.509
5	España	13	332.690	2.471.498
6	México	2	24.006	159.227
7	Perú	1	1.930	21.932
8	Portugal	1	4.876	30.425
Total		24	519.989	3.706.174

El estudio finaliza con el ranking acumulado de títulos iberoamericanos en los mercados asiáticos analizados. Los títulos con más éxito son la producción de animación española *Robot Dreams*, con 113.956 espectadores y 767.395 dólares de ingresos, la coproducción hispano-argentina *Relatos salvajes*, con 72.459 espectadores y 404.268 dólares, y la obra brasileña *Ainda estou aqui*, con 65.015 espectadores y 432.031 dólares de ingresos (cuadro 3.86).

Los estrenos con mayor una presencia en los top-10 de los mercados asiáticos analizados son: *Ainda estou aqui* (China, Corea del Sur y Japón), *Strangers: Capítulo 2* (Arabia Saudí, Malasia y Tailandia), *Zona Cero* (Arabia Saudí, Malasia y Tailandia) y *La habitación de al lado* (Corea del Sur, Japón y Tailandia).

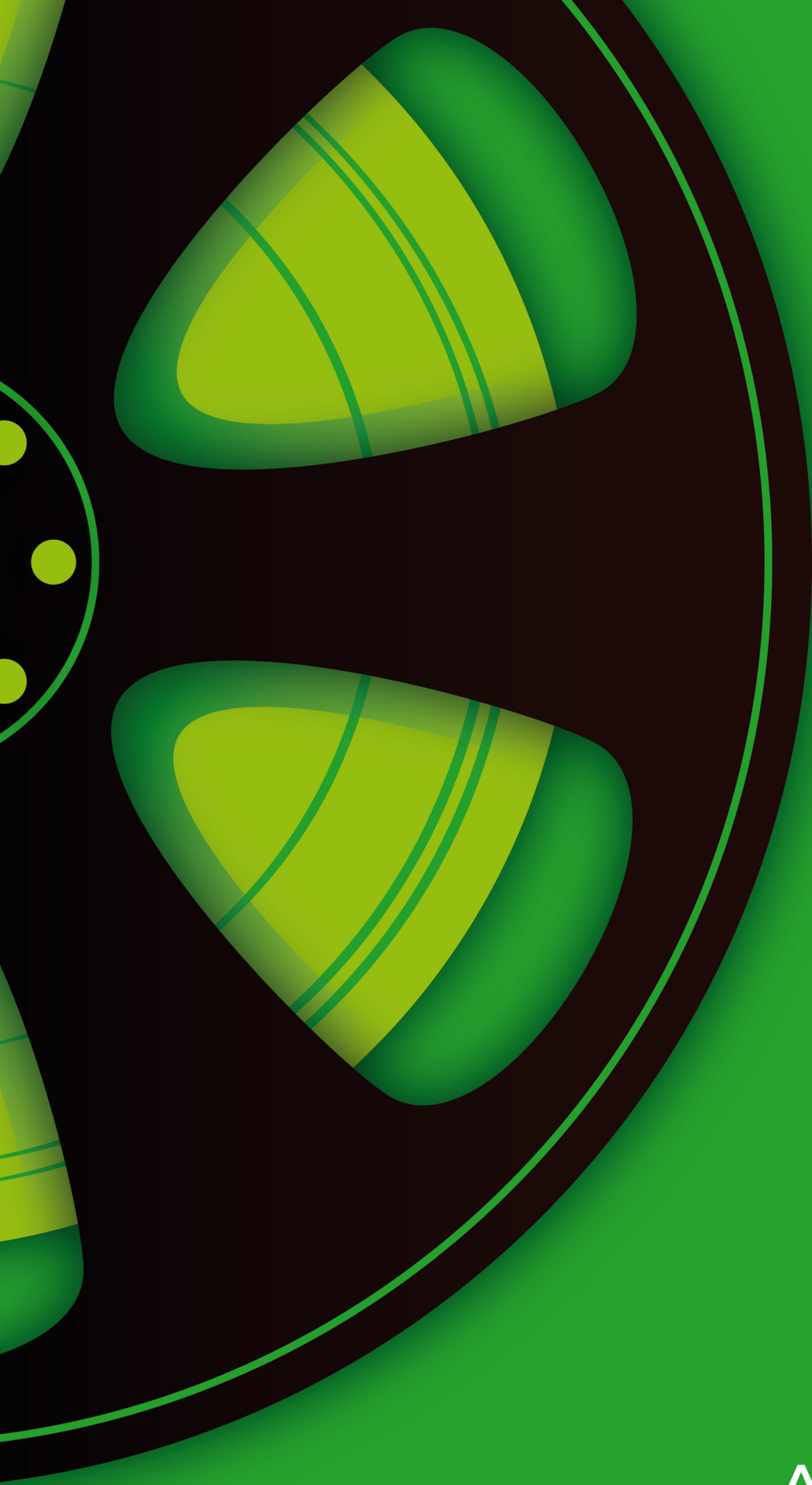
Cuadro 3.86
Ranking acumulado de títulos iberoamericanos en mercados de Asia. Año 2025

N.	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)	Mercados
1	Robot Dreams	España, Francia	113.956	767.395	2
2	Relatos salvajes	Argentina, España	72.459	404.268	1
3	Ainda estou aqui	Brasil, Francia	65.015	432.031	3
4	La llegada	España	42.348	396.393	1
5	Strangers: Capítulo 2	España, UK, USA	41.522	331.381	3
6	Zona Cero	España, USA	35.076	303.531	3
7	La habitación de al lado	España	25.200	198.430	3
8	Misericordia	España, Portugal, Francia	22.059	152.662	1
9	200% lobo	España, Australia	19.760	105.101	1
10	La cocina	México, USA	15.637	101.502	1
11	Memory	México, USA	8.369	57.726	1

12	Mi única familia	España, UK	7.927	51.637	1
13	Rich Flu	España, Chile	7.518	33.121	2
14	El espíritu de la colmena	España	7.139	48.698	1
15	Grand Tour	Portugal, Francia	4.876	30.425	1
16	Dalia y el libro rojo	Argentina, Colombia, Perú	4.723	32.261	1
17	Diablo	Colombia	4.720	55.528	1
18	Rosario	Colombia, USA	4.697	39.882	2
19	Shaman	Ecuador, USA	3.541	28.509	2
20	Llámame por tu nombre	Brasil, Francia, USA	3.425	30.390	1
21	Dispararon al pianista	España, Perú, Portugal	2.812	20.210	1
22	Buffalo Kids	España	2.650	30.679	1
23	No dormirás esta noche	Argentina, N. Zelanda	2.630	32.484	1
24	Kayara	España, Perú	1.930	21.932	1
Total			519.989	3.706.174	

**+20 años con
nuestro cine**





ARTÍCULO 5

DE PRODUCIR PELÍCULAS A
SOSTENER UN ECOSISTEMA: BALANCE
Y PROSPECTIVA DE LA LEY 814

ARTÍCULO 5

DE PRODUCIR PELÍCULAS A SOSTENER UN ECOSISTEMA: BALANCE Y PROSPECTIVA DE LA LEY 814

Lado B para MECA en asocio con PI, con el apoyo de EGEDA Colombia

La Ley 814 ha sido decisiva para el crecimiento del cine colombiano. El FDC y los beneficios tributarios han permitido producir películas, movilizar inversión privada, generar empleo y consolidar capacidades e infraestructura. También han favorecido un cine diverso y fortalecido las trayectorias, redes y oportunidades internacionales de productores y creadores.

Este crecimiento no se ha traducido en una circulación equivalente. Muchas películas llegan a públicos limitados y generan ingresos insuficientes para sostener a las empresas con vocación cinematográfica. Además de revisar alcances y desafíos de la Ley, el estudio cuyo resumen presentamos recoge y sistematiza propuestas para actualizar el marco de fomento del cine colombiano con el fin de fortalecer tres dimensiones de la sostenibilidad de su ecosistema: la continuidad de la creación, la conexión de las obras con públicos y mercados, y la sostenibilidad empresarial y sectorial.

Cómo hicimos el estudio

- Información primaria cuantitativa: caracterización/encuesta a cerca de 30 empresas productoras de largometrajes beneficiarias de la Ley 814.
- Información primaria cualitativa: 15 entrevistas a productoras, intermediarios financieros y jurídicos y agentes de circulación.
- Fuentes secundarias oficiales: DACMI – Ministerio de las Culturas, las Artes y los Saberes y Proimágenes Colombia.
- Periodo de análisis: 2015–2025.
- Periodo de campo: diciembre 2025 - abril 2026.

Lo que la Ley 814 ha hecho posible

Desde 2003, el Fondo para el Desarrollo Cinematográfico (FDC) y los beneficios tributarios para inversiones y donaciones han ampliado la producción de cine colombiano, movilizado capital privado, generado empleo y activado servicios conexos. También han hecho posibles obras, géneros y escalas que difícilmente encontrarían financiación en condiciones de mercado, y han fortalecido trayectorias creativas, coproducciones, participación en festivales y mercados, ventas internacionales y acceso a plataformas.

La Ley ha contribuido a profesionalizar a las productoras y los equipos, fortalecer los oficios técnicos y desarrollar capacidades para estructurar presupuestos, gestionar inversionistas, administrar contratos y fiducias, acceder a coproducciones y participar en festivales y mercados internacionales. Esta acumulación de experiencia ha permitido ampliar las escalas y modelos de producción, consolidar redes de trabajo y fortalecer la presencia nacional e internacional del cine colombiano.

381 largometrajes apoyados por estímulos concursables del FDC, 2015-2025	\$548.549 millones movilizados mediante certificados de inversión y donación
53,1% de los estrenos de la década usó al menos un mecanismo de la Ley 814	172 + 81 personas contratadas en promedio por producción y en servicios conexos

La producción cinematográfica funciona también como una escuela práctica para el sector. Cada rodaje reúne perfiles creativos, técnicos, administrativos y logísticos, y genera espacios de aprendizaje y transferencia de conocimiento. Cuando las producciones se desarrollan en distintos territorios, este proceso incorpora talento y proveedores locales y amplía las capacidades disponibles. El impacto de la Ley trasciende las películas financiadas y permanece en los equipos, las empresas y las redes que conforman el ecosistema.

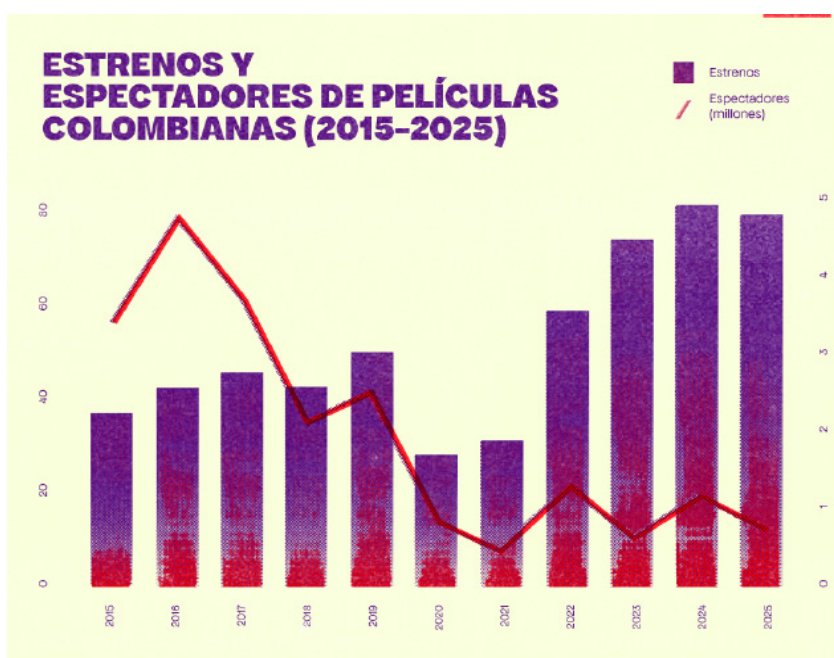
La estructura que se agrieta

El éxito de la Ley en producción no se ha traducido en una circulación equivalente ni en empresas capaces de sostener una actividad continua. El sistema ha resuelto parcialmente cómo hacer películas, pero mantiene una brecha entre la obra terminada, su encuentro con los públicos, la recuperación económica y la continuidad de quienes la producen.

Circulación: más estrenos, menos público por película

Entre 2015 y 2025 se estrenaron 548 largometrajes colombianos. La oferta alcanzó máximos históricos recientes, con 79 estrenos en 2024 y 73 en 2025, mientras la asistencia se redujo con fuerza. En 2025, el cine colombiano registró 747.588 espectadores y un promedio de 9.709 por estreno, frente a 95.883 en 2015. La caída forma parte de una contracción general de las salas, pero ha sido más profunda para el cine nacional.

Aunque las películas acceden a distintas ventanas -85,2% reporta acuerdos con salas nacionales, 70,4% con agentes de ventas internacionales, 63% con plataformas y 55,6% con televisión nacional. El problema está en la capacidad de esas ventanas para generar visibilidad, permanencia, públicos e ingresos. El 77,8% de las obras analizadas obtuvo menos de \$500 millones en ingresos brutos, aunque 62,9% tuvo costos superiores a \$1.000 millones. La taquilla nacional aporta 45,5% de los ingresos reportados y las plataformas 27,4%, lo que concentra la recuperación en dos ventanas selectivas y frágiles.



Empresas: mucha producción, poca continuidad

La fragilidad empresarial se expresa primero en la escala de operación de las productoras. El 48,1% subsiste con costos operacionales inferiores a \$50 millones al año y, en promedio, sostiene no más de 2 personas en nómina y 13 por prestación de servicios. Las estructuras se amplían durante los rodajes y se reducen cuando estos terminan, por lo que buena parte del empleo y de las capacidades se activa de acuerdo con el ciclo de cada proyecto.

La composición de los ingresos confirma esta dependencia. El 39% de la facturación proviene de honorarios asociados a proyectos y el 32% de servicios prestados a terceros, mientras que la propiedad intelectual, las regalías y el catálogo representan cerca del 20%. Más de dos terceras partes de los recursos dependen así de actividades temporales, y las fuentes que podrían generar patrimonio y retornos futuros mantienen un peso limitado. Cada película aporta liquidez durante su ejecución, pero deja poco margen para sostener la operación y desarrollar nuevas obras.

La baja recurrencia en el uso de los instrumentos de la Ley refleja esta dificultad para mantener una actividad continua. Solo el 23% de las empresas beneficiarias del FDC y el 31% de las que utilizaron beneficios tributarios accedieron al mismo mecanismo más de una vez durante la última década. Pocas productoras logran encadenar proyectos y consolidar una trayectoria sostenida, lo que limita la estabilidad de los equipos, la acumulación de capacidades y la construcción de patrimonio empresarial.

95.883 → 9.709 espectadores promedio por estreno desde 2015 a 2025	77,8% de las películas genera ingresos brutos inferiores a \$500 millones
\$40–100 millones de ingresos netos para la productora por película, después de cerca de 2,5 años de producción en promedio	2 + 13 personas sostienen en promedio una productora: 2 en nómina y 13 por prestación de servicios

Cinco componentes estratégicos para un ecosistema sostenible

La actualización de la Ley 814 debe preservar los mecanismos que hicieron posible el crecimiento del cine colombiano y ampliar su alcance hacia los vacíos que hoy impiden la sostenibilidad del ecosistema. El estudio propone cinco componentes estratégicos complementarios.

¿Cómo construimos la estrategia?

- Recogimos propuestas de los agentes del sector a través de entrevistas.
- Hicimos un *benchmark* comparativo de políticas audiovisuales de México, España, Francia, Corea del Sur.
- Hicimos un taller estratégico sectorial con productores e instituciones de fomento.

Componente 1. Fortalecer la financiación de la producción

Acción 1. Actualizar la base de financiación del FDC. Ampliar la base de aportantes frente a las nuevas formas de consumo y monetización audiovisual, bajo el principio de que quienes capturan valor por exhibir, transmitir o comercializar contenidos contribuyan a la creación nacional. Esto incluye evaluar aportes de plataformas, televisión, operadores y servicios por suscripción; orientar al sector parte del recaudo asociado a servicios digitales; y articular los recursos audiovisuales del FUTIC y el FDC.

La agenda con plataformas debe incluir inversión y coproducción nacional, presencia y visibilidad de obras colombianas en los catálogos, protección de derechos de autor y lucha contra la piratería. También se propone revisar la distribución de los recursos con una perspectiva de cadena de valor, fortaleciendo la circulación, los públicos y las capacidades sectoriales junto con la creación y la producción.

Acción 2. Actualizar el diseño y la eficacia del beneficio tributario. Evaluar el paso de la deducción actual hacia un descuento tributario o crédito fiscal que ofrezca un valor más claro al aportante, reduzca la intermediación y aumente la liquidez de las películas. La reforma debe establecer topes y criterios de acceso, trazabilidad y control del costo fiscal, así como mecanismos que permitan convertir el incentivo en recursos oportunos para la producción.

Acción 3. Fortalecer la gobernanza y agilizar la gestión del beneficio tributario. Definir responsabilidades institucionales, realizar evaluaciones integrales y establecer requisitos, criterios y tiempos estables. También se proponen rutas proporcionales según la trayectoria del productor, el monto y el riesgo del proyecto. La consolidación de observaciones y la expedición oportuna de certificaciones son esenciales para el cierre financiero y la confianza de productores, inversionistas y fiduciarias.

Componente 2. Conectar obras y públicos

Acción 4. Crear instrumentos financieros específicos para promoción, distribución y circulación. Crear líneas anticipadas para planes de lanzamiento que definan públicos, ventanas, territorios, aliados, materiales, presupuesto y metas. Los apoyos deben llegar a distribuidores, agentes de ventas, festivales, programadores, salas, plataformas y circuitos territoriales, e incluir estudios de públicos, estrategias de comunicación y medición de resultados.

Acción 5. Incentivar condiciones efectivas de exhibición del cine colombiano. Generar estímulos para exhibidores comerciales vinculados a compromisos verificables de permanencia, horarios, funciones, visibilidad en cartelera, tráileres y promoción de cine colombiano. Los pilotos deben

probar alternativas de programación, precios y convocatoria, con seguimiento de las condiciones de exhibición, la asistencia y los ingresos para ajustar los incentivos según la película, la sala y el territorio.

Acción 6. Fortalecer los circuitos alternativos, territoriales y no comerciales. Articular una red nacional de salas alternas, cinematecas, festivales, cineclubes, universidades, centros culturales y espacios comunitarios. La red requiere apoyos para operación, equipamiento, programación, derechos, promoción, mediación y desarrollo de públicos, ligados a compromisos de continuidad, diversidad y acceso territorial.

Componente 3. Acompañar a las empresas en el tiempo

Acción 7. Fortalecer la sostenibilidad empresarial desde los esquemas de financiación. Reconocer en los presupuestos los honorarios de producción y los costos verificables de administración, contratación, contabilidad, fiducia, estructuración financiera, certificación y cierre. También se propone facilitar modelos de coinversión, preventas, ventas internacionales, inversión privada, financiación de portafolios y participación en ingresos.

La acción incluye fortalecer la propiedad intelectual como activo empresarial, de manera que las productoras puedan conservar y gestionar derechos sobre obras, formatos y catálogos, y generar ingresos mediante ventas, licencias, adaptaciones y nuevas ventanas. El objetivo es que cada película contribuya a una empresa con capacidad para desarrollar la siguiente.

Componente 4. Construir capacidades sectoriales

Acción 8. Fortalecer las capacidades de gestión y sostenibilidad de las productoras. Implementar rutas de acompañamiento diferenciadas por trayectoria, tamaño y modelo de operación. Deben abordar costos, flujos de caja, organización de equipos, diversificación de ingresos, gestión de portafolios y derechos, circulación e internacionalización, mediante herramientas y mentorías aplicadas a decisiones reales.

Acción 9. Fortalecer la estructuración financiera y el cierre de proyectos. Desarrollar laboratorios para formular presupuestos, planes de financiación, flujos de recursos y escenarios de riesgo y recuperación. El acompañamiento debe incluir asuntos jurídicos, tributarios y fiduciarios; preparación de dossiers financieros; información sobre fuentes de financiación; y conexión con inversionistas, coproductores, agentes de ventas, plataformas y compradores.

Acción 10. Implementar un laboratorio de circulación y públicos desde etapas tempranas. Acompañar proyectos para definir desde el guion su propuesta de valor, públicos, posicionamiento, territorios, ventanas, calendario, aliados y recursos de promoción. El laboratorio debe integrar a los agentes creativos y de circulación, probar las estrategias mediante pilotos, preparar materiales para mercados nacionales e internacionales y sistematizar los aprendizajes.

Acción 11. Incorporar la formación cinematográfica y audiovisual desde la escuela. Desarrollar pilotos territoriales articulados con instituciones educativas, salas, cinematecas, festivales y bibliotecas. La estrategia debe combinar programación durante el año escolar, catálogos por edades con presencia del cine colombiano, materiales pedagógicos, mediación, formación docente y encuentros con creadores. La evaluación de los pilotos permitirá definir una ruta gradual de expansión.

Componente 5. Articular el sistema

Acción 12. Asegurar una gobernanza articulada para el cine y el audiovisual. Ordenar dentro de una arquitectura común las funciones de la Ley 814 y el FDC, la Ley 1556, el FUTIC, CoCrea, Foncultura, los fondos regionales y los posibles aportes de plataformas. Esta organización debe atender de manera complementaria la producción, la circulación, la formación de públicos, la sostenibilidad empresarial, los formatos, los territorios y la internacionalización.

Se propone una instancia técnica permanente que coordine entidades, mecanismos y agentes del sector, armonice calendarios y criterios, comparta información e identifique duplicidades y vacíos. Las nuevas fuentes deben ampliar los recursos disponibles y atender necesidades desatendidas, preservando los recursos actuales del FDC.

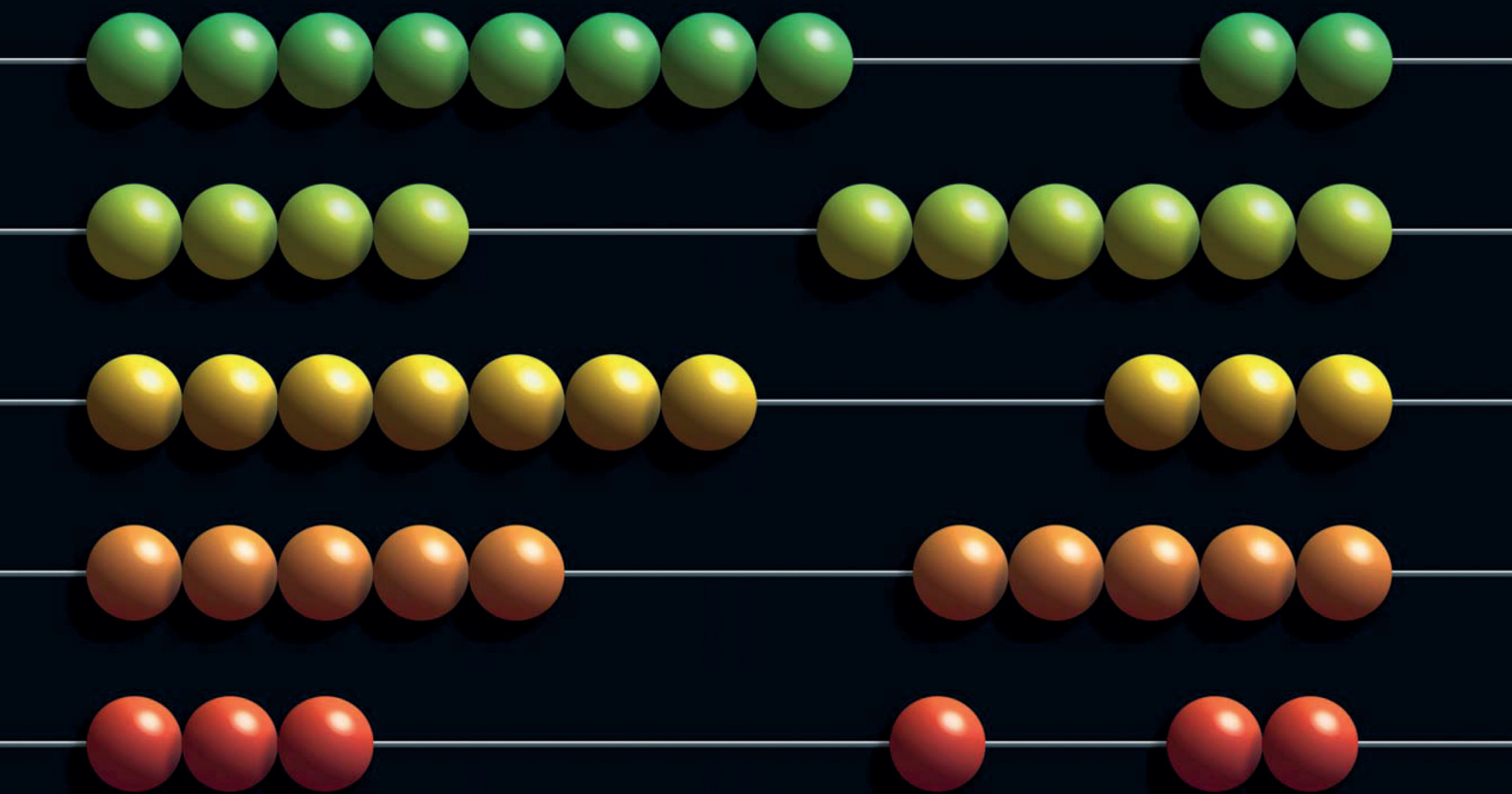
La articulación también requiere revisar los cruces entre leyes, fondos, incentivos y convocatorias para reducir trámites, contradicciones y tiempos desalineados. Una hoja de ruta de largo plazo deberá definir prioridades, responsables, plazos, fuentes de financiación e indicadores de seguimiento.

Consulte el texto completo del estudio en www.egeda.com.co

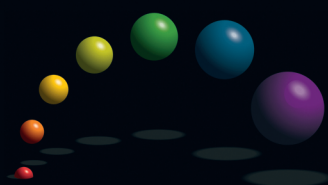


Lado B, por encargo de PI (Asociación de Productores Independientes de Colombia) y MECA (Asociación de Empresas Audiovisuales y Cinematográficas de Medellín y Antioquia) con el apoyo de EGEDA Colombia (Entidad de Gestión Colectiva de Derechos de los Productores Audiovisuales).

Lado B, es una firma de investigación y asesoría estratégica especializada en economía cultural y creativa que, desde 2013, trabaja con instituciones públicas, agencias de desarrollo, organizaciones privadas y agentes culturales para fortalecer la toma de decisiones y la sostenibilidad de los ecosistemas culturales. El equipo interdisciplinario integró a Javier Machicado en la dirección del proyecto y la investigación; Capucine Mahé, como asesora experta sectorial; Juan Camilo Granados, en el procesamiento y análisis cuantitativo y la elaboración del benchmark internacional; y Juana Castro y Marisol Arango, en la investigación cualitativa.



Una sociedad de servicios



egeda

Entidad de Gestión de Derechos
de los Productores Audiovisuales

www.egeda.com



**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



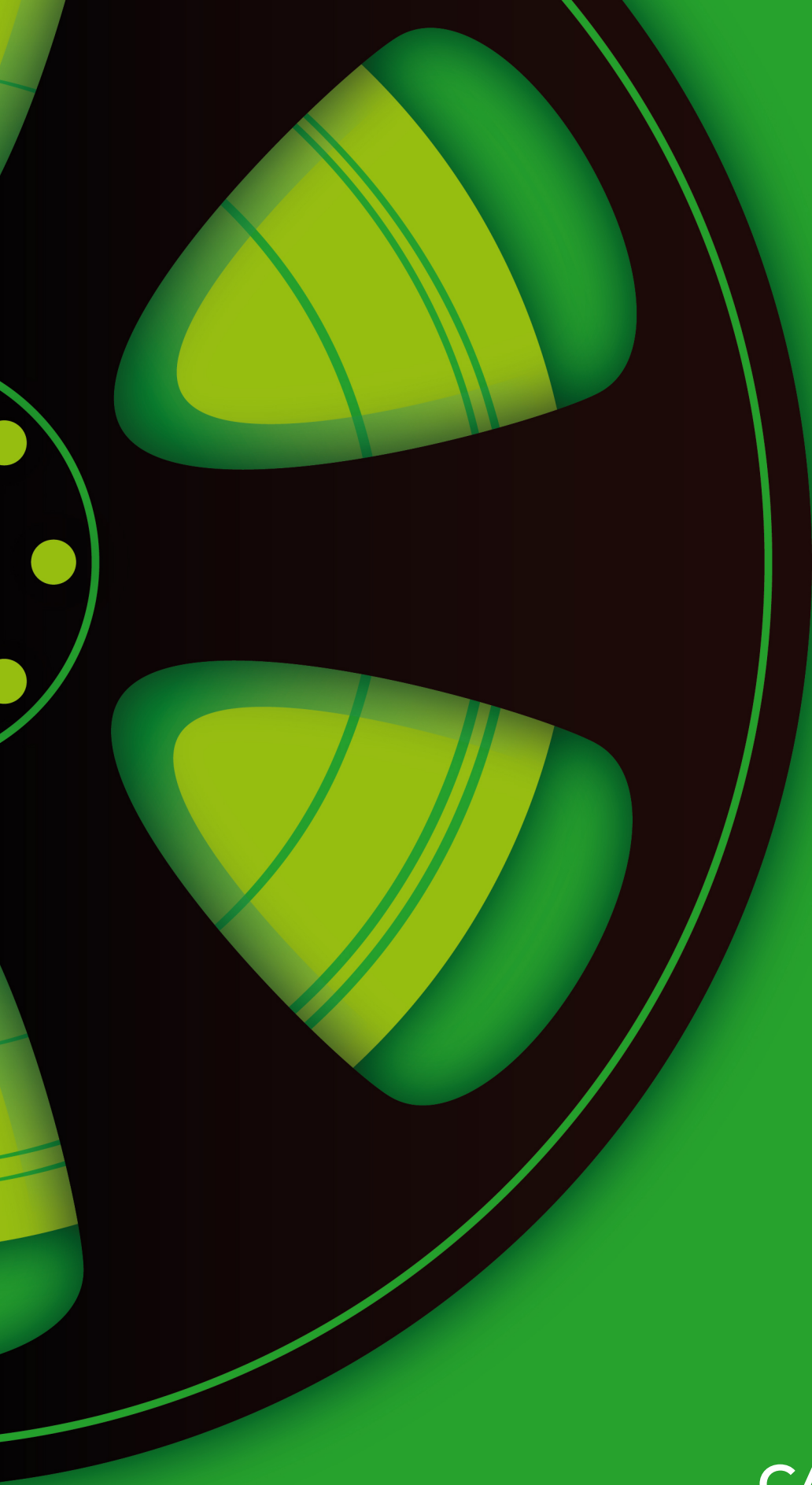
WWW.BARLOVENTOCOMUNICACION.ES



@BLVCOM



/BARLOVENTO-COMUNICACION



CAPÍTULO IV

PROGRAMA IBERMEDIA.
CONVOCATORIA 2025

CAPÍTULO IV

Programa Ibermedia. Convocatoria 2025

Victor Herreruella

Introducción

Aportes

- 1.1 Marco histórico
- 1.2 Países donantes y países receptores
- 1.3 Ejercicio 2025: Aportes realizados y ayudas otorgadas
- 1.4 Ejercicio 2025: Relación aportes / PIB

Evaluación de proyectos

- 2.1 Descripción general
- 2.2 Formación
- 2.3 Distribución/Circulación
- 2.4 Codesarrollo de Largometrajes
- 2.5 Codesarrollo de Series
- 2.6 Coproducción

Ayudas otorgadas

- 3.1 Metodología para la asignación de las ayudas
- 3.2 Ficción-Documental-Animación

Perspectiva de género

- 4.1 Resultados
- 4.2 Estructura orgánica del Programa

Ibermedia Next 2025

Promoción y visibilidad

Introducción

En el marco de los esfuerzos que hoy emprendemos para crear una nueva modalidad de Ayudas complementarias para la industria audiovisual Iberoamericana, resulta imprescindible iniciar esta reflexión desde un principio rector que da sentido a nuestra acción colectiva: la transparencia y la igualdad de oportunidades en la administración de fondos que provienen de instancias públicas de diversos países. Estos recursos no pertenecen a una institución, ni a una generación específica; pertenecen a las personas ciudadanas que los aportan y a las comunidades creativas que confían en que su gestión se rija por criterios claros, verificables y justos. La legitimidad de nuestro quehacer se sustenta en procesos abiertos, en reglas conocidas por todos y en la convicción de que cada proyecto evaluado representa una voz legítima de nuestra diversidad cultural. Dicho esfuerzo de las autoridades de IBERMEDIA no significa, por tanto, un mero ajuste operativo, sino la oportunidad de reafirmar nuestro compromiso con una gobernanza ética, con mecanismos de selección robustos y con una distribución de los recursos que no reproduzca desigualdades estructurales, sino que contribuya a corregirlas.

Asimismo, IBERMEDIA continúa su proceso de reinsertarse en un ecosistema con una necesidad largamente reconocida: la de fortalecer la visibilización, la circulación y la distribución de nuestro cine regional. Durante décadas, el principal desafío no ha sido únicamente producir más obras, sino lograr que esas obras encuentren a sus públicos, atraviesen fronteras y dialoguen entre sí dentro y fuera de Iberoamérica. La nueva modalidad destinada específicamente a impulsar estos esfuerzos marca un punto de inflexión. No se trata solo de acompañar estrenos o festivales, sino de construir estrategias sostenidas que integren plataformas, redes de exhibición, formación de audiencias y modelos innovadores de acceso. En este sentido, apoyar la circulación es también apoyar la memoria, el reconocimiento mutuo y la proyección internacional de nuestras cinematografías. Es reconocer que una película que no se ve es una promesa incumplida y que la política pública audiovisual debe cerrar el ciclo completo entre creación y encuentro con el espectador.

No obstante, estos avances se desarrollan en un contexto marcado por la incertidumbre, el desasosiego y, en no pocos casos, la tristeza que acompaña a los procesos de renovación del personal de la Unidad Técnica. Las instituciones no son abstracciones: están hechas de personas, de saberes acumulados, de rutinas que se consolidan con los años y de vínculos que sostienen el trabajo cotidiano. La transición generacional y profesional implica despedidas, reacomodos y, a veces, la sensación de perder referentes. Sin embargo, junto a esas emociones legítimas, también emerge la disciplina que exige el servicio público y el reto de construir continuidad a partir del cambio. Renovar equipos no significa borrar lo anterior, sino reinterpretarlo a la luz de nuevas competencias y sensibilidades. Este proceso demanda una gestión cuidadosa del conocimiento, una ética del cuidado institucional y una visión estratégica que permita que la experiencia se transforme en mentoría y que la novedad se traduzca en innovación responsable.

A partir de estos tres ejes —transparencia en la administración de fondos, impulso decidido a la visibilización y circulación, y renovación interna con todas sus complejidades humanas— se vuelve evidente la necesidad de una actualización integral dentro de la industria audiovisual. Dicha actualización no puede limitarse a lo tecnológico, aunque este aspecto sea ineludible. Las herramientas de producción, distribución y medición de audiencias cambian con rapidez, y sería un error pensar que basta con adquirir nuevos dispositivos o plataformas. La actualización debe ser también profesional, mediante programas de formación continua que fortalezcan perfiles técnicos, creativos y de gestión. Debe ser administrativa, revisando procedimientos para hacerlos más ágiles, trazables y coherentes con los estándares contemporáneos de rendición de cuentas. Y debe ser, sobre todo, una actualización en la generación de política pública, capaz de anticipar escenarios, dialogar con el sector y responder a dinámicas que ya no se explican desde lógicas puramente nacionales.

En este contexto, la autocrítica se vuelve una herramienta imprescindible. No como gesto de descalificación, sino como ejercicio de madurez institucional. Preguntarnos qué ha funcionado, qué no ha alcanzado sus objetivos y qué debe replantearse es una forma de honrar el mandato que recibimos. La renovación, entendida como horizonte, implica asumir que ninguna estructura es definitiva y que

toda política cultural debe revisarse a la luz de los resultados y de las transformaciones sociales. La actualización, la autocrítica y la renovación deben ser, en consecuencia, las miras permanentes de nuestro Programa. No para desdibujar su identidad, sino para fortalecerla y proyectarla con mayor claridad hacia el futuro.

Finalmente, estos desafíos no pueden abordarse en soledad. La cooperación internacional ha sido, desde el origen, uno de los pilares del gran proyecto Iberoamericano. Hoy se hace aún más evidente la necesidad de sumar otras instancias y naciones dispuestas a colaborar técnica y financieramente con nuestra región. Esta apertura no debe interpretarse como una renuncia a nuestros principios, sino como un medio para ampliarlos. Integrar nuevos socios significa enriquecer el intercambio de conocimientos, diversificar las fuentes de financiamiento y ensanchar los mercados potenciales para nuestras obras. En un mundo interdependiente, la cultura audiovisual es también un espacio de diplomacia, de reconocimiento mutuo y de construcción de narrativas compartidas. Abrirnos a alianzas estratégicas es, por tanto, una forma de fortalecer nuestra posición colectiva y de asegurar que el cine Iberoamericano no solo exista, sino que circule, dialogue y sea valorado en múltiples geografías.



Raciél del Toro

Director General

Centro Costarricense de Producción Cinematográfica

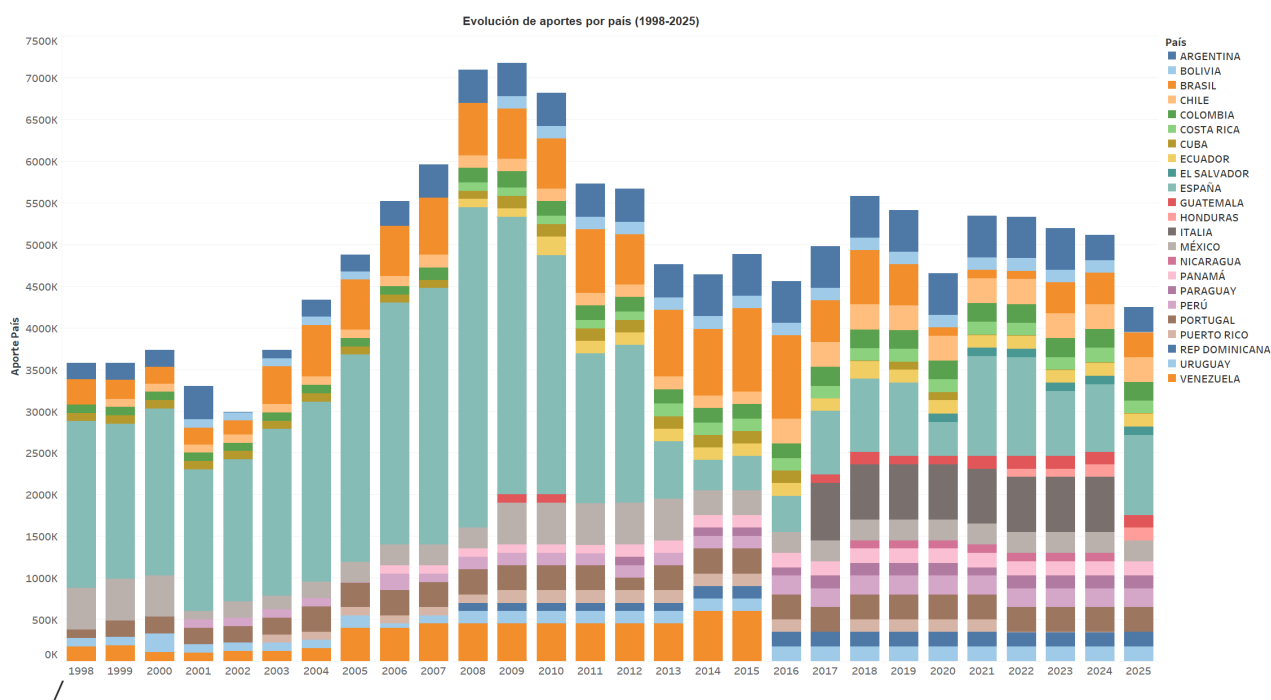
PRESIDENTE DEL PROGRAMA IBERMEDIA

Aportes

Marco histórico

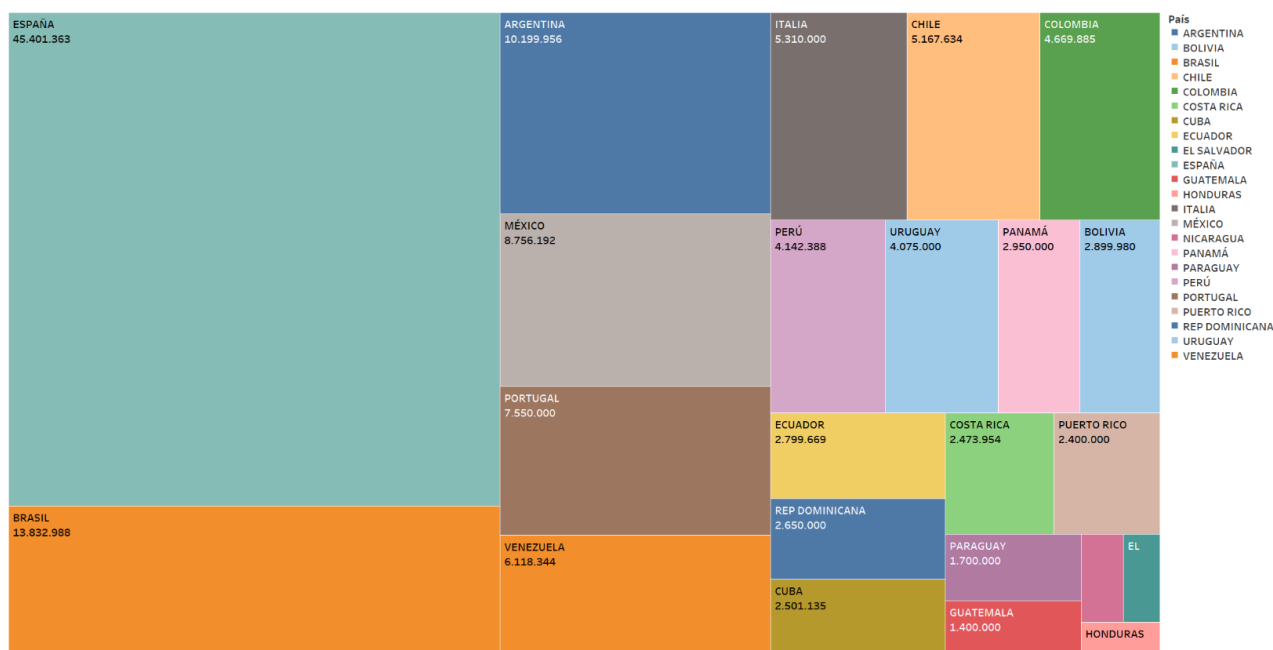
Desde su creación en **1998**, el Programa IBERMEDIA ha gestionado **34** convocatorias de apoyo financiero a la industria cinematográfica y audiovisual Iberoamericana, en las que se han otorgado **1.238** ayudas a la Coproducción de largometrajes; **1.230** ayudas al Desarrollo/Codesarrollo de Largometrajes; **71** ayudas al Desarrollo/Codesarrollo de Series; **5** ayudas a la Distribución y Circulación; **292** ayudas a la Promoción y **298** ayudas a la Exhibición de películas Iberoamericanas. Además, se han otorgado más de **4.589** 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 televisiones públicas Latinoamericanas. Bajo la marca IBERMEDIA NEXT han sido otorgadas **43** ayudas financieras al Codesarrollo de proyectos de animación digital Iberoamericanos.

La cifra total de aportes realizados al Programa IBERMEDIA, por parte de los países miembros a lo largo de estos 28 años, asciende a 139.284.850 USD. Su distribución, a lo largo de los 28 ejercicios, es la siguiente:



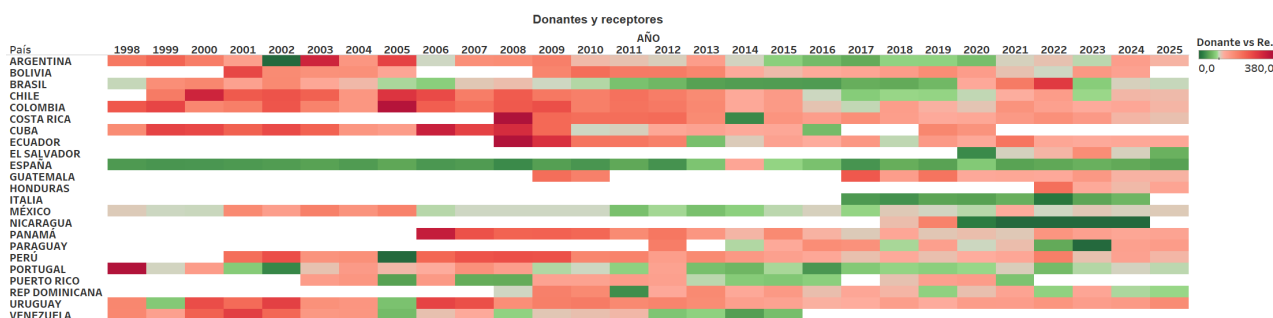
Los países actualmente adheridos al Programa son veinte: Argentina, Bolivia, Brasil, Colombia, Costa Rica, Cuba, Chile, Ecuador, El Salvador, España, Guatemala, Honduras, México, Panamá, Paraguay, Perú, Portugal, República Dominicana, Uruguay y Venezuela.

El siguiente gráfico muestra la distribución de los aportes acumulados por cada país, desde la creación del Programa:



Países donantes y países receptores

El gráfico siguiente 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 se dado entre los países con cinematografías más consolidadas, donde por regla general suelen pasar de ser receptores a ser donantes hasta la disrupción 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 (2020-2024) resulta atípico y se debe a que el país no presentó proyectos en dichas convocatorias; en una situación similar se encontró El Salvador en 2020 y 2025. La escasez de proyectos también 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 insuficiencia de proyectos presentados que permitan efectivamente consolidar el perfil de estos países como receptores en el Fondo IBERMEDIA, desde un punto de vista estrictamente financiero.

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 Argentina, Brasil, 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 redunda en todos los países que participan en el Programa.

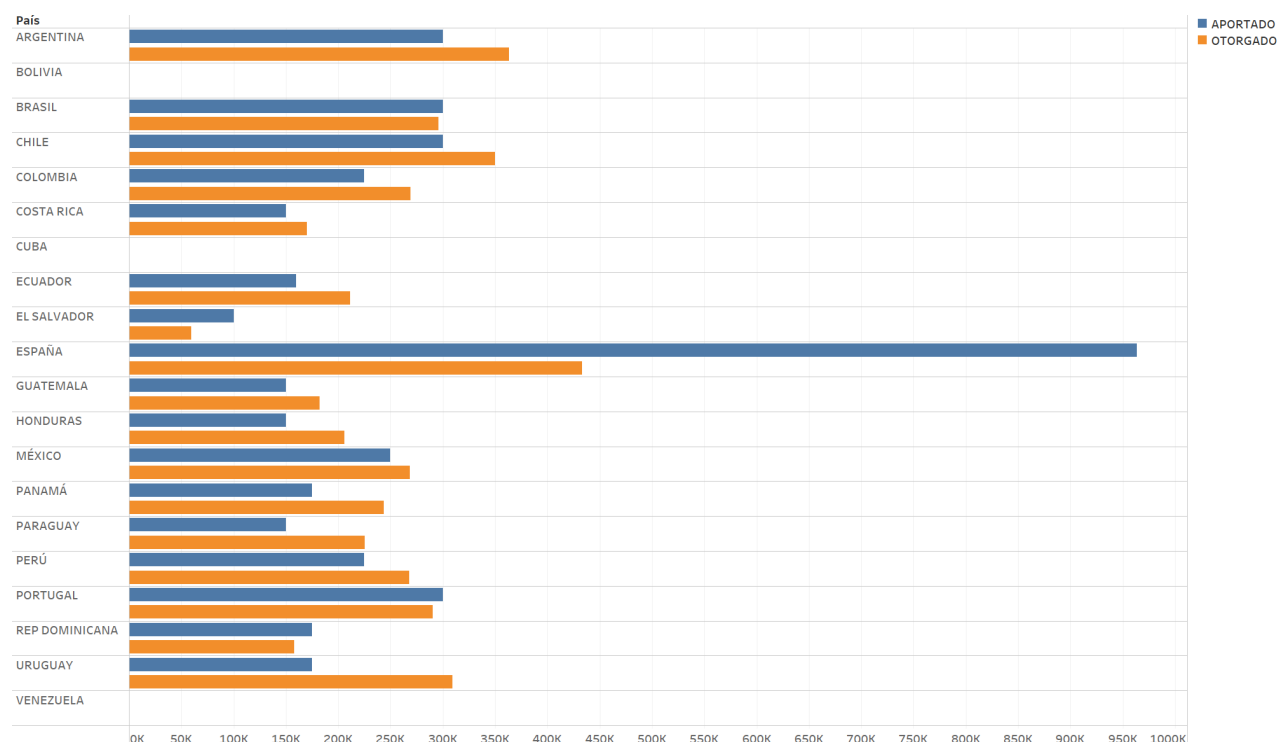
En el año 2025, observamos un total de cinco países contribuidores (entre paréntesis se indica el porcentaje del total del aporte ejecutado), que se pueden dividir en dos tipos. Un primer grupo conformado por países con cinematografías más consolidadas: España (45 %), Portugal (97 %) y Brasil (99%). Y un segundo grupo conformado por países que tradicionalmente deberían ser receptores de fondos: El Salvador (59 %) y República Dominicana (90 %).

En el caso de países receptores, observamos un total de doce países: Uruguay (177 %), Paraguay (150 %), Panamá (139 %), Honduras (137 %), Ecuador (132 %), Argentina (121 %), Guatemala (121 %), Colombia (120 %), Perú (119 %), Chile (117 %), Costa Rica (113 %) y México (108 %),

Cuba y Venezuela no participaron en el reparto al no tener un aporte comprometido en 2025. Bolivia tampoco participó en el reparto con objeto de no generar una mayor deuda al país, al adeudar el aporte de las dos convocatorias anteriores (2023-2024).

Ejercicio 2025: Aportes realizados y ayudas otorgadas

El siguiente gráfico muestra el aporte realizado por cada país y la ayuda otorgada durante el ejercicio 2025 (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.



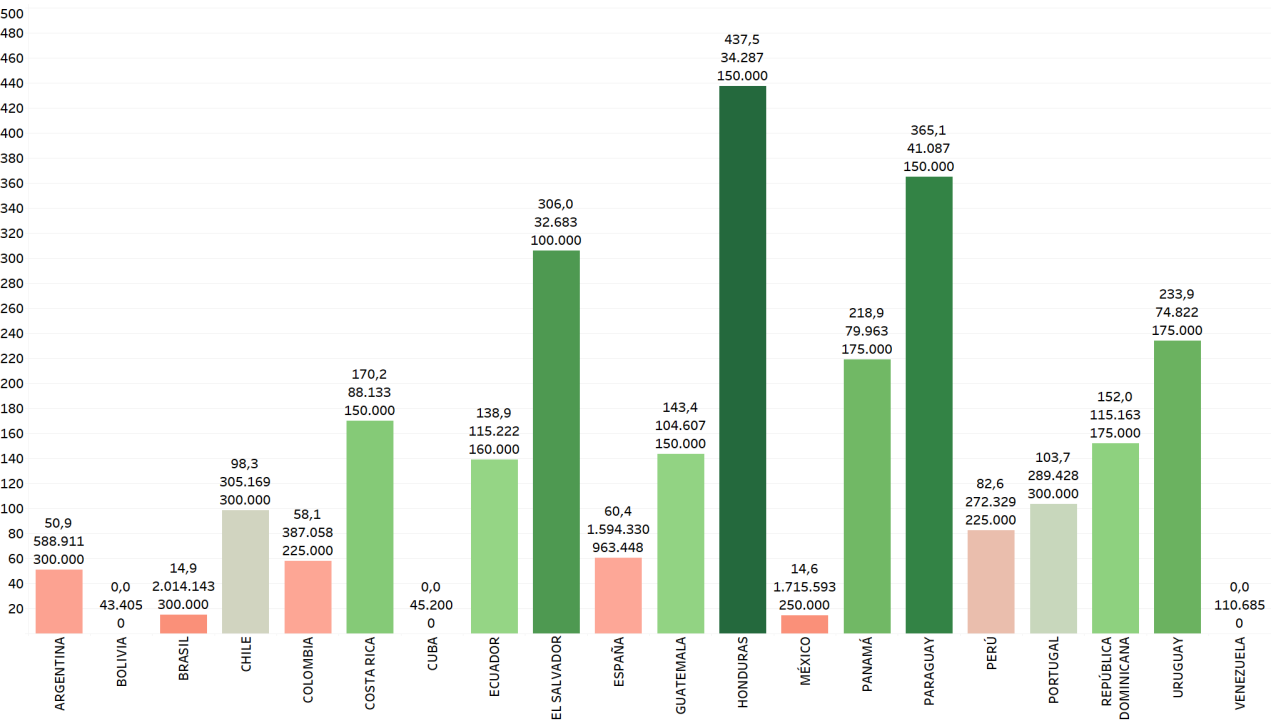
País	APORTADO	OTORGADO
ARGENTINA	300.000	363.431
BOLIVIA	0	0
BRASIL	300.000	295.865
CHILE	300.000	349.915
COLOMBIA	225.000	269.327
COSTA RICA	150.000	169.947
CUBA	0	0
ECUADOR	160.000	211.320
EL SALVADOR	100.000	59.400
ESPAÑA	963.448	433.078
GUATEMALA	150.000	182.200
HONDURAS	150.000	206.090
MÉXICO	25.000	268.763
PANAMÁ	175.000	243.847
PARAGUAY	150.000	225.347
PERÚ	225.000	267.964
PORTUGAL	300.000	290.513
REP DOMINICANA	175.000	157.757
URUGUAY	175.000	309.345
VENEZUELA	0	0

Ejercicio 2025: 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 2024.

Esta referencia nos permite contextualizar lo que supone para cada país realizar su aporte al Fondo en función de sus posibilidades. Tal y como ha sucedido en ejercicios anteriores destacan claramente los esfuerzos que proporcionalmente realizan Honduras, Paraguay, El Salvador, Uruguay, Panamá, Costa Rica, República Dominicana y Guatemala.

Las cifras indicadas en la parte superior de cada columna corresponden a:
Ratio Aporte 2025 (en USD) / PIB 2024 x 10⁶ (en millones de USD) - Rojo por debajo de 100; verde por encima de 100
PIB 2024 (en millones de USD)
Aporte 2025 (en USD)



Los países con PIB más elevado, 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, Honduras 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 dedicado a la construcción y fortalecimiento del espacio audiovisual Iberoamericano.

Evaluación de proyectos

Descripción general

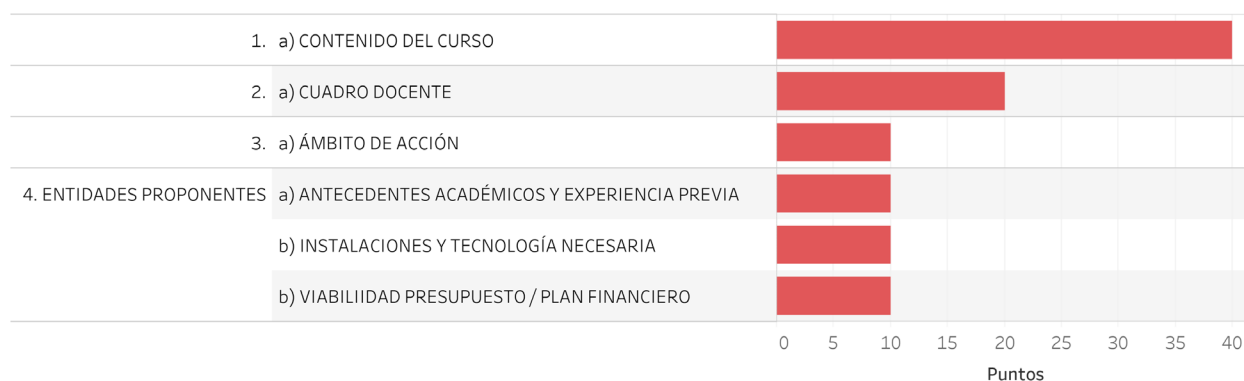
Todos los proyectos **preseleccionados** por la Unidad Técnica de IBERMEDIA (UTI) son posteriormente evaluados por un Comité de analistas externos (17):

- FORMACIÓN: Tres analistas.
- DISTRIBUCIÓN: 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 tres analistas de la convocatoria de FORMACIÓN: Pepi Gonçalves (Uruguay), Mariana Pineda (Paraguay) y Angelisa Stein (Brasil), 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 22 proyectos, 9 menos que en el ejercicio anterior. Dentro de los 22 proyectos seleccionados se incluye el apoyo a un proyecto de larga trayectoria que no tiene vínculo específico con ningún país: la Escuela Internacional de Cine y Televisión (EICTV), apoyada por decisión unánime del Consejo Intergubernamental.

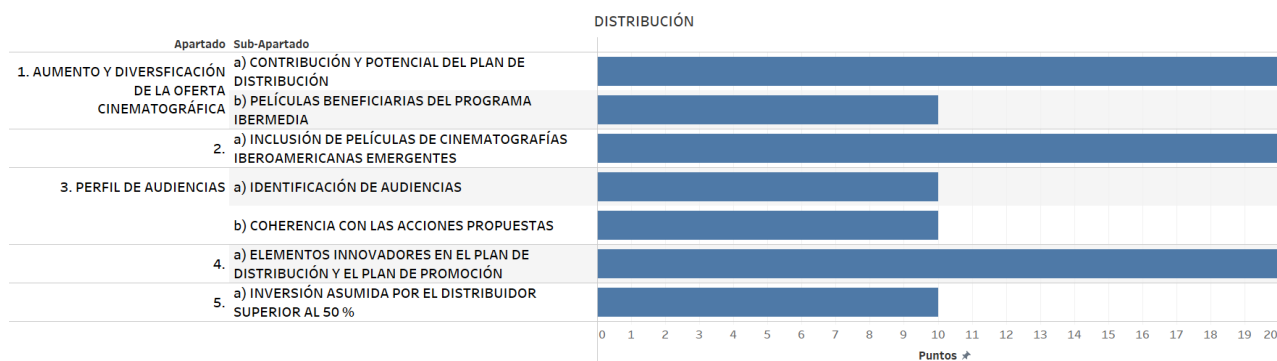
Adicionalmente, el Programa IBERMEDIA por decisión del Consejo Intergubernamental, continuó con el apoyo formativo destinado a mejorar la presentación de proyectos por parte de los productores de la región Centroamericana, con la celebración del IX Taller de Desarrollo de Proyectos Cinematográficos de Centroamérica y Caribe (TDPCCC), en Comayagua (Honduras), gracias a la colaboración con el Instituto Hondureño de Cinematografía (IHCINE) y la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID).

En 2025, el importe destinado a esta modalidad ha sido de 839.611 USD, el 19 % del Fondo disponible, frente al 23 % del ejercicio anterior, por lo que se invierte la tendencia al alza en esta modalidad que se ha dado en las últimas convocatorias. En total, fueron desestimados 26 proyectos

(8 más que el año anterior), lo que arroja tasa de selección del 46 %, un porcentaje sustancialmente inferior al de las dos convocatorias anteriores, que se situó en el 79 %. Con dos proyectos seleccionados, Chile se sitúa a la cabeza de inversión en esta modalidad, seguido por España.

Distribución/Circulación

El grupo de analistas seleccionados para esta modalidad está compuesto por Fernanda Barreto (Brasil), Irene Ángel Echeverri (Colombia) y Marjory Maceres (Bolivia).

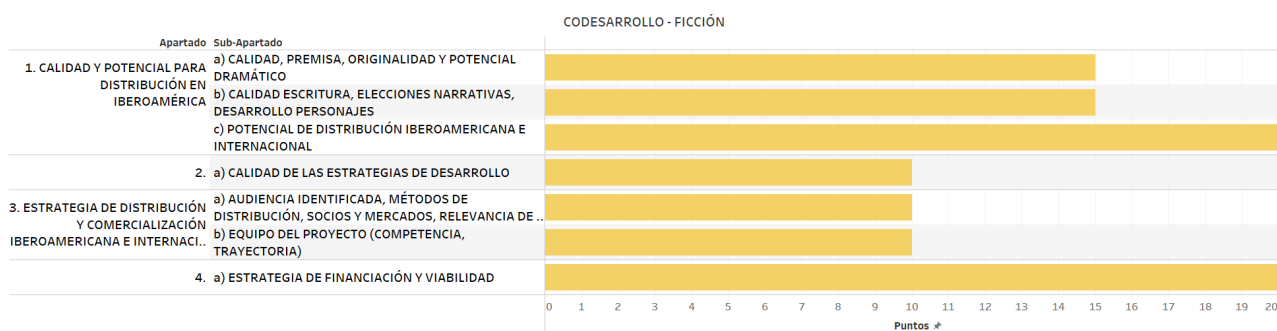


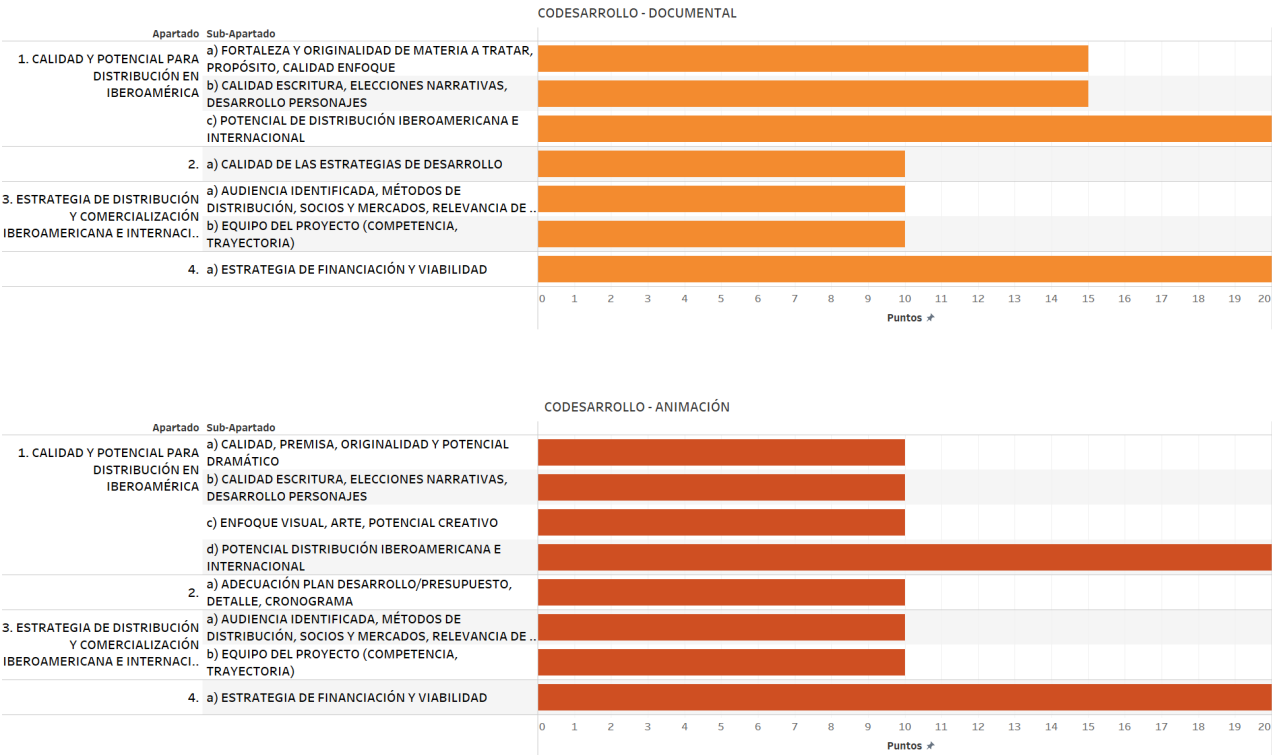
La escala de puntos para los proyectos de DISTRIBUCIÓN es de 0-100.

En 2025, el importe destinado a esta modalidad ha sido de 87.502 USD, el 2 % del Fondo disponible. Se aprobaron 5 proyectos y fueron desestimados 20, lo que arroja tasa de selección del 20 %, la más baja de todas las modalidades.

Codesarrollo de Largometrajes

Los analistas seleccionados han sido: Diego Corsini (Honduras), Carlota Moseguí (España) y Mariana Murillo (Costa Rica). 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:





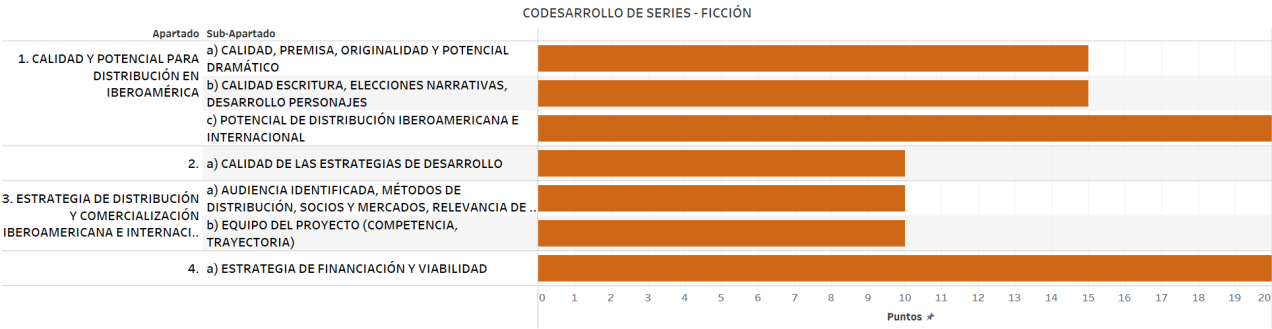
La escala de puntos para los proyectos de CODESARROLLO DE LARGOMETRAJES es de 0-100.

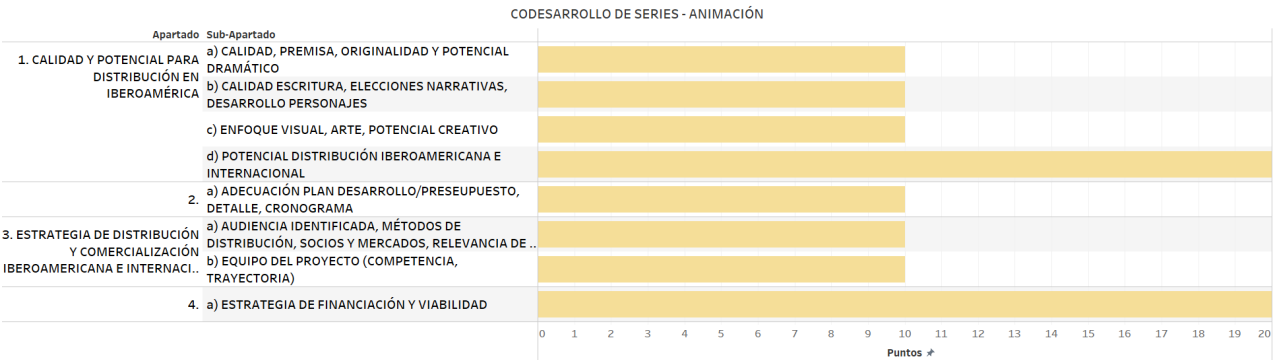
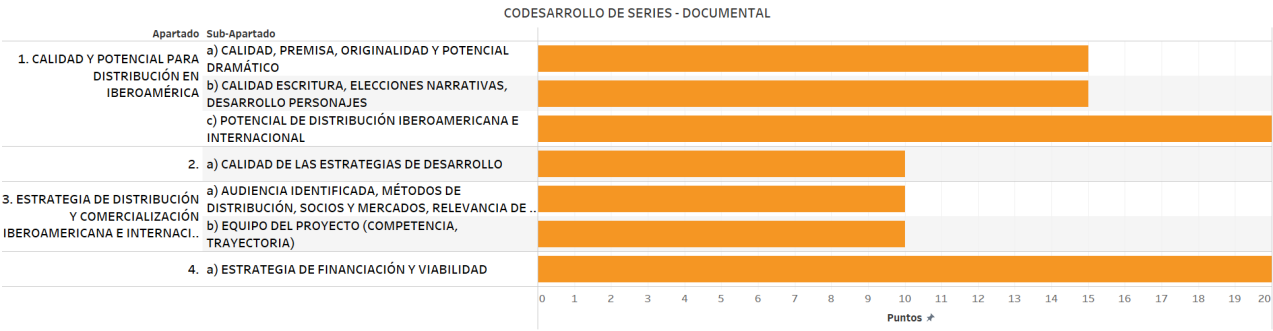
En esta modalidad fueron aprobados 30 proyectos, 4 menos que el ejercicio anterior y fueron desestimados 80 (45 más que en 2024), lo que arroja una tasa de selección del 27 %, la mitad con respecto a la convocatoria anterior. Esta tasa de selección es idéntica a la de COPRODUCCIÓN. Con siete proyectos seleccionados, España se sitúa a la cabeza de inversión en esta modalidad, seguida por El Salvador.

En 2025 el importe destinado a esta modalidad ha sido de 391.841 USD, un 9 % del total del Fondo disponible, un porcentaje ligeramente superior al del año anterior.

Codesarrollo de Series

El grupo de analistas seleccionados para esta modalidad está compuesto por Diego Cañizal (Colombia), Magdalena Leturia (Chile) y Kenya Zanatta (Brasil). 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, el mismo número que en la anterior convocatoria y se desestimaron 8, lo que arroja una tasa de selección del 53 %, tres puntos más que en 2024. Si sitúa con la tasa de selección más alta de todas las modalidades, seguida por FORMACIÓN. Con dos proyectos seleccionados, Chile se sitúa a la cabeza de inversión en esta modalidad.

En 2025, el importe destinado a esta modalidad ha sido de 211.107 USD, un 5 % del total del fondo disponible, cifra ligeramente superior a la del año anterior, en el que se repartieron 194.941 USD.

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 2025, los analistas de COPRODUCCIÓN fueron: Ailton Franco (Brasil), Cynthia García Calvo (Chile), Esperanza Luffiego (España), Laura Sansone (Uruguay) y Juan Pablo Tamayo (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 36 proyectos (13 menos que en 2024) y fueron desestimados 98 (frente a los 67 del año anterior), lo que arroja una tasa de selección del 27 %, un porcentaje inferior con respecto a la convocatoria anterior, 42 %. Esta tasa de selección es idéntica a la de CODESARROLLO DE SERIES. Cuba y Venezuela, no concurrieron con ningún proyecto como mayoritarios, al no tener aporte comprometido en 2025. A pesar de contar con proyectos presentados, Bolivia tampoco participó en el reparto con objeto de no generar una mayor deuda al país, al adeudar el aporte de las dos convocatorias anteriores (2023-2024).

En 2025, el importe destinado a esta modalidad ha sido de 2.974.048 USD, un 19 % menos que el año anterior (3.684.899 USD). Este importe supone un 66 % del Fondo disponible, siendo este porcentaje idéntico al del año anterior. Con cuatro proyectos seleccionados, Argentina se sitúa a la cabeza de inversión en esta modalidad, seguida por Perú y Uruguay.

Ayudas otorgadas

Metodología para la asignación de las ayudas

Configuración del Fondo 2025

La Convocatoria permaneció abierta a postulaciones desde el 17 de enero hasta el 24 de marzo de 2025. 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 XXXV Reunión Ordinaria del Consejo Intergubernamental, celebrada en Santiago de Chile, los días 27 y 28 de noviembre.

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 proyectos y cualquier otro activo disponible. Posteriormente, se deducen los gastos contemplados para los analistas del presente ejercicio y para el presupuesto de funcionamiento del Programa y de la Unidad Técnica de 2026. El resultante acaba siendo el Fondo a repartir, que en 2025 fue de 4.504.110 USD, un 20 % menos que en 2024 (5.619.727 USD).

Posteriormente, se proceden a establecer -como referencia- los porcentajes atribuidos a cada una de las cinco modalidades en vista de las ayudas solicitadas en cada una de estas áreas. Así, se estableció como referencia un 20 % para FORMACIÓN (910.880 USD), un 5 % para DISTRIBUCIÓN/CIRCULACIÓN (264.071 USD), un 5 % para CODESARROLLO DE LARGOMETRAJES (227.630 USD), un 4 % para CODESARROLLO DE SERIES (147.502 USD) y un 66 % para COPRODUCCIÓN (3.002.403 USD).

Cuba y Venezuela no participaron en el reparto al no tener aporte comprometido en 2025. A pesar de contar con proyectos presentados, Bolivia tampoco participó en el reparto con objeto de no generar una mayor deuda al país, al adeudar el aporte de las dos convocatorias anteriores (2023-2024).

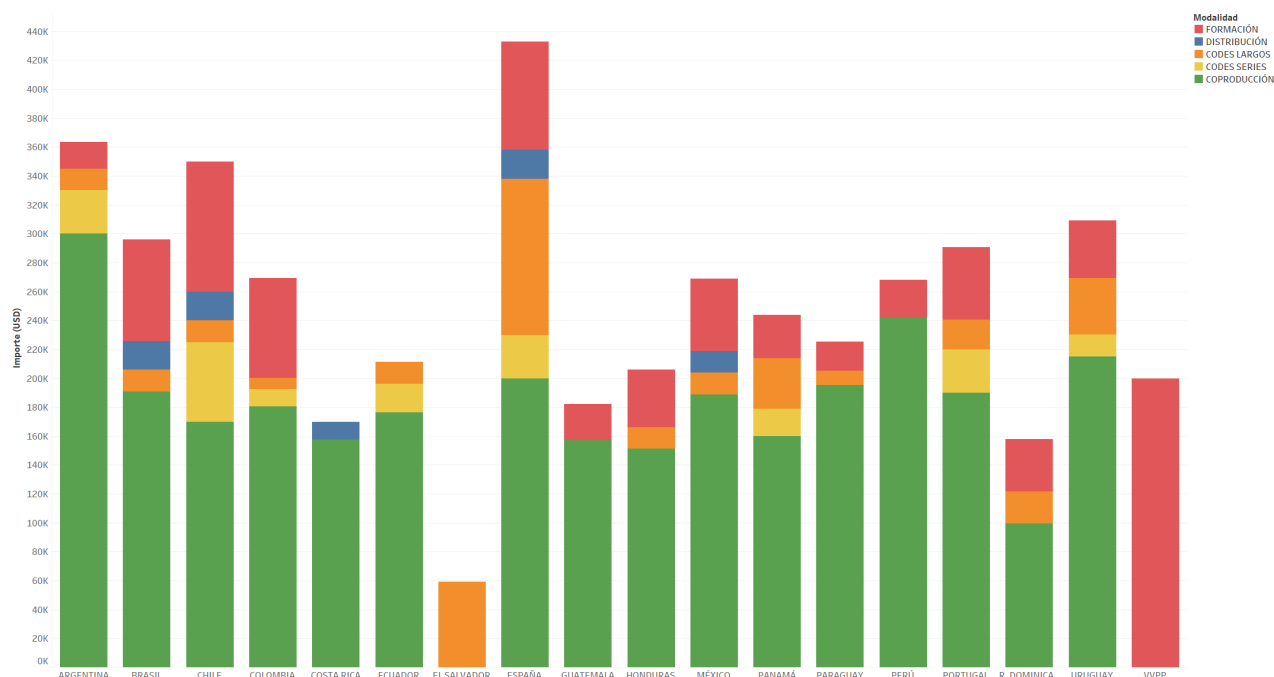
Como en años anteriores incluimos indicadores cualitativos que, además de las puntuaciones elaboradas por los analistas externos, arrojan información sobre el tipo de obra (Ficción-Documental-Animación), perspectiva de género (mujer guionista/productora/directora), lenguas originarias y, en el caso de 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, Perú, Uruguay, España y Paraguay.

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 Chile, España, Brasil y Colombia.

En el caso de DISTRIBUCIÓN/CIRCULACIÓN, destacan los importes otorgados por Brasil, Chile y España.

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 España, El Salvador y Uruguay. En CODESARROLLO DE SERIES destacan los importes otorgados por Chile, Argentina, España y Portugal.



El reparto final por modalidad, tras los ajustes definitivos de cada país, queda del siguiente modo: FORMACIÓN (18 %), DISTRIBUCIÓN/CIRCULACIÓN (2 %), CODESARROLLO DE LARGOMETRAJES (9 %), CODESARROLLO DE SERIES (5 %) y COPRODUCCIÓN (66 %).

FONDO A REPARTIR	4.504.110	839.611	87.502	391.841	211.107	2.974.048	4.504.110
EJECUTADO	4.504.110	TOTAL FORMACIÓN	TOTAL DISTRIBUCIÓN	TOTAL CODES LARGOS	TOTAL CODES SERIES	TOTAL COPRODUCCIÓN	TOTAL ASIGNADO
POR EJECUTAR	0	18,64 %	1,94 %	8,70 %	4,69 %	66,03 %	100 %

Las autoridades confirmaron a la Unidad Técnica la asignación de sus respectivas ayudas, siendo repartido el Fondo en su totalidad, 4.504.110 USD.

Ficción-Documental-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.

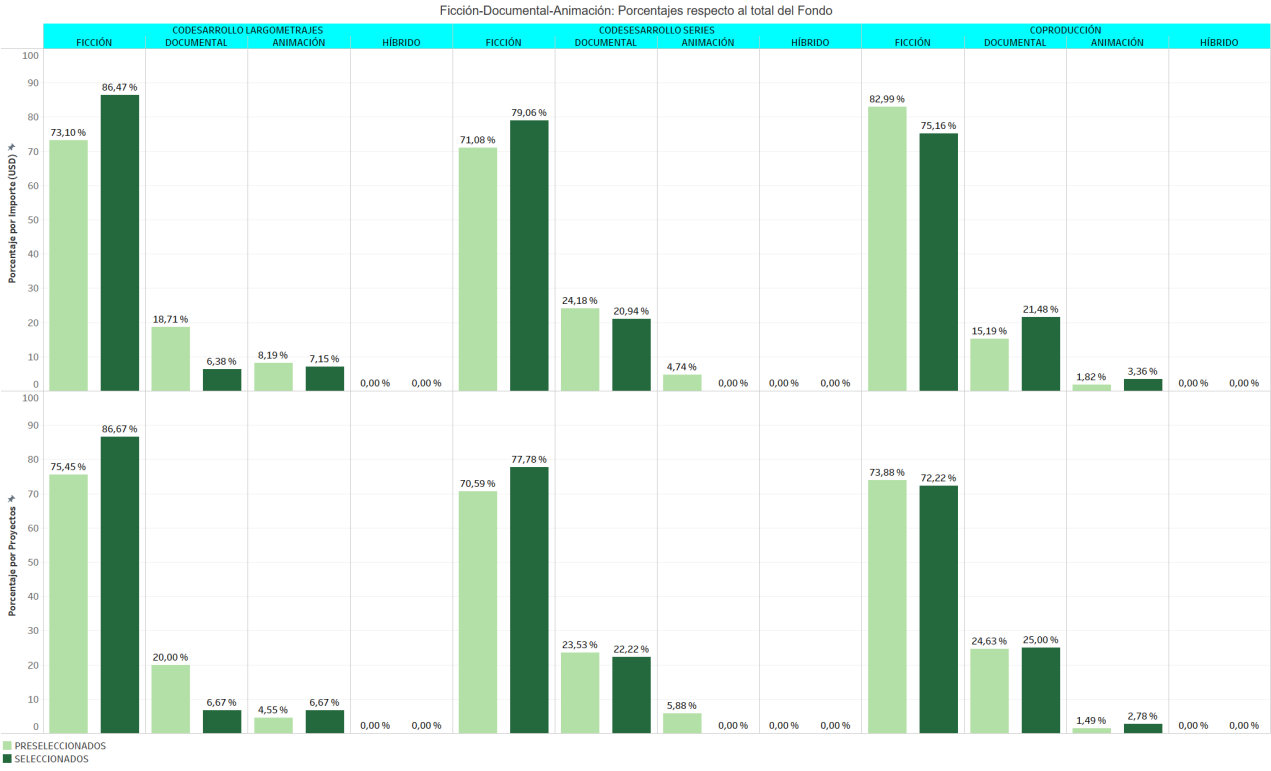


En el caso de CODESARROLLO DE LARGOMETRAJES, el número de proyectos de Ficción seleccionados desciende levemente con respecto al año anterior, situándose en el 73 %. Tanto Documental como Animación descienden ligeramente con respecto al anterior reparto. Se rompe así la tendencia alcista en Animación, que aumentó el porcentaje de proyectos seleccionados durante tres años consecutivos.

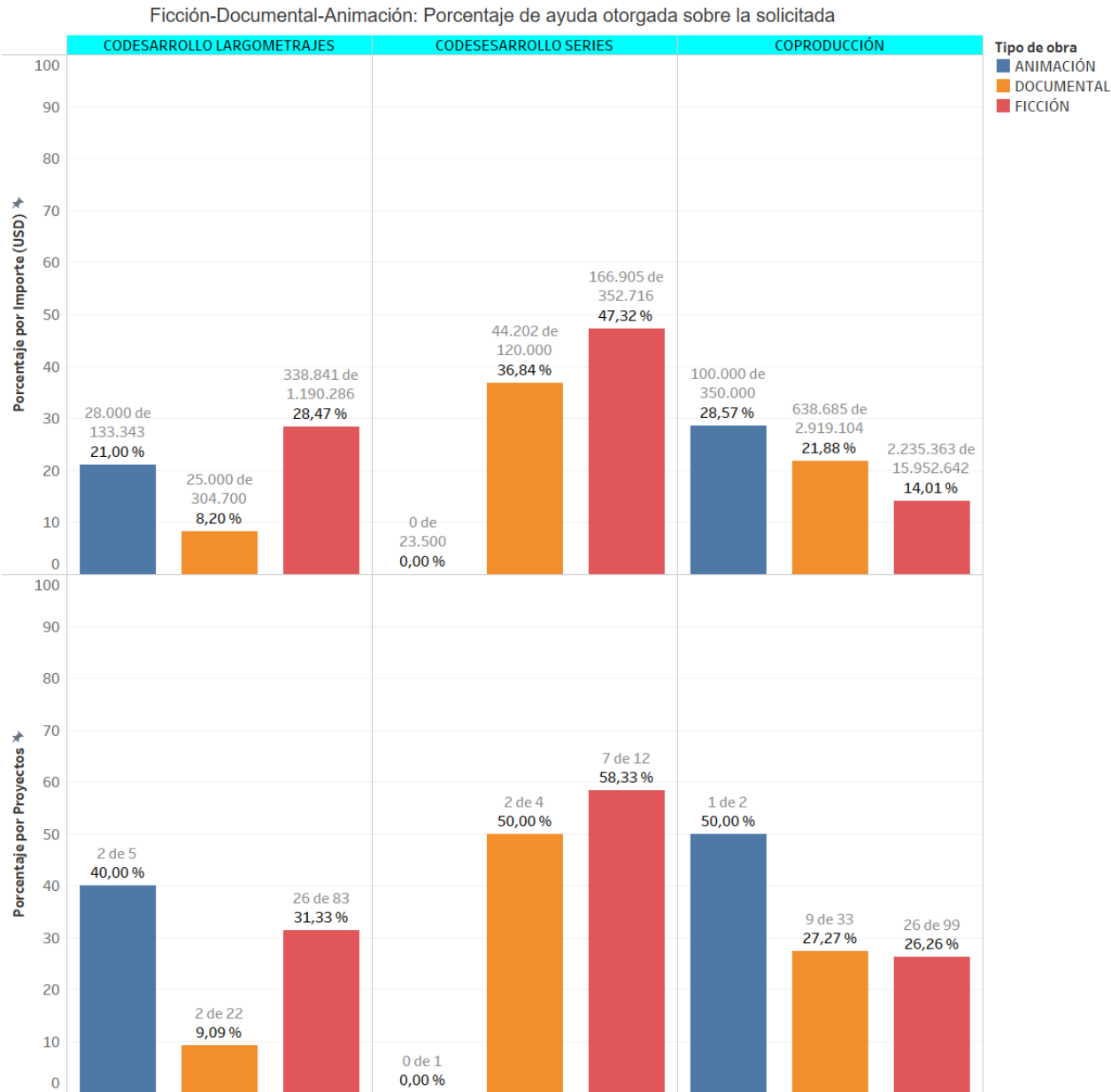
En CODESARROLLO DE SERIES el porcentaje de los proyectos de Ficción continúa al alza, en detrimento de los Documentales, que vuelven a ser preseleccionados en esta categoría con 4 proyectos, tras un año en el que no contó con ningún proyecto en preselección. Al igual que sucede en Codesarrollo de Largometrajes, se rompe con la tendencia al alza de la Animación en cuanto a proyectos preseleccionados, al contar tan solo con un proyecto.

En cuanto a COPRODUCCIÓN, el número de proyectos preseleccionados de Ficción sigue siendo ampliamente mayoritario con 99 proyectos, frente a 33 de documental y 2 de Animación. Mientras que aumenta significativamente el número de proyectos Documentales seleccionados, los proyectos de Animación repiten el resultado de 2024, con la preselección de 2 proyectos.

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.



En el gráfico de la página siguiente nos centramos en los porcentajes de ayuda que cada tipo de obra obtiene, no ya en relación a las otras modalidades como vimos en el cuadro anterior, sino en relación a su propia tipología. En el bloque inferior, indicamos el número de proyectos seleccionados respecto a los que fueron preseleccionados por parte de la Unidad Técnica y su respectivo porcentaje. En el bloque superior, expresamos en dólares el importe otorgado respecto al inicialmente solicitado por los proyectos preseleccionados de cada tipo de proyecto y el porcentaje que implica.



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 profesionales mujeres en igualdad de oportunidades. Con la puesta en marcha de una exhaustiva minería de datos que iniciamos hace seis años, tratamos de recabar toda la información disponible para estudiar la evolución y situación actual de la presencia de mujeres profesionales 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 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 2025, que se encuentra en las últimas páginas de este reporte.



Las ayudas a CODESARROLLO DE LARGOMETRAJES supusieron el 9 % del Fondo de ayudas de 2025, con un importe de 391.841 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 y Honduras), podemos constatar una mejora significativa con respecto al año anterior. Si la anterior edición demostró una tendencia positiva en la participación de profesionales mujeres en esta modalidad con los mejores resultados desde que tenemos registro, en 2025 se ha producido un ligero retroceso, que aun así mejora los resultados del trienio 2021-2023. 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** retrocede con respecto a las dos anteriores ediciones y se sitúa en 36 %. Esta tendencia se reproduce en el porcentaje de proyectos seleccionados que desciende y se sitúa en 37 %, cinco puntos por debajo que en la anterior edición. El importe de las ayudas solicitadas por los proyectos preseleccionados también retrocede con respecto a la anterior edición, situándose en 37 %, lejos del 51 % de 2024 y similar al resultado obtenido en 2022. Los recursos finalmente asignados a proyectos dirigidos por mujeres son el 36 %, un resultado ligeramente inferior al de 2024, pero que mejora significativamente con respecto a 2023, edición en la que el 80 % de los recursos se otorgaron a proyectos dirigidos por hombres. En 2025, se destinaron un 64 % de recursos a proyectos dirigidos por hombres, sin que hayan sido seleccionados proyectos con dirección mixta.
- En lo que a **proyectos guionizados por mujeres** se refiere, los resultados también marcan un retroceso con respecto a la anterior edición, con un total de 39 proyectos preseleccionados (35 %), de los que finalmente resultaron seleccionados 12 (40 %), frente a los 15 de proyectos guionizados por hombres (50 %). Tres de los proyectos seleccionados contaron con un equipo mixto de guionistas (10 %). A diferencia de la categoría de dirección, en este caso sí se mantiene el porcentaje de proyectos que son preseleccionados y finalmente son seleccionados. Esta proporción también se mantiene en los importes de los proyectos que finalmente resultaron seleccionados: un 48 % de los recursos han sido destinados a proyectos dirigidos por hombres, frente al 40% de los recursos destinados a proyectos dirigidos por mujeres y al 12 % destinados a proyectos con guionización mixta.

· En lo que a **proyectos cuya producción está a cargo de mujeres** se refiere, las cifras son similares a las del período 2022-2024, con un 24 % de proyectos preseleccionados en esta categoría (26), proporción que prácticamente se mantiene con respecto a los proyectos que finalmente resultaron seleccionados en esta modalidad, 6 (20 %). La asignación final de recursos respeta esta proporción, por lo que nos encontramos con un 20 % de proyectos seleccionados producidos por mujeres, frente a un 45 % de producciones ejecutadas por hombres.

· Los **proyectos cuya producción es mixta**, abarcan el restante 35 % del total de los recursos destinados a los proyectos seleccionados en esta categoría. Una cifra similar a la de 2024, que mejora los resultados de 2022-2023.



El importe de las 9 ayudas otorgadas a CODESARROLLO DE SERIES supuso un total de 211.107 USD y alcanzó el 5 % 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 y Honduras), constatamos unos resultados similares a los de 2024, año que supuso una mejora con respecto a anteriores ediciones, 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**, mejora notablemente con respecto al año anterior, pasando del 22 % al 59 %. Únicamente 3 proyectos resultaron finalmente seleccionados, frente a los 6 proyectos que contaron con un hombre al frente de la dirección. En cuanto a la cantidad de las ayudas solicitadas y otorgadas, las proporciones son similares a los que se acaban de indicar. En 2025, los proyectos preseleccionados dirigidos por mujeres representaron un 59 % de las ayudas solicitadas a esta modalidad. El volumen de recursos finalmente otorgados a películas dirigidas por mujeres fue del 34 %, mientras que el 66 % de los recursos fueron destinados a producciones dirigidas por hombres. En este caso, no hubo proyectos preseleccionados con dirección mixta.

· En la categoría de **proyectos guionizados por mujeres** el porcentaje de proyectos preseleccionados prácticamente duplica los resultados de 2022, pasando del 22 % al 41 %. En esta categoría, tal y como sucede en producción, se da una importante presencia de proyectos con guionización mixta: el 35 % de los proyectos preseleccionados. Sin embargo, los resultados en cuanto a

proyectos seleccionados son peores que lo obtenidos en 2024: un 22 % de proyectos guionizados por mujeres, frente a un 33 % de proyectos guionizados exclusivamente por hombres; siendo 45 % el porcentaje de proyectos guionizados por un equipo compuesto por al menos una mujer y un hombre. Como sucedió en 2024 esta categoría de guionización mixta es la que acapara la mayor cantidad de ayudas otorgadas en esta modalidad, un 50 %, frente al 24 % de recursos para películas guionizadas por hombre y un 26 % de recursos asignados a producciones guionizadas exclusivamente por mujeres. Esta asignación final de los recursos es similar a la de 2024 y se sitúa en una línea de mejora con respecto a ediciones en las que las producciones guionizadas por hombres acapararon un 53 % (2023) y 84 % (2022) de los recursos asignados.

· En la categoría de **proyectos cuya producción está a cargo de mujeres**, al igual que en 2024 tan solo se preseleccionó un proyecto, un 6 % del total. Este proyecto finalmente no fue seleccionado por las autoridades. En el caso de los proyectos liderados por hombres, fueron 7 los proyectos preseleccionados, de los cuales resultaron seleccionados 4, que acaparon el 47 % de los recursos asignados en esta modalidad.

· Un año más los **proyectos cuya producción es mixta** son lo que tienen una tendencia al alza más significativa. Con 9 proyectos preseleccionados (53 %), obtiene 5 proyectos seleccionados, lo que significa un 53 % del total de los recursos que fueron asignados en esta modalidad, frente al 10% del año anterior. Esta tendencia a que la producción mixta sea la mayoritaria en esta modalidad, ha sido una dinámica habitual si exceptuamos el año 2023.



COPRODUCCIÓN. En 2020, 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 profesionales mujeres en roles de liderazgo, 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 y Supervisión de Pipeline.

Del total de 134 proyectos preseleccionados en la modalidad de COPRODUCCIÓN, 48 proyectos recibieron el punto adicional para películas dirigidas completamente por una (o varias) mujeres, un 36 % del total. 66 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 62 proyectos, un 46 % 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 2.974.048 USD para los 36 proyectos seleccionados. En esta modalidad podemos constatar, a partir de los datos del cuadro de la página anterior, una tendencia de mejora iniciada ya en 2023, en todas las categorías profesionales analizadas:

- El porcentaje de **proyectos preseleccionados cuya dirección está a cargo de mujeres** aumenta cinco puntos con respecto al del año anterior, situándose en un 37 %. Esta proporción se amplía ligeramente en los proyectos que fueron finalmente seleccionados: un total de 15 proyectos (42 %), frente a los 19 proyectos (53 %) dirigidos por hombres. Como en el caso de convocatorias anteriores, los proyectos preseleccionados cuya dirección es mixta, son solo 2 y apenas tienen representatividad, un 6 %. El volumen de ayudas solicitadas por los proyectos preseleccionados con dirección a cargo de mujeres, fue de 7.423.797 USD (un 39 % del total), superando los resultados de anteriores ediciones. Esta proporción se mantiene en el importe destinado a los proyectos que finalmente fueron seleccionados: 1.101.192 USD (37 %) para proyectos liderados por mujeres, frente a los 1.702.616 USD otorgados a proyectos liderados por hombres (57 %).

El porcentaje de **proyectos preseleccionados guionizados por mujeres**, aumenta 4 puntos con respecto a la anterior edición, situándose en 38 %, frente al 43 % de proyectos guionizados por hombres y al 19 % de proyectos con escritura mixta. Esta proporción aumenta en los proyectos que fueron apoyados por el Consejo Intergubernamental: un total de 16 proyectos (44 %) guionizados por mujeres, frente a 10 proyectos escritos por hombres (28 %) y 10 proyectos con guion mixto (28 %). En cuanto a ayudas solicitadas, los proyectos preseleccionados encabezados por mujeres representaron un 39 %, mejorando en tres puntos los resultados de 2024. La asignación de ayudas por parte del Consejo Intergubernamental se mantuvo en esta línea, otorgando 1.201.432 USD a proyectos guionizados por mujeres (41 %), frente a los 783.751 USD otorgados a proyectos escritos por hombres (26 %). El resto de recursos, 988.865 USD se otorgaron a proyectos con un equipo mixto de guionistas (33 %).

- En cuanto a los **proyectos preseleccionados producidos por mujeres** mejora la tendencia descendente que hemos observado desde 2023. La producción a cargo de mujeres cuenta con 31 proyectos, que representan un 23 % del total de proyectos preseleccionados. El número de proyectos seleccionados producidos exclusivamente por mujeres fue de 13 (36 %), frente a los 5 seleccionados en 2024 (14 %). El importe de las ayudas solicitadas por los proyectos preseleccionados ha sido de 4.204.137 USD (22 %), frente a los 3.422.641 USD (20 %) del año anterior. Los proyectos producidos por mujeres que finalmente fueron seleccionados coparon un 37 % de los recursos (1.084.092 USD), frente al 14 % de 2024 (504.556 USD). Los proyectos liderados exclusivamente por hombres obtuvieron 4.765.694 USD, un 14 % de las ayudas otorgadas.

· Como es 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 2025 fueron preseleccionados 71 proyectos (53 %) con un equipo de producción mixto, siendo esta la cifra más alta desde que se otorga puntuación adicional por la participación de mujeres. Finalmente fueron seleccionados 17 proyectos con producción mixta por un importe de 1.464.369 USD (49 %). Esta proporción también se refleja en las ayudas solicitadas por los proyectos preseleccionados con equipos de producción mixtos, un 53 % (10.251.915 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 2025, participando como delegados de sus respectivos países en la Reunión Ordinaria del Consejo Intergubernamental, encontramos 6 mujeres por parte de Colombia, Guatemala, Honduras, Panamá, República Dominicana y Uruguay, entre los 18 estados miembros signatarios del acta de dicha reunión, lo que implica un porcentaje del 33 % de mujeres frente al 67 % de hombres (un 3 % 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 17 analistas que puntuaron los proyectos, encontramos 13 mujeres y 4 hombres, distribuidos de la siguiente forma:

- FORMACIÓN: tres mujeres.
- DISTRIBUCIÓN Y CIRCULACIÓN: tres mujeres.
- CODESARROLLO DE LARGOMETRAJES: dos mujeres, un hombre.
- CODESARROLLO DE SERIES: dos mujeres, un hombre.
- COPRODUCCIÓN: tres mujeres, dos hombres.

La Unidad Técnica de IBERMEDIA cuenta con la participación de una mujer, Elena Vilardell, en el apartado de la Secretaría Técnica, al frente del órgano que se completa por una amplia mayoría de mujeres (4), frente a un (1) hombre.

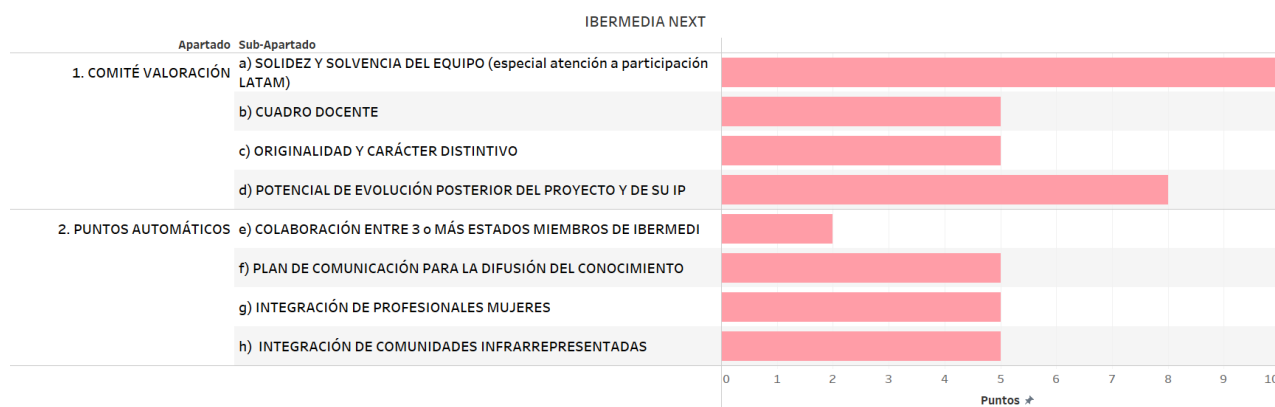
Ibermedia Next 2025

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 presupuestario 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 de 2024 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 tercera convocatoria de IBERMEDIA NEXT permaneció abierta a solicitudes desde el 17 de enero hasta el 3 de marzo y recibió 83 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: Andrea Basilio (Portugal), Andrea Cataño (Colombia), Belli Ramírez (España), Florencia Gasparini (Argentina) y Mariana Hidalgo (Chile). 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 liderazgo, 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 mediante consulta telemática el fallo del Comité de valoración que el 14 de mayo escogió los 15 proyectos mejor valorados,

Fueron seleccionados 15 proyectos con un importe de 2.249.280 EUR en ayudas directas. Estos proyectos suponen la colaboración directa de 11 de los 20 países miembros del Programa IBERMEDIA: Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Ecuador, España, México, Panamá, Portugal, Uruguay y Venezuela.

Al margen de la ayuda económica directa a todos los proyectos seleccionados les correspondió un itinerario formativo avanzado, así como asesorías y consultorías personalizadas. Del mismo modo, los responsables del proyecto se han beneficiado de las acciones de *networking*, consultoría, comunicación y promoción de IBERMEDIA NEXT. Además, han participado 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 15.000 EUR + IVA por proyecto (272.250 EUR). De modo que el total de ayudas otorgadas en la tercera convocatoria de IBERMEDIA NEXT asciende a 2.521.530 EUR.

Promoción y visibilidad

En 2025 El Programa IBERMERDIA participó en festivales y mercados internacionales como Berlín, Cannes, Málaga, Santiago de Chile, los Premios Quirino, IberSeries-Platino Industria y Ventana Sur.

EUROPEAN FILM MARKET (EFM) (FESTIVAL INTERNACIONAL DE CINE DE BERLÍN)

Del 13 al 19 de febrero. Berlín, Alemania

En el marco del 75º Festival Internacional de Cine de Berlín, IBERMEDIA y la CAACI participaron en el EFM con un stand conjunto. Además, el Programa organizó el 18 de febrero una mesa redonda, abierta al público, en el Instituto Ibero-Americano de Berlín: *Tiempos difíciles, cine y censura. El cine iberoamericano ante esta tesitura*. La mesa contó con la participación de Anna Muylaert (Brasil), María Elena Wood (Chile), Fernando Eimbcke (México), Blanmi Núñez (México) y Juanjo Pereira (Paraguay), moderadas por Violeta Medina (Chile). Previamente, se ofreció un desayuno a invitados y profesionales del sector.

MAFIZ (Festival de Málaga)

Del 17 al 21 de marzo. Málaga, España

Se contó con un stand asistido por Maribel Durá y Zuri Fermín en el área de Industria del 28º Festival de Málaga, donde se concertaron numerosos encuentros para informar y asesorar a productores y productoras acerca de las convocatorias del Programa. En el marco del Festival se realizó la XXVI Reunión Extraordinaria del Consejo Intergubernamental.

Premios Quirino de la Animación Iberoamericana

Del 8 al 10 de mayo. San Cristóbal de la Laguna, España

En el marco de este evento al que el Programa ha asistido en las últimas cinco ediciones, se produjo el encuentro entre los socios europeos y los socios latinoamericanos de los 14 proyectos seleccionados en la convocatoria IBERMEDIA NEXT 2024, que participaron en el Foro de Coproducción y negocio.

MARCHÉ DU FILM (FESTIVAL DE CANNES)

Del 13 al 21 de mayo. Cannes, Francia

El Programa asistió al Marché du Film, donde contó con un stand compartido con la CAACI, asistido por Rosa Rodríguez, para dar información y ofrecer asesoramiento a productores y proyectos.

MIFA (FESTIVAL INTERNACIONAL DE CINE DE ANIMACIÓN DE ANNECY)

Del 10 al 13 de junio. Annecy, Francia

El Programa asistió al MIFA con los representantes de los proyectos seleccionados en la convocatoria de IBERMEDIANEXT 2023. Los proyectos participaron en dos sesiones de pitch abiertas a la industria, los días 11 y de 12 de junio.

PIXELATL

Del 9 al 13 de septiembre. Guadalajara, México

En este mercado, al que el Programa asistió por segundo año consecutivo, participaron los proyectos beneficiarios de las convocatorias de IBERMEDIA NEXT 2024 y 2025 a través de acciones de networking y rondas de negocio. Adicionalmente, se presentaron dos paneles: *Cooperación Iberoamericana: beneficios y retos de la coproducción internacional* y *Materiales creativos derivados del uso de herramientas de código abierto*.

MONDIACULT

Del 29 de septiembre al 1 de octubre. Barcelona, España

El Programa contó con representación en la mayor conferencia mundial sobre políticas culturales y desarrollo sostenible. En este foro de la UNESCO se presentó el balance final de las tres convocatorias de IBERMEDIA NEXT con el título: *Innovación y cooperación para el futuro de la animación Iberoamericana*. La presentación corrió a cargo de Enrique Vargas (SEGIB), Ignasi Camós (ICAA) y Víctor Herrerueta (UTI).

IBERSERIES-PLATINO INDUSTRIA

Del 30 de septiembre al 3 de octubre. Madrid, España

IBERMEDIA participó en la quinta edición de este evento internacional organizado por EGEDA y Fundación Secuoya con un stand informativo en IPI PLAZA, el espacio de encuentro y negocio, asistido por Maribel Durá y Zuri Fermín. Durante el evento se concertaron numerosos encuentros para informar y asesorar a productores y productoras. En el marco de este mercado se realizó una de las reuniones del Comité Ejecutivo.

FESTIVAL INTERNACIONAL DE DOCUMENTALES DE SANTIAGO (FIDOCs)

Del 24 al 29 de noviembre. Santiago de Chile, Chile

En el marco del Festival se realizó la XXXV Reunión Ordinaria del Consejo Intergubernamental, durante la cual se ejecutó el reparto del Fondo 2025.

VENTANA SUR RÍO DE LA PLATA

Del 1 al 5 de diciembre. Buenos Aires, Argentina

En el marco de la 17ª edición de Ventana Sur, el gran mercado del cine Latinoamericano organizado por el INCAA, el Marché du Film del Festival de Cannes y la ACAU. Al mercado asistieron los representantes de los proyectos beneficiarios de las convocatorias de IBERMEDIA NEXT 2024 y 2025. Adicionalmente, se presentaron dos paneles: *Creando el mañana: el legado de IBERMEDIA NEXT* y *Conexiones que inspiran: Historias de IBERMEDIA NEXT*.

FESTIVAL INTERNACIONAL DEL NUEVO CINE LATINOAMERICANO

Del 4 al 14 de diciembre. La Habana, Cuba

En el marco de la 46ª edición del Festival, la Escuela Internacional de Cine y Televisión (EICTV) de San Antonio de los Baños, otorgó el Premio Fernando Birri 2025 al Programa Ibermedia «por su excepcional trabajo en el apoyo y desarrollo del cine iberoamericano» y «por el estímulo y la formación de jóvenes profesionales del audiovisual en nuestra comunidad». El galardón fue recogido por Elena Vilardell.

Más información en <https://www.programaibermedia.com/>.

29 SEPTIEMBRE
AL 02 OCTUBRE
2026

IBER
SERIES & platino

INDUS
TRIA

MATADERO
MADRID

EL MAYOR EVENTO DE NEGOCIO DE CONTENIDO AUDIOVISUAL EN HABLA HISPANA Y PORTUGUESA



www.iberseriesplatinoindustria.com

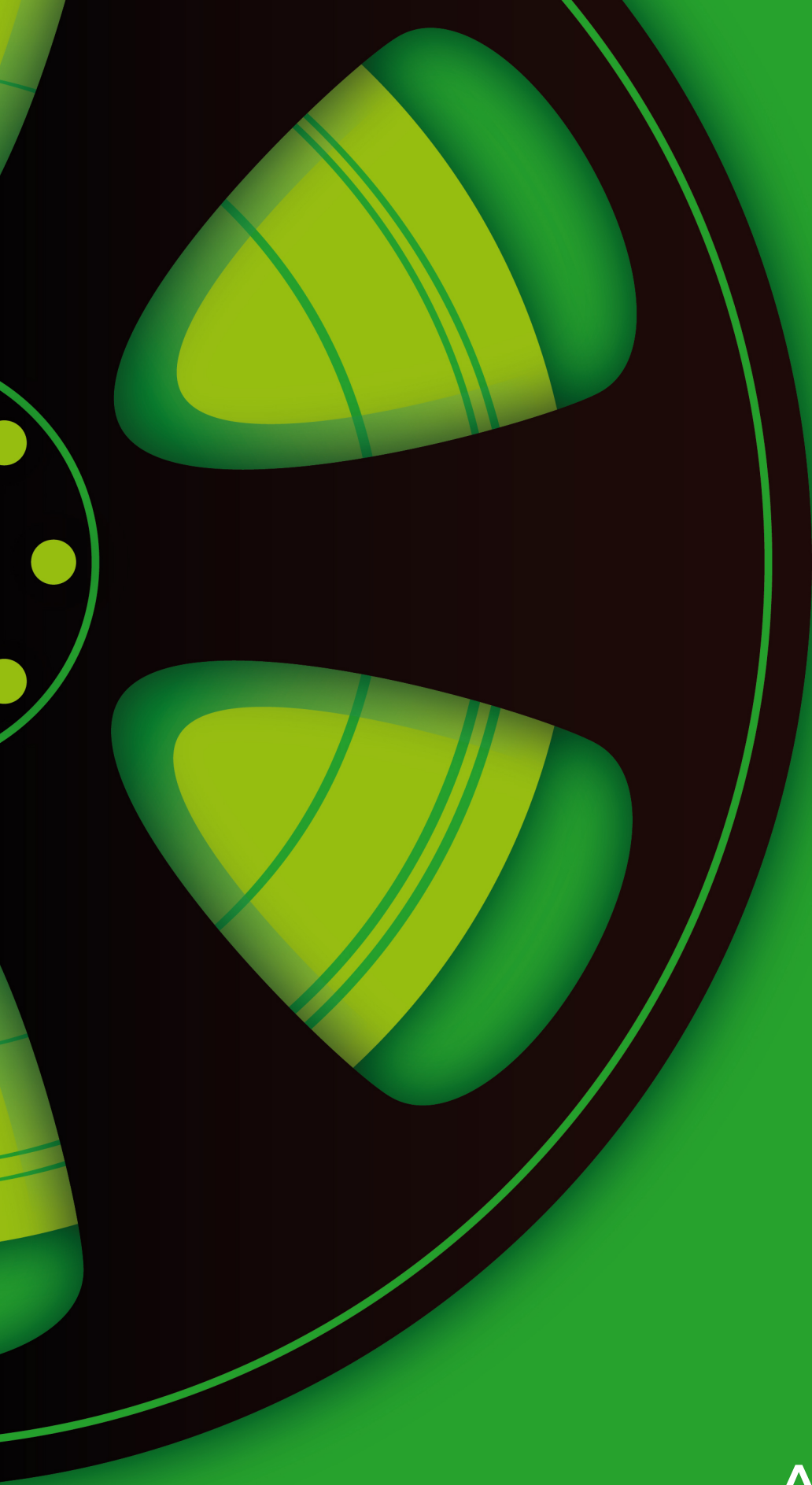


ORGANIZADORES



PATROCINADORES





ARTÍCULO 6

TRUE CRIME: ENTRE LA
INVESTIGACIÓN Y EL ESPECTÁCULO

ARTÍCULO 6

TRUE CRIME: ENTRE LA INVESTIGACIÓN Y EL ESPECTÁCULO

Acceso, archivo inédito, personajes, rigor y ética son las claves para construir relatos capaces de sostenerse como productos de entretenimiento y abrir conversaciones más amplias que el propio caso

Clo Fernández

En esta charla exploré el auge del *true crime* como un género que va mucho más allá del morbo, gracias a su capacidad para generar empatía, participación y conversación social. A partir de cinco series de HBO Max —*La Narcosatánica*, *Marcial Maciel: El lobo de Dios*, *Los 43 de Ayotzinapa: Un crimen de Estado*, *Culiacanazo: Herederos del narco* y *Debanhi: ¿Quién mató a nuestra hija?*—, compartí algunas claves para construir un enfoque diferencial y desarrollar proyectos capaces de sostenerse como productos de entretenimiento.

También abordé los retos creativos, éticos y de producción del género; el uso de las recreaciones; la conformación de los equipos; la relación con las víctimas y sus familiares, y los elementos que considero necesarios para presentar o vender un proyecto de estas características.

Finalmente, propuse pensar el *true crime* como un vehículo para abrir preguntas, generar debate y llevar temas relevantes a la conversación pública con rigor y ética.

POR QUÉ NOS FASCINA EL TRUE CRIME

El documental es uno de los pocos formatos que se ha mantenido después del *boom* de contenidos ocurrido durante la pandemia. Se volvió el “nuevo sexy”, y una parte importante de ese impulso proviene específicamente del *true crime*.

La audiencia dedica, en promedio, cuatro horas semanales al *true crime* en las plataformas, además del tiempo que consume contenidos relacionados en redes sociales, noticias, *podcasts* y otros formatos derivados.

El interés por el género no se explica únicamente por el morbo o por la curiosidad de conocer cómo se cometió un crimen. También intervienen otros elementos: la cercanía y la posibilidad de sentir que algo semejante podría sucedernos; la empatía y la identificación con las víctimas; nuestro deseo de justicia; la sensación de seguridad que puede producir conocer la forma de actuar de los criminales; las tendencias culturales, como #MeToo; y la posibilidad de participar activamente en una conversación colectiva.

Como audiencia, podemos asumir el papel de detectives y pensar: “yo voy a encontrar una pista que no ha visto la policía”. También podemos vincularnos con una causa y considerar que ayudamos al involucrarnos y darle visibilidad. Un ejemplo es el caso de Olimpia Coral Melo y su lucha contra la violencia digital, que derivó en la Ley Olimpia.

Algo que diferencia al true crime de otros géneros es que hace que, como audiencia, nos sintamos “involucrados en”.

El género brinca de la pantalla, de una manera orgánica e intensa, hacia otras plataformas y formatos. Podemos llegar a un caso por medio de un *podcast* y después descubrir que también existe un documental o un libro. Podemos consultar las noticias, ver las fotografías reales y, finalmente, integrarnos a una conversación en redes sociales.

El contenido termina sintiéndose como algo propio, como una historia que nos está sucediendo. De ahí surge un enganche activo y la sensación de que podemos influir en el resultado final, algo que no ocurre de la misma manera en el melodrama.

El campo del *true crime*, además, no se limita a los documentales sobre asesinos seriales o feminicidios. También incluye temas sociales contemporáneos, como los fraudes digitales y las estafas relacionadas con criptomonedas.

ACCESO Y ARCHIVO: LAS BASES DEL DIFERENCIAL

Entre los elementos visibles del *true crime* se encuentran el crimen, las víctimas, el criminal, la policía, los investigadores o familiares que buscan justicia y las personas afectadas por los hechos.

Sin embargo, para determinar si un crimen puede convertirse en un proyecto audiovisual, para mí existen dos claves fundamentales: el acceso y el archivo inédito.

El acceso nos permite acercarnos a protagonistas, víctimas, familiares, investigadores y otros personajes relevantes. El archivo inédito nos ofrece información, imágenes, testimonios o materiales que la audiencia no ha visto.

De la combinación de ambos elementos dependen el diferencial y la exclusividad de un proyecto.

Los casos que comparto a continuación muestran distintas formas de construir ese diferencial y de encontrar un ángulo narrativo incluso cuando se trata de historias conocidas, casos antiguos o acontecimientos ampliamente difundidos por los medios.

LA NARCOSATÁNICA: UN PERSONAJE CON DISTINTAS CAPAS

La Narcosatánica se estrenó en HBO Max en 2023.

La serie documental fue dirigida y realizada por **Pat Martínez** y producida por **Ximena Urrutia** y **Artegios** para Warner Bros. Discovery.

Se trataba de un caso antiguo, abordado aproximadamente 35 años después de los hechos, ampliamente conocido y difundido por la prensa. Sara Aldrete había recibido una condena histórica y era la mujer que llevaba más tiempo efectivo en prisión en México. Existía la sensación de que todo estaba dicho sobre un caso que ya había sido juzgado.

El principal diferencial era el acceso. La directora llevaba años grabando a Sara Aldrete desde la prisión y había construido con ella un vínculo y un nivel de confianza que solamente pueden conseguirse con el paso del tiempo.

La serie incorporó distintos puntos de vista: el de Sara, que quería contar su historia en primera persona y sostener su inocencia; el de un policía de Estados Unidos convencido de su culpabilidad; y el de un abogado que introducía una perspectiva de género y formulaba una pregunta: ¿por qué, cuando las mujeres son malas o asesinas, tienen que ser las más malas de las malas?

Sara era un personaje con fuerza y varias capas. Durante años se decía que comía niños que ella misma mataba y que era una “sacerdotisa del Diablo”. Al mismo tiempo, era una mujer muy histriónica, con una veta artística desarrollada desde el penal: una mujer de 1.80 metros que cantaba a todo pulmón una canción de Hombres G.

Al acceso se sumaba el material inédito, como los diarios de Adolfo de Jesús Constanzo, padrino de la banda a la que llamaron los Narcosatánicos, además de otros elementos personales.

Una de nuestras motivaciones era descubrir qué podíamos contar sobre una mujer que entró en la cárcel siendo extremadamente joven, después de apenas 18 meses de relación con aquella banda, y que terminó recibiendo una condena de más de 60 años.

No buscábamos enaltecerla ni borrar los hechos en los que estuvo involucrada. Queríamos mostrarla como un personaje tridimensional y revisarla desde una perspectiva de género.

Sara había sido juzgada en otro México y bajo otro sistema penal. Circunstancias como la tortura podrían haber modificado su situación jurídica bajo los criterios actuales y el Protocolo de Estambul.

También queríamos generar conversación, involucrar a la audiencia en los dilemas morales del personaje y cuestionar si el sistema penitenciario realmente sirve de algo o si pensar que una persona está presa solamente nos permite dormir más tranquilos.

El proyecto surgió de un *pitch* abierto en DocsMX, un festival de nicho. Originalmente, estaba planteado como un largometraje independiente, pero HBO propuso convertirlo en una docuserie de *true crime* de tres episodios, con *teasers* y *cliffhangers*.

Era una ópera prima para la directora y para la productora, que aceptaron el acompañamiento de la plataforma. Reforzamos el equipo con productores y consultores.

Inicialmente se pensó en titularla *La madrina*, pero finalmente se eligió *La Narcosatánica*, un nombre potente que le permitía destacar entre la oferta de la plataforma ya que remitía automáticamente al caso. La imagen de Sara tras las rejas también comunicaba de inmediato el tema central de la serie.

El relato se concentra en Sara Aldrete, quien sostiene emocional y narrativamente toda la producción. La serie muestra su reacción ante los diarios de Constanzo como única testigo viva de lo sucedido con la banda y mantiene una duda constante sobre su inocencia o culpabilidad.

Por momentos puedes convencerte de que es inocente y, después, pensar: no, por supuesto que es la más asesina de las asesinas; que se quede en la cárcel. Ese es el juego que nos permite mantener al espectador interesado.

Aunque el documental no modificó su condena, permitió que el público conociera otra faceta del personaje y pudiera observarla bajo una luz distinta.

MARCIAL MACIEL: EL LOBO DE DIOS Y LA PERSECUCIÓN PROGRESIVA

Marcial Maciel: El lobo de Dios, docuserie producida por Anima Films para Warner Bros. Discovery, se estrenó en HBO Max en 2025.

También partíamos de un caso antiguo, históricamente conocido y sobre el cual parecía haberse dicho todo. Además, su personaje principal había fallecido.

El diferencial consistió en mostrar las distintas caras de Maciel: el sacerdote, el pederasta, el adicto, el mujeriego, el padre de familia y el multimillonario fugitivo.

La producción tuvo acceso a ciertos archivos de los Legionarios de Cristo y a materiales que permitían escuchar a Maciel hablando en primera persona.

Una de nuestras motivaciones era reconocer que este personaje había existido y que formaba parte de un sistema. No queríamos hablar únicamente de Maciel, sino de los mecanismos que permitieron que la pederastia existiera y prosperara de esa manera.

La serie surgió de un *pitch* tradicional de una productora hacia HBO. Teníamos más de una propuesta interesada en desarrollar el caso, pero la de *Ánima Films* resultó la más convincente y recibió luz verde.

Al principio queríamos hacer un documental del personaje y revivir el caso. La propuesta se centraba inicialmente en el periodista que destapó el caso, autor de un libro sobre Maciel y protagonista de un documental conocido principalmente en el circuito de festivales.

No queríamos repetir aquel documental, por lo que planteamos un reto a la productora: *“Encontremos qué no se ha dicho de Maciel”*.

El título *Marcial Maciel: El lobo de Dios* ayudaba a llamar la atención de la audiencia dentro de la gran cantidad de contenidos disponibles en una plataforma.

La serie incluye numerosas escenas de recreación porque comienza en la adolescencia del personaje y aborda hechos de los que no existían imágenes. En algunos momentos, las acciones recreadas van más allá de construir una atmósfera: observamos, por ejemplo, a una persona caminando mientras se escucha la voz de Maciel diciendo “ven”.

La estructura funciona como una persecución progresiva. En distintas ocasiones, el cerco parecía cerrarse sobre Maciel, pero él lograba escapar. El relato plantea una especie de “Atrápame si puedes”.

Aunque sabemos que murió libre y millonario, con su última esposa y su hija y sin haber pagado por sus crímenes, durante el documental mantenemos la sensación de que “ahora sí lo van a cachar”.

La serie busca comprender cómo logró evadir la justicia durante tanto tiempo y presenta distintos puntos de vista: si existía una conspiración internacional de la Iglesia, si Maciel era un genio criminal o si se desenvolvió en un México y un mundo más laxos, con poco interés en investigar esta clase de delitos.

El proyecto genera conversación y trae el caso a la actualidad. Aunque Maciel murió, el sistema que construyó —no solamente la Legión, sino también el modelo de captación de dinero alrededor de la educación privada— continúa funcionando.

AYOTZINAPA: REVISAR UN CASO ABIERTO

Los 43 de Ayotzinapa: Un crimen de Estado, producida por PAR Media, se estrenó en HBO Max en 2024.

A diferencia de los casos anteriores, Ayotzinapa era un caso abierto, mediático, relevante y en evolución, que cumplía diez años.

El diferencial consistía en realizar una revisión integral, incorporar nueva información y conseguir accesos relevantes a familiares de las víctimas, personas exiliadas y otros involucrados.

Aunque ya existían distintos productos sobre Ayotzinapa, la mayoría se habían realizado al calor del momento o pocos años después de los hechos. Había nueva información, estaba por publicarse un informe del Equipo Argentino de Antropología Forense y se había producido un cambio importante de Gobierno.

Queríamos realizar el documental definitivo sobre Ayotzinapa, con una revisión completa de lo ocurrido y un relato que se acercara lo más posible a la verdad.

También buscábamos volver a llamar la atención sobre el caso, darles voz a personas que no habían podido hablar o no habían sido escuchadas y mantener vivo el interés social en la búsqueda de justicia. La intención era estrenarlo durante el décimo aniversario.

La idea surgió internamente en HBO a partir de una pregunta: qué casos en los que estaba involucrado el Estado mexicano podían convertirse en un proyecto documental de *true crime* para la plataforma.

Buscamos a PAR Media por el rigor periodístico y el nivel de acceso que había demostrado en las series documentales *Desafío: ETA* y *Desafío: 11M*, donde consiguió entrevistar a expresidentes y figuras públicas relevantes.

Su factura de producción también era adecuada y, en el caso de Ayotzinapa, preferíamos trabajar con una productora extranjera por razones de seguridad para el equipo.

Comisionamos el proyecto. PAR Media lo tomó y lo hizo propio mediante una propuesta: “si nosotros hiciéramos Ayotzinapa, lo haríamos así”. A partir de ella, dimos luz verde.

Durante el desarrollo revisamos las producciones audiovisuales y las teorías previas para determinar qué se sostenía todavía como verdad y qué había dejado de sostenerse.

En el curso de la investigación, la estructura pasó de cuatro a cinco episodios porque cuatro no eran suficientes para contar todo.

El resultado fue un proyecto serio, neutral y riguroso: tenía una postura sustentada, pero daba voz a los involucrados.

CULIACANAZO: LA CIUDAD COMO PERSONAJE

Culiacanazo: Herederos del narco, producida por PAR Media, se estrenó en HBO Max en 2025.

Era un caso abierto y contemporáneo cuyo diferencial consistía en convertir a la ciudad en un personaje y conseguir accesos inéditos a exmilitares, sicarios y habitantes de Culiacán.

Nuestra motivación era alejarnos de las narraciones centradas en el narcotraficante como antagonista, en la figura aspiracional del narco, en sus crímenes o en sus víctimas. Queríamos contar cómo se vive todos los días en una ciudad como Culiacán.

Impulsamos el proyecto internamente en HBO y lo desarrollamos en paralelo con la serie sobre Ayotzinapa.

El abordaje inicial se centraba en la detención y liberación de Ovidio Guzmán y en la experiencia de una ciudad sumida en el caos: ráfagas, saqueos, calles desiertas, escuelas cerradas y personas que no podían salir de sus casas, cuando normalmente Culiacán es una ciudad muy viva.

La diferencia entre las reacciones de las personas en Ciudad de México, que decían “que resistan” o “que se lleven a Ovidio”, y lo que realmente experimentaban los habitantes de Culiacán generaba una polémica y una conversación sobre la manera en que debía actuarse.

En ese momento, trabajábamos con una frase: “El día que el narco arrodilló al gobierno y la ciudad que queda secuestrada por todo eso”.

La nueva captura de Ovidio provocó un cambio completo de estructura. Incorporamos otros personajes para que la historia mantuviera vigencia, pero sudábamos con la idea de: “¿qué más va a pasar?”.

Finalmente, construimos un producto “muy redondito”, con un cierre que hacía justicia a lo que queríamos contar sobre la ciudad y sus habitantes.

El atractivo estaba en mostrar algo que no podía conocerse de otra manera: testimonios e información investigada y organizada que no ibas a encontrar en un noticiero ni en el contenido de un criminólogo improvisado de TikTok.

Considero que este fue uno de los elementos que dieron éxito a la serie entre la audiencia.

DEBANHI: EL ACCESO A LA FAMILIA Y AL ARCHIVO ÍNTIMO

Debanhi: ¿Quién mató a nuestra hija?, producida por BTF, se estrenó en HBO Max en 2025.

Se trataba de un caso abierto, muy reciente y en investigación. El dolor de los padres estaba a flor de piel y, durante los dos años que duró la producción de la serie, podía ocurrir un hecho inesperado.

El caso se había vuelto viral y planteaba grandes desafíos de exclusividad y archivo inédito. Además, era más amplio que la víctima: durante la búsqueda de Debanhi se había encontrado, con vida y sin vida, a otras jóvenes desaparecidas.

El diferencial fue el acceso a los padres, a espacios íntimos como el cuarto de Debanhi y a archivos familiares inéditos.

Todo el mundo quería saber qué había pasado. Al mismo tiempo, nadie estaba buscando a las jóvenes desaparecidas, salvo sus familiares. Las familias estaban solas ante la indolencia de la sociedad y de las autoridades.

El interés del caso no provenía únicamente de su relevancia y viralidad. También nos permitía hablar de los feminicidios en México, del involucramiento de la policía, de quién era la familia y de lo que estaba viviendo.

Aun enfrentando un dolor enorme, amenazas y persecución, los padres mostraban una dimensión luminosa y esperanzadora, de resiliencia y amor. Esto nos permitía encontrar un equilibrio entre la crueldad del crimen y los puntos luminosos presentes en el relato familiar.

Varias plataformas estaban interesadas en el caso. En tres meses, cuatro productoras presentaron propuestas a HBO. BTF consiguió el acceso a los padres de Debanhi y la productora Verónica Álvarez construyó una relación de confianza con ellos.

Viaje a Monterrey para reunirme con la productora y con los padres. Les expliqué el abordaje del documental, las credenciales de HBO para trabajar temas sensibles y nuestro compromiso de realizar una investigación seria y darles voz. Finalmente, los padres eligieron a HBO.

La viralización ayudaba porque convertía la historia en un caso reconocible, pero también dificultaba encontrar elementos inéditos en medio de la sobreinformación y de los datos no verificados.

El padre de Debanhi hacía actualizaciones del caso en YouTube, por lo que el reto consistía en encontrar algo que todavía no se estuviera viendo.

Conversamos con los padres para separar la información que compartirían en redes sociales con el propósito de ayudar a la investigación de la dimensión familiar y del archivo personal que podía reservarse para el documental.

Entre esos elementos estaba el cuarto de Debanhi, que no se había mostrado. En la serie, el cuarto se convierte en un personaje y se establece una interacción con el vacío que dejó Debanhi.

Considero que el resultado hace justicia a la confianza que la familia depositó en nosotros.

QUÉ CRÍMENES PUEDEN CONVERTIRSE EN ENTRETENIMIENTO

Para desarrollar una docuserie tenemos que identificar si el caso realmente se sostiene, si cuenta con material suficiente para varios episodios y si tiene *cliffhangers* claros.

Hay crímenes muy famosos que pueden resolverse en un reportaje de veinte minutos, pero que no sostienen una serie documental. También existen crímenes demasiado terribles para ser vistos. Si todo es crudeza y dolor y no hay puntos de luz, la audiencia no puede soportarlos.

En *Marcial Maciel: El lobo de Dios* aparecían hechos de enorme crudeza, pero estaban acompañados por otros aspectos relevantes del personaje, como el lavado de dinero, la drogadicción y su posición de poder dentro de la Iglesia.

Más que el morbo, lo que genera la conexión es la empatía con las víctimas. Por eso debemos abordar con mucho cuidado los crímenes más violentos.

Un caso puede tener gran relevancia periodística sin funcionar como producto audiovisual de entretenimiento. La investigación periodística informa. El *true crime* contiene un elemento de verdad, pero está planteado para entretener.

No todos los crímenes pueden convertirse en un producto de estas características: algunos son demasiado crudos, otros no tienen suficiente extensión y otros no cuentan con material para sostener el relato.

LAS RECREACIONES Y LA COMPLICIDAD DE VERDAD

El tipo de crimen, el año en que ocurrió y el material disponible determinan la cantidad de recreaciones que necesitamos.

No es cierto que una mayor cantidad de recreaciones produzca necesariamente más enganche con la audiencia. Puede ocurrir lo contrario: su uso excesivo puede romper la sensación de verdad.

Si no distinguimos con claridad cuándo estamos viendo una recreación y cuándo se trata de archivo, la audiencia puede sentir que la estamos engañando.

En *Debanhi: ¿Quién mató a nuestra hija?*, los padres reconstruyen recorridos reales mientras cuentan lo ocurrido. Aunque estos momentos funcionan como recreaciones, no rompen el elemento de verdad.

En *Marcial Maciel: El lobo de Dios* no existía archivo de muchos de los hechos, incluidos los abusos. Las recreaciones eran necesarias para evocar atmósferas y mostrar cómo habían ocurrido determinados momentos.

En *Los 43 de Ayotzinapa: Un crimen de Estado* y *Culiacanazo: Herederos del narco* utilizamos tomas cenitales y recorridos para dar una ubicación espacial y hacer avanzar el relato, evitando que toda la serie quedara reducida a una sucesión de entrevistas y archivos.

También es un mito que las recreaciones, por el simple hecho de tener una factura cinematográfica, añadan valor al documental. Si adquieren demasiado protagonismo, probablemente el proyecto está más orientado a la ficción.

Los formatos híbridos rara vez funcionan. *Una película de policías* es un ejemplo en el que el formato híbrido no funcionó. Cuando la audiencia no entiende qué está viendo, abandona el contenido.

En un documental no debemos romper la “complicidad de verdad” que establecemos con el público.

CÓMO PRESENTAR O VENDER UN PROYECTO DE TRUE CRIME

Con frecuencia pensamos que el primer paso es localizar al ejecutivo de una plataforma y presentarle inmediatamente el proyecto. Para mí, antes tenemos que responder tres preguntas: ¿tengo el acceso?, ¿hay archivo?, ¿cuál es el diferencial?

Si no tenemos una respuesta clara a la última pregunta, el proyecto todavía no está listo para ser presentado.

Una vez definidos el diferencial, el arco, los *teasers* y los *cliffhangers*, podemos preparar un *pitch deck* que muestre los accesos y archivos localizados o asegurados.

Si somos realizadores independientes, recomiendo no acudir directamente a una plataforma. Existen asuntos de infraestructura, financiamiento y soporte legal difíciles de sostener de manera independiente.

El problema no siempre es creativo, sino práctico: debemos determinar si podemos financiar la primera etapa y si existe un equipo y una estructura capaces de sostener el proceso.

Un primer punto de conexión suelen ser las productoras. Necesitamos investigar cuál puede ser el socio ideal y revisar los trabajos previos tanto de las plataformas como de las compañías productoras.

No podemos hacer el mismo *pitch* para todos. Aunque distintas plataformas estén interesadas en el *true crime*, cada una mantiene líneas editoriales diferentes. Por ello cambia tanto la manera de presentar el proyecto como el interlocutor al que debemos dirigirnos.

Una vía son los mercados, festivales y espacios de *pitching*, como DocsMX e Iberseries & Platino Industria.

Otra consiste en acercarnos a las productoras que ya trabajan con las plataformas a las que queremos llegar y plantearles: “Mira, traigo proyecto, me encantaría trabajarlo contigo”.

GUÍA PRÁCTICA PARA DESARROLLAR UN PROYECTO DE TRUE CRIME

1. TRAER LOS CASOS ANTIGUOS AL PRESENTE

Los casos antiguos necesitan traerse a la actualidad para generar engancho. También enfrentan escasez de archivo inédito y dificultades para acceder a personajes relevantes. Por eso son proyectos que rara vez avanzan, especialmente cuando han desaparecido del imaginario popular.

Mi recomendación es encontrar el mejor archivo posible, cuidar el presupuesto, conseguir un personaje potente y establecer una relación clara entre el caso y el presente.

La espectacularidad de un crimen no garantiza que funcione como proyecto audiovisual de entretenimiento.

2. IDENTIFICAR EL FORMATO QUE REALMENTE SOSTIENE LA HISTORIA

Es clave encontrar puntos de quiebre o *cliffhangers* que nos permitan mantener la tensión y la promesa a la audiencia: “te estoy mostrando algo nuevo, algo que no conoces”.

Si el arco de la historia es suficientemente amplio como para decir “puedo cortar aquí, aquí y aquí” y mantener la tensión en cada punto, tenemos una pauta de que el caso podría funcionar como docuserie.

Si el caso no ofrece esos quiebres, quizá pueda convertirse en un largometraje documental. Si puede contarse brevemente o se trata de un crimen que se resolvió con rapidez, por muy famoso que haya sido, difícilmente sostendrá una docuserie.

La pregunta es si el contenido tiene suficiente “carnita” para mantener a una persona sentada durante tres bloques de una hora.

3. CONSTRUIR EL EQUIPO DESDE EL DESARROLLO

Los equipos de desarrollo de esta clase de proyectos suelen ser pequeños: cinco, seis o siete personas encargadas de construir su esqueleto.

Los investigadores son fundamentales. Debemos tener al menos uno, aunque lo ideal es contar con dos. Son quienes investigan el caso y localizan testimonios e información.

El archivista también debe incorporarse cuanto antes. Su trabajo incluye la investigación iconográfica, la localización de materiales y la gestión de derechos. Descubrir en una etapa avanzada que un archivo no está disponible o que su propietario no quiere venderlo puede convertirse en un problema para toda la producción.

El guionista es igualmente importante. Aunque definamos estos proyectos como “contenido no guionado”, tienen un guion.

Muchos proyectos independientes comienzan a grabar sin haber escrito y terminan con cientos de horas de material difíciles de manejar. Antes de iniciar la grabación tenemos que definir hacia dónde va la estructura y cómo queremos contar la historia.

Durante la producción, el equipo crece como en cualquier proyecto audiovisual e incorpora productores y productores ejecutivos, productor de entrevistas, gerente de locación, fotógrafo y asistente, *catering* y postproducción.

El editor es una figura clave y debe involucrarse desde etapas tempranas porque el documental se construye en la edición. A partir del material encontrado, de las entrevistas, las transcripciones y los archivos, descubrimos cómo fluye el relato, le damos ritmo y comprobamos o transformamos la hipótesis inicial.

La relación entre editor, director y guionista debe ser muy cercana.

Los abogados también son cada vez más importantes. Idealmente, deben participar desde el desarrollo para revisar contratos, cartas de intención, *releases* y derechos de archivo. Trabajar con un abogado desde el inicio evita muchos problemas posteriores.

Las plataformas y productoras piden cada vez más que los proyectos lleguen al *pitch* con los protagonistas firmados y con accesos avanzados. Esto introduce una presión adicional para los creadores y productores, porque muchas veces tenemos que conseguir primero al personaje y después sentarnos con una plataforma o una productora.

4. DEFINIR EL LÍMITE ÉTICO

Me parece muy importante hablar de la cuestión ética. La gente tiene derecho a la privacidad y tiene derecho a ser olvidada.

Cuando el protagonista no quiere que su historia se cuente, el proyecto no solamente puede involucrar a una plataforma en una polémica, sino también volverla susceptible a una demanda.

Si existe un verdadero interés en contar la historia, tenemos que encontrar puntos medios y formular una propuesta clara sobre cómo abordarla.

Si avanzamos en contra de quienes son los dueños de la historia, lo más probable es que el proyecto quede incompleto. La audiencia percibirá vacíos o sentirá que hay algo que no se está contando. En esas condiciones resulta difícil sostener la sensación de veracidad.

Por lo menos en mi experiencia, se vuelve un proyecto muy difícil que quizá no valga tanto la pena hacer.

5. COLOCAR A LA VÍCTIMA EN EL CENTRO

Actualmente existe un interés más marcado por las historias centradas en la víctima y no en el victimario. Esto refleja tanto lo que busca la audiencia como la manera en que estamos contando el *true crime*.

Cuando el proyecto se centra en una víctima sobreviviente, tenemos que construir muy bien al personaje. Más que saber cómo ocurrió el crimen, interesa comprender cómo lo vivió esa persona, cómo sobrevivió, qué impacto tuvo en su familia y qué significó denunciar.

Ese relato en primera persona es invaluable.

También encontramos cada vez más historias de personas que sobreviven a estos ataques y se convierten en activistas que impulsan cambios. En México están los ejemplos de la Ley Ingrid, la Ley Olimpia y la Ley Valeria. Esto genera un vínculo con una audiencia que quiere participar activamente.

Pensar que el interés del *true crime* se encuentra exclusivamente en el asesino o en la mente criminal es reducir demasiado las posibilidades del género.

6. DIFERENCIAR EL TESTIMONIO DEL ARCHIVO

No se suele pagar por entrevistas o por participar, con el propósito de evitar sesgos. Cuando existe un pago, la persona puede terminar diciendo lo que cree que queremos escuchar. Aunque hay casos en los que ocurre, en lo personal no recomiendo hacerlo.

Lo habitual es pagar por el archivo: álbumes familiares, videos personales u otros materiales inéditos. No se paga por el testimonio, sino por la adquisición del material.

La negociación depende del archivo que pueda aportar la persona y de qué tan inédito sea. A partir de ahí se acuerda un pago y se formaliza mediante un contrato de compra de archivo personal.

Todo tiene que ser transparente y acordado.

UNA CONVERSACIÓN MAYOR QUE EL CASO

Al elegir proyectos, siempre busco historias capaces de generar un cambio o una discusión social, abordadas con profundidad, rigor periodístico y ética.

En *La Narcosatánica*, nuestro propósito era generar una conversación que no había ocurrido durante los 35 años que Sara Aldrete llevaba en prisión. Queríamos mostrar como una persona con capas, dilemas y errores, había sido tratada durante décadas como un “engendro de Satanás”.

En *Los 43 de Ayotzinapa: Un crimen de Estado*, el propósito era traer luz.

En *Culiacanazo: Herederos del narco*, me parecía relevante retratar la ciudad y a la gente común que vive ahí, porque no todo el mundo quiere ser narcotraficante ni está de acuerdo con esa realidad.

La clave está en encontrar una conversación mayor que el caso: generar cuestionamientos y preguntas sin sermonear ni decirle a la audiencia qué debe pensar.

Por su capacidad para producir un enganche que se extiende más allá de la pantalla, el *true crime* puede convertirse en un vehículo ideal para llevar temas relevantes a la conversación pública.

Para lograrlo, debemos mantener la profundidad, el rigor y la ética; cuidar nuestra relación con las víctimas, y encontrar un enfoque diferencial que permita que la historia se sostenga como producto audiovisual.

*Este artículo parte de la conferencia dictada por **Clo Fernández**, Productora creativa y moderada por **Adriana Castillo**, Coordinadora General de Platino Industria y Platino Talks, el jueves 9 de abril de 2026. La conferencia correspondió a la segunda charla del ciclo [Platino Talks](#).*

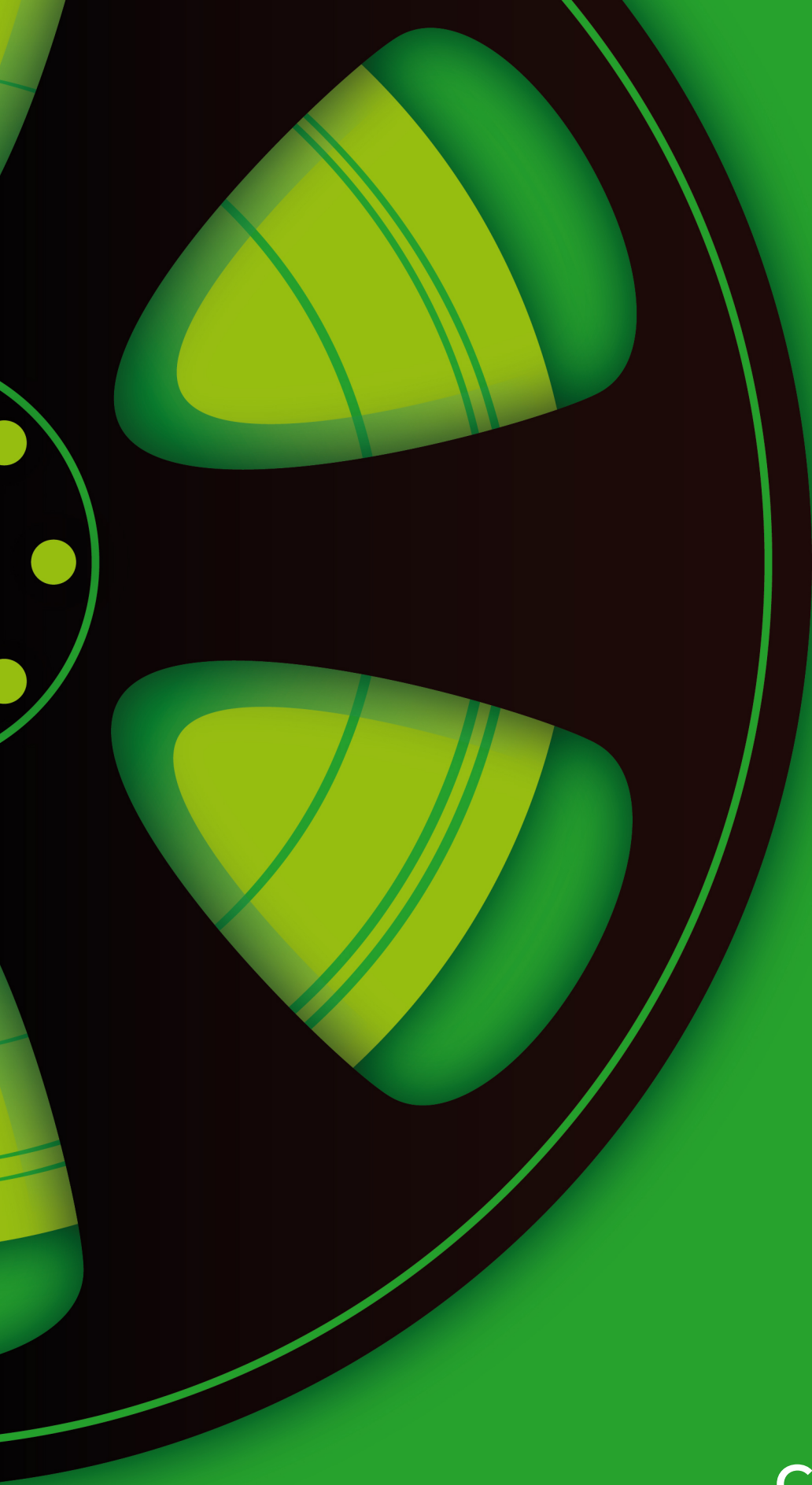


CLAUDIA FERNÁNDEZ

Productora creativa.

Productora creativa con 20 años de experiencia en el medio audiovisual y un amplio recorrido como ejecutiva de contenidos para plataformas. Como manager de series para Netflix, estuvo a cargo de proyectos como El niño, Ojitos de Huevo 2 y Amor de oficina. Anteriormente, fue cabeza de contenido no guionado en México para HBO Max, donde desarrolló documentales como Ayotzinapa, Culiacanazo, La Narcosatánica y Marcial Maciel: El lobo de Dios, entre otros.

Formó parte del comité organizador de eventos internacionales como el Festival de Cine en Guadalajara, la FIL y los Juegos Panamericanos. Egresada de Ciencias de la Comunicación en la UNIVA, posteriormente realizó una maestría en Ley de Propiedad Intelectual en Brunel University of London como becaria Chevening.



CAPÍTULO V

RESUMEN Y CONCLUSIONES

CAPÍTULO V

RESUMEN Y CONCLUSIONES

Por Departamento de Reparto de EGEDA

CAPÍTULO 1. PRODUCCIÓN CINEMATOGRAFICA EN IBEROAMÉRICA

Panorama cinematográfico iberoamericano (2025)

- Países iberoamericanos: Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, España, Guatemala, Honduras, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, Portugal, República Dominicana, Uruguay y Venezuela.
- El número de salas cinematográficas en funcionamiento en Iberoamérica supera las 20.700.
- Las salas exhibieron 7.962 estrenos, de los que un 19% (1.516) fueron producciones nacionales.
- Los ingresos de los cines superaron los 2.625 millones de dólares y la asistencia se situó en 584,8 millones de espectadores.
- Los estrenos de cine nacional acumularon 40,7 millones de espectadores.
- La cuota de espectadores de los estrenos del top-100 refleja el dominio estadounidense, con el 85% del total, seguido del cine iberoamericano con el 6,2%.
- Las distribuidoras americanas representan una cuota conjunta en el top-100 del 89% y las independientes el 11% sobre el total.
- El número de títulos que se corresponden con los estrenos del top-100 suma 285, de los que un 39,3% son estadounidenses (112 títulos) y un 37,2% son iberoamericanos (106 títulos).
- El porcentaje de coproducción de los estrenos iberoamericanos se situó en el 28,3% (30 títulos) respecto al total de 106 títulos, de los cuales, casi el 57% se coprodujeron entre productoras iberoamericanas (17 títulos).
- El 80% de los títulos de estrenos del top-100 se corresponden con títulos de ficción y el 13,3%

con títulos de animación. Los títulos de ficción acumularon el 82,5% de los espectadores totales y los de animación el 17,2%.

- La cuota media de espectadores del top-10 en el conjunto de países se sitúa en el 48,4%.
- El título dominante en el top-1 de todos los mercados fue la producción estadounidense de animación *Lilo y Stitch*.
- Los top-1 nacionales presentes en el top-10 cinematográfico de su país son: *Homo Argentum* (Argentina), *Padre no hay más que uno 5* (España), *Chavín de Huántar, el rescate del siglo* (Perú) y *Los Rechazados* (República Dominicana).
- Los top-1 nacionales presentes en el top-20 cinematográfico de su país son: *O auto da compadecida 2* (Brasil) y *Maikol Yordan regresa... A clases* (Costa Rica).
- Los estrenos iberoamericanos (no nacionales) con más éxito son la película brasileña *Ainda estou aqui* (5 países) y la argentina *Homo Argentum* (3 países).
- Los estrenos europeos con más éxito son la producción letona de animación *Flow, un mundo que salvar* (10 países) y la producción británica *Cónclave* (6 países).
- El estreno dominante de otros países con más éxito es la película de animación japonesa *Guardianes de la Noche 4*.

Panorama cinematográfico en los países iberoamericanos (2025)

- **Argentina:** Los cines argentinos suman una asistencia de 33,5 millones de espectadores y recaudan 184,2 millones de dólares. La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en un 85,2% del total de espectadores y la del nacional en un 8,2%. Las distribuidoras americanas acumulan una cuota de espectadores del 94,7% y las independientes el 5,3% restante. El ranking cinematográfico está liderado por la película estadounidense *Lilo y Stitch* con 3,6 millones de espectadores y el ranking nacional por *Homo Argentum* con 1,8 millones de espectadores.
- **Bolivia:** Los cines bolivianos suman una asistencia de 5,8 millones de espectadores y recaudan casi 33 millones de dólares. La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en un 88% del total de espectadores y la del cine del resto de países supone un 7,2%. Las distribuidoras americanas acumulan una cuota conjunta de espectadores del 91,6% y las independientes el 8,4%. El ranking cinematográfico está liderado por la película estadounidense *Lilo y Stitch* con 446 mil espectadores y el ranking nacional por *Un milagro de Navidad en La Paz* con 19.000 espectadores.
- **Brasil:** Los cines brasileños suman una asistencia de 113,4 millones de espectadores y recaudan 411,5 millones de dólares. La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en casi un 84,3% del total de espectadores y la del cine nacional en el 10%. Las distribuidoras americanas representan una cuota conjunta de espectadores del 87,5% y las independientes el 12,5%. El ranking cinematográfico está liderado por la película estadounidense *Lilo y Stitch*, con 10,4 millones de espectadores, y el nacional por *O auto da compadecida 2*, con casi 3 millones de espectadores.
- **Chile:** Los cines chilenos suman una asistencia de 20,8 millones de espectadores y recaudan 107,7 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 resto de países en un 7,2%. Las distribuidoras americanas representan una cuota conjunta de espectadores del 92,5% y las independientes el 7,5% restante. El ranking cinematográfico está liderado por la película estadounidense *Lilo y Stitch*, con 2,4 millones de espectadores, y el ranking nacional por el largometraje documental *Eterno: 100 años de Colo-Colo*, con 95.092 espectadores.

· **Colombia:** Los cines colombianos suman 49,5 millones de espectadores y recaudan 153,2 millones de dólares. La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en el 90,2% del total de espectadores y la del cine del resto de países en el 4,7%. Las distribuidoras americanas representan una cuota de espectadores del 90,8% y las independientes el 9,2% restante. El ranking cinematográfico está liderado por la película estadounidense *Lilo y Stitch*, con 5,2 millones de espectadores y el ranking nacional por *Un poeta* con más de 250.000 espectadores.

· **Costa Rica:** Los cines costarricenses acumulan una asistencia de 4,5 millones de espectadores y recaudan 31,3 millones de dólares. La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en un 90% del total de espectadores y la del cine del resto de países en un 6,4%. Las distribuidoras americanas representan una cuota conjunta de espectadores del 94,2% y las empresas independientes el 5,8% restante. El ranking cinematográfico está liderado por la película estadounidense *Lilo y Stitch*, 546.588 espectadores y cine el nacional por la comedia *Maikol Yordan regresa... A clases*, con 49.036 espectadores.

· **Ecuador:** Los cines ecuatorianos suman 12,2 millones de espectadores y recaudan casi 62,1 millones de dólares. La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en un 90,4% del total de espectadores y la cuota del resto de países en un 5,8%. Las distribuidoras americanas representan una cuota conjunta de espectadores del 91,1% y las independientes el 8,9% restante. El ranking cinematográfico está liderado por la película estadounidense *Lilo y Stitch*, con 1,4 millones de espectadores y el ranking nacional por la comedia *El fantasma de mi ex*, con 38.004 espectadores.

· **El Salvador:** Los cines salvadoreños acumulan una asistencia de 2,7 millones de espectadores y recaudan 12,6 millones de dólares. La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en un 88,5% del total de espectadores y la del resto de países en un 8%. Las distribuidoras americanas representan una cuota conjunta de espectadores del 92,7% y las independientes el 7,3%. El ranking cinematográfico está liderado por la película estadounidense *Lilo y Stitch*, con más de 320.000 espectadores, y el ranking nacional por la comedia *Mojados en Navidad*, con casi 23.000 espectadores.

· **España:** Los cines españoles suman una asistencia de 66,3 millones de espectadores y recaudan 518,6 millones de dólares. La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en un 74,7% del total de espectadores y la del cine nacional roza el 16%. Las distribuidoras americanas representan una cuota conjunta de espectadores del 87,7% y las independientes el 12,3%. El ranking está liderado por la estadounidense *Lilo y Stitch* con 3,8 millones de espectadores y el ranking nacional por la comedia *Padre no hay más que uno 5*, con más de 2 millones de espectadores.

· **Guatemala:** Los cines guatemaltecos suman 5 millones de espectadores y recaudan 25,7 millones de dólares. La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en un 91,7% y la del cine del resto de países en un 6,1%. Las distribuidoras americanas representan una cuota de espectadores del 95,4% y las distribuidoras independientes el 4,6%. El ranking cinematográfico está liderado por la producción estadounidense *Lilo y Stitch*, con más de 700.000 espectadores y el ranking nacional por *Terror eterno*, con 11.000 espectadores.

· **Honduras:** Los cines hondureños suman 2,8 millones de espectadores y recaudan 10,8 millones de dólares. La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en un 92,2% y la del cine del resto de países en un 5,7%. Las distribuidoras americanas representan una cuota conjunta de espectadores del 93,2% y las independientes el 6,8% restante. El ranking cinematográfico está liderado por la producción estadounidense *Lilo y Stitch*, con más de 334.000 espectadores, y el ranking nacional por la película dramática *90 minutos*, con solo 3.157 espectadores.

· **México:** Los cines mexicanos suman una asistencia de 203 millones de espectadores y recaudan 761,4 millones de dólares. La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en un 87% del total de espectadores, la del cine del resto de países roza el 5% y la cuota del cine mexicano registra casi un 4%. Las distribuidoras americanas representan una cuota conjunta

de espectadores del 88,7% y las independientes el 11,3% restante. El ranking cinematográfico está liderado por la película estadounidense *Lilo y Stitch*, con 17,3 millones de espectadores, y el ranking nacional por la comedia *Mesa de regalos*, con casi 2 millones de espectadores.

· **Nicaragua:** Los cines nicaragüenses suman una asistencia de 1,1 millones de espectadores y recaudan 5,5 millones de dólares. La cuota de mercado del cine USA se sitúa en un 88,5% del total de espectadores y la del cine del resto de países en un 8,8%. Las distribuidoras americanas representan una cuota conjunta de espectadores del 93,4% y las independientes el 6,6% restante. El ranking cinematográfico está liderado por la producción estadounidense *Lilo y Stitch*, con más de 150.000 espectadores, y el ranking iberoamericano por la mexicana *Kit de santidad* con más de 2.100 espectadores.

· **Panamá:** Los cines panameños suman una asistencia de 3,9 millones de espectadores y recaudan 24,5 millones de dólares. La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa 91% y la del cine del resto de países en un 6,3%. Las distribuidoras americanas representan una cuota conjunta de espectadores el 93,3% y las independientes el 6,7% restante. El ranking cinematográfico está liderado por la producción estadounidense *Lilo y Stitch*, con 442.000 espectadores, y el ranking nacional por el largometraje documental *Hijo de Tigre y Mula*, con más de 18.000 espectadores.

· **Paraguay:** Los cines paraguayos suman una asistencia 1,3 millones de espectadores y recaudan 6,5 millones de dólares. La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en un 87,3% del total de espectadores y la del cine de otros países en un 8,3%. Las distribuidoras americanas representan una cuota conjunta de espectadores del 94,2% y las independientes el 5,8% restante. El ranking cinematográfico está liderado por la producción estadounidense *Lilo y Stitch*, con más de 180.000 espectadores, y el ranking de cine nacional por *Bajo las banderas, el sol*, con más de 7.500 espectadores.

· **Perú:** Los cines peruanos suman una asistencia de 38,3 millones de espectadores y recaudan 141,7 millones de dólares. La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en un 79,1% del total de espectadores y la cuota del cine nacional en el 7,6%. Las distribuidoras americanas representan una cuota conjunta de espectadores del 82,6% y las independientes un 17,4%. El ranking cinematográfico está liderado por la producción estadounidense *Lilo y Stitch*, con casi 3 millones de espectadores, y el ranking nacional está liderado por la producción de suspense *Chavín de Huántar, el rescate del siglo*, con 1,5 millones espectadores.

· **Portugal:** Los cines portugueses suman una asistencia de 10,8 millones de espectadores y recaudan 79,6 millones de dólares. La cuota de mercado del cine USA en el top-100, se sitúa en un 83,3% del total de espectadores y la del cine europeo en un 7,6%. Las distribuidoras americanas representan una cuota de espectadores del 88,8%, Lusomundo un 6,8% y el resto de las distribuidoras independientes el 4,4%. El ranking cinematográfico está liderado por la producción estadounidense *Lilo y Stitch*, con 667.118 millones de espectadores, y el ranking nacional por *O pátio da Saudade*, con casi 70.000 espectadores.

· **República Dominicana:** Los cines dominicanos suman una asistencia de 3 millones de espectadores y recaudan casi 17 millones de dólares. El ranking cinematográfico está liderado por la producción de animación estadounidense *Lilo y Stitch*, con más de 390.000 espectadores, y el ranking nacional por la comedia *Los rechazados*, con casi 160.000 espectadores.

· **Uruguay:** Los cines uruguayos suman una asistencia de 2,1 millones de espectadores y recaudan 15,7 millones de dólares. La cuota de mercado del cine USA se sitúa en un 81,5% del total de espectadores y la cuota del cine iberoamericano en el 10,2%. Las distribuidoras americanas representan una cuota de espectadores del 92,1% y las independientes el 7,9%. El ranking cinematográfico está liderado por la producción de animación estadounidense *Lilo y Stitch*, con 256.660 espectadores, y el ranking de cine nacional por el documental *Montevideo inolvidable*, con más de 5.000 espectadores.

· **Venezuela:** Los cines venezolanos acumulan una asistencia de 7,8 millones de espectadores e ingresan 23,5 millones de dólares. La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se sitúa en el 91,2% del total de espectadores y la cuota del cine del resto de países en el 5,8%. Las distribuidoras estadounidenses representan una cuota conjunta del 92,8% de los espectadores y las independientes el 7,2% restante. El ranking cinematográfico está liderado por la película estadounidense *Lilo y Stitch*, con un millón de espectadores, y el *ranking* nacional está liderado por *Un viaje de película* y *No lo escuches*, con más de 12.000 y 11.000 espectadores, respectivamente.

CAPÍTULO 2. LA PRODUCCIÓN DE FICCIÓN EN IBEROAMÉRICA

Panorama de la ficción iberoamericana en Televisión y Plataformas VoD (2020-2024)

- Países 2024: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, España, México, Portugal, Uruguay y Estados Unidos (habla hispana).
- Muestra de canales de televisión 2024: 67 (45 privados y 22 públicos).
- El tiempo dedicado por los canales de televisión a la ficción, en el periodo 2020-2024, se sitúa en un 24,4% del tiempo total de emisión.
- La muestra analizada abarca un total de 1.217 títulos de obras de ficción iberoamericana de estreno y más de 60.000 horas de emisión.
- La distribución por el origen de las producciones de estreno, en el periodo 2020-2024, refleja que las obras nacionales representan el 56% del total de títulos y el 46,8% del total de horas difundidas.
- Los países con un mayor número de títulos nacionales de estreno, en el periodo 2020-2024, son: Portugal (154 títulos), Brasil (129 títulos) y México (121 títulos).
- Los países con un mayor número de horas de difusión de ficción nacional de estreno, en el periodo 2020-2024, son: México (6.604 horas), Brasil (4.819 horas) y Portugal (4.518 horas).
- Los países que, en el periodo 2020-2024 programaron un mayor número de horas de difusión de ficción iberoamericana son: Estados Unidos (6.236) y Venezuela (5.453).
- Los países que más títulos de ficción de estreno aportaron a los canales de televisión, en el periodo 2020-2024, son México (367) y Brasil (240).
- Los países que más horas de ficción de estreno aportaron a los canales de televisión, en el periodo 2020-2024, son: México (20.742), Brasil (12.732) y Colombia (7.019 horas).
- La distribución de los títulos de ficción por géneros refleja que en el periodo 2020-2024 el formato de la telenovela (51,2%) es el más común en los canales de televisión, seguido de las series convencionales (34,2%) y las miniseries (6,5%).
- El ranking de audiencia en 2024 está liderado por cinco producciones brasileñas: *Terra e Paixao* (29,1%), *Renascença* (24,8%), *Mania de você* (20,9%), *Família é tudo* (20,7%) y *Volta por cima* (20,1%).
- Las ficciones no brasileñas con más éxito en 2024 fueron las series colombianas *Rigo* (20,1%), *Devuélveme la vida* (19,7%) y *Pedro el Escamoso II* (19,2%).
- El top-1 de audiencia en 2024 refleja que siete títulos nacionales de estreno dominan el ranking en sus países de origen: *Coppola, el representante* (Argentina), *Terra e Paixao* (Brasil), *Generación 98* (Chile), *Rigo* (Colombia), *El Marqués* (España), *La Rosa de Guadalupe* (México) y *Cacau* (Portugal).
- El número de títulos de ficción nacional de estreno disponible en las plataformas VoD analizadas, en el periodo 2020-2024, suma 1.072.
- Los países con un mayor número de títulos disponibles, en el periodo 2020-2024, son: Estados Unidos (267), España (257) y Brasil (243).
- Las plataformas VoD con más títulos disponibles, en el periodo 2020-2024, son: Netflix (262), Prime (181) y Globo (142).

Panorama de la Ficción en canales de televisión y VoD en países iberoamericanos (2024)

· **Argentina:** la ficción aportó a los canales de televisión un 13% del tiempo total de emisión. La ficción nacional de estreno suma 10 títulos y 103 horas de programación (33,8%). El resto de los títulos de estreno proceden de Colombia (1) y México (2). Las emisiones de ficción con más éxito de audiencia en televisión se difundieron en El Trece (6), Telefe (3) y El Nueve (1). Las tres emisiones con más audiencia corresponden a la serie argentina *Coppola, el representante* (9%), a la colombiana *Café con aroma de mujer* (7,4%) y a la serie argentina *El encargado* (7%).

· **Brasil:** la ficción aportó a los canales de televisión un 11,2% del tiempo total de emisión. La ficción nacional de estreno suma 31 títulos y 1.211 horas de programación (88,6%). El resto de los títulos de estreno proceden de España (1), Estados Unidos (1), México (1) y Portugal (1). Las emisiones de ficción con más éxito de audiencia en televisión se difundieron en Globo. El *ranking* de audiencia estuvo liderado por las producciones brasileñas *Terra e Paixao* (29,1%), *Renascença* (24,8%), *Mania de você* (20,9%).

· **Chile:** la ficción aportó a los canales de televisión un 18,4% del tiempo total de emisión. La ficción nacional de estreno suma 10 títulos y 461 horas de programación (68,3%). El resto de los títulos de estreno proceden de Brasil (1), Colombia (1), México (1) y Perú (1). La ficción con más éxito de audiencia en televisión se difundió en Mega (8 emisiones) y Canal 13 (2 emisiones). El *ranking* de audiencia estuvo liderado por las series chilenas *Generación 98* (14,2%), *Como la vida misma* (13,3%) y *Al sur del corazón* (13%).

· **Colombia:** la ficción aportó a los canales de televisión un 21,8% del tiempo total de emisión. La ficción nacional de estreno sumó 8 títulos y 390 horas de programación (82,4%). El único país que aportó títulos a la parrilla fue México (2). La ficción con más éxito de audiencia se difundió en Caracol (8 emisiones) y RCN (2 emisiones). Las tres emisiones con más audiencia corresponden a producciones colombianas: *Rigo* (20,1%), *Devuélveme la vida* (19,7%) y *Pedro el Escamoso II* (19,2%).

· **Ecuador:** la ficción aportó a los canales de televisión un 57,9% del tiempo total de emisión. La distribución por su origen de los 14 títulos de estreno es la siguiente: Colombia (6 títulos), Ecuador (3 títulos), México (2 títulos), Argentina (1 título), Estados Unidos (1 título) y Perú (1 título). La ficción con más audiencia se programó en TC Televisión y Ecuavisa. Las series con más éxito son la producción colombiana *Leandro Díaz* (5,1%), la mexicana *La Gata* (3,8%) y la ecuatoriana *Los García* (3,3%).

· **España:** la ficción aportó a los canales de televisión un 41% del tiempo total de difusión. La ficción nacional de estreno sumó 12 títulos y 866 horas de programación (69%). Los países que aportaron títulos de estreno fueron México (5), Estados Unidos (1) y Portugal (1). La ficción con más éxito se programó en La1 (6 emisiones), Antena 3 (2 emisiones) y Telecinco (2 emisiones). Las series con más audiencia son *El Marqués* (3%), *Sueños de libertad* (2,6%) y *La Promesa* (2,1%).

· **Estados Unidos (habla hispana):** la ficción aportó a los canales de televisión un 40,7% del tiempo total de emisión. La ficción nacional de estreno sumó 5 títulos y 243 horas de programación (16,8%). Los países que también aportaron títulos de estreno fueron México (19), Argentina (1 título) y Colombia (1 título). La ficción con más éxito de audiencia se difundió en Univisión (7 emisiones) y Telemundo (3 emisiones). El *ranking* de audiencia estuvo liderado por las series mexicanas *Minas de pasión* (5,2%) y *Gallo de oro* (4,5%) y por la estadounidense *El Conde: Amor y honor* (4,4%).

· **México:** la ficción aportó a los canales de televisión un 27,7% del tiempo total de emisión. La ficción nacional de estreno sumó 28 títulos y 1.622 horas de programación (935). Los países que aportaron los títulos restantes fueron: España (3 títulos) y Colombia (1 título). La ficción con más éxito de audiencia se difundió en Televisa. El *ranking* de audiencia estuvo liderado por las series mexicanas *La rosa de Guadalupe* (12,7%), *Fugitivas* (11,6%) y *El amor no tiene receta* (11,1%).

· **Portugal:** la ficción aportó a los canales de televisión un 12,7% del tiempo total de emisión. La ficción nacional de estreno suma 20 títulos y 826 horas de programación (66%). Brasil aportó el resto de los títulos de estreno (5). La ficción con más éxito de audiencia se difundió en SIC (3 emisiones) y TVI (7 emisiones). El *ranking* de audiencia estuvo liderado por las telenovelas portuguesas *Cacau* (8,9%) y *A Promessa* 2T (8,1%).

· **Uruguay:** la ficción aportó a los canales de televisión un 10,3% del tiempo total de emisión. La ficción nacional suma 4 títulos y 21 horas de programación. Los otros países que aportaron títulos de estreno fueron: Argentina (4), Brasil (6), Chile (1), Colombia (8), y Estados Unidos (3). La ficción con más éxito en televisión se difundió en Teledoce (9 emisiones) y Canal 4 (1 emisión). El *ranking* de audiencia estuvo liderado por la producción estadounidense *Vuelve a mí* (8,4%) y por la brasileña *Tierra de deseos* (8,2%).

CAPÍTULO 3. EL CINE IBEROAMERICANO MÁS ALLÁ DE SUS FRONTERAS

Panorama cinematográfico mundial (2025)

- La capacidad cinematográfica exhibidora mundial superó las 220.000 pantallas.
- La actividad cinematográfica mundial sumó 4.977 millones de entradas vendidas y acumuló más de 33.000 millones de dólares de ingresos.
- El estreno con más éxito mundial fue la producción de animación china *Ne Zha 2* con más de 2.000 millones de dólares de ingresos, seguido de los títulos americanos *Zootopia 2* y *Lilo & Stitch*, ambos con más de 1.000 millones de ingresos cada uno.
- Los dos estrenos iberoamericanos con más ingresos son la producción brasileña *Ainda estou aqui* con 33,1 millones de dólares y la española *Padre no hay más que uno 5*, con 15,1 millones.

El cine iberoamericano en Europa (2025)

- Países: 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 795 millones de espectadores y 7.356 millones de dólares de ingresos.
- Los dos estrenos con más éxito de espectadores son las producciones americanas *Minecraft* (28,9 millones) y *Lilo & Stitch* (28,3 millones).
- Las dos producciones europeas con más éxito de espectadores son las británicas *Bridget Jones: Mad about the boy* (11,7 millones) y *Paddington in Peru* (7,1 millones).
- Los estrenos iberoamericanos exhibidos en los principales mercados europeos (excepto España y Portugal) sumaron 265; el total de espectadores que asistieron a estos estrenos ascendió a 8 millones y el total ingresos de sumó 65,8 millones de dólares.
- El número de estrenos iberoamericanos del top-10 exhibidos en los mercados europeos (excepto España y Portugal) sumó 81, los cuales se correspondieron con 37 títulos y acumularon 6,9 millones de espectadores y 57,5 millones de dólares de ingresos.
- Los estrenos iberoamericanos con más espectadores acumulados en los mercados europeos son las películas españolas *Lo que aprendí de mi pingüino* (1,2 millones), *Sirât* (765.680) y *La habitación de al lado* (710.249) y la brasileña *Ainda estou aqui* (978.293).
- Los países europeos que registraron más espectadores de cine iberoamericano fueron Francia (3 millones), Alemania (1,1 millones), Italia (1,1 millones) y R. Unido (1 millón).
- Los países europeos con más estrenos de cine iberoamericano fueron Italia (70), Francia (62) y Alemania (36).
- Los países iberoamericanos con más títulos presentes en los top-10 de los mercados europeos fueron España (19), México (6) y Brasil (4).

El cine iberoamericano en Iberoamérica (2025)

- La asistencia a los cines de Iberoamérica sumó 584,8 millones de espectadores y 2.626,9 millones de dólares de recaudación.
- El estreno con más éxito en Iberoamérica fue la producción estadounidense *Lilo y Stitch* con 52,5 millones de espectadores y 229,1 millones de dólares de ingresos.
- Los estrenos iberoamericanos con más espectadores en Iberoamérica fueron la película brasileña *Ainda estou aqui* (3 millones), la brasileña *O auto da compadecida 2* (2,9 millones) y la española *Padre no hay más que uno 5* (2 millones).
- El estreno europeo con más éxito en Iberoamérica fue la película letona de animación *Flow, un mundo que salvar*, con 4,4 millones de espectadores y 17,9 millones de dólares ingresos.
- El estreno del resto de países con más éxito en Iberoamérica fue la producción japonesa *Guardianes de la noche 4*, con 13,7 millones de espectadores y 60,8 millones de dólares de ingresos.
- El estreno de distribuidoras independientes con más éxito en Iberoamérica fue la película estadounidense *Ahora me ves 3*, con 5,7 millones de espectadores y 25,5 millones de dólares de ingresos.
- El número total de estrenos iberoamericanos (no nacionales), presentes en los top-100 de los 20 países analizados, fueron 26. Estos estrenos se correspondieron con 16 títulos, acumulando casi un millón de espectadores y 6,6 millones de dólares de ingresos.
- Los países iberoamericanos con más estrenos iberoamericanos (no nacionales) dentro de sus top-100 son Uruguay (8), Portugal (4) y Nicaragua (3).
- Los países con mayor asistencia de espectadores al cine iberoamericano no nacional son: Portugal (457.593), Uruguay (208.172) y España (141.023).
- Los países con más títulos iberoamericanos no nacionales de estreno en los top-100 de Iberoamérica España (6), Argentina (5) y Brasil (3).
- El ranking acumulado de espectadores de los estrenos iberoamericanos no nacionales en Iberoamérica estuvo liderado por la producción brasileña *Ainda estou aqui* (677.271) y la argentina *Homo Argentum* (132.887).
- El número total de estrenos iberoamericanos (no nacionales), presentes en el top-1.000 del mercado cinematográfico español suma 55. Estos estrenos acumulan 326.936 espectadores y 2,3 millones de dólares de ingresos.
- Los países iberoamericanos con más títulos estrenados en España son Argentina (22), México (10) y Brasil (6). Por espectadores, los estrenos brasileños acumulan 150.813 espectadores y los argentinos 106.168.

El cine iberoamericano en USA (2025)

- La asistencia a los cines en Estados Unidos sumó 754 millones de espectadores y 8.565 millones de dólares de ingresos.
- La cuota del cine estadounidense representa el 88,4% del total de espectadores y la del cine del resto de países el 7,4%.

- Las distribuidoras de los *Estudios* americanos representan una cuota conjunta de espectadores del 82% y las independientes el 18% restante.
- El ranking de estrenos en Estados Unidos estuvo encabezado por *A Minecraft movie* (38 millones de espectadores) y *Lilo & Stitch* (37,2 millones de espectadores).
- Los estrenos iberoamericanos en Estados Unidos suman un total de 26, acumulando 1,4 millones de espectadores y 16,8 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 (9 títulos), Argentina (6 títulos) y México (5 títulos). Las obras brasileñas sumaron 744.041 espectadores y las españolas 614.584 espectadores.
- El ranking de estrenos iberoamericanos en Estados Unidos estuvo liderado por la producción brasileña *Ainda estou aqui* (597.137 espectadores) y las españolas *Lo que aprendí de mi pingüino* (301.392 espectadores) y *La habitación de al lado* (214.817 espectadores).

El cine iberoamericano en Oceanía (2025)

- Países: Australia, Nueva Zelanda.
- El número de salas de cine en Oceanía supera las 2.770, la asistencia acumulada asciende a 64,8 millones de espectadores y los ingresos a 721 millones de dólares.
- Los rankings de estrenos cinematográficos en Australia y Nueva Zelanda están liderados por la producción *Minecraft*, con 3,1 millones de espectadores y 600.321 espectadores, respectivamente.
- Los rankings de estrenos iberoamericanos en Australia y N. Zelanda están liderados por la película española *Lo que aprendí de mi pingüino*, con 63.373 espectadores y 27.631 espectadores, respectivamente.
- Los títulos iberoamericanos de los top-10 del mercado cinematográfico de Oceanía (Australia y N. Zelanda) suman 14 y acumulan 263.215 espectadores y 2,9 millones de dólares de ingresos.
- Los países iberoamericanos representados en las salas cinematográficas de Oceanía son: Argentina (1 título), Brasil (1 título), España (9 títulos), México (2 títulos) y Portugal (1 título).
- Los títulos con más éxito acumulado en Oceanía son: *Lo que aprendí de mi pingüino* (91.004 espectadores), *Ainda estou aqui* (58.622 espectadores), *Drangokeeper* (31.763 espectadores) y *La habitación de al lado* (24.644 espectadores).

El cine iberoamericano en Asia (2025)

- Países: Arabia Saudí, China, Corea del Sur, Japón, Malasia y Tailandia.
- Los países incluidos en el estudio suman más de 1.700 millones de habitantes y superan las 100.000 salas de cine.
- La asistencia a los cines en los mercados asiáticos supera los 1.600 millones de entradas vendidas y los 10.100 millones de dólares de ingresos.
- El ranking de estrenos cinematográficos en Arabia Saudí está liderado por *Lilo & Stitch*, con más de 850.000 espectadores; en China por *Ne Zha 2*, con 323,2 millones de espectadores; en

Corea del Sur por *Zootopia 2*, con 7,7 millones de espectadores y en Japón por *Demon Slayer: Infinity Castle Part 1*, con 26,6 millones de espectadores.

- El ranking de estrenos iberoamericanos en China está liderado por la producción española *Robot Dreams*, con 97.048 espectadores; en Corea del Sur por la hispanoportuguesa *Misericordia*, con 22.059 espectadores y en Japón por la obra española *La llegada*, con 42.348 espectadores.

- El ranking de estrenos iberoamericanos en Arabia Saudí está liderado por la producción española *Zona Cero*, con 24.235 espectadores; en Malasia y Tailandia está liderado, en ambos mercados, por la producción española *Strangers: Capítulo 2*, con 6.125 espectadores y 13.012, respectivamente.

- El número de estrenos de los top-10 de los países asiáticos analizados suman 36 estrenos que se corresponden con 24 títulos, acumulando 519.989 espectadores y 3,7 millones de dólares de ingresos.

- La asistencia a los estrenos iberoamericanos de ficción representa el 72% y a los estrenos de animación el 28% del total de espectadores.

- Los países iberoamericanos representados en las salas cinematográficas asiáticas son: Argentina (2 títulos), Brasil (2 títulos), Colombia (2 títulos), Ecuador (1 título), España (14 títulos), México (2 títulos) y Portugal (1 título).

- Los títulos iberoamericanos con más espectadores acumulados en el conjunto de los mercados asiáticos son: *Robot Dreams* (113.956), *Relatos salvajes* (72.459) y *Ainda estou aqui* (65.015 espectadores).

El cine iberoamericano más allá de sus datos (2025)

- Territorios: Europa, Iberoamérica (no nacional), Estados Unidos, Oceanía y Asia.

- El número de títulos estrenados en cada territorio analizado suma 117.

- El número total de coproducciones suman 75 (64,1%), de las cuales 21 (28%) son coproducciones entre países iberoamericanos.

- Los territorios con el mayor porcentaje de coproducciones son Europa (67,6%) y Asia (51,4%).

- Los territorios con el mayor porcentaje de coproducciones iberoamericanas también son Europa (28%9 y Asia (24%).

- El promedio de coproducciones en el conjunto de los territorios es del 40,5% y el de coproducciones iberoamericanas casi el 17%.

Cuadro 5.1
Distribución de los títulos estrenados por tipo de producción. Año 2025

Territorio	Títulos estrenados	Coproducciones Totales	%	Coproducciones Iberoamericanas	%
Europa	37	25	67,6	7	28,0
Iberoamérica	16	7	18,9	4	16,0
USA	26	15	40,5	3	12,0
Oceania	14	9	24,3	1	4,0
Asia	24	19	51,4	6	24,0
Total	117	75	40,5	21	16,8

· Los espectadores acumulados por los estrenos iberoamericanos en los territorios de la muestra suma 10,2 millones y los ingresos alcanzan casi los 88 millones de dólares.

· Los títulos de ficción atraen a 8,9 millones de espectadores, lo que representa un 86,8% y los de animación suman 1,2 millones de espectadores, lo que supone un 12,3%.

Cuadro 5.2
Distribución de los títulos de estreno por géneros y espectadores. Año 2025

Territorio	Ficción	Documental	Animación	Total
Europa	5.831.276	46.334	1.108.851	6.986.461
Iberoamérica	975.166	23.701	862	999.729
USA	1.464.644	14.852	0	1.479.496
Oceania	255.489	7.726	0	263.215
Asia	374.158	0	145.831	519.989
Total	8.900.733	92.613	1.255.544	10.248.890

· Los títulos de ficción suman 93 (79,5%), los de animación 14 (12%) y los documentales 10 (8,5%).

Cuadro 5.3
Distribución de los títulos de estreno por géneros. Año 2025

Territorio	Ficción	Documental	Animación	Total
Europa	29	1	7	37
Iberoamérica	13	2	1	16
USA	21	5	0	26
Oceania	12	2	0	14
Asia	18	0	6	24
Total	93	10	14	117

· Los países iberoamericanos representados en los territorios son 10. Argentina, Brasil, España y México tienen títulos cinematográficos en todos los territorios.

· Los países iberoamericanos con más espectadores son España (6,1 millones) y Brasil (2,9 millones).

Capítulo 5.4					
Distribución de los títulos iberoamericanos por su origen. Año 2025					
N.	Territorios	Origen	Títulos	Espectadores	Ingresos (\$)
1	5	Argentina	17	400.300	2.493.305
2	5	Brasil	13	2.978.232	26.577.412
3	3	Colombia	4	101.814	1.040.938
4	1	Cuba	1	1.676	19.111
5	4	Ecuador	2	9.375	57.827
6	5	España	56	6.194.995	53.654.516
7	5	México	16	334.852	2.626.441
8	1	Paraguay	1	69.384	324.497
9	2	Perú	3	135.463	704.316
10	4	Portugal	4	22.799	205.726
Total			117	10.248.890	87.704.089

· Los títulos únicos estrenados en el conjunto de los cinco territorios analizados suman 81, de los 49 son coproducciones (60,5%) y de éstas un total de 14 son coproducciones iberoamericanas (28,5%).

· La única obra presente en los 5 territorios en 2025 es la brasileña *Ainda estou aqui* y los tres títulos presentes en 4 territorios son las producciones españolas *La habitación de al lado*, *Lo que aprendí de mi pingüino* y *Mi única familia*. Estas dos últimas en coproducción con Reino Unido.

· Los tres títulos con más éxito en el conjunto de los 5 territorios son: *Ainda estou aqui* (2,3 millones de espectadores), *Lo que aprendí de mi pingüino* (1,6 millones de espectadores) y *La habitación de al lado* (974.910 espectadores).

Cuadro 5.5				
Títulos únicos estrenados en los territorios. Año 2025				
N.	Título	Origen	Espectadores	Territorios
1	Ainda estou aqui	Brasil, Francia	2.376.338	5
2	Lo que aprendí de mi pingüino	España, R. Unido	1.610.279	4
3	La habitación de al lado	España	974.910	4
4	Sirât	España, Francia	765.680	1
5	Heidi, el rescate del lince	España, Alemania	604.290	1
6	O agente secreto	Brasil, Francia	491.437	3
7	Mi única familia	España, R. Unido	334.627	4
8	Tres adioses	España, Italia	333.598	1
9	Strangers: Capítulo 2	España, R. Unido	316.057	3
10	200% lobo	España, Australia	163.167	2
11	El maestro que prometió el mar	España	137.745	2
12	Kayara	Perú, España	135.463	3
13	Zona cero	España, USA	135.160	2
14	Homo Argentum	Argentina, España	132.887	1
15	Buffalo Kids	España	123.671	2
16	Rich Flu	España, Chile	120.743	2
17	Robot Dreams	España, Francia	113.956	1
18	Tu sangre	España	111.821	1

19	La desaparición de Josef Mengele	México, Alemania	106.765	1
20	Rosario	Colombia, USA	97.094	3
21	Relatos salvajes	Argentina, España	72.459	1
22	O último azul	Brasil, Chile, México	71.970	1
23	Dalia y el libro rojo	Argentina, Perú, Colombia	71.212	2
24	El ritual del libro rojo 2	Paraguay, N. Zelanda	69.384	1
25	Jugaremos en el bosque	México	66.810	1
26	La cocina	México, USA	61.408	3
27	Tardes de soledad	España, Portugal	48.786	2
28	Mazel Tov	Argentina	43.000	1
29	La llegada	España	42.348	1
30	Misericordia	Portugal, España	38.629	2
31	Inseparables	España, Francia	35.281	1
32	La ermita	España	34.435	1
33	Votemos	España	33.566	1
34	Dragonkeeper	España, China	31.763	1
35	Poseída	México	30.742	1
36	Leonora im Morgenlicht	México, Alemania	23.794	1
37	Vitória	Brasil	23.352	1
38	El Apocalipsis de San Juan	Argentina	19.456	1
39	La mujer de la fila	Argentina, España	15.903	1
40	Pídeme lo que quieras	España	15.576	1
41	No dormirás esta noche	Argentina, N. Zelanda	15.196	2
42	Mi amiga Eva	España	15.033	1
43	On falling	Portugal, R. Unido	12.560	1
44	Las tres Sisters	México, USA	11.807	1
45	Kit de Santidad	México, USA	11.203	2
46	Grand Tour	Portugal, Francia	10.239	3
47	I heart Willie	México	9.943	1
48	Shaman	Ecuador, USA	9.375	2
49	El 47	España	8.455	1
50	Memory	México, USA	8.369	1
51	Sorda	España	8.041	1
52	La infiltrada	España	7.707	2
53	El Jockey	Argentina, España	7.517	1
54	Motel Destino	Brasil, Alemania, Francia	7.511	1
55	Magic Farm	Argentina, USA	7.387	1
56	El espíritu de la colmena	España	7.139	1
57	El novio de mamá	Argentina	6.043	1
58	The road to Patagonia	Argentina, Australia	5.859	1
59	Gigantes	Argentina, España, Alemania	5.692	1
60	Diablo	Colombia	4.720	1
61	We are Guardians	Brasil, USA	4.199	1
62	Amanece en samaná	España, R. Dominicana	4.063	1
63	Sigue mi voz	España, USA	3.534	1
64	Llámame por tu nombre	Brasil, Francia, USA	3.425	1
65	Dispararon al pianista	España, Perú, Portugal	2.812	1
66	Bajo terapia	España	2.689	1

67	El silencio de Marcos Tremmer	España, Uruguay	2.315	1
68	Gerry Adams	México	1.867	1
69	El (re)	México	1.768	1
70	Los océanos son los verdaderos continentes	Cuba, Italia	1.676	1
71	Las nubes	Argentina	1.323	1
72	Adiós Cuba	España	926	1
73	Todos los nombres de Dios	España	837	1
74	Duino	Argentina, Italia	767	1
75	Daniela Forever	España, Bélgica	393	1
76	Goodbye horses	México, USA	318	1
77	Belén	Argentina	220	1
78	El fantástico caso del Golem	España	156	1
79	Los domingos mueren más personas	Argentina, España	103	1
80	Yo no soy ésa	España	83	1
81	Turno nocturno	México	58	1
Total			10.248.890	

CAPÍTULO 4. PROGRAMA IBERMEDIA (2025)

- El Programa **IBERMEDIA** ha gestionado 34 convocatorias de apoyo financiero desde su creación en 1998. Estas convocatorias han otorgado 1.238 ayudas a la coproducción de largometrajes iberoamericanos; 1.230 ayudas al Desarrollo/Codesarrollo de Largometrajes; 71 ayudas al desarrollo de series; 292 ayudas a la promoción y 298 ayudas a la exhibición de películas iberoamericanas y se han otorgado más de 4.589 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 139,2 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 **Fondo IBERMEDIA-2025** es la siguiente:

<i>Estructura final del Fondo IBERMEDIA</i>		
Categoría	Importe (\$)	%
Formación	839.611	18,6
Codesarrollo LG	391.841	8,7
Codesarrollo SE	211.107	4,7
Coproducción	2.974.049	66,0
Distribución	87.502	1,9
Pdte. ejecución	0	0
Total	4.504.110	

- **Argentina:** El importe aportado suma 300.000 dólares y el otorgado 363.431 dólares. Los proyectos seleccionados son 7 y las coproducciones son 8 (4 mayoritarias). Los países coproductores para las mayoritarias son: Brasil (1), Colombia (1), México (1) y Uruguay (1). Los países coproductores para las minoritarias son: Chile (1), Paraguay (2) y Uruguay (1).
- **Brasil:** El importe aportado suma 300.000 dólares y el otorgado 295.865 dólares. Los proyectos seleccionados son 5 y las coproducciones son 9 (una mayoritaria). El país coproductor para la mayoritaria es Portugal. Los países coproductores para las minoritarias son: Argentina (1), Chile (1), Colombia (1), Costa Rica (1), Paraguay (1), Portugal (2) y Uruguay (1).
- **Chile:** El importe aportado suma 300.000 dólares y el otorgado 349.915 dólares. Los proyectos seleccionados son 8 y las coproducciones seleccionadas son 6 (2 mayoritarias). Los países coproductores para las mayoritarias son: Argentina (1) y España (1). Los países coproductores para las minoritarias son: Colombia (1), España (1), Panamá (1) y Perú (1).
- **Colombia:** El importe aportado suma 225.000 dólares y el otorgado 269.327 dólares. Los proyectos seleccionados son 7 y las coproducciones seleccionadas son 9 (3 mayoritarias). Los países coproductores para las mayoritarias son: Brasil (1), Chile (1) y España (1). Los países coproductores para las minoritarias son: Argentina (1), Ecuador (1), Honduras (1), México (2) y R. Dominicana (1).
- **Costa Rica:** El importe aportado suma 150.000 dólares y el otorgado 169.947 dólares. Los proyectos seleccionados son 3. Las coproducciones seleccionadas suman 2 mayoritarias. Los países coproductores son: Brasil y Panamá.

Cuba: La coproducción seleccionada fue minoritaria y la realizó con México.

- **Ecuador:** El importe aportado suma 160.000 dólares y el otorgado 211.320 dólares. Los proyectos seleccionados son 4 y las coproducciones son 3 (2 mayoritarias). Los países coproductores para las mayoritarias son Colombia y Perú y para la minoritaria es Panamá.
- **El Salvador:** El importe aportado suma 100.000 dólares y el otorgado 59.400 dólares. Los proyectos seleccionados son 4.
- **España:** El importe aportado suma 963.448 dólares y el otorgado 433.078 dólares. Los proyectos seleccionados son 14 y las coproducciones seleccionadas son 6 (2 mayoritarias). Los países coproductores para las mayoritarias son: Chile (1) y Perú (1). Los países coproductores para las minoritarias son: Argentina (1), Chile (1), Colombia (1) y Uruguay (3).
- **Guatemala:** El importe aportado suma 150.000 dólares y el otorgado 182.200 dólares. Los proyectos seleccionados son 4 y las coproducciones son 3 (todas mayoritarias). Los países coproductores son Honduras (1), México (1) y Panamá.
- **Honduras:** El importe aportado suma 150.000 dólares y el otorgado 206.090 dólares. Los proyectos seleccionados son 4 y las coproducciones seleccionadas son 3 (2 mayoritarias). Los países coproductores para las mayoritarias son Colombia (1) y Panamá (1) y el país coproductor para las minoritarias es Guatemala (1).
- **México:** El importe aportado suma 250.000 dólares y el otorgado 268.763 dólares. Los proyectos seleccionados son 6 y las coproducciones son 4 (2 mayoritarias). El país coproductor para la mayoritarias es Colombia (2) y los países coproductores para las minoritarias son Argentina (1) y España (1).
- **Panamá:** El importe aportado suma 175.000 dólares y el otorgado 243.847 dólares. Los proyectos seleccionados son 7 y las coproducciones seleccionadas son 5 (2 mayoritarias). Los países coproductores para las mayoritarias son: Chile (1) y Ecuador (1). Los países coproductores para las minoritarias son: Costa Rica (1), Guatemala (1) y Honduras (1).
- **Paraguay:** El importe aportado suma 150.000 dólares y el otorgado 225.347 dólares. Los proyectos seleccionados son 4 y las coproducciones seleccionadas son 4 (3 mayoritarias). Los países coproductores para las mayoritarias son: Argentina (2) y México (1). El país coproductor para las minoritarias es Uruguay (1).
- **Perú:** El importe aportado suma 225.000 dólares y el otorgado 267.964 dólares. Los proyectos seleccionados son 3 y las coproducciones seleccionadas son 4 (2 mayoritarias). Los países coproductores para las mayoritarias son: Chile (1) y México (1). Los países coproductores para las minoritarias son: Ecuador (1) y España (1).
- **Portugal:** El importe aportado suma 300.000 dólares y el otorgado 290.513 dólares. Los proyectos seleccionados son 6 y las coproducciones son 3 (2 mayoritarias). El país coproductor tanto para las mayoritarias como para las minoritarias es Brasil.
- **R. Dominicana:** El importe aportado suma 175.000 dólares y el otorgado 157.757 dólares. Los proyectos seleccionados son 4 y las coproducciones seleccionadas son 2. La coproducción mayoritaria se realizó con Colombia y la minoritaria con Uruguay.
- **Uruguay:** El importe aportado suma 175.000 dólares y el otorgado 309.345 dólares. Los proyectos seleccionados son 9 y las coproducciones seleccionadas son 6 (3 mayoritarias). Los países coproductores para las mayoritarias son Argentina (1), Paraguay (1) y R. Dominicana (1). Los países coproductores para las minoritarias son Argentina (1), Colombia (1) y Perú (1).

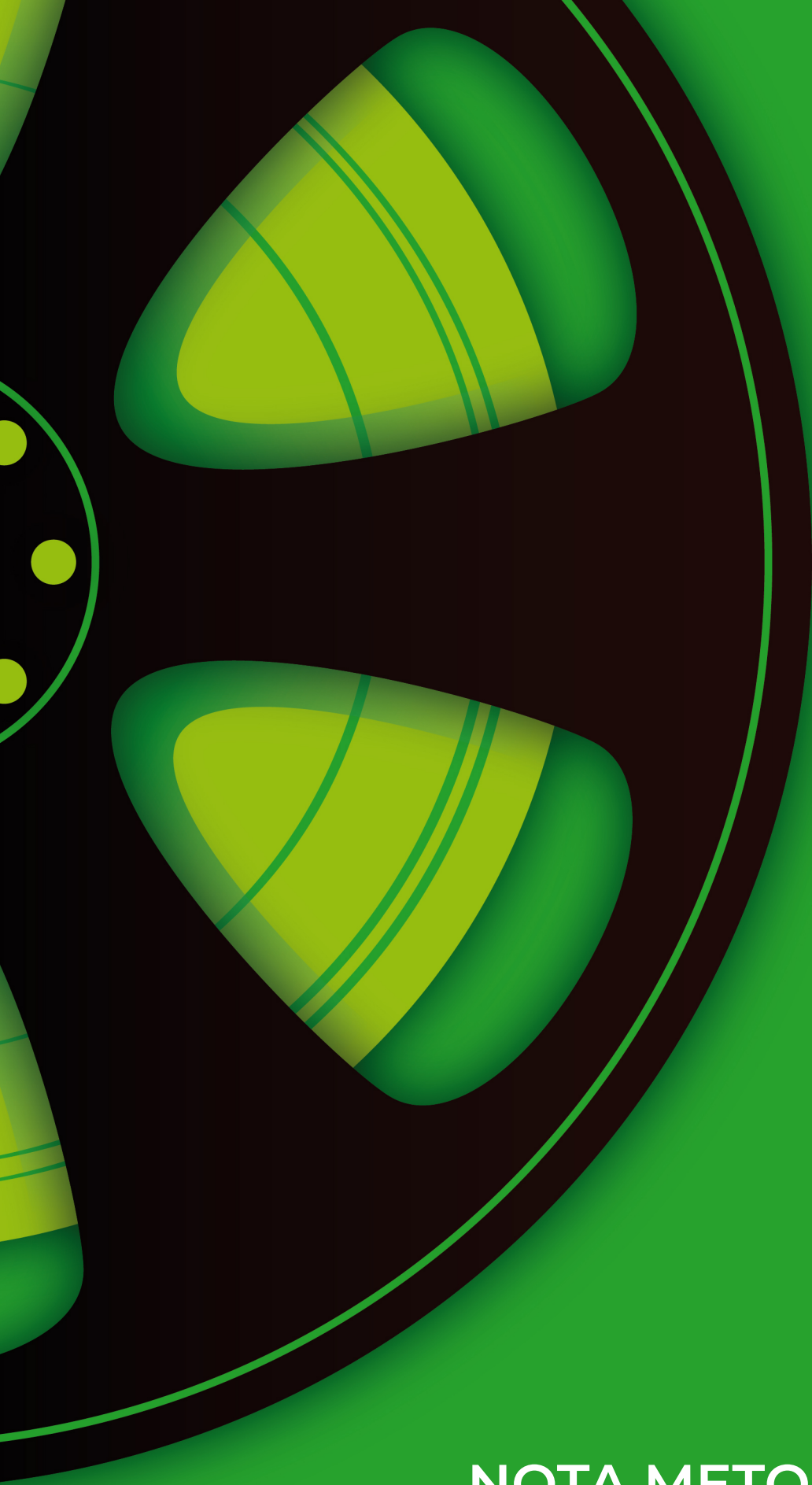


FIPCA

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



NOTA METODOLÓGICA

NOTA METODOLÓGICA

El *Panorama Audiovisual Iberoamericano 2026* 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 el 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.

La elaboración del *Panorama Audiovisual Iberoamericano 2026* depende de la información disponible por **EGEDA** a través de los datos de proveedores especializados adquiridos para la configuración del Panorama, informes y anuarios publicados por organismos públicos o privados, artículos de profesionales del sector audiovisual e informaciones alojadas en portales *web* relacionados con el audiovisual.

El *Panorama Audiovisual Iberoamericano 2026* está estructurado en cuatro capítulos y su desarrollo, en todas sus fases, es elaborado por los profesionales de **EGEDA**. Sus epígrafes 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) Programa **IBERMEDIA** 2025.

5) Resumen y conclusiones.

El contenido del *Panorama Audiovisual Iberoamericano 2026* se complementa con **Artículos** realizados por profesionales de reconocido prestigio dentro del sector. La temática de estos artículos es variada y su inclusión depende de la disponibilidad y voluntariedad de los articulistas en cada edición.

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** e informaciones sectoriales.

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, Ecuador, 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 estudios de agentes sectoriales especializados: **Gabinete de Estudios de la Comunicación Audiovisual, Observatorio Europeo del Audiovisual, IAB Spain y Barlovento Comunicación.**

El **capítulo 3** sobre el *Cine Iberoamericano más allá de sus fronteras* ofrece datos sobre el panorama cinematográfico mundial y la exhibición de los estrenos en mercados europeos, iberoamericanos no nacionales, Estados Unidos, en Oceanía y Asia. Los datos utilizados para el desarrollo de este capítulo proceden de **COMSCORE** y del anuario de cine publicado por el **Observatorio Europeo del Audiovisual.**

El **capítulo 4** 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 2025.

El **capítulo 5** contiene los principales datos y conclusiones de los cuatro capítulos desarrollados en el *Panorama Audiovisual Iberoamericano 2026*.

Capítulo 1: La configuración de los datos es la 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. 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.*) de espectadores en determinados países se configuran cuando solo se dispone de los datos económicos 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.
- Títulos de la Ficción de estreno por canales de televisión.

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 género independiente.

Capítulo 3: El orden genérico de la presentación de la información es el descrito a continuación:

- El cine iberoamericano en el Mundo: Panorama cinematográfico mundial, ranking de estrenos cinematográficos y ranking de estrenos iberoamericanos.

- El cine iberoamericano en Europa: Panorama cinematográfico, ranking de estrenos y análisis del top-10 de los estrenos iberoamericanos.
- El cine iberoamericano en Iberoamérica: Panorama cinematográfico, ranking de estrenos no nacionales y análisis del top-100 de los mercados iberoamericanos.
- El cine iberoamericano en Estados Unidos: Panorama cinematográfico, ranking de estrenos y ranking de estrenos iberoamericanos.
- El cine iberoamericano en Oceanía: Panorama cinematográfico, ranking de estrenos y análisis del top-10 de los estrenos iberoamericanos.
- El cine iberoamericano en Asia: Panorama cinematográfico, ranking de estrenos y análisis del top-10 de los estrenos iberoamericanos.

Capítulo 4: 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 2025.
- Datos particulares de cada país participante en la Convocatoria 2025.

Artículos: El desarrollo y las fuentes citadas en los artículos que completan el *Panorama Audiovisual Iberoamericano 2026* es responsabilidad exclusiva de sus **Autores**. En la cabecera del artículo figura el nombre del autor, su desempeño actual y una breve reseña profesional.

Los artículos incluidos en esta edición se indican a continuación:

INTRODUCCIÓN: Lo que el audiovisual puede aprender de la música en la AI-era.

ARTÍCULO 1. Las historias siguen siendo las mismas, la forma de encontrarlas ha cambiado.

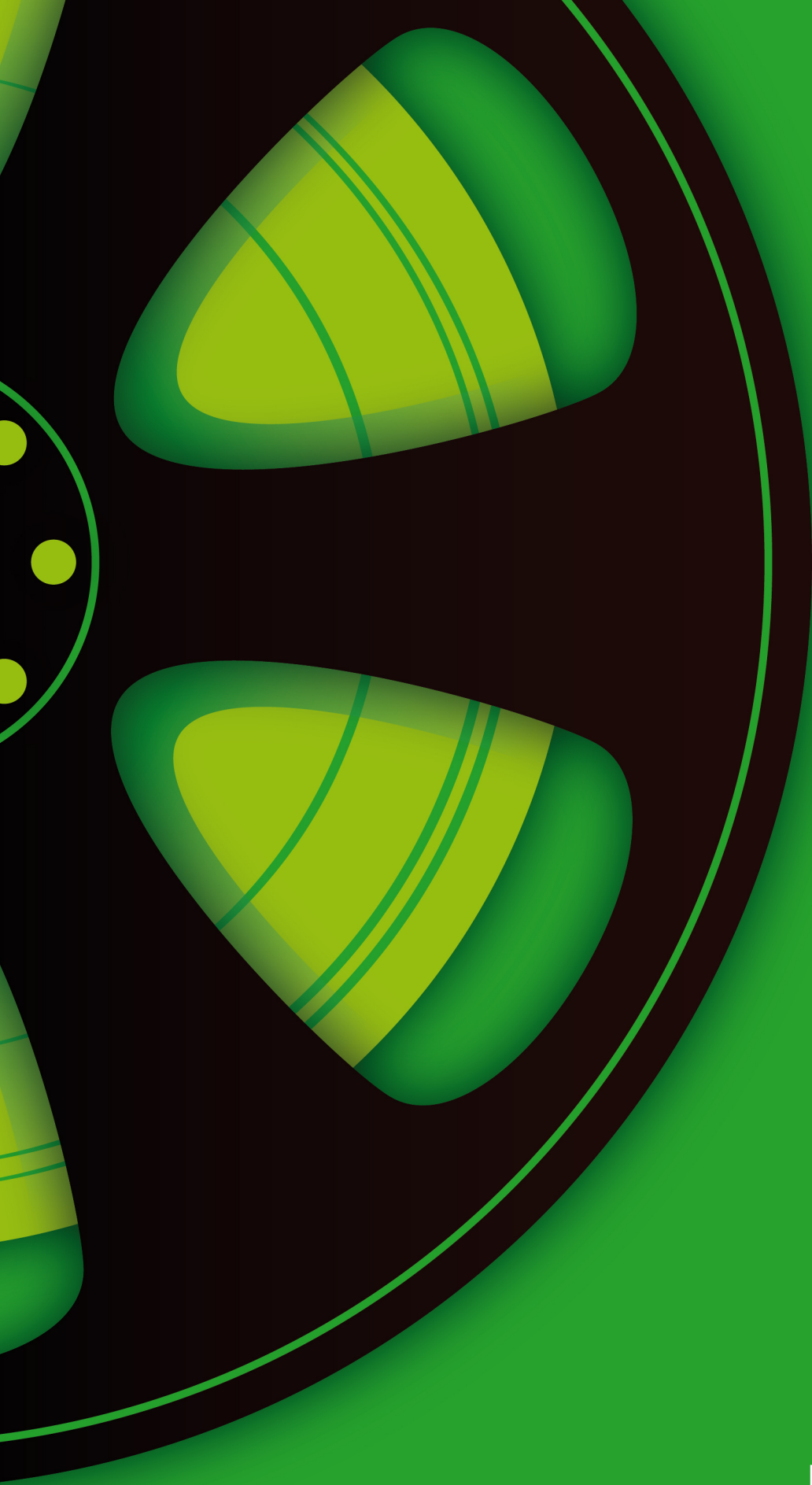
ARTÍCULO 2. Le estás hablando al latino equivocado.

ARTÍCULO 3. Anima Estudios: Adaptación del contenido a RRSS y a Internet.

ARTÍCULO 4. La IA y el error del botón: ¿Dónde está realmente el cine?

ARTÍCULO 5. De producir películas a sostener un ecosistema: balance y prospectiva de la ley 814,

ARTÍCULO 6. True Crime: entre la investigación y el espectáculo.



FUENTES Y
BIBLIOGRAFÍA

FUENTES Y BIBLIOGRAFÍA

CAPÍTULO 1

Introducción

Base de datos **Erato**. EGEDA.
Panorama Audiovisual Iberoamericano 2025. EGEDA.
Base de datos COMSCORE 2025.
Focus 2026. Observatorio Europeo del Audiovisual (OBS).
<https://es.investing.com/>

Argentina

Base de datos **Erato**. EGEDA.
Base de datos COMSCORE 2025.
Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (INCAA).
Focus 2026. Observatorio Europeo del Audiovisual (OBS).
<https://es.investing.com/>

Bolivia

Base de datos **Erato**. EGEDA.
Base de datos COMSCORE 2025.
Instituto Nacional de Estadística (INE).
Focus 2026. Observatorio Europeo del Audiovisual (OBS).

Brasil

Base de datos **Erato**. EGEDA.
Base de datos COMSCORE 2025.
Mercado Cinematográfico 2025. Agencia Nacional do Cinema (ANCINE).
Instituto Brasileiro de Geografia y Estadística (IBGE).
Focus 2026. Observatorio Europeo del Audiovisual (OBS).
<https://es.investing.com/>

Chile

Base de datos **Erato**. EGEDA.
Base de datos de COMSCORE 2025.
Instituto Nacional de Estadística (INE).
Focus 2026. Observatorio Europeo del Audiovisual (OBS).
<https://es.investing.com/>

Colombia

Base de datos **Erato**. EGEDA.
Base de datos de COMSCORE 2025.
Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE).
Cine en Cifras Ed.30 2026. Proimágenes. Colombia.
Focus 2026. Observatorio Europeo del Audiovisual (OBS).
<https://es.investing.com/>

Costa Rica

Base de datos **Erato**. EGEDA.
Base de datos de COMSCORE 2025.
Instituto Nacional de Estadística (INEC).
Focus 2026. Observatorio Europeo del Audiovisual (OBS).

Ecuador

Base de datos **Erato**. EGEDA.
Base de datos de COMSCORE 2025.
Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (INEC).
Focus 2026. Observatorio Europeo del Audiovisual (OBS).

El Salvador

Base de datos **Erato**. EGEDA.
Base de datos de COMSCORE 2025.
Dirección General de Estadísticas y Censos (DIGESTYC).

España

Base de datos **Erato**. EGEDA.
Base de datos COMSCORE 2025.
Instituto Nacional de Estadística (INE).
Anuario de cine. ICAA. Ministerio de Cultura.
27ª Edición del Censo de Salas de Cine (AIMC)
Focus 2026. Observatorio Europeo del Audiovisual (OBS).

Guatemala

Base de datos **Erato**. EGEDA.
 Base de datos de COMSCORE 2025.
 Instituto Nacional de Estadística (INEG)

Honduras

Base de datos **Erato**. EGEDA.
 Base de datos de COMSCORE 2025.
 Instituto Nacional de Estadística (INE).

México

Base de datos **Erato**. EGEDA.
 Base de datos de COMSCORE 2025.
 Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI).
 Resultados de la Industria Cinematográfica 2025 (CANACINE).
 Focus 2026. Observatorio Europeo del Audiovisual (OBS)
<https://es.investing.com/>

Nicaragua

Base de datos **Erato**. EGEDA.
 Base de datos de COMSCORE 2025.
 Instituto Nacional de Información y Desarrollo (INIDE).

Panamá

Base de datos **Erato**. EGEDA.
 Base de datos de COMSCORE 2025.
 Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC).

Paraguay

Base de datos **Erato**. EGEDA.
 Base de datos de COMSCORE 2025.
 Dirección General de Estadísticas, Encuestas y Censos (DGEEC).

Perú

Base de datos **Erato**. EGEDA.
 Base de datos de COMSCORE 2025.
 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 2025.
 Instituto Nacional de Estadística (INE).
 Cinema & Audiovisual Portugal 2026. Instituto do Cinema e do Audiovisual (ICA).
 Focus 2026. Observatorio Europeo del Audiovisual (OBS).

R. Dominicana

Base de datos **Erato**. EGEDA.
 Datos Cine 2025. Dirección General de Cine (DGCINE).
 Oficina Nacional de Estadística (ONE).
<https://acento.com.do/cine/apoyan-los-dominicanos-su-cine-las-cifras-de-2025>
[https://acento.com.do/cine/mas-de-RD\\$-937-millones-recaudaron-las-salas-de-cine](https://acento.com.do/cine/mas-de-RD$-937-millones-recaudaron-las-salas-de-cine)
<https://elsoldesantiago.com/rd-consolida-liderazgo-regional-con-tres-peliculas-entre-las-mas-vistas-de-2025>
<https://es.investing.com/>

Uruguay

Base de datos **Erato**. EGEDA.
 Base de datos de COMSCORE 2025.
 Instituto Nacional de Estadística (INE).

Venezuela

Base de datos **Erato**. EGEDA.
 Base de datos de COMSCORE 2025.
 Datos de la Asociación de la Industria de Cine (ASOINCI).
 Instituto Nacional de Estadística (INE).
 Focus 2026. Observatorio Europeo del Audiovisual (OBS).

CAPÍTULO 2

Base de datos **Erato**. EGEDA.
 Panorama Audiovisual Iberoamericano 2025. EGEDA.
Representaciones de Raza e Interseccionalidad en la Ficción Televisiva Iberoamericana. OBITEL 2025. Observatorio Iberoamericano de Ficción Televisiva.
 Tendencias de Ficción 2025. Gabinete de Estudios de la Comunicación Audiovisual (GECA).
 Informe de la Ficción producida por países europeos 2020-2024. Observatorio Europeo del Audiovisual (OBS).
 Estudio TV Conectada 2026. IAB Spain. Elogia.
 Barómetro OTT. TV Conectada 2025. Barlovento Comunicación.
Carta Encíclica Magnífica Humanitas del Santo Padre León XIV. Dicastero per la Comunicazione 2026. Libreria Editrice Vaticana.
 Barometro OTT: 28ª Oleada Series. IA en Contenidos Audiovisuales. Abril 2026. GECA
IA para todas las personas. Publicación promocional especial de Google

CAPÍTULO 3

Base de datos **Erato**. EGEDA.
 Panorama Audiovisual Iberoamericano. EGEDA.
 Base de datos COMSCORE 2025.
 Focus 2026. Observatorio Europeo del Audiovisual (OBS).
<https://www.kinopoisk.ru/box/year/2025/type/rus/cur/RUB>

CAPÍTULO 4

Programa IBERMEDIA. Convocatoria 2025.

EUROPA CREATIVA MEDIA

APOYA LA DISTRIBUCIÓN



EL CINE ESPAÑOL VIAJA GRACIAS A MEDIA

Diversos títulos españoles han tenido o tendrán inminentemente estrenos reforzados en otros países europeos con mayor inversión en copias y publicidad.

En años recientes encontramos lanzamientos paneuropeos de ROMERÍA, TARDES DE SOLEDAD, DECORADO, LA HABITACIÓN DE AL LADO, LA MITAD DE ANA, AS BESTAS, CERRAR LOS OJOS o ROBOT DREAMS, entre otras.



**APERTURA DE NUEVAS
CONVOCATORIAS EN OTOÑO DE 2026**

**CUENTA CON
NUESTRA
ASESORÍA
PERSONALIZADA**

**35 YEARS
OF MEDIA**

**FUNDACIÓN CULTURAL
OFICINA MEDIA ESPAÑA**
www.oficinamediaespana.eu



**Europa
Creativa
MEDIA**

Gracias a nuestros patronos:

