Panorama Audiovisual Iberoamericano

2016

egeda

PANORAMA AUDIOVISUAL IBEROAMERICANO 2016

Panorama Audiovisual Iberoamericano

2016

egeda

La elaboración, edición y comentarios de los datos del *Panorama Audiovisual Iberoamericano 2016* han sido realizados por el Departamento de Reparto y Documentación de EGEDA:

Oscar Berrendo Pérez
Juan Antonio Serrano Fernández
Enrique Encinas Puebla

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

Alvarado, Vivian (EGEDA - Colombia)
Cacetta, Alejandro (INCAA – Argentina)
Cano, Pedro (BMAT – España)
Prieto, Jesús (Abogado – España)
Vaca, Ricardo (BARLOVENTO – España)
Zapata, Fernando (Abogado – Colombia)

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

Academia de Cine (www.academiadecine.com)
Barlovento Comunicación (www.barloventocomunicacion.es)
BMAT (www.bmat.com)
ComScore (www.comscore.com)
INCAA (www.incaa.gov.ar)
SGR (www.creasgr.com)

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

Depósito Legal: M-26558-2014

© EGEDA 2016. Entidad de Gestión de Derechos de los Productores Audiovisuales
C/ Luis Buñuel, 2 – 3º (Edificio Egeda)
Pozuelo de Alarcón, 28223 Madrid
www.egeda.com

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN – Los Premios PLATINO: El cine como unión de culturas 11

ARTÍCULO 1- Un espacio para compartir el amor por el cine español 19

CAPÍTULO I. Mercado televisivo en España 25

CAPÍTULO II. Producción Cinematográfica en Iberoamérica 43

ARTÍCULO 2 – Monitorización de obras audiovisuales BMAT 149

CAPÍTULO III. La producción de ficción en Iberoamérica 155

· Introducción 157
· Panorama de la ficción en Iberoamérica 160
· Panorama de la ficción en países iberoamericanos 167

CAPÍTULO IV. Costes de producción de películas iberoamericanas 221

· Datos globales de la muestra 223
· Estudio de costes producción por países 226
· Conclusiones 251

ARTÍCULO 3 – Opinión jurídica sobre la retransmisión como modalidad del derecho de comunicación pública en Colombia 255

CAPÍTULO V. Colombia: una década de cine (2006-2015) 269

· Introducción 271
· Infraestructura cinematográfica 272
· Producción cinematográfica 273
· Exhibición y distribución cinematográfica 277
· Organización cinematográfica 281
· Conclusiones 283
· Estrenos colombianos con reconocimiento (2006-2015) 285

ARTÍCULO 4 – El impacto de los sistemas de garantía en la producción audiovisual. El caso español de CREASGR 291

CAPÍTULO VI. El cine iberoamericano más allá de sus fronteras 301

· Introducción 303
· Panorama cinematográfico mundial 306
· El cine iberoamericano en los mercados europeos 319
· El cine iberoamericano en el mercado iberoamericano 339

ARTÍCULO 5 – Consolidar la industria audiovisual argentina en Iberoamérica 353

CAPÍTULO VII. Conclusiones 361

Nota Metodológica 377

Fuentes 383

PREMIOS

platino

DEL CINE IBEROAMERICANO

nuestro cine

www.premiosplatino.com

INTRODUCCIÓN

Los Premios PLATINO: El cine como unión de culturas

INTRODUCCIÓN

Los Premios PLATINO: El cine como unión de culturas

IBEROAMÉRICA siempre ha sido un conjunto de culturas, de pueblos, de estilos de vida que se han desarrollado de forma independiente, atendiendo al mercado local y sin considerar el mercado global que se abre a sus pies.

Y, en este sentido, la industria cinematográfica no ha actuado de forma diferente hasta fechas muy recientes, mostrando una situación focalizada en sus propias regiones. La distribución era solo a nivel nacional, las producciones no tenían tantos medios económicos ni respaldos incentivadores para su desarrollo, y las expectativas de los resultados de visualización y recaudación siempre se circunscribían los ámbitos locales, sin pensamientos de un salto a países vecinos, a pesar de las similitudes del sector. Las cuotas de mercado del cine nacional eran bajas y las de las producciones extranjeras, las predominantes. Aún así, el alto resultado cultural y artístico de las obras cinematográficas iberoamericanas estaba claramente demostrado. Este potencial y las numerosas consecuencias positivas que albergaba, no les pasaban desapercibidas a los trabajadores y profesionales del sector.

Esta forma de cine independiente nacional era una respuesta ante una falta de unión para fortalecer el mercado audiovisual iberoamericano. Era necesario un diálogo interno entre todos sus integrantes para poder desarrollar un nuevo impacto, hasta ahora desconocido, en todos los ámbitos de la industria, pero que, claramente, con tal producto bruto, podía alcanzarse.

La inexistencia de una unidad de las regiones iberoamericanas imposibilitaba la competencia con la industria audiovisual estadounidense o europea.

Gracias al **I Foro del Audiovisual Iberoamericano** celebrado en 2012, de la mano de **EGEDA** y **FIPCA**, se dieron algunos pasos para buscar esa unidad audiovisual iberoamericana. Dicho foro nació con la vocación de contribuir al más alto nivel de desarrollo del sector y conto con la contribución de destacadas personalidades que crearon, promovieron y planificaron estrategias para convertir esta industria en el principal instrumento de promoción cultural dentro y fuera de las fronteras. El **Foro** se convirtió, así, en una herramienta de respuesta a los problemas legislativos, de distribución y de promoción, entre otros, en este mercado.

Las regiones iberoamericanas están unidas gracias a sus características lingüísticas, culturales e históricas. Son 23 los países integrantes de esta etiqueta, que, hablando de cine, se convierte en un estilo y una línea con carácter propio: **la industria del cine iberoamericano**.

En los últimos años, en Iberoamérica, el sector audiovisual no ha parado de crecer: apertura de nuevas salas cinematográficas, incremento de la asistencia del público, nuevos *targets*, nacimiento de un *star system* propio, y un largo etcétera que no hace más que poner en valor el gran futuro que tiene la producción audiovisual de estos territorios.

El cine iberoamericano y su industria son cultura, arte, belleza, educación, integración, economía, desarrollo y, en definitiva, una seña de identidad propia que une a todas las regiones iberoamericanas dentro de su propia diversidad.

Pero fueron necesarios la unión igualitaria de todos los integrantes en el **I Foro del Audiovisual Iberoamericano** y un gran trabajo de desarrollo para poner encima de la mesa los problemas existentes y aportar soluciones al sector. Y de esta manera, nacieron los **Premios PLATINO del Cine Iberoamericano**.

Hasta ese momento, igual que la distribución y los resultados del cine de los países iberoamericanos estaban establecidos localmente, a nivel territorial y no contemplando la unidad territorial iberoamericana, los galardones o premios que se daban reflejaban una identidad local y/o nacional.

Ante este vacío existente a nivel regional, surgen los **Premios PLATINO**, unos premios cuyo objetivo es prestigiar el cine y la cultura iberoamericanos y dar a conocer su diversidad.

Los **Premios PLATINO**, promovidos por **EGEDA** con la colaboración de **FIPCA**, y con el apoyo de las **academias** e **institutos de cine** de los diferentes países iberoamericanos, de **Latin Artis** y de **Fundación AISGE**, entre otros, nacen con unos fines claramente identificables:

· Crear de una marca identificativa propia del cine iberoamericano.

· Consolidar, premiar, ayudar e incentivar las obras audiovisuales de calidad de los territorios iberoamericanos para situarlas en igualdad de condiciones que las obras audiovisuales de aquellas nacionalidades con las que, de otro modo, resultaría imposible competir por sus características industriales.

· Consolidar y unir los principios comunes del cine iberoamericano: identidad dentro de la diversidad, cultura, idiomas, historia y visión.

· Promocionar, integrar y mejorar el sector, ayudando al lanzamiento, a la promoción y a la distribución de las películas.

· Dar a conocer el *star system* de cada país iberoamericano, lleno de grandes artistas.

· Transcender las fronteras nacionales, llegando al panorama internacional de la producción audiovisual, gracias a la visualización del producto.

· Concienciar de la riqueza cultural del producto audiovisual iberoamericano, integrándolo en el mercado mundial.

· Reconocer el talento técnico y artístico de los profesionales que trabajan en las obras audiovisuales iberoamericanas.

La **I Edición** de los PLATINO tuvo lugar en 2014 en Panamá, para no condicionar preferencia alguna por ningún país en ningún ámbito, ya fuese económico o político, pues la prioridad era la implicación global de todos los países. Su realización fue todo un éxito, y conto con la participación de 700 producciones audiovisuales.

Algunas de las películas ganadoras de los PLATINO en esta edición fueron:

· *Gloria:* Mejor Película Iberoamericana de Ficción, Mejor Guión y Mejor Interpretación Femenina.

· *Heli:* Premio PLATINO a Mejor Dirección.

La **II Edición**, en 2015, se celebró en Marbella (España). Alcanzó un impacto económico de 30 millones de dólares y en ella participaron 760 películas. La prensa dio noticia de los premios, que contaron con la asistencia de más de 250 periodistas acreditados de todo el mundo, la Gala fue retransmitida por TNT a más de 50 países y diferentes cadenas de televisión nacionales la incluyeron en su programación, como fue el caso de Telefé (Argentina), UCV TV (Chile), RTU (Ecuador), TVE (España) o Venevisión (Venezuela), entre otras.

La película protagonista de esta II Edición fue *Relatos Salvajes*, que obtuvo los siguientes galardones: Mejor Película Iberoamericana de Ficción, Mejor Dirección, Mejor Guión, Mejor Música Original, Mejor Dirección de Montaje, Mejor Dirección de Arte y Mejor Dirección de Sonido.

La **III Edición** tuvo lugar el 24 de julio de 2016 en Punta del Este (Uruguay). Una edición que ha crecido tanto en el número de producciones que han concurrido a los premios, 826, como en el número de periodistas acreditados, más de 350. Y una Gala que ha tenido una difusión espectacular gracias a los diferentes medios asistentes y que se hicieron eco de esta gran fiesta del cine iberoamericano.

Respecto a las películas ganadoras de esta III Edición de los Premios PLATINO, destaca la película colombiana *El abrazo de la serpiente*, que se hizo con la mayoría de los premios, un total de 7: Mejor Película Iberoamericana de Ficción, Mejor Dirección para **Ciro Guerra**, Mejor Música Original para **Nascuy Linares**, Mejor Dirección de Montaje para **Etienne Boussac** y **Cristina Gallego**, Mejor Dirección de Arte para **Angélica Perea**, Mejor Dirección de Fotografía para **David Gallego** y Mejor Dirección de Sonido para **Carlos García** y **Marco Salaverría**.

La ceremonia evidenció el gran momento que goza el talento del cine en español y portugués y el inmenso interés mediático que estos premios despiertan. Contó con la participación de grandes estrellas de las filmografías iberoamericanas como Adriana Barraza, Andrea del Boca, Angie Cepeda, Antonio de la Torre, César Troncoso, Diego Boneta, Eduardo Noriega, Edward James Olmos, Eugenia Suárez, Hugo Silva, Jencarlos Canela, Joaquín Furriel, Jorge Perugorría, Natalia de Molina, Nashla Bogaert, Patricia Riggen, Paulina García, Reynaldo Pacheco, Roberta Sa, Vanessa Saba y Yordanka Ariosa. Además de los presentadores Natalia Oreiro, Adal Ramones y Santiago Segura, el Premio de Honor fue para Ricardo Darín.

Durante la III Edición de los Premios PLATINO, el Coordinador de la Alcaldía de la capital de España, Luis Cueto, anunció que Madrid será la sede en 2017 de la IV gala de los Premios PLATINO del Cine Iberoamericano.

Los **Premios PLATINO** han realizado una apuesta decidida por nuestra industria audiovisual, por el fortalecimiento del mercado iberoamericano, apostando por nuevos autores y artistas, reconociendo a los trabajadores del sector que son parte esencial de cada obra (montaje, fotografía, sonido, arte,…) y poniendo de relieve a nuestros actores y directores con el fin de que el público sea consciente de su talento y de su merecido reconocimiento.

Esta unión de la industria esta posibilitando que el cine nacional traspase fronteras y llegue a más público, que se produzcan coproducciones, que no hacen sino reforzar la identidad cultural de los países, y que la idiosincrasia social, económica y cultural de cada país sea reconocida internacionalmente. Ha aumentado la asistencia de espectadores a las salas, se ha experimentado una evolución positiva de las cuotas de mercado del cine iberoamericano en cada país, situándose algunas de "nuestras" películas en los *rankings* de las películas más vistas de diferentes países, y se está produciendo un reconocimiento internacional de la calidad que albergan los profesionales de nuestra industria audiovisual.

El cine es cultura, el cine es arte, el cine es espectáculo, el cine es un medio de comunicación, y todos estos ingredientes se encuentran englobados en los **Premios PLATINO**.

ES TIEMPO DE UN NUEVO MODELO

BUSINESS BUREAU

B:B

WWW.BUSINESSBUREAU.COM

La más impactante revolución en la Industria de Medios
Forme parte de esta historia

Investigación de Mercado • Consultoría
Televisión Paga en Latinoamérica • Cobertura de Señales
Proyecciones de Mercado • Reportes • Piratería • Subreportaje
Multiplataformas y Contenidos Online
Ratings Digitales • Monitoreo Publicitario
Outsourcing • Risk Analysis • Auditorías
Protección de Derechos de Autor

+54 (11) 4858 4858
info@businessbureau.com

ARGENTINA - BRASIL - COLOMBIA - ESTADOS UNIDOS - MÉXICO

UN ESPACIO PARA COMPARTIR EL AMOR POR EL CINE ESPAÑOL

Un espacio para compartir el amor por el cine español

Academia de las Artes y las Ciencias Cinematográficas de España

Para impulsar la promoción nacional e internacional de nuestra cinematografía, defender a sus profesionales y analizar la situación de la industria y del propio cine español. Con esta determinación nació el 8 de enero de 1986 la Academia de las Artes y las Ciencias Cinematográficas de España, una asociación de carácter no lucrativo, regida por los principios de democracia, pluralismo, transparencia y participación, y compuesta por profesionales dedicados a las distintas especialidades de la creación cinematográfica. Tres décadas después de su creación, la institución mantiene no sólo intactos sino fortalecidos los principios esenciales de su constitución, entre los que figura la concesión de premios anuales a los mejores trabajos en cada una de las especialidades de la cinematografía.

El 16 de marzo de 1987 se celebró en el cine Lope de Vega de la Gran Vía madrileña la primera edición de los Premios Goya. Los Reyes presidieron esta primera ceremonia, en la que Don Juan Carlos fue el primer destinatario de la estatuilla diseñada por el escultor Miguel Berrocal, bautizada como Goya nº 0, y el Goya a la Mejor Película fue para *El viaje a ninguna parte*, la historia de un grupo de cómicos dirigida y escrita por Fernando Fernán-Gómez, que, curiosamente, se llevó el busto del pintor por su papel en *Mambrú se fue a la guerra*.

Desde esta primera edición de la gala hasta la última, con *Truman,* de Cesc Gay, como gran triunfadora, son 30 las producciones premiadas con el Goya a la Mejor Película. Cintas que hablan de la calidad del cine español, de cómo ha evolucionado a los largo de los últimos 30 años porque se ha premiado el terror, la comedia, el cine negro, el drama o el cine comprometido con los problemas de la sociedad española, lo que demuestra la versatilidad de nuestro cine.

A través de los Goya, la Academia da a conocer el trabajo de los diferentes técnicos que realizan el cine a través de las 28 categorías a las que se entrega el galardón. Estos reconocimientos son una inmejorable ocasión para mostrar la historia del cine y divulgar a todo tipo de públicos la cinematografía doméstica.

La Fundación, un museo, el archivo…

Los Goya son el escaparate más visible de esta casa impulsora de numerosos proyectos. Exposiciones, coloquios, proyecciones, ciclos, *masterclass,* la iniciativa con Gas Natural Fenosa de Cine Itinerante que acerca el mejor cine español a diferentes poblaciones y las películas nominadas a los

Goya; la entrega de los premios Segundo de Chomón, Alfonso Sánchez, Muñoz Suay; el Homenaje a los Profesionales; la Medalla de Oro, la lectura de las películas finalistas al Oscar…La relación de actividades es amplia y en este último año se ha sumado la Fundación Academia de Cine, que llevará a cabo labores sociales y de asistencia a los profesionales de la cinematografía.

Con la Fundación, la Academia reafirma su labor de promoción nacional e internacional del cine español y defender a sus profesionales, finalidad en la que también se enmarca 'Nuestra memoria. El cine español, archivo sobre el trabajo, la vida, las anécdotas más curiosas, los instantes más emocionantes y el camino recorrido de los profesionales de nuestra cinematografía; y, en vías de desarrollo, un Museo del Cine y 'Los Goya en ruta por Iberoamérica'. El primero concentrará el pasado, presente y futuro de este arte a través de colecciones de objetos históricos, ciclos de cine, exposiciones, conferencias, estrenos y programas de educación enfocados a los futuros espectadores.

El plan con 'Los Goya en ruta por Iberoamérica' es realizar cada año un viaje por varias ciudades iberoamericanas que acogerán una muestra de las producciones iberoamericanas nominadas al Goya a la Mejor Película Iberoamericana, además de la producción reconocida con el galardón en esta categoría. Este programa que se realizará con los ministerios de Cultura de los países participantes de cada edición, se proyecta como un intercambio cultural, utilizando el cine como muestra de la cultura de cada país, y vehículo de valor educativo y de información. Este año será el de 'Los Goya en ruta por Iberoamérica de la mano de Cervantes', plan con el que la Fundación se sumará a los actos de celebración del autor más universal en lengua española, con muestras de cine, talleres, conferencias y coloquios.

Por y para nuestra cinematografía.

Son numerosas las acciones que emprende la Academia para potenciar la expansión del cine español, finalidad para la que cuenta con innumerables actividades culturales que se desarrollan en la sala de proyecciones de la institución; la revista ACADEMIA -de periodicidad bimestral, en papel y en versión digital, ofrece información sobre la actividad de la entidad, además de reportajes, entrevistas, artículos firmados por profesionales en activo sobre todo cuanto afecte a la profesión y, en general, noticias de interés para el sector-; la web de los Goya –se complementa con la web institucional y el portal de actualidad-; las redes sociales; y la Biblioteca Jose Luis Borau, espacio de información y consulta para académicos, instituciones, investigadores, estudiosos y cinéfilos que disponen de servicios de préstamo –libros y películas-, consulta –materiales protegidos, guiones originales, afiches, dibujos- y de visionado en sala.

Patrona de la ECAM y de la ESCAC, la Academia de Cine colabora con diferentes entidades e instituciones del sector audiovisual y, desde hace varios años, entrega, en colaboración con el Festival de Málaga el Premio Ricardo Franco destinado a los técnicos de cine; y organiza el Concierto de bandas sonoras 'Historia de Nuestro Cine', a cargo de la Orquesta Sinfónica de RTVE.

La esencia de la Academia es proyectar el cine español al mundo, un compromiso para el que trabajamos sin escatimar esfuerzos.

Academia de las Artes y las Ciencias Cinematográficas de España

La Academia de las Artes y las Ciencias Cinematográficas de España, **creada el 8 de enero de 1986,** es una institución de derecho privado, de **talante integrador y democrático.** Según sus estatutos se trata de una asociación de carácter no lucrativo de profesionales dedicados a las distintas especialidades de la creación cinematográfica, con personalidad jurídica propia, constituida con carácter indefinido y regida por los **principios de democracia, pluralismo, transparencia y participación.**

Federación Iberoamericana de Productores
Cinematográficos y Audiovisuales

www.fipca.com

CAPÍTULO I

Mercado televisivo en España

CAPÍTULO I

Mercado televisivo en España

Por Ricardo Vaca Berdayes

ANÁLISIS TELEVISIVO 2016

Cronograma

2010.- Acelerada transformación del modelo de negocio de la industria televisiva-audiovisual. Primera año de televisión digital.

2011.- Continúa la profunda transformación del modelo de negocio televisivo-audiovisual. Comienza el reajuste del mercado.

2012.- El mercado televisivo se concentra con récord de consumo en un contexto de crisis publicitaria.

2013.- La industria televisiva-audiovisual, un sector castigado y con grandes incertidumbres, donde se consolida la concentración.

2014.- La inversión publicitaria se recupera tras años de recesión, con predominio de Mediaset y Atresmedia, la debilidad e interrogantes de la TV pública – nacional y autonómica -, el cierre de nueve canales y la toma de posición de telefónica en la TV de pago.

2015.- Crece la inversión publicitaria manteniéndose la fortaleza de los dos grandes grupos privados y aumentando el consumo de la oferta de televisión de pago.

2016:
NUEVO INCREMENTO DE LA INVERSIÓN PUBLICITARIA, APARICIÓN DE NUEVOS CANALES Y DISMINUCIÓN DEL CONSUMO DE TELEVISIÓN

Titulares

· En lo que llevamos de 2016 (Enero a octubre), el consumo de televisión se cifra en 227 minutos, lo que supone cinco minutos menos que el mismo periodo del año 2015.

· En cuanto al consumo en diferido, se mantiene en 3 minutos por individuo al día, lo que supone en torno al 1% del total.

· Los meses de enero y febrero son los de mayor consumo, con más de 250 minutos de promedio diario.

· Las mujeres y los individuos de más de 45 años son los que más tiempo dedican al medio televisivo.

· Por regiones, las que más tiempo dedican a ver la televisión son Castilla-La Mancha, Aragón y Valencia.

· Por quinto año consecutivo Telecinco es la cadena líder en el año.

· Máximos de Divinity, 13TV, Energy y Mega.

· Mínimo del conjunto de Autonómicas.

· Las cadenas que muestran incrementos en el último año son La1, el conjunto de Temáticas de Pago, Divinity, 13TV, Energy, Mega, Teledeporte y 24H.

· Mientras que registran descensos Telecinco, Antena3, Autonómicas, laSexta, Cuatro, Dmax y Disney Channel, entre otras.

· Por franjas horarias, Tele 5 es líder en la sobremesa, tarde, noche I y noche II, Antena 3 en la mañana y las Temáticas de Pago, en madrugada.

· Tele 5 lidera las jornadas laborables, mientras que Antena 3 hace lo propio en sábados y domingos.

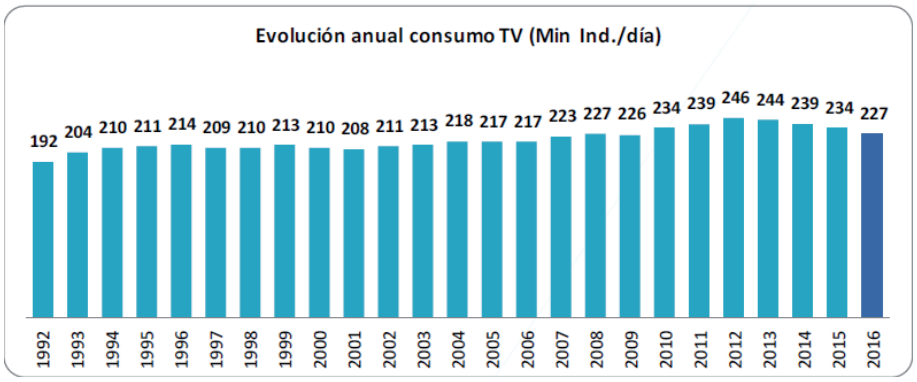
· El liderazgo por grupos empresariales ha correspondido a Mediaset España, que alcanza el 30,1% de cuota aumentando en tres décimas su resultado con respecto al año anterior.

· Atresmedia obtiene el 27%, mientras que la CRTVE consigue el 16,8%, Unidad Editorial un 2,9% y Vocento un 1,9%.

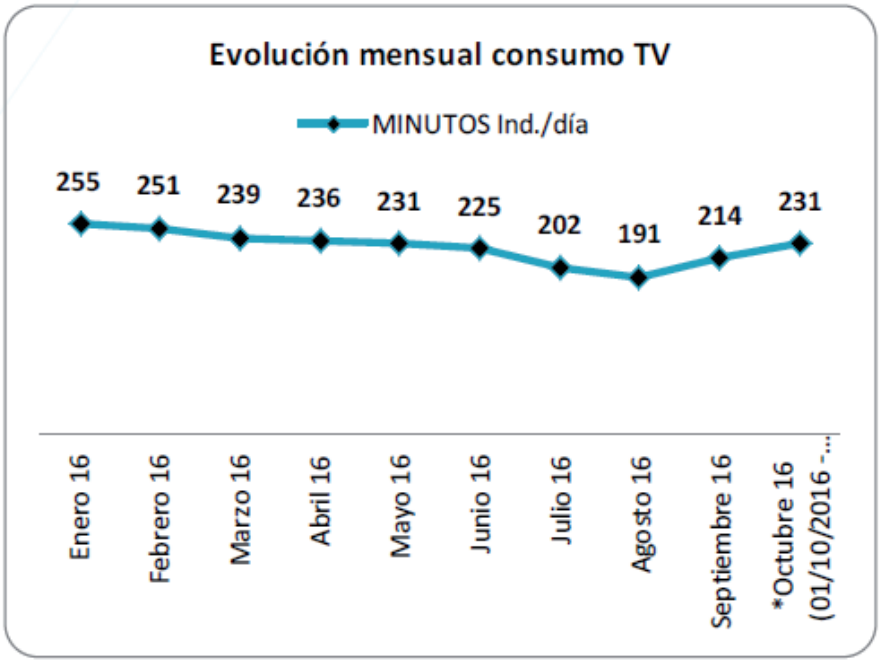
Consumo TV

En lo que llevamos de año, hasta octubre de 2016, el consumo de televisión se cifra en 227 minutos, lo que supone cinco minutos menos que el mismo periodo del año 2015.

En cuanto al consumo en diferido, se mantiene en 3 minutos por individuo al día, lo que supone en torno al 1% del total.



Los meses de enero y febrero son los de mayor consumo, con más de 250 minutos de promedio diario.



Las mujeres y los individuos de más de 45 años son los que más tiempo dedican al medio televisivo.

Consumo TV diario por targets	Ind. 4+	HOMBRES	MUJERES	4 a 12	13 a 24	25 a 44	45 a 64	> 64	T. Comercia
	227	214	240	125	120	180	276	345	234

Por regiones, las que más tiempo dedican a ver la televisión son Castilla-La Mancha, Aragón y Valencia.

CAT	EUS	GAL	MAD	VAL	RES	CLM	CAN	ARA	AST	BAL	MUR	CYL	CyL
225	215	228	215	237	236	245	210	240	224	217	224	222	194

Evolución anual de las cadenas

En los últimos años comprobamos los siguientes hitos:

· Por quinto año consecutivo Telecinco es la cadena líder en el año.
· Máximos de Divinity, 13TV, Energy y Mega.
· Mínimo del conjunto de autonómicas.

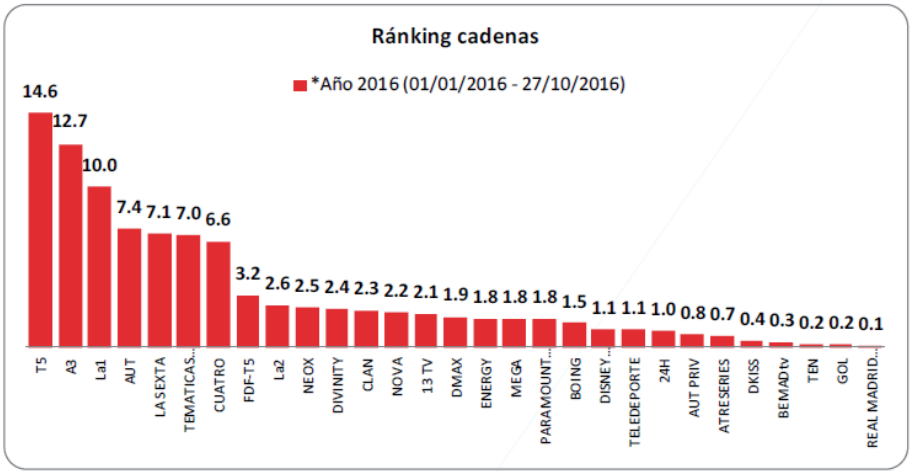
En la siguiente tabla se muestra la evolución de las cadenas en los últimos 10 años:

Cadenas	Año 2007	Año 2008	Año 2009	Año 2010	Año 2011	Año 2012	Año 2013	Año 2014	Año 2015	*Año 2016 (01/01/2016 - 27/10/2016)
T5	20.3	18.1	15.1	14.6	14.2	13.9	13.5	14.5	14.8	14.6
A3	17.4	16.0	14.7	11.7	11.5	12.5	13.4	13.6	13.4	12.7
La1	17.2	16.9	16.4	16.0	14.5	12.2	10.2	10.0	9.8	10.0
AUT	14.7	14.5	13.6	11.3	10.4	9.8	8.7	8.0	7.5	7.4
LA SEXTA	4.0	5.5	6.8	6.6	5.7	4.9	6.0	7.2	7.4	7.1
TEMATICAS PAGO	8.4	7.9	7.5	7.0	6.8	6.2	5.6	6.2	6.8	7.0
CUATRO	7.7	8.6	8.2	7.0	6.1	6.0	6.0	6.7	7.2	6.6
FDF-T5	x	0.2	0.5	1.5	2.6	2.9	2.9	3.5	3.5	3.2
La2	4.6	4.5	3.8	3.1	2.6	2.5	2.4	2.8	2.7	2.6
NEOX	0.2	0.6	1.2	2.2	2.7	2.6	2.3	2.6	2.6	2.5
DIVINITY	x	x	x	x	0.7	1.4	1.7	2.1	2.3	2.4
CLAN	0.2	0.6	1.4	3.2	3.2	2.5	2.4	2.3	2.4	2.3
NOVA	0.1	0.4	0.7	1.5	1.5	1.6	2.1	2.5	2.4	2.2
13 TV	x	x	x	x	0.4	1.0	1.3	1.6	2.0	2.1
DMAX	x	x	x	x	x	1.2	1.6	2.1	2.1	1.9
ENERGY	x	x	x	x	x	0.9	1.2	1.5	1.5	1.8
MEGA	x	x	x	x	x	x	x	x	0.9	1.8
PARAMOUNT CHANI	x	x	x	x	x	0.8	1.4	1.9	2.0	1.8
BOING	x	x	x	0.2	1.1	1.7	1.7	1.7	1.6	1.5
DISNEY CHANNEL	0.1	0.4	1.4	2.1	1.7	1.6	1.5	1.5	1.4	1.1
TELEDEPORTE	0.3	0.4	0.6	1.1	1.0	0.8	0.9	0.9	0.9	1.1
24H	0.1	0.2	0.4	0.7	0.9	0.9	0.8	0.8	0.9	1.0
AUT PRIV	0.5	0.6	0.7	0.7	0.8	0.9	0.8	0.9	0.8	0.8

En naranja: la opción líder en el año. En verde y en rojo: el máximo y el mínimo para cada cadena.

Resultados cadenas año 2016

Las cadenas que muestran incrementos en el último año son La1, el conjunto de Temáticas de Pago, Divinity, 13TV, Energy, Mega, Teledeporte y 24H.



Mientras que registran descensos Telecinco, Antena 3, Autonómicas, LaSexta, Cuatro, Dmax y Disney Channel, entre otras. Dichos datos podemos comprobarlos en la siguiente tabla comparativa de los dos últimos años:

Cadenas	Año 2015	*Año 2016 (0	Dif
T5	14.8	14.6	-1%
A3	13.4	12.7	-5%
La1	9.8	10.0	2.0%
AUT	7.5	7.4	-1%
LA SEXTA	7.4	7.1	-4%
TEMATICAS PAGO	6.8	7.0	2.9%
CUATRO	7.2	6.6	-8%
FDF-T5	3.5	3.2	-9%
La2	2.7	2.6	-4%
NEOX	2.6	2.5	-4%
DIVINITY	2.3	2.4	4.3%
CLAN	2.4	2.3	-4%
NOVA	2.4	2.2	-8%
13 TV	2.0	2.1	5.0%
DMAX	2.1	1.9	-10%
ENERGY	1.5	1.8	20.0%
MEGA	0.9	1.8	100.0%
PARAMOUNT CHANN	2.0	1.8	-10%
BOING	1.6	1.5	-6%
DISNEY CHANNEL	1.4	1.1	-21%
TELEDEPORTE	0.9	1.1	22.2%
24H	0.9	1.0	11.1%
AUT PRIV	0.8	0.8	0%

Resultados por grupos empresariales

El liderazgo por grupos empresariales ha correspondido a Mediaset España, que alcanza el 30,1% de cuota aumentando en tres décimas su resultado con respecto al año anterior. Atresmedia obtiene el 27%, mientras que la CRTVE consigue el 16,8%, Unidad Editorial un 2,9% y Vocento un 1,9%:

Cuotas de cadenas por grupos empresariales

GRUPO RTVE	16.8
La1	10.0
La2	2.6
CLAN	2.3
TELEDEPORTE	1.1
24H	1.0
GRUPO VOCENTO	**2.9**
PARAMOUNT CHANNEL	1.8
DISNEY CHANNEL	1.1

ATRESMEDIA	27.0
A3	12.7
LA SEXTA	7.1
NEOX	2.5
NOVA	2.2
MEGA	1.8
ATRESERIES	0.7
A3 PREMIUM	*0.0*

* Definición de los grupos TVE, Atresmedia y Mediaset según criterio de Kantar Media

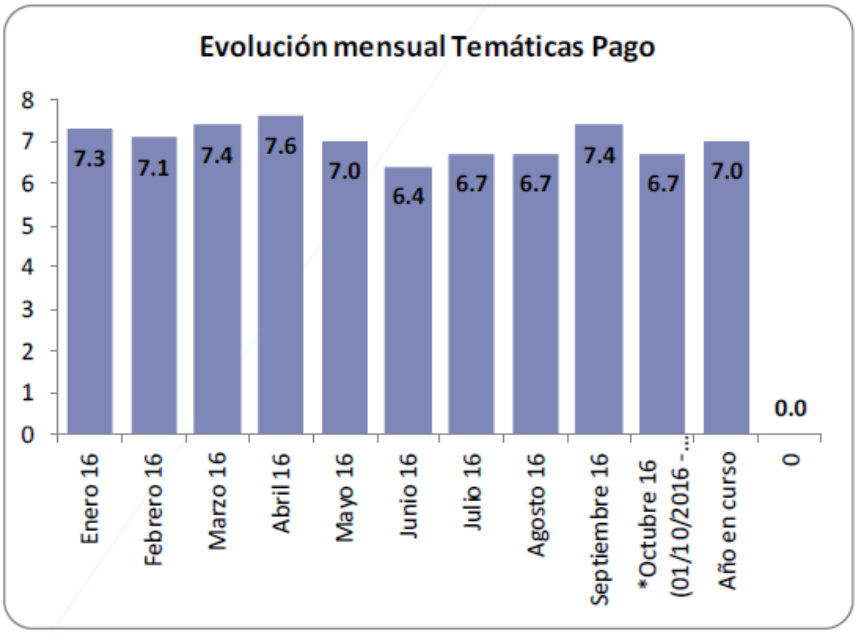
MEDIASET	30.1
T5	14.6
CUATRO	6.6
FDF-T5	3.2
DIVINITY	2.4
ENERGY	1.8
BOING	1.5
UNIDAD EDITORIAL	**1.9**
DMAX	1.9
GOL T	0.0

Dentro de estos grupos empresariales y sus cadenas televisivas podemos establecer el siguiente liderazgo por sexos y edades:

Igualmente por franjas horarias, Telecinco es líder en la sobremesa, tarde, noche I (……) y noche II (……), Antena 3 en la mañana y las Temáticas de Pago, en madrugada. En cuanto a los días de la semana, Telecinco lidera las jornadas laborables, mientras que Antena 3 hace lo propio en sábados y domingos.

Resultados Temáticas de Pago

Se produce un gran crecimiento de consumo en esta modalidad del 18,8% al 20,3% de la audiencia total. El conjunto de Temáticas de Pago promedia en lo que llevamos del 2016 un 7,3% de cuota de pantalla, lo que supone una subida de cinco décimas y el mejor resultado de los últimos cinco años.

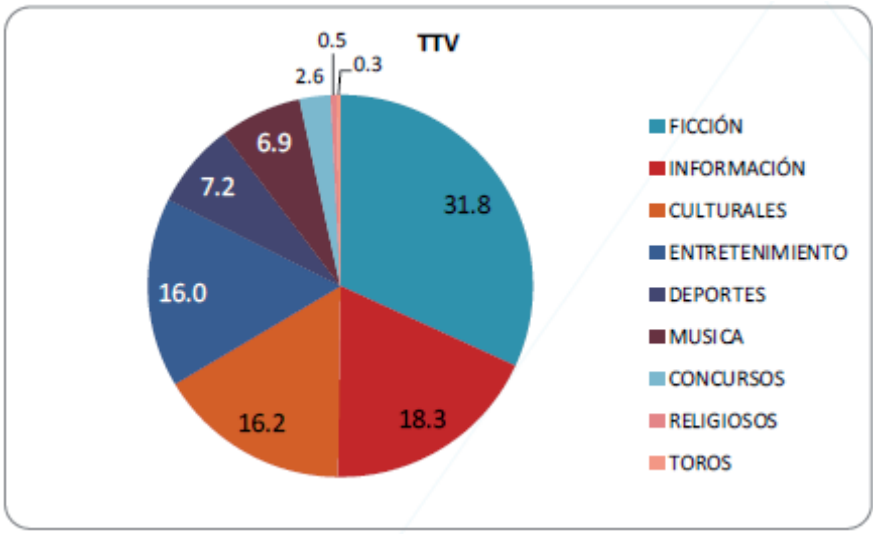


Las cadenas que gozan de una mayor audiencia en este grupo son FOX, Canal + Liga, AXN, Canal Hollywood, Movistar Partidazo, Cosmopolitan, Comedy Central y AMC.

	TEMATICAS PAGO	7.3	100	6,599
1	FOX	0.4	6	1195
2	CANAL+ LIGA	0.3	4.8	669
3	AXN	0.3	4.6	993
4	CANAL HOLLYWOOD	0.3	3.7	1046
5	MOVISTAR PARTIDAZO	0.2	2.9	335
6	COSMOPOLITAN	0.2	2.8	727
7	COMEDY CENTRAL	0.2	2.6	888
8	AMC	0.2	2.5	852
9	ABONO FUTBOL	0.2	2.4	276
10	CALLE 13	0.2	2.1	683
11	FOX LIFE	0.1	2	623
12	CANAL+	0.1	1.9	757
13	HISTORIA	0.1	1.8	536
14	AXN WHITE	0.1	1.6	579
15	DISNEY JUNIOR	0.1	1.6	278
16	MOVISTAR ESTRENOS	0.1	1.4	413
17	NATIONAL GEOGRAPHIC	0.1	1.4	494
18	ABONO FUTBOL 1	0.1	1.3	150
19	NICK JR	0.1	1.3	196
20	CANAL COCINA	0.1	1.2	393
21	DISCOVERY	0.1	1	283
22	NICK	0.1	1	226
23	DECASA	0.1	0.9	301
24	MOVISTAR ACCION	0.1	0.9	242
25	MTV ESP	0.1	0.9	414
26	NGC WILD	0.1	0.9	349
27	ODISEA	0.1	0.9	423
28	A&E	0.1	0.8	279
29	EUROSPORT	0.1	0.8	225
30	REAL MADRID TV	0.1	0.8	245

Presencia de los géneros de programación

En el conjunto del total de cadenas, el género con mayor presencia en las parrillas de programación es la ficción, seguida de la información y los culturales.



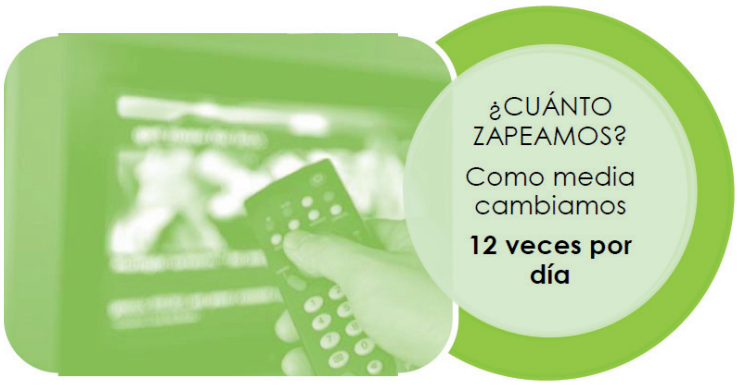
En el desglose por los tres grandes grupos de cadena se muestra que tanto en las nacionales en abierto y las de Pago, el género de mayor presencia es la ficción, mientras que en las Autonómicas es la información.

% Duración TTV				
Género	TTV	ABIERTO NACIONALES	AUT, AUT PRIV	PAGO
FICCIÓN	31.8	40.9	20.6	100.0
INFORMACIÓN	18.3	11.1	25.7	.
CULTURALES	16.2	14.2	18.7	.
ENTRETENIMIENTO	16.0	16.7	15.9	.
DEPORTES	7.2	9.0	5.8	.
MUSICA	6.9	4.5	9.5	.
CONCURSOS	2.6	2.7	2.6	.
RELIGIOSOS	0.5	0.3	0.6	.
TOROS	0.3	0.0	0.6	.

Dentro del entretenimiento, la especialidad que ocupa una mayor presencia dentro de las parrillas de la televisión de España son los "magazines".

En cuanto a la ficción, las series y los largometrajes son las dos especialidades de una mayor ocupación.

EL ZAPPING EN TV



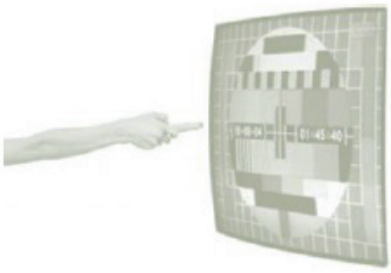
Los datos elaborados por Barlovento Comunicación, según fuente de Kantar Media, entre el 1 de enero y el 18 de septiembre de 2016, indican que se cambia de canal un total de 12 veces al día de media con un promedio de 25 minutos por sesión. En total, cada espectador consume más de 5 horas de tele al día.

Las conclusiones que se pueden establecer con el estudio de los datos facilitados son las siguientes:

· **Los más activos al zapping son los hombres y los mayores de 45 años**.

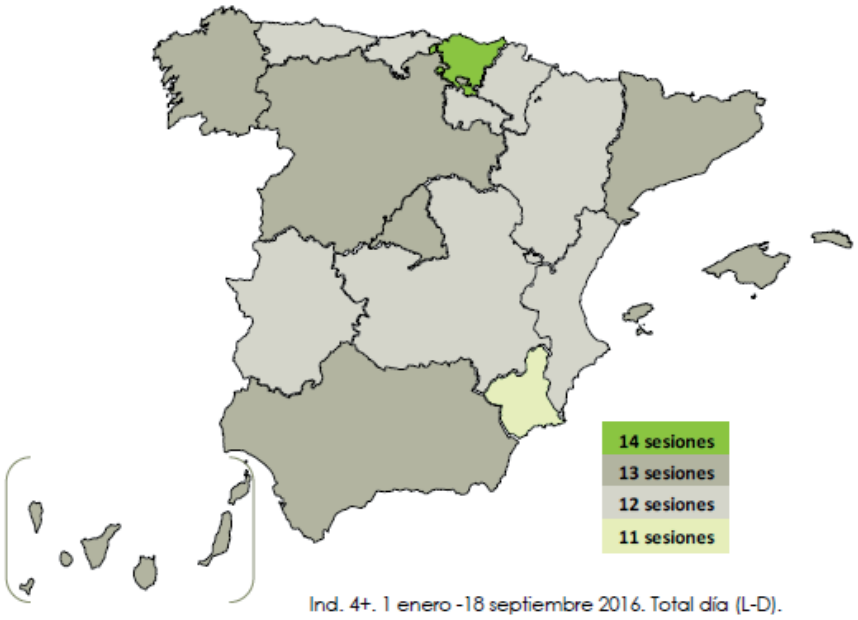
Los niños, además de ser los que menos tiempo ven la televisión, son los menos proclives al zapping con 7 sesiones de promedio. Los jóvenes de 13 a 24 años zapean una media de 8 veces al día, mientras que los públicos adultos, especialmente los mayores de 64 años que son los que más consumen, son los que más cambios de canal realizan al día con una media de 17 sesiones diferentes.

nº de veces zapping al día	
Ind. 4+	12
HOMBRES	13
MUJERES	12
4 a 12	7
13 a 24	8
25 a 44	10
45 a 64	14
> 64	17



· **Los vascos son los que más "zapean" y los murcianos los que menos**.

Por regiones, no hay grandes diferencias del número de sesiones de zapping, sin embargo, los que superan el promedio son los vascos, con una media diaria de 14 sesiones, y los que se encuentran por debajo son los murcianos con 11 sesiones diarias.



Ind. 4+. 1 enero -18 septiembre 2016. Total día (L-D).

· **El "prime-time" es la franja del día donde más se "zapea"**.

Se cambia de canal un total de 12 veces al día de media, siendo la tarde (5 veces) y el "prime-time" (6 veces) las franjas del día de mayor afluencia de zapping. Por lo tanto, se verifica que hay una relación directa entre el consumo televisivo y el número de sesiones.

· **Los espectadores hacen más zapping el fin de semana**.

Mientras que por meses no se muestra ninguna diferencia significativa en la actividad del zapping, es decir, no se manifiesta estacionalidad de este fenómeno, sí la hay por días de la semana.

De esta manera, en el fin de semana el promedio diario de zapping es de 14 veces, mientras que en las jornadas laborables se reduce a 12 sesiones diarias.

· **Cada vez se "zapea" menos**.

La evolución anual del número de sesiones diarias muestra que en los últimos años se ha reducido el zapping. Si en 2009 se registra el máximo con 21 sesiones diarias de zapping, en lo que llevamos de 2016 la cifra ha descendido a 12, la cifra más baja desde 1993. Sin embargo, ha crecido el tiempo de cada sesión, de 14 minutos en 2009 a 25 en el año en curso.

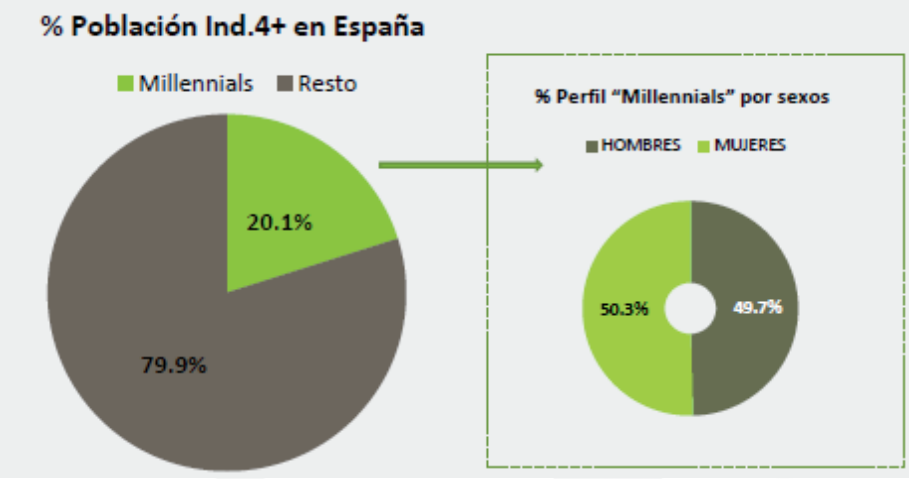
Fechas	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016 *a18
nº	13	14	13	13	14	14	15	15	16	16	17	18	19	19	20	20	21	17	15	15	15	13	13	12
dur.'	20	19	21	20	19	19	18	17	17	17	16	15	15	15	14	14	14	18	20	21	22	24	25	25

SE REDUCE EL ZAPPING …
PERO AUMENTA EL TIEMPO DE CADA SESIÓN

LOS MILLENIALS Y LA TELEVISION

(Periodo: 1 de enero a 18 de octubre de 2016)

Los "Millennials" (personas nacidas entre 1980-1995, de 21-36 años en la actualidad) representan el 20,1% de la población de 4 o más años de edad de España con **8,9 millones**, una quinta parte del total de espectadores de TV.

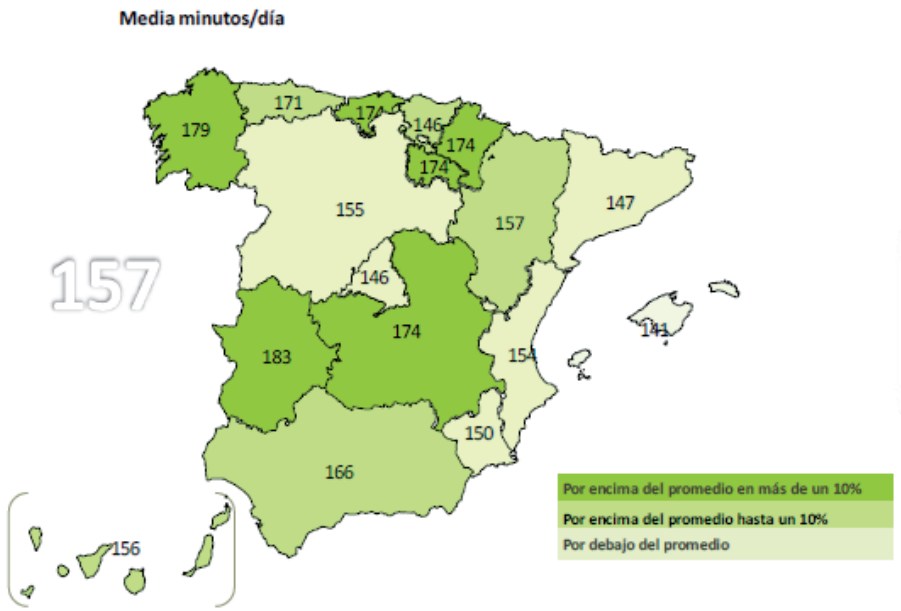


Los "Millennials" consumen una media de 157 minutos de promedio diario (dos horas y 37 minutos), es decir, 70 minutos menos que el total de individuos 4+. Además, el visionado en diferido es de 3 minutos (el 2% del total).

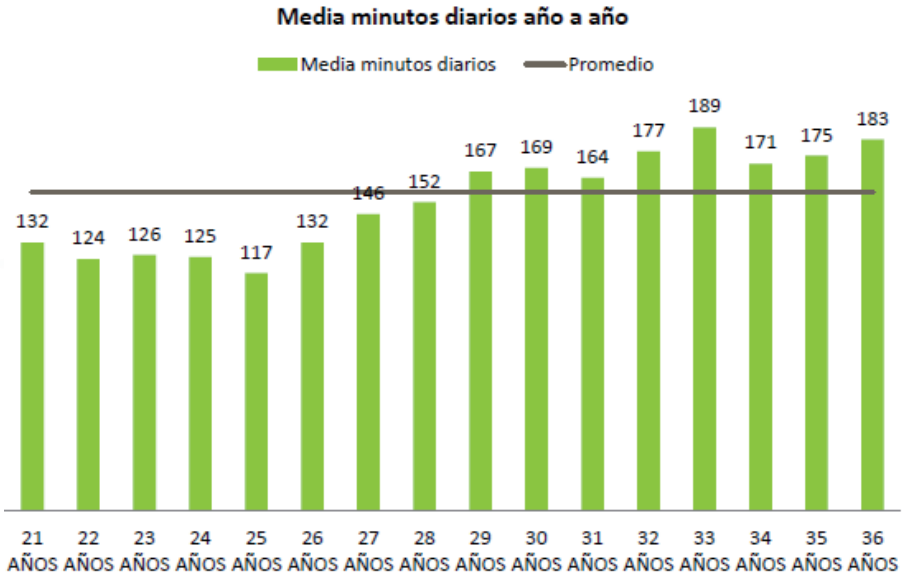
Este grupo representa el 13,9% del total del consumo de televisión, es decir, tienen una representación inferior a su peso en el universo de la población (21,1%). 5.681.000 de "Millennials" (el 63,4% de este grupo) ve la televisión diariamente al menos un minuto.

Los domingos es la jornada en la que más tiempo pasan viendo la televisión (175 minutos).

Por regiones, los "Millennials" que más consumen son los extremeños (183 minutos de promedio diario), seguidos de los gallegos (179 minutos) y castellano manchegos (174 minutos). Por el contrario, los "Millennials" de Baleares (141 minutos), Madrid (146 minutos) y País Vasco (146 minutos) son los que menos tiempo dedican al día a ver la televisión.



Cuanta más edad, mayor tiempo de consumo televisivo. Los individuos de 33 años son los que más tiempo de televisión ven de promedio diario con 189 minutos.

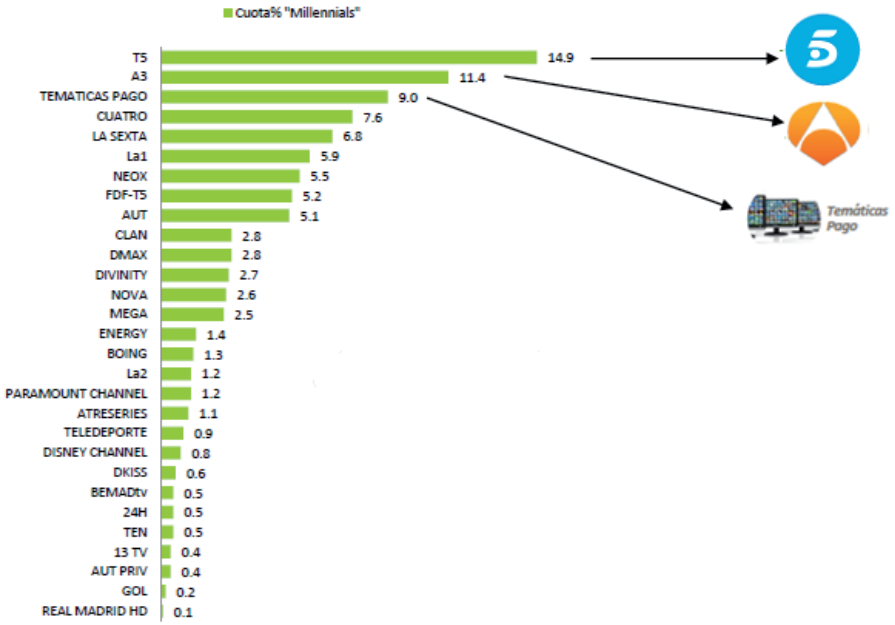


Las franjas del día en las que los "Millennials" tienen una mayor representación sobre el total de la audiencia son la madrugada y el "late-night" de lunes a domingo.

Franjas	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
Total Día	14.1	14.0	14.0	13.9	13.5	13.5	14.4
Madrugada (De 02:30h a 07:00h)	20.7	20.6	20.2	20.0	20.3	21.1	20.7
Mañana (De 07:00h a 14:00h)	13.8	13.7	13.6	13.6	13.5	14.3	13.7
Sobremesa (De 14:00h a 17:00h)	13.8	13.4	13.6	13.5	13.6	13.9	13.7
Tarde (De 17:00h a 20:30h)	11.8	11.6	11.8	11.9	12.0	12.3	13.1
Noche1 (De 20:30h a 24:00h)	14.2	14.2	14.2	13.9	12.8	12.3	14.6
Noche2 (De 24:00h a 26:30h)	17.9	17.7	17.8	17.5	16.3	15.4	17.6

Ranking cadenas "Millennials"

En el año en curso, el ranking de cadenas del grupo "Milllenials" está encabezado por Telecinco, con el 14,9% (0,3 puntos por encima del total individuos 4+), seguida de A3= 11.4%, TEMATICAS PAGO= 9%, CUATRO= 7.6%, LA SEXTA= 6.8%, La1= 5.9%, NEOX= 5.5%, FDF-T5= 5.2%, AUT= 5.1%y CLAN= 2.8%, entre las diez primeras.



Emisión más vista por género de programación "Millennials"

* Clasificación de los géneros según la catalogación de Kantar Media

Género		Título/Descripción	Fecha	AM(000)	Cuota
DEPORTES	⇨	PENALTIS FUTBOL:CL. R.MADRID-AT.MADRID/ A3	28/05/2016	1,901	66.9
FICCIÓN	⇨	LA QUE SE AVECINA / T5	05/04/2016	1,298	41.3
MUSICA	⇨	EUROVISION:VOTACIONES / La1	14/05/2016	766	38.4
CULTURALES	⇨	OT:EL REENCUENTRO / La1	16/10/2016	756	26.5
INFORMACIÓN	⇨	SALVADOS / LA SEXTA	21/02/2016	721	23.0
CONCURSOS	⇨	LA VOZ:AUDICIONES A CIEGAS / T5	12/10/2016	705	32.2
ENTRETENIMIENTO	⇨	SUPERVIVIENTES / T5	21/04/2016	700	31.3
TOROS	⇨	VIVE SAN FERMIN / La1	14/07/2016	68	32.5
OTROS	⇨	NAVIDAD GIGANTE / T5	01/01/2016	57	6.5
RELIGIOSOS	⇨	SANTA MISA / La2	17/07/2016	18	3.0
ARTES ESCÉNICAS	⇨	ESTUDIO 1 / La2	26/06/2016	11	0.7

Ricardo Vaca Berdayes: Presidente Ejecutivo de Barlovento Comunicación.

Es Doctor en Ciencias de la Comunicación por la Universidad San Pablo CEU (2009) y Licenciado en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense (1977).

Desde 1977 trabaja en los medios de comunicación, en radio, televisión y prensa, habiendo dirigido emisoras de radio en Ciudad-Real, Toledo y Sevilla.

Desde octubre de 1998, preside Barlovento Comunicación, empresa de la que es fundador y que está especializada en consultoría audiovisual.

Profesor Adjunto de Universidad. "Empresa de Radio y Televisión", en la Universidad Complutense (1997-1998) e "Investigación de Audiencias" (2001-2013) y de Estructura del Sistema Audiovisual (2010-2013) en la Universidad San Pablo CEU.

Autor de "Quién manda en el mando. Comportamiento de los espectadores ante la televisión" (Editorial Visor, 1997) y "El Ojo Digital. Audiencias 1" (Fundación Ex Libris, 2004). "El Ojo Digital. Audiencias 2" (Fundación Ex Libris, 2006). "El puzle de la audiencia televisiva" (Fundación Ex Libris 2009). "El perfil de la audiencia de Cuatro y la Sexta: 2005-2008" (Fundación Ex Libris, 2010).

RENTRAK & COMSCORE ARE NOW ONE

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

comScore

learnmore@comscore.com ▪ comscore.com

CAPÍTULO II

Producción Cinematográfica en Iberoamérica

CAPÍTULO II

Producción Cinematográfica en Iberoamérica

Por Departamento de Reparto y Documentación de EGEDA

INTRODUCCIÓN

El estudio del panorama cinematográfico por territorios pone de manifiesto que el peso de Iberoamérica supone más de un 11% sobre el total mundial, tanto en número de salas de cine como en entradas vendidas (cuadro Intro 1).

Respecto a este último parámetro, Norteamérica representa el 18% y Europa el 13%. De forma conjunta, Iberoamérica, Norteamérica y Europa tienen un peso cinematográfico acumulado en 2015 que supera el 42% sobre el total de espectadores.

Cuadro Intro 1

Panorama cinematográfico por territorios

Datos	Mundial	Iberoamérica	Norteamérica	Europa
Población (millones)	7.376	643,4	357,2	508
PIB-PPA (billones USD)	113,7	11,84	19,60	18,08
PIB per capita (USD)	15.800	15.565	51.100	37.800
Número de pantallas de cine	152.142	17.608	43.661	30.621
Ingresos cine (millones USD)	38.300	3.346	11.100	8.150
Espectadores cine (millones)	7.325	836,9	1.320	976,5
Asistencia anual por habitante	1,0	1,3	3,7	1,9
Precio medio entrada (USD)	5,2	4,7	8,4	8,3

Los datos acumulados por los top-10 de los países iberoamericanos durante el trienio 2013-2015 reflejan que la cuota de mercado del cine USA supera el 80% y la del cine iberoamericano (nacional y no nacional) supone el 14% en este periodo (cuadro Intro 2).

Cuadro Intro 2

Distribución acumulada por el origen de los estrenos del top-100. Periodo 2013-2015. Iberoamérica

Origen	Espectadores	%	Ingresos	%
USA	1.675.260.179	80,6	8.062.754.145	80,5
Nacional	222.410.350	10,7	1.108.474.239	11,1
Iberoamérica	68.903.644	3,3	310.844.517	3,1
Europa	96.536.885	4,6	462.842.631	4,6
Resto países	16.496.460	0,8	74.280.345	0,7
Total	**2.079.607.518**		**10.019.195.877**	

Respecto a las empresas distribuidoras en el trienio 2013-2015, las *Majors* americanas acumularon 1.650 millones de espectadores y más de 8.000 millones de ingresos en los top-100 analizados. Los *Estudios* con más cuota cinematográfica fueron Disney y Fox (cuadro Intro 3).

Por su parte, las independientes sumaron 429,5 millones de espectadores y más de 2.000 millones de ingresos. Respecto a la cuota acumulada de entradas vendidas en el trienio las *Majors* representan el 79,3% y las independientes el 20,7%.

Cuadro Intro 3

Distribución acumulada por distribuidoras del top-100. Periodo 2013-2015. Iberoamérica

Distribuidora	Espectadores	%	Ingresos	%
Disney	367.526.328	17,7	1.796.357.731	17,9
Fox	344.151.852	16,5	1.657.839.866	16,5
Universal	287.029.430	13,8	1.354.266.310	13,5
Warner Bros	268.532.620	12,9	1.333.680.103	13,3
Sony Pictures	177.984.877	8,6	786.947.189	7,9
Paramount	145.074.807	7,0	715.478.348	7,1
UIP	59.803.159	2,9	368.970.692	3,7
Independientes	429.504.445	20,7	2.005.655.637	20,0
Total	**2.079.607.518**		**10.019.195.877**	

Los dos cuadros siguientes reflejan la concentración del éxito en un determinado número de títulos. El primero es el porcentaje de estrenos sobre el 80% del total de espectadores (Cuadro Intro 4). Los países que concentran un mayor número espectadores en unos determinados estrenos son México (10,4%), Brasil (12,2%), Argentina (13%) y España (13,5%), coincidiendo en este caso con los mercados cinematográficos más grandes. En el lado contrario se encuentran Nicaragua (32,6%), Venezuela (29,8%) y Ecuador (27%).

Cuadro Intro 4

Porcentaje de estrenos respecto al 80% del total de espectadores. Año 2015

Nº	País	%	Nº	País	%
1	Argentina	13,0	10	Guatemala	18,7
2	Bolivia	17,7	11	Honduras	25,9
3	Brasil	12,2	12	México	10,4
4	Chile	19,1	13	Nicaragua	32,6
5	Colombia	16,3	14	Panamá	26,6

6	Costa Rica	15,8	15	Paraguay	25,4
7	Ecuador	27,0	16	Perú	21,6
8	El Salvador	20,7	17	Uruguay	24,4
9	España	13,5	18	Venezuela	29,8

En cuanto a la cuota acumulada de espectadores por el top-10 en 2015, hay que significar que en todos los países la cuota de mercado de estas diez producciones supera el 30% del total y el porcentaje registrado globalmente por el top-10 del territorio de Iberoamérica se sitúa casi en el 36% (Cuadro Intro 5).

Por países, los porcentajes máximos alcanzados por el top-10 se sitúan en Paraguay (52,9%), Guatemala (47,1%), Chile (46,4%) y El Salvador (46,1%). Los porcentajes mínimos se registran en España (33%), Perú (33,5%) y Portugal (35,55%).

Cuadro Intro 5

Cuota de espectadores acumulada por el top-10 sobre el total. Año 2015

Nº	País	%	Nº	País	%
1	Argentina	42,8	11	Honduras	44,0
2	Bolivia	41,8	12	México	38,7
3	Brasil	36,6	13	Nicaragua	38,5
4	Chile	46,4	14	Panamá	37,9
5	Colombia	38,6	15	Paraguay	52,9
6	Costa Rica	51,0	16	Perú	33,5
7	Ecuador	40,0	17	Portugal	35,5
8	El Salvador	46,1	18	R. Dominicana	45,8
9	España	33,0	19	Uruguay	42,8
10	Guatemala	47,1	20	Venezuela	41,0

Y para terminar con esta introducción se incorpora la relación entre la cuota de espectadores del cine USA frente al cine Iberoamericano, para constatar una vez más el dominio de la producción americana (Cuadro Intro 6).

Los datos ponen de manifiesto que las producciones estadounidenses superan o bordean la barrera del 90% en muchos países (Paraguay, El Salvador, Panamá, Venezuela, Guatemala y Ecuador).

Los países con una cuota de cine Iberoamericano más elevada son España (20,5%, Perú (17,1%), Argentina (14,8%) y Brasil (14,2%). En el caso de México se puede apreciar la influencia que ejercen los *Estudios* americanos, puesto que siendo el mercado más grande de Iberoamérica la cuota de espectadores de su cinematografía no pudo rebasar la barrera del 10% en 2015.

Cuadro Intro 6

Cuota de espectadores de los estrenos del top-100 del cine iberoamericano (nacional y no nacional) frente al cine USA. Año 2015

Nº	País	% IB	% US	Nº	País	% IB	% US
1	Argentina	14,8	79,0	10	Guatemala	5,8	88,2
2	Bolivia	5,1	86,3	11	Honduras	7,5	86,1
3	Brasil	14,2	79,6	12	México	7,4	84,5
4	Chile	9,8	83,1	13	Nicaragua	5,9	85,4
5	Colombia	12,1	79,5	14	Panamá	4,1	88,7

egeda

6	Costa Rica	13,0	82,0	15	Paraguay	3,0	90,3
7	Ecuador	4,8	88,1	16	Perú	17,1	73,7
8	El Salvador	3,6	89,7	17	Uruguay	12,0	77,0
9	España	20,5	70,0	18	Venezuela	5,0	88,5

PANORAMA CINEMATOGRÁFICO EN IBEROAMÉRICA

La asistencia a las salas de cine de los países de Iberoamérica en 2015 sumó 836,9 millones de espectadores y 3.346 millones de dólares de recaudación. El número total de pantallas cinematográficas ascendió a 17.608. La frecuencia de asistencia se situó en 1,3 películas por habitante y año y el precio medio de la entrada fue de 4,7 dólares. La cuota de espectadores del cine nacional supuso el 10% y el 15,2% de los estrenos fueron nacionales (cuadro 2.1.1).

Cuadro 2.1.1

Panorama cinematográfico en Iberoamérica

Datos	2013	2014	2015
Población (millones)	633,8	637,9	643,4
PIB-PPA (billones USD)	11,28	11,45	11,84
PIB *per capita* (USD)	14.855	15.030	15.565
Número de pantallas de cine	16.264	16.951	17.608
Ingresos cine (millones USD)	3.700,6	3.634,4	3.346,0
Espectadores cine (millones)	713,3	727,0	836,9
Espectadores cine nacional (millones)	88,5	87,2	83,1
Cuota de mercado cine nacional (%)	12,4	12,0	10,0
Número de estrenos totales	4.386	4.639	5.171
Número de estrenos extranjeros	3.718	3.958	4.385
Número de estrenos nacionales	654	681	786
Asistencia anual por habitante	1,1	1,1	1,3
Precio medio entrada (USD)	5,2	5,0	4,7

Los top-100 de los 18 países iberoamericanos incluidos en la muestra ComScore-Rentrak de 2015 suman 1.800 estrenos cinematográficos, abarcan 302 títulos, acumulan 747,4 millones de espectadores y casi 3.000 millones dólares de ingresos. Esta muestra representa casi el 90% de la asistencia total de espectadores y la recaudación global acumulada por los países incluidos en el presente estudio.

La cuota de mercado del cine USA en el top-100 en 2015 supone el 80,8% del total de espectadores y del 80,4% de los ingresos acumulados. La cuota del cine nacional se situó en el 9,5% en espectadores y en el 10,2% en ingresos y la del cine iberoamericano (no nacional) en el 2,1% y el 1,9%, respectivamente (cuadro 2.1.2).

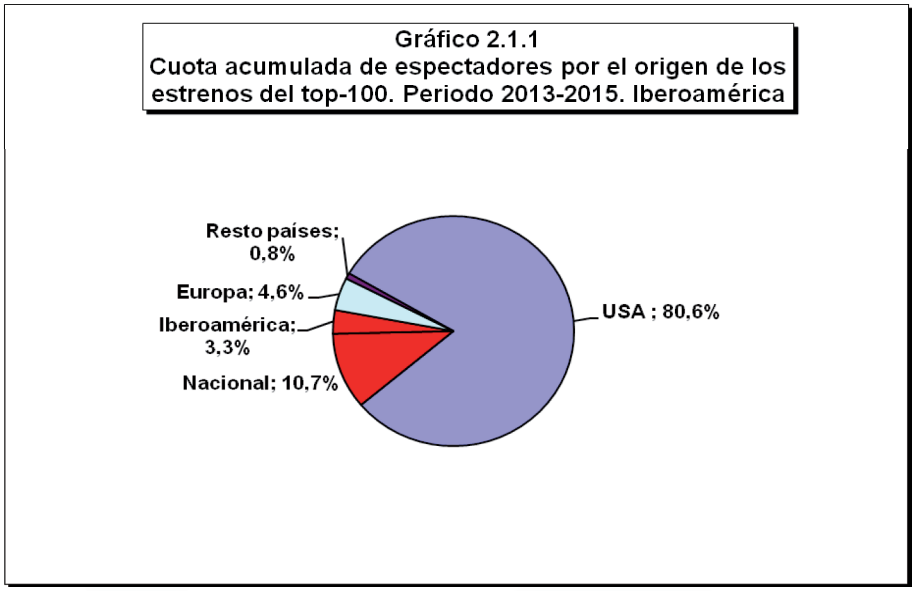
Cuadro 2.1.2

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

ESPECTADORES						
Origen	**2013**	**%**	**2014**	**%**	**2015**	**%**
USA	523.331.985	78,3	548.118.990	82,5	603.809.204	80,8
Nacional	78.453.999	11,7	72.892.858	11,0	71.063.493	9,5
Iberoamérica	41.418.259	6,2	12.098.588	1,8	15.386.797	2,1
Europa	17.816.991	2,7	27.066.793	4,1	51.653.101	6,9
Resto países	6.963.267	1,0	3.981.490	0,6	5.551.703	0,7
Total	**667.984.501**		**664.158.719**		**747.464.298**	
INGRESOS						
Origen	**2013**	**%**	**2014**	**%**	**2015**	**%**
USA	2.872.943.869	79,5	2.782.572.876	81,6	2.407.237.400	80,4

Nacional	401.420.606	11,1	402.557.807	11,8	304.495.826	10,2
Iberoamérica	195.614.174	5,4	59.203.071	1,7	56.027.272	1,9
Europa	111.268.482	3,1	146.240.901	4,3	205.333.248	6,9
Resto países	34.003.350	0,9	19.187.231	0,6	21.089.764	0,7
Total	**3.615.250.481**		**3.409.761.886**		**2.994.183.510**	

La cuota acumulada de espectadores en la muestra de estrenos del top-100, durante el periodo 2013-2015, pone de manifiesto el dominio del cine USA, con el 80,6% sobre el total de la muestra, seguido del cine iberoamericano (nacional y no nacional) con el 14% y del cine europeo con el 4,6% (gráfico 2.1.1).



Respecto a la distribución de los espectadores por películas, 19 títulos acumularon más de diez millones de espectadores cada uno y el 26,6% (479) de los estrenos aglutinaron el 80% (669,2 millones) del total de espectadores.

Las distribuidoras americanas obtuvieron una cuota de espectadores del 83,5% y las independientes el restante 16,5%. Las empresas cuyas películas vendieron más entradas en 2015 fueron Universal, con 165 millones, y Disney con 143 millones (cuadro 2.1.3). Dichos datos se corresponden también en el capítulo de ingresos donde Universal alcanzó los 679 millones de dólares y Disney los 592.

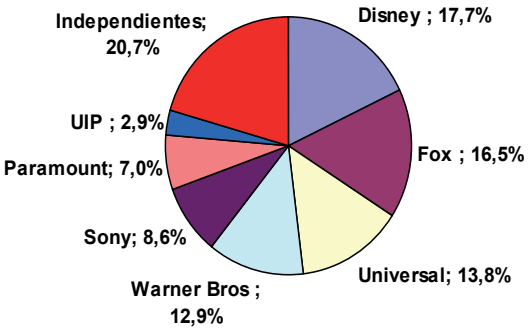
Cuadro 2.1.3

Cuota por distribuidoras del top-100. Iberoamérica

	ESPECTADORES					
Distribuidora	**2013**	**%**	**2014**	**%**	**2015**	**%**
Fox	82.949.143	12,4	156.967.729	23,6	104.234.980	13,9
Disney	118.329.055	17,7	105.808.270	15,9	143.389.003	19,2
Warner Bros	91.332.918	13,7	97.776.835	14,7	79.422.867	10,6
Paramount	41.780.065	6,3	62.200.207	9,4	41.094.535	5,5
Universal	75.493.244	11,3	46.473.042	7,0	165.063.144	22,1
Sony	66.990.388	10,0	42.747.480	6,4	68.247.009	9,1
UIP	25.275.002	3,8	11.565.764	1,7	22.962.393	3,1

Independientes	165.834.686	24,8	140.619.392	21,2	123.050.367	16,5
Total	**667.984.501**		**664.158.719**		**747.464.298**	
			INGRESOS ($)			
Distribuidora	**2013**	**%**	**2014**	**%**	**2015**	**%**
Fox	458.358.955	12,7	795.573.872	23,3	403.907.039	13,5
Disney	654.656.030	18,1	549.419.428	16,1	592.282.273	19,8
Warner Bros	506.246.476	14,0	498.290.565	14,6	329.143.062	11,0
Paramount	241.282.229	6,7	316.797.050	9,3	157.399.069	5,3
Universal	407.594.297	11,3	266.975.463	7,8	679.696.550	22,7
Sony	337.733.933	9,3	217.046.568	6,4	232.166.688	7,8
UIP	155.073.995	4,3	59.622.674	1,7	154.274.023	5,2
Independientes	854.304.565	23,6	706.036.266	20,7	445.314.806	14,9
Total	**3.615.250.481**		**3.409.761.886**		**2.994.183.510**	

Gráfico 2.2.3
Cuota acumulada de espectadores por distribuidoras. Periodo 2013-2015. Iberoamérica



Del total de los 1.800 estrenos del top-100, el 73,9% pertenecen a producciones estadounidenses, el 12,2% a películas iberoamericanas (nacionales y no nacionales) y el 12,6% a estrenos europeos (cuadro 2.1.4). En cuanto al género, el 84,5% correspondieron a estrenos de ficción y el 15,5% a obras de animación.

Los 1.800 estrenos de la muestra se corresponden con 302 títulos. De ellos, un 45,7% son estadounidenses, un 40,1% iberoamericanos, un 12,9% europeos y un 1,3% pertenecen a otros países. En cuanto al tipo de producción, de los 121 títulos iberoamericanos el 31,4% se realizaron en régimen de coproducción y de los 181 títulos del resto de los países, el 32% corresponden a coproducciones (cuadro 2.1.4).

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

Cuadro 2.1.4

Distribución de los estrenos del top-100 por su origen. Año 2015. Iberoamérica

Origen	Títulos	%
USA	1.331	73,9
Iberoamérica	**220**	**12,2**
Europa	226	12,6
Resto países	23	1,3
Total	**1.800**	

Distribución de los títulos de estreno del top-100 por su origen. Año 2015. Iberoamérica

Origen	Títulos	%
USA	138	45,7
Iberoamérica	**121**	**40,1**
Europa	39	12,9
Resto países	4	1,3
Total	**302**	

Distribución de los títulos de estreno del top-100 por el tipo de producción. Año 2015.

Iberoamérica

Tipo	Títulos	%
No coproducción	83	68,6
Coproducción	38	31,4
Total	**121**	

Resto de países

Tipo	Títulos	%
No coproducción	123	68,0
Coproducción	58	32,0
Total	**181**	

En 2015 la producción estadounidense *Los Minions* acaparó un total de 46,7 millones de espectadores y fue la más vista en el conjunto de los países iberoamericanos. En segundo lugar, *Fast & Furious 7* obtuvo 45,1 millones y en tercer lugar *Vengadores: La Era de Ultrón* consiguió 39,7 millones (cuadro 2.1.5).

El top-20 de espectadores está copado por estrenos estadounidenses (tres en coproducción con Reino Unido y otro con Canadá). La cuota de mercado acumulada por el top-10 en el conjunto de los 20 países iberoamericanos analizados se sitúa en el 35,8% del total de espectadores (299,5 millones).

Cuadro 2.1.5

Ranking acumulado de estrenos cinematográficos. Año 2015. Iberoamérica

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos ($)
1	Los Minions	USA	46.703.547	194.869.890
2	Fast & Furious 7	USA	45.105.016	200.767.514
3	Vengadores: La Era de Ultrón	USA	39.725.543	169.316.311
4	Jurassic World	USA	33.329.674	142.285.313
5	Del revés (Inside out)	USA	30.654.293	118.859.558
7	Hotel Transilvania 2	USA	24.175.854	77.508.491
6	Star Wars: El despertar de la fuerza	USA	22.708.757	109.879.484
8	Cincuenta sombras de Grey	USA	20.440.703	92.442.093
9	San Andrés	USA	18.865.216	77.698.840

10	Los Juegos del Hambre: Sinsajo 2	USA	17.753.900	68.387.898
11	Cenicienta	USA, R. Unido	15.481.123	57.494.869
12	Bob Esponja: Un héroe fuera del agua	USA	13.135.823	51.083.650
13	Píxeles	USA, Canadá	12.854.246	49.588.930
14	Ant-Man: El hombre hormiga	USA	12.244.209	47.759.522
15	Misión Imposible: Nación Secreta	USA	11.308.285	44.356.126
16	El viaje de Arlo	USA	10.940.554	40.782.573
17	Terminator: Génesis	USA	10.593.126	45.076.846
18	Home: Hogar dulce hogar	R. Unido, USA	10.464.117	40.174.759
19	Spectre 007	R. Unido, USA	10.075.486	40.671.993
20	Los Cuatro Fantásticos	USA	8.965.908	29.653.814

El *ranking* acumulado de estrenos iberoamericanos de 2015 estuvo liderado por la película española *Ocho apellidos catalanes*, con un total de 5,1 millones de espectadores, seguida de las coproducciones hispano-americanas *Tomorrowland* con 4,7 millones y *En el corazón del mar* con 4,6 millones de espectadores. En cuarto y en quinto lugar, se sitúan la obra mexicana *Un gallo con muchos huevos* (4,4 millones) y la producción brasileña *Loucas pra casar* (3,7 millones), respectivamente (cuadro 2.1.6).

Las 20 primeras películas de este *ranking* superaron el millón de espectadores en el conjunto de países. Las producciones provinieron mayoritariamente de España, con siete títulos (cuatro en coproducción), Brasil (seis títulos) y México (cuatro títulos). La cuota de mercado acumulada por el top-10 iberoamericano supone el 7% del total de espectadores (58,3 millones).

Cuadro 2.1.6

Ranking acumulado de estrenos iberoamericanos. Año 2015. Iberoamérica

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos ($)
1	Ocho apellidos catalanes	España	5.134.311	35.623.889
2	Tomorrowland	España, USA	4.753.591	19.313.399
3	En el corazón del mar	España, USA	4.620.606	17.247.183
4	Un gallo con muchos huevos	México	4.406.155	10.947.500
5	Loucas pra casar	Brasil	3.724.995	16.041.892
6	El gran pequeño	México, USA	3.629.496	10.536.734
7	Vai que cola: O filme	Brasil	3.274.740	10.493.696
8	Asu Mare! 2	Perú	3.062.023	11.234.680
9	A la mala	México	2.801.115	8.366.720
10	El Clan	Argentina, España	2.797.093	18.106.195
11	Los 33	Chile, Colombia, USA	2.723.857	9.742.042
12	Meu passado me condena 2	Brasil	2.651.817	10.553.775
13	Carrossel: O filme	Brasil	2.512.674	8.558.449
14	Colombia magia salvaje	Colombia	2.369.425	4.391.619
15	Atrapa la bandera	España	1.975.737	12.451.273
16	Ate que a sorte nos separe 2	Brasil	1.721.103	5.683.158
17	Perdiendo el norte	España	1.632.499	11.538.770
18	S.O.S.: Mulheres ao mar 2	Brasil	1.556.823	4.925.654
19	Exodus: Dioses y Reyes	España, USA, R. Unido	1.492.037	5.303.667
20	Don gato 2	México	1.471.288	3.286.915

El *ranking* de películas europeas y de otros países en el territorio iberoamericano estuvo liderado por la producción británica *Spectre 007* que acumuló un total de 10,1 millones de espectadores.

En segundo lugar figura la obra francesa *Venganza 3* con 8,7 millones y, en tercer lugar, la producción angloamericana *Everest* con 5,8 millones de espectadores (cuadro 2.1.7).

Cuadro 2.1.7

Ranking acumulado de estrenos europeos y otros países. Año 2015. Iberoamérica

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos ($)
1	Spectre 007	R. Unido, USA	10.075.486	40.671.993
2	Venganza 3	Francia	8.756.558	34.847.975
3	Everest	R. Unido, USA	5.826.088	23.266.014
4	El Principito	Francia, Canadá	5.733.139	19.334.017
5	Victor Frankenstein	R. Unido, USA	3.649.881	11.104.591
6	La mujer de negro 2	R. Unido, USA	2.768.961	9.851.615
7	La teoría del Todo	Reino Unido	2.586.981	13.960.414
8	Descifrando enigma	R. Unido, USA	2.298.736	11.930.911
9	La Bella y la Bestia	Alemania, Francia, USA	1.524.911	4.247.713
10	Transporter legacy	Bélgica, Francia	1.448.375	4.015.456

Respecto al top-1 de cada país en 2015 (cuadro 2.1.8), los títulos que más veces aparecen en esta posición son *Fast & Furious 7* (Colombia, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Honduras Nicaragua, Panamá y Paraguay), *Los Minions* (Argentina, Chile, México, Portugal y Uruguay) y *Vengadores: La Era de Ultrón* (Bolivia y Brasil).

Además, cuatro películas nacionales dominaron los *rankings* de su propio país: *Maikol Yordan de viaje perdido* (Costa Rica), *Ocho apellidos catalanes* (España), *Asu Mare! 2* (Perú) y *Tubérculo gourmet* (República Dominicana).

Cuadro 2.1.8

Top-1 cinematográfico en cada país. Año 2015. Iberoamérica

País estreno	Título	Origen	Espectadores
Argentina	Los Minions	USA	4.936.979
Bolivia	Vengadores: La Era de Ultrón	USA	392.435
Brasil	Vengadores: La Era de Ultrón	USA	10.129.071
Chile	Los Minions	USA	2.088.803
Colombia	Fast & Furious 7	USA	4.373.479
Costa Rica	**Maikol Yordan de viaje perdido**	**Costa Rica**	**551.852**
Ecuador	Fast & Furious 7	USA	1.107.080
El Salvador	Fast & Furious 7	USA	294.727
España	**Ocho apellidos catalanes**	**España**	**5.134.311**
Guatemala	Fast & Furious 7	USA	476.552
Honduras	Fast & Furious 7	USA	228.228
México	Los Minions	USA	16.145.698
Nicaragua	Fast & Furious 7	USA	140.836
Panamá	Fast & Furious 7	USA	423.280
Paraguay	Fast & Furious 7	USA	159.791
Perú	**Asu Mare! 2**	**Perú**	**3.062.023**
Portugal	Los Minions	USA	937.383
R. Dominicana	**Tubérculo Gourmet**	**Dominicana**	**538.808**
Uruguay	Los Minions	USA	291.985
Venezuela	Del revés (Inside out)	USA	1.855.737

El estreno iberoamericano más presente en el top-1 iberoamericano de cada país en 2015 es la coproducción hispano-británica *Exodus: dioses y reyes* (Bolivia, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua, Panamá y Venezuela). Por su parte, *El Clan* está presente en el top-1 argentino y uruguayo (cuadro 2.1.9).

Cuadro 2.1.9

Top-1 del cine iberoamericano en cada país. Año 2015. Iberoamérica

País estreno	Título	Origen	Espectadores
Argentina	**El Clan**	**Argentina, España**	**2.643.021**
Bolivia	Exodus: dioses y reyes	España, R. Unido, USA	82.637
Brasil	**Loucas Pra Casar**	**Brasil**	**3.726.497**
Chile	**Los 33**	**USA, Chile, Colombia**	**1.059.578**
Colombia	**Colombia magia salvaje**	**Colombia**	**2.369.425**
Costa Rica	**Maikol Yordan de viaje perdido**	**Costa Rica**	**551.852**
Ecuador	Exodus: dioses y reyes	España, R. Unido, USA	142.790
El Salvador	Exodus: dioses y reyes	España, R. Unido, USA	48.665
España	**Ocho apellidos catalanes**	**España**	**5.134.311**
Guatemala	Exodus: dioses y reyes	España, R. Unido, USA	106.673
Honduras	Exodus: dioses y reyes	España, R. Unido, USA	53.866
México	**Un gallo con muchos huevos**	**México**	**4.131.013**
Nicaragua	Exodus: dioses y reyes	España, R. Unido, USA	36.190
Panamá	Exodus: dioases y Reyes	España, R. Unido, USA	103.391
Paraguay	**Mangoré, por amor al arte**	**Paraguay, Argentina**	**12.699**
Perú	**Asu Mare! 2**	**Perú**	**3.062.023**
Portugal	**O patio das Cantigas**	**Portugal**	**606.555**
R. Dominicana	**Tubérculo Gourmet**	**Dominicana**	**538.808**
Uruguay	El Clan	Argentina, España	100.188
Venezuela	Exodus: dioses y reyes	España, R. Unido, USA	290.476

PANORAMA CINEMATOGRÁFICO EN LOS PAÍSES IBEROAMERICANOS

ARGENTINA

Los cines argentinos en 2015 tuvieron una asistencia de 52,1 millones de espectadores y recaudaron 342 millones de dólares. El número total de pantallas cinematográficas ascendió a 872. La frecuencia de asistencia se situó en 1,2 películas por habitante y año y el precio medio de la entrada superó los 6 dólares. El número de estrenos de cine nacional alcanzó el 42,5% y la cuota de espectadores el 14,5% (cuadro 2.2.1).

La evolución de la asistencia a las salas cinematográficas en los últimos cinco años muestra un incremento de 5,2 millones de espectadores desde 2011 hasta 2013, un posterior descenso de 2,8 millones de espectadores en 2014 y un aumento de 6,5 millones en 2015 respecto al año anterior (gráfico 2.2.1).

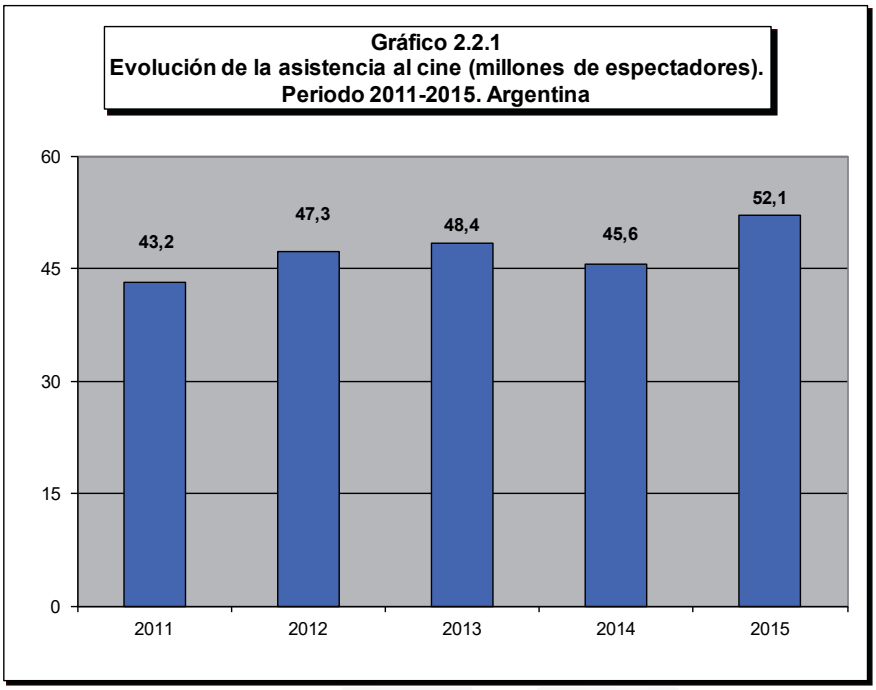
Otros datos a destacar respecto a la exhibición en salas de cine de Argentina son:

· Los cines argentinos registran la mayor venta de entradas desde 1986, superando los 50 millones de boletos.
· La película de animación *Los Minions* fue la más taquillera desde 1997, con 4,9 millones de entradas.
· *El Clan* protagoniza el mejor arranque en un fin de semana de una película argentina superando el medio millón de espectadores.
· *Relatos salvajes* se convierte en la película argentina más vistas en los cines del país con casi 4 millones de espectadores, superando a *El secreto de sus ojos*.

Cuadro 2.2.1

Panorama cinematográfico en Argentina

Concepto	2013	2014	2015
Población (millones)	41,5	42,0	43,4
PIB-PPA (billones USD)	0,955	0,960	0,964
PIB per capita (USD)	22.100	22.300	22.400
Número de pantallas de cine	866	867	872
Ingresos cine (millones USD)	308,7	247,4	342,0
Espectadores cine (millones)	48,4	45,6	52,1
Espectadores cine nacional (millones)	7,47	8,14	7,55
Cuota de mercado cine nacional (%)	15,4	17,8	14,5
Número de estrenos totales	390	404	428
Número de estrenos extranjeros	223	232	246
Número de estrenos nacionales	167	172	182
Asistencia anual por habitante	1,1	1,1	1,2
Precio medio entrada (USD)	5,4	5,4	6,4



La muestra del top-100 representó casi el 90% de la asistencia total a los cines argentinos en 2015 (cuadro 2.2.2). La cuota de mercado del cine USA se situó en el 79% del total de espectadores de esta muestra, la del cine nacional en el 13,6% y la del iberoamericano en el 1,2%.

Cuadro 2.2.2

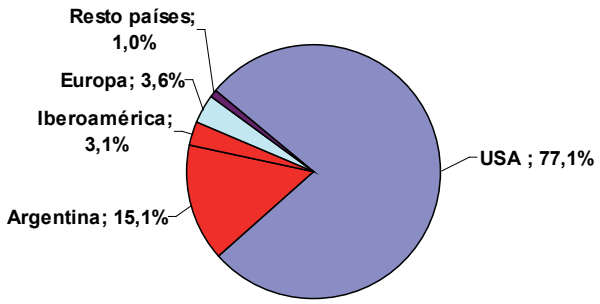
Distribución por el origen de los estrenos del Top-100. Argentina

ESPECTADORES						
Origen	**2013**	**%**	**2014**	**%**	**2015**	**%**
USA	34.155.880	74,0	31.343.094	78,3	36.759.287	79,0
Argentina	6.908.077	15,0	6.750.917	16,9	6.315.661	13,6
Iberoamérica	3.293.797	7,1	398.446	1,0	551.132	1,2
Europa	1.008.323	2,2	1.372.792	3,4	2.478.522	5,3
Resto países	762.316	1,7	168.086	0,4	434.973	0,9
Total	**46.128.393**		**40.033.335**		**46.539.575**	
INGRESOS						
Origen	**2013**	**%**	**2014**	**%**	**2015**	**%**
USA	242.959.896	75,6	181.065.106	79,1	264.907.705	81,0
Argentina	45.233.714	14,1	36.322.071	15,9	39.545.646	12,1
Iberoamérica	21.984.058	6,8	2.964.846	1,3	3.367.578	1,0
Europa	6.460.178	2,0	7.661.385	3,3	16.292.047	5,0
Resto países	4.823.835	1,5	940.294	0,4	2.916.626	0,9
Total	**321.461.681**		**228.953.702**		**327.029.602**	

La cuota acumulada de espectadores en el trienio 2013-2015 refleja el dominio del cine USA, con el 77,1% del mercado, seguido del cine argentino con un 15,1%, del europeo con el 3,6% y del cine iberoamericano con un 3,1% (gráfico 2.2.2).

En cuanto a la distribución por géneros en el top-100, el 87% correspondió a estrenos de ficción, el 12% a obras de animación y el 1% a documentales. Respecto al origen, el 70% fueron obras estadounidenses, el 17% iberoamericanas (13 títulos nacionales), el 12% obras europeas y el 1% de otros países.

Gráfico 2.2.2
Cuota acumulada de espectadores por el origen de los estrenos. Periodo 2013-2015. Argentina



Las distribuidoras americanas acumularon en 2015 una cuota de espectadores en el top-100 de casi un 92% y las independientes el 8% restante. Los *Estudios* con más entradas vendidas fueron UIP (Universal y Paramount) con 18,8 millones de espectadores y Disney con casi 11,5 millones (cuadro 2.2.3).

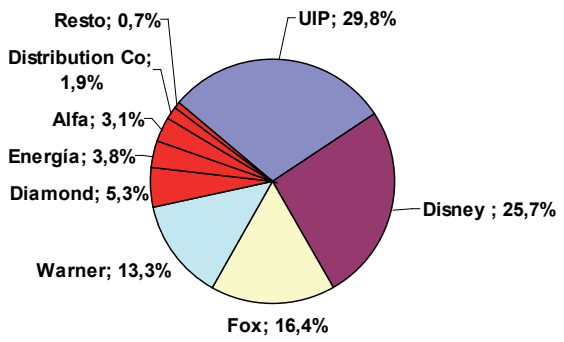
Cuadro 2.2.3

Cuota de espectadores por distribuidoras del Top-100. Argentina

Distribuidoras	2013	%	2014	%	2015	%
Disney	12.633.646	27,4	10.059.297	25,1	11.428.150	24,6
Fox	5.959.580	12,9	7.836.972	19,6	7.769.724	16,7
UIP	14.002.739	30,4	7.383.068	18,4	18.836.675	40,5
Warner Bros	4.897.137	10,6	7.690.190	19,2	4.714.910	10,1
Energia	1.520.640	3,3	2.794.602	7,0	469.756	1,0
Diamond	2.812.241	6,1	2.273.869	5,7	1.907.960	4,1
Alfa	2.109.677	4,6	997.914	2,5	1.004.076	2,2
Distribution Co	1.466.963	3,2	816.616	2,0	255.398	0,5
Zeta	80.908	0,2	180.807	0,5	0	0,0
Resto distribuidoras	644.862	1,4	0	0,0	152.926	0,3
Total	**46.128.393**		**40.033.335**		**46.539.575**	

En el periodo 2013-2015, el porcentaje de espectadores acumulado por las *Majors* se situó en el 85% y el de las independientes en el 15% (gráfico 2.2.3). Las empresas con más cuota de mercado fueron UIP (29,8%) y Disney (25,7%). Entre las independientes destacaron Diamond (5,3%) y Energía (3,8%).

Gráfico 2.2.3
Cuota acumulada de espectadores por distribuidoras. Periodo 2013-2015. Argentina



Respecto a la distribución de espectadores por obras, doce estrenos consiguieron superar el millón de espectadores y casi el 13% (53) de los estrenos totales aglutinaron el 80% (41,4 millones) de la asistencia total de espectadores.

En 2015, la producción estadounidense de animación *Los Minions* fue la más exitosa en Argentina con 4,9 millones de espectadores, seguida por *Fast & Furious 7*, con 3,3 millones, y *Del revés (Inside out)* con 2,8. La coproducción hispano-argentina *El Clan* (Pablo Trapero) consiguió el cuarto puesto con 2,6 millones de espectadores (cuadro 2.2.4).

Las producciones del *ranking* de estrenos provinieron casi en su totalidad de Estados Unidos, con un total de nueve películas (una en coproducción con Canadá y China). El estreno que completa el *ranking* es *El Clan*. La cuota de mercado de estas diez producciones supuso el 42,8% del total de espectadores.

Cuadro 2.2.4

Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2015. Argentina

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos ($)
1	Los Minions	USA	4.936.979	36.540.436
2	Fast & Furious 7	USA	3.382.389	26.549.410
3	Del revés (Inside out)	USA	2.851.682	19.233.413
4	El Clan	Argentina, España	2.643.021	17.233.190
5	Jurassic World	USA	2.042.514	15.118.319
6	Vengadores: La Era de Ultrón	USA	1.869.183	14.756.439
7	Hotel Transilvania 2	USA	1.374.416	9.208.192
8	Cincuenta sombras de Grey	USA	1.244.218	8.668.081
9	Star Wars: El despertar de la fuerza	USA	1.072.225	9.158.227
10	Píxeles	USA, Canadá, China	1.028.709	8.114.675

En cuanto al *ranking* de estrenos nacionales, aparte de la coproducción mencionada, hay que destacar la presencia en segundo lugar de *Abzurdah* (Daniela Goggi), que superó los 800.000 espectadores y la coproducción hispano-argentina *Relatos salvajes* (Damián Szifron) que superó los

500.000 espectadores en su segundo año de exhibición. En este *ranking*, seis obras fueron íntegramente argentinas y el resto coproducciones con España (cuadro 2.2.5).

Cuadro 2.2.5

Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Año 2015. Argentina

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos ($)
1	El Clan	Argentina, España	2.643.021	17.233.190
2	Abzurdah	Argentina	808.135	4.753.483
3	Relatos salvajes	Argentina, España	516.786	2.705.366
4	Sin hijos	Argentina, España	507.761	2.817.064
5	Papeles en el viento	Argentina	395.024	2.057.009
6	Truman	Argentina, España	391.285	2.354.435
7	Boca Juniors, la película	Argentina	270.606	2.141.327
8	Locos sueltos en el zoo	Argentina	223.004	1.413.063
9	Socios por accidente 2	Argentina	175.816	1.072.994
10	El espejo de los otros	Argentina	164.858	959.807

El estreno iberoamericano más exitoso en 2015 fue la coproducción hispano-americana *Tomorrowland: el mundo del mañana* (Brad Bird), con 284.000 espectadores y la película europea más popular fue la producción francesa *Venganza 3*, con casi 800.000 espectadores (cuadro 2.2.6).

Cuadro 2.2.6

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

Iberoamérica

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos ($)
1	Tomorrowland: el mundo del mañana	España, USA	284.100	1.775.904
2	En el corazón del mar	España, Canadá, USA	137.808	852.678
3	Encerrada	Colombia, USA	65.528	351.669
4	Los 33	Chile, Colombia, USA	63.696	387.328

Europa y resto de países

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos ($)
1	Venganza 3	Francia	796.155	4.964.413
2	Dragon Ball Z: La resurrección de F	Japón	434.973	2.916.626
3	Spectre 007	Reino Unido, USA	321.890	2.333.680
4	Everest	Reino Unido, USA, Islandia	306.199	2.368.322
5	El Principito	Francia, Canadá	270.935	1.759.275

BOLIVIA

Los cines bolivianos en 2015 tuvieron una asistencia de 5,5 millones de espectadores y recaudaron 30,9 millones de dólares. El número total de pantallas cinematográficas ascendió a 98. La frecuencia de asistencia se situó en 0,5 películas por habitante y año y el precio medio de la entrada fue de 5,6 dólares. El número de estrenos de cine nacional alcanzó el 6,5% y la cuota de espectadores no superó el 1% (cuadro 2.2.7).

Otros datos destacados respecto a la producción cinematográfica y exhibición en salas de Bolivia son:

· Los cines bolivianos estrenaron 16 películas nacionales en 2015, ocho más que en 2014.
· *Boquerón*, producción ambientada en la guerra del Chaco, fue la película boliviana más vista en salas y la única que consiguió entrar en el top-100.
· Más de 30 películas bolivianas se exhibieron internacionalmente, tanto en festivales como en ciclos específicos.

Cuadro 2.2.7
Panorama cinematográfico en Bolivia

Datos	2013	2014	2015
Población (millones)	10,6	10,6	10,8
PIB-GDP (billones USD)	0,672	0,709	0,738
PIB-per capita (USD)	6.000	6.300	6.500
Número de pantallas de cine	80	98	98
Ingresos cine (millones USD)	27,8	25,8	30,9
Espectadores cine (millones)	3,9	4,5	5,5
Espectadores cine nacional (millones)	0,04	0,03	0,04
Cuota de mercado cine nacional (%)	1,0	0,7	0,7
Número de estrenos totales	158	265	248
Número de estrenos extranjeros	147	257	232
Número de estrenos nacionales	11	8	16
Asistencia anual por habitante	0,4	0,4	0,5
Precio medio entrada (USD)	7,1	5,7	5,6

La muestra del top-100 representó el 95% de la asistencia total a los cines bolivianos en 2015. La cuota de espectadores del cine USA superó el 86%, la del cine nacional se situó en el 0,5% y la del cine iberoamericano en torno al 4,6% (cuadro 2.2.8).

La cuota acumulada de espectadores en el trienio 2013-2015 refleja el dominio del cine USA, con el 88,4% del mercado, seguido del cine iberoamericano con el 5,7%, del europeo con el 4,5% y del cine boliviano con el 0,8% (gráfico 2.2.4).

Cuadro 2.2.8

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

ESPECTADORES

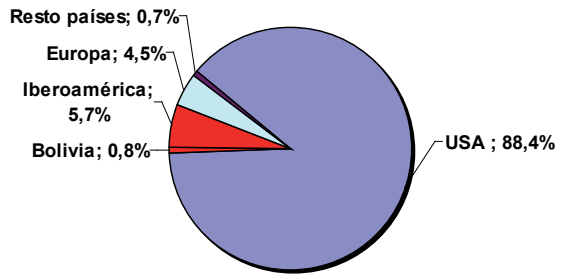
Origen	2013	%	2014	%	2015	%
USA	3.463.920	86,8	3.939.376	92,0	4.582.603	86,3
Bolivia	39.344	1,0	32.359	0,8	28.001	0,5
Iberoamérica	350.305	8,8	166.631	3,9	242.961	4,6
Europa	104.533	2,6	114.203	2,7	429.268	8,1
Resto países	30.919	0,8	29.507	0,7	28.401	0,5
Total	**3.989.021**		**4.282.076**		**5.311.234**	

INGRESOS

Origen	2013	%	2014	%	2015	%
USA	25.211.562	87,3	22.735.778	92,4	25.781.400	87,5
Bolivia	256.060	0,9	158.826	0,6	130.589	0,4
Iberoamérica	2.399.410	8,3	865.801	3,5	1.275.310	4,3
Europa	767.869	2,7	643.991	2,6	2.126.698	7,2
Resto países	228.623	0,8	189.764	0,8	134.969	0,5
Total	**28.863.524**		**24.594.160**		**29.448.966**	

En cuanto a la distribución por géneros del top-100, el 84% correspondieron a estrenos de ficción, el 15% a obras de animación y el 1% a documentales. Respecto al origen, el 71% correspondieron a obras estadounidenses, el 12% a iberoamericanas (un estreno nacional), el 16% a obras europeas y el 1% a otros países.

Gráfico 2.2.4
Cuota acumulada de espectatores por el origen de los estrenos. Periodo 2013-2015. Bolivia



Las *majors* americanas acumularon en 2015 una cuota de espectadores en el top-100 del 87,5% y las independientes el 12,5% restante. Los *Estudios* con más entradas vendidas fueron Disney, con casi 1,3 millones, y Universal con 1,2 millones (cuadro 2.2.9).

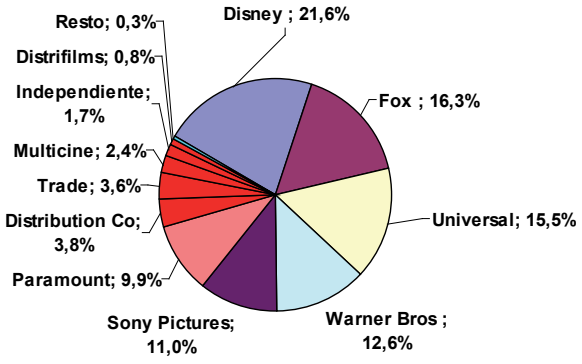
Cuadro 2.2.9

Cuota de espectadores por distribuidoras del top 100. Bolivia

Origen	2013	%	2014	%	2015	%
Disney	840.754	21,1	847.810	19,8	1.267.731	23,9
Fox	646.541	16,2	826.303	19,3	716.858	13,5
Warner Bros	502.018	12,6	709.018	16,6	464.071	8,7
Paramount	301.060	7,5	646.883	15,1	373.540	7,0
Universal	619.112	15,5	369.272	8,6	1.182.641	22,3
Sony Pictures	546.826	13,7	309.470	7,2	640.454	12,1
Distribution Co	153.865	3,9	167.014	3,9	198.645	3,7
Trade	130.669	3,3	159.106	3,7	208.499	3,9
Distrifilms	23.101	0,6	97.477	2,3	41.312	0,8
Multicine	86.936	2,2	99.256	2,3	142.867	2,7
Independiente	114.080	2,9	50.467	1,2	62.704	1,2
Resto	24.059	0,6	0	0,0	11.912	0,2
Total	**3.989.021**		**4.282.076**		**5.311.234**	

En el periodo 2013-2015, el porcentaje de espectadores acumulado por las *Majors* alcanzó el 86,9% y el resto de distribuidoras el 13,1% (gráfico 2.2.5). Las empresas con más cuota de mercado fueron Disney (21,6%) y Fox (16,3%). Entre las independientes destacaron Distribution Company (3,8%) y Trade Internacional (3,6%).

Gráfico 2.2.5
Cuota acumulada de espectadores por distribuidoras. Periodo 2013-2015. Bolivia



Respecto a la distribución de espectadores por obras, quince estrenos consiguieron superar los 100.000 espectadores y el 17,7% (44) de los estrenos totales aglutinaron el 80% (4,4 millones) de la asistencia total de espectadores.

En 2015, la producción estadounidense *Vengadores: la era de Ultrón* (Joss Whedon) fue la más exitosa con 392.000 espectadores, seguida por las también estadounidenses *Fast & Furious 7*, con 330.000 y *Hotel Transilvania 2* con 268.000 (cuadro 2.2.10).

Las producciones del *ranking* de estrenos provinieron en su totalidad de Estados Unidos (una en coproducción con Canadá y China). La cuota de mercado de estas diez producciones supuso el 41,8% del total de espectadores.

Cuadro 2.2.10

Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2015. Bolivia

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos ($)
1	Vengadores: La Era de Ultrón	USA	392.435	2.290.496
2	Fast & Furious 7	USA	330.590	2.015.260
3	Hotel Transilvania 2	USA	268.145	1.341.724
4	Los Minions	USA	255.938	1.431.296
5	Star Wars: el despertar de la fuerza	USA	249.706	1.594.632
6	Jurassic World	USA	248.845	1.468.463
7	Del revés (Inside out)	USA	184.116	990.238
8	El viaje de Arlo	USA	160.587	938.137
9	San Andrés	USA	126.283	844.095
10	Píxeles	USA, Canadá, China	124.080	720.504

En cuanto al *ranking* de estrenos nacionales, en primer lugar figura la obra *Boquerón* (Tonchy Antezada) que sobrepasó los 29.000 espectadores. En cuanto al resto de estrenos del cine boliviano, hay que mencionar las películas *Celeste* (Ernesto Anaya y Hugo Cabrera) y *Corazón de dragón* (Paolo Agazzi). De las diez primeras películas nacionales, ocho fueron íntegramente bolivianas y dos coproducciones (cuadro 2.2.11).

Cuadro 2.2.11

Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Año 2015. Bolivia

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos ($)
1	Boquerón	Bolivia	29.043	134.289
2	Celeste	Bolivia	2.311	11.488
3	Corazón de dragón	Bolivia	1.906	8.175
4	Norte Estrecho	Bolivia, Argentina, México	1.641	6.617
5	Mis espíritus de Navidad	Bolivia	1.624	8.938
6	El caso Boliviano	Bolivia, Colombia, Australia	1.326	6.804
7	Bloody Valentine: Satánica adicción	Bolivia	733	4.112
8	Chila Taxi	Bolivia	556	3.277
9	Pancho y Silpancho	Bolivia	531	3.427
10	Olalla	Bolivia	522	2.083

El estreno iberoamericano más exitoso en 2015 fue la coproducción hispano-americana *Exodus: dioses y reyes* (Ridley Scott), con 82.000 espectadores y la película europea más popular en 2015 en Bolivia fue la producción francesa *Venganza 3*, con 63.000 espectadores (cuadro 2.2.12).

Cuadro 2.2.12

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

Iberoamérica

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos ($)
1	Exodus: dioses y reyes	España, R. Unido, USA	82.637	487.119
2	Tomorrowland	España, USA	29.119	152.624
3	Cementerio general 2	Perú	25.823	139.243
4	Un gallo con muchos huevos	México	24.038	121.821
5	Los 33	Chile, Colombia, USA	18.416	100.150

Europa y resto de países				
Nº	**Título**	**Origen**	**Espectadores**	**Ingresos ($)**
1	Venganza 3	Francia	63.013	353.274
2	El Principito	Francia, Canadá	55.234	109.817
3	Everest	R. Unido, USA, Islandia	46.876	261.230
4	Spectre 007	Reino Unido, USA	42.165	242.957
5	La Bella y la Bestia	Francia, Alemania, USA	31.267	163.435

BRASIL

Los cines brasileños en 2015 acumularon una asistencia de casi 173 millones de espectadores y recaudaron 715,2 millones de dólares. El número de pantallas cinematográficas ascendió a 3.013. La frecuencia de asistencia se situó en 0,8 películas por habitante y año y el precio medio de la entrada descendió hasta los 3,5 dólares. El número de estrenos de cine nacional alcanzó el 29% y la cuota de espectadores el 13% (cuadro 2.2.13).

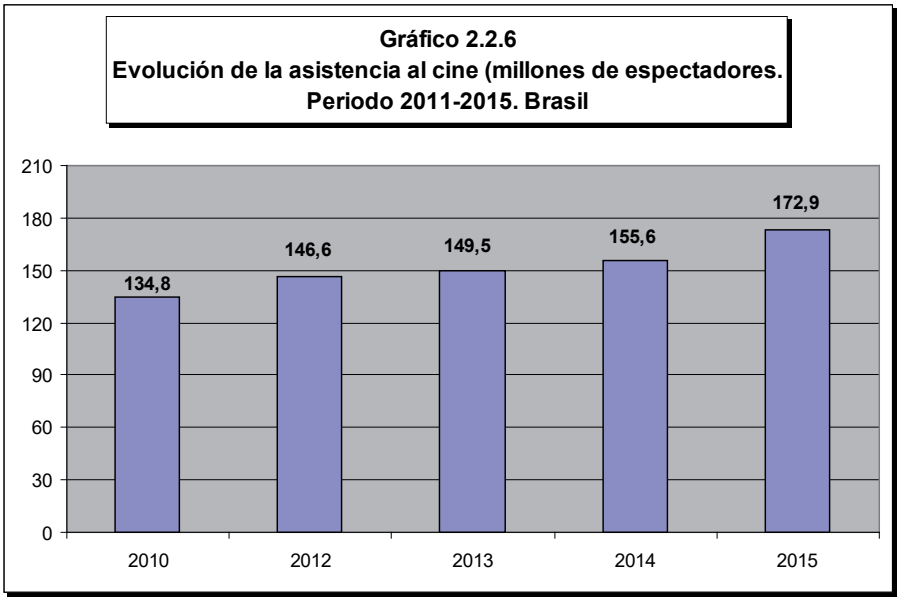
Otros datos significativos sobre la exhibición cinematográfica en salas de Brasil son:

· Los casi 173 millones de entradas vendidas consolidan la asistencia de espectadores en los últimos años. Respecto a 2009, los cines brasileños ganan 60 millones de espectadores.
· La asistencia de espectadores sitúan a Brasil como el octavo mercado cinematográfico más grande del mundo.
· En el Top-20 se encuentran 3 filmes brasileños que acumulan el 43% del público asistente al cine nacional.
· El mercado de cines aumenta en 58 complejos (252 salas). Este incremento permite al país superar las 3.000 pantallas de cine, de las cuales, el 92% están digitalizadas.

Cuadro 2.2.13
Panorama cinematográfico en Brasil

Datos	2013	2014	2015
Población (millones)	201,0	202,6	204,2
PIB-PPA (billones USD)	3,261	3,265	3,166
PIB per capita (USD)	15.700	15.800	15.800
Número de pantallas de cine	2.678	2.833	3.013
Ingresos cine (millones USD)	814,0	833,7	715,2
Asistencia espectadores (millones)	149,5	155,6	172,9
Espectadores cine nacional (millones)	27,78	19,05	22,49
Cuota de mercado cine nacional (%)	18,5	12,2	13,0
Número de estrenos totales	397	387	393
Número de estrenos extranjeros	268	273	279
Número de estrenos nacionales	129	114	114
Asistencia anual por habitante	0,7	0,8	0,8
Precio medio entrada (USD)	5,4	5,3	3,5

La evolución de la asistencia a las salas cinematográficas en los últimos cinco años muestra una progresiva tendencia al alza, con un incremento de 38,1 millones de espectadores desde 2011 hasta 2015. La subida más significativa se produjo en el último año, en el que aumentó en 17,3 millones con respecto al anterior (gráfico 2.2.6).



La muestra del top-100 representó casi el 92% de la asistencia total a los cines de Brasil en 2015. La cuota de mercado del cine USA rozó el 80%, la del cine nacional se situó en el 13,1% y la del cine iberoamericano en el 1,1% (cuadro 2.2.14).

Cuadro 2.2.14

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

ESPECTADORES

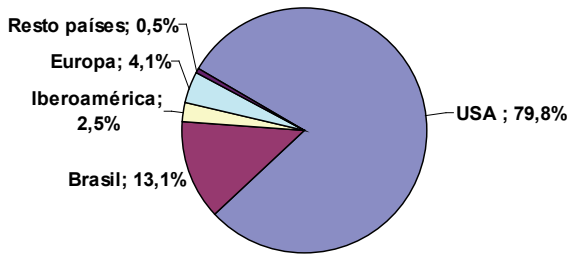
Origen	2013	%	2014	%	2015	%
USA	107.880.255	75,5	120.260.812	84,4	126.327.728	79,6
Brasil	23.537.521	16,5	14.040.622	9,9	20.812.663	13,1
Iberoamérica	7.428.261	5,2	1.828.712	1,3	1.699.319	1,1
Europa	3.380.639	2,4	5.623.971	3,9	9.454.248	6,0
Resto países	687.337	0,5	751.804	0,5	333.909	0,2
Total	**142.914.013**		**142.505.921**		**158.627.867**	

INGRESOS

Origen	2013	%	2014	%	2015	%
USA	626.349.686	77,0	655.290.592	85,2	540.648.936	81,1
Brasil	120.450.647	14,8	69.330.067	9,0	76.999.526	11,6
Iberoamérica	42.139.511	5,2	11.381.748	1,5	7.021.719	1,1
Europa	21.055.564	2,6	29.623.405	3,8	40.320.359	6,1
Resto países	3.523.227	0,4	3.888.492	0,5	1.302.136	0,2
Total	**813.518.635**		**769.514.304**		**666.292.676**	

La cuota acumulada de espectadores en el trienio 2013-2015 refleja el dominio del cine USA, con el 79,8% del mercado, seguido del cine brasileño con el 13,1%, del europeo con el 4,1% y del cine iberoamericano con el 2,5% (gráfico 2.2.7).

Gráfico 2.2.7
Cuota acumulada de espectadores por el origen de los estrenos. Periodo 2013-2015. Brasil



En cuanto a la distribución por géneros del top-100, el 88% correspondieron a estrenos de ficción y el 12% a obras de animación. Respecto al origen, el 71% correspondió a obras estadounidenses, el 17% a iberoamericanas (15 estrenos nacionales), el 11% a obras europeas y el 1% a otros países.

Las distribuidoras americanas acumularon en 2015 una cuota de espectadores en el top-100 del 77,5% y las independientes el 22,5% restante. Los Estudios con más entradas vendidas fueron Universal con 36,8 millones y Disney con más de 28 millones (cuadro 2.2.15).

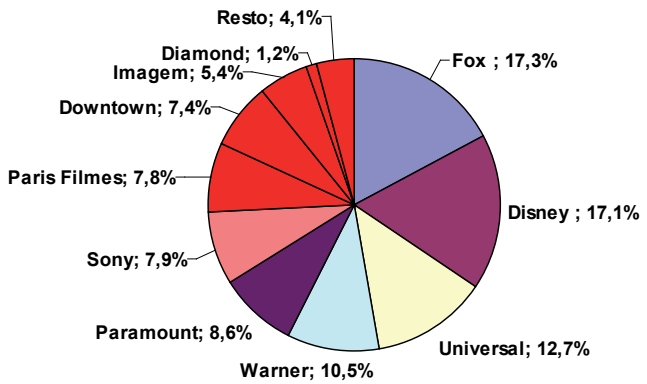
Cuadro 2.2.15

Cuota de espectadores por distribuidoras del top-100. Brasil

Origen	2013	%	2014	%	2015	%
Fox	17.637.155	12,3	34.958.474	24,5	24.095.771	15,2
Disney	24.750.413	17,3	22.990.763	16,1	28.215.015	17,8
Warner Bros	14.932.177	10,4	18.177.816	12,8	13.369.313	8,4
Paramount	10.602.736	7,4	16.592.189	11,6	10.656.790	6,7
Sony Pictures	14.249.397	10,0	10.669.717	7,5	9.781.421	6,2
Universal	15.020.703	10,5	6.057.536	4,3	36.830.471	23,2
Imagem	11.222.791	7,9	8.931.374	6,3	3.381.950	2,1
Paris Filmes	12.593.497	8,8	8.828.979	6,2	13.415.033	8,5
Downtown	13.336.918	9,3	7.760.845	5,4	11.909.113	7,5
California	763.361	0,5	2.873.490	2,0	910.776	0,6
H2O Films	191.626	0,1	756.406	0,5	3.274.740	2,1
Diamond	1.217.497	0,9	1.821.446	1,3	1.951.402	1,2
PlayArte	2.054.319	1,4	1.579.562	1,1	0	0,0
Europa	2.143.209	1,5	507.324	0,4	0	0,0
Otros	2.198.214	1,5	0	0,0	836.072	0,5
Total	**142.914.013**		**142.505.921**		**158.627.867**	

En el periodo 2013-2015, el porcentaje de espectadores acumulado por las *Majors* alcanzó el 74,1% y el resto de distribuidoras el 25,9% (gráfico 2.2.8). Las empresas con más cuota de mercado fueron Fox (17,3%) y Disney (17,1%). Entre las independientes destacaron Paris filmes (7,8%) y Downtown (7,4%).

Gráfico 2.2.8
Cuota acumulada de espectadores por distribuidoras. Periodo 2013-2015. Brasil



Respecto a la distribución de espectadores por obras, ocho estrenos consiguieron superar los cuatro millones de espectadores y el 12,2% (48) de los estrenos totales aglutinaron el 80% (138,3 millones) de la asistencia total de espectadores.

En 2015, la producción estadounidense *Vengadores: la Era de Ultrón* fue la más exitosa en Brasil con 10,1 millones de espectadores, seguida por *Fast & Furious 7*, con 9,8 millones y *Los Minions* con 8,9. Por su parte, la película brasileña *Loucas pra casar* (Roberto Santucci) consiguió el décimo puesto con 3,7 millones de espectadores (cuadro 2.2.16).

Las producciones del *ranking* de estrenos provinieron mayoritariamente de Estados Unidos, con un total de nueve películas (una en coproducción con Reino Unido). El estreno restante es la citada producción brasileña. La cuota de mercado de estas diez producciones supuso el 36,6% del total de espectadores.

Cuadro 2.2.16
Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2015. Brasil

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos ($)
1	Vengadores: La Era de Ultrón	USA	10.129.071	50.227.813
2	Fast & Furious 7	USA	9.857.746	46.269.055
3	Los Minions	USA	8.912.034	38.423.442
4	Cincuenta sombras de Grey	USA	6.685.086	29.740.918
5	Jurassic World	USA	6.356.559	28.689.538
6	Star Wars: el despertar de la fuerza	USA	5.558.321	23.663.437
7	Los juegos del hambre: Sinsajo - Parte 2	USA	4.390.141	17.320.525
8	Cenicienta	USA, R. Unido	4.199.697	15.858.108
9	Del revés (Inside out)	USA	3.783.279	13.972.715
10	Loucas Pra Casar	Brasil	3.726.497	16.041.892

En cuanto al *ranking* de estrenos nacionales, aparte de la mencionada, hay que destacar la presencia en segundo lugar de *Vai que cola: O filme* (César Rodrigues), que superó los 3,3 millones de espectadores y en tercera posición *Meu passado me condena 2* (Julia Rezende) que superó los 2,6 millones (cuadro 2.2.17).

Cuadro 2.2.17

Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Año 2015. Brasil

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos ($)
1	Loucas Pra Casar	Brasil	3.726.497	16.041.892
2	Vai que cola: O filme	Brasil	3.307.837	10.493.696
3	Meu Passado Me Condena 2	Brasil	2.651.817	10.553.775
4	Carrossel: O filme	Brasil	2.536.036	8.558.449
5	Ate que a sorte nos separe 2	Brasil	1.751.364	5.683.158
6	S.O.S.: Mulheres ao mar 2	Brasil	1.637.032	4.925.654
7	Os caras de Pau	Brasil	1.241.637	4.934.649
8	Linda de morrer	Brasil	957.086	3.489.055
9	Qualquer gato vira-lata 2	Brasil	807.827	3.139.091
10	Bem casados	Brasil	547.002	1.902.298

El estreno iberoamericano más exitoso en 2015 fue la coproducción hispano-americana *En el corazón del mar* (Ron Howard), que superó el millón de espectadores y la película europea más popular fue la coproducción anglo-americana *Spectre 007*, con más de dos millones (cuadro 2.2.18).

Cuadro 2.2.18

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

Iberoamérica

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos ($)
1	En el corazón del mar	España, USA, Canadá	1.018.486	4.238.999
2	Tomorrowland	España, USA	680.833	2.782.720

Europa y resto de países

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos ($)
1	Spectre 007	R. Unido, USA	2.094.832	8.374.964
2	El Principito	Francia, Canadá	2.051.257	8.034.312
3	Venganza 3	Francia	1.453.833	7.055.127
4	La teoría del todo	Reino Unido	764.058	4.295.579
5	Victor Frankenstein	R.Unido, USA	678.339	2.363.825

CHILE

Los cines de Chile en 2015 tuvieron una asistencia de 26 millones de espectadores y recaudaron 126,4 millones de dólares. El número de pantallas cinematográficas ascendió a 379. La frecuencia de asistencia se situó en 1,4 películas por habitante y año y el precio medio de la entrada en 4,9 dólares. El número de estrenos de cine nacional supuso el 11,8% y la cuota de espectadores el 3,6% (cuadro 2.2.19).

Otros datos significativos sobre la exhibición cinematográfica en salas de Chile son:

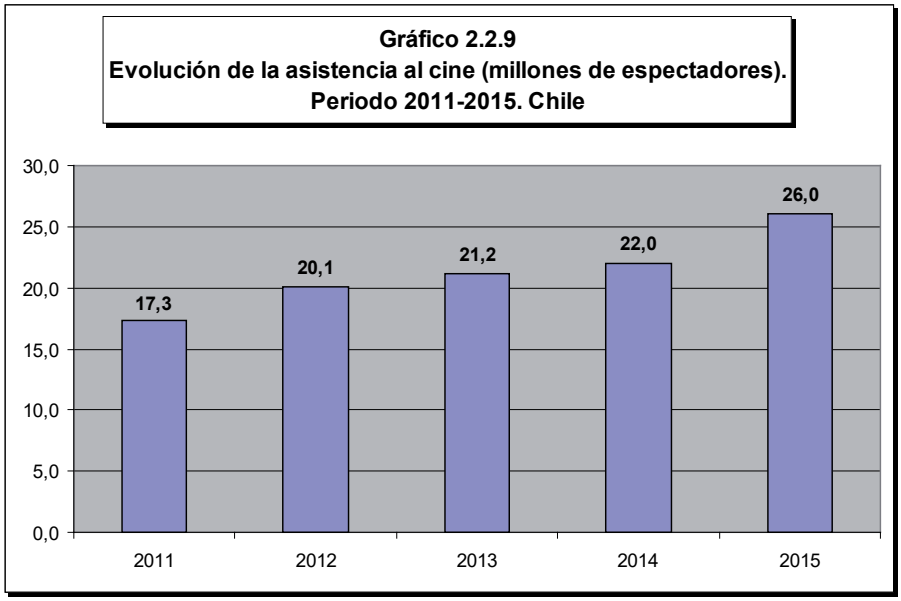
· Los 26 millones de entradas vendidas consolidan el ascenso continuado de asistencia a las salas en los últimos 15 años.
· La asistencia al cine chileno supera los 900.000 espectadores y recupera más de un 50% de entradas con respecto al 2014.
· El número de pantallas de cine aumenta desde 348 de 2014 a 379 de 2015.

Cuadro 2.2.19
Panorama cinematográfico en Chile

	2013	2014	2015
Población (millones)	17,5	17,7	17,8
PIB-PPA (billones USD)	0,407	0,414	0,424
PIB per capita (USD)	22.900	23.300	23.800
Número de pantallas de cine	340	348	379
Ingresos cine (millones USD)	123,9	122,2	126,4
Espectadores cine (millones)	21,2	22,0	26,0
Espectadores cine nacional (millones)	1,70	0,58	0,93
Cuota de mercado cine nacional (%)	8,0	2,7	3,6
Número de estrenos totales	178	229	220
Número de estrenos extranjeros	152	189	194
Número de estrenos nacionales	26	40	26
Asistencia anual por habitante	1,2	1,2	1,4
Precio medio entrada (USD)	5,8	5,4	4,9

La evolución de la asistencia a las salas cinematográficas en los últimos cinco años muestra una progresiva tendencia al alza, con un incremento de 8,7 millones de espectadores desde 2011 hasta 2015. El aumento más significativo se produjo durante el último año (gráfico 2.2.9).

egeda



La muestra del top-100 representó el 93% de la asistencia total en 2015. La cuota de mercado del cine USA superó el 83% del total de espectadores de esta muestra, la del cine nacional alcanzó el 3,5% y la del cine iberoamericano el 6,3% (cuadro 2.2.20).

Cuadro 2.2.20

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

ESPECTADORES

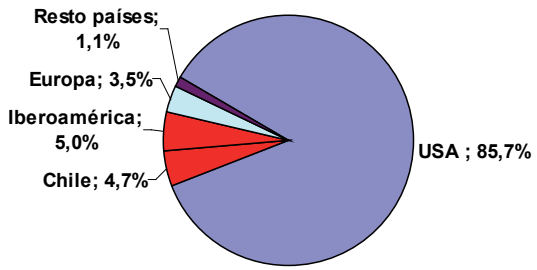
Origen	2013	%	2014	%	2015	%
USA	16.544.822	81,5	18.921.174	92,5	20.105.530	83,1
Chile	1.718.124	8,5	460.387	2,3	846.629	3,5
Iberoamérica	1.507.543	7,4	269.557	1,3	1.514.889	6,3
Europa	213.995	1,1	722.777	3,5	1.410.310	5,8
Resto países	327.891	1,6	84.177	0,4	327.751	1,4
Total	**20.312.375**		**20.458.072**		**24.205.109**	

INGRESOS

Origen	2013	%	2014	%	2015	%
USA	102.666.564	82,6	101.644.657	93,1	103.416.175	84,4
Chile	9.547.289	7,7	2.018.836	1,8	3.699.948	3,0
Iberoamérica	9.120.455	7,3	1.551.551	1,4	7.434.674	6,1
Europa	1.333.555	1,1	3.617.575	3,3	6.455.929	5,3
Resto países	1.683.728	1,4	359.149	0,3	1.579.388	1,3
Total	**124.351.590**		**109.191.768**		**122.586.114**	

La cuota acumulada de espectadores en el trienio 2013-2015 refleja el dominio del cine USA, con el 85,7% del mercado, seguido del cine iberoamericano con el 5%, del chileno con el 4,7% y del cine europeo con el 3,5% (gráfico 2.2.10).

Gráfico 2.2.10
Cuota acumulada de espectadores por el origen de los estrenos. Periodo 2013-2015. Chile



En cuanto a la distribución por géneros en el top-100, el 84% correspondió a estrenos de ficción y el 16% a obras de animación. Respecto al origen, el 68% fueron obras estadounidenses, el 15% iberoamericanas (9 estrenos nacionales), el 15% obras europeas y el 2% de otros países.

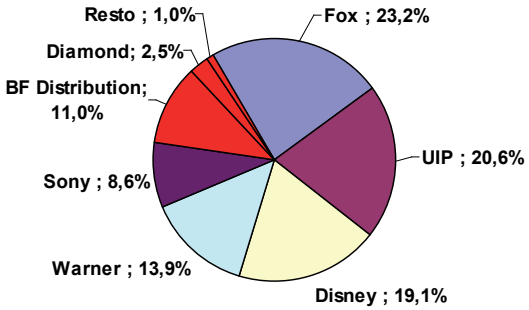
Las *majors* americanas acumularon en 2015 una cuota de espectadores del 87,8% en 2014 y las independientes el 12,2% restante (cuadro 2.2.21). Los *Estudios* con más entradas vendidas fueron Universal, con casi 6 millones, y Disney con más de cinco millones (cuadro 2.2.21).

Cuadro 2.2.21
Cuota de espectadores por distribuidoras del top-100. Chile

Origen	2013	%	2014	%	2015	%
Fox	4.237.529	20,9	5.992.430	29,3	4.739.133	19,6
Warner Bros	2.798.395	13,8	3.755.874	18,4	2.311.701	9,6
Disney	3.760.029	18,5	3.476.175	17,0	5.277.691	21,8
Paramount	1.300.132	6,4	2.287.205	11,2	950.690	3,9
Sony	2.363.156	11,6	1.211.125	5,9	1.987.322	8,2
Universal	2.254.795	11,1	899.881	4,4	5.975.062	24,7
BF distribution	2.798.395	13,8	1.917.715	9,4	2.430.564	10,0
Diamond	551.845	2,7	699.949	3,4	340.667	1,4
Andes film	148.428	0,7	86.845	0,4	29.096	0,1
Cinecolor	0	0,0	87.781	0,4	118.065	0,5
Resto	99.671	0,5	43.092	0,2	45.118	0,2
Total	**20.312.375**		**20.458.072**		**24.205.109**	

En el periodo 2013-2015, el porcentaje de espectadores acumulado por las *Majors* alcanzó el 85,4% y el resto de distribuidoras el 14,6% (gráfico 2.2.11). Las empresas con más cuota de mercado fueron Fox (23,2%), UIP (20,6%) y Disney (19,1%). Entre las independientes destacaron BF Distribution (11%) y Diamond (2,5%).

Gráfico 2.2.11
Cuota acumulada de espectadores por distribuidoras. Periodo 2013-2015. Chile



Respecto a la distribución de espectadores por obras, siete estrenos consiguieron superar el millón de espectadores y el 19,1% (42) de los estrenos totales aglutinaron el 80% (20,8 millones) de la asistencia total de espectadores.

En 2015, la producción estadounidense *Los Minions* fue la más exitosa en Chile tras superar los dos millones de espectadores, seguida por *Del revés (Inside out*) y *Fast & Furious 7*, ambas con 1,5 millones. Por su parte, *Los 33* (Patricia Riggen), producción estadounidense en la que participaron productoras de Chile y Colombia, consiguió el quinto puesto, superando el millón de espectadores (cuadro 2.2.22).

Las producciones del *ranking* de estrenos provinieron de Estados Unidos en su totalidad. La cuota de mercado de estas diez producciones supuso el 46,4% del total de espectadores.

Cuadro 2.2.22

Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2015. Chile

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos ($)
1	Los Minions	USA	2.088.803	10.642.800
2	Del revés (Inside out)	USA	1.578.386	7.375.204
3	Fast & Furious 7	USA	1.538.985	9.737.427
4	Vengadores: La Era de Ultrón	USA	1.149.901	6.857.079
5	Los 33	USA, Chile, Colombia	1.059.578	5.128.561
6	Jurassic World	USA	1.033.591	6.033.662
7	Star Wars: el despertar de la fuerza	USA	1.023.152	6.622.640
8	San Andrés	USA	996.643	6.000.419
9	Hotel Transilvania 2	USA	938.333	3.883.995
10	Cincuenta sombras de Grey	USA	685.693	3.425.667

En cuanto al *ranking* de estrenos nacionales hay que destacar la presencia de *El bosque de Karadima* (Matías Lira), que superó los 300.000 espectadores y *Alma* (Diego Rougier) que rondó los 200.000 (cuadro 2.2.23). De las diez primeras películas nacionales, hay cinco íntegramente chilenas y cinco coproducciones (cuatro con Argentina).

Cuadro 2.2.23

Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Año 2015. Chile

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos ($)
1	El bosque de Karadima	Chile, Argentina	307.695	1.485.551
2	Alma	Chile, Argentina	199.415	769.618
3	La memoria del agua	Chile, España, Argentina	87.509	363.845
4	Fuerzas especiales 2	Chile	69.546	279.607
5	Lusers, los amigos no se eligen	Chile, Argentina, Perú	54.663	199.789
6	Héroes: el asilo contra la opresión	Chile	49.751	210.931
7	El Club	Chile	45.118	234.880
8	Allende en su laberinto	Chile, Venezuela	32.932	155.727
9	Perla	Chile	16.318	79.958
10	La once	Chile	16.268	79.713

Los estrenos en los que participaron países iberoamericanos con un mejor rendimiento en las salas chilenas fueron la anteriormente mencionada *Los 33, seguida de En el corazón del mar*, con 162.000 espectadores y *Tomorrowland* con 133.604, ambas coproducciones hispano-americanas. La película europea más popular en 2015 en Chile fue la producción francesa *Venganza 3*, con 359.000 espectadores (cuadro 2.2.24).

Cuadro 2.2.24

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

Iberoamérica

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos ($)
1	Los 33	USA, Chile, Colombia	1.059.578	5.128.561
2	En el corazón del mar	España, USA, Canadá	162.622	816.847
3	Tomorrowland	España, USA	133.604	751.045
4	El Clan	España, Argentina	78.574	356.899
5	Atrapa la bandera	España	30.682	134.773

Europa y resto de países

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos ($)
1	Venganza 3	Francia	359.010	1.650.463
2	Dragon Ball Z: La resurrección de F	Japón	298.655	1.437.016
3	Spectre 007	Reino Unido, USA	187.246	1.003.488
4	Everest	Reino Unido, USA	142.897	589.132
5	El Principito	Francia, Canadá	139.960	561.236

COLOMBIA

Los cines colombianos acumularon 59,1 millones de espectadores y recaudaron 179,9 millones de dólares en 2015. El número de pantallas cinematográficas ascendió a 935. La frecuencia de asistencia se situó en 1,2 películas por habitante y año y el precio medio de la entrada en 3 dólares. El número de estrenos de cine nacional alcanzó el 12% y la cuota de espectadores el 9,8% (cuadro 2.2.25).

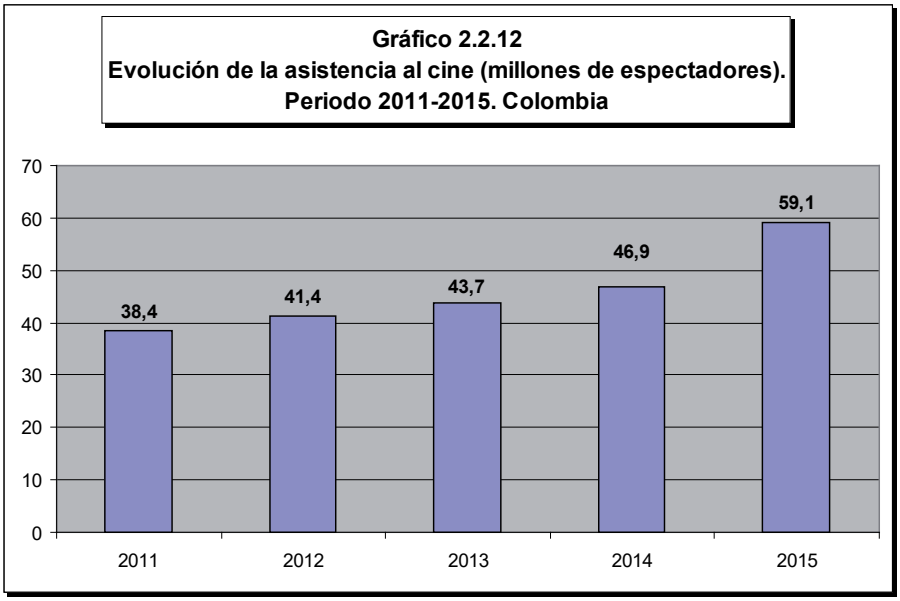
Otros datos significativos sobre la exhibición cinematográfica en salas de Colombia en 2015 son:

· Los 59,1 millones de entradas vendidas consolidan el auge del cine en Colombia.
· Las 36 películas colombianas estrenadas supone el número más alto registrado en los últimos 20 años.
· El mercado de salas de cine aumenta un 6,4% hasta situarse en 935 pantallas.

Cuadro 2.2.25
Panorama cinematográfico en Colombia

Datos	2013	2014	2015
Población (millones)	46,6	46,6	46,7
PIB-PPA (billones USD)	0,621	0,648	0,665
PIB per capita (USD)	13.000	13.600	14.000
Número de pantallas de cine	815	879	935
Ingresos cine (millones USD)	178,9	189,1	179,9
Espectadores cine (millones)	43,7	46,9	59,1
Espectadores cine nacional (millones)	2,14	2,20	5,81
Cuota de mercado cine nacional (%)	4,9	4,7	9,8
Número de estrenos totales	243	249	301
Número de estrenos extranjeros	226	221	265
Número de estrenos nacionales	17	28	36
Asistencia anual por habitante	0,9	1,0	1,2
Precio medio entrada (USD)	4,1	4,0	3,0

La evolución de la asistencia a las salas cinematográficas en los últimos cinco años muestra una progresiva tendencia al alza, con un incremento de 20,7 millones de espectadores desde 2011 hasta 2015. El último año experimento el aumento más significativo con más de 12 millones (gráfico 2.2.12).



La muestra del top-100 representó el 93,4% de la asistencia total a los cines colombianos (cuadro 2.2.26). La cuota de mercado del cine USA se situó en el 79,5%, la del cine nacional en el 10,4% y la del cine iberoamericano en el 1,7%.

Cuadro 2.2.26

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

ESPECTADORES

Origen	2013	%	2014	%	2015	%
USA	33.918.880	82,7	36.523.240	85,8	43.930.557	79,5
Colombia	1.290.426	3,1	1.559.803	3,7	5.722.118	10,4
Iberoamérica	4.105.608	10,0	2.422.267	5,7	959.055	1,7
Europa	1.121.891	2,7	1.819.295	4,3	4.366.483	7,9
Resto países	563.923	1,4	243.074	0,6	298.341	0,5
Total	**41.000.728**		**42.567.679**		**55.276.554**	

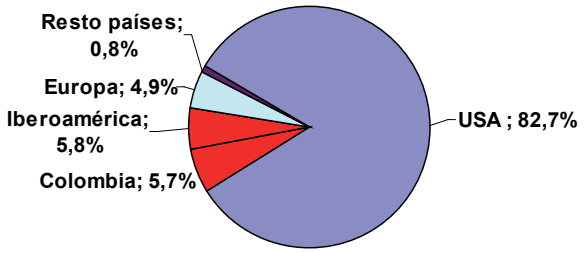
INGRESOS

Origen	2013	%	2014	%	2015	%
USA	155.304.463	83,7	155.066.578	87,2	142.645.299	82,9
Colombia	5.184.259	2,8	5.539.952	3,1	12.946.242	7,5
Iberoamérica	17.455.930	9,4	9.632.565	5,4	2.758.377	1,6
Europa	5.359.569	2,9	6.642.460	3,7	12.958.396	7,5
Resto países	2.155.967	1,2	895.931	0,5	783.180	0,5
Total	**185.460.188**		**177.777.486**		**172.091.494**	

La cuota acumulada de espectadores en el trienio 2013-2015 refleja el dominio del cine USA, con el 82,7% del mercado, seguido del cine iberoamericano con el 5,8%, del colombiano con el 5,7% y del cine europeo con el 4,9% (gráfico 2.2.13).

En cuanto a la distribución por géneros del top-100, el 81% correspondieron a estrenos de ficción, el 18% a obras de animación y el 1% a documentales. Respecto al origen, el 68% correspondieron a obras estadounidenses, el 14% a iberoamericanas (10 estrenos nacionales), el 17% a obras europeas y el 1% a otros países.

Gráfico 2.2.13
Cuota acumulada de espectadores por el origen de los estrenos. Periodo 2013-2015. Colombia



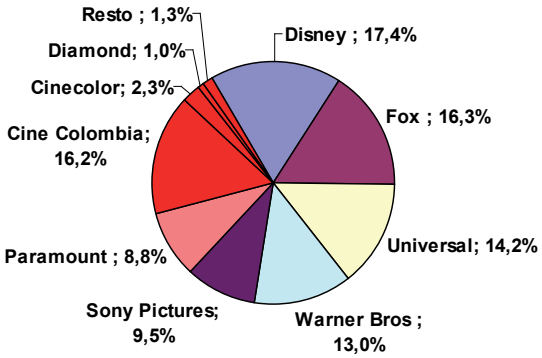
Las distribuidoras americanas acumularon en 2015 una cuota de espectadores en el top-100 del 79,7% y las independientes el 20,3% restante. Los *Estudios* cuyas películas vendieron más entradas fueron Universal, con casi 13 millones y Disney con 8,5 millones. La empresa independiente Cine Colombia sumó con 9,5 millones de entradas (cuadro 2.2.27).

Cuadro 2.2.27
Cuota de espectadores por distribuidoras del top-100. Colombia

Origen	2013	%	2014	%	2015	%
Fox	5.522.340	13,5	9.176.031	21,6	7.596.074	13,7
Disney	8.120.906	19,8	7.190.348	16,9	8.510.049	15,4
Warner Bros	5.499.108	13,4	6.296.231	14,8	6.029.857	10,9
Paramount	3.205.474	7,8	5.317.647	12,5	3.350.744	6,1
Universal	5.305.877	12,9	2.716.230	6,4	12.934.993	23,4
Sony Pictures	5.084.228	12,4	2.496.048	5,9	5.660.375	10,2
Cine Colombia	6.356.965	15,5	6.826.283	16,0	9.463.651	17,1
Cinecolor	661.184	1,6	1.794.404	4,2	602.400	1,1
Diamond	0	0,0	469.597	1,1	1.023.764	1,9
Canzion	0	0,0	192.673	0,5	0	0,0
Independent	145.565	0,4	92.187	0,2	0	0,0
Compañía Intern.	0	0,0	0	0,0	104.647	0,2
Resto distribuidora	1.099.081	2,7	0	0,0	0	0,0
Total	**41.000.728**		**42.567.679**		**55.276.554**	

En el periodo 2013-2015, el porcentaje de espectadores acumulado por las *Majors* alcanzó el 79,2% y el resto de distribuidoras el 20,8%. Las empresas con más cuota de mercado fueron Disney (17,4%) y Fox (16,3%). Entre el resto, destacó Cine Colombia con el 16,2% (gráfico 2.2.14).

Gráfico 2.2.14
Cuota acumulada de espectadores por distribuidoras. Periodo 2013-2015. Colombia



Respecto a la distribución de espectadores por obras, seis estrenos consiguieron superar los 2 millones de espectadores y el 16,3% (49) de los estrenos totales aglutinaron el 80% (47,3 millones) de la asistencia total de espectadores.

En 2015, la producción estadounidense *Fast & Furious 7* fue la más exitosa en Colombia al conseguir 4,3 millones de espectadores, seguida por *Los Minions* con 3,1 millones y *Vengadores: La Era de Ultrón* con 2,4 millones. Por su parte, el documental colombiano *Colombia magia salvaje* (Mike Slee) consiguió el cuarto puesto con 2,3 millones de espectadores (cuadro 2.2.28).

Las producciones del *ranking* de estrenos provinieron mayoritariamente de Estados Unidos, con un total de nueve películas. La producción nacional antes referida completa el cuadro. La cuota de mercado de estas diez producciones supuso el 38,6% del total de espectadores.

Cuadro 2.2.28

Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2015. Colombia

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos ($)
1	Fast & Furious 7	USA	4.373.479	16.391.882
2	Los Minions	USA	3.147.428	10.683.865
3	Vengadores: la era de Ultrón	USA	2.480.144	9.768.476
4	Colombia magia salvaje	Colombia	2.369.425	4.391.619
5	Del revés (Inside out)	USA	2.319.740	7.279.343
6	Hotel Transilvania 2	USA	2.044.908	5.451.529
7	San Andrés	USA	1.857.662	7.111.893
8	Jurassic World	USA	1.640.480	5.927.618
9	Cincuenta sombras de Grey	USA	1.323.058	4.189.654
10	Los juegos del hambre: Sinsajo - Parte 2	USA	1.269.849	3.968.277

En cuanto al *ranking* de estrenos nacionales, además del citado título, hay que destacar la presencia en segundo lugar de *Uno al año no hace daño* (Juan Camilo Pinzón), con 1,1 millones de espectadores y *Uno al año no hace daños 2* (Juan Camilo Pinzón) con 963.000 (cuadro 2.2.29). De las diez primeras películas nacionales, hay seis íntegramente colombianas USA).

Cuadro 2.2.29

Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Año 2015. Colombia

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos ($)
1	Colombia magia salvaje	Colombia	2.369.425	4.391.619
2	Uno al año no hace daño	Colombia	1.130.911	3.037.697
3	Uno al año no hace daño 2	Colombia	963.348	2.275.903
4	Se nos armó la Gorda	Colombia, USA	452.519	1.198.916
5	Guelcom tu Colombia	Colombia	301.990	657.354
6	Se nos armó la Gorda 2	Colombia, USA	177.443	366.555
7	El cártel de la Papa	Colombia	124.830	346.909
8	El abrazo de la serpiente	Colombia, Argentina, Venezuela	115.225	399.636
9	Desde la oscuridad	Colombia, España, USA	93.480	271.653
10	Regue Chiken	Colombia	63.484	190.452

El estreno iberoamericano más exitoso fue la coproducción España-USA *Tomorrowland* con 276.000 espectadores. En segundo lugar *En el corazón del mar* con 256.000 espectadores. La película europea más popular en 2015 en Colombia fue la francesa *Venganza 3* (Olivier Megaton), con 771.000 espectadores (cuadro 2.2.30).

Cuadro 2.2.30

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

Iberoamérica

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos ($)
1	Tomorrowland	España, USA	276.602	836.012
2	En el corazón del mar	España, USA, Canadá	256.099	827.638
3	Los 33	Colombia, Chile, USA	214.237	545.149
4	El Cascanueces	Perú	107.050	233.755
5	Corazón de León	Argentina, Brasil	105.067	315.822

Europa y resto de países

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos ($)
1	Venganza 3	Francia	771.504	2.440.205
2	Spectre 007	Reino Unido, USA	678.733	2.031.982
3	La familia Belier	Francia	534.141	1.767.694
4	El principito	Francia, Canadá	464.669	1.305.059
5	Dragon Ball Z: La resurrección de F	Japón	298.341	783.180

COSTA RICA

Los cines de Costa Rica en 2015 vendieron 6,9 millones de entradas y recaudaron 38,3 millones de dólares. El número total de pantallas cinematográficas ascendió a 140. La frecuencia de asistencia se situó en 1,3 películas por habitante y año y el precio medio de la entrada en 5,6 dólares. El número de estrenos de cine nacional representó el 3,4% y la cuota de espectadores el 11,2% (cuadro 2.2.31).

Otros datos significativos sobre la exhibición cinematográfica en salas de Costa Rica en 2015 son:

· Los cines costarricenses estrenaron 7 películas nacionales (dos más que en 2014).
· Los cines costarricenses vendieron casi 7 millones de entradas y superan en más de un millón las registradas en los dos años anteriores.
· *Maikol Yordan de viaje perdido* es el filme más taquillero de la historia del cine comercial de Costa Rica. Sumó un total de 772.000 espectadores entre 2014 y 2015 y se mantuvo en cartelera durante 22 semanas.

Cuadro 2.2.31

Panorama cinematográfico en Costa Rica

Datos	2013	2014	2015
Población (millones)	4,6	4,7	4,8
PIB-PPA (billones USD)	0,068	0,071	0,074
PIB per capita (USD)	14.600	15.100	15.000
Número de pantallas de cine	99	110	140
Ingresos cine (millones USD)	31,7	29,8	38,3
Espectadores cine (millones)	5,8	5,6	6,9
Espectadores cine nacional (millones)	0,02	0,32	0,72
Cuota de mercado cine nacional (%)	0,4	5,8	11,2
Número de estrenos totales	152	174	203
Número de estrenos extranjeros	149	169	196
Número de estrenos nacionales	3	5	7
Asistencia anual por habitante	1,2	1,2	1,3
Precio medio entrada (USD)	5,6	5,3	5,6

La muestra del top-100 representó el 97,1% de la asistencia total a los cines costarricenses en 2015 (cuadro 2.2.32). La cuota de mercado del cine USA se situó en el 82%, la del cine nacional en el 10,5% y la del cine iberoamericano en 2,5%.

Cuadro 2.2.32

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

	ESPECTADORES					
Origen	**2013**	**%**	**2014**	**%**	**2015**	**%**
USA	4.992.968	88,6	4.848.353	88,4	5.555.918	82,0
Costa Rica	23.286	0,4	318.361	5,8	707.934	10,5
Iberoamérica	435.577	7,7	91.184	1,7	168.341	2,5
Europa	108.492	1,9	205.800	3,8	283.271	4,2

Resto países	77.694	1,4	22.426	0,4	57.236	0,8
Total	**5.638.017**		**5.486.124**		**6.772.700**	

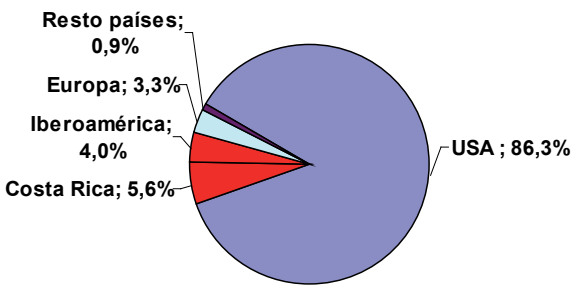
INGRESOS

Origen	2013	%	2014	%	2015	%
USA	29.370.180	89,3	25.804.513	88,8	31.570.251	84,5
Costa Rica	115.651	0,4	1.613.034	5,6	2.976.156	8,0
Iberoamérica	2.324.382	7,1	457.334	1,6	1.010.325	2,7
Europa	642190	2,0	1.090.995	3,8	1.530.578	4,1
Resto países	451.222	1,4	93.761	0,3	262.366	0,7
Total	**32.903.625**		**29.059.637**		**37.349.676**	

La cuota acumulada de espectadores en el trienio 2013-2015 refleja el dominio del cine USA, con el 86,3% del mercado, seguido del cine costarricense con el 5,6%, del cine iberoamericano con el 4% y del cine europeo con el 3,3% (gráfico 2.2.15).

En cuanto al género del top-100, el 84% correspondió a estrenos de ficción y el 16% a obras de animación. Respecto al origen, el 81% fueron obras estadounidenses, el 9% iberoamericanas (cuatro nacionales), el 9% a obras europeas y el 1% a otros países.

Gráfico 2.2.15
Cuota acumulada de espectadores por el origen de los estrenos. Periodo 2013-2015. Costa Rica



Las distribuidoras americanas acumularon en 2015 una cuota de espectadores del 81,2% y las independientes el 18,8% restante. Los Estudios cuyas películas vendieron más entradas fueron Disney, con 1,6 millones, y Universal con 1,5 millones (cuadro 2.2.33).

Cuadro 2.2.33

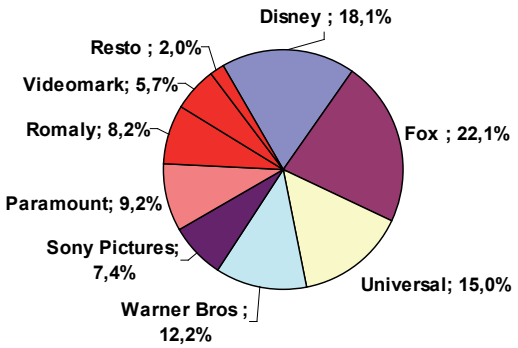
Cuota de espectadores por distribuidoras del top-100. Costa Rica

Origen	2013	%	2014	%	2015	%
Fox	767.081	13,6	1.441.149	26,3	983.941	14,5
Disney	1.315.707	23,3	1.030.492	18,8	1.630.961	24,1
Warner Bros	826.881	14,7	774.729	14,1	531.400	7,8
Paramount	389.733	6,9	641.185	11,7	240.387	3,5

Sony Pictures	718.782	12,7	361.504	6,6	563.444	8,3
Universal	969.114	17,2	274.750	5,0	1.551.948	22,9
Romaly	326.363	5,8	486.839	8,9	672.698	9,9
Video Marketing	203.768	3,6	380.458	6,9	447.235	6,6
Resto	120.588	2,1	95.018	1,7	150.686	2,2
Total	**5.638.017**		**5.486.124**		**6.772.700**	

En el periodo 2013-2015, el porcentaje de espectadores acumulado por las *Majors* alcanzó el 84% y el resto de distribuidoras el 16%. Las empresas con más cuota de mercado fueron Fox (22,1%) y Disney (18,1%). Entre las independientes destacaron Romaly con el 8,2% y Videomark con el 5,7% (gráfico 2.2.16).

Gráfico 2.2.16
Cuota acumulada de espectadores por distribuidoras. Periodo 2013-2015. Costa Rica



Respecto a la distribución de espectadores por obras, 9 estrenos consiguieron superar los 200.000 espectadores y el 15,8% (32) de los estrenos aglutinaron el 80% (5,5 millones) de la asistencia total de espectadores.

En 2015, la producción costarricense *Maikol Yordan de viaje perdido* (Miguel Gómez) fue la más exitosa al conseguir 551.852 espectadores, seguida por las estadounidenses *Los Minions* con 504.000 espectadores y *Fast & Furious 7* con 428.000 (cuadro 2.2.34).

Nueve producciones del *ranking* fueron estadounidenses más el estreno nacional ya mencionado. La cuota de mercado de estas diez producciones supuso el 51% del total de espectadores.

Cuadro 2.2.34

Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2015. Costa Rica

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos ($)
1	Maikol Yordan de viaje perdido	Costa Rica	551.852	2.256.042
2	Los Minions	USA	504.251	2.744.957
3	Fast & Furious 7	USA	428.118	2.835.817
4	Del revés (Inside out)	USA	413.553	2.097.134
5	Vengadores: la era de Ultrón	USA	389.598	2.460.788

6	Star Wars: el despertar de la fuerza	USA	298.475	2.266.604
7	Hotel Transilvania 2	USA	297.382	1.502.328
8	Jurassic World	USA	288.605	1.722.601
9	Los juegos del hambre: Sinsajo - Parte 2	USA	201.518	1.254.009
10	Los pinguinos de Madagascar	USA	193.127	1.010.255

En cuanto al *ranking* de estrenos nacionales, además del mencionado hay que mencionar la presencia en segundo lugar de *El lugar más feliz del mundo* (Soley Bernal), con 86.500 espectadores y la coproducción con Colombia *Presos* (Esteban Ramírez), con 64.000 espectadores (cuadro 2.2.35). De las siete películas nacionales estrenadas en los cines costarricenses, cuatro formaron parte del top-100 y tres son coproducciones (dos con Colombia y una con Guatemala).

Cuadro 2.2.35

Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Año 2015. Costa Rica

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos ($)
1	Maikol Yordan de viaje perdido	Costa Rica	551.852	2.256.042
2	El lugar más feliz del mundo	Costa Rica	86.537	399.547
3	Presos	Costa Rica, Colombia	64.333	295.222
4	Dos aguas	Costa Rica, Colombia	6.359	29.378
5	Espejismo	Costa Rica	5.916	24.110
6	Viaje	Costa Rica	3.890	18.309
7	El codo del Diablo	Costa Rica, Guatemala	2.151	9.950

El estreno iberoamericano más exitoso fue la coproducción hispano-americana *Exodus: dioses y reyes*, con 81.000 espectadores. En segundo lugar *Tomorrowland* con 36.000 espectadores. La película europea más popular en 2015 en Costa Rica fue la coproducción franco-canadiense *El Principito*, con 66.000 espectadores (cuadro 2.2.36).

Cuadro 2.2.36

Ranking de estrenos cinematográficos de otros países. Año 2015. Costa Rica

Iberoamérica

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos ($)
1	Exodus: dioses y reyes	España, R. Unido, USA	81.572	497.685
2	Tomorrowland	España, USA	36.481	198.372
3	En el corazón del mar	España, USA, Canadá	30.132	211.322
4	Los 33	Chile, Colombia, USA	11.953	61.404
5	El gran pequeño	México, USA	8.203	41.542

Europa y resto de países

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos ($)
1	El Principito	Francia, Canadá	66.352	322.456
2	Spectre 007	Reino Unido, USA	61.784	373.072
3	Dragon Ball Z: La resurrección de F	Japón	57.236	262.366
4	Venganza 3	Francia	48.426	252.012
5	Everest	R. Unido, USA, Islandia	40.139	262.054

ECUADOR

Los cines de Ecuador registraron una asistencia estimada de 13 millones de espectadores y recaudaron 52 millones de dólares. El número total de pantallas cinematográficas ascendió a 302. La frecuencia de asistencia se situó en 0,9 películas por habitante y año y el precio medio de la entrada fue de 4 dólares. El número de estrenos de cine nacional supuso el 6,2% y su cuota de espectadores el 0,5% (cuadro 2.3.37).

Cuadro 2.3.37

Panorama cinematográfico en Ecuador

Datos	2013	2014	2015
Población (millones)	15,6	15,7	15,8
PIB-PPA (billones USD)	0,176	0,182	0,181
PIB per capita (USD)	11.100	11.400	11.300
Número de pantallas de cine	264	300	302
Ingresos cine (millones USD)	48,5	57,7	52,0
Asistencia espectadores (millones)	10,7	12,8	13,0
Espectadores cine nacional (millones)	0,23	0,08	0,07
Cuota de mercado cine nacional (%)	1,8	0,6	0,5
Número de estrenos totales	209	177	211
Número de estrenos extranjeros	196	160	198
Número de estrenos nacionales	13	17	13
Asistencia anual por habitante	0,9	0,9	0,9
Precio medio entrada (USD)	3,9	3,9	4,0

La cuota de mercado del cine USA en el top-100 se situó en el 88,1% del total de espectadores de esta muestra, la del cine nacional en el 0,6% y la del iberoamericano en el 4,2%.

Cuadro 2.2.38

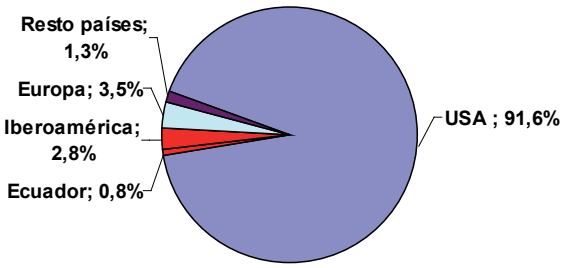
Cuota de espectadores por el origen de los estrenos del top-100. Ecuador

Origen	2014	%	2015	%
USA	6.617.864	95,1	8.919.589	88,1
Ecuador	68.206	1,0	58.962	0,6
Iberoamérica	92.798	1,3	425.743	4,2
Europa	116.502	1,7	541.706	5,4
Resto países	60.286	0,9	174.724	1,7
Total	**6.955.656**		**10.120.724**	

La cuota acumulada de espectadores en el bienio 2014-2015 refleja el dominio del cine USA, con el 91,6% del mercado, seguido del cine europeo con el 3,5%, del iberoamericano con el 2,8% y del cine ecuatoriano con el 0,8% (gráfico 2.2.17).

En cuanto a la distribución por géneros en el top-100, el 79% correspondió a estrenos de ficción, el 19% a obras de animación y el 2% a documentales. Respecto al origen, el 76% fueron obras estadounidenses, el 9% a iberoamericanas (2 títulos nacionales), el 13% a obras europeas y el 2% a otros países.

Gráfico 2.2.17
Cuota acumulada de espectadores por el origen de los estrenos. Periodo 2014-2015. Ecuador



Las distribuidoras americanas acumularon en 2015 una cuota de espectadores del top-100 de un 89,8% y las independientes el 10,2% restante. Los estudios con más entradas vendidas fueron UIP (Universal y Paramount), con casi 3 millones, y Disney con 2,4 millones (cuadro 2.2.39).

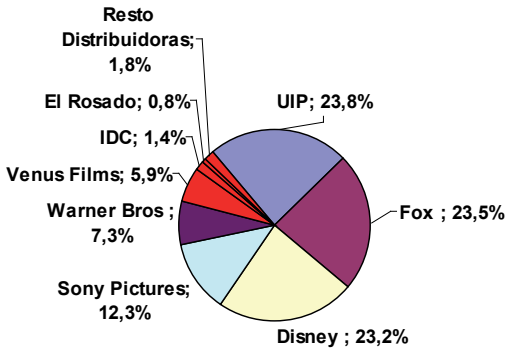
Cuadro 2.2.39

Cuota de espectadores por distribuidoras del top 100. Ecuador

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

En el periodo 2014-2015, el porcentaje de espectadores acumulado por las *Majors* se situó en el 90,1% y el de las independientes en el 9,9% (gráfico 2.2.18). Las empresas con más cuota de mercado fueron UIP (23,8%) y Fox (23,5%). Entre las independientes destacó Venus Films (5,9%).

Gráfico 2.2.18
Cuota acumulada de espectadores por distribuidoras. periodo 2014-2015. Ecuador



Respecto a la distribución de espectadores por obras, un estreno superó el millón de espectadores y dos el medio millón. Respecto a los datos del top-100, el 27% de los estrenos aglutinó el 80% (8 millones) de la asistencia de espectadores.

En 2015, la película estadounidense *Fast & Furious 7* fue la más existosa en Ecuador, con 1,1 millones de espectadores, seguida por *Vengadores: La Era de Ultrón* con 906.225 y *Hotel Transilvania 2* con 555.392 (cuadro 2.2.40).

Las producciones del *ranking* de estrenos provinieron de Estados Unidos, una en coproducción con Reino Unido. La cuota de mercado de estas producciones supuso el 40% del total de espectadores.

Cuadro 2.2.40
Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2015. Ecuador (est. 4,0$)

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos ($)
1	Fast & Furious 7	USA	1.107.080	4.428.319
2	Vengadores: La Era de Ultrón	USA	906.225	3.624.901
3	Hotel Transilvania 2	USA	555.392	2.221.568
4	Jurassic World	USA	482.195	1.928.782
5	Los Minions	USA	481.946	1.927.784
6	Del revés (Inside out)	USA	378.855	1.515.419
7	San Andrés	USA	372.793	1.491.173
8	Cenicienta	R. Unido, USA	369.884	1.479.537
9	Los Juegos del Hambre: Sinsajo - Parte 2	USA	323.496	1.293.986
10	Star Wars: el despertar de la fuerza	USA	254.262	1.017.048

En cuanto al *ranking* de estrenos nacionales, la película *Adolescentes* (Rogelio Gordón) consiguió casi 50.000 espectadores y 198.000 dólares de recaudación. En segundo lugar se situó *Medardo* (Nitsy Grau), con algo más de 9.000 espectadores y tercero, *Travesía* (Carlos Piñeyros) con 3.400 (cuadro 2.2.41).

Cuadro 2.2.41

Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Año 2015. Ecuador (est. 4,0$)

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos ($)
1	Adolescentes	Ecuador	49.690	198.760
2	Medardo	Ecuador	9.272	37.088
3	Travesía	Ecuador	3.469	13.876
4	El Gobernador	Ecuador	3.200	12.800
5	Carlitos	Ecuador	2.674	10.696
6	El grill de César	Ecuador, Alemania	2.173	8.692
7	El secreto de Magdalena	Ecuador	1.168	4.672
8	La trampa	Ecuador	1.090	4.360
9	Vengo volviendo	Ecuador	603	2.412
10	Juego x juego	Ecuador	483	1.932

El estreno iberoamericano más exitoso en 2015 fue la coproducción hispano-americana *Exodus: dioses y reyes* con 142.000 espectadores y la película europea más popular fue la producción japonesa *Dragon Ball Z: La resurrección de F*, con 165.000 espectadores (cuadro 2.2.42).

Cuadro 2.2.42

Ranking de estrenos cinematográficos de otros países. Año 2015. Ecuador (est. 4,0$)

Iberoamérica

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos ($)
1	Exodus: dioses y reyes	España, USA, R. Unido	142.790	571.161
2	Tomorrowland	España, USA	135.094	540.376
3	Los 33	Chile, Colombia, Usa	57.529	230.116
4	En el corazón del mar	España, USA, Canadá	56.815	227.260
5	Amor de mis Amores	México	14.251	57.006

Europa y resto de países

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos ($)
1	Dragon Ball Z: La resurrección de F	Japón	165.526	662.102
2	Venganza 3	Francia	149.017	596.067
3	Spectre 007	Reino Unido, USA	141.275	565.099
4	Victor Frankenstein	Reino Unido, USA	69.178	276.712
5	Trueno y la casa mágica	Francia, Bélgica	39.437	157.747

EL SALVADOR

Los cines salvadoreños en 2015 vendieron 3,6 millones de entradas y recaudaron 13,9 millones de dólares. El número de pantallas cinematográficas ascendió a 65. La frecuencia de asistencia se situó en 0,6 películas por habitante y año y el precio medio de la entrada en 3,8 dólares. El número de estrenos de cine nacional solo supuso el 1,7% del total y la cuota de espectadores el 0,3% (cuadro 2.2.43).

Cuadro 2.2.43

Panorama cinematográfico en El Salvador

Datos	2013	2014	2015
Población (millones)	6,1	6,1	6,1
PIB-PPA (billones USD)	0,05	0,05	0,05
PIB per capita (USD)	8.000	8.100	8.300
Número de pantallas de cine	SD	61	65
Ingresos cine (millones USD)	11,3	10,9	13,9
Asistencia espectadores (millones)	3,1	2,9	3,6
Espectadores cine nacional (millones)	SD	0,03	0,01
Cuota de mercado cine nacional (%)	SD	1,0	0,3
Número de estrenos totales	121	148	174
Número de estrenos extranjeros	120	143	171
Número de estrenos nacionales	1	5	3
Asistencia anual por habitante	0,5	0,5	0,6
Precio medio entrada (USD)	3,6	3,7	3,8

La muestra del top-100 representó el 83% de la asistencia total a los cines salvadoreños (cuadro 2.2.44). La cuota de mercado del cine USA en 2015 se situó en el 89,7%, la del cine nacional en el 0,2% y la del cine iberoamericano en el 3,4% en 2015.

Cuadro 2.2.44

Distribución por el origen de los estrenos del top-100. El Salvador

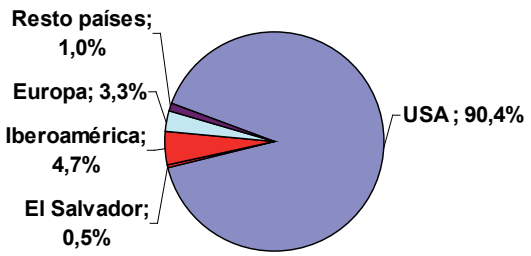
ESPECTADORES						
Origen	**2013**	**%**	**2014**	**%**	**2015**	**%**
USA	2.744.962	88,0	2.802.333	93,6	3.196.181	89,7
El Salvador	0	0,0	34.993	1,2	8.237	0,2
Iberoamérica	287.348	9,2	46.671	1,6	122.482	3,4
Europa	41.235	1,3	102.809	3,4	187.448	5,3
Resto países	44.502	1,4	8.461	0,3	50.220	1,4
Total	**3.118.047**		**2.995.267**		**3.564.568**	
INGRESOS						
Origen	**2013**	**%**	**2014**	**%**	**2015**	**%**
USA	10.442.860	88,7	10.320.642	93,7	12.308.038	90,3
El Salvador	0	0,0	127.160	1,2	29.661	0,2
Iberoamérica	1.020.961	8,7	158.354	1,4	452.837	3,3

Europa	144.202	1,2	373.406	3,4	676.116	5,0
Resto países	164.112	1,4	29.558	0,3	171.005	1,3
Total	**11.772.136**		**11.009.120**		**13.637.657**	

La cuota acumulada de espectadores en el trienio 2013-2015 refleja el dominio del cine USA, con el 90,4% del mercado, seguido del cine iberoamericano con el 4,7%, del europeo con el 3,3% y del cine salvadoreño con el 0,5% (gráfico 2.2.19).

En cuanto al género del top-100, el 84% correspondió a estrenos de ficción y el 16% a obras de animación. Respecto al origen, el 80% de los títulos fueron obras estadounidenses, el 9% iberoamericanas (un estreno nacional), el 10% europeas y el 1% de otros países.

Gráfico 2.2.19
Cuota acumulada de espectadores por el origen de los estrenos. Periodo 2013-2015. El Salvador



Las distribuidoras americanas acumularon en 2015 una cuota de espectadores en el top-100 del 88,6% y las independientes el 11,4% restante. Los *Estudios* cuyas películas vendieron más entradas fueron Universal, con más de 890.000, y Disney con 751.931 (cuadro 2.2.45).

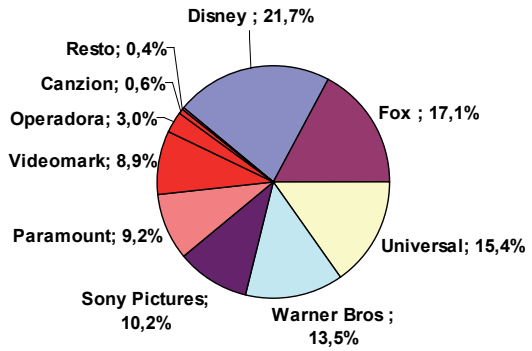
Cuadro 2.2.45

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

Origen	2013	%	2014	%	2015	%
Fox	392.359	12,6	673.852	22,5	574.418	16,1
Disney	777.708	24,9	572.538	19,1	751.931	21,1
Warner Bros	437.906	14,0	520.360	17,4	329.510	9,2
Paramount	242.022	7,8	417.659	13,9	207.969	5,8
Sony Pictures	364.914	11,7	225.401	7,5	402.288	11,3
Universal	509.549	16,3	149.956	5,0	890.549	25,0
Videomark	285.091	9,1	274.742	9,2	305.226	8,6
Operadora	98.532	3,2	106.825	3,6	78.585	2,2
Canzion	0	0,0	34.695	1,2	24.092	0,7
Resto	9.966	0,3	19.239	0,6	0	0,0
Total	**3.118.047**		**2.995.267**		**3.564.568**	

En el periodo 2013-2015, el porcentaje de espectadores acumulado por las *Majors* alcanzó el 87,1% y el resto de distribuidoras el 12,9%. Las empresas con más cuota de mercado fueron Disney (21,7%) y Fox (17,1%). Entre las independientes destacó Videomark con el 8,9% (gráfico 2.2.20).

Gráfico 2.2.20
Cuota acumulada de espectadores por distribuidotas. Periodo 2013-2015. El Salvador



Respecto a la distribución de espectadores por obras, 9 estrenos consiguieron superar los 100.000 espectadores y el 20,7% (36) de los estrenos totales aglutinaron el 80% (2,9 millones) de la asistencia de espectadores.

En 2015, la producción americana *Fast & Furious 7* fue la más exitosa al conseguir 294.000 espectadores, seguida de *Los Minions*, con 250.071 espectadores, y *Vengadores: La Era de Ultrón* con 207.972 (cuadro 2.2.46).

La totalidad de las producciones de este *ranking* fueron estadounidenses. La cuota de mercado de estas diez producciones supuso el 46,1% del total de espectadores.

Cuadro 2.2.46
Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2015. El Salvador

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos ($)
1	Fast & Furious 7	USA	294.727	1.324.516
2	Los Minions	USA	250.071	963.243
3	Vengadores: La Era de Ultrón	USA	207.972	874.152
4	Jurassic World	USA	174.889	711.230
5	Hotel Transilvania 2	USA	174.502	625.772
6	Del revés (Inside out)	USA	152.784	542.286
7	Star Wars: el despertar de la fuerza	USA	134.485	644.718
8	San Andrés	USA	117.588	489.491
9	Los Juegos del Hambre: Sinsajo - Parte 2	USA	104.228	432.834
10	Los pingüinos de Madagascar	USA	77.620	257.752

La única película salvadoreña que se encuentra dentro del top-100 de 2015 es la coproducción con México *Malacrianza* (Arturo Menéndez), con 8.237 espectadores (cuadro 2.2.47). Las otras dos producciones nacionales estrenadas fueron los documentales *El Salvador. Archivos perdidos del conflicto 2* (3.074 espectadores) y *Salvador. Archivos perdidos del conflicto 3* (939 espectadores).

Cuadro 2.2.47

Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Año 2015. El Salvador

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos ($)
1	Malacrianza	El Salvador, México	8.237	29.661
2	El Salvador: Archivos perdidos del Conflicto 2	El Salvador	3.074	10.604
3	El Salvador: Archivos perdidos del Conflicto 3	El Salvador	939	3.819

El estreno iberoamericano más exitoso fue la coproducción hispanoamericana *Exodus: dioses y reyes*, con 48.000 espectadores. En segundo lugar, *Tomorrowland* con 20.000 espectadores. La producción europea más popular en 2015 en El Salvador fue la japonesa *Dragon Ball Z: La resurrección de F*, con 50.000 espectadores (cuadro 2.2.48).

Cuadro 2.2.48

Ranking de estrenos cinematográficos de otros países. Año 2015. El Salvador

Iberoamérica

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos ($)
1	Exodus: dioses y reyes	España, R. Unido, USA	48.665	183.619
2	Tomorrowland	España, USA	20.357	75.635
3	En el corazón del mar	España, USA, Canadá	17.271	68.787
4	Un gallo con muchos huevos	México	10.761	36.176
5	Los 33	Chile, Colombia, USA	8.743	31.072

Europa y resto de países

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos ($)
1	Dragon Ball Z: La resurrección de F	Japón	50.220	171.005
2	Spectre 007	R.Unido, USA	45.530	180.984
3	Venganza 3	Francia	40.639	136.515
4	El Principito	Francia, Canadá	34.797	123.578
5	Everest	R.Unido, USA, Islandia	19.900	76.740

ESPAÑA

Los cines españoles registraron una asistencia de 96,1 millones de espectadores y recaudaron 638,4 millones de dólares en 2015. El número total de pantallas cinematográficas ascendió a 3.588. La frecuencia de asistencia se situó en 2,1 películas por habitante y año y el precio medio de la entrada en 6,6 dólares. El número de estrenos de cine nacional supuso el 31,3% y la cuota de espectadores el 19,3% (cuadro 2.2.49).

Otros datos significativos sobre el mercado cinematográfico español en 2015 son:

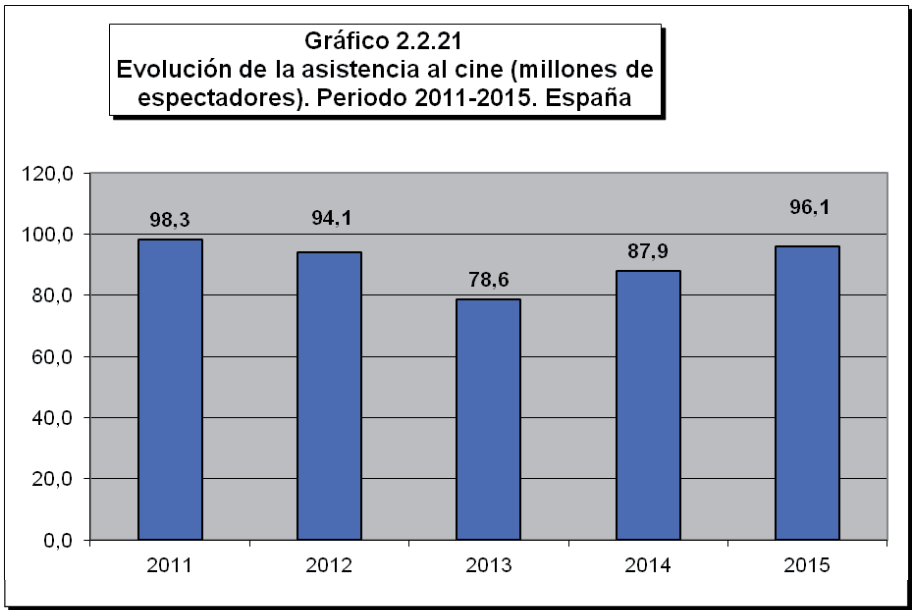
· La recaudación y espectadores de las salas de cine en España aumenta casi un 11% y un 9,3%, respectivamente, en relación a los resultados de 2014.
· Las películas españolas han sido vistas por 26 millones de espectadores y recaudaron 176 millones de dólares en 19 países. Estos datos sumados a los del mercado nacional reflejan que el cine Español vendió en total más de 45 millones de entradas y ha recaudado 298 millones de dólares en 2015.
· La distribución por territorios respecto a películas exhibidas es la siguiente: Iberoamérica 47,3%, Europa 39,1%, USA 5,8% y Asia-Oceanía 3,9%.
· La distribución por territorios respecto a la recaudación es la siguiente: Europa 39,7%, Iberoamérica 39,4%, USA 13,7%, Asia 5,6% y Oceanía 1,6%.
· La distribución de la taquilla del cine español en 2015 es: 59,3% en el extranjero y 40,7% en España.

Cuadro 2.2.49

Panorama cinematográfico en España

Concepto	2013	2014	2015
Población (millones)	46,7	46,6	46,4
PIB-PPA (billones USD)	1,586	1,588	1,636
PIB per capita (USD)	33.700	34.200	35.200
Número de pantallas de cine	3.908	3.694	3.588
Ingresos cine (millones USD)	672,3	688,6	638,4
Espectadores cine (millones)	78,6	87,9	96,1
Espectadores cine nacional (millones)	11,01	22,41	18,57
Cuota de mercado cine nacional (%)	13,8	25,4	19,3
Número de estrenos totales	542	548	565
Número de estrenos extranjeros	384	395	388
Número de estrenos nacionales	158	153	177
Asistencia anual por habitante	1,7	1,8	2,1
Precio medio entrada (USD)	8,5	7,9	6,6

La evolución de la asistencia a las salas cinematográficas en los últimos cinco años muestra un descenso de espectadores de 2011 a 2013 y una posterior línea ascendente hasta 2015. El incremento durante el último año fue de 8,2 millones de espectadores con respecto a 2014 (gráfico 2.2.21).



La muestra del top-100 representó el 85% de la asistencia total a los cines españoles en 2015 (cuadro 2.2.50). La cuota de mercado del cine USA se situó en el 70% del total de espectadores de esta muestra, la del cine nacional en el 20% y la del iberoamericano se quedó en el 0,5%.

Cuadro 2.2.50

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

ESPECTADORES

Origen	2013	%	2014	%	2015	%
USA	58.835.850	80,3	54.120.006	65,6	57.229.013	70,0
España	9.540.753	13,0	21.196.638	25,7	16.373.619	20,0
Iberoamérica	331.438	0,5	712.075	0,9	383.246	0,5
Europa	3.951.061	5,4	5.980.025	7,2	7.028.478	8,6
Resto países	598.105	0,8	547.275	0,7	691.543	0,8
Total	**73.257.207**		**82.556.019**		**81.705.899**	

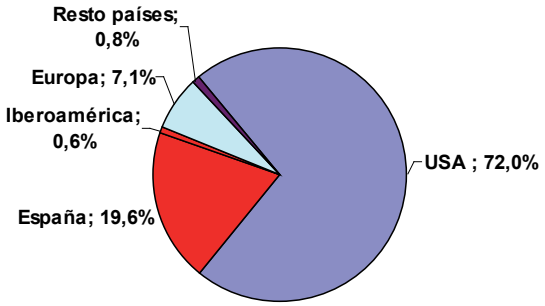
INGRESOS

Origen	2013	%	2014	%	2015	%
USA	531.909.162	80,3	427.565.944	65,4	381.262.853	69,6
España	86.203.562	13,0	167.774.985	25,7	111.108.725	20,3
Iberoamérica	2.976.135	0,4	5.483.522	0,8	2.602.984	0,5
Europa	35.838.906	5,4	48.214.899	7,4	48.684.244	8,9
Resto países	5.471.608	0,8	4.290.739	0,7	4.452.186	0,8
Total	**662.399.373**		**653.330.089**		**548.110.992**	

La cuota acumulada de espectadores en el trienio 2013-2015 refleja el dominio del cine USA, con el 72% del mercado, seguido del cine español con el 19,6%, del cine europeo con el 7,1% y del cine iberoamericano con el 0,6% (gráfico 2.2.22).

En cuanto a la distribución por géneros en el top-100, el 87% correspondió a estrenos de ficción y el 13% a obras de animación. Respecto al origen, el 64% fueron obras estadounidenses, el 18% iberoamericanas (17 títulos nacionales), el 16% a obras europeas y el 2% a otros países.

Gráfico 2.2.22
Cuota acumulada de espectadores por el origen de los estrenos. Periodo 2013-2015. España



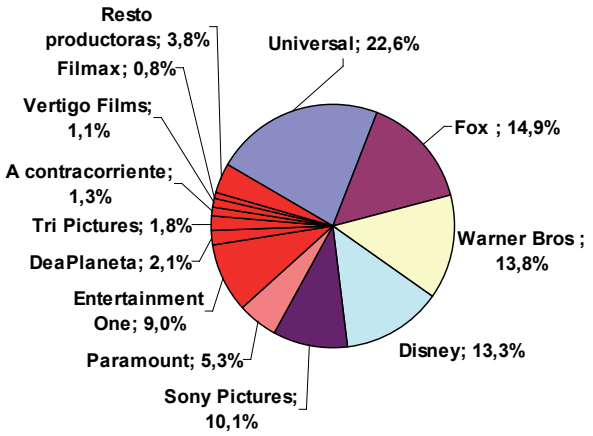
Las distribuidoras americanas acumularon en 2015 una cuota de espectadores del top-100 del 89,6% y las independientes el 10,4%. Los estudios con más entradas vendidas fueron Disney, con 14,3 millones, y Warner con 10,3 millones (cuadro 2.2.51).

Cuadro 2.2.51
Cuota de espectadores por distribuidoras del top 100. España

Origen	2013	%	2014	%	2015	%
Universal	10.141.610	13,8	18.530.768	22,4	26.273.569	32,2
Fox	8.490.420	11,6	18.318.241	22,2	9.423.143	11,5
Warner Bros	11.396.503	15,6	11.238.647	13,6	10.304.154	12,6
Disney	9.975.000	13,6	7.572.926	9,2	14.279.506	17,5
Sony Pictures	9.824.195	13,4	5.788.116	7,0	8.252.342	10,1
Paramount	4.142.426	5,7	3.728.040	4,5	4.685.342	5,7
Entertainment One	9.901.861	13,5	5.266.902	6,4	5.989.391	7,3
DeaPlaneta	2.348.879	3,2	2.351.971	2,8	213.783	0,3
Tri Pictures	1.582.840	2,2	2.078.112	2,5	575.868	0,7
A contracorriente	771.899	1,1	1.781.819	2,2	682.337	0,8
Vertigo Films	816.922	1,1	1.460.567	1,8	376.710	0,5
Filmax	531.239	0,7	850.078	1,0	496.160	0,6
Alta Films	450.564	0,6	0	0,0	0	0,0
Wanda Films	373.225	0,5	273.595	0,3	0	0,0
Emon	178.920	0,2	427.890	0,5	0	0,0
Resto productoras	2.330.704	3,2	2.888.347	3,5	153.594	0,2
Total	**73.257.207**		**82.556.019**		**81.705.899**	

En el periodo 2013-2015, el porcentaje de espectadores acumulado por las *Majors* se situó en el 80% y el de las independientes en el 20% (gráfico 2.2.51). Las empresas con más cuota de mercado fueron Universal (22,6%) y Fox (14,9%). Entre las independientes destacó Entertainment One (9%).

Gráfico 2.2.23
Cuota acumulada de espectadores por distribuidoras. Periodo 2013-2015. España



Respecto a la distribución de espectadores por obras, ocho estrenos consiguieron superar los dos millones de espectadores y un 13,5% (76) de los estrenos totales aglutinaron el 80% (76,7 millones) de la asistencia total de espectadores.

En 2015, la producción española *Ocho apellidos catalanes* (Emilio Martínez Lázaro) fue la más exitosa en España con 5,1 millones de espectadores, seguida por la americana *Los Minions*, con 4,3 millones de espectadores y *Del revés (Inside out)* con 3,9. Otra película española *Atrapa la bandera* (Enrique Gato) consiguió el décimo puesto con 1,9 millones de espectadores (cuadro 2.2.52).

Las producciones del *ranking* de estrenos provinieron de Estados Unidos (8) y de España (2). La cuota de mercado de estas diez producciones supuso el 33% del total de espectadores.

Cuadro 2.2.52

Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2015. España

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos ($)
1	Ocho apellidos catalanes	España	5.134.311	35.623.889
2	Los Minions	USA	4.321.250	27.121.286
3	Del revés (Inside out)	USA	3.939.903	24.718.418
4	Jurassic World	USA	3.607.874	24.664.156
5	Star Wars: el despertar de la fuerza	USA	3.397.055	24.791.075
6	Cincuenta sombras de Grey	USA	3.135.926	21.968.248
7	Fast & Furious 7	USA	2.143.749	15.049.383
8	Vengadores: La Era de Ultrón	USA	2.118.908	13.521.605
9	Hotel Transilvania 2	USA	1.995.567	12.214.981
10	Atrapa la bandera	España	1.945.055	12.316.500

En cuanto al *ranking* de estrenos nacionales, aparte de las películas mencionadas, hay que mencionar la presencia en tercer lugar de *Perdiendo el norte* (Nacho G. Velilla), con 1,6 millones de espectadores, seguida de la coproducción hispano-canadiense *Regresión* (Alejandro Amenábar) con 1,4 millones de espectadores (cuadro 2.2.53).

Cuadro 2.2.53

Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Año 2015. España

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos ($)
1	Ocho apellidos catalanes	España	5.134.311	35.623.889
2	Atrapa la bandera	España	1.945.055	12.316.500
3	Perdiendo el norte	España	1.632.499	11.538.770
4	Regresión	España, Canadá	1.429.953	9.915.881
5	Ahora o nunca	España	1.419.820	9.370.801
6	Palmeras en la nieve	España	736.247	5.198.301
7	Truman	España, Argentina	496.160	3.144.311
8	Mi gran noche	España	491.501	2.825.874
9	El desconocido	España	476.068	3.292.671
10	Anacleto: Agente secreto	España	412.604	2.956.422

El estreno iberoamericano más exitoso fue la coproducción mexicana *El libro de la vida* (Jorge. R. Gutiérrez), con más de 200.000 espectadores, seguida de la película argentina *El desafío* (Juan Manuel Rampoldi), con 176.000 espectadores. La producción europea más popular fue la producción británica *Spectre 007* con 1,1 millones de espectadores (cuadro 2.2.54).

Cuadro 2.2.54

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

Iberoamérica				
Nº	**Título**	**Origen**	**Espectadores**	**Ingresos ($)**
1	El libro de la vida	México, USA	206.156	1.350.064
2	El desafío	Argentina	176.590	1.252.920
3	El Club	Chile	44.798	297.368
4	El gran pequeño	México, USA	37.242	200.074
5	Paulina (La Patota)	Argentina, Brasil	27.392	180.330
Europa y resto de países				
Nº	**Título**	**Origen**	**Espectadores**	**Ingresos ($)**
1	Spectre 007	R. Unido, USA	1.108.938	8.156.633
2	Everest	R. Unido, USA, Islandia	946.224	6.707.053
3	La Teoría del Todo	Reino Unido	775.505	5.325.707
4	Descifrando enigma	R.Unido, USA	575.868	4.146.725
5	La oveja Shaun. La película	R.Unido, Francia	466.125	2.988.649

GUATEMALA

Los cines de Guatemala en 2015 vendieron 5,4 millones de espectadores y recaudaron 26,8 millones de dólares. El número de pantallas cinematográficas suma 115. La frecuencia de asistencia se situó en 0,4 películas por habitante y año y el precio medio de la entrada se situó en 4,9 dólares. El número de estrenos de cine nacional alcanzó el 2,7% y la cuota de espectadores el 0,7% (cuadro 2.2.55).

Otros datos significativos sobre el mercado cinematográfico guatemalteco en 2015 son:

· Los cines de Guatemala vendieron casi un millón de entradas más en 2015 con respecto a 2014.
· *Ixcanul* es el único estreno comercial nacional que se incluyó en el top-100. Además tuvo una trayectoria internacional significativa siendo ganadora en la categoría de Mejor Película en numerosos festivales.

Cuadro 2.2.55

Panorama cinematográfico en Guatemala

Datos	2013	2014	2015
Población (millones)	14,6	14,6	14,9
PIB-PPA (billones USD)	0,116	0,121	0,125
PIB per capita (USD)	7.400	7.600	7.900
Número de pantallas de cine	SD	115	115
Ingresos cine (millones USD)	20,2	21,7	26,8
Espectadores cine (millones)	4,8	4,5	5,4
Espectadores cine nacional (millones)	0,02	SD	0,03
Cuota de mercado cine nacional (%)	0,4	SD	0,7
Número de estrenos totales	150	156	182
Número de estrenos extranjeros	144	151	177
Número de estrenos nacionales	6	5	5
Asistencia anual por habitante	0,3	0,3	0,4
Precio medio entrada (USD)	4,2	4,8	4,9

La muestra del top-100 representó el 96% de la asistencia total a los cines guatemaltecos en 2015 (cuadro 2.2.56). La cuota de mercado del cine USA se situó en el 88,2%, la del cine nacional en el 0,5% y la del cine iberoamericano en el 5,3% en 2015 (cuadro 2.2.56).

Cuadro 2.2.56

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

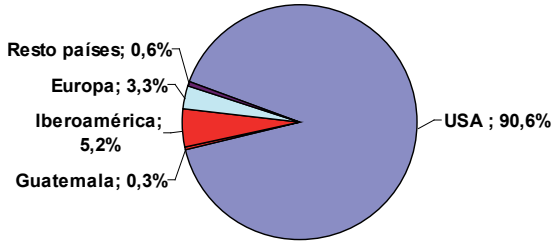
	ESPECTADORES					
Origen	**2013**	**%**	**2014**	**%**	**2015**	**%**
USA	4.285.162	89,2	4.131.391	94,4	4.645.506	88,2
Guatemala	19.339	0,4	0	0,0	26.334	0,5
Iberoamérica	436.772	9,1	50.081	1,1	280.321	5,3
Europa	38.835	0,8	182.250	4,2	257.342	4,9
Resto países	25.969	0,5	12.768	0,3	56.455	1,1
Total	**4.806.077**		**4.376.490**		**5.265.958**	

INGRESOS						
Origen	**2013**	**%**	**2014**	**%**	**2015**	**%**
USA	18.890.789	90,1	20.231.804	94,8	23.190.576	88,5
Guatemala	52.513	0,3	0	0,0	116.444	0,4
Iberoamérica	1.727.280	8,2	204.921	1,0	1.417.852	5,4
Europa	176.984	0,8	855.976	4,0	1.239.672	4,7
Resto países	120.943	0,6	60.056	0,3	225.034	0,9
Total	**20.968.508**		**21.352.757**		**26.189.578**	

La cuota acumulada de espectadores en el trienio 2013-2015 refleja el dominio del cine USA, con el 90,6% del mercado, seguido del cine iberoamericano con el 5,2%, del europeo con el 3,3% y del cine guatemalteco con el 0,3% (gráfico 2.2.24).

En cuanto al género del top-100, el 84% correspondió a estrenos de ficción y el 16% a obras de animación. Respecto al origen, el 80% fueron obras estadounidenses, el 10% iberoamericanas (un estrenos nacional), el 9% europeas y el 1% de otros países.

Gráfico 2.2.24
Cuota acumulada de espectadores por el origen de los estrenos. Periodo 2013-2015. Guatemala



Las distribuidoras americanas acumularon en 2015 una cuota de espectadores del 91,4% y las independientes el 8,6% restante. Los *Estudios* con más entradas vendidas fueron Universal, con 1,3 millones, y Disney con casi 1,1 millones (cuadro 2.2.57).

Cuadro 2.2.57

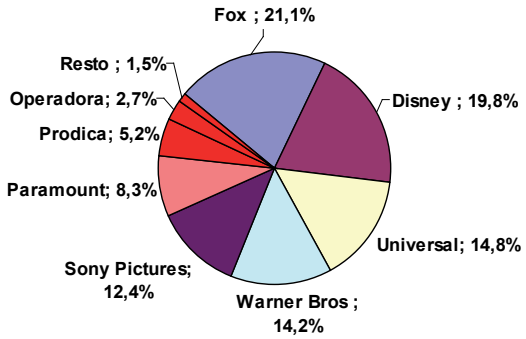
Cuota de espectadores por distribuidoras del top 100. Guatemala

Origen	**2013**	**%**	**2014**	**%**	**2015**	**%**
Fox	784.820	16,3	1.239.193	28,3	989.963	18,8
Warner Bros	692.178	14,4	813.769	18,6	512.752	9,7
Disney	1.109.073	23,1	694.415	15,9	1.070.734	20,3
Paramount	337.002	7,0	580.674	13,3	250.611	4,8
Sony Pictures	706.029	14,7	416.408	9,5	679.208	12,9
Universal	724.951	15,1	198.013	4,5	1.311.748	24,9
Prodica	219.502	4,6	261.598	6,0	268.831	5,1

Operadora	141.315	2,9	121.193	2,8	122.048	2,3
Resto	91.207	1,9	51.227	1,2	60.063	1,1
Total	**4.806.077**		**4.376.490**		**5.265.958**	

En el periodo 2013-2015, el porcentaje de espectadores acumulado por las *Majors* alcanzó el 90,6% y el resto de distribuidoras el 9,4%. Las empresas con más cuota de mercado fueron Fox (21,1%) y Disney (19,8%). Entre las independientes destacó Prodica con el 5,2% (gráfico 2.2.25).

Gráfico 2.2.25
Cuota acumulada de espectadores por distribuidoras. Periodo 2013-2015. Guatemala



Respecto a la distribución de espectadores por obras, 14 estrenos consiguieron superar los 100.000 espectadores y el 18,7% (34) de los estrenos totales aglutinaron el 80% (4,3 millones) de la asistencia de espectadores.

En 2015, la producción americana *Fast & Furious 7* fue la más exitosa en Guatemala con 476.552 espectadores, seguida por *Jurassic World* con 321.055 espectadores y *Vengadores: La Era de Ultrón* con 320.980 (cuadro 2.2.58).

Todas las producciones de este *ranking* fueron estadounidenses (una en coproducción con Canadá y China). La cuota de mercado de estas diez producciones supuso el 47,1% del total de espectadores.

Cuadro 2.2.58

Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2015. Guatemala

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos ($)
1	Fast & Furious 7	USA	476.552	2.654.304
2	Jurassic World	USA	321.055	1.731.458
3	Vengadores: La Era de Ultrón	USA	320.980	1.755.902
4	Los Minions	USA	294.243	1.386.342
5	Hotel Transilvania 2	USA	289.174	1.226.569
6	Del revés (Inside out)	USA	207.426	918.452
7	Star Wars: el despertar de la fuerza	USA	186.469	1.250.474
8	San Andrés	USA	178.275	967.201
9	Píxeles	USA, Canadá, China	153.114	731.719
10	Carlitos y Snoopy: la película de Peanuts	USA	128.132	628.982

El *ranking* de estrenos nacionales está liderado por la coproducción con Francia *Ixcanul* (Jayro Bustamante), con 26.839 espectadores, que además es la única que se sitúa dentro del top-100. En segunda y tercera posición figuran la coproducción con Canadá *Hunting Party* (Chris Kummerfeldt) y con Costa Rica *El codo del Diablo* (Antonio Jara Vargas), con 4.271 y 3.619 espectadores, respectivamente (cuadro 2.2.59).

Cuadro 2.2.59

Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Año 2015. Guatemala

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos ($)
1	Ixcanul	Guatemala, Francia	26.839	120.704
2	Hunting Party	Guatemala, Canadá	4.271	19.247
3	El codo del Diablo	Guatemala, Costa Rica	3.619	11.559
4	Ovnis en Zacapa	Guatemala, Costa Rica, México	1.373	6.117
5	El Señor de Esquipulas	Guatemala	1.499	4.732

El estreno iberoamericano más exitoso fue la coproducción entre España y R. Unido *Exodus: dioses y reyes* con 106.673 espectadores. En segundo lugar, *En el corazón del mar* con 42.966 espectadores. La película europea más popular en 2015 en Guatemala fue la película francesa *Venganza 3* con 80.739 espectadores (cuadro 2.2.60).

Cuadro 2.2.60

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

Iberoamérica

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos ($)
1	Exodus: dioses y reyes	España, USA, R. Unido	106.673	572.422
2	En el corazón del mar	España, USA, Canadá	42.966	242.123
3	Tomorrowland	España, USA	26.843	134.988
4	Un gallo con muchos huevos	México	16.550	73.887
5	Los 33	USA, Chile, Colombia	15.783	70.388

Europa y resto de países

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos ($)
1	Venganza 3	Francia	80.739	373.261
2	Spectre 007	R. Unido, USA	69.343	359.702
3	Dragon Ball Z: La resurrección de F	Japón	56.455	225.034
4	Everest	R. Unido, USA, Islandia	31.482	176.511
5	El Principito	Francia, Canadá	31.324	130.358

HONDURAS

Los cines de Honduras en 2015 vendieron 3,1 millones de entradas y recaudaron 12,7 millones de dólares. El número de pantallas cinematográficas suma 70. La frecuencia de asistencia se situó en 0,4 películas por habitante y año y el precio medio de la entrada en 4,1 dólares. El número de estrenos nacional y su cuota de mercado superaron el 3% (cuadro 2.2.61).

Otros datos significativos sobre el mercado cinematográfico hondureño en 2015 son:

· Los cines de Honduras superan la barrera de los 3 millones de entradas vendidas.
· Los estrenos comerciales nacionales se consolidan en número en 2014 y 2015.
· La producción *Un loco verano catracho* fue el estreno nacional más popular y además se situó en el top-10 del *ranking* de espectadores.

Cuadro 2.2.61
Panorama cinematográfico en Honduras

Datos	2013	2014	2015
Población (millones)	8,5	8,6	8,7
PIB-PPA (billones USD)	0,038	0,039	0,041
PIB per capita (USD)	4.700	4.800	5.000
Número de pantallas de cine	SD	70	70
Ingresos cine (millones USD)	10,8	10,8	12,7
Asistencia espectadores (millones)	2,6	2,5	3,1
Espectadores cine nacional (millones)	0,11	0,15	0,10
Cuota de mercado cine nacional (%)	4,2	6,0	3,4
Número de estrenos totales	122	144	162
Número de estrenos extranjeros	121	140	157
Número de estrenos nacionales	1	4	5
Asistencia anual por habitante	0,3	0,3	0,4
Precio medio entrada (USD)	4,1	4,3	4,1

La muestra del top-100 representó casi el 98% de la asistencia total a los cines hondureños en 2015. La cuota de mercado del cine USA se situó en el 86,1%, la del cine nacional en el 3,4% y la del cine iberoamericano en el 4,1% (cuadro 2.2.62).

Cuadro 2.2.62
Distribución por el origen de los estrenos del Top-100. Honduras

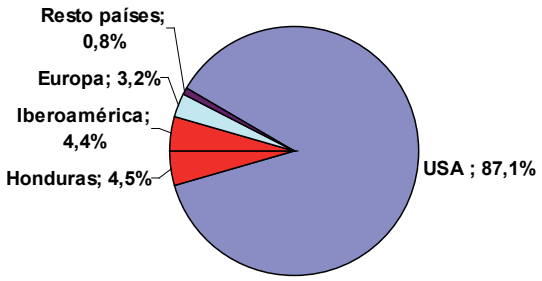
	ESPECTADORES					
Origen	**2013**	**%**	**2014**	**%**	**2015**	**%**
USA	2.237.239	86,0	2.216.176	89,3	2.635.543	86,1
Honduras	107.306	4,1	152.140	6,1	103.691	3,4
Iberoamérica	203.498	7,8	29.756	1,2	126.098	4,1
Europa	33.002	1,3	76.282	3,1	163.740	5,4
Resto países	21.151	0,8	7.654	0,3	30.331	1,0
Total	**2.602.196**		**2.482.008**		**3.059.403**	

INGRESOS						
Origen	**2013**	**%**	**2014**	**%**	**2015**	**%**
USA	9.827.587	87,4	9.605.807	90,4	10.835.605	87,1
Honduras	381.490	3,4	552.767	5,2	336.594	2,7
Iberoamérica	817.796	7,3	114.750	1,1	522.063	4,2
Europa	140.389	1,2	322.208	3,0	647.180	5,2
Resto países	79.163	0,7	27.292	0,3	103.842	0,8
Total	**11.246.425**		**10.622.824**		**12.445.284**	

La cuota acumulada de espectadores en el trienio 2013-2015 refleja el dominio del cine USA, con el 87,1% del mercado, seguido del cine hondureño con el 4,5%, del iberoamericano con el 4,4% y del cine europeo con el 3,2% (gráfico 2.2.26).

En cuanto al género del top-100, el 83% correspondió a estrenos de ficción y el 17% a obras de animación y respecto al origen, el 78% fueron producciones estadounidenses, el 11% iberoamericanas (tres estrenos nacionales), el 10% obras europeas y el 1% de otros países.

Gráfico 2.2.26
Cuota acumulada de espectadores por el origen de los estrenos. Periodo 2013-2015. Honduras



Las *majors* americanas acumularon en 2015 acumularon una cuota de espectadores del 87,7% y las independientes el 12,3% restante. Las distribuidoras cuyas películas vendieron más entradas fueron Universal con 782.669 espectadores y Disney con 584.907 (cuadro 2.2.63).

Cuadro 2.2.63

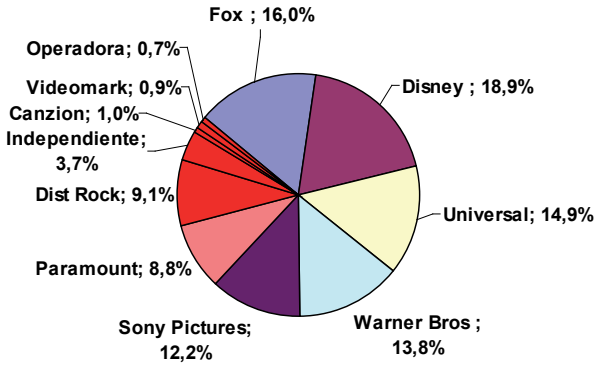
Cuota de espectadores por distribuidoras del top 100. Honduras

Origen	**2013**	**%**	**2014**	**%**	**2015**	**%**
Fox	324.853	12,5	505.286	20,4	462.725	15,1
Warner Bros	357.235	13,7	416.626	16,8	334.827	10,9
Disney	560.124	21,5	399.407	16,1	584.907	19,1
Paramount	180.765	6,9	350.189	14,1	161.312	5,3
Sony Pictures	404.952	15,6	230.575	9,3	356.155	11,6
Universal	363.663	14,0	125.732	5,1	782.669	25,6

Dist Rock	279.560	10,7	308.560	12,4	129.801	4,2
Independiente	107.306	4,1	77.824	3,1	116.263	3,8
Canzion	3.689	0,1	44.113	1,8	35.142	1,1
Operadora	16.310	0,6	23.696	1,0	27.500	0,9
Videomark	3.739	0,1	0	0,0	68.102	2,2
Total	**2.602.196**		**2.482.008**		**3.059.403**	

En el periodo 2013-2015, el porcentaje de espectadores acumulado por las *Majors* alcanzó el 84,6% y el resto de distribuidoras el 15,4% (gráfico 2.2.27). Las empresas con más cuota de mercado fueron Disney (18,9%) y Fox (16%). Entre las independientes destacó Dist Rock (9,1%).

Gráfico 2.2.27
Cuota acumulada de espectadores por distribuidoras. Periodo 2013-2015. Honduras



Respecto a la distribución de espectadores por obras, 6 estrenos consiguieron superar los 100.000 espectadores y el 25,9% (42) de los estrenos totales aglutinaron el 80% (2,5 millones) de la asistencia de espectadores.

En 2015, la producción estadounidense *Fast & Furious 7* fue la más exitosa con 228.228 espectadores, seguida de *Los Minions* con 191.726 y *Vengadores: La Era de Ultrón* con 173.795. Por otra parte, la película hondureña *Un loco verano catracho* (Carlos Membreño) ocupó el décimo lugar con 77.266 espectadores (cuadro 2.2.64).

Las producciones del *ranking* de estrenos provinieron mayoritariamente de Estados Unidos (nueve estrenos). La cuota de mercado de estas diez producciones supuso el 44% del total de espectadores.

Cuadro 2.2.64

Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2015. Honduras

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos ($)
1	Fast & Furious 7	USA	228.228	1.045.023
2	Los Minions	USA	191.726	794.886
3	Vengadores: La Era de Ultrón	USA	173.795	769.178
4	Jurassic World	USA	165.295	720.844
5	Hotel Transilvania 2	USA	155.060	575.212

6	Star Wars: el despertar de la fuerza	USA	115.400	623.836
7	Del revés (Inside out)	USA	96.965	364.174
8	San Andrés	USA	95.457	420.963
9	Cincuenta sombras de Grey	USA	79.315	333.132
10	Un loco verano catracho	Honduras	77.266	250.816

En cuanto al *ranking* de estrenos nacionales, aparte del mencionado título, hay que señalar también la presencia en el top-100 de las películas *De lo que sea* (Jerry Peñalba), con casi 21.000 espectadores, y *Chinche Man* (Tomás Chi) *con* 5.907 (cuadro 2.2.65).

Cuadro 2.2.65

Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Año 2015. Honduras

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos ($)
1	Un loco verano catracho	Honduras	77.266	250.816
2	De lo que sea	Honduras	20.518	67.384
3	Chinche Man	Honduras	5.907	18.394
4	Venganza y justicia	Honduras	1.471	5.642
5	Cásate conmigo	Honduras	506	1.514

El estreno iberoamericano más exitoso fue la coproducción hispanoamericana *Exodus: dioses y reyes*, con 53.866 espectadores. La película europea más popular en 2015 en Honduras fue la coproducción entre Reino Unido y USA *Spectre 007*, con 53.705 espectadores (cuadro 2.2.66).

Cuadro 2.2.66

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

Iberoamérica

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos ($)
1	Exodus: dioses y reyes	España, USA, R.Unido	53.866	238.617
2	En el corazón del mar	España, USA, Canadá	25.327	107.886
3	Tomorrowland	España, USA	19.846	75.871
4	Los 33	Chile, Colombia, USA	8.766	37.608
5	Escobar: paraíso perdido	España, Francia, Bélgica	6.658	24.537

Europa y resto de países

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos ($)
1	Spectre 007	R. Unido, USA	53.705	231.655
2	Venganza 3	Francia	34.711	139.380
3	Dragon Ball Z: la resurrección de F	Japón	30.331	103.842
4	Everest	R. Unido, USA, Islandia	26.030	106.126
5	El principito	Francia, Canadá	13.011	43.561

MÉXICO

Los cines mexicanos vendieron 286,3 millones de entradas en 2015 y recaudaron 842,1 millones de dólares. El número total de pantallas sumó 5.977. La frecuencia de asistencia se situó en 2,3 películas por habitante y año y el precio medio de la entrada en 3 dólares. El 19,3% de los estrenos fueron nacionales y su cuota de mercado superó el 6% (cuadro 2.2.67).

Otros datos destacados del mercado cinematográfico mexicano en 2015 son:

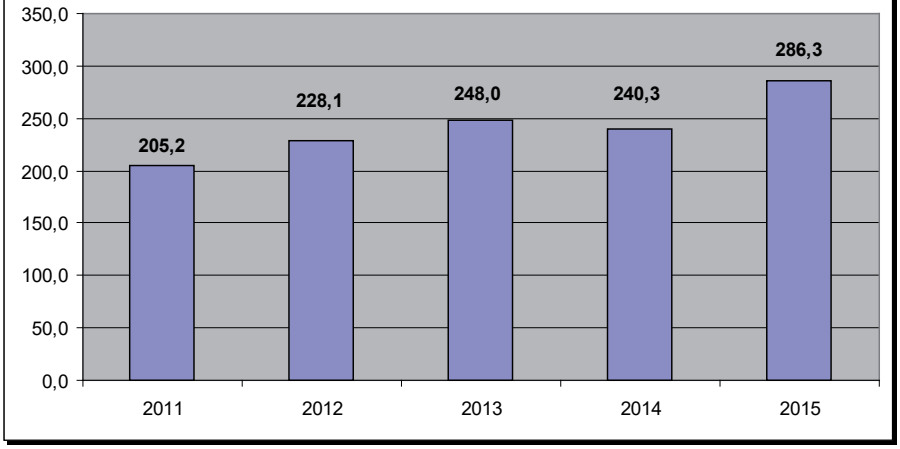
· El número de pantallas de cine roza la barrera de las 6.000, situando a México como el primer país iberoamericano en salas y el cuarto del mundo, por detrás de USA, China y La India.
· El número de entradas vendidas supera los 286 millones, posibilitando que México sea el primer país iberoamericano y el cuarto del mundo en asistencia de espectadores a los cines.
· El crecimiento de la asistencia de espectadores a los cines mexicanos con respecto a 2014 solo es superada a nivel mundial por China.
· El número de estrenos nacionales se sitúa en 84 (12 más que en 2014).
· El precio medio de la entrada al cine (3 dólares) es uno de los más baratos de Iberoamérica.
· La producción mexicana *Un gallo con muchos huevos* consiguió entrar dentro del top-20 de espectadores.

Cuadro 2.2.67
Panorama cinematográfico en México

Datos	2013	2014	2015
Población (millones)	120,2	120,3	121,7
PIB-PPA (billones USD)	2,12	2,17	2,22
PIB per capita (USD)	17.700	18.100	18.500
Número de pantallas de cine	5.547	5.678	5.977
Ingresos cine (millones USD)	912,0	832,6	842,1
Asistencia espectadores (millones)	248,0	240,3	286,3
Espectadores cine nacional (millones)	30,10	24,03	17,53
Cuota de mercado cine nacional (%)	12,1	10,0	6,1
Número de estrenos totales	364	330	414
Número de estrenos extranjeros	263	262	334
Número de estrenos nacionales	101	68	80
Asistencia anual por habitante	2,1	2,0	2,3
Precio medio entrada (U SD)	3,7	3,5	3,0

La evolución de la asistencia a las salas cinematográficas en los últimos cinco años muestra una progresiva tendencia al alza hasta 2013, con un incremento de 42,8 millones desde 2011. En 2014 se produjo un descenso de 7,7 millones de espectadores y en 2015 un aumento de 46 millones hasta alcanzar los actuales 286 millones de espectadores (gráfico 2.2.28).

Gráfico 2.2.28
Evolución de la asistencia al cine (millones de espectadores). Periodo 2011-2015. México



La muestra del top-100 representó el 93,6% de la asistencia total a los cines de México en 2015 (cuadro 2.2.68). La cuota de mercado del cine USA en 2015 se situó en el 84,5% del total de espectadores de esta muestra, la del cine nacional en el 5,3% y la cuota del cine iberoamericano en torno al 2%.

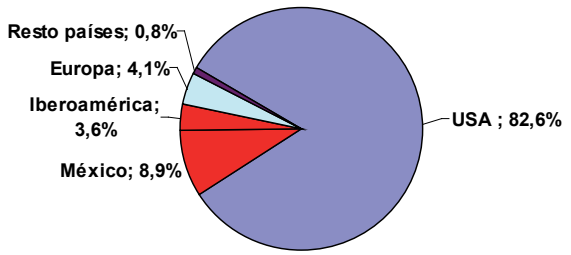
Cuadro 2.2.68
Distribución por el origen de los estrenos del Top-100. México

ESPECTADORES						
Origen	**2013**	**%**	**2014**	**%**	**2015**	**%**
USA	190.857.935	78,0	197.873.717	85,4	226.501.570	84,5
México	28.872.074	11,8	22.366.165	9,7	14.098.676	5,3
Iberoamérica	17.969.896	7,3	3.311.861	1,4	5.719.202	2,1
Europa	4.777.108	2,0	6.939.014	3,0	19.419.560	7,2
Resto países	2.359.398	1,0	1.231.396	0,5	2.221.071	0,8
Total	**244.836.411**		**231.722.153**		**267.960.079**	
INGRESOS						
Origen	**2013**	**%**	**2014**	**%**	**2015**	**%**
USA	730.933.051	79,0	699.223.120	85,8	674.513.067	85,1
México	100.029.572	10,8	73.836.981	9,1	38.023.820	4,8
Iberoamérica	66.308.410	7,2	12.648.930	1,6	16.894.312	2,1
Europa	20.069.304	2,2	25.611.946	3,1	57.151.005	7,2
Resto países	8.381.439	0,9	3.828.355	0,5	6.045.710	0,8
Total	**925.721.776**		**815.149.332**		**792.627.914**	

La cuota acumulada de espectadores en el trienio 2013-2015 refleja el dominio del cine USA, con un 82,6% del mercado, por el 8,9% del cine mexicano y el 3,6% de las producciones iberoamericanas (gráfico 2.2.29).

En cuanto al género del top-100, el 86% correspondió a estrenos de ficción y el 14% a obras de animación. Respecto al origen, el 76% fueron obras estadounidenses, el 12% iberoamericanas (8 estrenos nacionales), el 11% obras europeas y el 1% de otros países.

Gráfico 2.2.29
Cuota acumulada de espectadores por el origen de los estrenos. Periodo 2013-2015. México



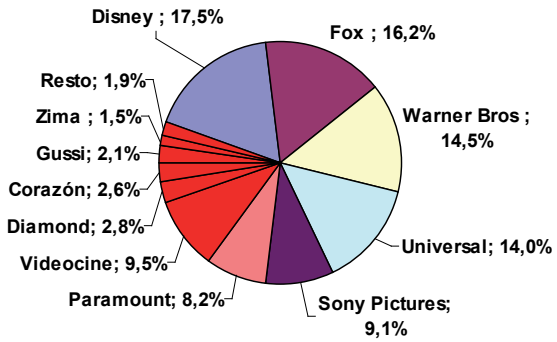
Las *Majors* americanas acumularon en 2015 una cuota de espectadores del 82,1% y las independientes el 17,9% restante. Las empresas cuyas películas vendieron más entradas fueron Universal, con 62,7 millones, y Disney con 53 millones (cuadro 2.2.69).

Cuadro 2.2.69
Cuota de espectadores por distribuidoras del top 100. México

Origen	2013	%	2014	%	2015	%
Fox	27.998.868	11,4	58.395.218	25,2	31.915.254	11,9
Warner Bros	39.176.713	16,0	35.401.606	15,3	32.674.499	12,2
Disney	43.083.268	17,6	35.274.186	15,2	53.002.749	19,8
Paramount	19.946.009	8,1	24.153.032	10,4	15.929.430	5,9
Sony Pictures	23.681.964	9,7	15.635.841	6,7	29.161.003	10,9
Universal	31.401.112	12,8	13.427.844	5,8	62.763.300	23,4
Videocine	27.197.339	11,1	20.995.854	9,1	22.669.189	8,5
Diamond	7.688.534	3,1	7.264.998	3,1	5.916.469	2,2
Gussi	7.293.310	3,0	6.273.801	2,7	2.187.953	0,8
Zima	3.190.829	1,3	4.768.506	2,1	2.089.596	0,8
Corazón	7.451.866	3,0	4.312.841	1,9	7.798.422	2,9
Alphaville	241.281	0,1	4.186.221	1,8	0	0,0
Latam	2.148.951	0,9	1.202.094	0,5	0	0,0
Canzion	26.425	0,0	430.111	0,2	0	0,0
Cinepolis	183.325	0,1	0	0,0	1.173.654	0,4
Star Distribution	1.442.795	0,6	0	0,0	678.561	0,3
Nueva Era	353.076	0,1	0	0,0	0	0,0
Resto	2.330.746	1,0	0	0,0	0	0,0
Total	**244.836.411**		**231.722.153**		**267.960.079**	

En el periodo 2013-2015, el porcentaje de espectadores acumulado por las *Majors* alcanzó el 79,5% y el resto de distribuidoras el 20,5%. Las empresas con más cuota de mercado fueron Disney (17,5%) y Fox (16,2%) y entre las independientes destacó Videocine con el 9,5% (gráfico 2.2.30).

Gráfico 2.2.30
Cuota acumulada de espectadores por distribuidoras. Periodo 2013-2015. México



Respecto a la distribución de espectadores por obras, cinco estrenos consiguieron superar los 10 millones de espectadores y el 10,4% (43) de los estrenos aglutinaron el 80% (214,3 millones) de la asistencia total de espectadores.

En 2015, la producción estadounidense de animación *Los Minions* fue la más exitosa con más de 16 millones de espectadores, seguida de *Los Vengadores: La Era de Ultrón* con 15,7 millones y *Fast & Furious 7* con 15,5 (cuadro 2.2.70).

Las producciones del *ranking* de estrenos provinieron en su totalidad de Estados Unidos. La cuota de mercado de estas diez producciones supuso el 38,7% del total de espectadores.

Cuadro 2.2.70
Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2015. México

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos ($)
1	Los Minions	USA	16.145.698	45.874.095
2	Vengadores: La Era de Ultrón	USA	15.735.532	51.423.432
3	Fast & Furious 7	USA	15.534.041	53.054.825
4	Jurassic World	USA	13.848.736	43.490.685
5	Del revés (Inside out)	USA	10.838.439	30.931.577
6	Hotel Transilvania 2	USA	9.817.473	23.552.227
7	San Andrés	USA	9.561.650	30.751.395
8	Los Juegos del Hambre: Sinsajo - Parte 2	USA	7.002.278	20.688.767
9	Star Wars: el despertar de la fuerza	USA	6.740.872	23.120.219
10	Bob Esponja: un héroe fuera del agua	USA	5.542.354	16.136.761

En cuanto al *ranking* de estrenos nacionales hay que señalar, en primer lugar, a la película *Un gallo con muchos huevos* (Gabriel Riva y Rodolfo Riva), con 4,1 millones de espectadores, en segundo lugar, la coproducción con USA, *El gran pequeño* (Alejandro Gómez) con 3,3 millones y, en el tercer puesto, *A la mala* (Pedro Pablo Ibarra) con 2,8 millones (cuadro 2.2.71).

Cuadro 2.2.71

Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Año 2015. México

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos ($)
1	Un gallo con muchos huevos	México	4.131.013	10.089.843
2	El gran pequeño	México, USA	3.342.259	9.566.096
3	A la mala	México	2.801.115	8.366.720
4	Don gato 2: el inicio de la pandilla	México	1.471.288	3.286.915
5	Archivo 253	México	703.557	2.003.042
6	Gloria	México	636.732	1.805.791
7	Guardianes de Oz	México	542.615	1.506.385
8	Elvira, te daría mi vida pero la estoy usando	México	470.097	1.399.028
9	Por mis bigotes	México	436.093	1.061.222
10	Una última y nos vamos	México	290.721	751.888

El estreno iberoamericano más exitoso fue la coproducción España-USA *En el corazón del mar*, con 2,1 millones de espectadores y la película europea más popular en 2015 en México fue la coproducción entre Reino Unido y USA *Spectre 007*, con 4,1 millones de espectadores (cuadro 2.2.72).

Cuadro 2.2.72

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

Iberoamérica

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos ($)
1	En el corazón del mar	España, USA, Canadá	2.144.274	6.114.847
2	Tomorrowland	España, USA	1.813.053	5.696.369
3	Los 33	Chile, Colombia, USA	1.154.610	2.984.722
4	Escobar: paraíso perdido	España, Francia, Bélgica	607.265	2.098.373

Europa y resto de países

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos ($)
1	Spectre 007	Reino Unido, USA	4.080.869	11.798.011
2	V3nganza	Francia	3.095.355	9.866.248
3	Everest	Reino Unido, USA, Islandia	2.885.253	8.117.291
4	El Principito	Francia, Canadá	2.402.310	6.200.050
5	Dragon Ball Z: la resurrección de F	Japón	2.221.071	6.045.710

NICARAGUA

Los cines de Nicaragua en 2015 vendieron 1,9 millones de entradas y recaudaron 8,3 millones de dólares. El número de pantallas cinematográficas sumó 46. La frecuencia de asistencia se situó en 0,3 películas por habitante y año y el precio medio de la entrada en 4,3 dólares. No hubo presencia de estrenos nacionales (cuadro 2.2.73).

Cuadro 2.2.73

Panorama cinematográfico en Nicaragua

Datos	2013	2014	2015
Población (millones)	5,8	5,8	5,9
PIB-PPA (billones USD)	0,028	0,029	0,031
PIB per capita (USD)	4.600	4.800	5.000
Número de pantallas de cine	44	44	46
Ingresos cine (millones USD)	6,2	6,9	8,3
Asistencia espectadores (millones)	1,6	1,7	1,9
Espectadores cine nacional (millones)	0,002	0,014	0
Cuota de mercado cine nacional (%)	0,2	0,8	0
Número de estrenos totales	117	151	147
Número de estrenos extranjeros	116	148	147
Número de estrenos nacionales	1	3	0
Asistencia anual por habitante	0,3	0,3	0,3
Precio medio entrada (USD)	3,8	4,0	4,3

La muestra del top-100 supone el 96% de la asistencia total a los cines nicaragüenses (cuadro 2.2.74). La cuota de mercado del cine USA se situó en el 85,4% y la del cine iberoamericano casi en el 6%.

Cuadro 2.2.74

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

ESPECTADORES

Origen	2013	%	2014	%	2015	%
USA	1.409.506	88,0	1.472.956	91,1	1.602.996	85,4
Nicaragua	2.798	0,2	13.766	0,9	0	0,0
Iberoamérica	130.354	8,1	74.117	4,6	110.157	5,9
Europa	33.252	2,1	50.583	3,1	144.405	7,7
Resto países	25.670	1,6	4.555	0,3	20.584	1,1
Total	**1.601.580**		**1.615.977**		**1.878.142**	

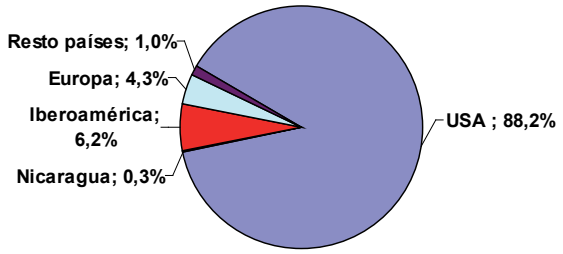
INGRESOS

Origen	2013	%	2014	%	2015	%
USA	5.774.091	88,7	6.101.146	91,8	6.901.179	85,7
Nicaragua	11.611	0,2	28.085	0,4	0	0,0
Iberoamérica	498.905	7,7	292.971	4,4	472.538	5,9
Europa	132.350	2,0	209.308	3,1	597.921	7,4
Resto países	92.175	1,4	16.976	0,3	78.629	1,0
Total	**6.509.131**		**6.648.486**		**8.050.267**	

La cuota acumulada de espectadores en el trienio 2013-2015 refleja el dominio del cine USA, con un 88,2% del mercado, por el 0,3% del cine nicaragüense y el 6,2% del cine iberoamericano (gráfico 2.2.31).

En cuanto al género de los estrenos del top-100, el 82% correspondió a estrenos de ficción y el 18% a obras de animación. Respecto al origen, el 77% correspondió a obras estadounidenses, el 10% a iberoamericanas, el 12% a obras europeas y el 1% a obras de otros países.

Gráfico 2.2.31
Cuota acumulada de espectadores por el origen de los estrenos. Periodo 2013-2015. Nicaragua



Las *Majors* americanas acumularon en 2015 una cuota de espectadores del 86,2% y las independientes el 13,8% restante. Los *Estudios* con más películas vendidas fueron Universal, con 443.000 espectadores, y Disney con 328.000 millones (cuadro 2.2.75).

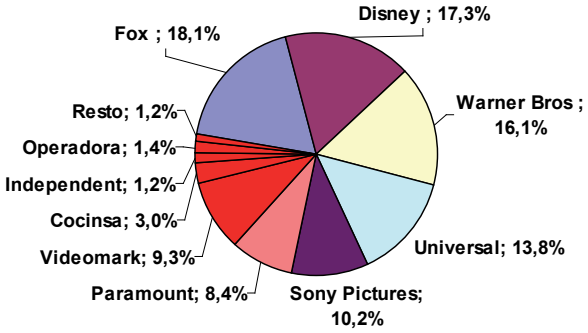
Cuadro 2.2.75

Ranking de distribuidoras del Top 100. Nicaragua

Origen	2013	%	2014	%	2015	%
Fox	235.402	14,7	370.492	22,9	315.401	16,8
Warner Bros	243.632	15,2	309.087	19,1	263.045	14,0
Disney	294.551	18,4	261.030	16,2	328.001	17,5
Paramount	123.392	7,7	199.915	12,4	98.141	5,2
Sony Pictures	213.482	13,3	131.105	8,1	170.715	9,1
Universal	201.676	12,6	82.984	5,1	443.531	23,6
Videomark	165.232	10,3	121.697	7,5	188.149	10,0
Independent	2.448	0,2	51.555	3,2	3.084	0,2
Cocinsa	101.504	6,3	43.627	2,7	0	0,0
Operadora	12.338	0,8	19.782	1,2	40.311	2,1
Romaly	6.733	0,4	3.624	0,2	5.136	0,3
Canzion	0	0,0	21.079	1,3	13.323	0,7
11:11	0	0,0	0	0,0	6.434	0,3
La Media Docena	0	0,0	0	0,0	2.871	0,2
Resto	1.190	0,1	0	0,0	0	0,0
Total	**1.601.580**		**1.615.977**		**1.878.142**	

En el trienio 2013-2015, el porcentaje de espectadores acumulado por las *Majors* alcanzó el 84% y el del resto de distribuidoras el 16%. Las empresas con más cuota de mercado fueron Fox (18,1%), Disney (17,3%) y Warner (16,1%). Entre las independientes destacó Videomark, con el 9,3% (gráfico 2.2.32).

Gráfico 2.2.32
Cuota acumulada de espectadores por distribuidoras. Periodo 2013-2015. Nicaragua



Respecto a la distribución de espectadores por obras, dos estrenos consiguieron superar los 100.000 espectadores y el 32,6% (48) de los estrenos aglutinó el 80% (1,5 millones) de la asistencia total de espectadores.

En 2015, la producción estadounidense *Fast & Furious 7* fue la más exitosa en Nicaragua, con 140.836 espectadores, seguida de *Los Minions* con 107.484 y *Vengadores: La Era de Ultrón* con 91.878 (cuadro 2.2.76).

Todas las producciones del *ranking* de estrenos son estadounidenses. La cuota de mercado de estas diez producciones supuso el 38,5% del total de espectadores.

Cuadro 2.2.76

Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2015. Nicaragua

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos ($)
1	Fast & Furious 7	USA	140.836	653.964
2	Los Minions	USA	107.484	472.695
3	Vengadores: La Era de Ultrón	USA	91.878	417.832
4	San Andrés	USA	80.120	378.279
5	Jurassic World	USA	65.002	301.706
6	Del revés (Inside out)	USA	62.659	253.976
7	Hotel Transilvania 2	USA	61.114	244.507
8	Star Wars: el despertar de la fuerza	USA	51.191	256.929
9	Cincuenta sombras de Grey	USA	49.643	205.098
10	Los juegos del hambre: Sinsajo - Parte 2	USA	45.222	209.036

El estreno iberoamericano más exitoso fue la coproducción hispanoamericana *Exodus: dioses y reyes*, con 36.190 espectadores. La película europea más popular en 2015 en Nicaragua fue la coproducción angloamericana *Spectre 007*, con 32.863 (cuadro 2.2.77).

Cuadro 2.2.77

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

Iberoamérica

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos ($)
1	Exodus: dioses y reyes	España, USA, R.Unido	36.190	161.842
2	En el corazón del mar	España, USA, Canadá	21.773	96.822
3	Escobar: paraíso perdido	España, Francia, Bélgica	12.216	47.550
4	Tomorrowland	España, USA	9.353	40.368
5	Los 33	Chile, Colombia, USA	9.289	38.044

Europa y resto de países

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos ($)
1	Spectre 007	R. Unido, USA	32.863	149.470
2	Venganza 3	Francia	26.062	107.415
3	Dragon Ball Z: la resurrección de F	Japón	20.584	78.629
4	El Principito	Francia, Canadá	18.462	67.759
5	Everest	R. Unido, USA, Islandia	15.710	72.229

PANAMÁ

Los cines de Panamá en 2015 vendieron 5,7 millones de entradas y recaudaron 28,5 millones de dólares. El número de pantallas cinematográficas ascendió a 99. La frecuencia de asistencia se situó en 1,5 películas por habitante y año y el precio medio de la entrada fue de 5 dólares. El 1% de los estrenos fueron nacionales y su cuota de espectadores tan solo de un 0,2% (cuadro 2.2.78).

Cuadro 2.2.78

Panorama cinematográfico en Panamá

Datos	2013	2014	2015
Población (millones)	3,6	3,6	3,6
PIB-PPA (billones USD)	0,073	0,077	0,082
PIB per capita (USD)	19.400	20.300	20.900
Número de pantallas de cine	80	84	99
Ingresos cine (millones USD)	20,7	24,0	28,5
Asistencia espectadores (millones)	4,8	5,0	5,7
Espectadores cine nacional (millones)	0	0,09	0,01
Cuota de mercado cine nacional (%)	0	1,8	0,2
Número de estrenos totales	146	170	184
Número de estrenos extranjeros	146	166	182
Número de estrenos nacionales	0	4	2
Asistencia anual por habitante	1,3	1,4	1,5
Precio medio entrada (USD)	4,5	4,8	5,0

La muestra del top-100 representó casi el 96% de la asistencia total en 2015 (cuadro 2.2.79). La cuota de mercado del cine USA se situó en el 88,7% y la del cine iberoamericano en el 4,1%.

Cuadro 2.2.79

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

Origen	2013	%	2014	%	2015	%
USA	4.039.230	87,4	4.356.298	91,6	4.860.860	88,7
Panamá	0	0,0	88.216	1,9	0	0,0
Iberoamérica	473.625	10,3	85.997	1,8	224.161	4,1
Europa	61.337	1,3	212.673	4,5	356.464	6,5
Resto países	45.774	1,0	14.036	0,3	37.118	0,7
Total	**4.619.966**		**4.757.220**		**5.478.603**	

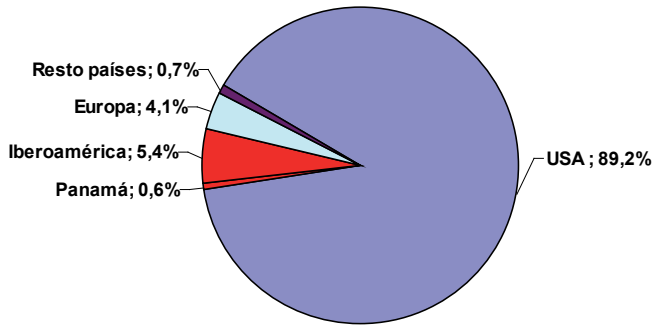
Cuota de espectadores por el origen de los estrenos del top-100. Panamá

Origen	2013	%	2014	%	2015	%
USA	18.952.393	88,3	20.813.205	92,1	24.437.404	88,9
Panamá	0	0,0	404.828	1,8	0	0,0
Iberoamérica	2.041.211	9,5	335.821	1,5	1.129.545	4,1
Europa	278.388	1,3	1.000.482	4,4	1.764.279	6,4
Resto países	184.521	0,9	51.855	0,2	153.776	0,6
Total	**21.456.513**		**22.606.191**		**27.485.004**	

La cuota acumulada de espectadores en el trienio 2013-2015 en Panamá refleja el dominio del cine USA, con un 89,2% del mercado, por el 0,6% del cine panameño y el 5,4% del cine iberoamericano (gráfico 2.2.31).

En cuanto a la distribución por géneros del top-100, el 84% correspondió a estrenos de ficción y el 16% a estrenos de animación. Respecto al origen, el 83% fueron obras estadounidenses, el 6% iberoamericanas, el 9% obras europeas y el 2% de otros países.

Gráfico 2.2.33
Cuota acumulada de espectadores por el origen de los estrenos. Periodo 2013-2015. Panamá



Las *majors* americanas acumularon en 2015 una cuota de espectadores del 89,5% y las independientes el 10,5% restante. Los Estudios cuyas películas vendieron más entradas fueron Universal, con 1,3 millones y Fox con algo más de un millón (cuadro 2.2.80).

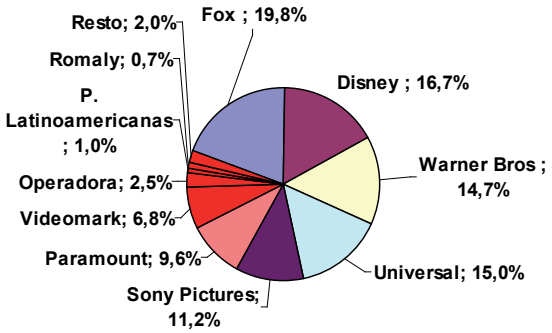
Cuadro 2.2.80

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

Distribuidora	2013	%	2014	%	2015	%
Fox	743.969	16,1	1.160.717	24,4	1.037.387	18,9
Warner Bros	655.865	14,2	815.319	17,1	700.683	12,8
Disney	760.840	16,5	738.358	15,5	993.287	18,1
Paramount	442.469	9,6	642.191	13,5	304.875	5,6
Sony Pictures	721.158	15,6	372.457	7,8	562.458	10,3
Universal	665.259	14,4	321.568	6,8	1.304.239	23,8
Videomark	303.555	6,6	360.939	7,6	345.024	6,3
Operadora	180.609	3,9	63.005	1,3	121.077	2,2
La California	80.343	1,7	0	0,0	0	0,0
Independent	54.482	1,2	66.916	1,4	0	0,0
Canzion	1.761	0,0	35.681	0,8	30.318	0,6
Romaly	0	0,0	105.288	2,2	0	0,0
P. Latinoamericanas	0	0,0	74.781	1,6	79.255	1,4
Resto	9.656	0,2	0	0,0	0	0,0
Total	**4.619.966**		**4.757.220**		**5.478.603**	

En el trienio 2013-2015, el porcentaje de espectadores acumulado por las *Majors* alcanzó el 87% y el resto de distribuidoras el 13%. Las distribuidoras con más cuota de mercado fueron Fox (19,8% y Disney (16,7%). Entre las independientes destacó Videomark con el 6,8% (gráfico 2.2.34).

Gráfico 2.2.34
Cuota acumulada de espectadores por distribuidoras. Periodo 2013-2015. Panamá



Respecto a la distribución de espectadores por obras, 14 estrenos consiguieron superar los 100.000 espectadores y el 26,6% (49) de los estrenos aglutinaron el 80% (4,6 millones) de la asistencia total de espectadores.

En 2015, la producción estadounidense *Fast & Furious 7* fue la más exitosa en Panamá con 423.280 espectadores, seguida de *Los Minions* con 284.149 y *Vengadores: La Era de Ultrón* con 270.013 espectadores (cuadro 2.2.81).

Las producciones del *ranking* de estrenos proceden mayoritariamente de Estados Unidos (nueve obras) y una de Francia. La cuota de mercado de estas diez producciones supuso el 37,9% del total de espectadores.

Cuadro 2.2.81

Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2015. Panamá

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos ($)
1	Fast & Furious 7	USA	423.280	2.226.625
2	Los Minions	USA	284.149	1.368.796
3	Vengadores: La Era de Ultrón	USA	270.013	1.477.320
4	Jurassic World	USA	225.188	1.181.358
5	San Andrés	USA	209.997	1.124.744
6	Star Wars: el despertar de la fuerza	USA	174.758	1.174.561
7	Hotel Transilvania 2	USA	170.634	778.493
8	Del revés (Inside out)	USA	158.854	738.986
9	Venganza 3	Francia	129.868	575.645
10	Los pingüinos de Madagascar	USA	117.354	488.126

Las dos producciones panameñas estrenadas en 2015, *Kenke* (Enrique Pérez) y *Caja 25* (Delfina Vidal y Mercedes Arias) no figuran en el top-100. La primera consiguió 6.078 espectadores y la segunda 2.055.

El estreno iberoamericano más exitoso fue la coproducción hispanoamericana *Exodus: dioses y reyes*, con 103.391 espectadores y la película europea más popular en 2015 fue la producción francesa *Venganza 3*, con 129.000 espectadores (cuadro 2.2.82).

Cuadro 2.2.82

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

Iberoamérica				
Nº	**Título**	**Origen**	**Espectadores**	**Ingresos ($)**
1	Exodus: dioses y Reyes	España, USA, R. Unido	103.391	503.892
2	Tomorrowland	España, USA	45.938	239.122
3	In the heart of the sea	España, USA, Canadá	39.697	212.532
4	Los 33	Chile, Colombia, USA	14.232	90.687
5	Little Boy	México, USA	10.915	46.942
Europa y resto de países				
Nº	**Título**	**Origen**	**Espectadores**	**Ingresos ($)**
1	Venganza 3	Francia	129.868	575.645
2	Spectre 007	Reino Unido, USA	83.975	532.733
3	Everest	R. Unido, USA, Islandia	39.134	195.129
4	Victor Frankenstein	Reino Unido, USA	27.631	140.892
5	Dragon Ball Z: la resurrección de F	Japón	27.041	109.203

PARAGUAY

Los cines de paraguayos vendieron en 2015 1,4 millones de entradas y recaudaron 7,3 millones de dólares. El número de pantallas cinematográficas ascendió a 41. La frecuencia de asistencia se situó en 0,2 películas por habitante y año y el precio medio de la entrada fue de 5,6 dólares. El 4,1% de los estrenos fueron nacionales y su cuota de mercado representó el 1,6% (cuadro 2.2.83).

Cuadro 2.2.83

Panorama cinematográfico en Paraguay

	2013	2014	2015
Población (millones)	6,7	6,7	6,8
PIB-PPA (billones USD)	0,055	0,057	0,06
PIB per capita (USD)	8.200	8.400	8.800
Número de pantallas de cine	SD	40	41
Ingresos cine (millones USD)	6,7	6,9	7,3
Asistencia espectadores (millones)	1,1	1,1	1,4
Espectadores cine nacional (millones)	0,01	0,03	0,02
Cuota de mercado cine nacional (%)	1,0	2,7	1,6
Número de estrenos totales	117	130	122
Número de estrenos extranjeros	114	126	117
Número de estrenos nacionales	3	4	5
Asistencia anual por habitante	0,1	0,2	0,2
Precio medio entrada (USD)	6,0	6,3	5,6

La muestra del top-100 representó el 99% de la asistencia total a los cines de Paraguay (cuadro 2.2.84). La cuota de mercado del cine USA en 2015 fue el 90,3%, la cuota del cine nacional se situó en el 1,8% en 2015 y la del cine iberoamericano se situó en el 1,2%.

Cuadro 2.2.84

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

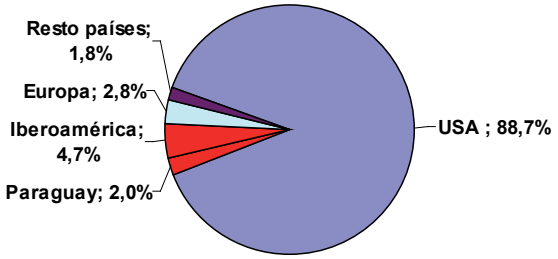
	ESPECTADORES					
Origen	**2013**	**%**	**2014**	**%**	**2015**	**%**
USA	899.364	84,5	1.009.219	91,3	1.229.914	90,3
Paraguay	13.308	1,2	32.089	2,9	24.743	1,8
Iberoamérica	115.094	10,8	22.220	2,0	15.722	1,2
Europa	11.518	1,1	26.167	2,4	65.767	4,8
Resto países	25.489	2,4	15.713	1,4	26.435	1,9
Total	**1.064.773**		**1.105.408**		**1.362.581**	

INGRESOS						
Origen	**2013**	**%**	**2014**	**%**	**2015**	**%**
USA	5.983.031	86,1	6.100.496	91,9	6.686.679	91,7
Paraguay	88.625	1,3	171.541	2,6	108.191	1,5
Iberoamérica	672.377	9,7	133.633	2,0	71.115	1,0
Europa	63.142	0,9	147.908	2,2	314.202	4,3
Resto países	142.874	2,1	85.146	1,3	112.674	1,5
Total	**6.950.048**		**6.638.724**		**7.292.861**	

La cuota acumulada del cine USA en el top-100 durante el trienio 2013-2015 se situó en el 88,7%, la del cine paraguayo en el 2% y la del iberoamericano casi en el 5% (gráfico 2.2.35).

En cuanto a la distribución por géneros en el top-100, el 86% correspondió a estrenos de ficción, el 12% a obras de animación y el 2% a documentales. Respecto al origen, el 81% fueron obras estadounidenses, el 8% iberoamericanas (cinco estrenos nacionales), el 10% obras europeas y el 1% de otros países.

Gráfico 2.2.35
Cuota acumulada de espectadores por el origen de los estrenos. Periodo 2013-2015. Paraguay



Las *majors* americanas acumularon en 2015 una cuota de espectadores del 96,5% y las independientes el 3,5% restante. Las empresas cuyas películas vendieron más entradas fueron Universal, con 497.228, y Disney con 321.566 (cuadro 2.2.85).

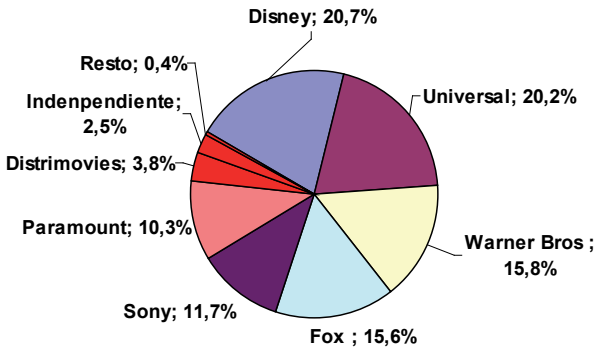
Cuadro 2.2.85
Cuota de espectadores por las distribuidoras del top-100. Paraguay

Origen	**2013**	**%**	**2014**	**%**	**2015**	**%**
Filmagic/Walt Disney	173.113	16,3	244.819	22,1	321.566	23,6
Fox	142.363	13,4	239.062	21,6	159.850	11,7
Cuvision (Warner)	77.144	7,2	157.207	14,2	118.300	8,7
Mediagroup (Sony)	135.915	12,8	148.283	13,4	120.065	8,8
Filmagic/Paramount	131.347	12,3	132.552	12,0	88.725	6,5
Filmagic/Universal	169.971	16,0	90.980	8,2	497.228	36,5

Warner Bros	154.745	14,5	25.445	2,3	8.934	0,7
Indenpendiente	1874	0,2	37.102	3,4	11.220	0,8
Distrimovies	67.443	6,3	29.958	2,7	32.589	2,4
Star Movies	0	0,0	0	0,0	4.104	0,3
Resto	10.858	1,0	0	0,0	0	0,0
Total	**1.064.773**		**1.105.408**		**1.362.581**	

En el periodo 2013-2015, el porcentaje de espectadores acumulado por las *Majors* alcanzó el 94,3% y el resto de distribuidoras el 5,7%. Las empresas con más cuota de mercado fueron Disney (20,7%) y Universal (20,2%). Entre las independientes destaca Distrimovies con el 3,8% (gráfico 2.2.36).

Gráfico 2.2.36
Cuota acumulada de espectadores por distribuidoras. Periodo 2013-2015. Paraguay



Respecto a la distribución de espectadores por obras, dos estrenos superaron los 100.000 espectadores y el 25,4% (31) de los estrenos totales aglutinaron el 80% (1,1 millones) de la asistencia de espectadores.

En 2015, la producción estadounidense *Fast & Furious 7* fue la más exitosa con 159.791 espectadores, seguida de *Los Minions*, con 134.572, y *Vengadores: La Era de Ultrón* con 84.787 (cuadro 2.2.86).

Nueve producciones del *ranking* de estrenos proceden de Estados Unidos y una de Japón. La cuota de mercado de estas diez producciones supuso el 52,9% del total de espectadores.

Cuadro 2.2.86

Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2015. Paraguay

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos ($)
1	Fast & Furious 7	USA	159.791	1.059.518
2	Los Minions	USA	134.572	709.892
3	Vengadores: La Era de Ultrón	USA	84.787	498.287
4	Cincuenta sombras de Grey	USA	72.632	370.300
5	Del revés (Inside out)	USA	68.688	320.219
6	Jurassic World	USA	68.638	386.988
7	Big Hero 6	USA	47.083	243.615

egeda

8	Star Wars: el despertar de la fuerza	USA	36.071	235.133
9	El viaje de Arlo	USA	28.598	136.258
10	Dragon Ball Z: la resurrección de F	Japón	26.435	112.674

Respecto al *ranking* de estrenos nacionales de 2015, en primer lugar aparece la coproducción con Argentina *Mangoré, por amor al arte* (Luis R. Vera) que superó los 12.000 espectadores seguido de *La Chiperita* (Hugo Cataldo) con 4.972 y de la producción con Argentina y España *Felices los que lloran* (Marcelo Torcida) con 4.869 (cuadro 2.2.87).

Cuadro 2.2.87

Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Año 2015. Paraguay

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos ($)
1	Mangoré, por amor al arte	Paraguay, Argentina	12.699	53.762
2	La chiperita	Paraguay	4.972	20.363
3	Felices los que lloran	Paraguay, Argentina, España	4.869	22.951
4	Ore Ru: Esperando a Francisco	Paraguay	1.692	7.021
5	Latas vacías	Paraguay	511	4.095

El estreno iberoamericano más exitoso fue la coproducción *Los 33*, con 8.354 espectadores. La película europea y del resto de países más popular en Paraguay fue la película japonesa, ya mencionada, *Dragon Ball Z: la resurrección de F* con 26.435 espectadores (cuadro 2.2.88).

Cuadro 2.2.88

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

Iberoamérica

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos ($)
1	Los 33	Chile, Colombia, USA	8.354	36.813
2	Tomorrowland	España, USA	6.244	28.553
3	Relatos salvajes	España, Argentina	1.124	5.750

Europa y resto de países

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos ($)
1	Dragon Ball Z: la resurrección de F	Japón	26.435	112.674
2	Venganza 3	Francia	19.816	95.302
3	Spectre 007	Reino Unido, USA	14.350	63.037
4	Everest	R. Unido, USA, Islandia	12.259	65.890
5	La mujer de negro 2	R. Unido, USA, Canadá	3.867	19.184

PERÚ

Los cines peruanos en 2015 vendieron 45,6 millones de entrada y recaudaron 158,3 millones de dólares. El número de pantallas cinematográficas ascendió a 553. La frecuencia de asistencia se situó en 1,5 películas por habitante y año y el precio medio de la entrada en 3,5 dólares. El 10,8% de los estrenos fueron nacionales y su cuota de mercado el 12,3% (cuadro 2.2.89).

Otros datos destacados del mercado cinematográfico peruano en 2015 son:

· Los cines peruanos vendieron más de 45 millones de entradas, 11 millones más que en 2013 y 8,5 millones más que en 2014.
· El número de estrenos comerciales nacionales se situó en 29 producciones, superando ampliamente las 17 películas lanzadas en 2014 y las 14 de 2013.
· Por tercer año consecutivo, una película peruana se sitúa como la más taquillera del año: *Asu Mare 2*. En los dos años anteriores fueron *A los 40* y *Asu Mare*.
· Las películas *Asu Mare 2* y *Lusers* aglutinan casi el 70% de la asistencia de espectadores al cine peruano.

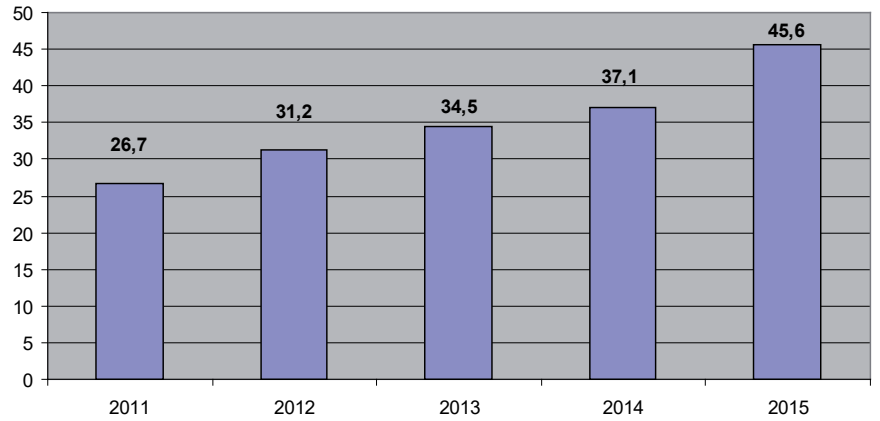
Cuadro 2.2.89

Panorama cinematográfico en Perú

	2013	2014	2015
Población (millones)	30,1	30,1	30,4
PIB-PPA (billones USD)	0,367	0,376	0,385
PIB per capita (USD)	11.800	12.000	12.300
Número de pantallas de cine	431	475	553
Ingresos cine (millones USD)	132,2	142,0	158,3
Espectadores cine (millones)	34,5	37,1	45,6
Espectadores cine nacional (millones)	4,04	3,83	5,60
Cuota de mercado cine nacional (%)	12,5	10,3	12,3
Número de estrenos totales	228	242	268
Número de estrenos extranjeros	214	225	239
Número de estrenos nacionales	14	17	29
Asistencia anual por habitante	1,1	1,2	1,5
Precio medio entrada (USD)	4,0	3,8	3,5

La evolución de la asistencia a las salas cinematográficas en el quinquenio 2011-2015 muestra una progresiva tendencia al alza, con un incremento acumulado de 18,9 millones de espectadores. La cota máxima se alcanzo en el último año con 45,6 millones (gráfico 2.2.37).

Gráfico 2.2.37
Evolución de la asistencia al cine (millones de espectadores). Periodo 2011-2015. Perú



La muestra del top-100 representó el 92,1% de la asistencia total (cuadro 2.2.90). La cuota de mercado del cine USA en 2015 se situó en el 73,7%, la del cine nacional en el 12,8% del cine iberoamericano en el 4,3%.

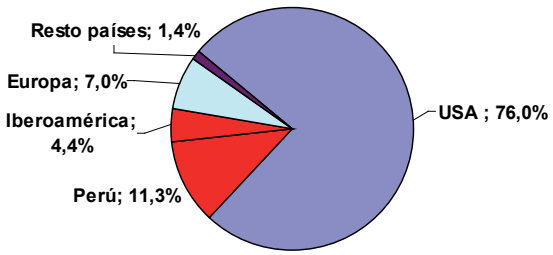
Cuadro 2.2.90
Distribución por el origen de los estrenos del top-100. Perú

ESPECTADORES						
Origen	**2013**	**%**	**2014**	**%**	**2015**	**%**
USA	24.130.159	74,7	27.180.867	78,2	31.021.350	73,7
Perú	4.026.943	12,5	3.378.146	9,7	5.392.052	12,8
Iberoamérica	2.607.392	8,1	1.542.498	4,4	1.817.703	4,3
Europa	614.926	1,9	2.177.612	6,3	3.216.600	7,6
Resto países	908.221	2,8	462.922	1,3	629.046	1,5
Total	**32.287.641**		**34.742.045**		**42.076.751**	
INGRESOS						
Origen	**2013**	**%**	**2014**	**%**	**2015**	**%**
USA	103.414.790	75,4	105.514.240	79,6	109.136.914	74,6
Perú	16.649.522	12,1	12.185.456	9,2	18.346.661	12,5
Iberoamérica	10.934.392	8,0	5.496.595	4,1	6.186.814	4,2
Europa	2.663.335	1,9	7.876.708	5,9	10.548.648	7,2
Resto países	3.404.794	2,5	1.480.108	1,1	1.993.375	1,4
Total	**137.066.834**		**132.553.107**		**146.212.412**	

La cuota acumulada de espectadores en el periodo 2013-2015 en Paraguay refleja el dominio del cine USA con un 76% del mercado, por el 11,3% del cine peruano y el 4,4% de las producciones iberoamericanas (gráfico 2.2.38).

En cuanto a la distribución por géneros en el top-100, el 84% correspondió a estrenos de ficción y el 16% a obras de animación. Respecto al origen, el 66% correspondió a obras estadounidenses, el 19% a producciones iberoamericanas (12 estrenos nacionales), el 14% a obras europeas y el 1% a películas de otros países.

Gráfico 2.2.38
Cuota acumulada de espectadores por el origen de los estrenos. Periodo 2013-2015. Perú



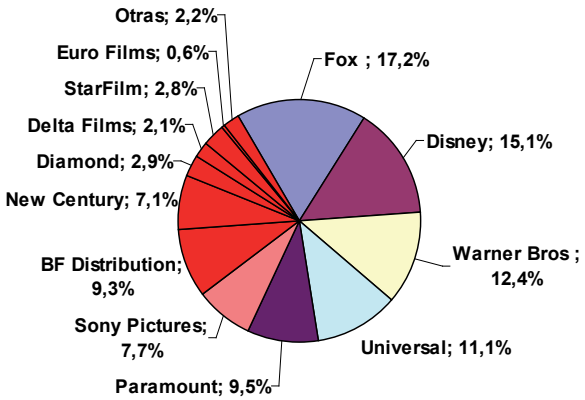
Las *Majors* americanas acumularon en 2015 una cuota de espectadores del 75,4% en el top-100 y las independientes el 24,6% restante. Los Estudios con más entradas vendidas fueron Disney con 7,1 millones, Fox con 6,8 y Universal con 6,5 millones (cuadro 2.2.91).

Cuadro 2.2.91
Cuota de espectadores por distribuidoras del top-100. Perú

Origen	2013	%	2014	%	2015	%
Fox	3.357.641	10,4	6.334.365	18,2	6.826.164	16,2
Warner Bros	3.507.092	10,9	5.472.843	15,8	3.802.023	9,0
Disney	4.593.553	14,2	4.601.847	13,2	7.139.280	17,0
Paramount	178.760	0,6	4.312.349	12,4	2.802.685	6,7
Universal	6.107.531	18,9	2.273.304	6,5	6.572.749	15,6
Sony Pictures	4.298.326	13,3	1.956.458	5,6	4.112.583	9,8
UIP	0	0,0	635.351	1,8	456.789	1,1
BF Distribution	2.228.195	6,9	2.787.992	8,0	4.450.001	10,6
New Century	3.242.500	10,0	2.421.368	7,0	3.062.023	7,3
Diamond	1.144.190	3,5	1.463.652	4,2	644.089	1,5
Delta Films	1.048.408	3,2	1.005.295	2,9	561.205	1,3
Star Film	882.025	2,7	748.008	2,2	1.446.006	3,4
Euro Films	915.526	2,8	402.917	1,2	0	0,0
Cinecolor	0	0,0	326.296	0,9	114.882	0,3
Andes films	0	0,0	0	0,0	86.272	0,2
Resto distribuidoras	783.894	2,4	0	0,0	0	0,0
Total	**32.287.641**		**34.742.045**		**42.076.751**	

En el periodo 2013-2015, el porcentaje de espectadores acumulado por las *Majors* alcanzó el 73% (gráfico 2.2.39). Las empresas con más cuota de mercado fueron Fox (17,2%) y Disney (15,1%). Entre las independientes destacaron BF Distribution (9,3%) y New Century (7,1%).

Gráfico 2.2.39
Cuota acumulada de espectadores por distribuidoras. Periodo 2013-2015. Perú



Respecto a la distribución de espectadores por obras, nueve estrenos consiguieron superar el millón de espectadores y el 21,6% (58) de los estrenos totales aglutinaron el 80% (36,5 millones) de la asistencia de espectadores.

En 2015, la producción peruana *Asu Mare! 2* fue la más exitosa con más de tres millones de espectadores, seguida por las estadounidenses *Fast & Furious 7* y *Vengadores: La era de Ultrón* con 1,7 millones de espectadores, cada una (cuadro 2.2.92).

Nueve producciones del *ranking* de espectadores son estadounidenses y la mencionada película peruana, *Asu Mare! 2*. La cuota de mercado de estas diez producciones supuso el 33,5% del total de espectadores.

Cuadro 2.2.92

Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2015. Perú

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos ($)
1	Asu Mare! 2	Perú	3.062.023	11.234.680
2	Fast & Furious 7	USA	1.772.218	7.475.676
3	Vengadores: La Era de Ultrón	USA	1.755.419	7.076.995
4	Los Minions	USA	1.572.331	5.983.785
5	Star Wars: el despertar de la fuerza	USA	1.354.762	5.653.016
6	Hotel Transilvania 2	USA	1.310.858	4.035.245
7	Jurassic World	USA	1.270.818	4.721.589
8	San Andrés	USA	1.219.184	4.570.715
9	Del revés (Inside out)	USA	1.078.663	3.711.725
10	Bob Esponja: un héroe fuera del agua	USA	904.327	2.851.230

Respecto al *ranking* de estrenos nacionales, en segundo lugar aparece la coproducción con Argentina y Chile *Lusers, los amigos no se eligen* (Ticoy Rodríguez) con 740.934 espectadores y en tercer lugar *Cementerio general 2* (Dorian Fernández-Moris) con 339.793 (cuadro 2.2.93).

Cuadro 2.2.93

Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Año 2015. Perú

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos ($)
1	Asu Mare! 2	Perú	3.062.023	11.234.680
2	Lusers, los amigos no se eligen	Perú, Argentina, Chile	740.934	2.284.591
3	Cementerio general 2	Perú	339.793	997.377
4	Como en el cine	Perú	227.503	626.276
5	Macho peruano que se respeta	Perú	177.572	494.177
6	Al filo de la ley	Perú	167.334	539.166
7	La Entidad	Perú	163.950	494.416
8	La herencia	Perú	127.646	399.396
9	Atacada, la teoría del todo	Perú	116.996	385.078
10	El pequeño seductor	Perú	96.500	260.299

El estreno iberoamericano más exitoso fue la coproducción hispanoamericana *Exodus: dioses y reyes*, con 535.489 espectadores. La película europea más popular en 2015 en Perú fue la producción francesa *Venganza 3*, con 792.723 (cuadro 2.2.94).

Cuadro 2.2.94

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

Iberoamérica				
Nº	**Título**	**Origen**	**Espectadores**	**Ingresos ($)**
1	Exodus: dioses y reyes	España, USA, R.Unido	535.489	2.019.385
2	En el corazón del mar	España, USA, Canadá	347.975	1.187.078
3	Tomorrowland	España, USA	299.207	1.041.710
4	El gran pequeño	México, USA	243.475	775.937
5	Un gallo con muchos huevos	México	190.403	487.582
Europa y resto de países				
Nº	**Título**	**Origen**	**Espectadores**	**Ingresos ($)**
1	Venganza 3	Francia	792.723	2.834.477
2	Dragon Ball Z: la resurrección de F	Japón	629.046	1.993.375
3	Everest	R. Unido, USA, Islandia	435.792	1.472.180
4	Pinocho y su amiga Coco	Alemania	285.166	831.978
5	Spectre 007	Reino Unido, USA	272.440	967.008

PORTUGAL

Los cines portugueses en 2015 vendieron 14,5 millones de entradas y recaudaron 83,1 millones de dólares. El número de pantallas cinematográficas ascendió a 545. La frecuencia de asistencia se situó en 1,3 películas por habitante y año y el precio medio de la entrada en 5,7 dólares. El 7,6% de los estrenos fueron nacionales y su cuota de mercado representó el 6.5% (cuadro 2.2.95).

Otros datos destacados del mercado cinematográfico portugués en 2015 son:

· Los 14,5 millones de entradas vendidas por las salas de cine en Portugal supera en más de 2 millones las vendidas en los dos años anteriores.
· La cuota de espectadores del cine portugués representó el 6,5% (3 puntos más que en 2013 y 1,7 puntos más que en 2014).
· La película más popular fue la norteamericana *Los Minions* con 937.000 espectadores y 5,2 millones de dólares de recaudación.
· La producción nacional más exitosa fue O patio das cantigas, con más de 600.000 espectadores, se situó en tercera posición del ranking de espectadores.

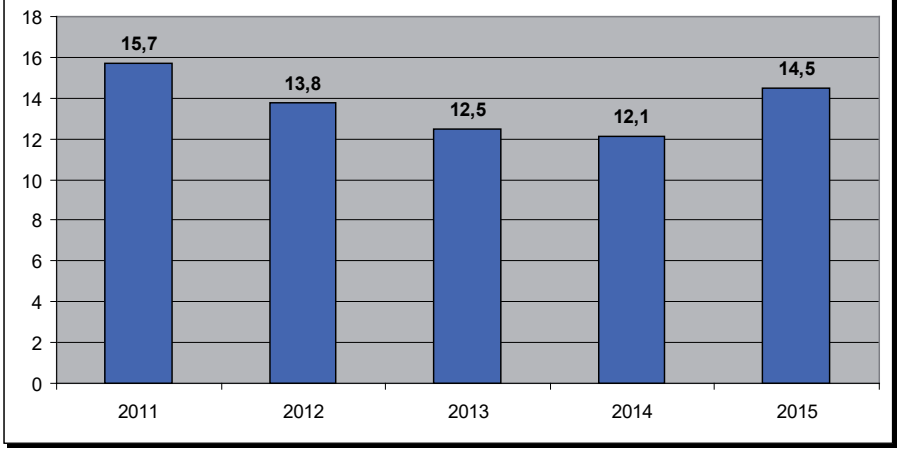
Cuadro 2.2.95

Panorama cinematográfico en Portugal

Datos	2013	2014	2015
Población (millones)	10,8	10,8	10,8
PIB-PPA (billones USD)	0,281	0,284	0,288
PIB per capita (USD)	27.100	27.300	27.800
Número de pantallas de cine	544	545	545
Ingresos cine (millones USD)	86,9	83,3	83,1
Espectadores cine (millones)	12,5	12,1	14,5
Espectadores cine nacional (millones)	0,43	0,57	0,94
Cuota de mercado cine nacional (%)	3,4	4,8	6,5
Número de estrenos totales	348	313	355
Número de estrenos extranjeros	328	278	328
Número de estrenos nacionales	20	35	27
Asistencia anual por habitante	1,2	1,1	1,3
Precio medio entrada (USD)	6,9	6,8	5,7

La evolución de la asistencia a las salas cinematográficas en el periodo 2011-2015 años muestra un progresivo descenso de espectadores hasta 2014, con una disminución de 3,6 millones. En 2015 se produjo un aumento de 2,4 millones (gráfico 2.2.40).

Gráfico 2.2.40
Evolución de la asistencia al cine (millones de espectadores). Periodo 2011-2015. Portugal



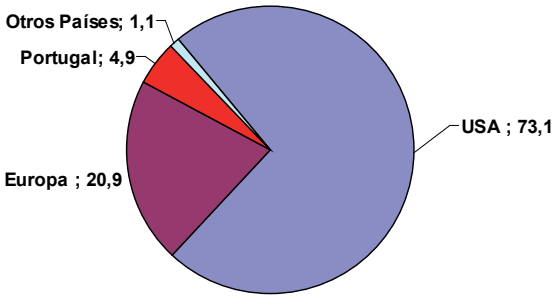
La cuota de mercado del cine USA en 2015 se situó en el 70,3%, la del europeo en el 22,5% y la del cine nacional en el 6,5% (cuadro 2.2.96).

Cuadro 2.2.96
Distribución de espectadores por el origen de los estrenos. Portugal

Origen	2013	%	2014	%	2015	%
USA	9.859.981	78,6	8.507.553	70,4	10.212.242	70,3
Europa	2.030.067	16,2	2.907.916	24,1	3.265.285	22,5
Portugal	431.346	3,4	578.501	4,8	940.063	6,5
Otros Países	225.351	1,8	96.697	0,8	107.354	0,7
Total	**12.546.745**		**12.090.667**		**14.524.944**	

La cuota acumulada de espectadores en el periodo 2013-2015 en Portugal refleja el dominio del cine USA, con un 73,1% del mercado, por el 4,9% del cine portugués y el 20,9% del europeo (gráfico 2.2.41).

Gráfico 2.2.41
Cuota acumulada de espectadores por el origen de los estrenos. Periodo 2013-2015. Portugal



Las *Majors* americanas acumularon en 2015 una cuota de espectadores del 88,2% y las independientes el 11,8% restante. Las empresas cuyas películas vendieron más entradas fueron Lusomundo, con 10,5 millones, y Big Picture (Fox) con 2,2 millones (cuadro 2.2.97).

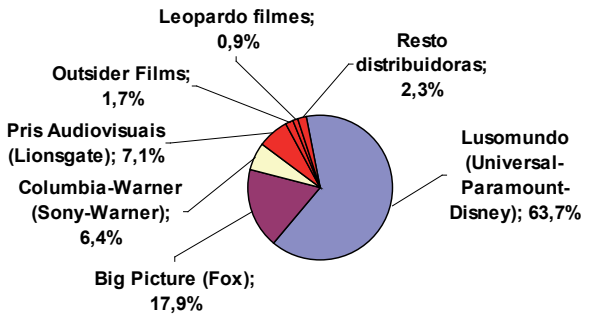
Cuadro 2.2.97

Cuota de espectadores por distribuidoras. Portugal

Origen	2013	%	2014	%	2015	%
Lusomundo (Universal – Paramount -Disney)	7.717.336	61,5	6.872.244	56,8	10.575.142	72,8
Big Picture (Fox)	1.556.312	12,4	3.142.471	26,0	2.237.401	15,4
Columbia-Warner (Sony-Warner)	2.055.041	16,4	327.878	2,7	0	0,0
Pris Audiovisuais (Lionsgate)	715.661	5,7	1.012.230	8,4	1.059.388	7,3
Outsider Films	0	0,0	344.726	2,9	127.836	0,9
Leopardo filmes	0	0,0	118.154	1,0	122.157	0,8
Resto distribuidoras	502.395	4,0	272.964	2,3	403.020	2,8
Total	**12.546.745**		**12.090.667**		**14.524.944**	

En el periodo 2013-2015, el porcentaje de espectadores acumulado por las *Majors* alcanzó el 88% y el resto de distribuidoras el 12%. Las empresas con más cuota de mercado fueron Lusomundo (63,7%) y Big Picture (17,9%). Entre las independientes destacó Lionsgate con el 7,1% (gráfico 2.2.42).

Gráfico 2.2.42
Cuota acumulada de espectadores por distribuidoras. Periodo 2013-2015. Portugal



En 2015, la producción de animación *Los Minions* fue la más exitosa con 937.383 espectadores, seguida por la película estadounidense *Fast & Furious 7* con 832.800 y *la* producción portuguesa *O patio das cantigas* (Francisco Ribeiro) con 606.555 (cuadro 2.2.98).

La distribución del *ranking* por el origen de los estrenos muestra que nueve proceden de Estados Unidos (una en coproducción con Japón y otra con el Reino Unido) y una de Portugal. La cuota de mercado de estas diez producciones supuso el 35,5% del total de espectadores.

Cuadro 2.2.98

Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2015. Portugal

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos ($)
1	Los Minions	USA	937.383	5.250.019
2	Fast & Furious 7	USA, Japón	832.800	4.910.516
3	O patio das cantigas	Portugal	606.555	3.438.056
4	Cincuenta sombras de Grey	USA	501.600	2.926.915
5	Spectre 007	R. Unido, USA	447.178	2.724.448
6	Del revés (Inside out)	USA	442.235	2.460.308
7	Star Wars: el despertar de la fuerza	USA	408.622	2.750.485
8	Mundo jurásico	USA	328.745	2.077.608
9	Misión imposible: Nación secreta	USA	324.735	1.955.002
10	Los juegos del hambre: Sinsajo - Parte 2	USA	319.936	1.877.397

Respecto al *ranking* de estrenos de cine nacional, aparte de la mencionada producción, hay que destacar *O leao da estrela* (Leonel Vieira) que consiguió 196.182 espectadores (cuadro 2.2.99). De las diez películas que aparecen en el cuadro, cinco son íntegramente portuguesas y otras cinco son coproducciones (cuatro con Francia, tres con Alemania y otra con Angola).

Los estrenos iberoamericanos no nacionales con más éxito en Portugal fueron las producciones españolas *Mortadelo y Filemón contra Jimmy el cachondo* (Javier Fesser) y la coproducción hispano-europea *Caza al asesino* (Pierre Morel), con 45.980 y 29.953 espectadores, respectivamente.

Cuadro 2.2.99

Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Año 2015. Portugal

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos ($)
1	O patio das cantigas	Portugal	606.555	3.438.056
2	O leao da estrela	Portugal	196.182	1.124.661
4	Amor impossivel	Portugal	35.286	207.562
3	Capitao Falcao	Portugal	27.309	143.950
5	As mil e uma noites: Volume 1	Portugal, Alemania, Francia	19.175	106.145
6	Vontade de vencer	Portugal, Angola	13.882	82.820
7	As mil e uma noites: Volume 2	Portugal, Alemania, Francia	8.850	49.049
8	As mil e uma noites: Volume 3	Portugal, Alemania, Francia	6.192	25.186
9	Para-me de repente o pensamento	Portugal	5.791	28.032
10	Montanha	Portugal, Francia	4.518	23.751

REPÚBLICA DOMINICANA

La asistencia a los cines de República Dominicana en 2015 sumó 5,3 millones de espectadores y supuso 23,1 millones de dólares de recaudación. El número total de pantallas cinematográficas ascendió a 182. La frecuencia de asistencia se situó en 0,5 películas por habitante y año y el precio medio de la entrada en 4,3 dólares. El 8,7% de los estrenos fueron nacionales y su cuota de mercado representó el 30% (cuadro 2.2.100).

Otros datos destacados del mercado cinematográfico dominicano en 2015 son:

· Los 5,3 millones de boletos vendidos superan en un millón los de 2014.
· La cuota de espectadores del cine dominicano (casi un 30%) es la más elevada de los países iberoamericanos.
·El estreno más popular dominicano *Tubérculo Gourmet* (más de 500.000 espectadores), se situó en el top-1 del ranking de espectadores.
· Un total de cinco estrenos dominicanos se situaron en el top-10 del ranking de espectadores, siendo el país iberoamericano con más producciones en este apartado.

Cuadro 2.2.100

Panorama cinematográfico en República Dominicana

Datos	2013	2014	2015
Población (millones)	10,2	10,3	10,4
PIB-PPA (billones USD)	0,130	0,139	0,147
PIB per capita (USD)	13.200	14.200	14.900
Número de pantallas de cine	141	182	182
Ingresos cine (millones USD)	18,4	18,0	23,1
Asistencia espectadores (millones)	4,5	4,3	5,3
Espectadores cine nacional (millones)	1,47	1,40	1,59
Cuota de mercado cine nacional (%)	32,6	32,5	29,6
Número de estrenos totales	176	163	218
Número de estrenos extranjeros	162	143	199
Número de estrenos nacionales	14	20	19
Asistencia anual por habitante	0,4	0,4	0,5
Precio medio entrada (USD)	4,0	3,8	4,3

En 2015, la producción dominicana *Tubérculo Gourmet* (Archie López) fue la más exitosa con más de 538.808 espectadores, seguida por la película estadounidense *Fast & Furious 7* con 398.893 espectadores y la también producción dominicana *Pueto pa' mi* (Iván Herrera) con 242.907 (cuadro 2.2.101).

Las producciones del *ranking* de estrenos proceden a partes iguales de Estados Unidos y de República Dominicana. La cuota de mercado de estas diez producciones supuso el 45,8% del total de espectadores.

Cuadro 2.2.101

Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2015. Dominicana

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos ($)
1	Tubérculo Gourmet	Dominicana	538.808	2.182.285
2	Fast & Furious 7	USA	398.893	1.705.123
3	Pueto pa' mi	Dominicana	242.907	1.019.813
4	Vengadores: La Era de Ultrón	USA	231.072	1.046.552
5	Los Paracaidistas	Dominicana	221.602	928.725
6	Los Minions	USA	198.119	794.720
7	Pa'l campamento	Dominicana	190.933	797.518
8	Todo incluido	Dominicana	164.340	664.150
9	Cincuenta sombras de Grey	USA	159.080	720.401
10	Jurassic World	USA	121.815	546.084

Respecto al *ranking* de estrenos nacionales, aparte de las dos primeras producciones ya mencionadas, en tercer lugar figura *Los paracaidistas* (Archie López) con 221.602 espectadores y en cuarto lugar *Pa'l campamento* (Roberto Ángel Salcedo) con 190.933 (cuadro 2.2.102).

Cuadro 2.2.102

Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Año 2015. Dominicana

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos ($)
1	Tubérculo Gourmet	Dominicana	538.808	2.182.285
2	Pueto pa' mi	Dominicana	242.907	1.019.813
3	Los Paracaidistas	Dominicana	221.602	928.725
4	Pa'l campamento	Dominicana	190.933	797.518
5	Todo incluido	Dominicana	164.340	664.150
6	Detective Willy	Dominicana	70.985	286.492
7	Oro y polvo	Dominicana	49.418	203.117
8	La Gunguna	Dominicana	47.733	218.119
9	Ladrones	Dominicana	16.317	68.259
10	Morir soñando	Dominicana	16.258	68.562

URUGUAY

Los cines de Uruguay vendieron 3 millones de entradas y recaudaron 17,9 millones de dólares. El número total de pantallas cinematográficas ascendió a 109. La frecuencia de asistencia se situó en 0,9 películas por habitante y año y el precio medio de la entrada en 5,9 dólares. El 5,8% de los estrenos fueron nacionales y su cuota de mercado se situó en el 1% (cuadro 2.2.103).

Cuadro 2.2.103

Panorama cinematográfico en Uruguay

Datos	2013	2014	2015
Población (millones)	3,4	3,4	3,4
PIB-PPA (billones USD)	0,068	0,07	0,072
PIB per capita (USD)	20.000	20.900	21.800
Número de pantallas de cine	107	107	109
Ingresos cine (millones USD)	18,5	17,1	17,9
Asistencia espectadores (millones)	3,0	3,1	3,0
Espectadores cine nacional (millones)	0,07	0,07	0,03
Cuota de mercado cine nacional (%)	2,3	2,3	1,2
Número de estrenos totales	206	209	188
Número de estrenos extranjeros	195	190	177
Número de estrenos nacionales	11	19	11
Asistencia anual por habitante	0,9	0,9	0,9
Precio medio entrada (USD)	6,0	5,5	5,9

La muestra del top-100 representó el 95,6% de la asistencia total a los cines uruguayos (cuadro 2.2.104). La cuota de mercado del cine USA en 2015 supuso el 77%, la de cine nacional en el 0,9%y la del cine iberoamericano en torno al 11%.

Cuadro 2.2.104

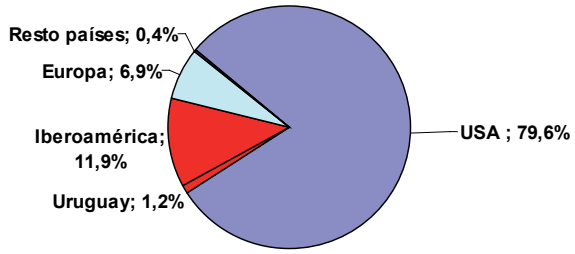
Distribución por el origen de los estrenos del top-100. Uruguay

ESPECTADORES				
Origen	**2014**	**%**	**2015**	**%**
USA	1.293.746	82,2	2.214.029	77,0
Uruguay	23.284	1,5	25.177	0,9
Iberoamérica	199.007	12,6	318.743	11,1
Europa	52.732	3,4	302.436	10,5
Resto países	5.204	0,3	13.587	0,5
Total	**1.573.973**		**2.873.972**	
INGRESOS				
Origen	**2014**	**%**	**2015**	**%**
USA	7.115.606	82,2	13.448.617	78,9
Uruguay	128.063	1,5	127.622	0,7
Iberoamérica	1.094.537	12,6	1.638.658	9,6
Europa	290.026	3,4	1.759.854	10,3
Resto países	28.623	0,3	75.973	0,4
Total	**8.656.855**		**17.050.724**	

La cuota acumulada de espectadores en el bienio 2014-2015 en Uruguay refleja el dominio del cine USA, con un 79,6% del mercado, por el 1,2% del cine uruguayo, el 11,9% de las producciones iberoamericanas y el 6,9% de las películas europeas (gráfico 2.2.43).

En cuanto al género del top-100, el 85% correspondió a estrenos de ficción, el 14% a obras de animación y un 1% a documentales. Respecto al origen, el 65% fueron obras estadounidenses, el 15% iberoamericanas (4 estrenos nacionales), el 18% obras europeas y el 2% de otros países.

Gráfico 2.2.43
Cuota acumulada de espectadores por el origen de los estrenos. Periodo 2014-2015. Uruguay



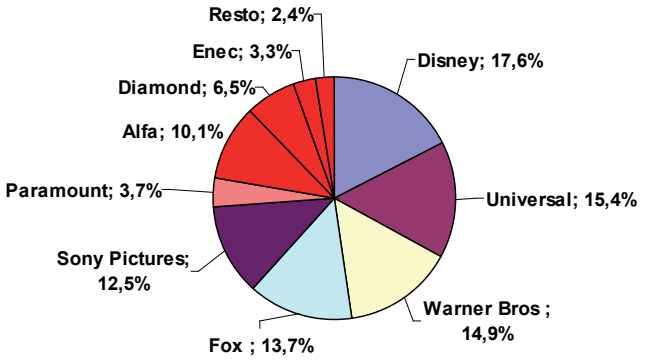
Las *Majors* americanas sumaron en 2015 una cuota de espectadores del 83,8% y las independientes el 16,2% restante. Los e*studios* cuyas películas vendieron más entradas fueron Universal con 769.535 y Disney con 537.026 (cuadro 2.2.105).

Cuadro 2.2.105
Cuota de espectadores por las distribuidoras del Top 100. Uruguay

Origen	2014	%	2015	%
Warner Bros	324.093	20,6	262.404	9,1
Disney	259.396	16,5	537.026	18,7
Sony Pictures	207.472	13,2	336.918	11,7
Fox	201.347	12,8	422.519	14,7
Paramount	71.573	4,5	80.586	2,8
Universal	63.265	4,0	769.535	26,8
Alfa	196.484	12,5	220.416	7,7
Diamond	154.034	9,8	93.426	3,3
Life	39.984	2,5	0	0,0
Enec	30.590	1,9	132.340	4,6
Independent	17.623	1,1	11.503	0,4
Buen Cine	1.302	0,1	7.299	0,3
Jelsi	6.811	0,4	0	0,0
Total	**1.573.974**		**2.873.972**	

En el periodo 2014-2015, el porcentaje de espectadores acumulado por las *Majors* alcanzó el 77,8% y el resto de distribuidoras el 22,2% (gráfico 2.2.44). Las distribuidoras con más cuota de mercado fueron Disney (17,6%), Universal (15,4%) y Warner (14,9%). Entre las independientes destacaron Alfa (10,1%) y Diamond (6,5%).

Gráfico 2.2.44
Cuota acumulada de espectadores por distribuidoras. Periodo 2014-2015. Uruguay



Respecto a la distribución de espectadores por obras, cinco estrenos consiguieron superar los 100.000 espectadores y el 24,4% (46) de los estrenos aglutinaron el 80% (2,4 millones) de la asistencia total de espectadores.

En 2015, la producción americana *Los Minions* fue la más exitosa con 291.985 espectadores, seguida de las también estadounidenses *Fast & Furious 7* con 205.011 y *Del revés (Inside out)* con 167.376 espectadores (cuadro 2.2.106).

Las producciones del *ranking* de estrenos son mayoritariamente de Estados Unidos (ocho) más una coproducción hispano-argentina (*El Clan*) y una película francesa (*Dios mío, ¿pero que te hemos hecho?*). La cuota de mercado de estas diez producciones supuso el 42,8% del total de espectadores.

Cuadro 2.2.106

Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2015. Uruguay

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos ($)
1	Los Minions	USA	291.985	1.755.551
2	Fast & Furious 7	USA	205.011	1.380.870
3	Del revés (Inside out)	USA	167.376	965.969
4	Jurassic World	USA	133.650	862.624
5	El Clan	Argentina, España	100.188	479.040
6	Hotel Transilvania 2	USA	97.711	570.966
7	Dios mío, ¿pero que te hemos hecho?	Francia	79.644	475.926
8	Vengadores: La Era de Ultrón	USA	76.557	469.064
9	San Andrés	USA	68.331	435.733
10	Los pingüinos de Madagascar	USA	65.466	437.138

En cuanto al *ranking* de estrenos nacionales, hay que nombrar en primer lugar a la coproducción con Argentina *Una noche sin luna* (Germán Tejeira), con 7.200 espectadores, seguida de *Dios local* (Gustavo Hernández) con 6.400 espectadores, *Gonchi, la película* (Luis Ara y Federico Lemos) con 5.795 y *El 5 de Talleres* (Adrián Biniez) con 5.708 espectadores (cuadro 2.2.107).

Cuadro 2.2.107

Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Año 2015. Uruguay

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos ($)
1	Una noche sin luna	Uruguay, Argentina	7.205	33.099
2	Dios local	Uruguay	6.469	34.622
3	Gonchi, la película	Uruguay	5.795	32.460
4	El 5 de Talleres	Uruguay, Alemania, Francia	5.708	27.441
5	Tus padres volverán	Uruguay	4.557	21.028
6	El Apóstata	Uruguay	1.170	5.055
7	Los enemigos del dolor	Uruguay	1.329	6.202
8	Retrato de un comportamiento animal	Uruguay	497	2.501
9	Teros, sueño mundial	Uruguay	449	2.478
10	El Hombre Nuevo	Uruguay	161	842

El estreno iberoamericano más exitoso fue la coproducción hispano-argentina *El Clan (Pablo Trapero)*, con más de 100.000 espectadores. La película europea más popular en 2015 en Uruguay fue la producción francesa *Dios mío, ¿pero que te hemos hecho?*, con 79.644 espectadores (cuadro 2.2.108).

Cuadro 2.2.108

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

Iberoamérica				
Nº	**Título**	**Origen**	**Espectadores**	**Ingresos ($)**
1	El Clan	Argentina, España	100.188	479.040
2	Sin hijos	Argentina, España	50.402	261.659
3	Ocho apellidos vascos	España	35.429	184.733
4	Abzurdah	Argentina	30.989	161.966
5	Truman	Argentina, España	29.431	138.999
Europa y resto de países				
Nº	**Título**	**Origen**	**Espectadores**	**Ingresos ($)**
1	Dios mío, ¿pero qué te hemos hecho?	Francia	79.644	475.926
2	Venganza 3	Francia	49.358	312.207
3	Spectre 007	Reino Unido, USA	25.939	139.939
4	El Principito	Francia, Canadá	19.584	114.653
5	La dama de oro	Reino Unido	19.530	104.098

VENEZUELA

Los cines venezolanos vendieron 28,8 millones de entradas y recaudaron 5.310 millones de bolívares en 2015. El número de pantallas cinematográficas ascendió a 463. La frecuencia de asistencia se situó en 0,9 películas por habitante y año y el precio medio de la entrada en 184 bolívares. El 15,4% de los estrenos fueron nacionales (cuadro 2.2.109).

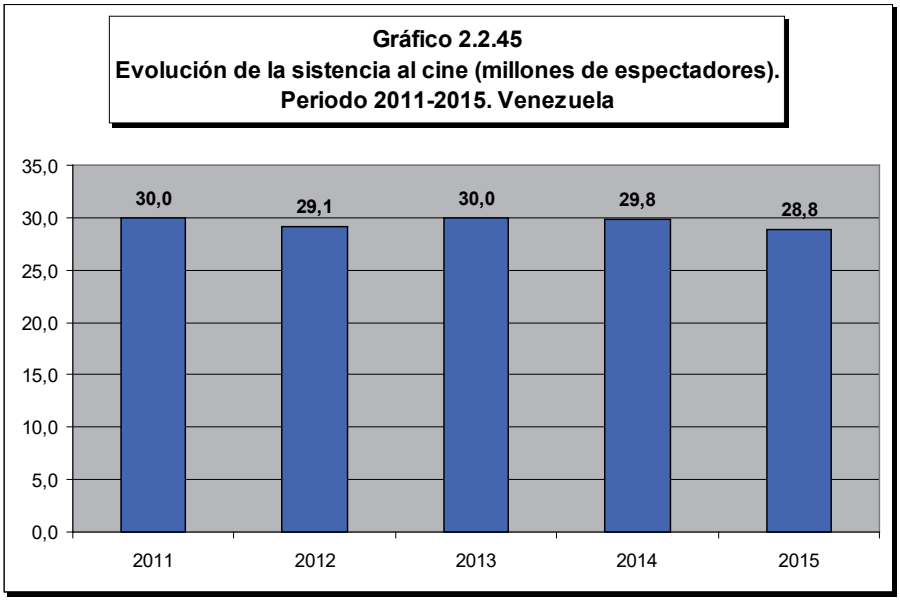
Cuadro 2.2.109

Panorama cinematográfico en Venezuela

Datos	2013	2014	2015
Población (millones)	29,7	30,1	30,8
PIB-PPA (billones USD)	0,569	0,546	0,491
PIB per capita (USD)	18.800	17.900	16.100
Número de pantallas de cine	464	461	463
Asistencia espectadores (millones)	29,2	29,4	28,8
Espectadores cine nacional (millones)	2,38	4,41	1,06
Cuota de mercado cine nacional (%)	8,1	15,0	3,7
Número de estrenos totales	172	174	188
Número de estrenos extranjeros	151	149	159
Número de estrenos nacionales	21	25	29
Asistencia anual por habitante	1,0	1,0	0,9
Precio medio entrada (Bs.)	47,2	78,0	184,0

La evolución de la asistencia a las salas cinematográficas en el periodo 2011-2015 muestra una tendencia estable situada entre los 30 millones de espectadores de 2011 y los 28,8 millones de 2015 (gráfico 2.2.45).

Gráfico 2.2.45
Evolución de la sistencia al cine (millones de espectadores). Periodo 2011-2015. Venezuela



La muestra del top-100 representó el 88% de la asistencia total a los cines de Venezuela en 2015 (cuadro 2.2.110). La cuota de mercado del cine USA 88,5%, la del cine nacional en el 2,3% y la del cine iberoamericano en el 2,7%.

Cuadro 2.2.110

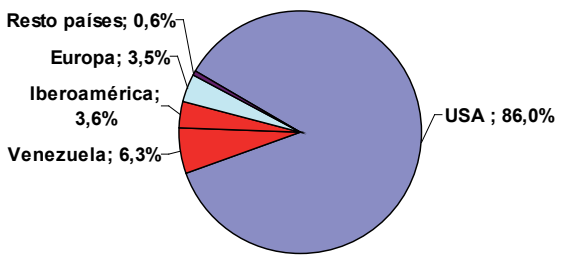
Cuota de espectadores por el origen de los estrenos del top-100. Venezuela

Origen	2013	%	2014	%	2015	%
USA	23.075.872	84,6	21.306.831	84,8	22.515.250	88,5
Venezuela	1.923.354	7,1	2.383.309	9,5	577.958	2,3
Iberoamérica	1.741.751	6,4	427.774	1,7	693.118	2,7
Europa	286.777	1,1	851.650	3,4	1.528.427	6,0
Resto países	233.557	0,9	151.632	0,6	119.977	0,5
Total	**27.261.311**		**25.121.196**		**25.434.730**	

La cuota acumulada de espectadores en el periodo 2013-2015 refleja el dominio del cine USA con un 86% del mercado, por el 6,3% del cine venezolano, el 3,6% de las producciones iberoamericanas y el 3,5% de las películas europeas (gráfico 2.2.46).

En cuanto a la distribución por géneros del top-100, el 83% correspondió a estrenos de ficción y el 17% a producciones de animación. Respecto al origen, el 73% fueron obras estadounidenses, el 12% iberoamericanas (seis estrenos nacionales), el 14% obras europeas y el 1% de otros países.

Gráfico 2.2.46
Cuota acumulada de espectadores por el origen de los estrenos. Periodo 2013-2015. Venezuela



Las distribuidoras americanas acumularon en 2015 una cuota de espectadores del 90% y las independientes el 10% restante. Los *estudios* cuyas películas vendieron más entradas fueron Disney con 5,9 millones y Universal con 5,7 millones (cuadro 2.2.111).

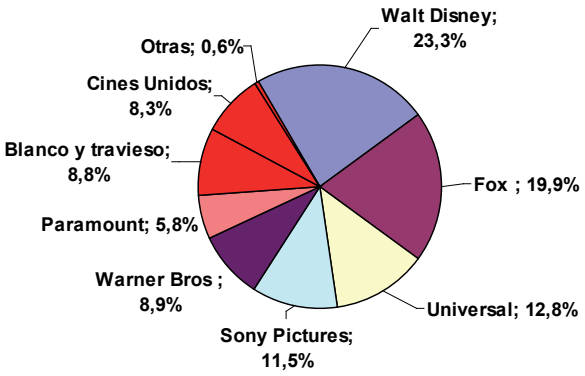
Cuadro 2.2.112

Cuota de espectadores por las distribuidoras del top 100. Venezuela

Origen	2013	%	2014	%	2015	%
Disney	5.580.370	20,5	5.861.000	23,3	5.931.841	23,3
Fox	4.151.910	15,2	5.529.770	22,0	4.533.641	17,8
Warner Bros	3.200.292	11,7	2.762.577	11,0	1.729.080	6,8
Paramount	1.556.870	5,7	2.007.102	8,0	912.708	3,6
Sony Pictures	3.802.121	13,9	1.748.087	7,0	4.082.218	16,0
Universal	3.293.116	12,1	814.548	3,2	5.689.909	22,4
Cines Unidos	3.569.664	13,1	3.292.980	13,1	906.713	3,6
Blanco y Travieso	1.923.898	7,1	2.895.179	11,5	1.551.796	6,1
Resto	183.070	0,7	209.953	0,8	96.824	0,4
Total	**27.261.311**		**25.121.196**		**25.434.730**	

En el periodo 2013-2015, el porcentaje de espectadores acumulado por las *Majors* alcanzó el 82,2% y el resto de distribuidoras el 17,7%. Las que tuvieron más cuota de mercado fueron Disney (23,3%) y Fox (19,9%). Entre las independientes destacaron Blanco y Travieso con el 8,8% y Cines Unidos con el 8,3% (gráfico 2.2.47).

Gráfico 2.2.47
Cuota acumulada de espectadores por distribuidoras. Periodo 2013-2015. Venezuela



Respecto a la distribución de espectadores por obras, cinco estrenos consiguieron superar el millón de espectadores y el 29,8% (56) de los estrenos aglutinaron el 80% (23 millones) de la asistencia total de espectadores.

En 2015, la producción americana *Del revés (Inside out)* fue la más exitosa en Venezuela, con 1,8 millones de espectadores, seguida de las también estadounidenses *Los Minions* con 1,7 millones y *Fast & Furious* con 1,5 millones (cuadro 2.2.112).

Las producciones del *ranking* de estrenos proceden en la totalidad de Estados Unidos (una en coproducción con Reino Unido). La cuota de mercado de estas diez producciones supuso el 41% del total de espectadores.

Cuadro 2.2.112

Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2015. Venezuela

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos
1	Del revés (Inside out)	USA	1.855.737	-
2	Los Minions	USA	1.701.254	-
3	Fast & Furious 7	USA	1.552.404	-
4	Vengadores: La Era de Ultrón	USA	1.363.440	-
5	Hotel Transilvania 2	USA	1.360.027	-
6	Jurassic World	USA	915.914	-
7	Cenicienta	USA, R. Unido	832.661	-
8	Cincuenta sombras de Grey	USA	824.440	-
9	Los pingüinos de Madagascar	USA	731.592	-
10	Píxeles	USA	725.273	-

En cuanto al *ranking* de estrenos nacionales hay que destacar las producciones *Hasta que la muerte nos separe* (Abraham Pulido), con 154.000 espectadores, *3 bellezas* (Carlos Caridad) con 112.000, *El malquerido* (Diego Rísquez) con 99.000 espectadores y *Muerte suspendida* (Óscar Rivas) con 98.035 (cuadro 2.2.113).

Cuadro 2.2.113

Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Año 2015. Venezuela

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos
1	Hasta que la muerte nos separe	Venezuela	154.019	-
2	3 bellezas	Venezuela	112.898	-
3	El malquerido	Venezuela	99.854	-
4	Muerte suspendida	Venezuela	98.035	-
5	El desertor	Venezuela	69.732	-
6	Paquete #3	Venezuela	45.206	-
8	Dauna, lo que lleva el río	Venezuela	45.135	-
7	El infierno de Gaspar Mendoza	Venezuela	37.305	-
9	Km. 72	Venezuela	18.560	-
10	Amor cuesta arriba	Venezuela	18.490	-

El estreno iberoamericano más exitoso fue la coproducción hispanoamericana *Exodus: dioses y reyes*, con 290.476 espectadores. La película europea más popular en 2015 en Venezuela fue la producción francesa *Venganza 3* con 304.144 espectadores (cuadro 2.2.114).

Cuadro 2.2.114

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

Iberoamérica

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos
1	Exodus: dioses y reyes	España, USA, R. Unido	290.476	-
2	Tomorrowland	España, USA	189.421	-
3	Los 33	Chile, Colombia, USA	78.671	-
4	Meñique	España, Cuba	70.368	-
5	En el corazón del mar	España, USA, Canadá	37.726	-

Europa y resto de países				
Nº	**Título**	**Origen**	**Espectadores**	**Ingresos**
1	Venganza 3	Francia	304.144	-
2	Spectre 007	R. Unido, USA	223.694	-
3	El séptimo enanito	Alemania	164.098	-
4	Upsss! ¿Dónde está Noé…?	Alemania, Bélgica, USA	162.547	-
5	Everest	R. Unido, USA, Islandia	141.487	-

USA

Los cines estadounidenses en 2015 tuvieron una asistencia de 1.214,5 millones de espectadores y recaudaron 10.201,4 millones de dólares. El número total de pantallas cinematográficas ascendió a 40.547. La frecuencia de asistencia se situó en 3,7 películas por habitante y año y el precio medio de la entrada en 8,4 dólares. El número de estrenos de cine nacional alcanzó el 52,8% y su cuota de espectadores el 91,3% (cuadro 2.2.115).

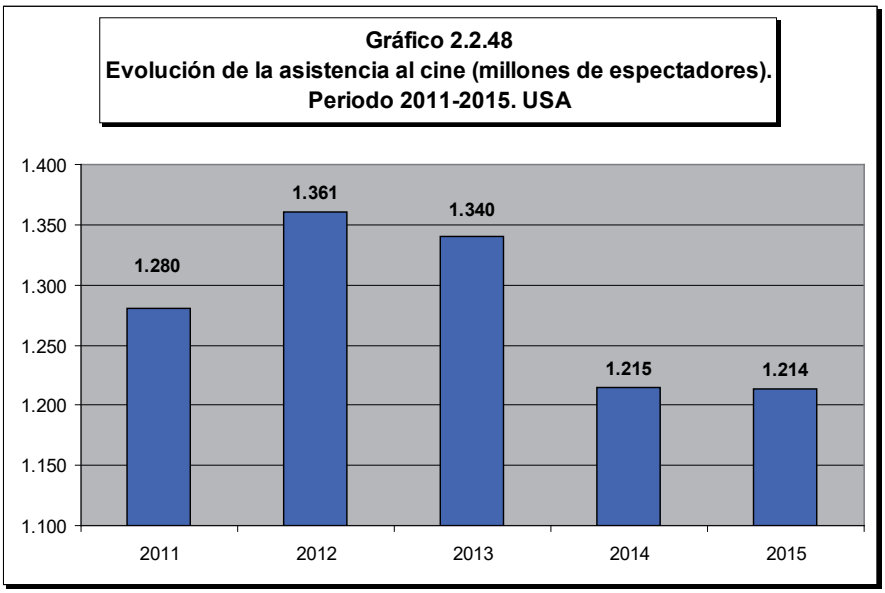
Cuadro 2.2.115

Panorama cinematográfico en USA

Concepto	2013	2014	2015
Población (millones)	318,8	318,9	321,3
PIB-PPA (billones USD)	17,05	17,46	17,97
PIB per capita (USD)	53.900	54.800	56.300
Número de pantallas de cine	39.783	40.158	40.547
Ingresos cinematográficos (millones USD)	10.570,3	9.877,0	10.201,4
Espectadores cine (millones)	1.340,0	1.215,0	1.214,5
Espectadores cine nacional (millones)	1.262,2	1.118,2	1.109,0
Cuota de mercado cine nacional (%)	95,2	94,9	91,3
Número de estrenos totales	441	439	684
Número de estrenos extranjeros	118	153	323
Número de estrenos nacionales	293	286	361
Asistencia anual por habitante	4,2	3,8	3,7
Precio medio entrada (USD)	7,9	8,1	8,4

La evolución de la asistencia a las salas cinematográficas en los últimos cinco años muestra un primer aumento entre 2011 y 2012 de 81 millones y un posterior retroceso hasta 2015, donde se produce el mínimo del periodo con 1.214 millones (gráfico 2.2.48).

Gráfico 2.2.48
Evolución de la asistencia al cine (millones de espectadores). Periodo 2011-2015. USA



La cuota de mercado del cine USA en 2015 se situó en el 91,3% del total de espectadores, la de del cine europeo en el 6% y la del cine iberoamericano en el 1,7% (cuadro 2.2.116).

Cuadro 2.2.116

Distribución por el origen de los estrenos. USA

ESPECTADORES

Origen	2013	%	2014	%	2015	%
USA	1.262.238.579	94,3	1.118.257.983	94,9	1.109.009.824	91,3
Iberoamérica	56.231.837	4,2	9.747.206	0,8	20.942.613	1,7
Europa	12.197.151	0,9	42.755.921	3,6	73.183.920	6,0
Resto países	7.355.703	0,5	7.235.432	0,6	11.374.855	0,9
Total	**1.338.023.270**		**1.177.996.542**		**1.214.511.212**	

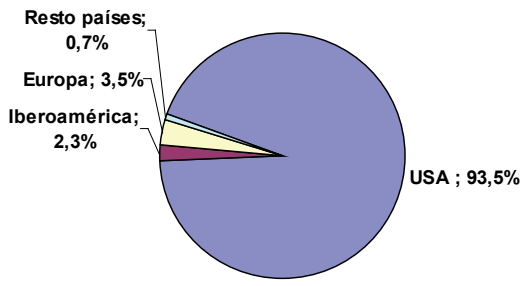
INGRESOS

Origen	2013	%	2014	%	2015	%
USA	9.971.684.772	95,2	9.057.889.660	94,9	9.315.682.519	91,3
Iberoamérica	444.231.513	4,2	78.952.372	0,8	175.917.950	1,7
Europa	96.357.490	0,1	346.322.964	3,6	614.744.924	6,0
Resto países	58.110.055	0,5	58.607.001	0,6	95.548.785	0,9
Total	**10.570.383.830**		**9.541.771.997**		**10.201.894.178**	

Respecto a los datos acumulados en el trienio 2013-2015, el cine USA consiguió el 93,5% del mercado total, el cine europeo el 3,5% y el iberoamericano el 2,3% (gráfico 2.2.49).

En cuanto a la distribución por géneros en el top-100, el 90% correspondió a estrenos de ficción y el 10% a obras de animación. Respecto al origen en esta misma muestra, el 88% fueron obras estadounidenses, el 2% producciones iberoamericanas (dos títulos españoles) y el 10% correspondió a películas europeas.

Gráfico 2.2.49
Cuota acumulada de espectadores por el origen de los estrenos. Periodo 2013-2015. USA



Las distribuidoras americanas acumularon en 2015 una cuota de espectadores del top-100 del 84% y las independientes el 16% restante. Los estudios con más entradas vendidas fueron Universal con 283 millones y Disney con 263 millones (cuadro 2.2.117).

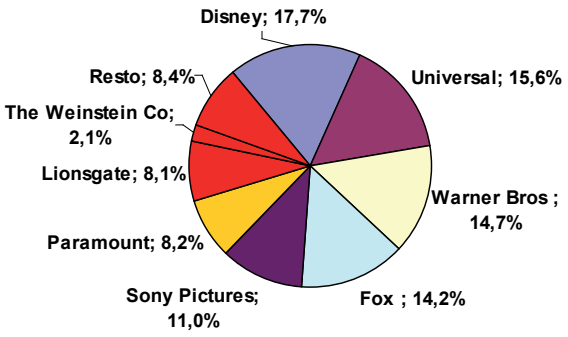
Cuadro 2.2.117

Cuota de espectadores por distribuidoras. Periodo 2013-2015 2014. USA

Origen	2013	%	2014	%	2015	%
Fox	145.503.970	10,9	232.959.308	19,8	146.871.581	12,1
Disney	217.765.480	16,3	178.634.208	15,2	263.561.957	21,7
Warner Bros	230.748.963	17,2	179.621.378	15,2	139.299.248	11,5
Sony Pictures	144.403.816	10,8	148.625.433	12,6	116.570.611	9,6
Universal	176.711.207	13,2	121.207.026	10,3	283.541.212	23,3
Paramount	120.664.581	9,0	114.687.727	9,7	70.734.196	5,8
Lionsgate	137.326.875	10,3	88.453.547	7,5	78.060.134	6,4
Relativity	0	0,0	22.633.257	1,9	8.486.509	0,7
The Weinstein Co	33.785.832	2,5	20.664.760	1,8	26.040.756	2,1
Open Road	19.464.820	1,5	19.714.303	1,7	8.356.326	0,7
Focus features	11.558.279	0,9	14.576.354	1,2	12.140.833	1,0
Freestyle releasing	118.675	0,0	12.743.132	1,1	851.900	0,1
Resto Distribuidoras	99.970.771	7,5	23.476.109	2,0	59.995.949	4,9
Total	**1.338.023.270**		**1.177.996.542**		**1.214.511.212**	

En el periodo 2013-2015, el porcentaje de espectadores acumulado por las *Majors* se situó en el 81,4% y el de las independientes en el 18,6% (gráfico 2.2.50). Las empresas con más cuota de mercado fueron Disney (17,7%) y Universal (15,6%). Entre las independientes destacaron Lionsgate (8,1%) y The Weinstein Company (2,1%).

Gráfico 2.2.50
Cuota acumulada de espectadores por distribuidoras. Periodo 2013-2015. USA



Respecto a la distribución de espectadores por obras, seis estrenos consiguieron superar los 40 millones de espectadores y el 8,2% (56) de los estrenos totales aglutinaron el 80% (971,6 millones) de la asistencia total de espectadores.

En 2015, la producción estadounidense *Star Wars: el despertar de la fuerza* fue la más exitosa en Estados Unidos con 79,5 millones, seguida de *Jurassic World* con 76,6 millones y *Vengadores: La Era de Ultrón* con 54 (cuadro 2.2.118).

Las producciones del *ranking* de estrenos provinieron en su totalidad de Estados Unidos (dos en

coproducción con Reino Unido). La cuota de mercado de estas diez producciones supuso el 36,5% del total de espectadores.

Cuadro 2.2.118

Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2015. USA (est. 8,4$)

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos ($)
1	Star Wars: el despertar de la fuerza	USA	79.458.007	667.447.262
2	Jurassic World	USA	76.655.132	643.903.111
3	Vengadores: la era de Ultrón	USA	54.088.302	454.341.740
4	Fast & Furious 7	USA	42.914.096	360.478.410
5	Del revés (Inside out)	USA	41.425.917	347.977.704
6	Los Minions	USA	40.149.862	337.258.839
7	Los juegos del hambre: Sinsajo - Parte 2	USA	33.211.760	278.978.787
8	Marte (The martian)	USA	26.606.083	223.491.099
9	Cenicienta	USA, R. Unido	25.018.232	210.153.151
10	Spectre 007	USA, R. Unido	23.931.030	201.020.652

En cuanto al *ranking* de estrenos iberoamericanos, dominan dos coproducciones hispanoamericanas *Tomorrowland*, con 11,1 millones de espectadores y *En el corazón del mar* con 2,8 millones (cuadro 2.2.119). En este r*anking* solo hay tres estrenos sin participación estadounidense: *Un gallo con muchos huevos* (1 millón de espectadores), *A la mala* (428.126 espectadores) y *Relatos salvajes* (344.456 espectadores).

Cuadro 2.2.119

Ranking de estrenos cinematográficos iberoamericanos. Año 2015. USA (est. 8,4$)

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos ($)
1	Tomorrowland	España, USA	11.112.061	93.341.311
2	En el corazón del mar	España, USA, Canadá	2.784.079	23.386.263
3	Los 33	Chile, Colombia, USA	1.472.668	12.370.408
4	Caza al asesino	España, Francia, USA	1.320.934	11.095.844
5	Un gallo con muchos huevos	México	1.078.612	9.060.337
6	The green inferno	Chile, USA	850.132	7.141.105
7	El gran pequeño	México, USA	792.561	6.657.510
8	A la mala	México	428.126	3.596.258
9	Ladrones	R. Dominicana, USA	358.755	3.013.542
10	Relatos salvajes	España, Argentina	344.456	2.893.434

El estreno europeo más exitoso en 2015 fue la ya mencionada *Spectre 007*, con 23,9 millones de espectadores seguida, a gran distancia, de la producción francesa *Venganza 3*, con casi 10 millones (cuadro 2.2.120).

Cuadro 2.2.120

Ranking de estrenos cinematográficos de otros países. Año 2015. USA (est. 8,4$)

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos ($)
1	Spectre 007	R. Unido, USA	23.931.030	201.020.652
2	Venganza 3	Francia	9.986.114	83.883.355
3	Paddington	R. Unido, Francia	8.683.105	72.938.079

4	Everest	R. Unido, USA, Islandia	5.040.618	42.341.192
5	La dama de oro	Reino Unido	4.098.863	34.430.453
6	El exótico hotel Marigold	Reino Unido	3.962.309	33.283.394
7	La mujer de negro 2	R. Unido, USA, Canadá	2.906.433	24.414.033
8	Brooklyn	Irlanda, R. Unido, Canadá	2.358.468	19.811.127
9	La oveja Shaun, la película	R. Unido, Francia	2.352.033	19.757.074
10	Mr. Holmes	R. Unido, USA	2.153.583	18.090.094

BARLOVENTO COMUNICACIÓN

CONSULTORÍA AUDIOVISUAL

"El éxito no es una gran ocurrencia sino miles de detalles bien realizados días a día". (Jeffrey Pfeffer)

Estrategia Empresarial Audiovisual

Análisis del mercado audiovisual

Posicionamiento e identidad de marca

Programación y contenidos

Marketing Integral

Audiencias Offline y Online

MONITORIZACIÓN DE OBRAS AUDIOVISUALES BMAT

Monitorización de obras audiovisuales BMAT

BMAT, empresa de monitorización de contenidos

BMAT es una empresa de servicios tecnológicos líder en monitorización de contenido para la industria de la música e industrias audiovisuales relacionadas, con especial foco en proveer soluciones tecnológicas a entidades de gestión de derechos (CMOs en sus siglas en inglés). Actualmente BMAT trabaja con más de 70 CMOs en todo el mundo, siendo la empresa de mayor crecimiento del mercado de monitorización de contenido musical en el mundo.

Desde su constitución como spin-off universitario, el crecimiento de la compañía ha ido en paralelo al éxito del servicio de monitorización de música VERICAST y la capacidad de la empresa para adaptarse constantemente a las necesidades de sus clientes de la industria musical e industrias audiovisuales, jugando un papel activo en todo lo concerniente a la cadena de gestión de derechos musicales y aportando soluciones tecnológicas en pro de la transparencia.

Actualmente, los servicios de BMAT cubren una amplia gama de necesidades de ambas industrias, en especial de las organizaciones de gestión colectiva de derechos (CMOs)

Las entidades de gestión de derechos musicales y audiovisuales recaudan anualmente más de 9.000M€. Estas cantidades son distribuidas a sus legítimos titulares: editores y autores de obras musicales y audiovisuales, intérpretes y productores fonográficos y audiovisuales, etc.. Debido a los cambios que han sufrido estas industrias en los últimos años, los ingresos de derechos han adquirido una mayor relevancia, obligando a entidades de gestión y titulares a invertir en herramientas y procesos que aseguren la correcta distribución de derechos.

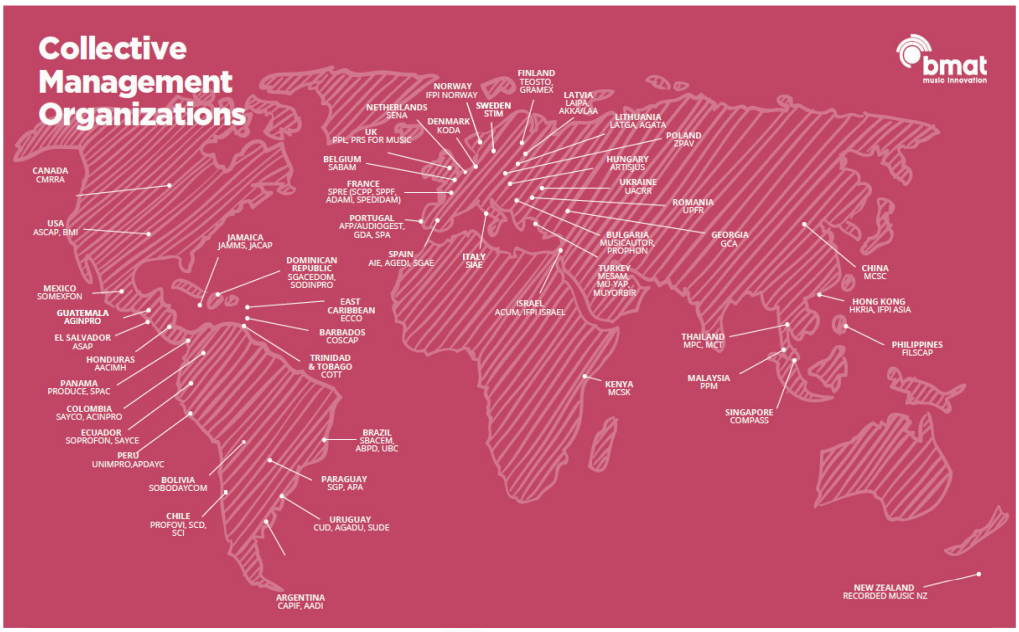


Figura 1: *Mapa de entidades de gestión de derechos musicales clientes de BMAT*

MONITORIZACIÓN DE TV Y RADIO

Lanzado en 2009, el principal servicio de BMAT, VERICAST, es un servicio global de monitorización de emisiones de televisión y radio basado en tecnologías de huella digital (fingerprint) que identifica el uso de música en tiempo real, creando informes auditables. Para ello, el servicio graba 24/7/365 las emisiones de más de 4.000 canales de TV y radio en todo el mundo, comparándolas contra una base de datos de más de 30 millones de canciones.

En combinación con la monitorización de obras musicales, BMAT ofrece también un servicio de monitorización y seguimiento de las obras audiovisuales en TV y Radio. El servicio VERICAST TV identifica el uso de obras audiovisuales en las televisiones de más de 70 países del mundo, conectándose a los mejores proveedores de Electronic Programming Guides (EPGs) disponibles en cada territorio y proporcionando informes auditables de uso de las obras audiovisuales a entidades de gestión de derechos, productoras y editoriales.

Los metadatos disponibles en la base de datos de BMAT (en música los relativos al título, artista, sello discográfico, ISRC o ISWC, y en obras audiovisuales los relativos al título de la obra, director, productor, año, ISAN, etc.), junto con los datos de monitorización de emisiones se facilitan en informes auditables. Con la monitorización internacional de televisiones y radios las entidades de gestión, editores y productoras pueden obtener datos reales y auditables de cómo está siendo usado su repertorio en cualquier país, facilitando así la distribución de derechos, así como decisiones estratégicas de negocio.

Otra de las herramientas de BMAT enfocadas al sector audiovisual es la generación de *cuesheets* o informes de uso musical de producciones audiovisuales, que proporciona a las televisiones y productoras audiovisuales una herramienta para la generación automática de informes de uso de música de sus obras audiovisuales; así como herramientas de seguimiento y control del uso de música y la emisión de publicidades en televisión.

MONITORIZACIÓN DE PLATAFORMAS Y SERVICIOS AUDIOVISUALES ONLINE

El consumo de contenidos audiovisuales ha experimentado en los últimos años un cambio de paradigma. Con la aparición de servicios de *streaming* multimedia bajo demanda por Internet como Netflix o Youtube, estamos viviendo un cambio de tendencia del consumo audiovisual basado en *broadcasting* al consumo de servicios *on-demand*. El mercado de la industria audiovisual digital está creciendo de manera significativa tanto en los ingresos que genera, como en el número de diferentes proveedores de servicios digitales (DSP) existentes, y se prevé un crecimiento aún mayor en los próximos años.

Las entidades de gestión de derechos reciben periódicamente informes del uso de obras audiovisuales por parte de los DSP que operan en su territorio, sobre los cuales se hace la distribución.

Tal y como ocurre con los DSP de música (Spotify, iTunes, etc.), y aunque se están haciendo esfuerzos a nivel internacional para estandarizar el reporting de los DSP, los informes proporcionados por éstos tienden a diferir en calidad y formato, siendo el escenario más común el uso de informes con metadatos muy pobres y usando formatos propietarios no estandarizados de cada DSP. Esta situación dificulta la labor de las entidades de gestión de derechos, que necesitan herramientas tecnológicas de Big Data para gestionar la gran cantidad de datos que reciben y reconciliar de manera eficiente estos datos con su repertorio para gestionar la distribución.

PRONTO AV y PRONTO MUSIC son los servicios de BMAT para la gestión de la distribución digital de los derechos de música y audiovisuales. PRONTO ofrece a las entidades de gestión de derechos una mayor eficiencia y transparencia en toda la cadena de distribución digital, desde la recepción de los informes de uso y ventas generados por los DSP hasta la distribución. El servicio está diseñado para permitir a cualquier propietario de derechos realizar un seguimiento de la cadena de compensación a partir de un cuadro de mandos interactivo en formato webapp.

PRONTO AV conecta con todos los DSP audiovisuales con los que las CMO tienen licencia para recibir de manera automática los informes de ventas y usos digitales, verifica la calidad y estructura de datos, adaptándolas a las necesidades de cada CMO y enriqueciendo los informes con información adicional de las obras audiovisuales para posteriormente identificar qué obras son las pertenecientes al repertorio de las CMO.

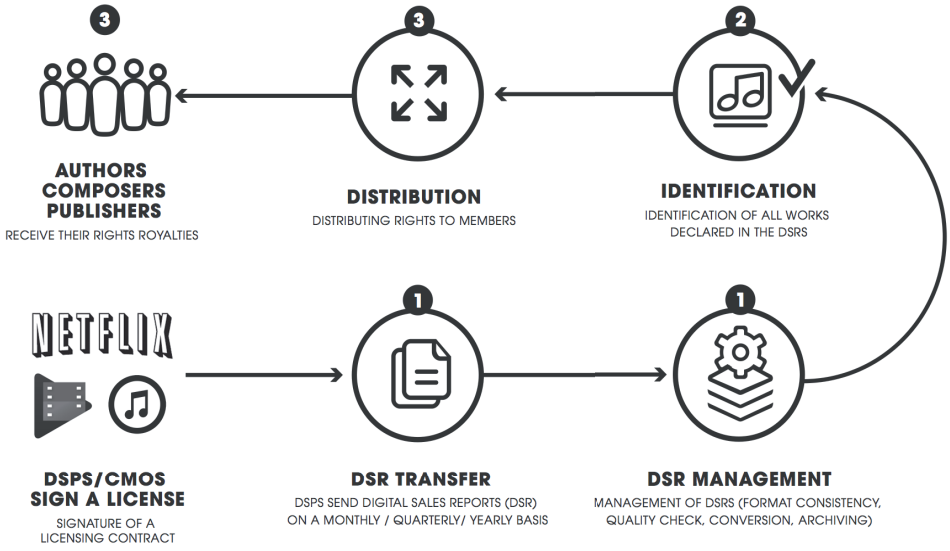


Figura 2: *Seguimiento, control y distribución de uso de obras audiovisuales en plataformas digitales con PRONTO AV*

BMAT está conectado a las principales bases de datos estándar de la industria audiovisual, como ISAN e IMDB, con las que se enriquece la información reportada por los DSP para enlazarla con información adicional como los alias del título de la obra o el título original, e incluir metadatos tales como directores, productora, año de producción o reparto entre otros. Este proceso de enriquecimiento es un paso esencial para identificar qué obras audiovisuales presentes en los reportes de los DSP pertenecen al repertorio de obras audiovisuales de las entidades de gestión. Los ratios de identificación obtenidos para CMO's con un repertorio de decenas de miles de obras audiovisuales son del orden de más de 70% de obras audiovisuales identificadas, representando aproximadamente el 80% de los ingresos generados por los informes analizados.

La plataforma permite tanto el seguimiento por DSP como por informe recibido, proporcionando trazabilidad y estadísticas sobre el proceso de distribución y acceso al detalle de toda la información recibida en los informes: búsqueda de obras audiovisuales, directores, productoras, Top usage views por territorio, tipo de obra o ingresos generados.

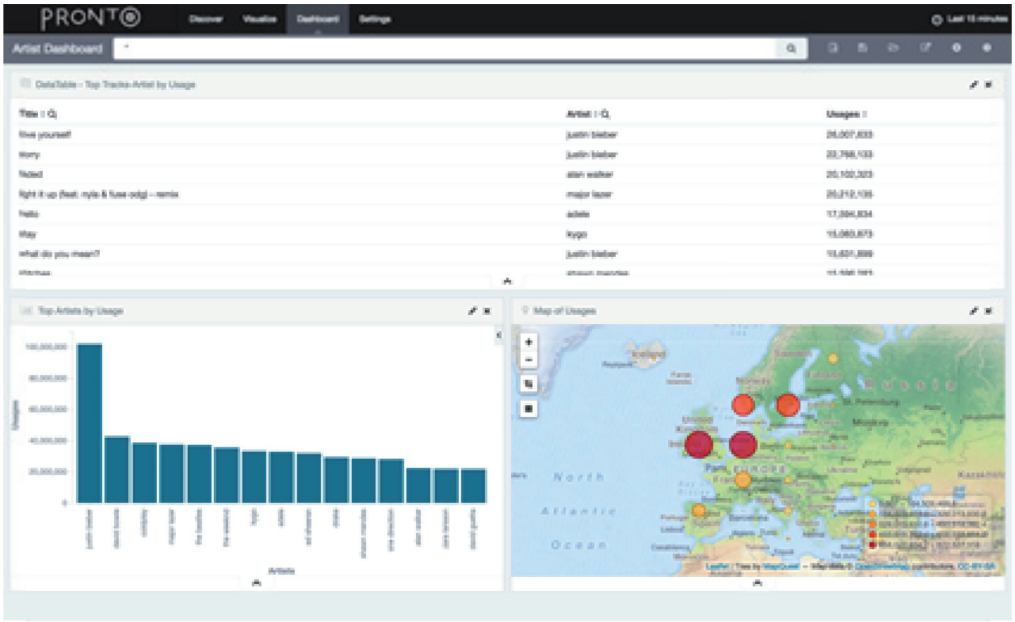


Figura 3: *PRONTO AV: cuadro de mandos*

El objetivo de BMAT es aportar transparencia y eficiencia en la gestión de los derechos tanto musicales como audiovisuales a través de herramientas tecnológicas punteras para la monitorización que faciliten el seguimiento y control de uso de las obras y proporcionen información de negocio a todos los integrantes de la cadena de valor de la industria de la música e industrias audiovisuales.

bmat
music innovation

CAPÍTULO III

La producción de ficción en Iberoamérica

CAPÍTULO III

La producción de ficción en Iberoamérica

Por Departamento de Reparto y Documentación de EGEDA

INTRODUCCIÓN

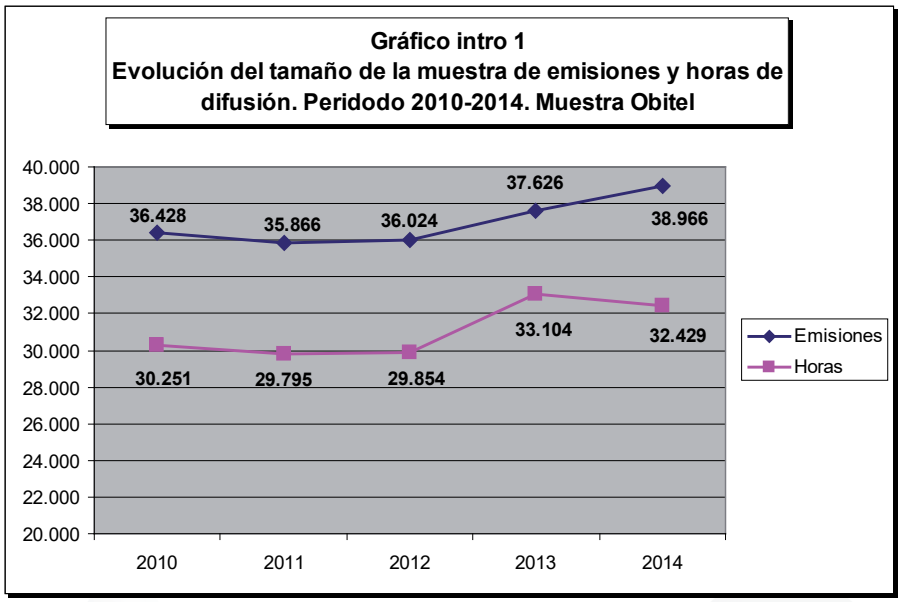
La muestra del estudio de ficción iberoamericana analizada por Obitel (Observatorio Iberoamericano de Ficción Televisiva) abarca un total de 76 canales de televisión procedentes de doce países. Del total de canales, 54 pertenecen a la televisión privada y 22 a la televisión pública. Los países que aportan un mayor número de canales a la muestra son Venezuela con 14 (8 privados y 6 públicos) y Chile, Ecuador y Estados Unidos, con siete canales cada país (Cuadro Intro 1).

Cuadro Intro 1

Muestra de canales de televisión. Ámbito Obitel. Año 2014

Países	Canales privados	Canales públicos	Total
Argentina	América 2, Canal 9, Telefé, El Trece	Televisión Pública	5
Brasil	Rede Globo, Record, SBT, Band, Rede TV!	TV Brasil	6
Chile	UCV TV, Canal 13, Chilevisión, Mega, Red, Telecanal	TVN	7
Colombia	RCN, Caracol, Canal Uno	Señal Colombia, Canal Institucional	5
Ecuador	Teleamazonas, RTS, Ecuavisa, Canal Uno	ECTV, Gama TV, TC Television	7
España	A3, T5, Cuatro, La Sexta	La 1, La 2	6
Estados Unidos	Azteca América, Estrella TV, MundoFox, Telemundo, UniMás, Univision V-me	-	7
México	Televisa, TV Azteca, Cadena Tres	Once TV, Conaculta	5
Perú	Fracuencia Latina, América TV, Panamericana TV, ATV, Global TV	TV Perú	6
Portugal	SIC, TVI	RTP1, RTP2	4
Uruguay	Montecarlo TV, Saeta, Teledoce/La Tele	Televisión Nacional (TNU)	4
Venezuela	Canal I, Globovisión, La Tele, Meridiano, Televen, TV Familia, Vale TV, Venevisión	ANTV, C.A. Tele Sur, Tves, VTV, Vive TV, Colombeia	14
Total	**54**	**22**	**76**

El gráfico Intro 1 muestra la evolución de las emisiones y el tiempo de programación de la muestra de países Obitel durante el periodo 2010-2014, en la que se comprueba la uniformidad de la misma durante los tres primeros años, en torno a 36.000 emisiones y 30.000 horas de programación y el aumento de la muestra en los dos años siguientes hasta llegar hasta las casi 39.000 emisiones y superar las 32.000 horas de programación en 2014.



Las televisiones de los países analizados en la muestra difundieron 2.765 títulos de obras de ficción de estreno durante el quinquenio 2010-2014. El peso de la ficción nacional representa el 43,7% del total de títulos frente al 56,3% de la ficción iberoamericana (cuadro Intro 2). En total se emitieron en estos años 185.786 capítulos de series y sumaron 155.433 minutos de programación.

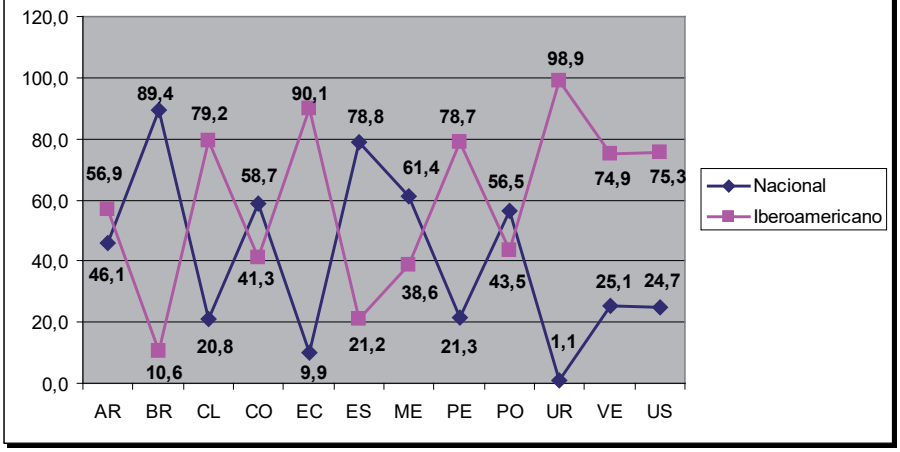
Cuadro Intro 2

Tamaño de la muestra acumulada de la Ficción de estreno difundida en países iberoamericanos por su origen. Periodo 2010-2014

Origen	Títulos	%	Emisiones	%	Horas	%
Nacional	1.207	43,7	65.235	35,1	51.409	33,4
Iberoamericano	1.558	56,3	120.551	64,9	104.024	67,6
Total	**2.765**		**185.786**		**155.433**	

El gráfico Intro 2 muestra la evolución de los porcentajes acumulados de emisiones por su origen y país de emisión, comprobándose que el máximo porcentaje de emisiones nacionales corresponde a Brasil con el 89,4% y el mínimo Uruguay con un 1,1%.

Gráfico Intro 2
Evolución del porcentaje acumulado de emisiones por su origen y país de emisión. Perido 2010-2014. Muestra Obitel



PANORAMA DE LA FICCIÓN EN IBEROAMÉRICA

El mayor porcentaje de tiempo dedicado a la ficción en 2014 de los países de la muestra lo registra Estados Unidos, con el 43,8%, seguido de Chile con el 37,8%. En 2013 también obtuvo el valor más elevado Estados Unidos con el 46,8%. Mientras que en años anteriores, el país con más tiempo dedicado a la ficción fue Ecuador con el 40,4% (2010), el 44,4% (2011) y el 44,7% (2012).

En el promedio del quinquenio 2010-2014, Estados Unidos tiene el 44,8% de tiempo de ficción de la muestra, seguido de Perú con el 38,8% y Chile con el 37,2%. Por el contrario, el menor peso del quinquenio lo registra Colombia con el 14,5% (cuadro 3.1.1).

Cuadro 3.1.1

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

Países	2010	2011	2012	2013	2014	Promedio
Argentina	22,4	17,0	11,4	21,0	20,0	18,4
Brasil	20,4	21,4	19,0	17,8	12,5	18,2
Chile	38,2	37,1	36,0	36,9	37,8	37,2
Colombia	18,5	13,2	13,2	13,2	14,2	14,5
Ecuador	40,4	44,4	44,7	31,9	30,2	38,3
España	29,0	27,0	22,8	19,5	33,1	26,3
EE.UU.	*	*	43,7	46,8	43,8	44,8
México	27,9	28,1	18,3	12,0	16,0	20,5
Perú	*	*	37,2	42,0	37,2	38,8
Portugal	*	*	22,0	22,2	23,8	22,7
Uruguay	29,7	23,7	24,5	28,0	28,3	26,8
Venezuela	*	*	*	23,0	18,4	20,7
Promedio	**28,3**	**26,5**	**26,6**	**26,2**	**26,3**	**26,7**

Las televisiones de los países de la muestra difundieron un total de 2.765 títulos de ficción nacional. El número de títulos de la ficción nacional representa el 43,7%, frente al 56,3% del la iberoamericana (cuadro 3.1.2).

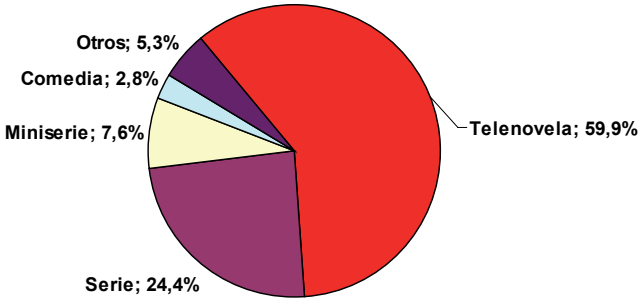
Cuadro 3.1.2

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

Origen	2010	2011	2012	2013	2014	Total	%
Nacional	256	235	243	222	251	1.207	43,7
Iberoamericano	289	302	300	354	313	1.558	56,3
Total	**545**	**537**	**543**	**576**	**564**	**2.765**	

La distribución de los títulos de ficción por géneros, en el periodo 2010-2014, fue el siguiente: Telenovela (59,9%), Series (24,4%), Miniserie (7,6%) y Comedia (2,8%) (gráfico 3.1.1).

Gráfico 3.1.1
Distribución acumulada de los títulos de Ficción por géneros. Periodo 2010-2014. Muestra Obitel



Los países que más títulos de ficción nacional de estreno suman en la muestra en el periodo 2010-2014 son: España (215) y Brasil (200). Los países que más títulos de ficción iberoamericana estrenaron en dicho periodo son: Ecuador (234), Venezuela (227), Chile (214) y Uruguay (203) (cuadro 3.1.3).

Cuadro 3.1.3
Distribución de los títulos de Ficción por países de emisión

País emisión	Nacional					Iberoamericano				
	2010	2011	2012	2013	2014	2010	2011	2012	2013	2014
Argentina	15	22	34	32	28	33	23	12	12	20
Brasil	49	41	35	36	39	6	6	0	1	5
Chile	24	25	23	25	28	30	46	45	48	45
Colombia	34	22	16	27	15	20	15	13	7	12
Ecuador	5	4	8	17	10	32	50	45	55	52
España	48	44	33	30	60	6	6	6	2	4
EE.UU.	17	11	10	14	17	45	47	34	31	32
México	21	23	28	34	14	9	5	18	17	24
Perú	*	*	13	15	14	*	*	27	39	47
Portugal	31	28	27	22	17	16	12	11	13	9
Uruguay	3	2	3	1	0	34	44	44	44	37
Venezuela	9	13	13	4	9	58	48	45	50	26
Total	**256**	**235**	**243**	**257**	**251**	**289**	**302**	**300**	**319**	**313**

Las televisiones de la muestra difundieron entre 35.000 y casi 39.000 emisiones por año en el periodo 2010-2014 y entre 29.000 y 33.000 horas de programación por año. La muestra presenta unos valores acumulados de 185.000 emisiones y 155.000 horas de difusión. El peso de la ficción nacional frente a la iberoamericana representa el 35,1% en emisiones y el 33,1% en horas de difusión (cuadro 3.1.4).

Cuadro 3.1.4

Distribución de la Ficción de estreno por territorio de origen

Emisiones

Origen	2010	2011	2012	2013	2014
Nacional	12.916	12.842	13.763	11.781	13.933
Iberoamericano	23.512	23.024	22.261	26.721	25.033
Total	**36.428**	**35.866**	**36.024**	**38.502**	**38.966**

Horas

Origen	2010	2011	2012	2013	2014
Nacional	9.549	10.139	10.877	10.209	10.635
Iberoamericano	20.702	19.656	18.977	22.895	21.794
Total	**30.251**	**29.795**	**29.854**	**33.104**	**32.429**

Los países que más emisiones de ficción nacional de estreno suman en la muestra en el periodo 2010-2014 son: México (9.969), Colombia (8.588), Brasil (8.203) y Portugal (7.818). Los países que más emisiones de ficción iberoamericana estrenaron en dicho periodo son: Venezuela (19.307), Chile (19.282), Uruguay (14.971) y Ecuador (14.597) (cuadro 3.1.5).

Cuadro 3.1.5

Distribución de las emisiones de Ficción por países de difusión

Países	Nacional					Iberoamericano				
	2010	2011	2012	2013	2014	2010	2011	2012	2013	2014
Argentina	1.173	1.180	1.260	1.266	1.483	2.296	1.481	855	876	1.670
Brasil	1.838	2.163	2.186	21	1.995	447	531	0	1.993	360
Chile	1.304	1.262	1.014	1.433	1.368	3.138	4.157	3.961	3.526	4.500
Colombia	2.630	1.501	1.533	1.414	1.510	1.128	1.067	927	1.230	1.214
Ecuador	313	259	358	795	725	2.497	3.515	2.206	3.440	2.939
España	793	1.104	970	828	1.597	623	368	352	158	1.258
EE.UU.	935	847	906	868	1.110	3.265	3.249	2.226	2.235	2.484
México	1.766	2.201	2.136	2.488	1.378	676	462	1.336	1.860	1.882
Perú	*	*	733	851	534	*	*	2.279	2.384	3.490
Portugal	1.741	1.372	1.504	1.470	1.731	1.322	1.244	1.205	1.112	849
Uruguay	43	54	82	26	0	2.691	3.406	3.052	3.012	2.810
Venezuela	380	899	1.081	321	502	5.429	3.544	3.862	4.895	1.577
Total	**12.916**	**12.842**	**13.763**	**11.781**	**13.933**	**23.512**	**23.024**	**22.261**	**26.721**	**25.033**

Los países con el mayor volumen de programación de ficción de estreno acumulada entre 2010 y 2014 son: Chile (339 títulos, 25.663 emisiones y 17.844 horas), Ecuador (278 títulos, 17.047 emisiones y 16.825 horas) y Venezuela (275 títulos, 22.490 emisiones y 18.186 horas) (cuadro 3.1.6).

Cuadro 3.1.6

Distribución acumulada de la Ficción por países de emisión. Periodo 2010-2014

País	Títulos	%	Emisiones	%	Horas	%
Argentina	231	8,4	13.540	7,3	11.490	7,4
Brasil	218	7,9	11.534	6,2	7.760	5,0
Chile	**339**	**12,3**	**25.663**	**13,8**	**17.844**	**11,5**
Colombia	181	6,5	14.154	7,6	10.959	7,1
Ecuador	278	10,1	17.047	9,2	16.825	10,8

España	239	8,6	8.051	4,3	6.209	4,0
EE.UU.	258	9,3	18.125	9,8	18.757	12,1
México	193	7,0	16.185	8,7	14.795	9,5
Perú	155	5,6	10.271	5,5	8.875	5,7
Portugal	186	6,7	13.550	7,3	10.328	6,6
Uruguay	212	7,7	15.176	8,2	13.405	8,6
Venezuela	275	9,9	22.490	12,1	18.186	11,7
Total	**2.765**		**185.786**		**155.433**	

Por el origen de la producción, los países que más ficción de estreno suman son: México (656 títulos, 57.158 emisiones y 50.530 horas), Colombia (386 títulos, 26.230 emisiones y 21.457 horas) y Brasil (367 títulos, 24.432 emisiones y 19.305 horas) (cuadro 3.1.7).

El volumen conjunto de ficción televisiva de estreno procedente de México, Colombia, y Brasil representa el 50,9% del total de títulos, el 58,1% del total de emisiones y el 59,2% del tiempo total de emisión.

Cuadro 3.1.7

Distribución acumulada de la Ficción por países de origen. Periodo 2010-2014

País	Títulos	%	Emisiones	%	Horas	%
Argentina	242	8,8	13.840	7,4	11.245	7,3
Brasil	367	13,3	24.432	13,2	19.305	12,5
Chile	151	5,5	8.081	4,3	4.949	3,2
Colombia	386	14,0	26.230	14,1	21.457	13,9
Ecuador	47	1,7	2.639	1,4	1.837	1,2
España	267	9,7	9.456	5,1	8.290	5,4
EE.UU.	273	9,9	19.616	10,6	16.925	11,0
México	656	23,7	57.158	30,8	50.530	32,8
Perú	49	1,8	2.402	1,3	2.117	1,4
Portugal	130	4,7	8.160	4,4	6.083	4,0
Uruguay	12	0,4	242	0,1	181	0,1
Venezuela	116	4,2	8.698	4,7	6.940	4,5
Otros	69	2,5	4.832	2,6	4.004	2,6
Total	**2.765**		**185.786**		**153.863**	

La franja en la que se concentró mayor número de emisiones en el periodo 2010-2014 fue la de *prime time* con el 41,9%, seguida de la de tarde con el 40,5%, la nocturna con el 11,6% y la de mañana con el 5,9% (cuadro 3.1.8).

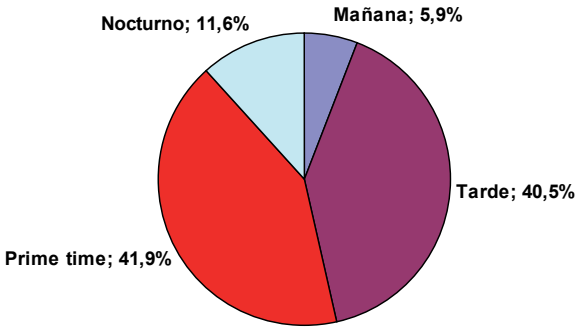
Cuadro 3.1.8

Distribución acumulada por franjas horarias de la Ficción de estreno emitida en países iberoamericanos. Periodo 2010-2014

Franjas	Emisiones	%	Horas	%
Mañana	11.044	5,9	9.494	6,1
Tarde	75.226	40,5	62.981	40,5
Prime Time	77.911	41,9	65.437	42,1
Nocturno	21.605	11,6	17.521	11,3
Total	**185.786**		**155.433**	

En cuanto a tiempo de emisión, donde más se acumuló fue en el horario *prime time* con el 42,1%, seguido del horario de tarde con el 40,5%, el de noche con el 11,3% y finalmente el de mañana con el 6,1% (gráfico 3.1.2).

Gráfico 3.1.2
Porcentaje acumulado de emisiones por franjas horarias. Periodo 2010-2014. Muestra Obitel



Los países con una mayor carga de programación de estrenos de ficción en la franja de tarde fueron Chile (17.379 emisiones) y Venezuela (8.889 emisiones) (cuadro 3.1.9)

Cuadro 3.1.9

Distribución acumulada por países de emisión de la Ficción difundida en la franja de tarde y porcentaje sobre el total. Periodo 2010-2014

País	Emisiones	%	Horas	%
Argentina	6.471	8,6	5.656	9,0
Brasil	3.632	4,8	2.054	3,3
Chile	17.379	23,1	12.699	20,2
Colombia	4.363	5,8	3.736	5,9
Ecuador	4.792	6,4	4.405	7,0
España	4.988	6,6	4.079	6,5
EE.UU.	5.416	7,2	5.804	9,2
México	5.063	6,7	4.726	7,5
Perú	3.910	5,2	3.522	5,6
Portugal	4.118	5,5	3.400	5,4
Uruguay	6.205	8,2	5.622	8,9
Venezuela	8.889	11,8	7.278	11,6
Total	**75.226**		**62.981**	

Los países con una mayor carga de programación de estrenos de ficción en la franja de *prime time* fueron: Estados Unidos (10.938 emisiones), Ecuador (10.264 emisiones) y Portugal (8.212 emisiones) (cuadro 3.1.10).

Cuadro 3.1.10

Distribución acumulada por países de emisión de la Ficción difundida en el Prime Time y porcentaje sobre el total. Periodo 2010-2014

País	Emisiones	%	Horas	%
Argentina	5.669	7,3	4.757	7,3
Brasil	4.967	6,4	3.750	5,7
Chile	6.955	8,9	4.350	6,6
Colombia	6.074	7,8	4.447	6,8
Ecuador	10.264	13,2	9.736	14,9
España	1.719	2,2	1.835	2,8
EE.UU.	10.938	14,0	11.057	16,9
México	6.802	8,7	6.114	9,3
Perú	4.622	5,9	3.840	5,9
Portugal	8.212	10,5	5.892	9,0
Uruguay	4.129	5,3	3.733	5,7
Venezuela	7.560	9,7	5.926	9,1
Total	**77.911**		**65.437**	

Las cinco emisiones que consiguieron los porcentajes de audiencia más elevados en 2014 fueron: Amor a vida (Globo, 41%), Imperio (Globo, 32,4%), *Em familia* (Globo, 31,4%), Amores roubados (Globo, 29,7%) y Al fondo hay sitio (América TV, 29,1%).

De las 20 emisiones del *ranking* de audiencia, 16 fueron líderes en sus países de origen. Por país de emisión, el más representado en el *top-20* es Brasil con 10 emisiones, seguido de Perú con cinco. Por país de origen, Brasil suma 11 emisiones, México 3 y Perú otras 3 emisiones (cuadro 3.1.11).

Cuadro 3.1.11

Ranking de audiencia de la Ficción en países iberoamericanos. Año 2014

Nº	Título emisión	País origen	Cadena	Audiencia	Share	País emisión
1	Amor a vida	Brasil	Globo	41,0	66,8	Brasil
2	Imperio	Brasil	Globo	32,4	53,5	Brasil
3	Em familia	Brasil	Globo	31,4	52,0	Brasil
4	Amores roubados	Brasil	Globo	29,7	53,4	Brasil
5	Al fondo hay sitio	Perú	América TV	29,1	42,2	Perú
6	Pituca sin Lucas	Chile	Mega	26,3	43,6	Chile
7	O tempo e o vento	Brasil	Globo	26,2	50,2	Brasil
8	Corazón indomable	México	América TV	24,8	35,0	Perú
9	La gata	México	América TV	24,6	36,0	Perú
10	Alto astral	Brasil	Globo	23,4	42,6	Brasil
11	Tapas & Beijos	Brasil	Globo	23,1	42,0	Brasil
12	Mi amor el wachimán	Perú	América TV	23,1	32,6	Perú
13	Mi corazón es tuyo	México	Canal 2	23,1	-	México
14	Alem do horizonte	Brasil	Globo	22,9	41,9	Brasil
15	Hasta el fin del mundo te amaré	Argentina	Canal 2	22,9	-	México
16	A grande familia	Brasil	Globo	22,6	42,1	Brasil
17	Geraçao Brasil	Brasil	Globo	22,2	38,6	Brasil
18	Los 80	Chile	Canal 13	21,1	29,4	Chile
19	Avenida Brasil	Brasil	Telefé	20,7	31,1	Argentina
20	Locura de amor	Perú	América TV	20,2	33,5	Perú

El *top-1* de audiencia en 2014 refleja que siete títulos dominaron en sus países de origen (Brasil, Chile, Colombia, España, México, Perú y Portugal) y en los restantes cinco países el título más popular correspondió a un título extranjero (cuadro 3.1.12).

Cuadro 3.1.12

Top-1 de audiencia de Ficción en los países iberoamericanos. Año 2014

Nº	Título emisión	País origen	Cadena	Audiencia	Share	País emisión
1	Avenida Brasil	Brasil	Telefé	20,7	31,1	Argentina
2	Amor a vida	Brasil	Globo	41	66,8	Brasil
3	Pituca sin Lucas	Chile	Mega	26,3	43,6	Chile
4	La Ronca de oro	Colombia	Caracol	13,7	52,1	Colombia
5	Avenida Brasil	Brasil	Ecuavisa	14,9	22,4	Ecuador
6	El tiempo entre costuras	España	Antena 3	11,9	26,5	España
7	Mi corazón es tuyo	México	Canal 2	23,1	-	México
8	Al fondo hay sitio	Perú	América TV	29,1	42,2	Perú
9	Mar Salgado	Portugal	SIC	14,8	30,6	Portugal
10	Rastros de mentiras	Brasil	Teledoce	19,6	35,0	Uruguay
11	La Ronca de oro	Colombia	Venevisión	4,6	22,81	Venezuela
12	Lo que la vida me robó	México	Univision	16,5	26,6	USA

PANORAMA DE LA FICCIÓN EN PAÍSES IBEROAMERICANOS

ARGENTINA

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

En 2014, el género audiovisual al que más tiempo dedicaron el conjunto de canales argentinos de la muestra fue el de la información (34%). La ficción aportó un 20% del tiempo de emisión y en el quinquenio 2010-2014 un 18,4% (cuadro 3.2.1).

Cuadro 3.2.1

Porcentaje de tiempo de emisión dedicado cada género en canales argentinos

Géneros	2010	2011	2012	2013	2014	Promedio
Ficción	**22,4**	**17,0**	**11,4**	**21,0**	**20,0**	**18,4**
Información	35,6	35,3	31,7	32,0	34,0	33,7
Entretenimiento	35,5	41,0	45,6	6,0	8,0	27,2
Deportes	4,6	5,4	5,7	5,0	6,0	5,3
Servicio	1,9	1,3	5,6	3,0	4,0	3,2
Otros	0,0	0,0	0,0	33,0	28,0	12,2
Total	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	

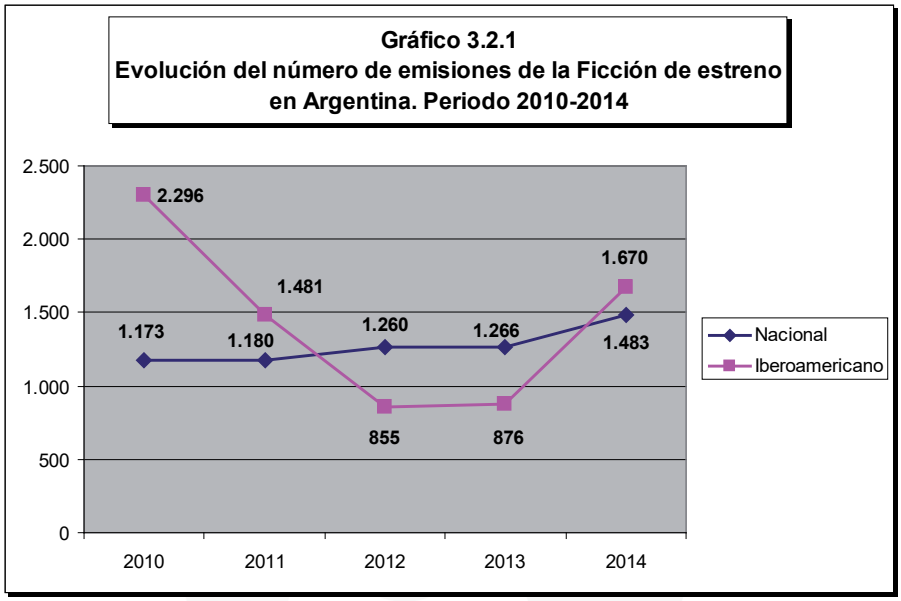
Las televisiones argentinas en 2014 suman 48 títulos de ficción, 3.153 emisiones y 2.485 horas de programación (cuadro 3.2.2). El número de títulos nacionales frente a los iberoamericanos representa el 58,3%. Los países que más producciones aportan, aparte de Argentina, son México (9 títulos) y Brasil (4 títulos).

Cuadro 3.2.2

Ficción de estreno por países de origen. Año 2014. Argentina

País	Títulos	Emisiones	Horas
Argentina	**28**	**1.483**	**1.145**
Brasil	4	267	233
Chile	0	0	0
Colombia	2	117	97
Ecuador	0	0	0
España	3	170	130
EE.UU.	2	254	194
México	9	862	686
Perú	0	0	0
Portugal	0	0	0
Uruguay	0	0	0
Venezuela	0	0	0
Otros	0	0	0
Total	**48**	**3.153**	**2.485**

La tendencia de la ficción nacional en la muestra es ligeramente ascendente desde 2010 hasta 2014. Por su lado, la ficción iberoamericana sufrió un fuerte descenso desde las 2.296 emisiones de 2010 hasta las 876 de 2013 y experimentó un significativo repunte durante 2014 las 1.670 (grafico 3.2.1).



La ficción nacional de estreno en el periodo 2010-2014 representa el 47% del total de emisiones y el 46,1% en tiempo de programación (cuadro 3.2.3).

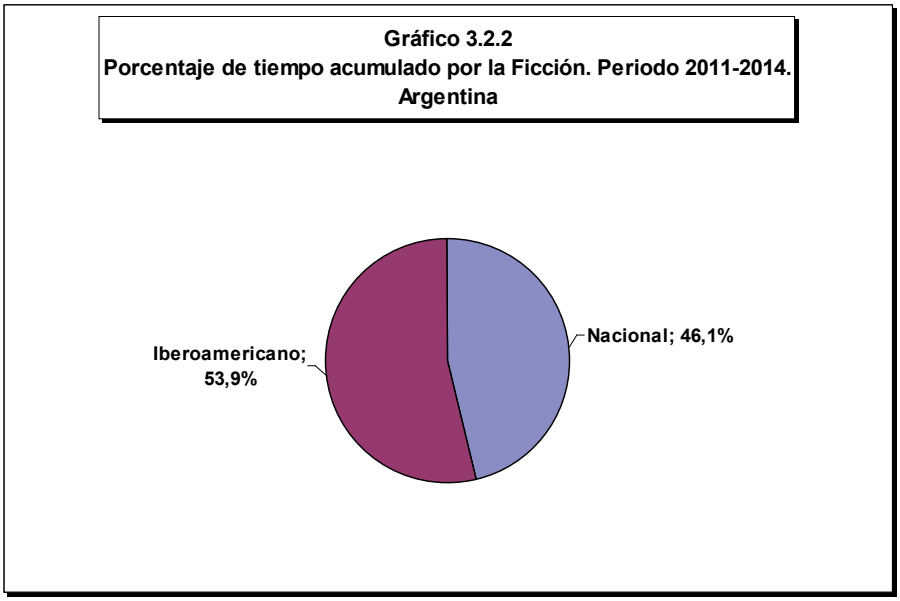
El país iberoamericano que más ficción aportó a los canales analizados en Argentina fue México, con más del 20% del total en emisiones y tiempo. Brasil, Colombia y Estados Unidos acumularon un volumen de ficción en torno al 7%.

Cuadro 3.2.3

Ficción acumulada de estreno por países de origen. Periodo 2010-2014. Argentina

País	Títulos	%	Emisiones	%	Horas	%
Argentina	**131**	**56,7**	**6.362**	**47,0**	**5.294**	**46,1**
Brasil	15	6,5	987	7,3	757	6,6
Chile	2	0,9	198	1,5	140	1,2
Colombia	16	6,9	955	7,1	769	6,7
Ecuador	0	0,0	0	0,0	0	0,0
España	11	4,8	763	5,6	740	6,4
EE.UU.	11	4,8	980	7,2	795	6,9
México	38	16,5	2.958	21,8	2.712	23,6
Perú	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Portugal	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Uruguay	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Venezuela	1	0,4	66	0,5	52	0,5
Otros	6	2,6	271	2,0	232	2,0
Total	**231**		**13.540**		**11.491**	

En el quinquenio 2010-2014, el tiempo acumulado por la ficción supone el 46,1% para el mercado nacional y el 53,9% para el resto de series iberoamericanas (gráfico 3.2.2).



La telenovela fue el género televisivo más común en los canales argentinos en 2014 en cuanto a emisiones y tiempo de difusión, con el 89,9% y 91,4% del total, respectivamente. También en cuanto a títulos, los más abundantes fueron los de telenovelas con 32 (cuadro 3.2.4).

El 50% de los títulos nacionales de estreno de 2014 correspondió a telenovelas y el 28,6 a miniseries. El 90% de la ficción iberoamericana se relacionó con telenovelas. Además, de los 32 títulos totales, 20 títulos se ubicaron en la franja de máxima audiencia.

En cuanto a las franjas, casi el 52,6% de la ficción de estreno analizada en 2014 en Argentina se ubicó en la franja de tarde y el 44,2% en la de máxima audiencia. Por su origen, el 72,5% de la ficción nacional se estrenó en *prime time* y el 80,8% de la ficción iberoamericana en la franja de tarde.

Cuadro 3.2.4

Distribución de la Ficción de estreno por su origen. Año 2014. Argentina

Géneros

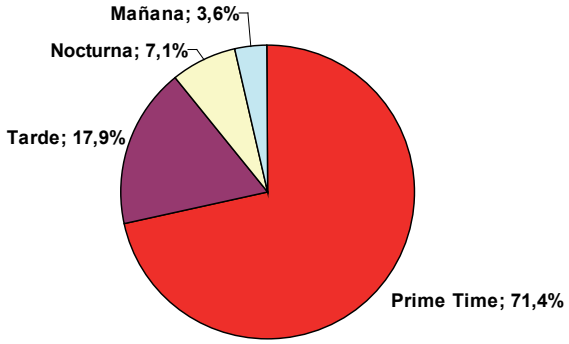
Géneros	Nacional			Iberoamericana		
	Títulos	Emisiones	Horas	Títulos	Emisiones	Horas
Telenovela	14	1.214	966	18	1.622	1.306
Serie	3	62	49	2	48	34
Miniserie	8	162	96	0	0	0
Comedia	0	0	0	0	0	0
Unitario	3	45	34	0	0	0
Total	**28**	**1.483**	**1.145**	**20**	**1.670**	**1.340**

Franjas horarias

Franjas	Nacional		Iberoamericana		Total	
	Emisiones	Horas	Emisiones	Horas	Emisiones	Horas
Mañana	45	55	0	0	45	55
Tarde	308	232	1.350	1.096	1.658	1.328
Prime Time	1.075	816	320	244	1.395	1.060
Nocturno	55	42	0	0	55	42
Total	**1.483**	**1.145**	**1.670**	**1.340**	**3.153**	**2.485**

El 71,4% de los títulos se difundieron en la franja de *prime time*, el 17,9% en la de tarde, el 7,1% en horario nocturno y el restante 3,6% en el de mañana (gráfico 3.2.3).

Gráfico 3.2.3
Distribución de los títulos de la Ficción nacional de estreno por franjas horarias. Año 2014. Argentina



Las producciones argentinas de estreno emitidas en Telefé y El Trece fueron las más populares en 2014. El *ranking* de audiencia estuvo dominado por la telenovela brasileña *Avenida Brasil* con un máximo del 20,7% de audiencia y el 31% de cuota de pantalla. A continuación, se situaron la comedia seriada argentina *Viudas e hijos del Rock & Roll* con el 14,4% *y la telenovela autóctona Guapas* con el 12,6% de audiencia, respectivamente (cuadro 3.2.5).

Cuadro 3.2.5

Ranking de audiencia de la Ficción. Año 2014. Argentina

Nº	Título	País	Cadena	Audiencia	Share
1	Avenida Brasil	Brasil	Telefé	20,7	31,05
2	Viudas e hijos del Rock & Roll	Argentina	Telefé	14,4	22,05
3	Guapas	Argentina	El Trece	12,6	19,30
4	Camino al amor	Argentina	Telefé	12,3	19,18
5	Los vecinos en guerra	Argentina	Telefé	12,2	23,45
6	Sres. Papis	Argentina	Telefé	11,6	20,51
7	Somos familia	Argentina	Telefé	11,0	18,46
8	Pulseras rojas	España	Telefé	11,0	23,85
9	Noche & Día	Argentina	El Trece	10,9	17,59
10	Mis amigos de siempre	Argentina	El Trece	10,8	16,97

BRASIL

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

En 2014, el género audiovisual al que más tiempo dedicaron el conjunto de canales brasileños de la muestra fueron los informativos (25,1%). La ficción aportó un 12,5% del tiempo de emisión y en el quinquenio 2010-2014 un 18,2% (cuadro 3.2.6).

Cuadro 3.2.6

Porcentaje de tiempo de emisión dedicado a cada género en canales brasileños

Géneros	2010	2011	2012	2013	2014	Promedio
Informativo	23,8	25,1	25,0	25,9	25,1	25,0
Ficción	**20,4**	**21,4**	**19,0**	**17,8**	**12,5**	**18,2**
Entretenimiento	18,0	16,9	18,0	17,8	22,3	18,6
Religioso	10,6	9,5	9,0	7,7	7,6	8,9
Deportes	6,4	6,6	5,0	4,0	4,6	5,3
Educativo	1,2	0,6	1,0	0,6	0,5	0,8
Político	0,6	0,1	0,0	0,1	1,0	0,4
Otros	19,0	19,8	23,0	26,1	26,4	22,9
Total	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	

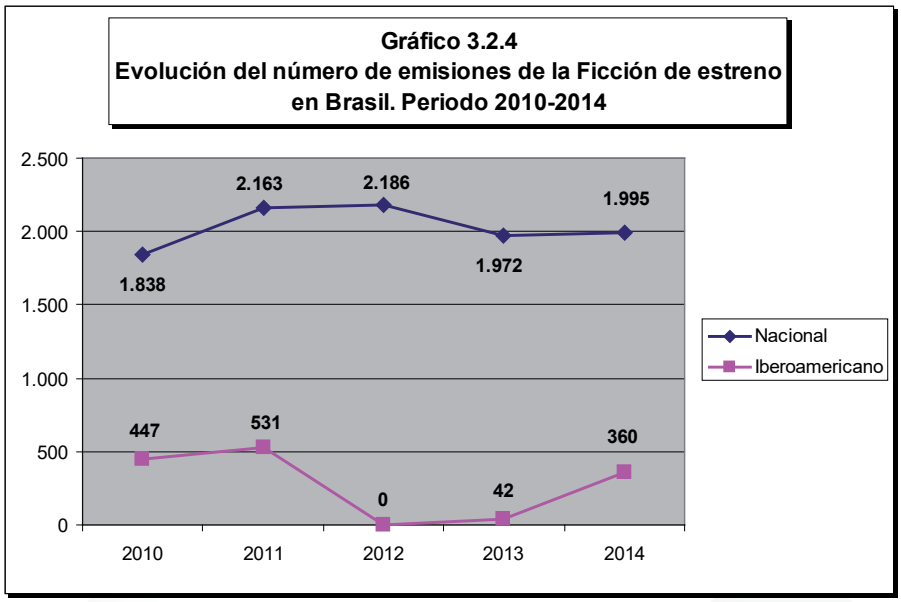
El número de títulos nacionales de ficción frente a los iberoamericanos representó el 88,6%, en 2014. El país que más producciones televisivas aportó en dicho periodo, aparte de Brasil, fue México (3 títulos). Los porcentajes acumulados por la ficción brasileña en 2014 alcanzaron el 84,7% del total de emisiones y 85,6% del tiempo total de programación (cuadro 3.2.7).

Cuadro 3.2.7

Ficción de estreno por países de origen. Año 2014. Brasil

País	Títulos	Emisiones	Horas
Argentina	1	57	38
Brasil	**39**	**1.995**	**1.346**
Chile	0	0	0
Colombia	1	41	14
Ecuador	0	0	0
España	0	0	0
EE.UU.	0	0	0
México	3	262	175
Perú	0	0	0
Portugal	0	0	0
Uruguay	0	0	0
Venezuela	0	0	0
Otros	0	0	0
Total	**44**	**2.355**	**1.573**

La evolución del número de emisiones en el periodo 2010-2014 muestra la diferencia entre ficción nacional e iberoamericana. La primera muestra un comportamiento bastante regular en estos cuatro años desde las 1.838 emisiones de 2010 a las 1.995 de 2014. Por su parte, las emisiones iberoamericanas son escasas en los últimos años aunque en 2014 han aumentado en más de 300 capítulos (gráfico 3.2.4).



Los porcentajes acumulados por la ficción brasileña en el periodo 2010-2014 alcanzaron el 88% del total de emisiones y 89,4% del tiempo total de programación. Los países iberoamericanos que más ficción aportaron a los canales analizados en Brasil son Argentina y México (cuadro 3.2.8).

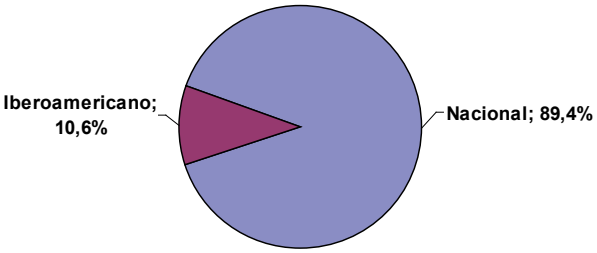
Cuadro 3.2.8

Ficción acumulada de estreno por países de origen. Periodo 2010-2014. Brasil

País	Títulos	%	Emisiones	%	Horas	%
Argentina	43	19,7	470	4,1	287	3,7
Brasil	**161**	**73,9**	**10.154**	**88,0**	**6.938**	**89,4**
Chile	2	0,9	204	1,8	81	1,0
Colombia	1	0,5	41	0,4	14	0,2
Ecuador	0	0,0	0	0,0	0	0,0
España	0	0,0	0	0,0	0	0,0
EE.UU.	0	0,0	0	0,0	0	0,0
México	7	3,2	465	4,0	319	4,1
Perú	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Portugal	1	0,5	30	0,3	24	0,3
Uruguay	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Venezuela	3	1,4	170	1,5	97	1,3
Otros	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Total	**218**		**11.534**		**7.760**	

El tiempo de programación de la ficción nacional en el periodo 2010-2014 supuso el 89,4% y el de la ficción iberoamericana el 10,6% (gráfico 3.2.5).

Gráfico 3.2.5
Porcentaje de tiempo acumulado por la Ficción. Periodo 2010-2014. Brasil



La telenovela fue el género televisivo más común en los canales brasileños en 2014 en cuanto a emisiones y tiempo de programación, con el 78,3% y casi el 82,6%, respectivamente. En cuanto a títulos las más abundantes también fueron las telenovelas, seguidas de las series (cuadro 3.2.9).

En cuanto a las franjas, en 2014, el 49,9% de la ficción de estreno se ubicó en la franja de máxima audiencia de los canales brasileños, el 34,5% en la de tarde y el 13,2% en la franja nocturna.

Cuadro 3.2.9

Distribución de la Ficción de estreno por su origen. Año 2014. Brasil

Géneros

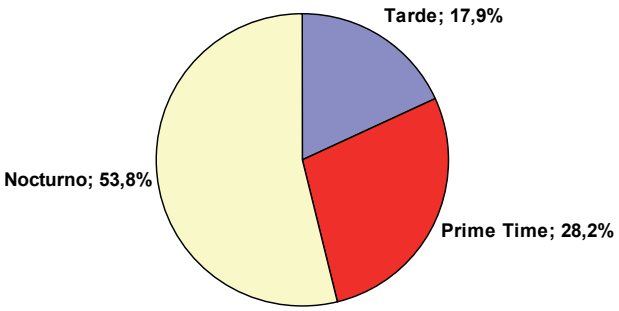
Géneros	Nacional			Iberoamericana		
	Títulos	Emisiones	Horas	Títulos	Emisiones	Horas
Telenovela	13	1.485	1.072	5	360	227
Serie	12	206	126	0	0	0
Miniserie	5	53	38	0	0	0
Comedia	1	1	1	0	0	0
Unitario	4	4	3	0	0	0
Otros	4	246	105	0	0	0
Total	**39**	**1.995**	**1.345**	**5**	**360**	**227**

Franjas horarias

Franjas	Nacional		Iberoamericana		Total	
	Emisiones	Horas	Emisiones	Horas	Emisiones	Horas
Mañana	0	0	57	30	57	30
Tarde	550	304	262	184	812	488
Prime Time	1.174	873	0	0	1.174	873
Nocturno	271	168	41	13	312	181
Total	**1.995**	**1.345**	**360**	**227**	**2.355**	**1.572**

El 53,8% de los títulos de ficción se emitieron en la franja nocturna, el 28,2% en el horario de máxima audiencia y el 17,9% en el de tarde (gráfico 3.2.6).

Gráfico 3.2.6
Distribución de los títulos de Ficción Nacional de estreno por franjas horarias. Año 2014. Brasil



Las producciones brasileñas de estreno emitidas en Globo fueron las más populares en 2014. El *ranking* de audiencia estuvo dominado por las telenovelas *Amor a vida* e *Imperio* con unos porcentajes máximos de audiencia del 41% y el 32,4, respectivamente (cuadro 3.2.10).

Cuadro 3.2.10

Ranking de audiencia de la Ficción. Año 2014. Brasil

Nº	Título	País	Cadena	Audiencia	Share
1	Amor a vida	Brasil	Globo	41,0	66,75
2	Imperio	Brasil	Globo	32,4	53,51
3	Em familia	Brasil	Globo	31,4	51,96
4	Amores roubados	Brasil	Globo	29,7	53,35
5	O tempo e o vento	Brasil	Globo	26,2	50,22
6	Alto astral	Brasil	Globo	23,4	42,57
7	Tapas & beijos	Brasil	Globo	23,1	42,00
8	Alem do horizonte	Brasil	Globo	22,9	41,88
9	A grande familia	Brasil	Globo	22,6	42,10
10	Geraçao Brasil	Brasil	Globo	22,2	38,62

CHILE

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

En 2014, el género audiovisual al que más tiempo dedicaron el conjunto de canales chilenos de la muestra fue el de ficción (37,8%). Además, la ficción aportó un promedio del 37,2% del tiempo total de emisión en el periodo 2010-2014 (cuadro 3.2.11).

Cuadro 3.2.11

Porcentaje de tiempo de emisión dedicado a cada género en canales chilenos

Géneros	2010	2011	2012	2013	2014	Promedio
Ficción	**38,2**	**37,1**	**36,0**	**36,9**	**37,8**	**37,2**
Informativo	22,5	20,6	20,4	21,2	22,7	21,5
Entretenimiento	17,0	19,1	20,9	21,4	18,9	19,5
Deportes	2,2	2,8	10,7	1,2	1,6	3,7
Servicio	10,3	9,7	2,0	11,4	12,0	9,1
Otros	9,8	10,7	10,0	7,9	7,0	9,1
Total	**100**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	

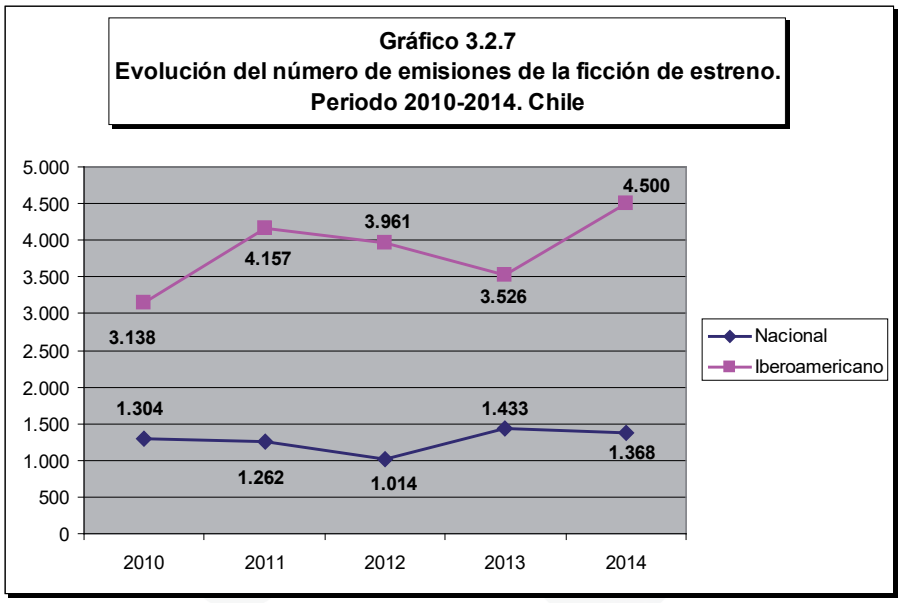
El número de títulos nacionales de ficción frente a los iberoamericanos representó el 38,4%, en 2014. Los países que aportaron más producciones televisivas en dicho año, aparte de Chile, fueron México (26 títulos), Brasil (7), Colombia (5) y España (5). Los porcentajes acumulados por la ficción chilena en 2014 alcanzaron el 23,3% del total de emisiones y el 19,4% del tiempo total de programación (cuadro 3.2.12).

Cuadro 3.2.12

Ficción de estreno por países de origen. Año 2014. Chile

País	Títulos	Emisiones	Horas
Argentina	0	0	0
Brasil	7	449	364
Chile	**28**	**1.368**	**769**
Colombia	5	522	384
Ecuador	0	0	0
España	5	250	230
EE.UU.	2	313	201
México	26	2.966	2.006
Perú	0	0	0
Portugal	0	0	0
Uruguay	0	0	0
Venezuela	0	0	0
Otros	0	0	0
Total	**73**	**5.868**	**3.954**

La evolución del número de emisiones en el periodo 2010-2014 muestra una tendencia irregular tanto del mercado iberoamericano como el nacional. Las emisiones iberoamericanas han fluctuado entre las 3.000 y las 4.500 y las nacionales se mueven en un rango entre las 1.000 y las 1.400 (gráfico 3.2.7).



Los porcentajes acumulados por la ficción chilena en el periodo 2010-2014 alcanzaron el 24,9% del total de emisiones y el 20,8% del tiempo total de programación. El país iberoamericano que más ficción aportó a los canales analizados en Chile fue México (con el 48,6% de las emisiones y el 50,1% del tiempo de programación), seguido de Estados Unidos y Brasil (cuadro 3.2.13).

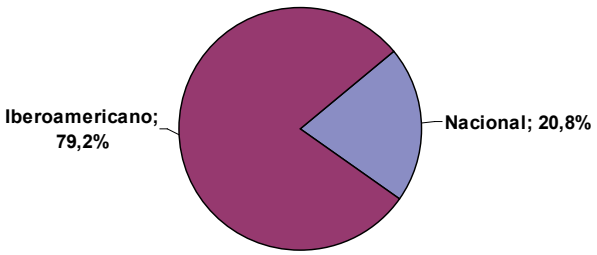
Cuadro 3.2.13

Ficción acumulada de estreno por países de origen. Chile. Periodo 2010-2014

País	Títulos	%	Emisiones	%	Horas	%
Argentina	3	0,9	149	0,6	105	0,6
Brasil	33	9,7	2.088	8,1	1.915	10,7
Chile	**125**	**36,9**	**6.381**	**24,9**	**3.707**	**20,8**
Colombia	15	4,4	1.063	4,1	731	4,1
Ecuador	0	0,0	0	0,0	0	0,0
España	12	3,5	697	2,7	428	2,4
EE.UU.	35	10,3	2.645	10,3	1.890	10,6
México	113	33,3	12.482	48,6	8.946	50,1
Perú	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Portugal	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Uruguay	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Venezuela	1	0,3	79	0,3	49	0,3
Otros	2	0,6	79	0,3	73	0,4
Total	**339**		**25.663**		**17.844**	

La distribución del tiempo de ficción de estreno en el periodo 2010-2014 fue del 79,2% para la ficción iberoamericana y el 20,8% para la nacional (gráfico 3.2.8).

Gráfico 3.2.8
Porcentaje de tiempo acumulado por la Ficción. Periodo 2010-2014. Chile



La telenovela fue el género más habitual en los canales chilenos durante 2014. El 63% del total de títulos y en torno al 67% del total de emisiones y tiempo de programación pertenecieron a este género (cuadro 3.2.14)

En cuanto a las franjas, casi el 67,2% de las emisiones totales de la ficción de estreno y el 68,3% del tiempo total se concentró en la franja de tarde. La ficción nacional se estrenó, principalmente, en la franja de *prime time* (70,6% del total de emisiones y el 74% del tiempo de programación).

Cuadro 3.2.14

Distribución de la Ficción de estreno por su origen. Año 2014. Chile

Géneros

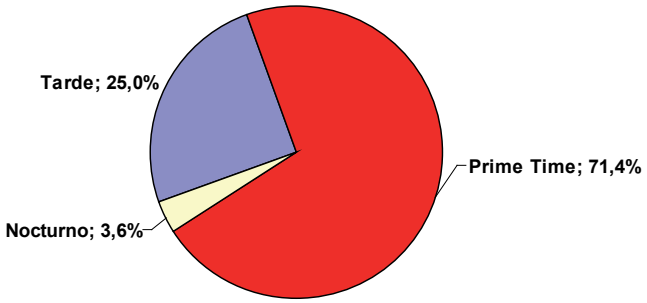
Géneros	Nacional			Iberoamericana		
	Títulos	Emisiones	Horas	Títulos	Emisiones	Horas
Telenovela	17	1.239	670	29	2.744	1.984
Serie	6	65	53	14	1.484	1.020
Miniserie	2	7	5	0	0	0
Comedia	0	0	0	0	0	0
Unitario	1	8	6	1	11	7
Docudrama	1	43	30	1	261	174
Otros	1	6	5	0	0	0
Total	**28**	**1.368**	**769**	**45**	**4.500**	**3.185**

Franjas horarias

Franjas	Nacional		Iberoamericana		Total	
	Emisiones	Horas	Emisiones	Horas	Emisiones	Horas
Mañana	0	0	46	16	46	16
Tarde	379	182	3.565	2.520	3.944	2.702
Prime Time	966	569	617	435	1.583	1.004
Nocturno	23	18	272	214	295	232
Total	**1.368**	**769**	**4.500**	**3.185**	**5.868**	**3.954**

La distribución por franjas de los títulos de ficción nacional es la siguiente: el 71,4% se difundieron en *prime time*, el 25% en el horario de tarde y el 3,6% en horario nocturno (gráfico 3.2.9).

Gráfico 3.2.9
Distribución de los títulos de Ficción nacional de estreno por franjas horarias. Año 2014. Chile



Las producciones chilenas de estreno emitidas en TVN, Canal 13 y Mega fueron las más populares en 2014. El *ranking* de audiencia estuvo dominado por las series *Pituca sin Lucas* en Mega y *Los 80* en Canal 13, ambas con registros por encima del 20% de audiencia (cuadro 3.2.15).

Cuadro 3.2.15

Ranking de audiencia de la Ficción. Año 2014. Chile

Nº	Título	País	Cadena	Audiencia	Share
1	Pituca sin Lucas	Chile	Mega	26,3	43,6
2	Los 80, 7ª	Chile	Canal 13	21,1	29,4
3	Vuelve temprano	Chile	TVN	19,4	27,1
4	El niño rojo	Chile	Mega	18,3	27,5
5	El amor lo manejo yo	Argentina	TVN	18,3	28,4
6	Somos Los Carmona	Chile	TVN	17,8	31,5
7	Soltera otra vez, 2ª	Chile	Canal 13	17,7	25,5
8	Socias	Argentina	TVN	17,0	25,4
9	La canción de tu vida	México	TVN	13,8	22,0
10	El regreso	Chile	TVN	12,1	24,1

COLOMBIA

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

En 2014, el género audiovisual al que más tiempo dedicaron los canales colombianos de la muestra fue el del entretenimiento (30,9%), mientras que la Ficción aportó un 14,2% en dicho año y un 14,5% de promedio en el quinquenio 2010-2014 (cuadro 3.2.16).

Cuadro 3.2.16

Porcentaje de tiempo de emisión de cada género en canales colombianos

Géneros	2010	2011	2012	2013	2014	Promedio
Ficción	**18,5**	**13,2**	**13,2**	**13,2**	**14,2**	**14,5**
Informativo	11,7	*	10,8	10,8	10,4	10,9
Entretenimiento	18,4	*	33,7	33,7	30,9	29,2
Deportes	3,5	*	3,7	3,7	9,1	5,0
Servicio	47,9	*	38,6	38,6	11,1	34,1
Otros	*	*	*	*	24,3	6,1
Total	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	

El número de títulos nacionales de ficción frente a los iberoamericanos representó el 55,6%, en 2014. Los países que aportaron producciones televisivas en dicho periodo, aparte de Colombia, fueron México (5 títulos), Brasil (3) y Estados Unidos (3). Los porcentajes acumulados por la ficción colombiana en 2014 alcanzaron el 55,4% del total de emisiones y el 55,5% del tiempo total de programación (cuadro 3.2.17).

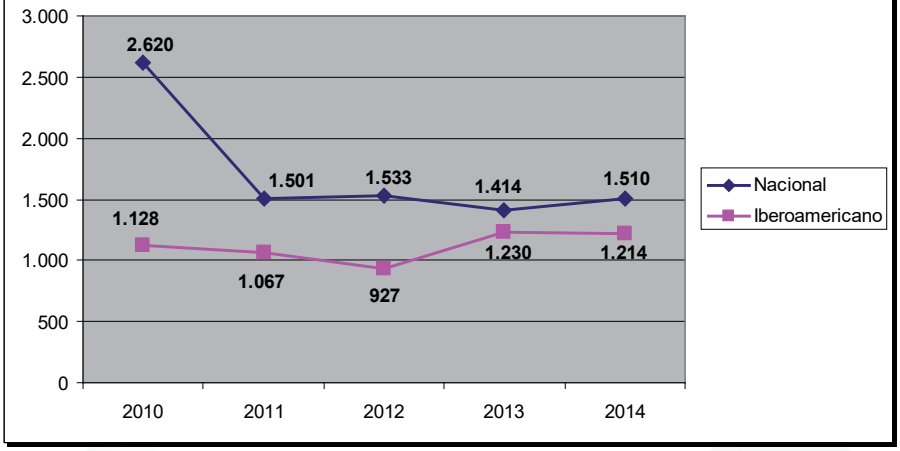
Cuadro 3.2.17

Ficción de estreno por países de origen. Año 2014. Colombia

País	Títulos	Emisiones	Horas
Argentina	0	0	0
Brasil	3	284	212
Chile	0	0	0
Colombia	**15**	**1.510**	**1.132**
Ecuador	1	58	44
España	0	0	0
EE.UU.	3	202	150
México	5	670	502
Perú	0	0	0
Portugal	0	0	0
Uruguay	0	0	0
Venezuela	0	0	0
Otros	0	0	0
Total	**27**	**2.724**	**2.040**

La evolución del número de emisiones de la muestra en el periodo 2010-2014, para la ficción nacional fue bastante homogénea, durante los últimos cuatro años, situándose en un rango comprendido entre 1.400 y 1.500 emisiones, después del brusco descenso experimentado entre 2010 y 2011 de más de 1.000 emisiones. La ficción iberoamericana también se movió en unos márgenes estrechos comprendidos entre 927 y 1.230 emisiones (gráfico 3.2.10).

Gráfico 3.2.10
Evolución del número de emisiones de la Ficción de estreno en Colombia. Periodo 2010-2014



Los porcentajes acumulados por la ficción colombiana en el periodo 2010-2014 representan el 60,7% del total de emisiones y el 58,7% del tiempo total de programación. El país iberoamericano que más ficción aportó a los canales colombianos analizados fue, con mucha diferencia, México (cuadro 3.2.18).

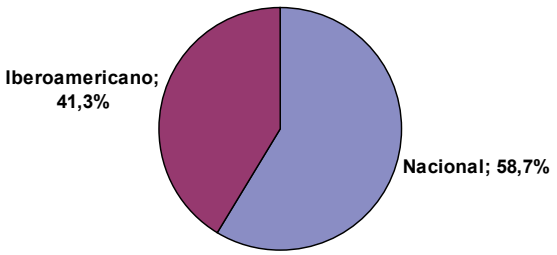
Cuadro 3.2.18

Ficción acumulada de estreno por países de origen. Periodo 2010-2014. Colombia

País	Títulos	%	Emisiones	%	Horas	%
Argentina	1	0,6	5	0,0	0	0,0
Brasil	3	1,7	284	2,0	216	2,0
Chile	4	2,2	448	3,2	300	2,7
Colombia	**114**	**63,0**	**8.588**	**60,7**	**6.430**	**58,7**
Ecuador	1	0,6	58	0,4	44	0,4
España	0	0,0	0	0,0	0	0,0
EE.UU.	14	7,7	799	5,6	619	5,6
México	37	20,4	3.250	23,0	2.787	25,4
Perú	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Portugal	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Uruguay	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Venezuela	4	2,2	153	1,1	100	0,9
Otros	3	1,7	569	4,0	463	4,2
Total	**181**		**14.154**		**10.959**	

La distribución acumulada del tiempo de ficción para el periodo 2010-2014, según el origen de las producciones, es del 58,7% para la ficción nacional y del 41,3% para la iberoamericana (gráfico 3.2.11).

Gráfico 3.2.11
Porcentaje acumulado por la Ficción de estreno. Periodo 2010-2014. Colombia



Las emisiones de telenovelas (52,5%) fueron el género más habitual en los canales colombianos durante 2014, seguidas de las series (46,4%). En cuanto a las franjas, el 58,9% de las emisiones totales de la ficción de estreno se difundió en la franja de *prime time* y el 30,2% en la de tarde (cuadro 3.2.19).

Cuadro 3.2.19
Distribución de la Ficción de estreno por su origen. Colombia. Año 2014

Géneros

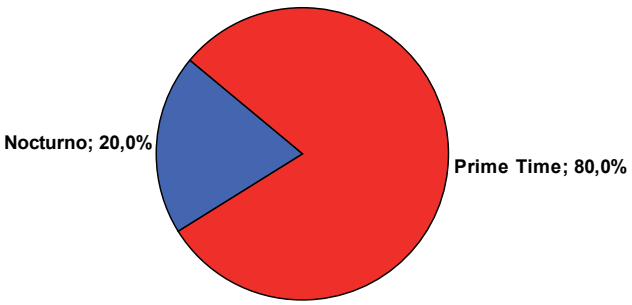
Géneros	Nacional			Iberoamericana		
	Títulos	Emisiones	Horas	Títulos	Emisiones	Horas
Telenovela	2	380	285	8	1.050	786
Serie	13	1.130	847	2	135	101
Miniserie	0	0	0	1	29	22
Comedia	0	0	0	0	0	0
Unitario	0	0	0	0	0	0
Otros	0	0	0	0	0	0
Total	**15**	**1.510**	**1.132**	**11**	**1.214**	**909**

Franjas horarias

Franjas	Nacional		Iberoamericana		Total	
	Emisiones	Horas	Emisiones	Horas	Emisiones	Horas
Mañana	0	0	0	0	0	0
Tarde	0	0	824	617	824	617
Prime Time	1.325	994	280	210	1.605	1.204
Nocturno	185	138	110	82	295	220
Total	**1.510**	**1.132**	**1.214**	**909**	**2.724**	**2.041**

La ficción nacional de estreno se distribuyó entre las franjas de *prime time* (80%) y nocturna (20%), tal como figura en el gráfico 3.2.12.

Gráfico 3.2.12
Distribución de los títulos de la Ficción nacional de estreno por franjas. Año 2014. Colombia



Las series colombianas emitidas en RCN (3 emisiones) y Caracol (7 emisiones) fueron las más populares en 2014 en los canales de televisión colombianos. El *ranking* de audiencia estuvo dominado por las series *La Ronca de oro* y *Niche*, con unos máximos del 13,7% y del 11,3%, respectivamente (cuadro 3.2.20).

Cuadro 3.2.20

Ranking de audiencia de la Ficción. Colombia. 2014

Nº	Título	País	Cadena	Audiencia	Share
1	La Ronca de oro	Colombia	Caracol	13,7	52,13
2	Niche	Colombia	Caracol	11,3	47,67
3	La selección II	Colombia	Caracol	10,5	43,48
4	Mentiras perfectas	EE.UU.	Caracol	10,3	43,38
5	El capo III	Colombia	RCN	9,8	42,87
6	Fugitivos	Colombia	Caracol	9,3	42,46
7	Comando élite	Colombia	RCN	9,1	41,84
8	La viuda negra	Colombia	Caracol	8,0	40,59
9	Alias el mexicano	Colombia	RCN	7,8	39,87
10	La suegra	Colombia	Caracol	7,4	39,23

ECUADOR

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

En 2014, el género audiovisual al que más tiempo dedicaron los canales ecuatorianos de la muestra fue el de ficción (30,2%), y registrando un 38,3% de promedio en el quinquenio 2010-2014 (cuadro 3.2.21).

Cuadro 3.2.21

Porcentaje de tiempo de emisión de cada género en canales ecuatorianos

Géneros	2010	2011	2012	2013	2014	Promedio
Ficción	**40,4**	**44,4**	**44,7**	**31,9**	**30,2**	**38,3**
Informativo	14,6	15,2	19,5	23,6	18,8	18,3
Entretenimiento	6,2	7,1	12,3	21,5	27,5	14,9
Deportes	5,8	6,7	6,0	6,1	6,7	6,3
Variedades	8,4	6,3	0,0	0,0	9,7	4,9
Otros	24,6	20,3	17,5	16,9	7,1	17,3
Total	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	

El número de títulos nacionales de ficción frente a los iberoamericanos representó el 16,1%, en 2014. Los países que más producciones televisivas aportaron en dicho apartado, aparte de Ecuador, fueron México (19 títulos), Colombia (11 títulos) y Brasil (7 títuos). Los porcentajes acumulados por la ficción ecuatoriana en 2014 alcanzaron el 16,1% del total de emisiones y el 9,9% del tiempo total de programación (cuadro 3.2.22).

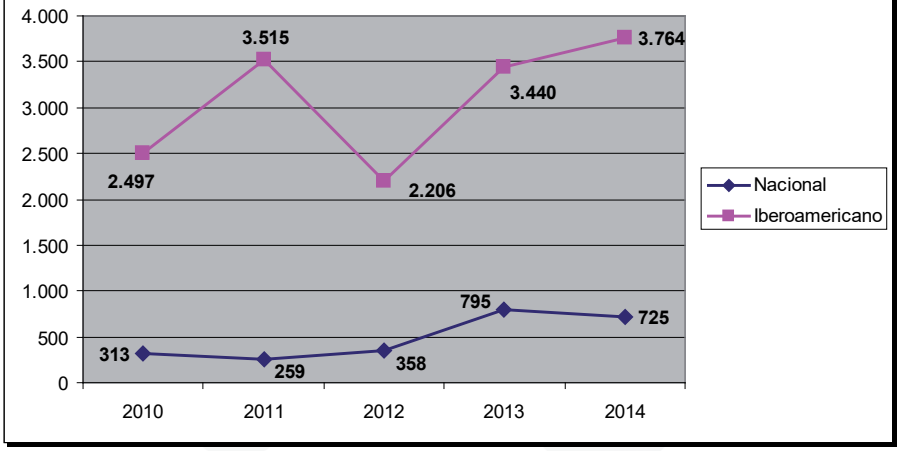
Cuadro 3.2.22

Ficción de estreno por países de origen. Año 2014. Ecuador

País	Títulos	Emisiones	Horas
Argentina	3	181	156
Brasil	7	535	558
Chile	0	0	0
Colombia	11	448	493
Ecuador	**10**	**725**	**416**
España	0	0	0
EE.UU.	5	253	286
México	19	1.816	1.816
Perú	2	55	59
Portugal	1	44	42
Uruguay	0	0	0
Venezuela	4	432	394
Otros	0	0	0
Total	**62**	**4.489**	**4.220**

La muestra de emisiones de la ficción nacional en el periodo 2010-2014 decrece ligeramente en el último año, pasando de las 795 emisiones de 2013 a las 725 de 2014. Sin embargo, la evolución de las emisiones iberoamericanas en la muestra es más irregular, con un mínimo de 2.206 y un máximo de 3.764, este último año (gráfico 3.2.13).

Gráfico 3.2.13
Evolución del número de emisiones de la Ficción de estreno en Ecuador. Periodo 2011-2014

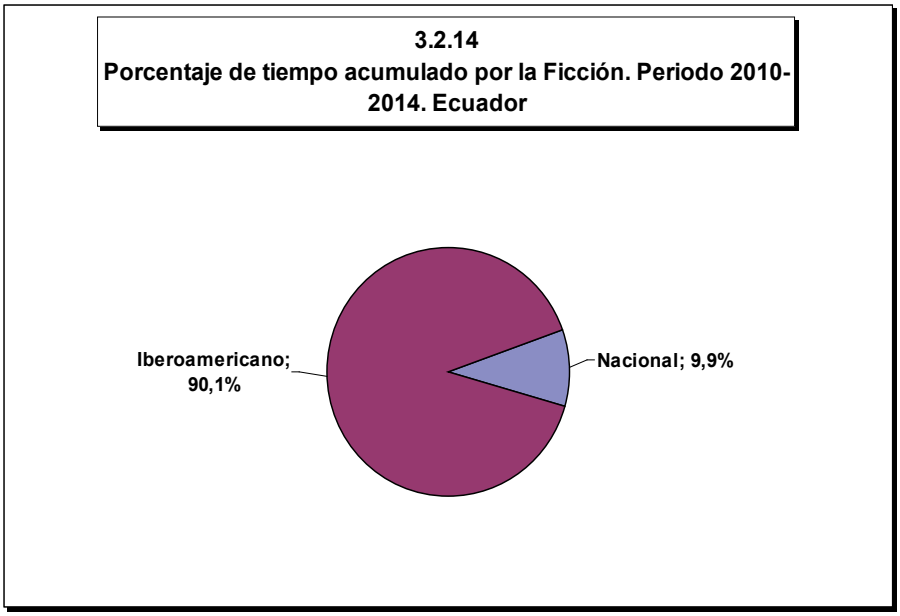


Los porcentajes acumulados por la ficción ecuatoriana en el periodo 2012-2014 alcanzaron el 13,7% del total de emisiones y el 9,9% del tiempo total de programación. Los países iberoamericanos que más ficción aportaron a los canales ecuatorianos analizados fueron México, Colombia y Venezuela (cuadro 3.2.23).

Cuadro 3.2.23
Ficción acumulada de estreno por países de origen. Periodo 2010-2014. Ecuador

País	Títulos	%	Emisiones	%	Horas	%
Argentina	4	1,4	279	1,6	244	1,5
Brasil	19	6,8	1.350	7,6	1.357	8,1
Chile	2	0,7	110	0,6	113	0,7
Colombia	72	25,9	3.836	21,5	3.608	21,4
Ecuador	**44**	**15,8**	**2.440**	**13,7**	**1.673**	**9,9**
España	1	0,4	20	0,1	19	0,1
EE.UU.	29	10,4	1.485	8,3	1.602	9,5
México	68	24,5	5.299	29,6	5.639	33,5
Perú	4	1,4	127	0,7	129	0,8
Portugal	2	0,7	268	1,5	188	1,1
Uruguay	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Venezuela	26	9,4	2.235	12,5	1.877	11,2
Otros	7	2,5	423	2,4	376	2,2
Total	**278**		**17.872**		**16.825**	

La distribución acumulada del tiempo de ficción en el periodo 2010-2014 fue del 9,9% para las series nacionales y el 90,1% para las iberoamericanas (gráfico 3.2.14).



La telenovela iberoamericana fue el género más habitual en los canales ecuatorianos durante 2014. El 80,8% del total de emisiones y el 89% del tiempo de difusión perteneció a dicho género. En cuanto a las franjas, el 56% de las emisiones totales de la ficción de estreno se difundió en la franja de *prime time* (cuadro 3.2.24).

Cuadro 3.2.24

Distribución de la Ficción de estreno por su origen. Ecuador. Año 2014

Géneros

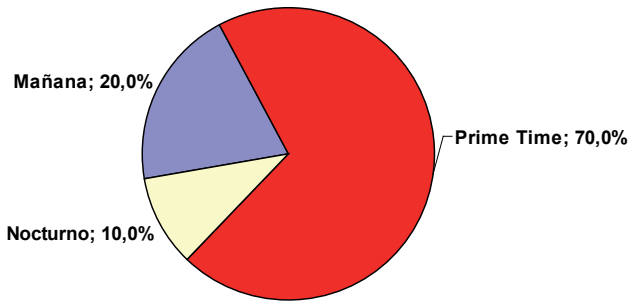
Géneros	Nacional			Iberoamericana		
	Títulos	Emisiones	Horas	Títulos	Emisiones	Horas
Telenovela	1	32	15	46	3.597	3.741
Serie	7	596	356	6	167	64
Miniserie	0	0	0	0	0	0
Comedia	0	0	0	0	0	0
Unitario	0	0	0	0	0	0
Otros	2	97	44	0	0	0
Total	**10**	**725**	**415**	**52**	**3.764**	**3.805**

Franjas horarias

Franjas	Nacional		Iberoamericana		Total	
	Emisiones	Horas	Emisiones	Horas	Emisiones	Horas
Mañana	61	29	543	557	604	586
Tarde	0	0	1.136	1.055	1.136	1.055
Prime Time	632	370	1.884	1.941	2.516	2.311
Nocturno	32	15	201	252	233	267
Total	**725**	**414**	**3.764**	**3.805**	**4.489**	**4.219**

La ficción nacional se estrenó, principalmente, en el horario de máxima audiencia (70%), seguido del horario de mañana (20%) y el nocturno (10%), según figura en el gráfico 3.2.15.

Gráfico 3.2.15
Distribución de los títulos de ficción nacional de estreno por franjas horarias. Año 2014. Ecuador



Las producciones de estreno emitidas fundamentalmente en Ecuavisa fueron las más populares en 2014 (cuadro 3.2.25). El *ranking* de audiencia estuvo dominado por las telenovelas brasileñas *Avenida Brasil* (14,9%) y *Rastros de mentiras* (13%) y por la ecuatoriana *Tres familias* (13,8%).

Cuadro 3.2.25

Ranking de audiencia de la Ficción. Ecuador. 2014

Nº	Título	País	Cadena	Audiencia	Share
1	Avenida Brasil	Brasil	Ecuavisa	14,9	22,4
2	Tres familias	Ecuador	Ecuavisa	13,8	22,4
3	Rastros de mentiras	Brasil	Ecuavisa	13,0	19,4
4	Santa diabla	EE.UU.	Ecuavisa	12,7	20,1
5	Insensato corazón	Brasil	Ecuavisa	12,1	17,3
6	En otra piel	EE.UU.	Ecuavisa	11,2	18,6
7	Cuento encantado	Brasil	Ecuavisa	11,1	17,5
8	El combo amarillo	Ecuador	Ecuavisa	9,9	17,1
9	Estas secretarias	Ecuador	TC Televisión	9,8	15,0
10	Dama y obrero	EE.UU.	Ecuavisa	9,7	20,7

ESPAÑA

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

En 2014, el género audiovisual al que más tiempo dedicaron los canales españoles incluidos en el estudio fue el de ficción (33,1%), seguido de los informativos (18,2%) y el entretenimiento (16,1%) (Cuadro 3.2.26).

Cuadro 3.2.26

Porcentaje de tiempo de emisión de cada género en canales españoles

Generos	2010	2011	2012	2013	2014	Promedio
Cultural	14,8	16,6	18,7	13,2	14,7	15,6
Informativos	21,1	22,0	23,4	21,2	18,2	21,2
Entretenimiento	14,2	12,4	12,4	25,3	16,1	16,1
Infoshow	1,9	1,6	1,4	0,0	0,0	1,0
Consurso	3,7	3,8	3,7	8,8	2,5	4,5
Deporte	5,5	4,0	3,8	2,2	7,5	4,6
Musical	4,3	6,1	8,4	9,1	6,9	7,0
Ficción	**29,0**	**27,0**	**22,8**	**19,5**	**33,1**	**26,3**
Otros	5,5	6,5	5,4	0,7	1,0	3,8
Total	**100**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	

El número de títulos nacionales de ficción frente a los iberoamericanos representó el 93,7% en 2014. La presencia de producciones televisivas de otros países fue escasa, sólo cuatro títulos correspondientes a EE.UU., México, Brasil y Venezuela. Los porcentajes acumulados por la ficción española en 2014 alcanzaron más del 78% del total de emisiones y del tiempo total de programación (cuadro 3.2.27).

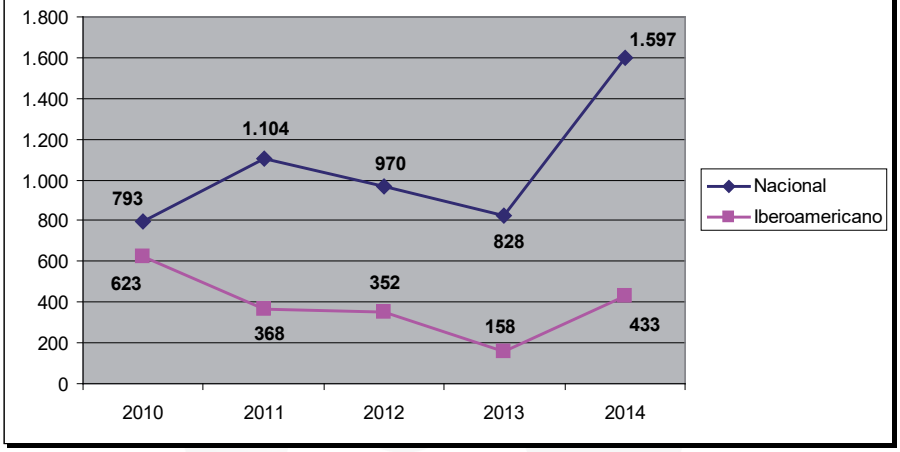
Cuadro 3.2.27

Ficción de estreno por países de origen. Año 2014. España

País	Títulos	Emisiones	Horas
Argentina	0	0	0
Brasil	1	83	83
Chile	0	0	0
Colombia	0	0	0
Ecuador	0	0	0
España	**60**	**1.597**	**1.286**
EE.UU.	1	119	89
México	1	111	83
Perú	0	0	0
Portugal	0	0	0
Uruguay	0	0	0
Venezuela	1	120	90
Otros	0	0	0
Total	**64**	**2.030**	**1.631**

La muestra de emisiones de canales españoles en el periodo 2010-2014 crece en el último año, tanto para la ficción nacional (desde 828 emisiones a 1.597), como para la iberoamericana (desde 158 emisiones a 433) (gráfico 3.2.16).

Gráfico 3.2.16
Evolución del número de emisiones de la Ficción de estreno en España. Periodo 2010-2014



Los porcentajes acumulados por la ficción española de estreno en el periodo 2010-2014 alcanzaron el 73,2% del total de emisiones y el 75,8% del tiempo total de programación. Los países iberoamericanos que más ficción aportaron a los canales españoles analizados fueron Estados Unidos (habla hispana) y México (cuadro 3.2.28).

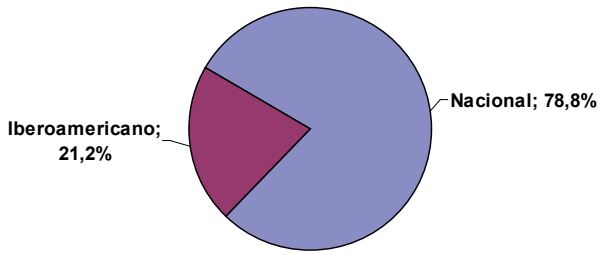
Cuadro 3.2.28

Ficción acumulada de estreno por países de origen. Periodo 2010-2014. España

País	Títulos	%	Emisiones	%	Horas	%
Argentina	2	0,8	212	2,9	82	1,3
Brasil	1	0,4	83	1,1	83	1,3
Chile	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Colombia	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Ecuador	0	0,0	0	0,0	0	0,0
España	**215**	**90,0**	**5.292**	**73,2**	**4.706**	**75,8**
EE.UU.	11	4,6	744	10,3	560	9,0
México	7	2,9	671	9,3	586	9,4
Perú	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Portugal	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Uruguay	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Venezuela	3	1,3	104	1,4	102	1,6
Otros	0	0,0	120	1,7	90	1,4
Total	**239**		**7.226**		**6.209**	

La distribución acumulada del tiempo de ficción en el periodo 2010-2014 es del 78,8% para las series nacionales y del 21,2% para las iberoamericanas (gráfico 3.2.17).

Gráfico 3.2.17
Porcentaje de tiempo acumulado por la Ficción de estreno. Periodo 2010-2014. España



Las telenovelas y series fueron los géneros más habituales en los canales españoles durante 2014. De forma conjunta, el 92,5% del total de emisiones y el 94,8% del tiempo de difusión perteneció a dichos géneros (cuadro 3.2.29)

En cuanto a las franjas, el 64% de las emisiones totales de la ficción de estreno se difundió en la franja de tarde y el 27,2% en la franja de máxima audiencia. La ficción nacional también se distribuyó de forma similar (61,8% en el horario de tarde y 34,6% en el de *prime time).*

Cuadro 3.2.30

Distribución de la Ficción de estreno por su origen. España. Año 2013

Géneros

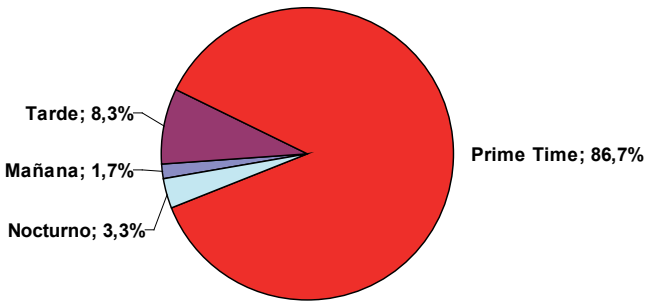
Géneros	Nacional			Iberoamericana		
	Títulos	Emisiones	Horas	Títulos	Emisiones	Horas
Telenovela	6	1.053	796	4	433	345
Serie	32	392	406	0	0	0
Miniserie	10	25	31	0	0	0
Comedia	6	6	9	0	0	0
Unitario	1	5	6	0	0	0
Otros	5	116	37	0	0	0
Total	**60**	**1.597**	**1.285**	**4**	**433**	**345**

Franjas horarias

Franjas	Nacional		Iberoamericana		Total	
	Emisiones	Horas	Emisiones	Horas	Emisiones	Horas
Mañana	35	3	120	90	155	93
Tarde	987	741	313	255	1.300	996
Prime Time	552	527	0	0	552	527
Nocturno	23	15	0	0	23	15
Total	**1.597**	**1.286**	**433**	**345**	**2.030**	**1.631**

En cuanto a los títulos autóctonos, de los 60 estrenados, el 86,7% se ubicaron en el horario de máxima audiencia (gráfico 3.2.18).

Gráfico 3.2.18
Distribución de los títulos de Ficción Nacional por franjas horarias. Periodo 2010-2014. España



Las producciones de estreno emitidas en La 1 de TVE, Antena 3 y Telecinco fueron las más populares en 2014 (cuadro 3.2.30). El *ranking* de audiencia estuvo dominado por la serie *El tiempo entre costuras* en Antena 3, con un máximo del 11,9%, seguida de *El Príncipe* en Telecinco, con un 11,7%.

Cuadro 3.2.30

Ranking de audiencia de la Ficción. Año 2014. España (ámbito nacional)

Nº	Título	País	Cadena	Audiencia	Share
1	El tiempo entre costuras	España	Antena 3	11,9	26,5
2	El Príncipe	España	Telecinco	11,7	26,9
3	Velvet	España	Antena 3	9,4	21,4
4	La que se avecina	España	Telecinco	9,0	22,5
5	Águila Roja	España	La 1	8,8	21,0
6	Cuéntame cómo pasó	España	La 1	8,5	18,6
7	Chiringuito de Pepe	España	Telecinco	8,2	21,4
8	Sin identidad	España	Antena 3	8,1	20,1
9	Isabel	España	La 1	7,1	16,4
10	Vicente Ferrer	España	La 1	6,5	15,4

AL DETALLE. SERIES IBEROAMERICANAS EN CANALES ESPAÑOLES

Esta última parte del capítulo analiza específicamente la evolución de la programación de series iberoamericanas en una muestra de canales españoles. Dicha muestra está compuesta por un canal público autonómico (TVAC) y dos canales temáticos de ámbito estatal (Divinity y Nova).

El total de la muestra de emisiones iberoamericanas de series de ficción en TVAC en el periodo 2011-2015 suma 4.545 y supone un tiempo de programación de 278.736 minutos, correspondientes a 34 títulos (Cuadro 1).

Cuadro 1

Emisiones de series iberoamericanas. TVAC

Año	Títulos	Emisiones	Minutos
2011	11	1.520	71.760
2012	8	1.025	91.076
2013	7	882	55.905
2014	7	885	46.015
2015	1	233	13.980
Total	**34**	**4.545**	**278.736**

El número de títulos programados en el quinquenio 2011-2015 sumó 20. De ellos, diez fueron venezolanos (cuatro en coproducción con EE.UU), siete mexicanos, dos colombianos y uno chileno. Por año de emisión, en 2011 se difundieron un total de once y en 2012 ocho (Cuadro 2).

Cuadro 2

Series iberoamericanas de ficción. Periodo 2011-2015. TVAC

Nº	Título serie	Origen	Año emisión
1	Alma indomable	EE.UU., Venezuela	2011, 2014
2	Cuidado con el ángel	México	2011
3	De todas maneras Rosa	Venezuela	2013, 2014
4	El talismán	EE.UU., Venezuela	2014
5	La fuerza del destino	México	2011, 2012
6	La mujer en el espejo	Colombia	2011
7	La quiero a morir	Colombia	2011
8	La tempestad	México	2014
9	La viuda joven	Venezuela	2013
10	Machos	Chile	2012
11	Mañana es para siempre	México	2011, 2012, 2013
12	Natalia del mar	Venezuela	2012, 2013
13	Olvidarte jamás	Venezuela	2013, 2014
14	Pasión morena	México	2011, 2012
15	Pecadora	EE.UU., Venezuela	2011, 2012
16	Rebeca	EE.UU., Venezuela	2011
17	Sacrificio de mujer	Venezuela	2011, 2012
18	Un gancho al corazón	México	2011, 2012
19	Una familia con suerte	México	2013, 2014, 2015
20	Válgame dios	Venezuela	2013, 2014

El número total de emisiones iberoamericanas de series de ficción en el canal temático Nova (Atresmedia) es de 12.286 (Cuadro 3). Este volumen de programación suma 935.000 minutos y 121 títulos de series en el quinquenio 2011-2015. El año con más tiempo de emisión fue 2011 con 260.524 minutos y 2015 el año con más títulos en la parrilla (29).

Cuadro 3

Emisiones de series iberoamericanas. Nova

Año	Títulos	Emisiones	Minutos
2011	20	2.596	260.524
2012	25	2.255	136.957
2013	24	2.320	179.595
2014	23	2.525	173.699
2015	29	2.590	184.225
Total	**121**	**12.286**	**935.000**

El número total de títulos de series en el quinquenio 2011-2015 sumó 66. De los que 40 fueron mexicanos, 17 colombianos, diez estadounidenses y cinco venezolanos (Cuadro 4). Las series colombianas *Bella Calamidades* y *Pasión de gavilanes* y la mexicana *Cuidado con el ángel* fueron las más difundidas en dicho periodo (hasta en cuatro años).

Cuadro 4

Series iberoamericanas de ficción. Periodo 2011-2014. Nova

Nº	Título serie	Origen	Año emisión
1	A corazón abierto	Colombia	2011, 2012, 2013
2	Abismo de pasión	México	2015
3	Acorralada	Venezuela	2013, 2014
4	Alborada	México	2011, 2012
5	Amarte así, frijolito	EE.UU., Argentina	2011, 2014
6	Amor bravío	México	2014, 2015
7	Amor en custodia	Colombia	2011, 2012, 2013
8	Ángel rebelde	Venezuela	2013, 2014
9	Bella calamidades	Colombia	2012, 2013, 2014, 2015
10	Champs 12	Argentina	2012
11	Corazón indomable	México	2013, 2014, 2015
12	Corona de lagrimas	México	2013, 2014
13	Cuando me enamoro	México	2011, 2014, 2015
14	Cuidado con el ángel	México	2012, 2013, 2014, 2015
15	Destilando amor	México	2011
16	Doña Bárbara	EE.UU., Colombia	2012, 2014
17	El color de la pasión	México	2015
18	El cuerpo del deseo	Colombia, México	2013, 2015
19	El juramento	EE.UU., México	2011
20	El señor de los cielos	México	2015
21	El talismán	EE.UU., Venezuela	2012, 2013
22	Emperatriz	México	2015
23	En nombre del amor	Méjico	2012
24	Esperanza mía	Argentina	2015
25	Flor salvaje	EE.UU., Colombia	2011, 2012, 2013
26	Fuego en la sangre	México	2012, 2013

27	Gata salvaje	Venezuela	2013
28	La dama de Troya	Colombia	2011
29	La fuerza del destino	México	2014
30	La gata	México	2014, 2015
31	La impostora	México	2015
32	La marca del deseo	Colombia	2011
33	La patrona	México	2013, 2014, 2015
34	La prisionera	EE.UU., Colombia, México	2011
35	La que no podía amar	México	2012, 2013
36	La sombra del pasado	México	2015
37	La tormenta	Colombia	2011, 2012
38	La traicionera	Colombia	2014
39	La viuda de blanco	México	2012, 2015
40	Lo que la vida me robó	México	2014, 2015
41	Los herederos del Monte	EE.UU., Colombia	2011, 2012
42	Los miserables	México	2015
43	Mañana es para siempre	México	2013, 2014, 2015
44	Mar de amor	México	2013, 2015
45	Mariana de la noche	México	2013
46	Marido en alquiler	EE.UU.	2015
47	Marina	México	2014
48	Mi corazón es tuyo	México	2015
49	Muchacha italiana viene a casarse	México	2015
50	Mujer de madera	México	2011, 2012
51	Pasión de gavilanes	Colombia	2011, 2012, 2014, 2015
52	Pasión prohibida	EE.UU.	2015
53	Pura sangre	Colombia	2011, 2012
54	Rafaela	México	2013
55	Rubí	México	2013, 2014, 2015
56	Se solicita príncipe azul	Venezuela	2011, 2012
57	Sortilegio	México	2012, 2014, 2015
58	Soy tu dueña	México	2012, 2013, 2014
59	Te voy a enseñar a querer	Colombia	2011
60	Teresa	México	2011, 2012
61	Tierra de pasiones	Colombia, México	2011, 2012
62	Tierra de Reyes	EE.UU.	2015
63	Triunfo del amor	México	2012, 2013
64	Un refugio para el amor	México	2012, 2013, 2014
65	Victoria	Colombia	2013, 2014
66	Yo no creo en los hombres	México	2015

El número total de emisiones iberoamericanas de series de ficción en el canal temático de ámbito estatal, Divinity (Mediaset), suma 926 durante el cuatrienio 2012-2015. Este volumen de difusiones supone un tiempo de 40.281 minutos y abarca diez títulos. El año con más programación fue 2012, con casi 26.000 minutos y cuatro títulos (Cuadro 5)

Cuadro 5

Emisiones de series iberoamericanas. Divinity

Año	Títulos	Emisiones	Minutos
2012	4	581	25.935
2013	1	15	750
2014	1	92	4.140
2015	4	238	9.456
Total	**10**	**926**	**40.281**

El número total de series en el cuatrienio 2012-2015 sumó ocho. De ellas, cinco fueron mexicanas, una brasileña, otra chilena y otra colombiana (Cuadro 6).

Cuadro 6

Series iberoamericanas de ficción. Periodo 2012-2015. Divinity

Nº	Título serie	Origen	Año emisión
1	Avenida Brasil	Brasil	2014
2	Destilando amor	México	2015
3	Hijos del monte	Chile	2012
4	La tempestad	México	2015
5	Marina	México	2012
6	Pobre diabla	México	2012
7	Un gancho al corazón	México	2013, 2015
8	Victoria	Colombia	2012

MEXICO

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

En 2014, el tiempo dedicado por las cadenas mexicanas a los programas de ficción supuso el 16% del total, siendo el género del entretenimiento el más popular con un 44% (cuadro 3.2.31).

Cuadro 3.2.31

Porcentaje de tiempo de emisión de cada género en canales mexicanos. Año 2014

Generos	%
Informativos	21,0
Entretenimiento	44,0
Deporte	3,0
Educativo	4,0
Ficción	**16,0**
Otros	12,0
Total	**100,0**

El número de títulos nacionales de ficción frente a los iberoamericanos representó el 36,8% en 2014. Los países que más producciones televisivas aportaron, aparte de México, en dicho periodo, fueron Estados Unidos (8 títulos), Colombia (5 títulos), Brasil (3) y Venezuela (3), entre otros. Los porcentajes acumulados por la ficción mexicana en 2014 alcanzaron el 42,3% del total de emisiones y el 42,8% del tiempo total de programación (cuadro 3.2.32).

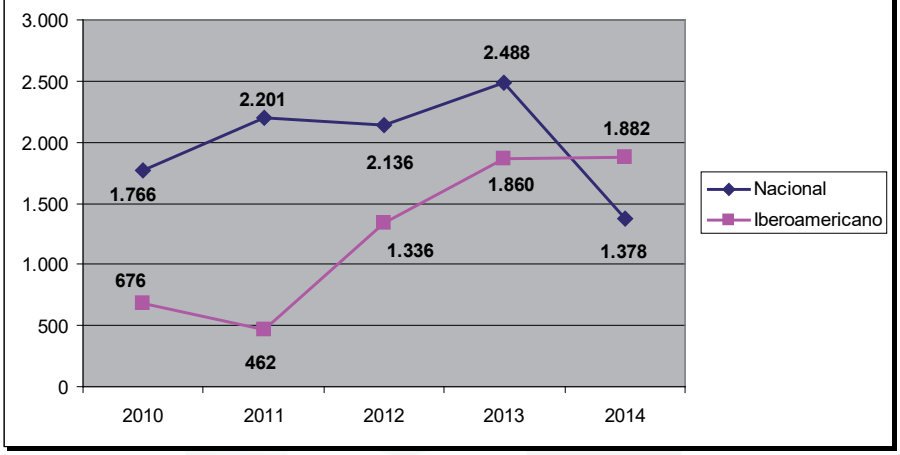
Cuadro 3.2.32

Ficción de estreno por países de origen. Año 2014. México

País	Títulos	Emisiones	Horas
Argentina	0	0	0
Brasil	3	294	318
Chile	0	0	0
Colombia	5	391	395
Ecuador	0	0	0
España	1	91	91
EE.UU.	8	729	684
México	**14**	**1.378**	**1.399**
Perú	0	0	0
Portugal	0	0	0
Uruguay	0	0	0
Venezuela	3	319	316
Otros	4	58	66
Total	**38**	**3.260**	**3.269**

La evolución del número de emisiones en la muestra de México en el periodo 2010-2014 figura en el gráfico 3.2.19. Las series nacionales sufrieron un descenso significativo desde 2.488 capítulos en 2013 a 1.378 en 2014 y las iberoamericanas sobrepasaron el techo de los 1.800 capítulos en 2013 y 2014.

Gráfico 3.2.19
Evolución del número de emisiones de la Ficción de estreno en México. Periodo 2011-2015



Los porcentajes acumulados por la ficción mexicana en el periodo 2010-2014 alcanzaron el 67,6% del total de emisiones y el 68,1% del tiempo total de programación. Los países iberoamericanos que más ficción aportaron a los canales mexicanos analizados fueron Estados Unidos (habla hispana), Colombia y Venezuela (cuadro 3.2.33).

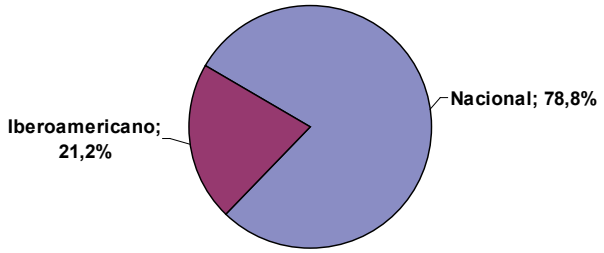
Cuadro 3.2.33

Ficción acumulada de estreno por países de origen. México. Periodo 2010-2014

País	Títulos	%	Emisiones	%	Horas	%
Argentina	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Brasil	5	2,6	444	3,0	380	2,9
Chile	3	1,6	169	1,1	206	1,5
Colombia	15	7,9	1.212	8,2	1.271	9,5
Ecuador	0	0,0	0	0,0	0	0,0
España	5	2,6	400	2,7	399	3,0
EE.UU.	29	15,3	2.696	18,3	2.316	17,4
México	**120**	**63,5**	**9.969**	**67,6**	**9.079**	**68,1**
Perú	1	0,5	90	0,6	88	0,7
Portugal	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Uruguay	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Venezuela	11	5,8	1.147	7,8	990	7,4
Otros	4	2,1	58	0,4	66	0,5
Total	**193**		**16.185**		**14.795**	

El porcentaje de tiempo acumulado en el periodo 2010-2014 es del 78,8% para las series autóctonas y el 21,2% para las iberoamericanas (gráfico 3.2.20).

Gráfico 3.2.20
Porcentaje de tiempo acumulado por la Ficción de estreno. Periodo 2010-2014. España



La telenovela fue el género más habitual en los canales mexicanos durante 2014. El 79,7% del total de emisiones y el 81% del tiempo de difusión perteneció a dicho género (cuadro 3.2.34)

En cuanto a las franjas, el 35% de las emisiones totales de la ficción de estreno se difundió en la franja de *prime time* y el 33,6% en la franja de tarde.

Cuadro 3.2.34

Distribución de la Ficción de estreno por su origen. México. Año 2014

Géneros

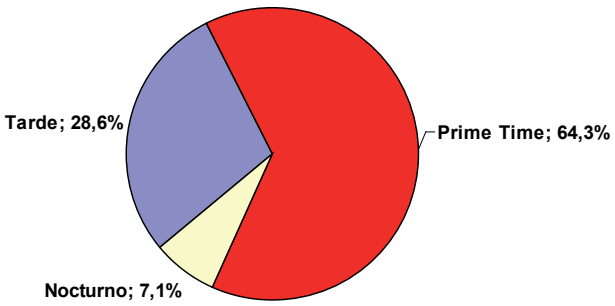
Géneros	Nacional			Iberoamericana		
	Títulos	Emisiones	Horas	Títulos	Emisiones	Horas
Telenovela	12	1.257	1.280	14	1.341	1.369
Serie	2	121	119	10	541	501
Miniserie	0	0	0	0	0	0
Comedia	0	0	0	0	0	0
Unitario	0	0	0	0	0	0
Otros	0	0	0	0	0	0
Total	**14**	**1.378**	**1.399**	**24**	**1.882**	**1.870**

Franjas horarias

Franjas	Nacional		Iberoamericana		Total	
	Emisiones	Horas	Emisiones	Horas	Emisiones	Horas
Mañana	159	168	150	148	309	316
Tarde	335	338	759	779	1.094	1.117
Prime Time	884	893	258	256	1.142	1.149
Nocturno	0	0	715	687	715	687
Total	**1.378**	**1.399**	**1.882**	**1.870**	**3.260**	**3.269**

La distribución de los títulos por franjas refleja que se estrenaron el 64,3% en horario de máxima audiencia, el 28,6% en el de tarde y el 7,1% en el horario nocturno (gráfico 3.2.21).

Gráfico 3.2.21
Distribución de los títulos de Ficción nacional por franjas horarias. Año 2014. México



Las producciones de estreno emitidas en Canal 2 (Televisa) fueron las más populares en 2014. El *ranking* de audiencia estuvo dominado por las telenovelas *Mi corazón es tuyo* (México) y *Hasta el fin del mundo te amaré* (Argentina), con máximos del 23,1%, y del 22,8%, respectivamente (cuadro 3.2.35).

Cuadro 3.2.35

Ranking de audiencia de la Ficción. Año 2014. México

Nº	Título	País	Cadena	Audiencia	Share
1	Mi corazón es tuyo	México	Canal 2	23,1	-
2	Hasta el fin del mundo te amaré	Argentina	Canal 2	22,8	-
3	La sombra del pasado	México	Canal 2	18,7	-
4	La Gata	Venezuela	Canal 2	18,6	-
5	La Malquerida	México	Canal 2	17,6	-
6	El color de la pasión	México	Canal 2	16,9	-
7	Yo no creo en los hombres	México	Canal 2	16,3	-
8	Muchacha italiana viene a casarse	Argentina	Canal 2	15,2	-
9	Avenida Brasil	Brasil	Canal 13	14,4	-
10	Siempre tuya Acapulco	México	Canal 13	13,3	-

PERÚ

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

El tiempo dedicado por las cadenas peruanas a los programas de ficción supuso el 37,2% del total, seguido de los programas informativos con el 33,1%. En el promedio del trienio 2012-2014 la ficción supone el 38,8% (cuadro 3.2.36).

Cuadro 3.2.36

Porcentaje de tiempo de emisión de cada género en canales peruanos

Géneros	2012	2013	2014	Promedio
Informativos	24,5	27,0	33,1	28,2
Entretenimiento	29,9	21,9	21,2	24,3
Deporte	4,7	4,1	3,9	4,2
Ficción	**37,2**	**42,0**	**37,2**	**38,8**
Otros	3,7	5,0	4,6	4,4
Total	**100,0**	**100,0**	**100,0**	

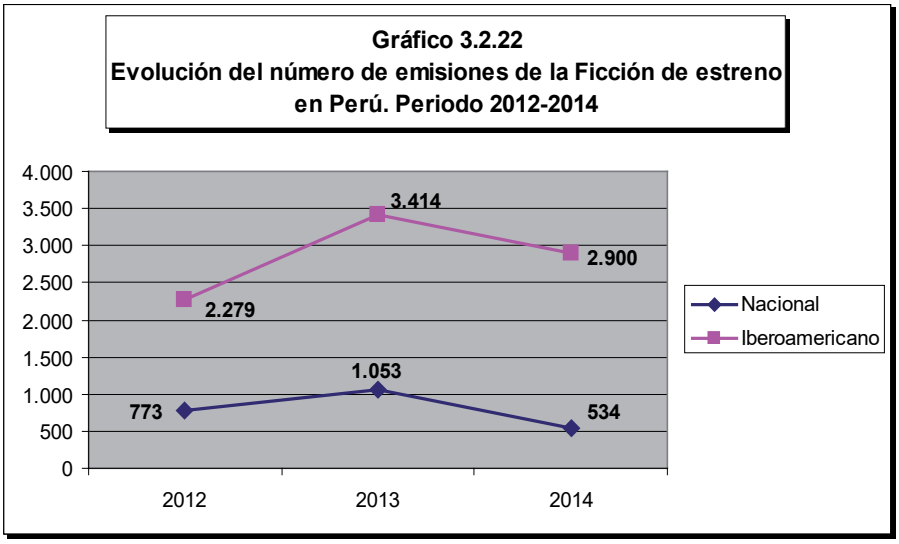
El número de títulos nacionales frente a los iberoamericanos representó el 23% en 2014. Además, los países iberoamericanos que aportaron más producciones fueron México (16 títulos), Brasil (12) y USA y Colombia (8). Los porcentajes acumulados por la ficción peruana en 2014 alcanzaron el 13,3% del total de emisiones y el 13,7% del tiempo total de programación (cuadro 3.2.37).

Cuadro 3.2.37

Ficción de estreno por países de origen. Año 2014. Perú

País	Títulos	Emisiones	Horas
Argentina	1	25	18
Brasil	12	644	490
Chile	0	0	0
Colombia	8	384	317
Ecuador	0	0	0
España	1	27	20
EE.UU.	8	553	452
México	16	1.839	1.285
Perú	**14**	**534**	**412**
Portugal	0	0	0
Uruguay	1	18	13
Venezuela	0	0	0
Otros	0	0	0
Total	**61**	**4.024**	**3.007**

La evolución del número de emisiones de Ficción en el trienio 2012-2014 muestra un pico máximo en 2013 con 3.414 emisiones iberoamericanas y 1.053 nacionales y un posterior descenso en 2014 en ambos casos (gráfico 3.2.22).



Los porcentajes acumulados por la ficción peruana en el periodo 2012-2014 alcanzaron el 20,2% del total de emisiones y el 20,3% del tiempo total de programación. Los países iberoamericanos que más ficción aportaron a los canales peruanos analizados fueron México, Estados Unidos (habla hispana) y Brasil (cuadro 3.2.38).

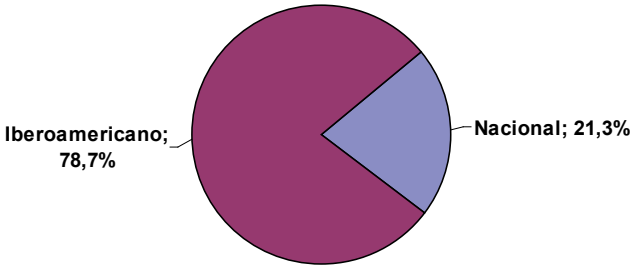
Cuadro 3.2.38

Ficción acumulada de estreno por países de origen. Perú. Periodo 2012-2014

País	Títulos	%	Emisiones	%	Horas	%
Argentina	3	1,9	99	0,9	92	0,9
Brasil	19	12,3	1.330	11,6	1.122	11,3
Chile	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Colombia	21	13,5	884	7,7	863	8,7
Ecuador	0	0,0	0	0,0	0	0,0
España	2	1,3	44	0,4	34	0,3
EE.UU.	22	14,2	1.523	13,2	1.404	14,2
México	39	25,2	3.825	33,3	3.035	30,7
Perú	**42**	**27,1**	**2.320**	**20,2**	**2.007**	**20,3**
Portugal	1	0,6	22	0,2	18	0,2
Uruguay	1	0,6	18	0,2	13	0,1
Venezuela	2	1,3	206	1,8	172	1,7
Otros	3	1,9	1.232	10,7	1.139	11,5
Total	**155**		**11.503**		**9.899**	

La distribución acumulada por la ficción en el bienio 2012-2014 fue del 78,7% para las series iberoamericanas y del 21,3% para las nacionales (gráfico 3.2.23).

Gráfico 3.2.23
Porcentaje de tiempo acumulado por la Ficción de estreno. Periodo 2012-2014. Perú



La telenovela fue el género más habitual en los canales peruanos durante 2014. El 73% del total de emisiones y el 71,9% del tiempo de difusión perteneció a dicho género (cuadro 3.2.39). El número de títulos de telenovelas de estreno fue también el más elevado (33 títulos), seguido de las series (14 títulos) y miniseries (12 títulos).

En cuanto a las franjas, el 46% de las emisiones totales de la ficción de estreno se difundió en la franja de *prime time* y el 32,5% en la franja de tarde.

Cuadro 3.2.40

Distribución de la Ficción de estreno por su origen. Perú. Año 2014

Géneros

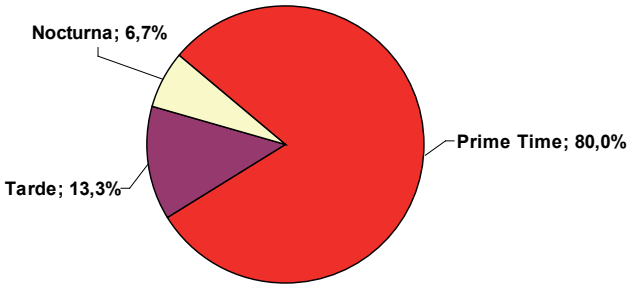
Géneros	Nacional			Iberoamericana		
	Títulos	Emisiones	Horas	Títulos	Emisiones	Horas
Telenovela	0	0	0	33	2.506	1.820
Serie	7	154	126	7	270	206
Miniserie	7	170	127	5	106	80
Comedia	0	0	0	0	0	0
Unitario	0	0	0	0	0	0
Otros	1	210	159	1	18	13
Total	**15**	**534**	**412**	**46**	**2.900**	**2.119**

Franjas horarias

Franjas	Nacional		Iberoamericana		Total	
	Emisiones	Horas	Emisiones	Horas	Emisiones	Horas
Mañana	30	22	385	202	415	224
Tarde	73	57	1.042	817	1.115	874
Prime Time	406	314	1.173	878	1.579	1.192
Nocturno	25	19	300	222	325	241
Total	**534**	**412**	**2.900**	**2.119**	**3.434**	**2.531**

La distribución de los títulos de la ficción nacional indica que casi en su totalidad se estrenaron en la franja de máxima audiencia (80%) (Gráfico 3.2.24).

Gráfico 3.2.24
Distribución de los títulos de la Ficción nacional de estreno por franjas horarias. Año 2014. Perú



Las producciones de estreno peruanas emitidas en América TV y ATV fueron las más populares en 2014. El *ranking* de audiencia estuvo dominado por la telenovela peruana *Al fondo hay sitio*, con un máximo del 29,1% de audiencia, seguido de la mexicana *Corazón indomable*, con un 24,8% (cuadro 3.2.40).

Cuadro 3.2.40

Ranking de audiencia de la Ficción. Año 2014. Perú

Nº	Título	País	Cadena	Audiencia	Share
1	Al fondo hay sitio	Perú	América TV	29,1	42,2
2	Corazón indomable	México	América TV	24,8	35,0
3	La gata	México	América TV	24,6	36,0
4	Mi amor el Wachimán 3T	Perú	América TV	23,1	32,6
5	Locura de amor	Perú	América TV	20,2	33,5
6	Cholo Powers	Perú	América TV	15,3	23,1
7	Solamente milagros 3T	Perú	América TV	14,9	25,3
8	Hotel Otelo	Perú	América TV	13,1	19,2
9	Avenida Brasil	Brasil	ATV	12,8	18,2
10	La Patrona	México, USA	ATV	11,9	17,5

PORTUGAL

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

En 2014, el género que ocupó más tiempo de programación fue el de los informativos (25,1%), seguido de la ficción (23,8%) y los programas de entretenimiento (22,5%). En el promedio de los años 2012-2014, la ficción supuso el 22,7% del tiempo dedicado por los canales portugueses a los diferentes géneros (cuadro 3.2.41).

Cuadro 3.2.41

Tiempo dedicado por las cadenas portuguesas a cada género. Año 2014

Género	2012	2013	2014	Promedio
Ficción	**22,0**	**22,2**	**23,8**	**22,7**
Información	17,0	22,9	25,1	21,7
Entretenimiento	18,0	19,0	22,5	19,8
Deportes	5,0	3,3	3,1	3,8
Culturales	9,0	7,5	8,4	8,3
Publicidad	16,0	5,3	6,6	9,3
Otros	13,0	19,8	10,6	14,5
Total	**100,0**	**100,0**	**100,0**	

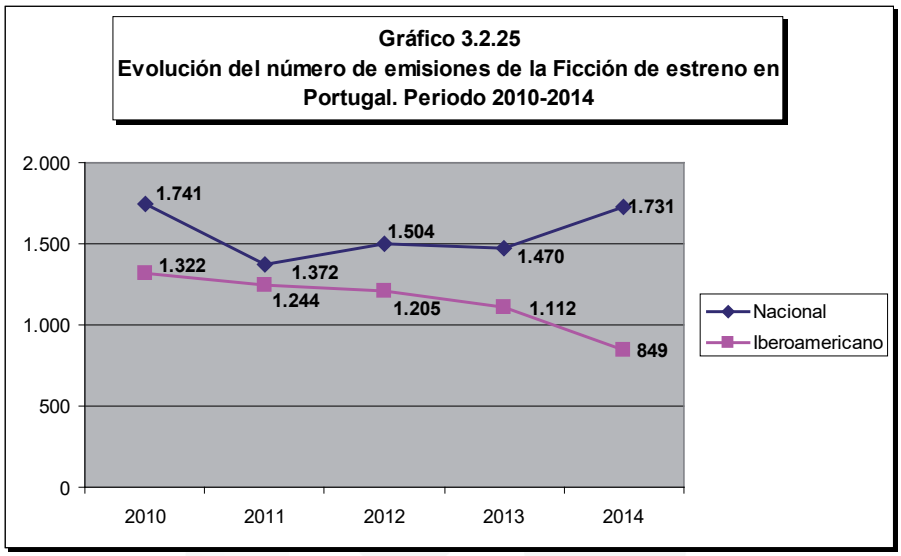
El número de títulos nacionales de ficción frente a los iberoamericanos representó el 65,4% en el año 2014. Los dos únicos países que aportaron producciones televisivas, además de Portugal, fueron Brasil (8 títulos), y España (1 título). Los porcentajes acumulados por la ficción portuguesa en 2014 alcanzaron el 67,1% del total de emisiones y el 66,7% del tiempo total de programación (cuadro 3.2.42).

Cuadro 3.2.42

Ficción de estreno por países de origen. Año 2014. Portugal

País	Títulos	Emisiones	Horas
Argentina	0	0	0
Brasil	8	839	627
Chile	0	0	0
Colombia	0	0	0
Ecuador	0	0	0
España	1	10	9
EE.UU.	0	0	0
México	0	0	0
Perú	0	0	0
Portugal	**17**	**1.731**	**1.274**
Uruguay	0	0	0
Venezuela	0	0	0
Otros	0	0	0
Total	**26**	**2.580**	**1.910**

La evolución del número de emisiones de estrenos de ficción en Portugal en el periodo indicado es ascendente en producción nacional y descendente en iberoamericana. Las series autóctonas pasaron de las 1.470 emisiones de 2013 a las 1.731 de 2014 y las iberoamericanas decrecieron desde las 1.322 emisiones de 2010 a las 849 de 2014 (gráfico 3.2.25).



Los porcentajes acumulados por la ficción portuguesa en el periodo 2010-2014 alcanzaron el 57,7% del total de emisiones y el 56,5% del tiempo total de programación (cuadro 3.2.43). En este periodo de cuatro años los países que aportaron ficción a la parrilla de las cadenas portuguesas analizadas fueron: Argentina, Brasil, España y Uruguay. En concreto, Brasil aportó en torno al 40,5% del tiempo de ficción de estreno en este quinquenio y sumado al de Portugal supone el 97% del tiempo total.

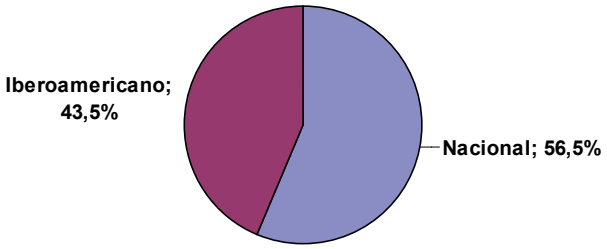
Cuadro 3.2.43

Ficción acumulada de estreno por países de origen. Portugal. Periodo 2010-2014

País	Títulos	%	Emisiones	%	Horas	%
Argentina	2	1,1	126	0,9	133	1,3
Brasil	54	29,0	5.354	39,5	4.178	40,5
Chile	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Colombia	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Ecuador	0	0,0	0	0,0	0	0,0
España	3	1,6	48	0,4	19	0,2
EE.UU.	0	0,0	0	0,0	0	0,0
México	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Perú	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Portugal	**125**	**67,2**	**7.818**	**57,7**	**5.835**	**56,5**
Uruguay	1	0,5	10	0,1	18	0,2
Venezuela	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Otros	1	0,5	194	1,4	145	1,4
Total	**186**		**13.550**		**10.328**	

La distribución acumulada del tiempo de ficción en Portugal fue del 56,5% para las series nacionales y del 43,5% para las iberoamericanas (gráfico 3.2.26).

Gráfico 3.2.26
Porcentaje de tiempo acumulado por la Ficción de estreno. Periodo 2010-2014. Portugal



La telenovela fue el género más habitual en los canales portugueses durante 2014. El 75,3% del total de emisiones y el 77,8% del tiempo de difusión perteneció a dicho género (cuadro 3.2.44). El número de títulos de telenovelas de estreno fue también el más elevado (17 títulos), seguido de las series (6 títulos).

En cuanto a las franjas, el 65,2% de las emisiones totales de la ficción de estreno se difundió en la franja de *prime time* y el 76,3% de las emisiones totales de ficción nacional.

Cuadro 3.2.44

Distribución de la Ficción de estreno por su origen. Portugal. Año 2014

Géneros

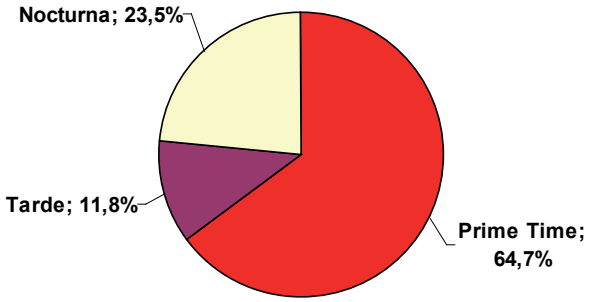
Géneros	Nacional			Iberoamericana		
	Títulos	Emisiones	Horas	Títulos	Emisiones	Horas
Telenovela	9	1.103	859	8	839	627
Serie	5	348	252	1	10	9
Miniserie	1	6	4	0	0	0
Telefilme	0	0	0	0	0	0
Unitario	1	24	11	0	0	0
Otros	1	250	148	0	0	0
Total	**17**	**1.731**	**1.274**	**9**	**849**	**636**

Franjas horarias

Franjas	Nacional		Iberoamericana		Total	
	Emisiones	Horas	Emisiones	Horas	Emisiones	Horas
Mañana	0	0	10	9	10	9
Tarde	290	176	281	236	571	412
Prime Time	1.321	1.018	361	259	1.682	1.278
Nocturno	120	80	197	132	317	211
Total	**1.731**	**1.274**	**849**	**636**	**2.580**	**1.910**

La distribución de los títulos de la ficción autóctona corrobora lo anterior, ya que el 64,7% estrenos se ubicaron en la franja de máxima audiencia, el 23,5% en horario nocturno y 11,8% en el de tarde (gráfico 3.2.27).

Gráfico 3.2.27
Distribución de los títulos de la Ficción nacional de estreno por franjas horarias. Año 2014. Portugal



Las producciones seriadas de estreno emitidas en TVI, SIC y RTP1 fueron las más populares en 2014 (cuadro 3.2.45). El *ranking* de audiencia de ficción estuvo dominado por las telenovelas portuguesas *Mar Salgado y Sol de invierno,* con un máximo del 14,8% y 14%, respectivamente.

Cuadro 3.2.45

Ranking de audiencia de la Ficción. Año 2014. Portugal

Nº	Título	País	Cadena	Audiencia	Share
1	Mar Salgado	Portugal	SIC	14,8	30,6
2	Sol de invierno	Portugal	SIC	14,0	28,6
3	Beijo do escorpiao	Portugal	TVI	12,9	27,2
4	Belmonte	Argentina	TVI	11,5	28,6
5	Jardins proibidos	Portugal	TVI	10,8	26,4
6	Destinos cruzados	Portugal	TVI	10,4	29,6
7	Mulheres	Colombia	TVI	7,5	25,2
8	Bem-Vindos a Beirais	Portugal	RTP	7,5	15,1
9	Sal	Portugal	SIC	5,9	18,7
10	Doida por ti	Portugal	TVI	5,5	20,0

URUGUAY

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

En 2014, el género al que más tiempo dedicaron las cadenas uruguayas fue el de ficción, con un 28,3% sobre el total, seguido de los programas de entretenimiento con el 27,6%. El porcentaje promedio del periodo 2010-2014 de los programas de ficción se situó en el 26,8% (cuadro 3.2.46).

Cuadro 3.2.46

Porcentaje de tiempo de emisión de cada género en canales uruguayos. Periodo 2010-2014

Géneros	Tiempo de emisión					
	2010	2011	2012	2013	2014	Promedio
Ficción	**29,7**	**23,7**	**24,5**	**28,0**	**28,3**	**26,8**
Información	19,9	20,7	23,0	22,0	23,3	21,8
Entretenimiento	19,1	26,3	25,2	25,5	27,6	24,7
Deportivo	4,2	3,3	3,9	3,0	3,6	3,6
Servicio	10,8	8,2	13,9	10,0	11,7	10,9
Otros	16,3	17,8	9,5	11,5	5,5	12,1
Total	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	

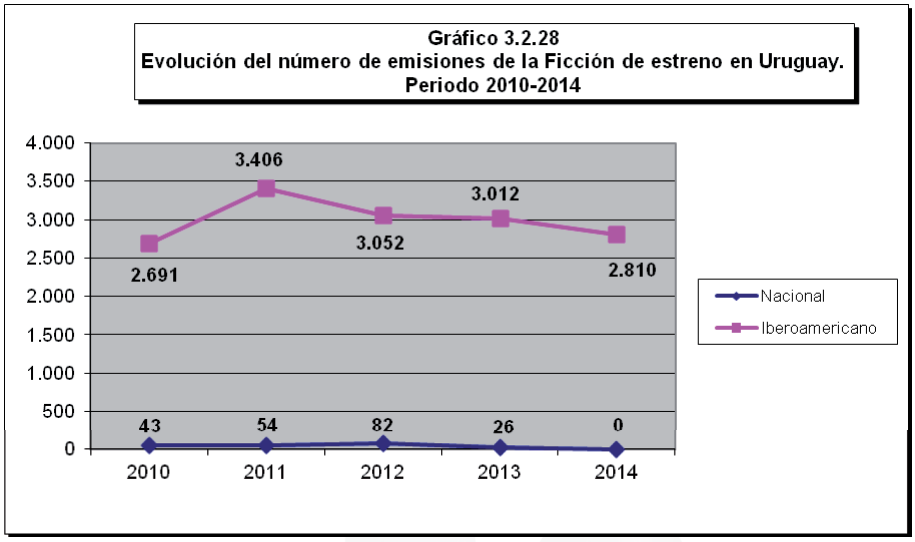
No hubo presencia de producción autóctona de este país en 2014 en la muestra de canales analizada (cuadro 3.2.47). Los países con mayor número de títulos estrenados son Argentina (13 títulos) y Brasil, España y México (con 6 cada uno).

Cuadro 3.2.47

Ficción de estreno por países de origen. Año 2014. Uruguay

País	Títulos	Emisiones	Horas
Argentina	13	672	666
Brasil	6	447	465
Chile	0	0	0
Colombia	2	131	121
Ecuador	0	0	0
España	6	825	889
EE.UU.	4	234	268
México	6	501	553
Perú	0	0	0
Portugal	0	0	0
Uruguay	**0**	**0**	**0**
Venezuela	0	0	0
Otros	0	0	0
Total	**37**	**2.810**	**2.962**

La evolución del número de emisiones de estrenos de ficción para el periodo 2010-2014 fue bastante regular. Las emisiones iberoamericanas se sitúan por encima y por debajo de la barrera de las 3.000 y las uruguayas son escasas, hasta no tener ninguna presencia en 2014 (gráfico 3.2.28).



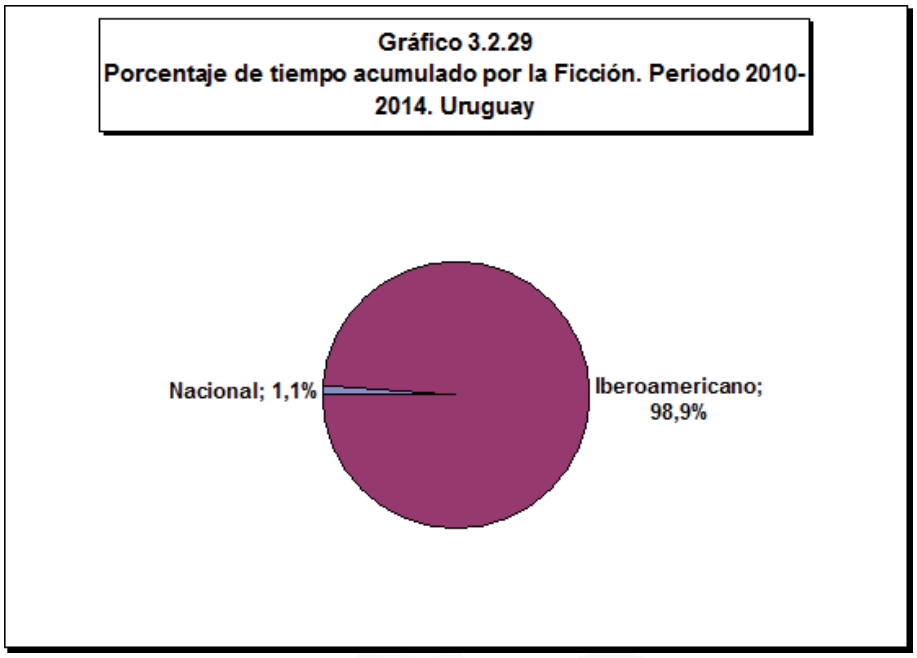
Los porcentajes acumulados por la ficción uruguaya en el periodo 2010-2014 tan solo alcanzaron el 1,4% del total de emisiones y el 1,1% del tiempo total de programación. En este periodo, todos los países iberoamericanos analizados en este estudio, salvo Ecuador y Portugal, aportaron series a la muestra de canales uruguayos. Los países con más volumen de programación fueron Argentina, Brasil y México (cuadro 3.2.48).

Cuadro 3.2.48

Ficción acumulada de estreno por países de origen. Uruguay. Periodo 2010-2014

País	Títulos	%	Emisiones	%	Horas	%
Argentina	52	24,5	3.500	23,1	3.164	23,6
Brasil	29	13,7	2.398	15,8	2.063	15,4
Chile	10	4,7	477	3,1	383	2,9
Colombia	20	9,4	1.306	8,6	1.125	8,4
Ecuador	0	0,0	0	0,0	0	0,0
España	17	8,0	2.125	8,6	1.946	14,5
EE.UU.	14	6,6	856	5,6	771	5,8
México	35	16,5	2.812	18,5	2.543	19,0
Perú	1	0,5	28	0,2	17	0,1
Portugal	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Uruguay	**9**	**4,2**	**205**	**1,4**	**143**	**1,1**
Venezuela	5	2,4	427	2,8	417	3,1
Otros	20	9,4	1.042	6,9	833	6,2
Total	**212**		**15.176**		**13.405**	

La distribución acumulada del tiempo de programación en Uruguay en cuanto a su origen fue del 98,9% para las series iberoamericanas y del 1,1% para las nacionales (gráfico 3.2.29).



La telenovela fue el género más habitual en los canales uruguayos durante 2014. El 68,4% del total de emisiones y el 67,6% del tiempo total de difusión perteneció a dicho género (cuadro 3.2.49). El número de títulos de telenovelas de estreno también fue el más elevado (28 títulos), seguido de las series (8 títulos).

En cuanto a las franjas, el 50,6% de las emisiones iberoamericanas de la ficción de estreno se difundió en la franja de tarde y el 27% en la de *prime time*.

Cuadro 3.2.49

Distribución de la Ficción de estreno por su origen. Uruguay. Año 2014

Géneros

Géneros	Nacional			Iberoamericana		
	Títulos	Emisiones	Horas	Títulos	Emisiones	Horas
Telenovela	0	0	0	28	1.921	2.004
Serie	0	0	0	8	888	958
Miniserie	0	0	0	0	0	0
Comedia	0	0	0	0	0	0
Unitario	0	0	0	1	1	1
Otros	0	0	0	0	0	0
Total	**0**	**0**	**0**	**37**	**2.810**	**2.963**

Franjas horarias

Franjas	Nacional		Iberoamericana		Total	
	Emisiones	Horas	Emisiones	Horas	Emisiones	Horas
Mañana	0	0	0	0	0	0
Tarde	0	0	1.421	1.533	1.421	1.533
Prime Time	0	0	760	793	760	793
Nocturno	0	0	629	636	629	636
Total	**0**	**0**	**2.810**	**2.962**	**2.810**	**2.962**

Las producciones de estreno iberoamericanas emitidas en Teledoce fueron las más populares en 2014 en los canales uruguayos de la muestra (cuadro 3.2.50). El *ranking* de audiencia de ficción estuvo dominado por las telenovelas brasileñas *Rastros de mentiras* y *Avenida Brasil*, ambas con un máximo del 19,6%.

Cuadro 3.2.50

Ranking de audiencia de la Ficción. Año 2014. Uruguay

N°	Título	País	Cadena	Audiencia	Share
1	Rastros de mentiras	Brasil	Teledoce	19,6	35,0
2	Avenida Brasil	Brasil	Teledoce	19,6	31,0
3	Guapas	Argentina	Teledoce	16,8	28,0
4	Solamente vos	Argentina	Teledoce	14,5	25,0
5	Mis amigos de siempre	Argentina	Teledoce	13,9	22,0
6	La guerrera	Brasil	Teledoce	13,0	23,0
7	Flor del Caribe	Brasil	Teledoce	12,7	23,0
8	Un refugio para el amor	México	Teledoce	11,7	25,0
9	Encantadoras	Brasil	Teledoce	10,7	23,0
10	Farsantes	Argentina	Teledoce	8,9	30,0

VENEZUELA

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

En 2014, el género al que más tiempo dedicaron las cadenas venezolanas fueron los informativos, con el 22,5% del total, seguido de los de ficción con el 18,4%. El porcentaje promedio en el periodo 2010-2014 del tiempo de programación de los programas de ficción se situó en el 23,9% (cuadro 3.2.51).

Cuadro 3.2.51

Porcentaje de tiempo de emisión de cada género en canales venezolanos. Periodo 2010-2014

Géneros	Tiempo de emisión					
	2010	2011	2012	2013	2014	Promedio
Ficción	**19,0**	**15,0**	**44,0**	**23,0**	**18,4**	**23,9**
Información	45,0	42,0	14,0	14,0	22,5	27,5
Entretenimiento	19,0	12,0	15,0	11,0	13,7	14,1
Cultural	0,0	0,0	0,0	22,0	0,0	4,4
Deportivo	10,0	8,0	3,0	2,0	13,3	7,3
Otros	7,0	23,0	24,0	28,0	32,1	22,8
Total	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	

El número de títulos nacionales de ficción frente a los iberoamericanos representó el 25,7% (9 títulos) en 2014.

Los países que aportaron más producciones televisivas fueron Colombia con 10 títulos y Brasil y Estados Unidos con cuatro cada uno. Los porcentajes acumulados por la ficción venezolana en 2014 alcanzaron el 24,1% del total de emisiones y el 20% del tiempo total de programación (cuadro 3.2.52).

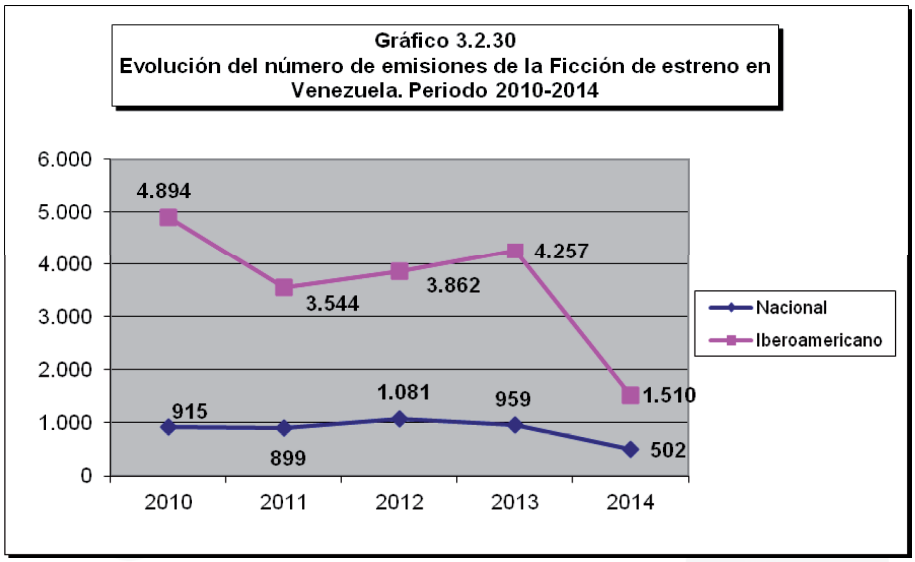
Cuadro 3.2.52

Ficción de estreno por países de origen. Año 2014. Venezuela

País	Títulos	Emisiones	Horas
Argentina	1	15	11
Brasil	4	178	147
Chile	2	81	61
Colombia	10	810	617
Ecuador	1	11	8
España	1	67	50
EE.UU.	4	240	227
México	3	175	135
Perú	0	0	0
Portugal	0	0	0
Uruguay	0	0	0

Venezuela	**9**	**502**	**314**
Otros	0	0	0
Total	**35**	**2.079**	**1.570**

La muestra de la ficción de estreno disminuyó en 2014, tanto las emisiones iberoamericanas pasaron de las 4.257 emisiones de 2013 a 1.510 en 2014, como las series nacionales que se redujeron aproximadamente a la mitad (gráfico 3.2.30).



Los porcentajes acumulados por la ficción venezolana en el periodo 2010-2014 alcanzaron el 13,6% del total de emisiones y el 12,3% del tiempo total de programación. En este periodo, los países iberoamericanos cuya ficción tuvo más presencia en las parrillas de canales venezolanos fueron Colombia y México (cuadro 3.2.53).

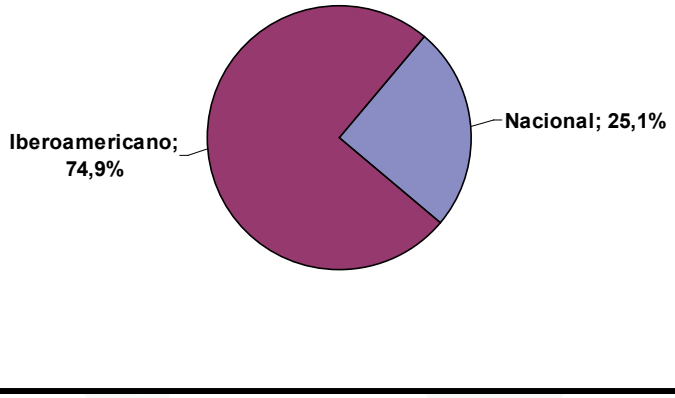
Cuadro 3.2.53

Ficción acumulada de estreno por países de origen. Venezuela. Periodo 2010-2014

País	Títulos	%	Emisiones	%	Horas	%
Argentina	5	1,8	687	3,1	526	2,9
Brasil	15	5,5	1.355	6,0	1.078	5,9
Chile	3	1,1	107	0,5	80	0,4
Colombia	80	29,1	6.391	28,4	5.337	29,3
Ecuador	2	0,7	131	0,6	128	0,7
España	1	0,4	67	0,3	50	0,3
EE.UU.	38	13,8	3.222	14,3	2.559	14,1
México	60	21,8	5.488	24,4	4.565	25,1
Perú	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Portugal	1	0,4	22	0,1	18	0,1
Uruguay	1	0,4	9	0,0	7	0,0
Venezuela	**48**	**17,5**	**3.059**	**13,6**	**2.245**	**12,3**
Otros	21	7,6	1.965	8,7	1.592	8,8
Total	**275**		**22.503**		**18.185**	

La distribución acumulada del tiempo de ficción en Venezuela fue del 25,1% para las series nacionales y del 74,9% para las iberoamericanas (gráfico 3.2.31).

Gráfico 3.2.31
Porcentaje de tiempo acumulado por la Ficción. Periodo 2010-2014. Venezuela



La telenovela fue el género más habitual en los canales venezolanos durante 2014. El 92,8% del total de emisiones y el 91,6% del tiempo de difusión de ficción de estreno perteneció a dicho género (cuadro 3.2.54). El número de títulos de telenovelas de estreno también fue el más elevado (30 títulos).

En cuanto a las franjas, el 46,9% de las emisiones totales de la ficción de estreno se difundió en la franja nocturna, el 32% en la de *tarde* y el 18,5% en el *prime time*.

Cuadro 3.2.54

Distribución de la Ficción de estreno por su origen. Venezuela. Año 2014

Géneros

Géneros	Nacional			Iberoamericana		
	Títulos	Emisiones	Horas	Títulos	Emisiones	Horas
Telenovela	6	400	292	24	1.410	858
Serie	1	16	12	1	52	47
Miniserie	1	23	9	0	0	0
Comedia	0	0	0	0	0	0
Unitario	1	1	1	1	41	37
Otros	0	0	0	0	7	0
Total	**9**	**440**	**314**	**26**	**1.510**	**942**

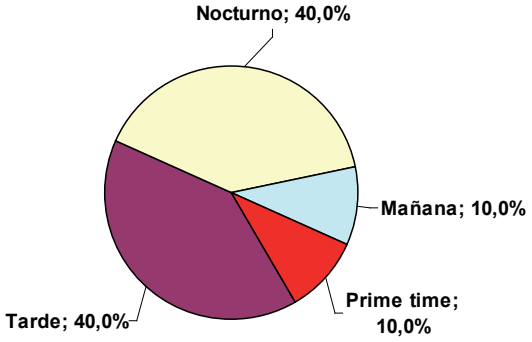
Franjas horarias

Franjas	Nacional		Iberoamericana		Total	
	Emisiones	Horas	Emisiones	Horas	Emisiones	Horas
Mañana	23	9	30	22	53	31
Tarde	192	112	451	338	643	451
Prime Time	1	1	371	281	372	282
Nocturno	286	192	658	301	944	493
Total	**502**	**314**	**1.510**	**942**	**2.012**	**1.257**

egeda

Las emisiones de ficción nacional se emitieron en la franja nocturna (56,9%), mayoritariamente y los títulos de estrenos entre la franja nocturna y de tarde (40% cada una).

Gráfico 3.2.32
Distribución de los títulos de la Ficción nacional de estreno por franjas horarias. Año 2014. Venezuela



Las producciones de estreno emitidas en Venevision fueron las más populares en 2014 (cuadro 3.2.55). El *ranking* de audiencia de ficción estuvo dominado por la telenovela colombiana *La ronca de oro* con un 4,6%, seguida de la serie mexicana *Mentir para vivir* con un 4,4%.

Cuadro 3.2.55

Ranking de audiencia de la Ficción. Venezuela. 2014

Nº	Título	País	Cadena	Audiencia	Share
1	La Ronca de oro	Colombia	Venevisión	4,6	22,8
2	Mentir para vivir	México	Venevisión	4,4	27,1
3	Amor sincero	Colombia	Venevisión	4,3	20,6
4	Lo que la vida me robó	México	Venevisión	4,3	20,9
5	Mi corazón es tuyo	México	Venevisión	4,2	19,9
6	Corazón esmeralda	Venezuela	Venevisión	4,2	21,1
7	Marido en alquiler	EE.UU.	Televen	3,9	18,1
8	De todas maneras Rosa	Venezuela	Venevisión	3,9	18,4
9	Rafael Orozco, el ídolo	Colombia	Venevisión	3,7	18,6
10	Voltea pa' que te enamores	Venezuela	Venevisión	3,6	24,2

ESTADOS UNIDOS

Los canales incluidos en el estudio de Estados Unidos (habla hispana) son Azteca América, Estrella TV, Mundo-Fox, Telemundo, UniMás y Univision V-Me (ver cuadro Intro 1).

En 2014, los programas al que más emisiones dedicaron las cadenas estadounidenses fueron los de ficción, con el 43,8% del total, seguidos a gran distancia de los de entretenimiento con el 16,7% (cuadro 3.2.56).

Cuadro 3.2.56

Porcentaje de tiempo de emisión de cada género en canales estadounidenses. Año 2014

Generos	%
Informativos	12,3
Entretenimiento	16,7
Infoshow	11,4
Consurso	1,4
Deporte	6,5
Educación	0,7
Ficción	**43,8**
Otros	7,2
Total	**100,0**

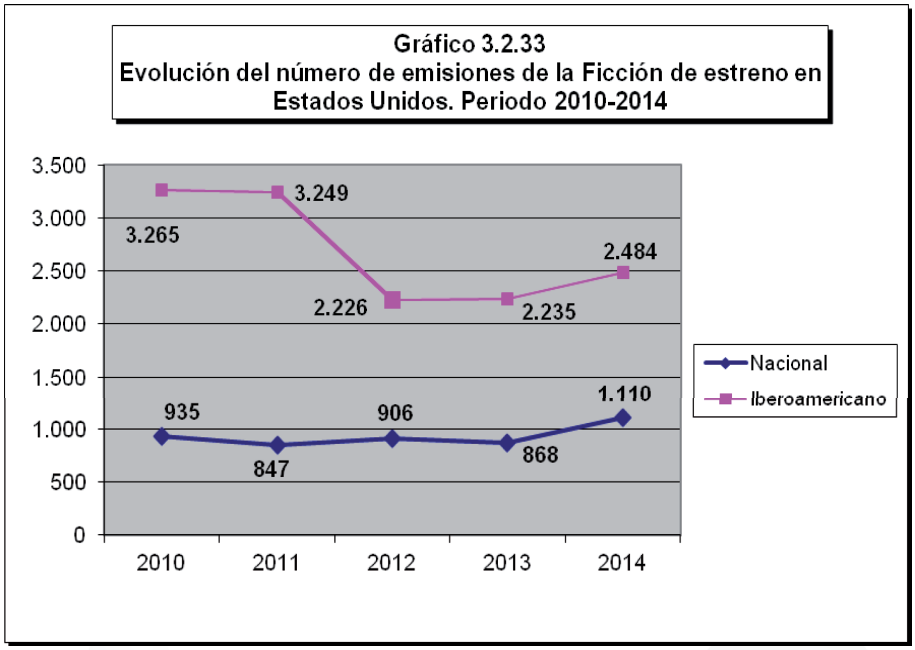
El número total de títulos iberoamericanos frente a los nacionales representó el 34,7% (17 títulos) en 2014. El país que más producciones televisivas aportó en dicho año fue México (23 títulos), por encima incluso de Estados Unidos (cuadro 3.2.57).

Cuadro 3.2.57

Ficción de estreno por países de origen. Año 2014. USA

País	Títulos	Emisiones	Horas
Argentina	0	0	0
Brasil	5	341	482
Chile	0	0	0
Colombia	4	178	202
Ecuador	0	0	0
España	0	0	0
EE.UU.	**17**	**1.110**	**1.142**
México	23	1.965	1.983
Perú	0	0	0
Portugal	0	0	0
Uruguay	0	0	0
Venezuela	0	0	0
Otros	0	0	0
Total	**49**	**3.594**	**3.809**

La evolución del número de emisiones de ficción en Estados Unidos en el periodo 2010-2014 se muestra en el gráfico 3.2.33. Las series de estreno iberoamericanas parecen recuperarse del bajón de 2012 y este año han aumentado en más de 200 capítulos, mientras que las nacionales también aumentan y superan la barrera de los 1.000 episodios.



Los porcentajes acumulados por la ficción estadounidense en el periodo 2010-2014 alcanzaron el 25,7% del total de emisiones y el 24,7% del tiempo total de programación. En este periodo, los países iberoamericanos cuya ficción tuvo más presencia en las parrillas de los canales USA fueron México y Colombia (cuadro 3.2.58).

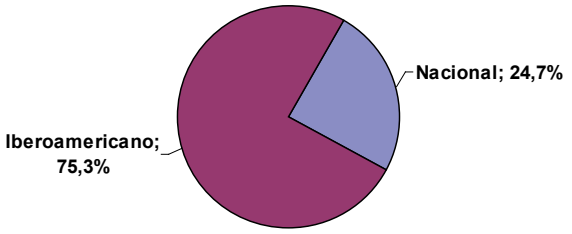
Cuadro 3.2.58

Ficción acumulada de estreno por países de origen. USA. Periodo 2010-2014

País	Títulos	%	Emisiones	%	Horas	%
Argentina	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Brasil	9	3,5	556	3,1	693	3,7
Chile	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Colombia	33	12,8	1.954	10,8	1.926	10,3
Ecuador	0	0,0	0	0,0	0	0,0
España	0	0,0	0	0,0	0	0,0
EE.UU.	**69**	**26,7**	**4.666**	**25,7**	**4.636**	**24,7**
México	132	51,2	9.939	54,8	10.454	55,7
Perú	1	0,4	39	0,2	58	0,3
Portugal	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Uruguay	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Venezuela	12	4,7	938	5,2	932	5,0
Otros	2	0,8	30	0,2	55	0,3
Total	**258**		**18.122**		**18.754**	

La distribución acumulada del tiempo de programación fue del 24,7% para las series nacionales y del 75,3% para las iberoamericanas (gráfico 3.2.34).

Gráfico 3.2.34
Porcentaje del tiempo acumulado por la ficción. Periodo 2010-2014. Estados Unidos



La telenovela fue el género más habitual en los canales americanos durante 2014. El 86,9% del total de emisiones y el 86,7% del tiempo de difusión de ficción de estreno perteneció a dicho género (cuadro 3.2.59).

El número de títulos de telenovelas también fue el más elevado (40 títulos). En cuanto a las franjas, el 71,8% de las emisiones totales de la ficción de estreno se difundió en la franja de *prime time* y el 19,2% en el horario de tarde.

Cuadro 3.2.59
Distribución de la Ficción de estreno por su origen. USA. Año 2014

Géneros

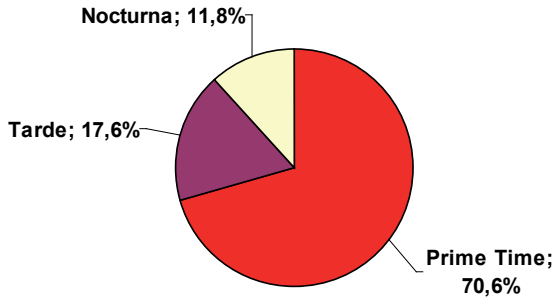
Géneros	Nacional			Iberoamericana		
	Títulos	Emisiones	Horas	Títulos	Emisiones	Horas
Telenovela	14	932	952	26	2.190	2.351
Serie	2	127	127	3	62	83
Miniserie	0	0	0	0	0	0
Comedia	0	0	0	0	0	0
Unitario	1	51	63	3	232	233
Otros	0	0	0	0	0	0
Total	**17**	**1.110**	**1.142**	**32**	**2.484**	**2.667**

Franjas horarias

Franjas	Nacional		Iberoamericana		Total	
	Emisiones	Horas	Emisiones	Horas	Emisiones	Horas
Mañana	91	123	232	258	323	381
Tarde	215	220	475	625	690	845
Prime Time	804	799	1.777	1.784	2.581	2.583
Nocturno	0	0	0	0	0	0
Total	**1.110**	**1.142**	**2.484**	**2.667**	**3.594**	**3.809**

El porcentaje de títulos de ficción nacional en *prime time* es del 70,6%, seguido del horario de tarde con el 17,6% (gráfico 3.2.35).

Gráfico 3.2.35
Distribución de los títulos de la Ficción nacional de estreno por franjas horarias. Periodo 2010-2014. Estados Unidos



Las producciones de estreno más populares en 2014 en USA fueron emitidas en Univision y Telemundo (cuadro 3.2.60). El *ranking* de audiencia de ficción estuvo dominado por las producciones mexicanas *Lo que la vida me robó* (16,5%) y *Mi corazón es tuyo* (15%).

Cuadro 3.2.60

Ranking de audiencia de la Ficción. USA. 2014

Nº	Título	País	Cadena	Audiencia	Share
1	Lo que la vida me robó	México	Univision	16,5	26,6
2	Mi corazón es tuyo	México	Univision	15,0	26,0
3	Hasta el fin del mundo	Argentina	Univision	13,3	22,0
4	Qué pobres tan ricos	Colombia	Univision	13,1	22,0
5	Por siempre mi amor	Argentina	Univision	11,6	19,0
6	La gata	Venezuela	Univision	10,2	19,0
7	El señor de los cielos 2	EE.UU.+ México	Telemundo	10,0	17,0
8	La malquerida	España	Univision	9,7	17,0
9	Señora acero	EE.UU.	Telemundo	9,1	16,0
10	De que te quiero te quiero	Venezuela	Univision	8,9	17,0

safecreative
INFORMACIÓN Y PROTECCIÓN
DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL
El registro de autoría, producción y demás derechos específicos y conexos es la mejor protección frente a:
PLAGIO
USO INDEBIDO
USURPACIÓN
DISTRIBUCIÓN Y DIFUSIÓN
NO AUTORIZADA
COMPETENCIA
DESLEAL
LOCATION
TAKE

CAPÍTULO IV

Costes de producción de películas iberoamericanas

CAPÍTULO IV

Costes de producción de películas iberoamericanas

Por Departamento de Reparto y Documentación de EGEDA

DATOS GLOBALES DE LA MUESTRA

Este capítulo se ha configurado con los datos aportados por las productoras de 21 películas procedentes de seis países iberoamericanos (Argentina, Bolivia, Chile, Colombia, España y Uruguay). El desglose de costes de cada fase de producción se ha unificado en una plantilla común para todas las películas y los importes de cada concepto se presentan en dólares USA.

La muestra resultante es muy heterogénea en cuanto al rango presupuestario (desde los 11.000 dólares hasta casi 12 millones de dólares) y al recorrido de cada película, con producciones que solo se han exhibido en el mercado nacional y otras que tienen una destacada trayectoria internacional.

Las 21 producciones acumulan una audiencia de 13,7 millones de espectadores y 90,5 millones de dólares de ingresos en los cines de sus países de origen. Las obras suman 53 participaciones en festivales internacionales y 113 nominaciones en premios de la industria.

Cuadro 4.1.1

Lista de Producciones

País Origen	Título	Director
Argentina	Sin hijos	Ariel Winograd
	Locos sueltos en el zoo	Luis Barros
	Kryptonita	Nicanor Loreti
	Voley	Martín Piroyansky
	Paulina	Santiago Mitre
Bolivia	Eco del humo	Juan Álvarez-Durán
	Adán y Eva Newton	Nicolás Dwreski

Chile	La memoria del agua	Matías Bize
	El Club	Pablo Larraín
	Héroes	Esteban Vidal
	Fuerzas Especiales 2	Ernesto Díaz
	La maldición	Guillermo Amoedo
Colombia	Güelcom tu Colombia	Ricardo Coral-Dorado
	El abrazo de la serpiente	Ciro Guerra
España	Ocho apellidos catalanes	Emilio Martinez Lázaro
	Perdiendo el Norte	Nacho G. Velilla
	Ahora o nunca	María Ripoll
	Palmeras en la nieve	Fernando González Molina
	El desconocido	Dani de la Torre
	Extinction	Miguel Ángel Vivas
Uruguay	Mi amiga del parque	Ana Katz

Las producciones analizadas suman un coste de producción conjunto de 49,3 millones de dólares (cuadro 4.1.2). Dentro de este importe total, las seis películas españolas tienen un peso del 76,2%, seguido de Chile con un peso del 9,5% (5 películas) y Argentina con un 8,1% (5 películas).

Cuadro 4.1.2

Tamaño de la muestra

País	Películas		Coste	%
Argentina	5	$	4.018.599,65	8,1
Bolivia	2	$	51.937,00	0,1
Chile	5	$	4.714.037,99	9,5
Colombia	2	$	2.078.791,21	4,2
España	6	$	37.619.713,00	76,2
Uruguay	1	$	882.021,48	1,8
Total	**21**	**$**	**49.365.100,33**	

La distribución de los costes por fases en la muestra total refleja que la fase de producción representa casi el 53% del presupuesto total de una película. En un segundo plano la fase de distribución y publicidad supone el 16,6% y la de preproducción el 16% (cuadro 4.1.3).

Cuadro 4.1.3

Costes acumulados por las películas analizadas

Fase	Coste	%
Preproducción	$ 7.878.605,07	16,0
Producción	$ 26.091.415,92	52,9
Postproducción	$ 2.918.485,16	5,9
Varios Producción	$ 4.260.428,68	8,6
Distribución y Publicidad	$ 8.216.165,50	16,6
Total	**$ 49.365.100,33**	

La desviación del peso de cada fase de producción en los presupuestos conjuntos de cada país, respecto a la muestra acumulada, figura en el cuadro 4.1.4. El resumen es el siguiente:

- *Argentina*: la mayor desviación por encima de la muestra se produce en el capítulo de *Varios Producción* (5,6%) y por debajo en las fases de producción y distribución (-4,6%).
- *Bolivia*: la mayor desviación por encima de la muestra se produce en el presupuesto dedicado a la *Preproducción* (34,4%) y por debajo en la fase de distribución y publicidad (-15,1%).
- *Chile*: la mayor desviación por encima de la muestra se produce en el presupuesto dedicado a la *Preproducción* (13,2%) y por debajo en el presupuesto destinado a la *Producción* (-9,4%).
- *Colombia*: la mayor desviación por encima de la muestra se produce en el presupuesto dedicado a la *Postproducción* (7,8%) y por debajo en la fase de Producción (-8,5%).
- *España*: la mayor desviación por encima de la muestra se produce en el presupuesto dedicado a la *Producción* (2,2%) y por debajo en la fase de *Postproducción* (-1,8%).
- *Uruguay*: la mayor desviación por encima de la muestra se produce en el presupuesto dedicado al capítulo de *Varios Producción* (9%) y por debajo en la fase de distribución y publicidad (-10,9%).

Cuadro 4.1.4

Desviación de cada fase de producción respecto a la muestra acumulada

Fase	Muestra	AR	BO	CL	CO	ES	UG
Preproducción	16,0	-1,5	34,4	13,2	-1,0	-1,7	8,4
Producción	52,9	-4,6	-14,0	-9,4	-8,5	2,2	-6,1
Postproducción	5,9	5,1	0,2	6,7	7,8	-1,8	-0,4
Varios Producción	8,6	5,6	-5,5	-3,9	-1,4	-0,2	9,0
Distribución	16,6	-4,6	-15,1	-6,6	3,1	1,5	-10,9

ESTUDIO DE COSTES PRODUCCIÓN POR PAÍSES

Para cada obra se facilita su ficha técnico-artística y su trayectoria completa en el país de origen.

ARGENTINA

Las producciones argentinas analizadas en la muestra suman un coste conjunto de cuatro millones de dólares. Las cinco películas son: *Sin hijos*, *Locos sueltos en el zoo*, *Kryptonita*, *Voley* y Pualina (cuadros 4.2.1 y 4.2.2).

Cuadro 4.2.1

Costes desglosados de películas argentinas (1)

Concepto	SIN HIJOS	LOCOS SUELTOS EN EL ZOO	KRYPTONITA
	ABOVE THE LINE		
Cap. 01.- Guion y Música	$ 51.820,00	$ 26.177,00	$ 25.172,00
Cap. 02.- Director y Productor	$ 37.714,00	$ 60.043,00	$ 60.344,00
Cap. 03.- Actores principales	$ 8.919,00	$ 63.088,00	$ -
Cap. 04.- Desarrollo	$ -	$ -	$ 11.379,00
TOTAL ABOVE THE LINE	**$ 98.453,00**	**$ 149.308,00**	**$ 96.895,00**
	BELOW THE LINE		
	COSTE FASE PRODUCCIÓN		
Cap .05.- Equipo artístico	$ 79.487,00	$ 63.088,00	$ 31.691,00
Cap. 06.- Equipo técnico	$ 164.129,00	$ 131.850,00	$ 67.832,00
Cap. 07.- Escenografía, Decoración, Vestuario y Maquillaje	$ 57.703,00	$ 50.739,00	$ 21.953,00
Cap. 08.- Maquinaria y rodaje	$ 76.263,00	$ 52.772,00	$ 27.012,00
Cap. 09.- Localizaciones	$ 52.962,00	$ 19.944,00	$ 18.382,00
Cap. 10.- Viajes, Dietas, Alojamiento y Transporte	$ 86.943,00	$ 85.745,00	$ 52.949,00
Cap. 11.- Otros gastos	$ 3.998,00	$ 39.063,00	$ 13.704,00
TOTAL FASE PRODUCCIÓN	**$ 521.485,00**	**$ 443.201,00**	**$ 233.523,00**
	COSTE FASE POST PRODUCCIÓN		
Cap. 12.- Alquiler de espacios, Material y Música	$ 64.563,00	$ 113.832,00	$ 76.155,00
TOTAL FASE POSTPRODUCIÓN	**$ 64.563,00**	**$ 113.832,00**	**$ 76.155,00**
	COSTE VARIOS PRODUCCIÓN		
Cap. 13.- Seguros, Financieros, Legales y Otros	$ 44.547,00	$ 8.638,00	$ 35.199,00
Cap. 14.- Gastos Generales	$ 99.931,00	$ 62.873,00	$ -
TOTAL COSTE VARIOS PRODUCCIÓN	**$ 144.478,00**	**$ 71.511,00**	**$ 35.199,00**
TOTAL BELOW THE LINE	**$ 730.526,00**	**$ 628.544,00**	**$ 344.877,00**
TOTAL PRODUCCIÓN GLOBAL	**$ 828.979,00**	**$ 777.852,00**	**$ 441.772,00**
	COSTE DE DISTRIBUCIÓN Y PUBLICIDAD		
Cap. 15.- Gastos Explotación Comercial	$ 183.996,00	$ 42.489,00	$ 55.172,00
TOTAL COSTE DE DISTRIBUCIÓN	**$ 183.996,00**	**$ 42.489,00**	**$ 55.172,00**
TOTAL PELÍCULAS	**$1.012.975,00**	**$ 820.341,00**	**$ 496.944,00**

Cuadro 4.2.2

Costes desglosados de películas argentinas (2)

Concepto	VOLEY	PAULINA
ABOVE THE LINE		
Cap. 01.- Guion y Música	$ 35.853,61	$ 36.373,51
Cap. 02.- Director y Productor	$ 41.435,73	$ 55.481,82
Cap. 03.- Actores principales	$ 31.331,21	$ 23.529,41
Cap. 04.- Desarrollo	$ -	$ 12.841,18
TOTAL ABOVE THE LINE	**$ 108.620,54**	**$ 128.325,92**
BELOW THE LINE		
COSTE FASE PRODUCCIÓN		
Cap .05.- Equipo artístico	$ -	$ 17.528,02
Cap. 06.- Equipo técnico	$ 105.935,10	$ 143.155,68
Cap. 07.- Escenografía, Decoración, Vestuario y Maquillaje	$ 21.686,00	$ 13.558,31
Cap. 08.- Maquinaria y rodaje	$ 86.071,16	$ 98.905,67
Cap. 09.- Localizaciones	$ 13.851,56	$ 4.589,13
Cap. 10.- Viajes, Dietas, Alojamiento y Transporte	$ 41.456,75	$ 135.362,84
Cap. 11.- Otros gastos	$ -	$ 60.249,56
TOTAL FASE PRODUCCIÓN	**$ 269.000,57**	**$ 473.349,21**
COSTE FASE POST PRODUCCIÓN		
Cap. 12.- Alquiler de espacios, Material y Música	$ 25.439,55	$ 164.003,12
TOTAL FASE POSTPRODUCIÓN	**$ 25.439,55**	**$ 164.003,12**
COSTE VARIOS PRODUCCIÓN		
Cap. 13.- Seguros, Financieros, Legales y Otros	$ 3.256,82	$ 77.217,67
Cap. 14.- Gastos Generales	$ 193.763,36	$ 44.843,25
TOTAL COSTE VARIOS PRODUCCIÓN	**$ 197.020,19**	**$ 122.060,92**
TOTAL BELOW THE LINE	**$ 491.460,31**	**$ 759.413,25**
TOTAL PRODUCCIÓN GLOBAL	**$ 600.080,85**	**$ 887.739,16**
COSTE DE DISTRIBUCIÓN Y PUBLICIDAD		
Cap. 15.- Gastos Explotación Comercial	$ 128.768,30	$ 71.751,33
TOTAL COSTE DE DISTRIBUCIÓN	**$ 128.768,30**	**$ 71.751,33**
TOTAL PELÍCULAS	**$ 728.849,14**	**$ 959.490,49**

El rango presupuestario está comprendido entre un millón de dólares (*Sin hijos*) y casi medio millón de dólares (*Kryptonita*). En medio se sitúan las obras *Voley ($700.000)*, *Locos sueltos en el zoo ($800.000)* y *Paulina ($900.000)* (cuadro 4.2.3).

Cuadro 4.2.3

Costes por fases de producción de las películas Argentinas

Fase	Sin hijos	Locos sueltos en el zoo	Kryptonita	Voley	Paulina
Preproducción	$ 98.453,00	$ 149.308,00	$ 96.895,00	$ 108.620,54	$ 128.325,92
Producción	$ 521.485,00	$ 443.201,00	$233.523,00	$ 269.000,57	$ 473.349,21
Postproducción	$ 64.563,00	$ 113.832,00	$ 76.155,00	$ 25.439,55	$ 164.003,12
Varios Producción	$ 144.478,00	$ 71.511,00	$ 35.199,00	$ 197.020,19	$ 122.060,92
Distribución	$ 183.996,00	$ 42.489,00	$ 55.172,00	$ 128.768,30	$ 71.751,33
Total	**$1.012.975,00**	**$ 820.341,00**	**$496.944,00**	**$ 728.849,15**	**$ 959.490,50**

egeda

Las fases de Preproducción y Producción soportan conjuntamente el peso presupuestario más elevado de las películas (cuadro 4.2.4). En la muestra acumulada del país estos conceptos suponen el 62,8%. En cada obra se registran los siguientes porcentajes:

- *Sin hijos*: 61,2%
- *Locos sueltos en el zoo*: 72,2%
- *Kryptonita*: 66,5%
- *Voley*: 51,8%
- *Paulina*: 62,7%

La fase de Distribución y Publicidad en el conjunto de la muestra de películas argentinas supone el 13,4%. El peso en cada película es el siguiente:

- *Sin hijos*: 18,2%
- *Locos sueltos en el zoo*: 5,2%
- *Kryptonita*: 11,1%
- *Vóley*: 17,7%
- *Paulina*: 7,5%

Cuadro 4.2.4

Peso de cada fase de producción de las películas Argentinas (%)

Fase	Sin hijos	Locos sueltos en el zoo	Kryptonita	Voley	Paulina
Fase Preproducción	9,7	18,2	19,5	14,9	13,4
Fase Producción	51,5	54,0	47,0	36,9	49,3
Fase Postproducción	6,4	13,9	15,3	3,5	17,1
Varios Producción	14,3	8,7	7,1	27,0	12,7
Fase Distribución	18,2	5,2	11,1	17,7	7,5

Cuadro 4.2.5

Datos acumulados por la muestra de películas argentinas

Fase	Coste	%
Preproducción	$ 581.602,46	14,5%
Producción	$1.940.558,78	48,3%
Postproducción	$ 443.992,67	11,0%
Varios Producción	$ 570.269,11	14,2%
Distribución	$ 482.176,63	12,0%
Total	**$4.018.599,65**	

Fichas de obras

SIN HIJOS	
Género	Ficción. Comedia.
Productora	Tornasol Films, Patagonik Films, Mys Prod., Está por venir
Distribuidora	Walt Disney (Argentina) / Syldavia (España)
Dirección	Ariel Winograd
Intérpretes	Maribel Verdú, Diego Peretti, Horacio Fontova
Nacionalidad	Argentina/España

Fecha de Estreno	Argentina - 14/05/2015 / España 14/08/2015
Nº Espectadores	Argentina - 507.761 / España 37.357
Recaudación	Argentina $2.817.063 - España $251.273

Trayectoria
Mejor Actriz Revelación - Premios Sur - Nominada
Mejor Dirección de Arte - Premios Sur - Nominado
Mejor Diseño de Vestuario - Premios Sur - Nominado

LOCOS SUELTOS EN EL ZOO	
Género	Ficción. Comedia.
Productora	Sono Film Saci, Walt Disney Studios
Distribuidora	Walt Disney
Dirección	Luis Barros
Intérpretes	Emilio Disi, Fabian Gianola, Pachu Peña, Karina Jelinek
Nacionalidad	Argentina
Fecha de Estreno	08/07/2015
Nº Espectadores	223.004
Recaudación	$1.413.063,12

KRYPTONITA	
Género	Ficción. Comedia. Acción.
Productora	Crudo Films
Distribuidora	Energía Entusiasta
Dirección	Nicanor Loreti
Intérpretes	Juan Palomino, Pablo Rago, Lautaro Delgado
Nacionalidad	Argentina
Fecha de Estreno	03/12/2015
Nº Espectadores	102.838
Recaudación	$656.879,00

Trayectoria
Festival de Cine Internacional de Mar del Plata 2015 – Exhibición
Mejor Guión Adaptado - Premios Cóndor de Plata – Nominado
Mejor Actor de Reparto - Premios Cóndor de Plata – Nominado
Mejor Actriz de Reparto - Premios Cóndor de Plata – Nominado
Mejor Montaje - Premios Cóndor de Plata - Nominado

VOLEY	
Género	Ficción. Comedia
Productora	Patagonik Film, Mys Producción, Gazz
Distribuidora	Walt Disney
Dirección	Martín Piroyansky
Intérpretes	Martín Piroyansky, Violeta Urtizberea, Inés Efron
Nacionalidad	Argentina

Fecha de Estreno	12/03/2015
Nº Espectadores	112.249
Recaudación	$720.314,00

Trayectoria
Mejor Fotografía - Premios Sur – Nominado
Mejor Montaje - Premios Sur – Nominado
Mejor Sonido - Premios Sur- Nominado

PAULINA	
Género	Ficción. Suspense
Productora	La Unión de los Ríos, Lita Stantic Producciones
Distribuidora	Energía Entusiasta
Dirección	Santiago Mitre
Intérpretes	Dolores Fonzi, Esteban Lamothe, Óscar Martínez
Nacionalidad	Argentina, Brasil, Francia
Fecha de Estreno	18/06/2015
Nº Espectadores	143.909
Recaudación	$921.017

Trayectoria
FIPRESCI - Festival de Cannes - Ganadora
Festival de Munich – Exhibición
Mejor Guion - Festival de Lima - Ganadora
Mejor Actriz - Festival de Biarritz - Ganadora
Mejor Actriz - Festival de Santiago - Ganadora
Horizontes Latinos - Festival de San Sebastián - Ganadora
Hugo de Plata - Festival de Chicago - Ganadora
Mejor Película - Premios Sur - Nominada
Mejor Directo - Premios Sur - Nominado
Mejor Actriz - Premios Sur - Ganadora
Mejor Actriz Revelación - Premios Sur - Nominada
Mejor Actor Revelación - Premios Sur - Nominado
Mejor Guion - Premios Sur - Nominada
Mejor Fotografía - Premios Sur - Nominada
Mejor Sonido - Premios Sur - Nominada
Mejor Montaje - Premios Sur - Nominada
Mejor Maquillaje - Premios Sur - Nominada
Mejor Actriz - Premios Fénix - Ganadora
Mejor Interpretación Femenina - Premios PLATINO - Ganadora
Mejor Dirección de Sonido - Premios PLATINO - Nominado
Mejor Película - Premios Cóndor de Plata - Nominada
Mejor Director - Premios Cóndor de Plata - Nominado
Mejor Actriz - Premios Cóndor de Plata - Nominado
Mejor Actriz Revelación - Premios Cóndor de Plata - Nominado
Mejor Guión Adaptado - Premios Cóndor de Plata - Nominado
Mejor Fotografía - Premios Cóndor de Plata - Nominada
Mejor Montaje - Premios Cóndor de Plata - Nominada
Mejor Sonido - Premios Cóndor de Plata - Nominada

BOLIVIA

Las dos producciones bolivianas analizadas en la muestra tienen un bajo coste de producción. *Eco del humo* tiene un presupuesto de poco más de 40.000 dólares y *Adán y Eva Newton* con algo más de 11.000 dólares (cuadro 4.2.6). La primera película tuvo recorrido local e internacional dentro de Iberoamérica, siendo exhibida en festivales de Bolivia, Argentina, Brasil y México.

Cuadro 4.2.6

Costes desglosados de películas bolivianas

Concepto	ECO DEL HUMO	ADAN Y EVA NEWTON
ABOVE THE LINE		
Cap. 01.- Guion y Música	$ 11.379,00	$ -
Cap. 02.- Director y Productor	$ 5.690,00	$ -
Cap. 03.- Actores principales	$ 2.276,00	$ 3.414,00
Cap. 04.- Desarrollo	$ 3.414,00	$ -
TOTAL ABOVE THE LINE	**$ 22.759,00**	**$ 3.414,00**
BELOW THE LINE		
COSTE FASE PRODUCCIÓN		
Cap. 05.- Equipo artístico	$ 5.690,00	$ -
Cap. 06.- Equipo técnico	$ 2.276,00	$ 956,00
Cap. 07.- Escenografía, Decoración, Vestuario y Maquillaje	$ 1.138,00	$ 455,00
Cap. 08.- Maquinaria y rodaje	$ 2.276,00	$ 3.414,00
Cap. 09.- Localizaciones	$ -	$ 341,00
Cap. 10.- Viajes, Dietas, Alojamiento y Transporte	$ 2.276,00	$ 797,00
Cap. 11.- Otros gastos	$ 569,00	$ -
TOTAL FASE PRODUCCIÓN	**$ 14.225,00**	**$ 5.963,00**
COSTE FASE POST PRODUCCIÓN		
Cap. 12.- Alquiler de espacios, Material y Música	$ 3.186,00	$ -
TOTAL FASE POSTPRODUCIÓN	**$ 3.186,00**	**$ -**
COSTE VARIOS PRODUCCIÓN		
Cap. 13.- Seguros, Financieros, Legales y Otros	$ -	$ 1.138,00
Cap. 14.- Gastos Generales	$ -	$ 455,00
TOTAL COSTE VARIOS PRODUCCIÓN	**$ -**	**$ 1.593,00**
TOTAL BELOW THE LINE	**$ 17.411,00**	**$ 7.556,00**
TOTAL PRODUCCIÓN GLOBAL	**$ 40.170,00**	**$ 10.970,00**
COSTE DE DISTRIBUCIÓN Y PUBLICIDAD		
Cap. 15.- Gastos Explotación Comercial	$ 569,00	$ 228,00
TOTAL COSTE DE DISTRIBUCIÓN	**$ 569,00**	**$ 228,00**
TOTAL PELÍCULA	**$ 40.739,00**	**$ 11.198,00**

Las fases de Preproducción y Producción soportan el peso presupuestario más elevado de las películas (cuadro 4.2.7). En la muestra conjunta ambos conceptos suponen casi un 90% del total. En cada obra se registran los siguientes porcentajes:

- *Eco del humo*: 90,8%
- *Adán y Eva Newton*: 83,7%

egeda

Cuadro 4.2.7

Coste por fases de producción de las películas bolivianas

Fase	Eco del humo	Adán y Eva Newton
Preproducción	$ 22.759,00	$ 3.414,00
Producción	$ 14.225,00	$ 5.963,00
Postproducción	$ 3.186,00	$ -
Varios Producción	$ -	$ 1.593,00
Distribución	$ 569,00	$ 228,00
Total	**$ 40.739,00**	**$ 11.198,00**

La fase de Distribución y Publicidad de la muestra conjunta solo el 1,5%. El peso en cada película es el siguiente (cuadro 4.2.8):

- *Eco del humo*: 1,4%
- *Adán y Eva Newton*: 2,0%

Cuadro 4.2.8

Peso de cada fase producción de las películas bolivianas (%)

Fase	Eco del humo	Adán y Eva Newton
Preproducción	55,9	30,5
Producción	34,9	53,3
Postproducción	7,8	0,0
Varios Producción	0,0	14,2
Distribución	1,4	2,0

Cuadro 4.2.9

Datos acumulados por las películas bolivianas

Fase	Coste	%
Fase Preproducción	$ 26.173,00	50,4
Fase Producción	$ 20.188,00	38,9
Fase Postproducción	$ 3.186,00	6,1
Varios Producción	$ 1.593,00	3,1
Fase Distribución	$ 797,00	1,5
Total	**$ 51.937,00**	

Fichas de obras

ECO DEL HUMO	
Género	Ficción. Ópera prima
Productora	Vórtice Cinema, Artes Andes Americas
Distribuidora	Yaneramai Films
Dirección	Juan Álvarez-Durán
Intérpretes	Patricia Prada, Luis Montoya
Nacionalidad	Boliviana

Fecha de Estreno	06/08/2015
Nº Espectadores	24
Recaudación	$106,00

Trayectoria
Festival de Cine Radical de La Paz (Bolivia) - Exhibición
Festival Cinema de Fronteira Pachamama (Brasil) - Exhibición
Festival de Cine Ventana Andina Jujuy (Argentina) - Exhibición
Festival de Cine Latinoamericano de Rosario (Argentina) - Exhibición
Festival de Cine de Guadalajara (México) - Exhibición

ADÁN Y EVA NEWTON	
Género	Ficción. Ciencia-Ficción
Productora	Sonus Mordicus
Distribuidora	Yaneramai Films
Dirección	Nicolás Dwreski
Intérpretes	Arturo Rojas, Beatriz Rivera, Yumi Rocca
Nacionalidad	Bolivia, Francia
Fecha de Estreno	22/10/2015
Nº Espectadores	314
Recaudación	$1.566,00

CHILE

Las cinco producciones chilenas analizadas tienen un coste de producción acumulado de 4,7 millones de dólares. El rango de costes totales se mueve entre los 1,6 millones de dólares de *La memoria del agua* y los *500.000* dólares de *Héroes* (cuadros 4.2.10 y 4.2.11).

El Club es una de las películas con una de las trayectorias internacionales más completa de las que conforman el estudio, siendo nominada a los Globos de Oro, los Premios Fénix (Ganadora del Premio a la Mejor Película, Mejor Director, Mejor Actor y Mejor Guion), los premios Forqué (Ganadora como Mejor Película Latinoamericana) y los Premios PLATINO del Cine Iberoamericano (Premio al Mejor Guion) y presente en festivales de prestigio como San Sebastián, Berlín (ganadora del Premio del Jurado), La Habana (Mejor Película), Mar del Plata (Mejor Actor y Mejor Guion), Chicago (Mejor Director), Helsinki (Premio del Público) o Lima (Mejor Película para APRECI).

La memoria del agua también tiene una trayectoria internacional destacable con nominaciones en el Festival Iberoamericano de Huelva (Ganadora del Premio al Mejor Director) y en el Festival de Venecia y nominaciones en los Premios Forqué y los Premios PLATINO.

Cuadro 4.2.10

Costes desglosados de películas chilenas (1)

Conceptos	La memoria del agua	El Club	Héroes
ABOVE THE LINE (PREPRODUCCIÓN)			
Cap. 01.- Guion y Música	$ 75.102,00	$ 111.940,30	$ 37.313,43
Cap. 02.- Director y Productor	$ 92.171,00	$ 74.626,87	$ 44.776,12
Cap. 03.- Actores principales	$ 273.100,00	$ 82.089,55	$ 52.238,81
Cap. 04.- Desarrollo	$ 14.224,00	$ 10.447,76	$ 10.447,76
TOTAL ABOVE THE LINE	**$ 454.597,00**	**$ 279.104,48**	**$ 144.776,12**
BELOW THE LINE			
COSTE FASE PRODUCCIÓN			
Cap. 05.- Equipo artístico	$ 90.123,00	$ 11.940,30	$ 11.940,30
Cap. 06.- Equipo técnico	$ 265.134,00	$ 22.388,06	$ 22.388,06
Cap. 07.- Escenografía, Decoración, Vestuario y Maquillaje	$ 96.381,00	$ 15.671,64	$ 15.671,64
Cap. 08.- Maquinaria y rodaje	$ 153.277,00	$ 104.477,61	$ 104.477,61
Cap. 09.- Localizaciones	$ 46.655,00	$ 4.477,61	$ 4.477,61
Cap. 10.- Viajes, Dietas, Alojamiento y Transporte	$ 119.822,00	$ 27.611,94	$ 15.671,64
Cap. 11.- Otros gastos	$ 28.448,00	$ -	$ -
TOTAL FASE PRODUCCIÓN	**$ 799.840,00**	**$ 186.567,16**	**$ 174.626,86**
COSTE FASE POSTPRODUCCIÓN			
Cap. 12.- Alquiler de espacios, Material y Música	$ 150.205,00	$ 74.626,87	$ 59.701,49
TOTAL FASE POSTPRODUCIÓN	**$ 150.205,00**	**$ 74.626,87**	**$ 59.701,49**
COSTE VARIOS PRODUCCIÓN			
Cap. 13.- Seguros, Financieros, Legales y Otros	$ 17.069,00	$ 4.477,61	$ 4.477,61
Cap. 14.- Gastos Generales	$ 65.999,00	$ 25.373,13	$ 11.940,30
TOTAL COSTE VARIOS PRODUCCIÓN	**$ 83.068,00**	**$ 29.850,74**	**$ 16.417,91**
TOTAL BELOW THE LINE	**$ 1.033.113,00**	**$ 291.044,77**	**$ 250.746,26**
TOTAL PRODUCCIÓN GLOBAL	**$ 1.487.710,00**	**$ 570.149,25**	**$ 395.522,38**

COSTE DE DISTRIBUCIÓN Y PUBLICIDAD			
Cap. 15.- Gastos Explotación Comercial	$ 125.171,00	$ 223.880,60	$ 104.477,62
TOTAL COSTE DE DISTRIBUCIÓN	**$ 125.171,00**	**$ 223.880,60**	**$ 104.477,62**
TOTAL PELÍCULA	**$ 1.612.881,00**	**$ 794.029,85**	**$ 500.000,00**

Cuadro 4.2.11

Costes desglosados de películas chilenas (2)

Conceptos	**Fuerzas Especiales**	**La maldición**
ABOVE THE LINE (PREPRODUCCIÓN)		
Cap. 01.- Guion y Música	$ 20.888,89	$ 30.999,89
Cap. 02.- Director y Productor	$ 110.960,00	$ 220.000,00
Cap. 03.- Actores principales	$ 56.000,00	$ 33.333,33
Cap. 04.- Desarrollo	$ 3.570,00	$ 21.902,22
TOTAL ABOVE THE LINE	**$ 191.418,89**	**$ 306.235,44**
BELOW THE LINE		
COSTE FASE PRODUCCIÓN		
Cap. 05.- Equipo artístico	$ 10.000,06	$ 22.483,27
Cap. 06.- Equipo técnico	$ 117.838,27	$ 305.893,71
Cap. 07.- Escenografía, Decoración, Vestuario y Maquillaje	$ 50.452,22	$ 40.453,60
Cap. 08.- Maquinaria y rodaje	$ 35.105,00	$ 93.177,41
Cap. 09.- Localizaciones	$ 8.000,00	$ 16.400,00
Cap. 10.- Viajes, Dietas, Alojamiento y Transporte	$ 38.929,68	$ 127.689,60
Cap. 11.- Otros gastos	$ 12.084,78	$ 9.324,00
TOTAL FASE PRODUCCIÓN	**$ 272.410,01**	**$ 615.421,59**
COSTE FASE POSTPRODUCCIÓN		
Cap. 12.- Alquiler de espacios, Material y Música	$ 92.222,45	$ 218.438,43
TOTAL FASE POSTPRODUCIÓN	**$ 92.222,45**	**$ 218.438,43**
COSTE VARIOS PRODUCCIÓN		
Cap. 13.- Seguros, Financieros, Legales y Otros	$ 8.912,00	$ 14.135,00
Cap. 14.- Gastos Generales	$ 26.966,40	$ 41.164,00
TOTAL COSTE VARIOS PRODUCCIÓN	**$ 35.878,40**	**$ 55.299,00**
TOTAL BELOW THE LINE	**$ 400.510,86**	**$ 889.159,02**
TOTAL PRODUCCIÓN GLOBAL	**$ 591.929,75**	**$ 1.195.394,46**
COSTE DE DISTRIBUCIÓN Y PUBLICIDAD		
Cap. 15.- Gastos Explotación Comercial	$ 16.469,60	$ 3.333,33
TOTAL COSTE DE DISTRIBUCIÓN	**$ 16.469,60**	**$ 3.333,33**
TOTAL PELÍCULA	**$ 608.399,35**	**$ 1.198.727,79**

Las fases de Preproducción y Producción soportan el peso presupuestario más elevado de las películas (cuadro 4.2.12). En la muestra conjunta estos conceptos suponen el 72,7% del total. En cada obra se registran los siguientes porcentajes:

- *La memoria del agua*: 77,8%
- *El Club*: 58,6%
- *Héroes*: 63,9%
- *Fuerzas Especiales 2*: 76,2%
- *La Maldición*: 76,9%

egeda

Cuadro 4.2.12

Costes por fases de producción de las películas chilenas

Fase	La memoria del agua	El Club	Héroes	Fuerzas Especiales 2	La Maldición
Preproducción	$ 454.597,00	$279.104,48	$144.776,12	$ 191.418,89	$ 306.235,44
Producción	$ 799.840,00	$186.567,16	$174.626,86	$ 272.410,01	$ 615.421,59
Postproducción	$ 150.205,00	$ 74.626,87	$ 59.701,49	$ 92.222,45	$ 218.438,43
Varios Producción	$ 83.068,00	$ 29.850,74	$ 16.417,91	$ 35.878,40	$ 55.299,00
Distribución	$ 125.171,00	$223.880,60	$104.477,62	$ 16.469,60	$ 3.333,33
Total	**$ 1.612.881,00**	**$794.029,85**	**$500.000,00**	**$ 608.399,35**	**$1.198.727,79**

La fase de Distribución y Publicidad de la muestra conjunta de las películas chilenas representa el 14,7%. El peso de esta fase en cada película es el siguiente (cuadro 4.2.13):

- *La memoria del agua*: 7,8%
- *El Club*: 28,2%
- *Héroes*: 20,9%
- *Fuerzas Especiales 2*: 2,7%
- *La Maldición*: 0,3%

Cuadro 4.2.13

Peso de cada fase de producción de las películas chilenas (%)

Fase	La memoria del agua	El Club	Héroes	Fuerzas Especiales 2	La Maldición
Fase Preproducción	28,2	35,2	29,0	31,5	25,5
Fase Producción	49,6	23,5	34,9	44,8	51,3
Fase Postproducción	9,3	9,4	11,9	15,2	18,2
Varios Producción	5,2	3,8	3,3	5,9	4,6
Fase Distribución	7,8	28,2	20,9	2,7	0,3

Cuadro 4.2.14

Datos acumulados por las películas chilenas

Fase	Coste	%
Fase Preproducción	$ 1.376.131,93	29,2
Fase Producción	$ 2.048.865,62	43,5
Fase Postproducción	$ 595.194,24	12,6
Varios Producción	$ 220.514,05	4,7
Fase Distribución	$ 473.332,15	10,0
Total	**$ 4.714.037,99**	

Fichas de obras

LA MEMORIA DEL AGUA	
Género	Ficción. Drama.
Productora	Ceneca Producciones, Potenza producciones, Sudestada Cine
Distribuidora	BF Distribution
Dirección	Matías Bize

Interpretes	Elena Anaya, Benjamín Vicuña, Néstor Cantillana
Nacionalidad	Chile (51%), España (29%), Argentina (20%)
Fecha de Estreno	Chile - 27/08/2015, Argentina - 05/11/2015
Nº Espectadores	Chile - 87.509, Argentina – 10.447
Recaudación	Chile - $363.845, Argentina - $53.125

Trayectoria

Mejor Director - Festival de Cine Iberoamericano de Huelva - Ganador
Mejor Película - Festival de Cine Iberoamericano de Huelva - Nominada
Mejor Actriz - Festival Internacional de Cine de Santiago de Chile - Ganadora
Premio Venice Days - Festival Internacional de Cine de Venecia - Nominada
Mejor Película Lationamericana - Premio José María Forqué España - Nominada
Mejor Actriz - Premios PLATINO del Cine Iberoamericano – Nominada
Mejor Fotografía - Premios PLATINO del Cine Iberoamericano - Nominada

EL CLUB

Género	Ficción. Drama.
Productora	Fábula Producciones
Distribuidora	Independiente
Dirección	Pablo Larraín
Interpretes	Alfredo Castro, Roberto Farías, Antonia Zegers
Nacionalidad	Chile
Fecha de Estreno	28/05/2015
Nº Espectadores	45.118
Recaudación	$234.879,70

Trayectoria

Mejor Película Extranjera - Globos de Oro – Nominada
Mejor Película - Festival Internacional de Cine de Berlín – Nominada
Gran Premio del Jurado - Festival Internacional de Cine de Berlín - Ganadora
Premio Horizontes - Festival Internacional de Cine San Sebastián - Nominada
Mejor Película - Festival Internacional de Cine de La Habana - Ganadora
Mejor Película - Premio Iberoamericano de Cine Fénix – Ganadora
Mejor Director - Premio Iberoamericano de Cine Fénix – Ganador
Mejor Actor - Premio Iberoamericano de Cine Fénix – Ganador
Mejor Actriz - Premio Iberoamericano de Cine Fénix – Nominada
Mejor Guion - Premio Iberoamericano de Cine Fénix - Ganador
Mejor Película - Festival Internacional de Cine del Mar de Plata - Nominada
Mejor Actor - Festival Internacional de Cine del Mar de Plata - Ganador
Mejor Guión - Festival Internacional de Cine del Mar de Plata - Ganador
Mejor Película - Festival Internacional de Cine de Chicago - Nominada
Mejor Director - Festival Internacional de Cine de Chicago - Ganador
Mejor Guión - Festival Internacional de Cine de Chicago - Ganador
Mejor Película - Festival Iberoamericano de Cine de Ceará (Brasil) - Ganadora
Mejor Actor - Festival Iberoamericano de Cine de Ceará (Brasil) - Ganador
Mejor Guión - Festival Iberoamericano de Cine de Ceará (Brasil) - Ganador
Mejor Película - Austin Fantastic Fest - Ganadora
Premio del Público - Festival Internacional de Cine de Helsinki - Ganador
Mejor Película - Festival Internacional de Cine de Gent (Bélgica) - Nominada
Gran Premio del Jurado - Festival Cine de Filadelfia - Nominada
Mejor Película - Festival de Cine de Lima – Ganadora (APRECI)

Mejor Película Latinoamericana - Premios José María Forqué - Ganadora
Mejor Actor - Premios Caleuche - Nominado
Mejor Actor de Reparto - Premios Caleuche - Ganador
Mejor Actriz de Reparto - Premio Caleuche - Ganadora
Mejor Película Iberoamericana de Ficción Premios PLATINO - Nominada
Mejor Director Premios PLATINO del Cine Iberoamericano - Nominado
Mejor Guión Premios PLATINO del Cine Iberoamericano - Ganadora
Mejor Actor Premios PLATINO del Cine Iberoamericano - Nominado
Mejor Fotografía Premios PLATINO del Cine Iberoamericano - Nominado

HÉROES	
Género	Ficción. Comedia.
Productora	Fábula Producciones
Distribuidora	Fox
Dirección	Esteban Vidal
Interpretes	Fabrizio Copano, Juanita Ringeling, Fernando Alarcón
Nacionalidad	Chile
Fecha de Estreno	08/01/2015
Nº Espectadores	49.751
Recaudación	$210.930,00

FUERZAS ESPECIALES 2	
Género	Ficción. Comedia.
Productora	Sobras Producciones, Piratas Films
Distribuidora	BF Distribution
Dirección	Ernesto Díaz
Interpretes	Loreto Aravena, María Paz Jorquiera, Ariel Levy
Nacionalidad	Chile
Fecha de Estreno	22/10/2015
Nº Espectadores	69.546
Recaudación	$279.606,00

LA MALDICIÓN	
Género	Ficción. Terror.
Productora	Sobras Producciones, Highland Film Group
Distribuidora	Independiente
Dirección	Guillermo Amoedo
Interpretes	Ariel Levy, Lorena Izzo, Aaron Burns
Nacionalidad	Chile
Fecha de Estreno	13/08/2015
Nº Espectadores	10.233
Recaudación	$50.142,00

COLOMBIA

Las dos producciones colombianas analizadas tienen un coste conjunto de dos millones de dólares (cuadro 4.2.15): *El abrazo de la serpiente* (1,5 millones) y *Güelcom tu Colombia* (medio millón).

El abrazo de la serpiente tiene una dilatada trayectoria internacional siendo nominada a los Óscar y a los Independent Spirit Awards y ganadora en los Premios Fénix (Dirección y Fotografía), Premios Ariel (Mejor Película Iberoamericana) Premios José María Forqué (Mejor Película Latinoamericana) y en los Premios PLATINO (Mejor Película, Dirección, Música Original, Dirección de Arte, Montaje, Fotografía y Sonido)

En festivales también ha recibido innumerables premios: Cannes (Premio Art Cinema), Odessa (Premio del Jurado), Munich (Mejor Película Internacional), Lima (Mejor Película), Mar del Plata (Mejor Película), Pacific Meridian (Premio del Jurado), Hamptons (Mejor Narrativa), La India (Mejor Película), Costa Rica (Mejor Película Internacional), Sundance (Premio Alfred P. Sloan) y Rotterdam (Premio Hubert Bals Fund).

Cuadro 4.2.15

Costes desglosados de las películas colombianas

COSTES DE PRODUCCIÓN	GÜELCOM TU COLOMBIA	EL ABRAZO DE LA SERPIENTE
ABOVE THE LINE (PREPRODUCCIÓN)		
Cap. 01.- Guion y Música	$ 22.758,00	$ 30.075,19
Cap. 02.- Director y Productor	$ 34.137,00	$ 119.656,14
Cap. 03.- Actores principales	$ 22.758,00	$ 61.754,33
Cap. 04.- Desarrollo	$ 11.379,00	$ 8.451,13
TOTAL ABOVE THE LINE	**$ 91.032,00**	**$ 219.936,79**
BELOW THE LINE		
COSTE FASE PRODUCCIÓN		
Cap .05.- Equipo artístico	$ 22.758,00	$ 12.385,96
Cap. 06.- Equipo técnico	$ 28.448,00	$ 160.742,69
Cap. 07.- Escenografía, Decoración, Vestuario y Maquillaje	$ 45.517,00	$ 86.295,85
Cap. 08.- Maquinaria y rodaje	$ 51.206,00	$ 114.130,73
Cap. 09.- Localizaciones	$ 22.758,00	$ 52.045,11
Cap. 10.- Viajes, Dietas, Alojamiento y Transporte	$ 62.585,00	$ 141.682,96
Cap. 11.- Otros gastos	$ 17.069,00	$ 104.854,99
TOTAL FASE PRODUCCIÓN	**$ 250.341,00**	**$ 672.138,29**
COSTE FASE POST PRODUCCIÓN		
Cap. 12.- Alquiler de espacios, Material y Música	**$ 34.137,00**	**$ 251.646,82**
TOTAL FASE POSTPRODUCIÓN	**$ 34.137,00**	**$ 251.646,82**
COSTE VARIOS PRODUCCIÓN		
Cap. 13.- Seguros, Financieros, Legales y Otros	$ 45.517,00	$ 17.152,88
Cap. 14.- Gastos Generales	$ 34.137,00	$ 53.375,78
TOTAL COSTE VARIOS PRODUCCIÓN	**$ 79.654,00**	**$ 70.528,66**
TOTAL BELOW THE LINE	**$ 364.132,00**	**$ 994.313,77**
TOTAL PRODUCCIÓN GLOBAL	**$ 455.164,00**	**$ 1.214.250,56**

egeda

COSTE DE DISTRIBUCIÓN Y PUBLICIDAD				
Cap. 15.- Gastos Explotación Comercial	$	45.517,00	$	363.859,65
TOTAL COSTE DE DISTRIBUCIÓN	**$**	**45.517,00**	**$**	**363.859,65**
TOTAL PELÍCULAS	**$**	**500.681,00**	**$**	**1.578.110,21**

Las fases de Preproducción y Producción soportan el peso presupuestario más elevado en las películas colombianas (cuadro 4.2.16). En la muestra conjunta ambos conceptos suponen casi un 59,3% del total. En cada obra se registran los siguientes porcentajes:

- *Güelcom tu Colombia*: 68,2%
- *El abrazo de la serpiente*: 56,5%

Cuadro 4.2.16

Costes por fases de producción de las películas colombianas

Fase	Güelcom tu Colombia		El abrazo de la serpiente	
Preproducción	$	91.032,00	$	219.936,79
Producción	$	250.341,00	$	672.138,29
Postproducción	$	34.137,00	$	251.646,82
Varios Producción	$	79.654,00	$	70.528,66
Distribución	$	45.517,00	$	363.859,65
Total	**$**	**500.681,00**	**$**	**1.578.110,21**

La fase de Distribución y Publicidad de la muestra conjunta de las películas colombianas representa el 19,7%. El peso de esta fase en cada película es el siguiente (cuadro 4.2.17):

- *Güelcom tu Colombia*: 9,1%
- *El abrazo de la serpiente*: 23,1%

Cuadro 4.2.17

Peso de cada fase de producción de las películas colombianas (%)

Fase	Güelcom tu Colombia	El abrazo de la serpiente
Preproducción	18,2	13,9
Producción	50,0	42,6
Postproducción	6,8	15,9
Varios Producción	15,9	4,5
Distribución	9,1	23,1

Cuadro 4.2.17

Datos acumulados por la muestra de películas colombianas

Fase	Coste		%
Preproducción	$	310.968,79	15,0
Producción	$	922.479,29	44,4
Postproducción	$	285.783,82	13,7
Varios Producción	$	150.182,66	7,2
Distribución	$	409.376,65	19,7
Total	**$**	**2.078.791,21**	

Fichas de obras

GÜELCOM TU COLOMBIA	
Género	Ficción. Comedia.
Productora	Güelcom tu Colombia
Distribuidora	Diamond Films
Dirección	Ricardo Coral-Dorado
Interpretes	Hassam, Alexandra Restrepo, Tatiana Estefanía Leiva
Nacionalidad	Colombia
Fecha de Estreno	24/09/2015
Nº Espectadores	301.990
Recaudación	$657.353,67

EL ABRAZO DE LA SERPIENTE	
Género	Ficción. Acción.
Productoras	Dago Producciones, Ciudad Lunar Producciones, Caracol Cine, Buffalo Films
Distribuidora	Cinecolor
Dirección	Ciro Guerra
Intérpretes	Antonio Bolívar, Nilbio Torres,Yauenkü Miguee
Nacionalidad	Colombia
Fecha de Estreno	21/05/2015
Nº Espectadores	115.225
Recaudación	$399.636,07

Trayectoria Internacional

Premio Art Cinema Award - Festival de Cannes - Ganadora
Mejor Película Internacional - Independent Spirits Awards - Nominada
Mejor Película - Festival Internacional de Cine de Ereván - Ganadora
Golden Duke - Festival de Cine de Odessa - Nominada
Premio Especial del Jurado - Festival de Cine de Odessa - Ganadora
Mejor Película Internacional - Festival de Cine de Munich - Ganadora
Mejor Película - Festival de Cine de Lima - Ganadora
Mención Especial del Jurado - Festival de Cine de Lima - Ganadora
Mejor Película Latinoamericana - Festival Internacional de Cine de San Sebastián - Nominada
Premio Especial del Jurado - Festival de Cine Internacional Pacific Meridian - Ganadora
Mejor Narrativa - Festival de Cine Internacional de Hamptons - Ganadora
Mejor Película - Festival de Milwaukee - Nominada
Mejor Película - Festival Internacional de Cine de Mar del Plata - Ganadora
Mejor Largometraje de Ficción - Premios Fénix - Nominada
Mejor Dirección - Premios Fénix - Ganadora
Mejor Fotografía - Premios Fénix - Ganadora
Mejor Diseño de Arte - Premios Fénix - Ganadora
Mejor Diseño de Vestuario - Premios Fénix - Nominada
Mejor Diseño Música - Premios Fénix - Ganadora
Mejor Diseño de Sonido - Premios Fénix - Ganadora
Mejor Película - Festival de Cine Internacional de La India - Ganadora

Mejor Película - Festival de Cine Internacional de Costa Rica - Ganadora
Premio Cine Alfred Sloan - Festival de Cine de Sundance - Ganadora
Premio Hubert Bals Fund Dioraphte - Festival Internacional de Cine de Rotterdam - Ganadora
Mejor Película Latinoamericana - Premio Cinematográfico José María Forqué - Nominada
Mejor Película Iberoamericana - Premios Ariel - Ganadora
Mejor Película de Habla no Inglesa - Premios Óscar - Nominada
Mejor Película Iberoamericana de Ficción - Premios PLATINO - Ganadora
Mejor Dirección - Premios PLATINO - Ganadora
Mejor Guión - Premios PLATINO - Nominada
Mejor Música Original - Premios PLATINO - Ganadora
Mejor Dirección de Montaje - Premios PLATINO - Ganadora
Mejor Dirección de Arte - Premios PLATINO - Ganadora
Mejor Dirección de Fotografía - Premios PLATINO - Ganadora
Mejor Dirección de Sonido - Premios PLATINO - Ganadora

ESPAÑA

La muestra de películas españolas es la más numerosa en el estudio y además suman el importe conjunto de costes más elevado (37,6 millones de dólares). Los presupuestos mayores corresponden a *Palmeras en la nieve*, con casi 12 millones de dólares, y a *Ocho apellidos catalanes*, con siete millones. El presupuesto más pequeño pertenece a *El Desconocido* con un coste de 3,6 millones de dólares (cuadros 4.2.18 y 4.2.19).

Las dos películas con un palmarés de nominaciones y premios más extenso son *Palmeras en la nieve* y *El desconocido*. Ambas han participado, fundamentalmente, en los diferentes premios nacionales de la industria cinematográfica. La primera fue nominada en los Premios Goya (Ganadora Mejor Dirección Artística y Mejor Canción Original), Premios Feroz, Premios Gaudí, Premios Círculo de Escritores de Cine y Premios Fotograma (Ganadora por el Mejor Actor y por la Mejor Película de los Lectores).

El desconocido tiene una trayectoria similar a la anterior pero acumula un mayor número de nominaciones. También participó en los Premios Goya (Ganadora al Mejor Montaje y al Mejor Sonido), Premios Feroz, Premios Círculo de Escritores de Cine (Ganador Mejor Director Revelación) y Premios José María Forqué. En todos ellos la nominación común ha sido para el Mejor Actor Protagonista.

Cuadro 4.2.18

Costes desglosados de películas españolas (1)

Concepto	8 APELLIDOS CATALANES	PERDIENDO EL NORTE	AHORA O NUNCA
ABOVE THE LINE			
Cap. 01.- Guion y musica	$ 314.210,00	$ 133.364,00	$ 24.573,00
Cap. 02.- Director y productor	$ -	$ 252.219,00	$ 220.692,00
Cap. 03.- Actores principales	$ 851.167,00	$ 374.374,00	$ 584.035,00
Cap. 04.- Desarrollo	$ -	$ -	$ -
TOTAL ABOVE THE LINE	**$ 1.165.377,00**	**$ 759.957,00**	**$ 829.300,00**
BELOW THE LINE			
COSTE FASE PRODUCCIÓN			
Cap.05.- Equipo artistico	$ 851.167,00	$ 374.374,00	$ 584.035,00
Cap.06.- Equipo tecnico	$ 1.266.646,00	$ 720.995,00	$ 759.082,00
Cap.07.- Escenografia,decoración, vestuario y maquillaje	$ 463.165,00	$ 189.924,00	$ 276.730,00
Cap.08.- Maquinaria y rodaje	$ 435.774,00	$ 133.022,00	$ 156.331,00
Cap.09.- Localizaciones	$ -	$ 14.679,00	$ 10.241,00
Cap.10.- Viajes, dietas, alojamiento y transporte	$ 364.570,00	$ 409.547,00	$ 239.593,00
Cap.11.- Otros gastos	$ -	$ 197.150,00	$ 46.379,00
TOTAL FASE PRODUCCIÓN	**$ 3.381.322,00**	**$ 2.039.691,00**	**$ 2.072.391,00**
COSTE FASE POST PRODUCCIÓN			
Cap.12.- Alquiler de espacios, material y musica	$ 132.396,00	$ 119.464,00	$ 91.375,00
TOTAL FASE POSTPRODUCIÓN	**$ 132.396,00**	**$ 119.464,00**	**$ 91.375,00**
COSTE VARIOS PRODUCCIÓN			
Cap.13.- Seguros, financieros, legales y otros	$ 346.558,00	$ 232.704,00	$ 446.719,00
Cap.14.- Gastos generales	$ 315.039,00	$ 129.324,00	$ 136.550,00
TOTAL COSTE VARIOS PRODUCCIÓN	**$ 661.597,00**	**$ 362.028,00**	**$ 583.269,00**

egeda

TOTAL BELOW THE LINE	**$ 4.175.315,00**	**$ 2.521.183,00**	**$ 2.747.035,00**
TOTAL PRODUCCIÓN GLOBAL	**$ 5.340.692,00**	**$ 3.281.140,00**	**$ 3.576.335,00**
COSTE DE DISTRIBUCIÓN Y PUBLICIDAD			
Cap.15.- Gastos explotacion comercial	$ 1.665.378,00	$ 1.260.810,00	$ 1.137.915,00
TOTAL COSTE DE DISTRIBUCIÓN	**$ 1.665.378,00**	**$ 1.260.810,00**	**$ 1.137.915,00**
TOTAL PELÍCULA	**$ 7.006.070,00**	**$ 4.541.950,00**	**$ 4.714.250,00**

Cuadro 4.2.19

Costes desglosados de películas españolas (2)

Concepto	PALMERAS EN LA NIEVE	EL DESCONOCIDO	EXTINCTION
ABOVE THE LINE			
Cap. 01.- Guion y musica	$ 320.892,00	$ 159.308,00	$ 160.065,00
Cap. 02.- Director y productor	$ 170.687,00	$ 252.566,00	$ 280.551,00
Cap. 03.- Actores principales	$ 618.432,00	$ -	$ 405.283,00
Cap. 04.- Desarrollo	$ 193.446,00	$ -	$ 52.434,00
TOTAL ABOVE THE LINE	**$ 1.303.457,00**	**$ 411.874,00**	**$ 898.333,00**
BELOW THE LINE			
COSTE FASE PRODUCCIÓN			
Cap.05.-Equipo artistico	$ 618.432,00	$ 484.156,00	$ 44.060,00
Cap.06.- Equipo tecnico	$ 4.362.051,00	$ 797.975,00	$ 831.432,00
Cap.07.- Escenografia,decoración, vestuario y maquillaje	$ 1.730.492,00	$ 256.259,00	$ 1.051.875,00
Cap.08.- Maquinaria y rodaje	$ -	$ 309.701,00	$ 332.847,00
Cap.09.- Localizaciones	$ 1.018.375,00	$ -	$ 32.787,00
Cap.10.- Viajes, dietas, alojamiento y transporte	$ 662.932,00	$ 188.780,00	$ 462.131,00
Cap.11.- Otros gastos	$ -	$ -	$ 69.267,00
TOTAL FASE PRODUCCIÓN	**$ 8.392.282,00**	**$ 2.036.871,00**	**$ 2.824.399,00**
COSTE FASE POST PRODUCCIÓN			
Cap.12.- Alquiler de espacios, material y musica	$ 435.851,00	$ 154.565,00	$ 607.998,00
TOTAL FASE POSTPRODUCIÓN	**$ 435.851,00**	**$ 154.565,00**	**$ 607.998,00**
COSTE VARIOS PRODUCCIÓN			
Cap.13.- Seguros, financieros, legales y otros	$ 665.168,00	$ 175.808,00	$ 659.745,00
Cap.14.- Gastos generales	$ -	$ -	$ 55.257,00
TOTAL COSTE VARIOS PRODUCCIÓN	**$ 665.168,00**	**$ 175.808,00**	**$ 715.002,00**
TOTAL BELOW THE LINE	**$ 9.493.301,00**	**$ 2.367.244,00**	**$ 4.147.399,00**
TOTAL PRODUCCIÓN GLOBAL	**$ 10.796.758,00**	**$ 2.779.118,00**	**$ 5.045.732,00**
COSTE DE DISTRIBUCIÓN Y PUBLICIDAD			
Cap.15.- Gastos explotacion comercial	$ 1.137.915,00	$ 910.332,00	$ 687.588,00
TOTAL COSTE DE DISTRIBUCIÓN	**$ 1.137.915,00**	**$ 910.332,00**	**$ 687.588,00**
TOTAL PELÍCULA	**$ 11.934.673,00**	**$ 3.689.450,00**	**$ 5.733.320,00**

Las fases de Preproducción y Producción soportan el peso presupuestario más elevado de las películas analizadas. En la muestra conjunta estos conceptos suponen el 69,4% del total. La muestra es muy homogénea en ambos concepto con un rango porcentual situado entre 61 y 66%, salvo en el caso de *Palmeras en la nieve* que es bastante más elevado por los costes del equipo técnico. En cada obra se registran los siguientes porcentajes:

- *8 apellidos catalanes*: 64,9%
- *Perdiendo el Norte*: 61,6%
- *Ahora o nunca*: 61,6%
- *Palmeras en la nieve*: 81,2%

- *El desconocido*: 66,4%
- *Extinction*: 64,9%

Cuadro 4.2.20

Costes por fases de producción de las películas españolas (1)

Fase	8 apellidos catalanes	Perdiendo el Norte	Ahora o nunca
Preproducción	$ 1.165.377,00	$ 759.957,00	$ 829.300,00
Producción	$ 3.381.322,00	$ 2.039.691,00	$ 2.072.391,00
Postproducción	$ 132.396,00	$ 119.464,00	$ 91.375,00
Varios Producción	$ 661.597,00	$ 362.028,00	$ 583.269,00
Distribución	$ 1.665.378,00	$ 1.260.810,00	$ 1.137.915,00
Total	**$ 7.006.070,00**	**$ 4.541.950,00**	**$ 4.714.250,00**

Cuadro 4.2.21

Costes por fases de producción de las películas españolas (2)

Fase	Palmeras en la nieve	El desconocido	Extinction
Preproducción	$ 1.303.457,00	$ 411.874,00	$ 898.333,00
Producción	$ 8.392.282,00	$ 2.036.871,00	$ 2.824.399,00
Postproducción	$ 435.851,00	$ 154.565,00	$ 607.998,00
Varios Producción	$ 665.168,00	$ 175.808,00	$ 715.002,00
Distribución	$ 1.137.915,00	$ 910.332,00	$ 687.588,00
Total	**$ 11.934.673,00**	**$ 3.689.450,00**	**$ 5.733.320,00**

La fase de Distribución y Publicidad de la muestra conjunta de las películas españolas representa el 18,1%. El peso de esta fase en cada película es el siguiente (cuadro 4.2.22 y cuadro 4.2.23):

- *8 apellidos catalanes*: 23,8%
- *Perdiendo el Norte*: 27,8%
- *Ahora o nunca*: 24,1%
- *Palmeras en la nieve*: 9,5%
- *El desconocido*: 24,7%
- *Extinction*: 12,0%

Cuadro 4.2.22

Peso de cada fase de producción de las películas españolas 1 (%)

Fase	8 apellidos catalanes	Perdiendo el Norte	Ahora o nunca
Preproducción	16,6	16,7	17,6
Producción	48,3	44,9	44,0
Postproducción	1,9	2,6	1,9
Varios Producción	9,4	8,0	12,4
Distribución	23,8	27,8	24,1

egeda

Cuadro 4.2.23

Peso de cada fase de producción de las películas españolas 2 (%)

Fase	Palmeras en la nieve	El desconocido	Extinction
Preproducción	10,9	11,2	15,7
Producción	70,3	55,2	49,3
Postproducción	3,7	4,2	10,6
Varios Producción	5,6	4,8	12,5
Distribución	9,5	24,7	12,0

Fichas de obras

OCHO APELLIDOS CATALANES	
Género	Ficción. Comedia.
Productora	Telecinco Cinema SA
Distribuidora	Universal
Dirección	Emilio Martinez Lázaro
Interpretes	Dani Rovira, Clara lago, Carmen Machi
Nacionalidad	España
Fecha de Estreno	20/11/2015
Nº Espectadores	5.134.311
Recaudación	$35.623.889,00
Trayectoria	
Mejor Actor Revelación - Premios Unión Actores - Nominación	
Mejor Actor Cine -Premios Fotogramas Plata - Nominación	
Mejor Película del Público - Premios Fotogramas Plata - Nominación	

PERDIENDO EL NORTE	
Género	Ficción. Comedia.
Productora	Telefonica Studios, Atresmedia Cine, Aparte Films
Distribuidora	Warner Bros
Dirección	Nacho G. Velilla
Interpretes	Yon González, Julián López, Blanca Suarez
Nacionalidad	España
Fecha de Estreno	06/03/2015
Nº Espectadores	1.632.499
Recaudación	$11.538.769,00

AHORA O NUNCA	
Género	Ficción. Comedia.
Productora	Atresmedia Cine, Zeta Cinema
Distribuidora	Sony Pictures
Dirección	María Ripoll
Interpretes	Dani Rovira, María Valverde, Clara Lago

Nacionalidad	España
Fecha de Estreno	19/06/2015
Nº Espectadores	1.419.820
Recaudación	$9.370.800,00

PALMERAS EN LA NIEVE	
Género	Ficción. Drama.
Productora	Nostromo Pictures, Telefonica Studios, Atresmedia Cine
Distribuidora	Warner Bros
Dirección	Fernando González Molina
Interpretes	Mario Casas, Adriana Ugarte, Macarena García
Nacionalidad	España
Fecha de Estreno	25/12/2015
Nº Espectadores	2.635.924
Recaudación	$18.788.971,00

Trayectoria
Mejor Dirección Artística - Premios Goya - Ganador
Mejor Dirección de Producción - Premios Goya - Nominado
Mejor Canción Original - Premios Goya - Ganador
Mejor Diseño de Vestuario - Premios Goya - Nominado
Mejor Maquillaje y Peluquería - Premios Goya - Nominado
Mejor Música Original - Premios Feroz - Nominado
Mejor Guión Adaptado - Premios Circulo Escritores Cine - Nominado
Mejor Fotografía - Premios Circulo Escritores Cine - Nominado
Mejores Efectos Visuales - Premios Gaudí - Nominado
Mejor Fotografía - Premios Gaudí - Nominado
Mejor Vestuario - Premios Gaudí - Nominado
Mejor Actor Cine - Premios Fotograma Plata - Ganador
Mejor Película de los Lectores - Premios Fotograma Plata - Ganador

EL DESCONOCIDO	
Género	Ficción. Thriller.
Productora	Atresmedia Cine, Vaca Film Studio
Distribuidora	Warner Bros
Dirección	Dani de la Torre
Interpretes	Luis Tosar, Javier Gutierrez, Goya Toledo
Nacionalidad	España
Fecha de Estreno	25/09/2015
Nº Espectadores	476.068
Recaudación	$3.292.670,70

Trayectoria
Mejor Director Novel - Premios Goya - Nominado
Mejor Actor Protagonista - Premios Goya - Nominado
Mejor Actriz Reparto - Premios Goya - Nominada

Mejor Guión Original - Premios Goya - Nominado
Mejor Montaje - Premios Goya - Ganador
Mejor Dirección Producción - Premios Goya - Nominada
Mejor Sonido - Premios Goya - Ganador
Mejores Efectos Especiales - Premios Goya - Nominado
Mejores Director Novel - Premios Feroz - Nominado
Mejor Actor Protagonista - Premios Feroz - Nominado
Mejores Actor Reparto - Premios Feroz - Nominado
Mejor Actriz Reparto - Premios Feroz - Nominado
Mejor Película - Premios Circulo Escritores Cine - Nominada
Mejor Actor - Premios Circulo Escritores Cine - Nominado
Mejor Actriz Secundaria - Premios Circulo Escritores Cine - Nominada
Mejor Guión Original - Premios Circulo Escritores Cine - Nominado
Mejor Montaje - Premios Circulo Escritores Cine - Ganador
Mejor Director Revelación - Premios Circulo Escritores Cine - Ganador
Mejor Actriz Revelación - Premios Circulo Escritores Cine - Nominado
Mejor Interpretación Masculina - Premios Forqué - Nominado

EXTINCTION	
Género	Ciencia Ficción. Thriller.
Productora	Vaca Films, Telefónica Studios, Ombra Films, Laokoon Cinema, La Ferme Productions
Distribuidora	Sony Pictures
Dirección	Miguel Ángel Vivas
Interpretes	Matthew Fox, Jeffrey Donovan, Clara Lago
Nacionalidad	España, Francia, USA
Fecha de Estreno	14/08/2015
Nº Espectadores	349.190
Recaudación	$2.288.117,00

URUGUAY

La muestra de películas uruguayas solo cuenta con una producción, *Mi amiga del parque*, realizada en coproducción con Argentina y con un presupuesto próximo a los 900.000 dólares (cuadro 4.2.24).

La trayectoria promocional y palmarés de esta película es bastante reconocible puesto que fue nominada en diferentes categorías en los Premios Sur y Premios Cóndor de Argentina, así como resultar ganadora en la categoría de Mejor Guion en el Festival de Sundance y en el Premio a la Mejor Película Latinoamericana del Festival de Málaga. Además cuenta con exhibiciones especiales en el Festival de Punta de Este y en el Festival de Munich.

Cuadro 4.2.24

Costes desglosados de una película uruguaya

Concepto	MI AMIGA DEL PARQUE	
ABOVE THE LINE		
Cap. 01.- Guion y Música	$	30.347,93
Cap. 02.- Director y Productor	$	135.285,33
Cap. 03.- Actores principales	$	43.084,30
Cap. 04.- Desarrollo	$	6.713,33
TOTAL ABOVE THE LINE	**$**	**215.430,89**
BELOW THE LINE		
COSTE FASE PRODUCCIÓN		
Cap .05.- Equipo artístico	$	14.566,67
Cap. 06.- Equipo técnico	$	110.877,93
Cap. 07.- Escenografía, Decoración, Vestuario y Maquillaje	$	38.032,53
Cap. 08.- Maquinaria y rodaje	$	103.614,73
Cap. 09.- Localizaciones	$	19.648,01
Cap. 10.- Viajes, Dietas, Alojamiento y Transporte	$	87.675,02
Cap. 11.- Otros gastos	$	37.953,34
TOTAL FASE PRODUCCIÓN	**$**	**412.368,23**
COSTE FASE POST PRODUCCIÓN		
Cap. 12.- Alquiler de espacios, Material y Música	$	48.679,43
TOTAL FASE POSTPRODUCIÓN	**$**	**48.679,43**
COSTE VARIOS PRODUCCIÓN		
Cap. 13.- Seguros, Financieros, Legales y Otros	$	44.988,29
Cap. 14.- Gastos Generales	$	110.009,57
TOTAL COSTE VARIOS PRODUCCIÓN	**$**	**154.997,86**
TOTAL BELOW THE LINE	**$**	**616.045,52**
TOTAL PRODUCCIÓN GLOBAL	**$**	**831.476,41**
COSTE DE DISTRIBUCIÓN Y PUBLICIDAD		
Cap. 15.- Gastos Explotación Comercial	$	50.545,07
TOTAL COSTE DE DISTRIBUCIÓN	**$**	**50.545,07**
TOTAL PELÍCULA	**$**	**882.021,48**

Las fases de Preproducción y Producción soportan el peso presupuestario conjunto más elevado, con respecto al resto de fases de realización de la película analizada. Este valor sitúa en el 71,2% (cuadro 4.2.25). La fase de distribución y publicidad representa, tan sólo, el 5,7%.

Cuadro 4.2.25

Costes por fases de producción

Fase	Mi amiga del parque
Preproducción	$ 215.430,89
Producción	$ 412.368,23
Postproducción	$ 48.679,43
Varios Producción	$ 154.997,86
Distribución	$ 50.545,07
Total	**$ 882.021,48**

Cuadro 4.2.26

Peso de cada fase de producción

Fase	Mi amiga del parque
Preproducción	24,4
Producción	46,8
Postproducción	5,5
Varios Producción	17,6
Distribución	5,7

Fichas de obras

MI AMIGA DEL PARQUE	
Género	Ficción. Drama
Productora	El Campo Cine, 23-24 Audiovisual, Mutante Cine, Río Rojo Contenidos
Distribuidora	Primer Plano Film
Dirección	Ana Katz
Intérpretes	Julieta Zylberberg, Dabiel Hendler, Ana Katz
Nacionalidad	Argentina / Uruguay
Fecha de Estreno	Argentina - 17/09/2015 / Uruguay 27/02/2016
Nº Espectadores	14.772
Trayectoria	
Mejor Actriz - Premios Sur - Nominada	
Mejor Actriz Reparto - Premios Sur - Nominada	
Mejor Actriz Revelación - Premios Sur - Nominada	
Mejor Guión Original - Premios Sur - Nominado	
Mejor Película - Premios Cóndor Plata - Nominada	
Mejor Director - Premios Cóndor Plata - Nominada	
Mejor Actriz - Premios Cóndor Plata - Nominada	
Mejor Actriz Reparto - Premios Cóndor Plata - Nominada	
Mejor Guion - Premios Cóndor Plata - Nominada	
Festival Internacional de Cine de Punta del Este - Exhibición Especial	
Mejor Guion - Sundance Film festival - Ganadora	
Mejor Película Latinoamericana - Festival de Cine de Málaga - Ganadora	
Festival Internacional de Munich – Exhibición especial	

CONCLUSIONES

En el capítulo de conclusiones hemos realizado un cuadro que contenga la muestra de países analizados (Argentina, Bolivia, Chile, Colombia, España y Uruguay) y las películas objeto del estudio (21).

		% S/ COSTE PRODUCCION GLOBAL						
Titulo	País	Preprod.	Prod.	Postprod.	Varios	Distrib.	TOTAL COSTE	ESPECTADORES
Sin hijos	Argentina	9,7	51,5	6,4	14,3	18,2	$ 1.012.975	710.402
Locos sueltos en el zoo	Argentina	18,2	54,0	13,9	8,7	5,2	$ 820.341	227.928
Kryptonita	Argentina	19,5	47,0	15,3	7,1	11,1	$ 496.944	102.838
Voley	Argentina	14,9	36,9	17,1	12,7	7,5	$ 728.849	112.249
Paulina	Argentina	13,4	49,3	17,1	12,7	7,5	$ 959.490	143.909
Eco del humo	Bolivia	55,9	34,9	7,8	-	1,4	$ 40.739	24
Adán y Eva Newton	Bolivia	30,5	53,3	-	14,2	2,0	$ 11.198	314
La memoria del agua	Chile	28,2	49,6	9,3	5,2	7,8	$ 1.612.881	97.956
El club	Chile	35,2	23,5	9,4	3,8	28,2	$ 794.030	89.916
Héroes	Chile	29,0	34,9	11,9	3,3	20,9	$ 500.000	49.751
Fuerzas Especiales 2	Chile	31,5	44,8	15,2	5,9	2,7	$ 608.399	69.546
La maldición	Chile	25,5	51,3	18,2	4,6	0,3	$ 1.198.728	10.233
Güelcom tu Colombia	Colombia	18,2	50,0	6,8	15,9	9,1	$ 500.681	301.990
El abrazo de la serpiente	Colombia	13,9	42,6	15,9	4,5	23,1	$ 1.578.110	203.227
Ocho apellidos catalanes	España	16,6	48,3	1,9	9,4	23,8	$ 7.006.070	5.134.311
Perdiendo el Norte	España	16,7	44,9	2,6	8,0	27,8	$ 4.541.950	1.632.499
Ahora o nunca	España	17,6	44,0	1,9	12,4	24,1	$ 4.714.250	1.419.820
Palmeras en la nieve	España	10,9	70,3	3,7	5,6	9,5	$ 11.934.673	2.635.924
El desconocido	España	11,2	55,2	4,2	4,8	24,7	$ 3.689.450	476.068
Extinction	España	15,7	49,3	10,6	12,5	12,0	$ 5.733.320	349.190
Mi amiga del parque	Uruguay	24,4	46,8	5,5	17,6	5,7	$ 882.021	14.772

· A la vista de los datos lo primero que observamos es la gran disparidad existente en los presupuestos tanto entre los diferentes países como entre las diferentes películas objeto del estudio dentro de cada país, con un rango presupuestario que va desde los 11.000 dólares (*Adán y Eva Newton* – Bolivia) hasta casi 12 millones de dólares (*Palmeras en la nieve* – España).

· Como común denominador en todas las películas de la muestra es que la partida correspondiente a Producción es la más alta de todas, con una media del 53% sobre el presupuesto total. Las únicas excepciones son *Eco del humo* (34,9%) y *El Club* (23,5%). En el extremo más alto se encuentra *Palmeras en la nieve* con un 70,3%, un presupuesto muy alto debido a la recreación de la novela de Luz Gabás, que ha necesitado contar con diferentes lugares de rodaje (España y Colombia) y la construcción de aquellos escenarios que nos permitieran transportarnos a la época colonial española.

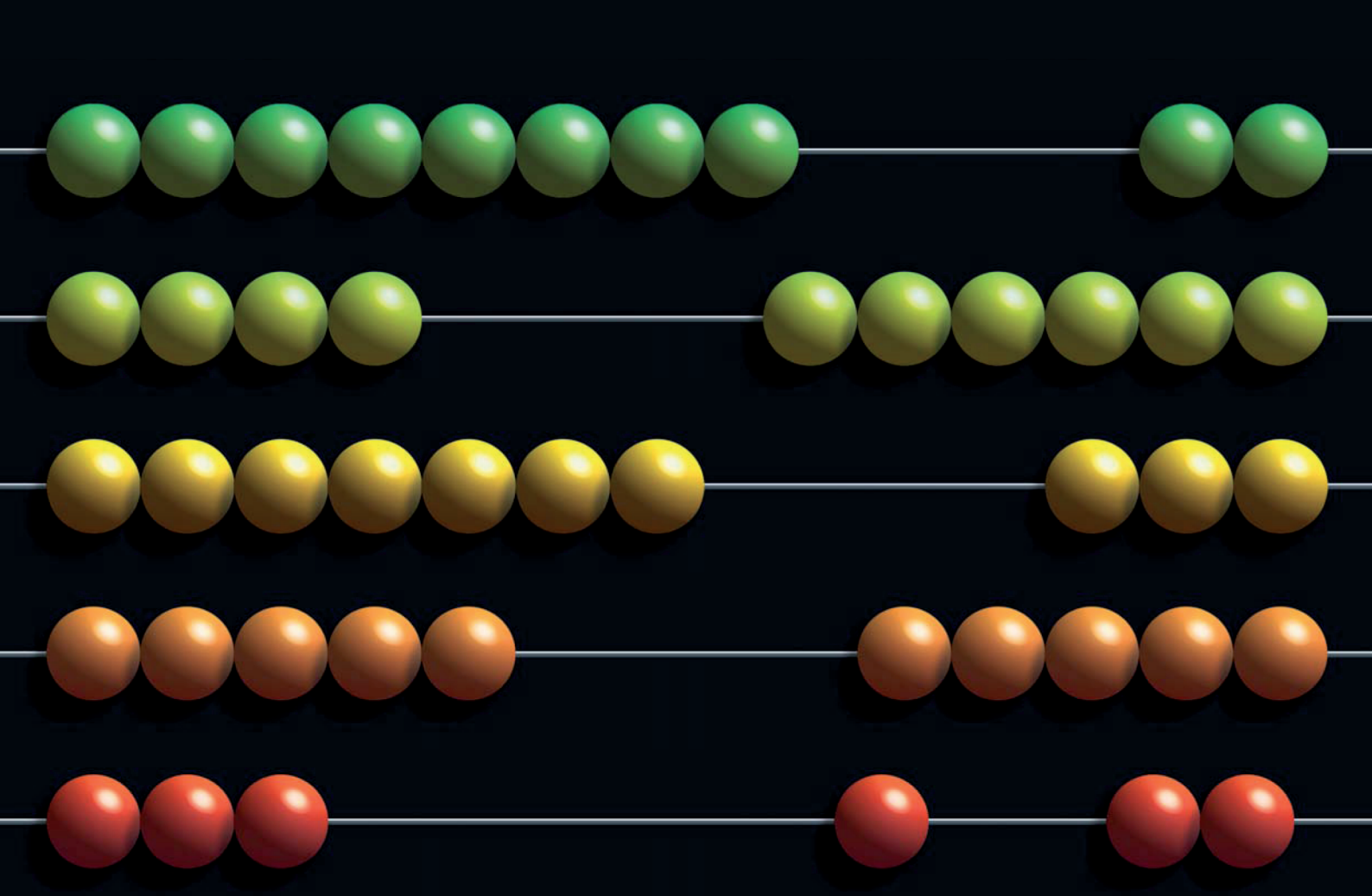
· Mientras las partidas de preproducción y producción son bastante homogéneas en cuanto al % que representan respecto al total, las otras partidas presupuestarias (Post-producción, varios y distribución) son más heterogéneas o irregulares.

· Si bien la partida de Distribución y Publicidad es importante a la hora de conseguir un mayor éxito de taquilla, no siempre se produce esta correlación (a mayor gasto en publicidad mayor recaudación en salas), como es el caso de *El Club*, que si bien tiene el mayor porcentaje dedicado a dicha partida está por debajo de la recaudación de otras películas con menor presupuesto.

· Otro dato destacable es la poca relación existente entre las nominaciones y premios obtenidos por una película y la comercialización y taquilla de la misma. Es significativo como películas con una reconocida trayectoria en festivales y premios, no han conseguido cifras en consonancia de espectadores y/o recaudación, tales son los casos de *Paulina* o *El Club*, entre otras. Y, por el contrario, películas que funcionan muy bien comercialmente, no tienen reflejo en nominaciones dentro de festivales, etc., como sucede con *Ocho apellidos catalanes, Perdiendo el norte* o *Güelcom tu Colombia*.

Si bien existen casos en los que ambos aspectos van unidos de la mano, como ocurre con *Palmeras en la nieve*, con una trayectoria de 13 premios y nominaciones y con una cifra de espectadores superior a los 2,5 millones o con *El desconocido*, con 20 y una audiencia de 476 mil personas en salas cinematográficas.

			PREMIOS		
TITULO	PAIS	ESPECTADORES	NOMINADO	PREMIADO	TRAYECTORIA
Ocho apellidos catalanes	España	5.134.311	3	-	3
Palmeras en la nieve	España	2.635.924	9	4	13
Perdiendo el Norte	España	1.632.499	-	-	-
Ahora o nunca	España	1.419.820	-	-	-
Sin hijos	Argentina	710.402	3	-	3
El desconocido	España	476.068	16	4	20
Extinction	España	349.190	-	-	-
Güelcom tu Colombia	Colombia	301.990	-	-	-
Locos sueltos en el zoo	Argentina	227.928	-	-	-
El abrazo de la serpiente	Colombia	203.227	9	25	34
Paulina	Argentina	143.909	18	9	27
Voley	Argentina	112.249	3	-	3
Kryptonita	Argentina	102.838	4	-	4
La memoria del agua	Chile	97.956	5	2	7
El club	Chile	89.916	13	19	32
Fuerzas Especiales 2	Chile	69.546	-	-	-
Héroes	Chile	49.751	-	-	-
Mi amiga del parque	Uruguay	14.772	9	2	11
La maldición	Chile	10.233	-	-	-
Adán y Eva Newton	Bolivia	314	-	-	-
Eco del humo	Bolivia	24	-	-	-



Una sociedad de servicios

egeda

Entidad de Gestión de Derechos
de los Productores Audiovisuales

Luis Buñuel, 2 - 3º. Edificio Egeda
Ciudad de la Imagen. Pozuelo de Alarcón
28223 Madrid

Teléfono: 91 512 16 10
Fax: 91 512 16 19
www.egeda.es

OPINIÓN JURÍDICA SOBRE LA RETRANSMISIÓN COMO MODALIDAD DEL DERECHO DE COMUNICACIÓN PÚBLICA EN COLOMBIA

Opinión jurídica sobre la retransmisión como modalidad del derecho de comunicación pública en Colombia

Por Fernando Zapata López

CONSIDERACIONES GENERALES

El derecho de autor, como disciplina jurídica, tiene por función la protección de las obras literarias y artísticas, cualquiera que sea su modo o forma de expresión, dotando a sus autores o titulares de capacidad de control sobre todas las formas de explotación que de ellas se haga, a través de cualquier forma de explotación conocida o por conocer, sea esta en el entorno analógico como en el entorno digital.

Tal capacidad de control se ha instrumentado en el Convenio de Berna (1886) y en el Tratado de la OMPI sobre Derecho de Autor (1996), a través de los llamados derechos de exclusiva que permiten a los autores autorizar y prohibir la utilización de las obras literarias y artísticas.

La sistemática del derecho de autor, particularmente acorde con el Convenio de Berna (172 países miembros) el cual se encuentra en vigor para Colombia desde el 7 de marzo de 1988, establece una protección dual para la protección de las obras literarias y artísticas a través de una dimensión moral y patrimonial.

Los primeros, comportan para el autor la facultad de reivindicar la paternidad de la obra, y de oponerse a cualquier deformación, mutilación u otra modificación de la misma o a cualquier atentado a la misma que cause perjuicio a su honor o a su reputación; derechos propios de la concepción jurídica continental europea -que acoge Colombia en los artículos 30 de la Ley 23 de 1982 y 11 de la Decisión Andina 351 de 199- que no están en el comercio, y, por ende, no pueden ser objeto de transacción comercial alguna.

En tanto que el conjunto de derechos o prerrogativas patrimoniales, son temporales -80 años después de la muerte del autor para el caso de Colombia-, están en el comercio y pueden ser objeto de cesión o transferencia, sean parciales o totales. Tales son: el derecho de reproducción, tanto en soporte material como digital; el derecho de comunicación pública de la obra por cualquier medio que sirva para difundir las palabras, signos, sonidos o imágenes, incluidas las nuevas formas de comunicación digital como el streaming o la que se hace a través de las diferentes plataformas que funcionan en el Internet; el derecho de distribución, y el derecho de transformación.

Las obras literarias y artísticas sobre las cuales recae la protección del Convenio de Berna, están referidas en una lista no exhaustiva, entre las cuales están comprendidas las obras cinematográficas y las expresadas por procedimiento análogo a la cinematografía.

La protección que a ellas otorga el artículo 2 del Convenio de Berna, beneficia tanto al autor como a sus derechohabientes, según mandata el numeral 6 del mismo artículo.

Pertinente, es poner de relieve, el principio cardinal que gobierna los derechos patrimoniales de autor, en el sentido de reconocer la independencia de cada una de las formas de utilización de las obras, destacando que la autorización de un autor para una forma de utilización no se extiende a las demás; luego, ha de entenderse, que la adquisición del derecho de reproducción en papel no implica –a menos que así se pacte- la adquisición del derecho de reproducción digital de la misma, ni mucho menos entender que implícitamente comprende el derecho de traducción.

De la misma manera, la autorización para radiodifundir una obra literaria o artística a través de la radiodifusión abierta no se extiende a la televisión cerrada, sea esta de pago o no; son dos modalidades de comunicación pública: radiodifusión y retransmisión, que formulan igualmente dos modelos distintos de explotación de las obras. La doctrina conoce estas modalidades de explotación, como la "utilización en cascada", en donde en cada estanco o modalidad de utilización se requiere siempre de la autorización previa y expresa del titular del derecho.

LAS OBRAS AUDIOVISUALES

Aun cuando inicialmente recibieron el nombre de obras cinematográficas y así aparecen llamadas en el estatuto que para ellas diseño especialmente la Conferencia Diplomática de Estocolmo que reviso el Convenio de Berna en 1967, hoy el derecho comparado y la doctrina, las conocen como obras audiovisuales, y se refieren a ellas como toda obra que consista en una serie de imágenes fijadas relacionadas entre sí, acompañadas o no de sonidos, susceptible de hacerse visible y, si va acompañada de sonidos, susceptible de hacerse audible.

Dentro del diseño que para ellas estableció el Convenio de Berna[1], se libró a la legislación del país en donde la protección se reclame la determinación de los titulares de la obra audiovisual. Respecto a ello, el legislador colombiano en la Ley 23 de 1982, articulo 98, acogió el sistema de la cesión legal, y estableció, salvo estipulación en contrario, que los derechos patrimoniales se reconocerán a favor del productor audiovisual, lo que lo convierte en titular derivado sobre la producción audiovisual.

LA LEY 23 DE 1982

La gobernanza de las obras audiovisuales en Colombia se rige en lo particular por la Ley 23 de 1982, que contiene un capítulo específico para esta clase de obras, ya que la Decisión Andina 351 no lo tiene, como si contiene un capítulo específico para los programas de ordenador y las bases de datos; huelga decir aquí, no obstante, que la violación o la defraudación de los derechos que emergen de esta clase de obras, se reivindica en virtud de la Decisión Andina 351.

En Colombia, como en muchos otros países miembros del Convenio de Berna, el legislador dibujó la protección para las obras audiovisuales, sobre la base, como ya anotamos, de presumir, que la titularidad de los derechos patrimoniales recaen en el productor, en tanto que la autoría es un acto complejo y múltiple que reconoce como autores al director o realizador de la obra cinematográfica, al autor del guión o libreto cinematográfico, al autor de la música, y al dibujante, si se tratare de un diseño animado, hoy, analógicamente, a quienes producen tales dibujos animados con la ayuda de un software.

1 Convenio de Berna, articulo 14bis,2) a)

TITULARIDAD Y LEGITIMACIÓN

Así, y de conformidad con el artículo 8 y ss. de la Decisión Andina 351, en armonía con los artículos 4, 10 y 98 de la Ley 23 de 1982, el productor audiovisual está legitimado en Colombia para requerir, de los usuarios de las obras audiovisuales, la obtención de la autorización previa y expresa conforme a la ley para utilizar las obras audiovisuales que le pertenezcan, y convenir con ese usuario una remuneración por dicha utilización. Legitimación, que acorde con el artículo 49 de la Decisión andina 351, y en nombre de los productores de audiovisuales en Colombia, la ostenta colectivamente la Sociedad de Gestión Colectiva EGEDA COLOMBIA, autorizada y vigilada por la Dirección Nacional de Derecho de Autor en virtud de la Resolución 208 del 16 de noviembre de 2006.

LOS DERECHOS RECONOCIDOS

Además, del derecho de reproducción y de distribución, que facilitan la circulación de ejemplares físicos de la obra audiovisual o su almacenamiento en forma digital en un soporte electrónico, así como la venta del ejemplar físico, o su préstamo público, las obras audiovisuales gozan del derecho de COMUNICACIÓN PÚBLICA, entendida como todo acto por el cual una pluralidad de personas, reunidas o no en un mismo lugar, pueden tener acceso a la obra sin previa distribución de ejemplares a cada una de ellas, comprendida la puesta a disposición del público de las obras, de tal forma que los miembros del público puedan acceder a ellas desde el lugar y en el momento que cada una uno de ellos elija; esta solución garantiza la comunicación pública de las obras audiovisuales tanto en un entono analógico como en un entorno digital.[2]

El derecho de COMUNICACIÓN PÚBLICA, ha evolucionado a la par de la tecnología, y, muy particularmente, con las tecnologías de la información y la comunicación, por lo cual hoy podemos considerar como actos de comunicación pública, los siguientes:

> "a) Las representaciones escénicas, recitales, disertaciones y ejecuciones públicas de las obras dramáticas, dramático-musicales, literarias y musicales, mediante cualquier medio o procedimiento;
> b) La proyección o exhibición pública de las obras cinematográficas y de las demás obras audiovisuales;
> c) La emisión de cualesquiera obras por radiodifusión o por cualquier otro medio que sirva para la difusión inalámbrica de signos, sonidos o imágenes.
> El concepto de emisión comprende, asimismo, la producción de señales desde una estación terrestre hacia un satélite de radiodifusión o de telecomunicación;
> d) La transmisión de obras al público por hilo, cable, fibra óptica u otro procedimiento análogo, sea o no mediante abono;
> e) La retransmisión, por cualquiera de los medios citados en los literales anteriores y por una entidad emisora distinta de la de origen, de la obra radiodifundida o televisada;
> f) La emisión o trasmisión, en lugar accesible al público mediante cualquier instrumento idóneo, de la obra difundida por radio o televisión;
> g) La exposición pública de obras de arte o sus reproducciones;
> h) El acceso público a bases de datos de ordenador por medio de telecomunicación, cuando éstas incorporen o constituyan obras protegidas; y,
> i) En general, la difusión, por cualquier procedimiento conocido o por conocerse, de los signos, las palabras, los sonidos o las imágenes".[3]

2 Un derecho DE COMUNICACIÓN PUBLICA, así concebido obliga a Colombia en virtud de la Ley 565 de 2000, por la cual adhirió al Tratado de la OMPI sobre Derecho de Autor (art.8), y por la Ley 1143 de 2007 aprobatoria del Acuerdo de Promoción Comercial entre Colombia y Estados Unidos (TLC), (art.16.5.4).

3 Decisión Andina 351 de 1993, artículo. Es la sistemática más idónea que de comunicación pública encontramos en el derecho comparado de América latina.

LA JURISPRUDENCIA

En Colombia, la Corte Constitucional como la Corte Suprema de Justicia, se han ocupado de los derechos patrimoniales del autor, ratificando la potestad soberana del autor o titular del derecho para disponer de su obra bajo las condiciones lícitas que su libre criterio les dicte, conforme lo sugiere el artículo 3 de la Ley 23 de 1982.

En relación con la disposición de los derechos patrimoniales del autor o titular del derecho sobre las obras, inscritos en el ámbito exclusivo de su autonomía de la voluntad, la Corte Constitucional de Colombia ha dicho con ponencia del Mg. Alejandro Martinez Caballero, Sentencia C-334, agosto 12 de 1993: "La propiedad intelectual es pues una modalidad *sui generis* de propiedad, ya que guarda semejanzas y diferencias con la concepción clásica del derecho de propiedad, a saber: Coinciden la propiedad intelectual y la propiedad común en el hecho de que ambas reúnen los elementos esenciales de la propiedad: el usos, el fructus y el abusus, con las limitaciones que establecen la Constitución y la Ley".

Es claro, que de lo dicho por la Corte Constitucional, todo aquel que comunique públicamente una obra protegida por el derecho de autor, como forma del derecho de propiedad intelectual que es, está obligado a obtener la autorización previa y expresa del titular del derecho, a menos que el supuesto uso se encuentre amparado en alguna de las limitaciones descritas por el artículo 22 de la Decisión Andina 351 o en la Ley 23 de 1982, lo que, ciertamente, no ocurre respecto del uso que hacen los operadores de televisión por suscripción de las obras audiovisuales.

En 1993, la Corte Constitucional en virtud de la Sentencia C-276 del Magistrado ponente Julio César Ortiz, definió el alcance de los derechos patrimoniales de autor, al señalar: "La segunda dimensión es la de los denominados derechos patrimoniales, sobre los cuales el titular tiene plena capacidad de disposición, lo que hace que sean transferibles y por lo tanto objeto eventual de una regulación especial que establezca las condiciones y limitaciones para el ejercicio de la misma, con miras a su explotación económica, (reproducción material de la obra, comunicación pública en forma no material, transformación de la obra). Los derechos patrimoniales de autor, en la concepción jurídica latina, son tantos como formas de utilización de la obra sean posibles, ellos no tienen más excepciones que las establecidas por la ley, pues las limitaciones han de ser específicas y taxativas".

Aquí, es oportuno señalar, que la controversia surgida entre los operadores de televisión abierta y los operadores de televisión por suscripción por la interpretación de los efectos del artículo 11 de la Ley 680 de 2001, no afecta, en absoluto, los derechos que ostenta EGEDA Colombia, en nombre de los productores audiovisuales que representa y de los contratos de representación reciproca que tiene suscritos con sociedades extranjeras de similar naturaleza, puesto que se trata de objetos jurídicos distintos, allá la controversia versa sobre la transmisión de señales protegidas por los derechos conexos, y, el derecho de EGEDA Colombia, se refiere a la retransmisión de obras audiovisuales amparadas por el derecho de autor, en la programación continua que realizan los operadores de televisión por suscripción; utilización ésta no cubierta por limitación o excepción alguna tanto en la Decisión Andina 351 como en la Ley 23 de 1982.

Precisamente, sobre el particular, viene muy bien trascribir apartes de decisiones judiciales en relación con este específico asunto, pronunciadas por las altas cortes de España y de Perú.

ESPAÑA

Sobre Comunicación Pública, transmisión, retransmisión e independencia de los derechos, el Tribunal Supremo de España, en Sala de lo Civil, Sección 1ª, en fallo del 20 de julio de 2010, Sentenció (Sentencia 502/2010) lo siguiente en relación con:

"El objeto del proceso versa sobre propiedad intelectual y concretamente si hay un acto de comunicación pública, con difusión de obras y grabaciones audiovisuales, del art. 20 de la LPI[4] en la

4 De la ley española de propiedad intelectual (nota del compilador)

actividad de una entidad cooperativa de consumidores que previa la captación de las señales de varios Canales de televisión las difunde por cable a diversos vecinos de una zona geográfica a la que no alcanza la red de difusión convencional -zona de sombra"[5]

[…]

"El art. 20.1 establece que "se entenderá por comunicación todo acto por el cual una pluralidad de personas pueda tener acceso a la obra sin previa distribución de ejemplares de cada una de ellas. No se considerará pública la comunicación cuando se celebre dentro de un ámbito estrictamente doméstico que no esté integrado o conectado a una red de difusión de cualquier tipo", y el mismo artículo 20 en el apartado 2 señala: "Especialmente son actos de comunicación pública.... f) La retransmisión, por cualquiera de los medios citados en los apartados anteriores y por entidad distinta de la de origen, de la obra radiodifundida. Se entiende por retransmisión por cable la retransmisión simultánea, inalterada e íntegra, por medio de cable o microondas de emisiones o transmisiones iniciales, incluidas las realizadas por satélites, de programas radiodifundidos o televisados destinados a ser recibidos por el público". La normativa concuerda con el Convenio de Berna en cuyo artículo 11 bis.1, 2º se establece que los autores de obras literarias y artísticas gozarán del derecho exclusivo de autorizar toda comunicación pública, por hilo o sin hilo, de la obra radiodifundida cuando esta comunicación se haga por organismo distinto del de origen".

"El supuesto del caso se refiere a una instalación consistente en una estación terrena que recibe la señal del satélite y la envía, mediante repartidores, a una cabecera, amplificando cada canal mediante módulos amplificadores que operan en la banda VHF- UHF, así como los canales terrenales recibidos, que se amplifican a través de módulos amplificadores y se convierten a unos canales más bajos, antes de ser distribuidos por la red".

"En el supuesto descrito se produce una retransmisión por cable que es un acto nuevo de comunicación pública sujeta a lo establecido en el art. 122 de la LPI".

"Se produce retransmisión cuando una señal radiodifundida, en cualquiera de las modalidades posibles, es captada por una entidad distinta de la que la emite (o transmite) y a través de una red de difusión, propia o no, la pone en disposición de ser utilizada por el público. La entidad de radiodifusión primaria realiza la "emisión" -lanzamiento inalámbrico de la señal de radiodifusión- y la entidad de radiodifusión secundaria la recepciona o capta y la pone a disposición -retransmite- del público. No es necesaria la alteración, modificación o transformación de la señal. En resumen, hay retransmisión en la comunicación por cable de las obras por entidad distinta de la de origen de la señal".

[…]

"…Hay "comunicación" porque basta que la obra se ponga a disposición del público para que pueda acceder a ella".

"…Hay comunicación "pública", porque hay pluralidad de personas -número indeterminado de telespectadores potenciales- que pueden acceder, sin que sea relevante la determinación numérica de los destinatarios".

"…La referencia a que en la entidad receptora es un consumidor más carece de interés. Lo transcendente es, que, cualquiera que sea su naturaleza, constituye entidad distinta de la de origen de la señal. La retransmisión que realiza constituye por sí misma una nueva y propia difusión de la obra. Por ello carece de eficacia argumentativa la referencia a que los derechos de los productores ya fueron abonados por la entidad emisora. La autorización a ésta no abarca la de la retransmisión por entidad diferente".

[…]

5 http://www.cerlalc.org/derechoenlinea/dar/index.php?mode=archivo&id=2419

"… Finalmente, resultan indiferentes el modo de interconexión en la red de difusión; si la redifusión es alámbrica o inalámbrica; si se abona o no un canon a la entidad que retransmite; y si ésta obtiene o no un lucro económico; si se cumplen o no las normas de telecomunicación; el carácter público o privado, y de consumidor último o no de la entidad de retransmisión; y la finalidad de la red de atender a la demanda de los pobladores de una zona geográfica de "sombra televisiva" a la que no alcanza la difusión convencional"

Sobre esta sentencia del Supremo español, reseñó el Tratadista venezolano Ricardo Antequera Parilli, para "Derecho de Autor Regional" del CERLALC, lo siguiente:

"…factor trascendente es el que surge del principio de la independencia de los derechos, por el cual cada modalidad de explotación es independiente de las demás y cada una de ellas requiere el preceptivo consentimiento de los titulares de derechos y del pago de la remuneración correspondiente. Tal es la razón por la cual el citado glosario[6] precisa que la autorización para la radiodifusión de una obra no implica la de retransmitirla salvo, por supuesto, que se haya pactado expresamente otra cosa. Todo ello es concordante con lo previsto en el artículo 11 bis del Convenio de Berna, que reconoce como modalidades diferentes del derecho exclusivo del autor, por una parte, "la radiodifusión de sus obras o la comunicación pública de estas obras por cualquier medio que sirva para difundir sin hilo los signos, los sonidos o las imágenes" y, por la otra, "toda comunicación pública, por hilo o sin hilo, de la obra radiodifundida, cuando esta comunicación se haga por distinto organismo que el de origen". La guía del Convenio de Berna, de la misma Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, al explicar el segundo supuesto señala que "el texto del Convenio se refiere a las utilizaciones posteriores a la emisión primitiva: el autor tiene derecho a autorizar la comunicación pública de la emisión, tanto alámbrica (sistema de transmisión por cable) como inalámbrica, pero a condición de que esta comunicación emane de un organismo distinto del de origen"[7]. Sobre el tema que se reseña, ya el Tribunal Supremo español se había pronunciado, al sentenciar que "… la emisión o transmisión son actos de comunicación pública independientes de la retransmisión por cable y la autorización para la emisión del programa no comprende implícitamente la de la retransmisión" y que "…la retransmisión por cable por una determinada entidad de programas emitidos o transmitidos por un ente distinto precisa, además de la autorización del ente titular de la emisión o transmisión, la del productor de la obra o grabación audiovisual o fonográfica, por cuanto que la emisión o transmisión son actos de comunicación pública independientes de la retransmisión por cable y la autorización para la emisión del programa no comprende implícitamente la de la retransmisión…"[8] "[9] .

PERÚ

De análoga manera, en la sentencia de la Corte Suprema de Justicia de la República del Perú, de la Sala Civil Permanente, en caso EGEDA PERU Vs Telefónica Multimedia, Expediente No. 2264-2012 de fecha catorce de marzo del 2013, en su Sexto considerando dice a la letra lo siguiente: "Que, en lo que respecta al segundo, tercer, cuarto y quinto agravio, se aprecia de las resoluciones impugnadas que sostuvieron que la actora no ha probado que dentro del periodo investigado dos mil dos - dos mil seis Telefónica Multimedia hubiese transmitido obras y producciones audiovisuales que estuvieron dentro de su ámbito de gestión, sin embargo este hecho se deduce del simple uso de los programas ajenos; efectivamente el INDECOPI debió considerar que es un hecho público y notorio, además que fue reconocido por la propia emplazada Telefónica Multimedia en su escrito de contestación cuando señala: "el primero de los hechos es con toda certeza un hecho notorio, la gran mayoría de personas que viven en la Provincia de Lima conocen que por la señal de Cable Mágico se trasmiten diversos contenidos-programas- ya sea porque son abonados de dicho servicio o porque han tenido acceso a su publicidad. En este sentido es innecesario probar en un procedimiento administrativo o judicial que por la señal de Cable Mágico se trasmiten contenidos. Pero este no era

6 Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI): Glosario de derecho de autor y derechos conexos (autor principal: György Boytha), Ginebra, 1980

7 Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI): Guía del Convenio de Berna (autor principal: Claude Masouyé), Ginebra, 1978, pg.79

8 Sentencia e la Sala 1ª (2-12-2002).

9 http://www.cerlalc.org/derechoenlinea/dar/index.php?mode=archivo&id=2419

el hecho investigado"; de igual modo, en el considerando Sexto de la misma resolución de la Corte Suprema, se sostiene: "Que, de esta manera quedó acreditado que durante el periodo de julio de dos mil dos a abril del dos mil seis la emplazada retrasmitió contenido audiovisual para su programación televisiva, por lo que dicho reconocimiento implica la obligación de pago por los derechos de autor por uso de obras audiovisuales que no le pertenecían; y es así porque siendo notorio y por asentimiento de la demandada ya se encontraba acreditado el uso indebido de los programas, correspondía entonces a Telefónica Multimedia acreditar que contaba con la respectiva autorización, sin embargo esto no sucedió, quedando sujeto por tanto al pago de los derechos correspondientes".

De igual modo, en la sentencia de la Corte Suprema de Justicia de la República del Perú en el caso EGEDA PERU Vs Boga Comunicaciones S.A.C., de fecha veinticinco de agosto del dos mil catorce, se sostiene lo siguiente: "…Tales afirmaciones deben ser descartadas en tanto: 1. La resolución administrativa impugnada expresamente señala cuales han sido las actuaciones de Boga Comunicaciones S.A.C. que han infringido el derecho de autor. Es más, la propia denuncia se efectuó por "retransmisión no autorizada por hilo, cable, fibra óptica u otro procedimiento similar de obras y grabaciones audiovisuales" y sobre ese eje giró la controversia administrativa; 2. Así de la resolución cuestionada (página trescientos treinta del expediente administrativo), se verifica que la cuestión en discusión fue: a) Si la denunciada ha realizado la comunicación pública no autorizada de obras y producciones audiovisuales protegidas por el derecho de autor. b) De ser el caso, pronunciarse respecto a las remuneraciones devengadas y establecidas por la oficina y la sanción impuesta; 3. Se ha determinado con el acta de inspección, con la revista de programación y diversos documentos presentados por la denunciada que esta prestaba servicio de televisión por cable denominado "Cable Express", y retransmitía la programación de diversos canales que, a su vez, incluyen dentro de su programación diversas obras audiovisuales, sin demostrar que contaban con autorización expresa de los titulares de las obras audiovisuales que emitía…".

En la misma resolución antes citada en su considerando noveno, sostiene a la letra lo siguiente: "(i) La demandante no ha desvirtuado, en el caso de autos, la presunción de legitimidad que posee la codemandada EGEDA Perú, con lo cual demostraría que el proceso administrativo seguido en su contra es nulo; (ii) No existe documento con el cual acredite tener autorización de la Entidad de Gestión Colectiva; (iii) Tampoco prueba poseer permiso escrito de todas y cada una de las obras que difunde, utiliza o comunica públicamente, y que todas las obras que difunde han caído en dominio público, motivo por el cual se encuentra obligada al pago de los derechos o remuneraciones por la retransmisión no autorizada".

De Europa, en donde se origina la figura de la retransmisión de los programas radiodifundidos por parte de los cableoperadores, en cumplimiento de un mandato legal que procura la salvaguarda de la identidad cultural, pero sin perjuicio de los derechos de los titulares de los contenidos que la señal transporta, podemos citar un controvertido caso de la década de los ochenta que se resolvió a favor de los titulares de derechos.

En efecto, en **Holanda**, el Tribunal Supremo en Sentencia del 25 de mayo de 1984 (en el caso Amstelveen) puso fin a un sonado procedimiento judicial en materia de derecho de autor, decidiendo "...que las retransmisiones por cable al público de un programa de radio o de televisión por otro organismo distinto del que había realizado la difusión hertziana debía ser considerada en el plano del derecho de autor como equivalente a una difusión original y, por tanto, debía ser tratada como una representación.

"Los operadores de cable no querían dejar pasar la menor ocasión y querían sobre todo diferir la firma de un contrato con los titulares de los derechos de autores (sic) que, tras unos diez años de retransmisión por cable no remunerada, les habría obligado finalmente a pagar regalías.

"El gobierno holandés tenía algunas razones -como muchos gobiernos- para defender la tesis simplista según la cual sí los titulares de los derechos de autor obtenían una decisión favorable, el público debería pagar finalmente regalías dos veces por un mismo servicio.

"El Tribunal Supremo estimo en 1981 que el análisis hecho por el Gobierno holandés era incompatible con la Convención de Berna y que, por consiguiente, no podía ser reconocido como una in-

terpretación de las disposiciones de la ley holandesa relativa a esta cuestión. Todo el razonamiento basado en el "doble pago" fue también desestimado. El Tribunal no negaba la necesidad de dos remuneraciones, pero insistía en el hecho de que esos dos pagos correspondían respectivamente a dos expresiones distintas del consentimiento del titular del derecho de autor y también a dos modos de explotación de obras distintos"[10].

Como consecuencia de ello, los operadores de cable entablaron negociaciones con los titulares de derecho de autor musicales y cinematográficos y los organismos de radiodifusión.

LA DOCTRINA

También ella ha contribuido a identificar y a dilucidar la "utilización en cascada", que tiene lugar cuando se utiliza la obra por un mismo o por distintos utilizadores de la obra, generando cada utilización, una forma de explotación independiente una de la otra, y requiriendo cada una de ellas la previa y expresa autorización del autor o titular del derecho.

Así tenemos:

"La distribución por cable de emisiones de televisión puede ser realizada por el organismo de origen o por otro organismo: -el Convenio de Berna admite que las legislaciones nacionales establezcan que el organismo de origen puede recurrir a la distribución por cable (es decir, a dispositivos conductores de las ondas radioeléctricas, como son el hilo, el cable coaxial, la fibra óptica, etc.) para superar los obstáculos o para ampliar el alcance de sus comunicaciones públicas por radiodifusión, dentro del territorio del país que le otorgó la licencia para radiodifundir o utilizar, a los mismos efectos, sistemas inalámbricos como antenas, satélite, etcétera, pero cuando la distribución de programas radiodifundidos es realizada por un organismo distinto al de origen, en todas las circunstancias importa un nuevo acto de comunicación pública y, como consecuencia del monopolio de explotación de que goza el autor, debe estar expresamente autorizado por este y ser retribuido.

"En este último caso, nos encontramos frente a una explotación secundaria de la obra, distinta de su radiodifusión, pues se brinda un nuevo servicio –que no presta el organismo de origen- consistente en la captación de las ondas radioeléctricas emitidas por este, en su amplificación, modulación y distribución, posibilitando así que las obras sean comunicadas con nitidez a públicos nuevos, pues de otro modo, no las recibirían o solo las captarían muy defectuosamente.

"De ahí que sea necesaria la autorización autoral y el pago de una remuneración por parte del cable-distribuidor no comprendida en el pago que realiza el organismo de origen, el que solo incluye las actividades realizadas por este y que fueron las tenidas en vista por las partes al contratar"[11].

CONSIDERACIONES FINALES

El goce y disfrute de las obras musicales, literarias o audiovisuales siempre ha estado determinado por su vocación universal de consumo, lo que ha determinado el surgimiento de un sistema internacional de protección que procura la tutela de ingentes cantidades de repertorios en todas las lenguas y en todas las latitudes.

A la cabeza del sistema está el Convenio de Berna, con sus criterios de protección, al que se le han unido con el pasar de los años un nutrido conjunto de convenios y tratados que apuntan al mismo propósito, a los que, además, podemos agregar como expresión ultima de este sistema, a los tratados de promoción comercial o TLCs, a través de los cuales se busca bilateralmente reforzar la protección de estos derechos con exigencias mucho más específicas. A los términos y objetivos

10 Revue International du Droit D´Auteur, RIDA, No. 131, enero de 1987, Págs. 32-53, Paris

11 Lipszyc, Delia, Derecho de autor y derechos conexos, Buenos Aires, Ediciones UNESCO/Zavalía/Cerlalc, Págs. 205-206

de este sistema internacional de protección, se han ido plegando, conforme los países se han ido adhiriendo, las legislaciones nacionales sobre derecho de autor y derechos conexos.

En los últimos años, gracias al desarrollo tecnológico que impacta positivamente a los sectores de la información y la comunicación, se ha crecido exponencialmente el goce y disfrute de las obras literarias y artísticas, poniendo a los usuarios de las obras más cerca de ellas.

Tal, es una de las caracterizaciones más relevantes de esta era que nos ha tocado en suerte vivir, conocida por pensadores, semiólogos sociales o comunicadores desde Mcluhan hasta Manuel Castells o Javier Echeverría Ezponda como la "sociedad de la Información", la que, a su vez, se ha caracterizado por ver crecer y crecer los diferentes actores que participan en el comercio "mercantilizando" obras y prestaciones protegidas por el derecho de autor y los derechos conexos. Debido a ello, el mercado de las obras ha visto aparecer en muy pocos años un nuevo y peculiar "ecosistema de contenidos", conformado por titulares de derecho de autor y derechos conexos y usuarios de las mismas: Portadores de Radiodifusión, Servicios Over The Top, y Portadores de TV de Paga, que implica, además, un desplazamiento progresivo del producto al servicio.

La opinión pública en general, identifica en esta nueva era de la información el surgimiento de una "economía del conocimiento", signada por ser expresión de riqueza, de desarrollo y de fuentes de empleo, donde los actores más relevantes son los operadores de ese "ecosistema de contenidos".

Como es de suponer, esta eclosión tecnológica a favor de la difusión y distribución de contenidos, debe generar un beneficio a los que hacen posible con sus contenidos la construcción de la cadena de valor en todo este proceso de integración a través de Internet, de las redes sociales y de los diversos operadores que operan dentro y fuera de la red. Esa, y no otra, constituye la razón de ser de un sistema internacional de protección del derecho de autor y los derechos conexos, en donde todo él se ofrece para proteger las obras literarias y artísticas, las interpretaciones artísticas o ejecuciones, las producciones fonográficas y las emisiones de radiodifusión, permitiéndoles a sus titulares el control de sus derechos, y, lo más importante, la reivindicación de los mismos por las diferentes formas de uso o explotación de sus contenidos, dado, que como lo dijimos, párrafos atrás, cada una de esas formas de uso o explotación son independientes entre ellas; una autorización para una forma de uso o explotación no se extiende a otras formas no pactadas previa y expresamente.

CONCLUSIONES

1. Deliberadamente, no entramos a la controversia surgida entre los operadores de televisión abierta y los operadores de televisión por suscripción respecto de la aplicación del artículo 11 de la Ley 680 de 2001, ni mucho menos hacemos alusión a la Sentencia C-654 de 1993, como tampoco entramos a considerar las interpretaciones que han esgrimido diferentes agencias del Estado, dado que dicha controversia hace alusión a un aspecto que no vincula el derecho de autor ni con los intereses de EGEDA Colombia.

2. Ambos utilizadores realizan modalidades distintas de Comunicación Pública: en tanto que el radiodifusor utiliza el espacio electromagnético para radiodifundir las obras, el cable operador se vale del cable y el hilo para retransmitirlas.

3. Una y otra modalidad de utilización de las obras requiere de la autorización previa y expresa por parte del autor o titular del derecho.

4. La independencia y la autonomía de los derechos patrimoniales que emergen de las obras en beneficio del autor, supone un acuerdo particular y concreto respecto de cada uno de ellos,

5. Las obras audiovisuales, como igual ha quedado dicho, están protegidas por el derecho

de autor, como obras originales[12] que son, y, en Colombia, en virtud del artículo 98[13] de la Ley 23 de 1982 ya citado, el titular del derecho de autor es el productor cinematográfico; por lo que no procede respecto de las obras y productores audiovisuales, manifestar que están protegidas y/o protegidos por los derechos conexos, cuyos objeto y destino de su protección están constituidos por otros objetos y otros titulares, como también queda reiterativamente señalado en la presente opinión.

12 Convenio de Berna, articulo 14bis,1: "Sin perjuicio de los derechos de autor de las obras que hayan podido ser adaptadas o reproducidas, la obra cinematográfica se protege como obra original. El titular del derecho de autor de la obra cinematográfica gozara de los mismos derechos que el autor de una obra original, comprendidos los derechos a los que se refiere el artículo anterior".

13 Ley 23 de 1982, articulo 98: "Los derechos patrimoniales sobre la obra cinematográfica se reconocerán, salvo estipulación en contrario, a favor del productor".

Fernando Zapata López. Abogado. Derecho de autor y propiedad intelectual. Telecomunicaciones.

Fernando Zapata López es abogado de la Universidad Nacional de Colombia. Desde el 2009 y hasta septiembre del presente año fue el director del Centro Regional para el Fomento del libro en América Latina y el Caribe (CERLALC). Fue director general de la Dirección Nacional de Derecho de Autor de Colombia (1984-2009). Es miembro del Centro Colombiano de Derecho de Autor (CECOLDA), del que fue fundador y su vicepresidente de 1994 a 1998, así como del Instituto Interamericano de Derecho de Autor (IIDA) y de la Asociación Literaria y Artística Internacional (ALAI). Ha sido consultor de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI), la cual le otorgó su Medalla de Oro en Ginebra, Suiza, en abril de 2006, por su liderazgo y contribución al desarrollo de una cultura de derecho de autor en Colombia. Participó en el proceso de negociación de diversos acuerdos comerciales y tratados de libre comercio. Ha trabajado como catedrático de Derecho de Autor en varias universidades colombianas y del exterior, y ha sido expositor en diversos congresos y seminarios internacionales sobre el tema. Es, además, autor de numerosos artículos sobre la materia. En la actualidad es consultor externo de diferentes gobiernos y entidades de América latina.

CAPÍTULO V

Colombia: una década de cine (2006-2015)

CAPÍTULO V

Colombia: una década de cine (2006-2015)

Por Departamento de Reparto y Documentación de EGEDA

INTRODUCCIÓN

Colombia es uno de los países de Iberoamérica en el que se está viviendo una mayor actividad cinematográfica. Este auge incluye la participación de todos los agentes del sector. El punto de partida de este fenómeno hay que situarlo en la aprobación de la Ley del Cine de 2003, por la cual se dictaron normas para el fomento de la actividad cinematográfica. Esta ley está diseñada para la obtención de recursos derivados de la propia actividad cinematográfica y su inversión en el fomento y la producción cinematográfica nacional, lo que posibilita la independencia de los presupuestos gubernamentales.

Los recursos para el desarrollo cinematográfico en Colombia se detraen a exhibidores, distribuidores y productores colombianos en función de sus ingresos anuales en la taquilla de los cines del país. Estos ingresos constituyen el Fondo para el Desarrollo Cinematográfico (FDC) y son administrados por el Fondo Mixto de Promoción Cinematográfica (Proimágenes). La financiación de los proyectos se realiza en todas las etapas de la producción, desde el desarrollo del guion hasta la exhibición de la película. La ley también contempla beneficios tributarios para inversionistas y donantes y la titularización de proyectos que permiten la negociación de acciones en Bolsa en la fase de desarrollo de la producción.

El fomento de la producción nacional, no obstante, es solo una de las causas del auge del cine en Colombia. El continuo aumento de la afluencia de espectadores a las salas también hay que explicarlo a través de causas exógenas comunes al resto de países iberoamericanos. Algunas de las causas del aumento del consumo de cine pueden ser:

· Forma de ocio cultural al alcance de una gran parte de la población.
· Aumento y mejora técnica de la infraestructura cinematográfica.
· Oferta universal de títulos (cantidad y calidad).
· Instrumento de socialización en todos los ámbitos (tanto presencial como a través de las redes).

Este capítulo ofrece los datos más sobresalientes de la actividad y organización cinematográfica en Colombia en la década comprendida entre 2006 y 2015. Las fuentes donde se han recogido estos datos proceden, fundamentalmente, del Anuario Estadístico publicado por la Dirección de Cine-

matografía del Ministerio de Colombia, el Observatorio Iberoamericano del Audiovisual (OAI) de la Conferencia de Autoridades Cinematográficas de Iberoamérica, del proveedor de datos del sector COMSCORE-RENTRAK y del libro publicado por la Fundación del Nuevo Cine Latinoamericano *Producción y Mercados del Cine Latinoamericano en la Primera década del siglo XXI.*

INFRAESTRUCTURA CINEMATOGRÁFICA

Los datos socio-económicos y cinematográficos que comentamos en primer lugar son en realidad los últimos, los de 2015, para tener una radiografía exacta de la situación actual y poder retroceder en el tiempo sin perder la perspectiva. Colombia es un país que tiene unos 48 millones de habitantes, su producto interior bruto crece un 3,1% en dicho año, está dividido en 1.102 municipios y suma 200 complejos de exhibición cinematográfica. Estos 200 recintos contienen 935 salas de cine y tienen una capacidad de 170.000 butacas. El mes del año con mayor asistencia a las salas es julio, el día de la semana preferido para el consumo es el domingo, el precio promedio del boleto es 3,7 dólares y el del cine nacional 2,6 dólares.

El ratio de salas de cine por millón de habitantes es de 19,4 y por número de personas es de 51.554. No obstante, sólo el 58,5% de la población colombiana tiene acceso al cine. En cuanto a la distribución geográfica de las salas, Bogotá acumula el 28% de las pantallas totales y junto con otras seis ciudades (Cali, Medellín, Cartagena, Barranquilla, Bucaramanga y Pereira) suman el 58,5%. El resto de ciudades (51) aglutinan el 41,5% restante. En Colombia, existían 45 exhibidores con salas activas en el país en 2015, pero tan solo cinco disponen de casi el 90% del mercado de salas: Cine Colombia (29,9%), Royal Film (20,9%), Cinemark (16,1%), Procinal (14,2%) y Cinépolis (5,8%).

El histórico de infraestructura pone de manifiesto el aumento progresivo de la capacidad exhibidora en Colombia. En 2009 el número de pantallas de cine sumaba 541 y las butacas ascendían a 108.359. En 2015 se contaban 935 salas y más de 170.000 butacas. El aumento en este periodo 2009-2015 en salas y butacas representa un 72,8% y 57,6% respectivamente (cuadro 5.1).

Cuadro 5.1

Infraestructura cinematográfica en Colombia

Año	Complejos	Pantallas	Butacas
2006	*	475	*
2007	127	491	82.511
2008	167	472	119.635
2009	141	541	108.359
2010	135	587	110.850
2011	151	647	122.712
2012	157	698	131.522
2013	184	815	151.562
2014	193	879	161.168
2015	200	935	170.764

El aumento en capacidad también está acompañado por la evolución tecnológica puesto que en 2015 el 100% de las salas estaban digitalizadas en Colombia, lo que convierte al país en uno de los líderes de la región en este aspecto. En cuanto a tecnología, el 51,1% de las salas de cine pertenecen al formato 2D, el 43,9% al de 3D, 4,8% formato 4D y 0,2% formato IMAX-3D.

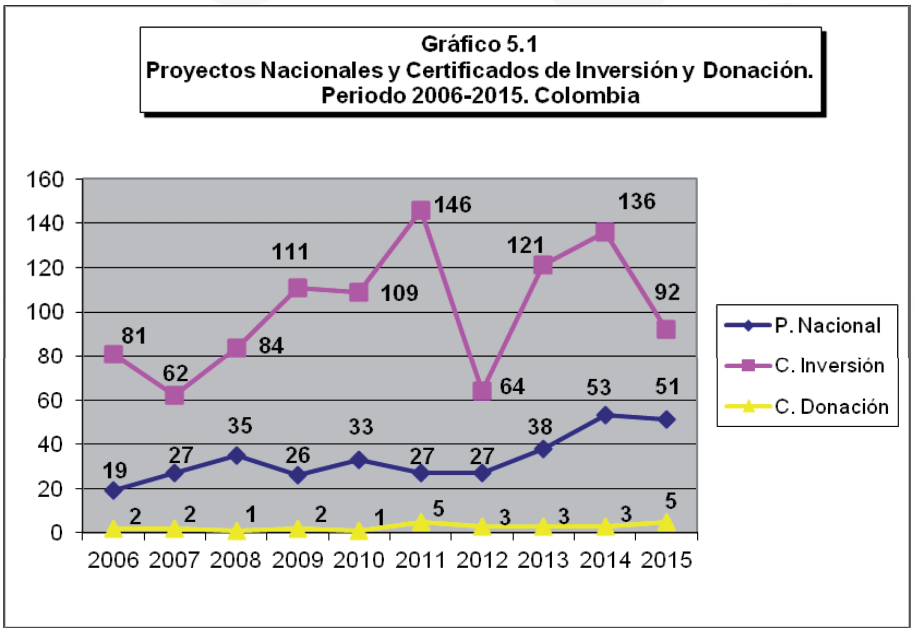
PRODUCCIÓN CINEMATOGRÁFICA

La actividad cinematográfica en Colombia tiene un respaldo estatal muy significativo a través de la ya comentada Ley del Cine. Esta Ley tiene dos mecanismos que permiten una constante producción nacional: Estímulos Tributarios y Fondo para el Desarrollo de Cine. En 2015 son evidentes los frutos conseguidos a nivel internacional por alguna de las producciones nacionales financiadas por estos mecanismos. El ejemplo más espectacular es el de la película *El abrazo de la serpiente*, nominada en los Oscar a la Mejor Película Extranjera, ganadora de diferentes premios en los festivales de Cannes, San Sebastián, Mar del Plata, La Habana y Lima y ganadora a la Mejor Película Iberoamericana en los Premios Ariel, Fénix y PLATINO.

No obstante, aparte de la producción dirigida por Ciro Guerra en Colombia, muchas otras obras nacionales se han visto favorecidas por el fomento de la donación y la inversión de personas físicas o empresas privadas gracias a los estímulos fiscales que conllevan. La Dirección de Cinematografía del Ministerio de Cultura es la encargada de expedir la Resolución de reconocimiento como Proyecto Nacional y el Certificado de Donación o Inversión necesario para realizar la deducción en el impuesto a la renta.

En el periodo 2006-2015 se reconocieron 336 Proyectos Nacionales y se expidieron 1.006 certificados de inversión y 27 de donación (gráfico 5.1). Los años 2014 y 2015 fueron en los que más Proyectos Nacionales se resolvieron (más de 50); 2011 y 2014 en los que más certificados de inversión se expidieron (146 y 136) y los años 2011 y 2015 en los que más certificados de donación se aprobaron (5).

Gráfico 5.1
Proyectos Nacionales y Certificados de Inversión y Donación. Periodo 2006-2015. Colombia



Durante 2015, 51 proyectos cinematográficos obtuvieron el reconocimiento de Proyecto Nacional (34 largometrajes y 17 cortometrajes). Además se entregaron 97 certificados de Inversión y Donación (26 largometrajes y 2 cortometrajes) por un importe total de 14.189 millones de pesos (5,1 millones de dólares). De los 28 proyectos, 18 se estrenaron en cine y los seis proyectos que recibieron más inversión acumularon casi el 52% del total (superaron todos los 1.000 millones de pesos): *Uno al año no hace daño*, *La mujer del animal*, *El abrazo de la Serpiente*, *El huevo o la gallina*, *Vivo en el limbo* y *Siempreviva*.

El otro mecanismo de fomento contemplado en la Ley de Cine de Colombia, el Fondo para el Desarrollo Cinematográfico (FDC), se nutre de las aportaciones abonadas por los Exhibidores (8,5% neto de los ingresos de las películas extranjeras en las salas), Distribuidores (8,5% neto de los ingresos de

las películas extranjeras en las salas) y Productores colombianos (5% neto de los ingresos de sus películas en las salas). Los recursos recaudados se distribuyen de la siguiente forma: el 70% a producción cinematográfica, 20% a fomento del cine colombiano y 10% a la administración del fondo.

El FDC está presidido por el Ministerio de Cultura, dirigido por el Consejo Nacional de las Artes y la Cultura en Cinematografía (CNACC) y administrado por Proimágenes Colombia. Los recursos recaudados son de carácter público y están sujetos a la más estricta vigilancia por parte de las autoridades estatales. Los beneficios del Fondo se aplican por Convocatoria Pública y los proyectos son seleccionados por un comité de expertos designado por el Consejo.

La recaudación total del fondo durante el periodo 2006-2015 asciende a casi 135.000 millones de pesos (49,2 millones de dólares) y a partir del año 2009 comienza un incremento de los fondos que coincide con el aumento de la afluencia de espectadores a las salas de cine (cuadro 5.2). De tal forma que entre el primero y el último año incluidos en el estudio hay una diferencia de ingresos de casi 18.000 millones de pesos (6,5 millones de dólares).

Cuadro 5.2

Recaudación del FDC. Periodo 2006-2015. Colombia

Año	Importe en pesos	Importe en USD	Variación
2006	6.317.277.050	2.302.726,57	8,6%
2007	6.569.619.586	2.394.708,59	4,0%
2008	6.907.736.033	2.517.956,26	5,1%
2009	9.846.234.133	3.589.075,61	42,5%
2010	13.780.502.720	5.023.165,76	40,0%
2011	15.629.752.488	5.697.240,45	13,4%
2012	15.867.630.786	5.783.950,07	1,5%
2013	17.139.009.816	6.247.383,64	8,0%
2014	18.818.198.453	6.859.468,92	9,8%
2015	24.122.314.689	8.792.885,70	28,2%
Total	**134.998.275.754**	**49.208.561,57**	

En el periodo 2006-2015, el importe total de los recursos derivados de la Ley del Cine destinados a la producción cinematográfica suman 258.376 millones de pesos (94,1 millones de dólares). El desglose entre los dos mecanismos de financiación habilitados en la década analizada es el siguiente (cuadro 5.3): las inversiones y donaciones acumulan un total de 160.382 millones de pesos (58,4 millones de dólares) y los estímulos del FDC 97.894 millones de pesos (35,6 millones de dólares).

Como se observa en la aplicación de cada mecanismo, en todos los años el monto total de las inversiones es superior al de los estímulos, salvo en el caso de los años 2006 y 2015. No obstante, la diferencia de actividad entre uno y otro año se aprecia en la diferencia total del monto generado por ambos mecanismos en cada año. Los proyectos cinematográficos premiados entre 2004-2015 suman 786: 28% para escritura de guiones, 22,3% para producción de largometrajes, 17,4 para producción de cortometrajes, 16% para formación, 15,8% para producción de documentales y 0,5% para otros proyectos.

La ejecución del FDC en 2015 suma un total de 25.325 millones de pesos (9,2 millones de dólares) de los que se han beneficiado 352 proyectos nacionales de diversa índole. Estos proyectos consumieron 17.738 millones de pesos. El montante restante se ha utilizado en la organización de encuentros sectoriales, formación, conservación del material fílmico y gastos de administración. Del total de proyectos nacionales premiados, 93 están relacionados con la producción directa de obras audiovisuales (escritura de guiones, producción de largometrajes y cortometrajes de ficción, animación y documentales) y 259 son estímulos automáticos que incluyen la promoción de las obras a nivel nacional e internacional y la formación internacional especializada.

Cuadro 5.3

Importes recaudados por estímulos tributarios y el Fondo para el desarrollo Cinematográfico. Periodo 2006-2015. Colombia

Año	Inversiones y donaciones (millones de pesos)	Estímulos totales FDC (millones de pesos)	Total Ley de Cine (millones de pesos)
2006	3.574	5.142	8.716
2007	7.315	4.695	12.010
2008	15.716	4.835	20.551
2009	18.291	5.600	23.891
2010	16.415	7.781	24.196
2011	25.872	12.003	37.875
2012	18.481	13.471	31.952
2013	20.238	13.254	33.492
2014	20.291	13.375	33.666
2015	14.189	17.738	31.927
Total	**160.382**	**97.894**	**258.276**

Para completar el epígrafe de la producción cinematográfica en Colombia se adjuntan algunos datos relevantes del programa Ibermedia. Este programa de estímulos destinado a la coproducción de producciones audiovisuales entre los países iberoamericanos fue creado en 1996 y en Colombia funciona desde 1998. El balance de la inversión Ibermedia en la década 2006-2015 es el siguiente: el aporte de Colombia asciende 1,6 millones de dólares; el total recibido por los proyectos colombianos suma 7,3 millones de dólares y el retorno neto es de 5,6 millones de dólares (cuadro 5.4).

Los datos disponibles desde 1998 reflejan que se han premiado 236 proyectos colombianos por un monto total de 9,2 millones de dólares (184 proyectos mayoritarios y 52 minoritarios). El retorno de la inversión en 2015 fue de 538.506 dólares, siendo 2012 el año en el que más dinero recibieron los proyectos colombianos (1,2 millones de dólares) y en el que más retorno de inversión hubo (un millón de dólares).

Cuadro 5.4

Balance inversión Ibermedia. Periodo 2006-2015. Colombia

Año	Aporte Colombia ($ USD)	Total recibido proyectos colombianos ($ USD)	Retorno neto ($ USD)
2006	100.000	241.886	141.886
2007	175.000	680.500	505.500
2008	150.000	795.000	645.000
2009	195.000	854.804	659.804
2010	175.000	702.500	527.500
2011	175.000	707.750	532.750
2012	175.000	1.248.294	1.073.294
2013	175.000	690.000	515.000
2014	175.000	670.000	495.000
2015	175.000	713.506	538.506
Total	**1.670.000**	**7.304.240**	**5.634.240**

El número total de películas colombianas que recibieron el reconocimiento de Producto Nacional en la década 2006-2015 suma 662: 413 cortometrajes y 249 largometrajes (cuadro 5.5). Desde 2002 se han reconocido 457 cortometrajes (54% documentales, 37% ficción y 9% animación) y 276 largometrajes (76% ficción, 21% documentales y 3% animación). El año 2015 ha sido el año con más actividad cinematográfica de la década con 127 reconocimientos (71 cortometrajes y 56 largometrajes).

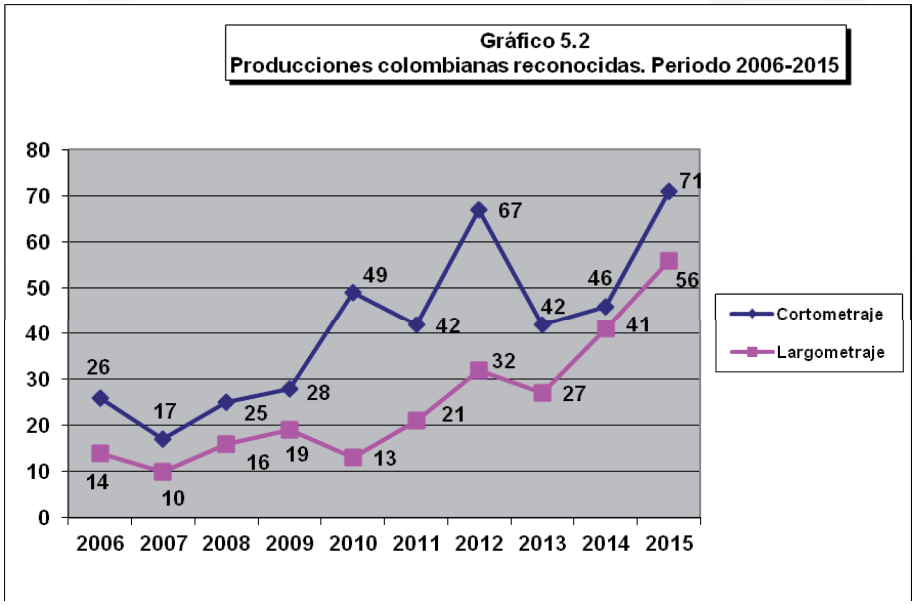
egeda

Entre 2010 y 2015 se han reconocido como Coproducciones Nacionales a 73 largometrajes (56 de ficción, 14 documentales y 3 de animación). Del total: 43 han sido producciones mayoritarias y 30 minoritarias. En cuanto a los países participantes: 13 son iberoamericanos (incluidos España y Portugal), 7 son europeos y dos norteamericanos (USA y Canadá). Los países con un mayor número de coproducciones son: España (18), Argentina (14), Francia (14), México (10), Venezuela (7), Alemania (6), Perú (5), Brasil (4), Ecuador (4) y Panamá (3).

Cuadro 5.5

Películas colombianas producidas

Año	Cortometrajes	Largometrajes	Total
2006	26	14	40
2007	17	10	27
2008	25	16	41
2009	28	19	47
2010	49	13	62
2011	42	21	63
2012	67	32	99
2013	42	27	69
2014	46	41	87
2015	71	56	127
Total	**413**	**249**	**662**



EXHIBICIÓN Y DISTRIBUCIÓN CINEMATOGRÁFICA

La asistencia de espectadores a las salas cines de Colombia ha experimentado un progresivo aumento desde 2006 hasta 2015. Los datos así lo demuestran ya que entre el primer año objeto de estudio y 2009 el rango de venta de entradas se sitúa entre 20 y 27 millones y durante el bienio 2010-2011 entre 33,7 y 38,5 millones. A partir de 2012 se rebasa la barrera de los 40 millones, situándose el rango hasta 2014 entre 41 y casi 47 millones de entradas. Finalmente, en 2015 se produce un nuevo crecimiento significativo hasta los 59 millones de espectadores (cuadro 5.6).

En cuanto a la recaudación, el aumento es proporcional al aumento de la afluencia de espectadores a las salas de cines de Colombia. En 2007 se recaudaron 148.700 millones de pesos (54,1 millones de dólares) y en 2015 se llegó a 492.283 millones de pesos (179,4 millones de dólares). Los datos acumulados de la década 2006-2015 reflejan que los cines de Colombia vendieron más de 350 millones de entradas y recaudaron unos 1.000 millones de dólares.

La concentración es una nota predominante en la asistencia a los cines de Colombia en el periodo analizado, tal como sucedía en cuanto a la infraestructura. Las siete ciudades de referencia (Bogotá, Cali, Medellín, Cartagena, Barranquilla, Bucaramanga y Pereira) aglutinan más del 60% de la venta de entradas total. En este aspecto Bogotá representa más del 30% de ambos parámetros, seguida a mucha distancia por Cali y Medellín.

Cuadro 5.6

Espectadores y taquilla de cine en Colombia. Periodo 2006-2015

Año	Espectadores	Recaudación ($)	Recaudación (USD)
2006	20.219.614	*	*
2007	22.391.198	148.700.000.000	54.150.000
2008	21.561.926	163.959.969.434	59.765.462
2009	27.067.506	202.172.894.927	73.694.551
2010	33.775.893	259.033.366.304	94.420.905
2011	38.452.567	294.817.433.970	107.464.646
2012	41.421.891	328.746.453.429	119.832.198
2013	43.710.992	352.275.826.458	128.408.949
2014	46.939.746	384.923.101.484	140.309.289
2015	59.140.429	492.283.471.613	179.443.488

El Cine Colombiano de estreno tiene un comportamiento irregular a lo largo de la década 2006-2015. En el bienio 2009 y 2010 las películas autóctonas superan el millón de espectadores; en 2006, 2007, 2008, 2013 y 2014 rebasan los dos millones y en 2011, 2012 y 2015 la asistencia al cine producido en Colombia alcanza sus mayores éxitos superando los 3 millones. En concreto en 2015, se producen los datos más elevados del periodo con 3,4 millones de espectadores y casi 9 millones de dólares de recaudación. Los datos globales de consumo de Cine Colombiano en la década ponen de manifiesto que más de 24 millones de espectadores disfrutaron de los estrenos nacionales y su taquilla sumó más de 50 millones de dólares (cuadro 5.7).

egeda

Cuadro 5.7

Espectadores y taquilla del Cine Colombiano. Periodo 2006-2015

Año	Espectadores	Recaudación ($)	Recaudación (USD)
2006	2.806.892	*	*
2007	2.373.658	*	*
2008	2.273.284	17.423.127.407	6.350.948,1
2009	1.231.758	7.976.115.028	2.907.393,8
2010	1.527.757	9.326.202.266	3.399.517,5
2011	3.006.190	20.213.052.531	7.367.910,7
2012	3.400.445	23.796.407.173	8.674.088,3
2013	2.140.968	15.343.687.333	5.592.966,1
2014	2.205.769	15.662.347.451	5.709.121,7
2015	3.446.585	24.680.802.409	8.996.461,5

La cuota de mercado del Cine Colombiano en la década 2006-2015 muestra la misma irregularidad que en el caso de su consumo y recaudación. El 10% de espectadores sobre el total solo se supera en 2006, 2007 y 2008. Por debajo del 5% se registra en 2009, 2010, 2013 y 2014. Entre un 5% y un 10% se produce en 2011, 2012 y 2015 (cuadro 5.8).

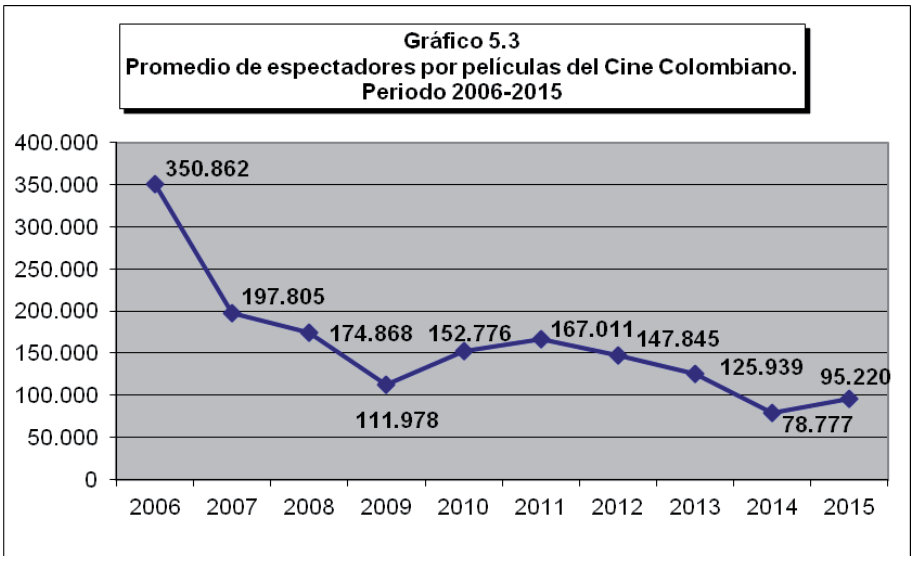
El mayor número de estrenos nacionales tiene lugar en 2015 (36), seguido de los años 2014 (28) y 2012 (23). Los estrenos totales de la década suman 2.142, los colombianos 176 (8,2%) y la cuota de espectadores del cine nacional en el periodo supone casi un 8%.

Cuadro 5.8

Número de estreno y cuota del cine colombiano. Periodo 2006-2015

Año	Estrenos totales	Estrenos colombianos	Cuota mercado cine colombiano (%)
2006	162	8	13,9
2007	200	12	10,6
2008	200	13	10,5
2009	217	11	4,6
2010	209	10	4,5
2011	207	18	7,8
2012	218	23	8,2
2013	243	17	4,9
2014	221	28	4,7
2015	265	36	5,8
Total	**2.142**	**176**	**7,8**

El promedio de espectadores por películas incluido en el gráfico 5.3 está muy condicionado por el número de estrenos del año. De esta forma, en 2006, con tan solo 8 películas nacionales en salas, se registró el promedio más elevado con más de 350.000 espectadores. En el periodo 2007-2013, con un comportamiento irregular el rango promedio se sitúa entre 100.000 y 200.000 espectadores por película y finalmente en 2014 y 2015 este promedio baja de 100.000 espectadores. En la década 2006-2015 el promedio de asistencia de espectadores a películas colombianas se sitúa en casi 139.000 por año.



Como denominador común en la década 2006-2015, el mercado de exhibidores está igual de concentrado como en el caso de las salas, ya que más del 90% de espectadores y taquilla está generada por 5 exhibidores, siendo Cine Colombia el que más peso tiene con más de un 40% de cuota de mercado. Respecto a los distribuidores, alrededor del 80% del mercado está en manos de los Estudios Americanos y, en este caso también Cine Colombia es el distribuidor independiente con mejores resultados en taquilla, poseyendo el 15% del mercado total y más del 60% del mercado del Cine Nacional.

El cuadro 5.9 alberga el top-20 de los estrenos de cine con más éxito en la década 2006-2015. Las películas más taquilleras son *Fast & Furious 7* y *Los Minions*, respectivamente. Ambas producciones se lanzaron en 2015. Otras diez películas superan los 2 millones de espectadores en salas. Dentro de este grupo se encuentra el largometraje documental *Colombia magia salvaje* (2,3 millones de espectadores), producción colombiana sin reconocimiento nacional.

Cuadro 5.9

Top-20 estrenos cine. Periodo 2009-2015. Colombia

Top	Título	Año	Espectadores
1	Fast & Furious 7	2015	4.373.479
2	Los Minions	2015	3.147.428
3	La Edad del Hielo 4	2012	2.873.049
4	Vengadores: La Era de Ultrón	2015	2.480.144
5	Colombia magia salvaje	2015	2.369.425
6	Del revés (Inside out)	2015	2.319.740
7	Monsters University	2013	2.286.787
8	Los Vengadores	2012	2.167.712
9	Rio 2	2014	2.147.753
10	Hotel Transilvania 2	2015	2.044.908
11	Fast & Furious 6	2013	2.043.193
12	Toy Story 3	2010	2.017.786
13	La Edad del Hielo 4	2009	1.972.312
14	Maleficent	2014	1.905.100
15	Transformers 4: La Era de la Extinción	2014	1.899.493

16	San Andrés	2015	1.857.662
17	Iron Man 3	2013	1.835.587
18	Los Pitufos	2011	1.797.273
19	Batman 3: La leyenda renace	2012	1.755.531
20	Gru, mi villano favorito 2	2013	1.750.909

El cuadro 5.10 contiene el top-20 de los estrenos colombianos con Reconocimiento Nacional con más éxito de la década 2006-2015. Hay cuatro producciones que consiguen superar el millón de espectadores: *Uno al año no hace daño* (1,6), *El paseo* (1,5), *El paseo 2* (1,4) y *Soñar no cuesta nada* (1,1). Otras siete películas colombianas superan el medio millón de espectadores: *Paraíso Travel* (0,9), *El paseo 3* (0,8), *Muertos de susto* (0,65), *Mi gente linda, mi gente bella* (0,61), *La cara oculta* (0,61), *In fraganti* (0,59) y *Uno al año no hace daño 2* (0,55).

Cuadro 5.10

Top-20 cine colombiano (Reconocimiento Nacional). 2006-2015

Top	Título	Año	Espectadores
1	Uno al año no hace daño	2014	1.634.763
2	El paseo	2010	1.502.741
3	El paseo 2	2012	1.402.469
4	Soñar no cuesta nada	2006	1.198.172
5	Paraíso Travel	2008	932.166
6	El paseo 3	2013	825.371
7	Muertos de susto	2007	657.769
8	Mi gente linda, mi gente bella	2012	615.208
9	La cara oculta	2012	614.426
10	In fraganti	2009	596.731
11	Uno al año no hace daño 2	2015	550.929
12	Bluff	2007	492.606
13	Satanás	2007	464.076
14	Se nos armó la gorda	2015	452.519
15	El cartel de los sapos	2012	447.647
16	Esto huele mal	2007	422.804
17	Karma	2006	412.884
18	Encerrada	2014	395.393
19	Mamá, tómate la sopa	2011	382.939
20	Los colores de la montaña	2011	379.525

ORGANIZACIÓN CINEMATOGRÁFICA

Una vez revisadas todas las cifras de la actividad cinematográfica en Colombia durante la década 2006-2015, aportamos un breve desarrollo de la potente organización gubernamental colombiana que sustenta una gran parte de la industria cinematográfica. La Entidad rectora es el Ministerio de Cultura y tiene como objetivo formular, coordinar, ejecutar y vigilar la política del Estado en materia cultural. Las ocho líneas estratégicas vigentes para el periodo 2014-2018 incluyen el fortalecimiento del sector cinematográfico colombiano.

El organigrama del Ministerio de Cultura vigente incluye, dependiendo directamente del Despacho del Ministro, la Dirección de Cinematografía, órgano que se encarga de fomentar la creación de una industria cinematográfica propia y estable en Colombia. Las líneas de acción fundamentales de esta Dirección son: Organización, Investigación, Formación, Producción, Circulación y Patrimonio. Estas líneas de acción están encaminadas a cumplir los siguientes objetivos:

· Estimular la producción cinematográfica.
· Formar nuevos creadores cinematográficos.
· Fomentar la circulación de cine colombiano.
· Salvaguardar el patrimonio audiovisual colombiano.
· Promover la investigación sobre el cine colombiano.
· Proporcionar información actual sobre el cine colombiano.
· Fomentar los procesos de participación sectorial.
· Otorgar la nacionalidad a proyectos y producciones.
· Tramitar los estímulos tributarios a la inversión y donación.
· Revisar y actualizar la legislación cinematográfica.
· Promover el territorio colombiano como escenario de filmación de películas.
· Realizar la clasificación de películas e inspección de salas de cine.

La Organización audiovisual se promueve en dos direcciones: fortalecimiento de la industria y participación ciudadana. El primero se sustenta sobre el Programa Nacional de Estímulos (PNE), convocados por el Ministerio de Cultura, y a través del Fondo para el Desarrollo Cinematográfico (FDC), tutelado por el Consejo Nacional de las Artes y la Cultura en Cinematografía (CNACC) y administrado por Proimágenes. La participación ciudadana se lleva a cabo a través de los Consejos Departamentales y Distritales de Cinematografía integrados por los agentes sectoriales que asesoran a los diferentes organismos del Ministerio.

La Investigación sobre el Cine Colombiano se realiza a través de convocatorias públicas y de la Biblioteca Digital de Historia del Cine de Colombia integrada en la Biblioteca Nacional de Colombia (este órgano depende del Despacho del Ministro).

La Formación promovida por la Dirección de Cinematografía está encaminada a procesos de creación, profesionalización y tecnificación. Estos procesos se establecen en asociación con entidades académicas cualificadas, a través de convenios sectoriales, convocatorias públicas del PNE o del programa de Concertación Cultural. Los programas técnicos se realizan a través del Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA) dependiente del Ministerio del Trabajo.

La Producción de obras audiovisuales se financia a través del Fondo para el Desarrollo Cinematográfico (FDC), inversiones o donaciones con beneficios fiscales específicos y apoyos del Programas Ibermedia para el desarrollo de coproducciones.

La Circulación del Cine Colombiano se produce a través del circuito comercial y el circuito alterno. La exhibición comercial está apuntalada por los programas de estímulo diseñados en la Ley del Cine de 2003 y por el programa Ibermedia y está concentrado en las grandes ciudades. El circuito alterno tiene como destinatario el público de municipios con dificultades de acceso al cine comercial. La Dirección de Cinematografía cuenta con una línea de acción específica que tiene el propósito de promover la circulación de contenidos audiovisuales nacionales a través del programa *Colombia de Película: Nuestro Cine para Todos*.

egeda

El Patrimonio audiovisual colombiano tiene un papel destacado dentro de las líneas de acción de la Dirección de Cinematografía. En primer lugar el Ministerio de Cultura creó la Fundación Patrimonio Fílmico Colombiano (FPFC) con los recursos del FDC. Y por otra parte, se puso en funcionamiento el Sistema de Información del Patrimonio Audiovisual Colombiano (SIPAC) que es una red de entidades públicas y privadas que permitió aumentar las herramientas para salvaguardar el patrimonio fílmico a través de la formación, transferencia de información y becas para la gestión de archivos y centros de documentación audiovisual dependientes del Ministerio de Cultura.

Aparte de estas líneas de acción para la elaboración de las estadísticas del sector para las que la Dirección de Cinematografía tiene un instrumento denominado Sistema de Información y Registro Cinematográfico (SIREC). Este instrumento tiene como propósito apoyar los procesos de seguimiento de políticas y toma de decisiones de la Dirección. El SIREC cuantifica los siguientes parámetros:

· Producciones nacionales de largometraje y cortometraje.
· Proyectos nacionales y Certificados de inversión y donación.
· Clasificación de películas y control de la taquilla.
· Proyectos presentados al FDC y ejecución de los recursos del Fondo.
· Recaudación de la cuota para el FDC.
· Control de la infraestructura cinematográfica y sus agentes.

Una de las claves del buen funcionamiento del sistema cinematográfico colombiano es la eficaz gestión del Fondo para el Desarrollo Cinematográfico (FDC). El organismo encargado de su tutela es el Consejo Nacional de las Artes y la Cultura en Cinematografía (CNACC). Este organismo está integrado por el Ministerio de Cultura, la Dirección de Cinematografía, Proimagénes y los representantes de productores, exhibidores, distribuidores, directores, artistas, técnicos y de consejos departamentales y distritales. La CNACC realiza las siguientes funciones:

· Dirige y aprueba el presupuesto del FDC.
· Establece los criterios para acceder a los recursos del FDC.
· Decide y asigna el destino de los recursos del FDC.
· Establece los mecanismos necesarios para evaluar los proyectos que acceden al FDC.
· Realiza informaciones periódicas de las resoluciones del FDC.

El organismo encargado de la administración del Fondo y que debe cumplir con los mandatos de la CNACC es el Fondo Mixto de Promoción Cinematográfica (PROIMÁGENES), creado por la Ley General de Cultura de 1997 y que tiene un papel clave en la consolidación del sistema cinematográfico colombiano. Esta entidad civil sin ánimo de lucro tiene tres actividades fundamentales para el sector:

1. Administración del FDC conforme a las directrices del CNACC: recauda los recursos para el Fondo conforme a los porcentajes de los ingresos provenientes de la industria; realiza el reparto de los recursos del Fondo con transparencia y eficacia; lidera el programa de internacionalización del Cine Colombiano; organiza las convocatorias públicas para le entrega de estímulos y coordina las actividades de formación de los futuros creadores.

2. Administración del Fondo Fílmico de Colombia (FFC): aporta una contraprestación por los gastos derivados de los servicios cinematográficos realizados en Colombia (40%) y por los gastos de alojamiento, alimentación y transporte a empresas que realicen producciones en el territorio nacional (20%).

3. Promoción de la producción audiovisual en Colombia a través de la Comisión Fílmica Colombiana. Sus principales servicios para asegurar que las empresas tengan una buena experiencia de rodaje en el país son: asesoramiento legislativo e información de sus contraprestaciones monetarias, asesoramiento en cuanto a logística, localizaciones y autorizaciones, mediación con las entidades nacionales y regionales sectoriales y mediación para la consecución de la documentación necesaria (permisos de rodaje y las visas de cortesía).

Para completar este epígrafe sobre la organización cinematográfica en Colombia se incluye una referencia a la legislación vigente más significativa:

· Ley 814 de 2003, Ley de Cine para Todos, por la que se dictan normas para el fomento de la actividad cinematográfica en Colombia.
· Decreto 1080 de 26 mayo de 2015. Decreto Único del Sector Cultura que compila las normas reglamentarias preexistentes. Las disposiciones relacionadas con la cinematografía se encuentran en la Parte II y en la Parte X.
· Ley 1556 de 2012, Ley de Filmación, por la que se dictan normas con el objetivo de posicionar a Colombia como un escenario preferente para producir películas y atraer empresas extranjeras para que contraten los servicios nacionales.
· Manual de Asignación de Recursos del Fondo Fílmico de Colombia, acuerdo número 32 de 2016, por el que se establecen los requisitos y condiciones para la aprobación de proyectos cinematográficos y la contraprestación del Fondo Fílmico de Colombia (Ley 1556 de 2012) por la realización de gastos en servicios audiovisuales del país.
· Ley 1262 de 2008, por la que se aprueba el protocolo de enmienda sobre el acuerdo latinoamericano de Coproducción Cinematográfica aprobado en el marco de la CACI.

CONCLUSIONES

· La organización de la actividad cinematográfica en Colombia se sustenta en la Ley del Cine de 2003. La Ley establece que un porcentaje de los ingresos de la industria deben servir para financiar y fomentar la producción nacional.

· Los organismos claves de la organización cinematográfica colombiana son el Ministerio de Cultura, la Dirección de Cinematografía, El Consejo Nacional de las Artes y la Cultura en Cinematografía (CNACC) y el Fondo Mixto de Promoción Cinematográfica (Proimágenes).

· La infraestructura cinematográfica en Colombia ha aumentado de forma significativa en la década 2006-2015: en 2006 estaban censadas 475 salas y unas 80.000 butacas y en 2015 se contabilizan 935 salas de cine y más de 170.000 butacas.

· El 100% de las salas de cine colombianas están digitalizadas (51% formato 2D, 43,9% formato 3D, 4,8% formato 4D y 0,2% formato IMAX-3D).

· Los dos mecanismos que contempla la Ley de Cine para la financiación de producciones nacionales son:

· *Los Estímulos Tributarios.*

El estímulo debe realizarse sobre proyectos reconocidos por la Dirección de Cinematografía y para la deducción sobre la renta se necesita el certificado correspondiente. En la década 2006-2015 se reconocen 336 Proyectos Nacionales, se expiden 1.006 certificados de Inversión y 27 de Donación.

· *El Fondo para el Desarrollo de Cine.*

El Fondo para el Desarrollo Cinematográfico (FDC) se nutre de las aportaciones de los Exhibidores (8,5% neto de los ingresos de las películas extranjeras en las salas), Distribuidores (8,5% neto de los ingresos de las películas extranjeras en las salas) y Productores colombianos (5% neto de los ingresos de sus películas en las salas). Los recursos recaudados se distribuyen de la siguiente forma: el 70% a producción cinematográfica, 20% a fomento del cine colombiano y 10% a la administración del fondo.

· La recaudación total del fondo en la década 2006-2015 asciende a 49,2 millones de dólares.

· Los dos mecanismos de financiación para las producciones colombianas suman, en la década 2006-2015, 94,1 millones de dólares (Las inversiones y donaciones suman 58,4 millones de dólares y los estímulos del FDC 35,6 millones).

· El Programa Ibermedia posibilita la financiación de coproducciones entre países iberoamericanos u otros. En la década 2006-2015 Colombia ha aportado 1,6 millones de dólares, los proyectos colombianos han recibido 7,3 millones de dólares y el retorno neto es de 5,6 millones de dólares.

· Los datos de exhibición en la década 2006-2015 reflejan que las salas vendieron más de 350 millones de boletos y recaudaron unos 1.000 millones de dólares. El año 2015 es el más importante del periodo con 59,1 millones de espectadores y una recaudación de 179,4 millones de dólares.

· El Cine Colombiano en la década 2006-2015 tuvo una asistencia acumulada de 24,4 millones de espectadores, superó los 50 millones de recaudación conjunta, tuvo una cuota de asistencia de casi un 8% y registró un promedio de espectadores por producción colombiana de 138.712.

· La concentración es una tónica habitual en la industria cinematográfica colombiana: sólo el 58,5% de la población colombiana tiene acceso al cine comercial; cinco exhibidores copan el 90% de mercado de salas de cine, espectadores y recaudación; el 80% del mercado cinematográfico corresponde a estrenos producidos por los Estudios Americanos y más del 60% de la distribución del cine nacional está en manos de una sola empresa independiente.

ESTRENOS COLOMBIANOS CON RECONOCIMIENTO (2006-2015)

Cuadro 5.11

Estrenos Cine Colombiano. Periodo 2006-2015

Nº	Título	Director	Año	Espectadores
1	Soñar no cuesta nada	Rodrigo Triana	2006	1.198.172
2	Karmma	Orlando Pardo	2006	412.884
3	El Colombian Dream	Felipe Aljure	2006	377.692
4	Al final del espectro	Juan Felipe Orozco	2006	158.814
5	Dios los junta y ellos se separan	Harold Trompetero	2006	115.039
6	Cartas al gorro	Darío Armando García	2006	108.175
7	El trato	Francisco Norden	2006	80.577
8	Cuando rompen las olas	Riccardo Gabrielli	2006	18.643
9	Mi abuelo, mi papa y yo	Dago García	2005	336.896
	Total 2006			**2.806.892**
Nº	**Título**	**Director**	**Año**	**Espectadores**
1	Bluff	Felipe Martínez	2007	492.606
2	Satanás	Andi Baiz	2007	464.076
3	Esto huele mal	Jorge Alí Triana	2007	422.804
4	Muertos de susto	Harold Trompetero	2007	186.325
5	La ministra inmoral	Delmira Zuluaga	2007	135.820
6	Apocalipsur	Javier Mejía	2007	26.514
7	Buscando a Miguel	Juan Fischer	2007	21.517
8	La boda del gringo	Tas Salini	2007	16.157
9	El sueño del paraíso	Carlos Palau	2007	7.494
10	Juana tenía el pelo de oro	Pacho Bottía	2007	4.670
11	El corazón	Diego García Moreno	2007	3.000
12	Un tigre de papel	Luis Ospina	2007	371
13	Al final del espectro	Juan Felipe Orozco	2006	146.139
14	Las cartas del gordo	Darío Armando García	2006	290.183
15	Dios los junta y ellos se separan	Harold Trompetero	2006	155.982
	Total 2007			**2.373.658**
Nº	**Título**	**Director**	**Año**	**Espectadores**
1	Paraíso Travel	Simón Brand	2008	932.166
2	Perro come perro	Carlos Moreno	2008	294.549
3	La Milagrosa	Rafa Lara	2008	181.555
4	Los actores del conflicto	Lisandro Duque	2008	90.614
5	Ni te cases ni te embarques	Ricardo Coral	2008	74.087
6	El ángel del acordeón	María Camila Lizarazo	2008	69.351
7	Entre sábanas	Gustavo Nieto Roa	2008	67.227
8	Te Amo, Ana Elisa	Antonio Dorado	2008	49.345
9	Nochebuena	Camila Loboguerrero	2008	26.871
10	PVC-1	Spiros Strathoulopoulos	2008	6.930
11	Yo soy otro	Óscar Campo	2008	6.594
12	Polvo de ángel	Óscar Blancarte	2008	1.932
13	Helena	Jaime César Espinoza	2008	619
14	Muertos de susto	Harold Trompetero	2007	471.444
	Total 2008			**2.273.284**

egeda

Nº	Título	Director	Año	Espectadores
1	El Arriero	Guillermo Calle	2009	286.884
2	La pasión de Gabriel	Luis Alberto Restrepo	2009	220.983
3	Los viajes del viento	Ciro Guerra	2009	167.286
4	In fraganti	Juan Camilo Pinzón	2009	132.777
5	La sangre y la lluvia	Jorge Navas	2009	92.091
6	Amar a morir	Fernando Lebrija	2009	71.945
7	El man, el super héroe nacional	Harold Trompetero	2009	46.763
8	Riverside	Harold Trompetero	2009	45.004
9	Los pecados de mi Padre	Nicolás Entel	2009	43.766
10	El cielo	Alessandro Basile	2009	2.038
11	Humo en tus ojos	Mauricio Cataño	2009	246
12	Ni te Cases ni te Embarques	Ricardo Coral	2008	121.975
	Total 2009			**1.231.758**

Nº	Título	Director	Año	Espectadores
1	Sin tetas no hay paraíso	Gustavo Bolívar	2010	326.247
2	El paseo	Harold Trompetero	2010	311.277
3	Chance	Abner Benaim	2010	118.336
4	Del amor y otros demonios	Hilda Hidalgo	2010	77.873
5	García	José Luis Rugeles	2010	54.137
6	Retratos en un mar de mentiras	Carlos Gaviria	2010	46.039
7	La sociedad del semáforo	Rubén Mendoza	2010	43.213
8	Contracorriente	Javier Fuentes León	2010	37.972
9	El vuelco del cangrejo	Óscar Ruiz Navia	2010	24.945
10	Rabia	Sebastián Cordero	2010	23.764
11	In fraganti	Juan Camilo Pinzón	2009	463.954
	Total 2010			**1.527.757**

Nº	Título	Director	Año	Espectadores
1	Los colores de la montaña	Carlos César Arbeláez	2011	379.525
2	El páramo	Jaime Osorio Márquez	2011	326.040
3	El jefe	Jaime Escallón Buraglia	2011	319.163
4	En coma	Juan David Restrepo	2011	175.927
5	Mamá, tómate la sopa	Mario Ribero Ferreira	2011	152.122
6	Saluda al diablo de mi parte	Juan Felipe Orozco	2011	108.305
7	Lecciones para un beso	Juan Pablo Bustamante	2011	103.067
8	El escritor de telenovelas	Felipe Dothee	2011	68.725
9	Poker	Juan Sebastian Valencia	2011	43.435
10	Todos tus muertos	Carlos Moreno	2011	37.269
11	La vida era en serio	Mónica Borda	2011	26.842
12	Con amor y sin amor	David Serrano	2011	25.009
13	Silencio en el paraíso	Colbert García	2011	17.415
14	Locos	Harold Trompetero	2011	12.694
15	Pequeñas voces	Jairo Carrillo	2011	9.833
16	Karen llora en un bus	Gabriel Rojas Vera	2011	5.829
17	Postales colombianas	Ricardo Coral-Dorado	2011	2.443
18	Cuarenta	Carlos Fernández de Soto	2011	1.083
19	El paseo	Harold Trompetero	2010	1.191.464
	Total 2011			**3.006.190**

Nº	Título	Director	Año	Espectadores
1	Mi gente linda, mi gente bella	Harold Trompetero	2012	615.208
2	La cara oculta	Andi Baiz	2012	614.426
3	El paseo 2	Harold Trompetero	2012	480.771
4	El cartel de los sapos	Carlos Moreno	2012	447.647
5	Sanandresito	Alessandro Angulo	2012	303.721
6	La lectora	Riccardo Gabrielli	2012	200.777
7	180 Segundos	Alexander Giraldo	2012	160.828
8	Sofía y el Terco	Andrés Burgos	2012	50.620
9	¿Por qué dejaron a Nacho?	Fernando Ayllón	2012	44.335
10	Apaporis, secretos de la selva	Antonio Dorado	2012	44.177
11	Chocó	Jhonny Hendrix Hinestroza	2012	31.605
12	Carrusel	Guillermo Iván	2012	25.758
13	La Sirga	William Vega	2012	21.538
14	La captura	Darío Armando García	2012	19.168
15	Sin palabras	Ana Sofía Osorio	2012	18.803
16	La Playa D.C.	Juan Andrés Arango	2012	16.015
17	El sueño de Iván	Roberto Santiago	2012	10.921
18	Porfirio	Alejandro Landes	2012	7.676
19	El resquicio	Alfonso Acosta	2012	6.354
20	Apatía, una película de carretera	Arturo Ortegón	2012	3.770
21	Gordo, calvo y bajito	Carlos Osuna	2012	2.963
22	Pequeños vagos	Carlos Zapata	2012	1.245
23	Ilegal.co	Alessandro Angulo	2012	789
24	Mamá, tómate la sopa	Mario Ribero Ferreira	2011	230.817
25	El escritor de telenovelas	Felipe Dorothee	2011	37.699
26	Cine colombiano	-	2011	2.814
	Total 2012			**3.400.445**

Nº	Título	Director	Año	Espectadores
1	El Paseo 3	Juan Camilo Pinzón	2013	364.797
2	El control	Felipe Dorothee	2013	259.019
3	Roa	Andi Baiz	2013	161.113
4	De rolling por Colombia	Harold Trompetero	2013	154.547
5	Crimen con vista al mar	Gerardo Herrero	2013	101.621
6	Secretos	Fernando Ayllón	2013	48.551
7	Amores peligrosos	Antonio Dorado Zuñiga	2013	46.747
8	Lo azul del cielo	Juan Alfredo Uribe	2013	20.116
9	La justa medida	Colbert García	2013	17.513
10	Edificio Royal	Iván Wild	2013	10.958
11	Cazando luciérnagas	Roberto Flores Prieto	2013	7.256
12	Estrella del Sur	Gabriel González	2013	6.622
13	La eterna noche de las doce lunas	Priscila Padilla	2013	6.026
14	Don Ca	Patricia Ayala Ruiz	2013	4.029
15	Pescador	Sebastián Cordero	2013	3.532
16	Crónica del fin del mundo	Mauricio Cuervo	2013	1.311
17	Pablo's Hippos	Antonio Von Hildebrand	2013	42
18	El paseo 2	Harold Trompetero	2012	921.698
19	Cine colombiano	-	2012	5.470
	Total 2013			**2.140.968**

egeda

Nº	Título	Director	Año	Espectadores
1	Uno al año no hace daño	Juan Camilo Pinzón	2014	501.803
2	Encerrada	Víctor García	2014	395.393
3	Ciudad Delirio	Chus Gutiérrez	2014	298.939
4	Nos vamos pal Mundial	Andrés Orjuela	2014	136.461
5	Carta al niño Dios	Juan Camilo Pinzón	2014	126.846
6	Todas para uno	Harold Trompetero	2014	100.880
7	Demental	David Arturo Bohórquez	2014	37.652
8	De rolling 2	Harold Trompetero	2014	27.164
9	Secretos de confesión	Henry Rivero	2014	19.065
10	Anina	Alfredo Soderguit	2014	12.927
11	Bolaetrapo	Guillermo Iván	2014	10.431
12	Los hongos	Óscar Ruiz Navia	2014	9.833
13	Infierno o paraíso	Germán Piffano	2014	8.880
14	Mateo	María Gambia Jaramillo	2014	8.572
15	Manos sucias	Josef Kubota Wladyka	2014	8.370
16	Tierra en la lengua	Rubén Mendoza	2014	7.561
17	Jardín de amapolas	Juan Carlos Melo	2014	5.890
18	Petecuy, la película	Óscar Hincapié Mahecha	2014	4.862
19	Estrella quiero ser	Gustavo Nieto Roa	2014	4.354
20	El faro	Luis Fernando Bottía	2014	4.222
21	Por un puñado de pelos	Néstor Montalbano	2014	3.476
22	El callejón	Antonio Trashorras	2014	3.204
23	Souvenir	Andrés Cuevas	2014	2.320
24	Días de vinilo	Gabriel Nesci	2014	1.977
25	Memorias del Calavero	Rubén Mendoza	2014	1.351
26	Climas	Enrica Pérez	2014	955
27	Deshora	Bárbara Sarasola Day	2014	838
28	El cielo de tu mirada	Pedro Pablo Ybarra	2014	309
29	El paseo 3	Juan Camilo Pinzón	2013	460.574
30	Cine colombiano	-	2013	660
	Total 2014			**2.205.769**

Nº	Título	Director	Año	Espectadores
1	Uno al año no hace daño 2	Juan Camilo Pinzón	2015	550.929
2	Se nos armó la gorda	Fernando Ayllón	2015	452.519
3	Güelcom tu Colombia	Ricardo Coral	2015	301.990
4	Se nos armó la gorda 2	Fernando Ayllón	2015	177.150
5	El cartel de la Papa	Jaime Escallón Buraglia	2015	124.508
6	El abrazo de la serpiente	Ciro Guerra	2015	111.481
7	Out of the dark (Dynamo)	Luis Quílez	2015	93.480
8	Regue Chiken	Dago García	2015	63.484
9	Que viva la música	Carlos Moreno	2015	61.212
10	Pa… por mis hijos lo que sea	Harold Trompetero	2015	58.230
11	Vivo en el limbo	Roberto Flores Prieto	2015	57.882
12	La tierra y la sombra	César Acevedo	2015	53.798
13	La rectora	Mateo Stivelberg	2015	28.169
14	Todos se van	Sergio Cabrera	2015	26.493
15	Carta a una sombra	Daniela Abad	2015	25.468
16	Gente de bien	Franco Lolli	2015	24.444
17	Siempreviva	Klych López	2015	20.561

18	El palacio: antes del fuego	Laura Mora	2015	13.418
19	Alias María	José Luis Rugeles	2015	8.664
20	Último aliento	René Castellanos	2015	6.737
21	Porro hecho en Colombia	Adriana Lucía López	2015	5.465
22	El elefante desaparecido	Javier Fuentes León	2015	5.443
23	Ella	Libia Stella Gómez	2015	4.865
24	Ruido rosa	Roberto Flores Prieto	2015	4.488
25	Marañón	Salomón Simhon	2015	3.829
26	El viaje del acordeón	Rey Sagbini	2015	3.010
27	Las tetas de mi madre	Carlos Zapata	2015	2.901
28	Violencia	Jorge Forero	2015	2.852
29	Suave el aliento	Augusto Sandino	2015	2.369
30	Shakespeare	Dago García	2015	1.890
31	Un asunto de tierras	Patricia Ayala Ruiz	2015	1.762
32	Refugiado	Diego Lerman	2015	1.607
33	Paisaje indeleble	Jaime Enrique Barriosl	2015	1.266
34	Monte adentro	Nicolás Macario Alonso	2015	1.089
35	El valle sin sombras	Rubén Mendoza	2015	674
36	Parador húngaro	Aseneth Suárez	2015	473
37	Uno al año no hace daño	Juan Camilo Pinzón	2015	1.132.960
38	Cine colombiano	-	2015	9.025
	Total 2015			**3.446.585**

egeda

egeda

YouTube

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

veo clips

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

EL IMPACTO DE LOS SISTEMAS DE GARANTÍA EN LA PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL. EL CASO ESPAÑOL DE CREASGR

El impacto de los sistemas de garantía en la producción audiovisual.
El caso español de CREASGR

Por Jesús Prieto

El objetivo de este artículo es la difusión para su conocimiento en el sector audiovisual de la labor que la Sociedad de Garantía Recíproca CREA SGR (http://www.creasgr.com/) realiza desde 2006 en su actividad de concesión de avales al sector de la producción cinematográfica y audiovisual española, y especialmente durante el período de crisis económica más importante que ha sufrido España, dentro del contexto internacional de la denominada Gran Recesión. La conclusión que se pretende extraer es que gracias a la labor del instrumento de garantía ofrecido por CREA SGR ha sido posible mantener abiertas las posibilidades de financiación de la banca comercial tradicional al sector de la producción.

1. Introducción

El sector de la producción cinematográfica española y el audiovisual en su conjunto siempre se han enfrentado a una situación de debilidad frente a las entidades financieras a la hora de transmitir sus necesidades de financiación y poder hacer comprender a los especialistas analistas del riesgo de crédito cómo funcionaba el modelo de negocio del sector audiovisual, y fundamentalmente desde el punto de vista de la producción cinematográfica.

Asimismo, si añadimos la atomización y pequeño tamaño de las empresas, con escasos recursos materiales y humanos, así como la carencia de grandes recursos patrimoniales de las compañías del sector, unido a la exigencia de garantías, fundamentalmente inmobiliarias o financieras, por parte de las entidades bancarias tradicionales, podemos concluir que la actividad de financiación constituye uno de los puntos débiles del sector de la producción e incluso de todo el audiovisual.

Es interesante señalar, respecto del sector de la producción que no existen unos altos índices de morosidad, sobre todo si lo comparamos con otros sectores como el de la promoción inmobiliaria o el consumo. Sin embargo es cierto que el sector es pequeño y por tanto, cualquier incidencia en el mismo repercute de forma negativa a la percepción de toda la industria.

En consecuencia, las productoras y demás compañías audiovisuales se mueven en un entorno complicado, con balances difíciles de entender, en el que el inmovilizado intangible y la propiedad intelectual constituyen los principales activos y con un modelo de negocio altamente apalancado, con desembolsos muy cortos en el tiempo y de muy larga recuperación.

Sólo aquellas compañías filiales de grandes grupos empresariales, o con una trayectoria impecable en lo que se refiere a los resultados económico financieros, son las únicas que suelen tener acceso razonablemente sencillo a la financiación bancaria.

Para el resto, como las empresas de nueva creación, aquellas independientes de grandes grupos empresariales, nacionales o extranjeros, o a su vez excesivamente dependientes de algún operador del sector en cuanto a su cifra de negocio, con poco músculo financiero en general, es prácticamente imposible poder acceder a la financiación bancaria en condiciones asumibles para el negocio.

2. Constitución de Audiovisual Aval SGR, fusión con Fianzas y Servicios SGR, y creación de Audiovisual Fianzas SGR, actual CREA SGR.

Audiovisual Aval, S.G.R. se constituyó el 23 de diciembre de 2005, en Madrid, inscribiéndose en el Registro Especial de Sociedades de Garantía Recíproca con el número 9848, en la C/ Luis Buñuel, 2 – 2ª planta de Pozuelo de Alarcón (Madrid).

La sociedad se creó al amparo de la normativa de las Sociedades de Garantía Reciproca (1), que tienen como objeto la concesión de avales para facilitar la financiación de las pequeñas y medianas empresas (2) y está sujeta a la supervisión y control de las autoridades regulatorias españolas (Banco de España).

El objetivo inicial de su fundación, fue contar con una entidad financiera especializada en el análisis del riesgo de crédito del sector de la producción cinematográfica y audiovisual, con el fin de conceder avales ante las entidades bancarias financiadoras de las pequeñas y medianas empresas del sector.

Los socios protectores que constituyeron la sociedad fueron los siguientes: la Entidad de Gestión de Derechos de Productores Audiovisuales (EGEDA), el Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales (ICAA) y asociaciones del sector audiovisual, como la Federación de Asociaciones de Productores Audiovisuales Españoles (FAPAE), la Federación de Cines de España (FECE), la Asociación de Industrias Técnicas Audiovisual Español (AITE) y la Asociación de Distribuidores Independientes Cinematográficos (ADICINE). Todos ellos compartieron la misma inquietud y ánimo de ofrecer apoyo a la financiación de las pequeñas y medianas empresas del sector.

Audiovisual Aval SGR inició su andadura con un capital de 6 millones de euros, aportado prácticamente al 100% entre EGEDA y el ICAA, con el fin de ir incrementando el volumen de recursos propios en la medida que fuera creciendo la actividad de la compañía, bien mediante ampliaciones de capital bien mediante la dotación al Fondo de Provisiones Técnicas.

En el año 2015, como resultado de la necesidad de acometer un plan de crecimiento de los recursos propios como consecuencia de las modificaciones legales que obligaban a incrementar los recursos propios de las SGR (3), se procedió a estudiar la posibilidad de realizar una fusión con una sociedad cuya actividad pudiera ser compatible con la de Audiovisual Aval, S.G.R. En este sentido, se cerró un acuerdo con FIANZAS Y SERVICIOS FINANCIEROS S.G.R, sociedad dedicada principalmente a la concesión de avales al sector de ocio, juego y entretenimiento, que finalizó con la absorción de la misma por parte de Audiovisual Aval, S.G.R.

En consecuencia, Audiovisual Fianzas, S.G.R. se constituyó por tiempo indefinido por absorción de la entidad "FIANZAS Y SERVICIOS FINANCIEROS S.G.R.", por "AUDIOVISUAL AVAL S.G.R.", siendo esta última la sociedad absorbente (4). A efectos comerciales, se creó la marca CREA SGR que es la que actualmente identifica la actividad de la compañía.

El capital aportado por los socios protectores al 31 de diciembre de 2015 asciende a 13.706.640€, de acuerdo con el detalle siguiente:

Entidad de Gestión de Derechos de Productores Audiovisuales (EGEDA)	**7.618.500**
Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales (ICAA)	**6.029.760**
CIRSA Gaming Corporation SA	**45.180**
Asociación Nacional de Empresaris de Máquinas Recreativas Andemar Cataluña	**4.500**
Confederación de Asociaciones y Federaciones de Empresarios del RecreativoCOFAR)	**2.400**
Asociación de Empresarios de Máquinas Recreativas de la CAM Arema	**1.800**
Asociación de empresarios Distribuidores y Comercializadores de Máquinas y Material de Juego de España (ASEDICO)	**1.500**
Asociación de Empresarios de Máquinas Recreativas de Aragón Azemar Aragón	**1.500**
Asociación Andaluza de Empresas Operadoras de Máquinas Recreativas Anmare	**600**
Federación de Cines de España (FECE)	**300**
Asociación de Industrias Técnicas Audiovisual Español (AITE)	**300**
Asociación de Distribuidores Independientes Cinematográficos (ADICINE)	**300**
Federación de Asociaciones de Productores Audiovisuales Españoles (FAPAE)	**300**
TOTAL	**13.706.640**

Adicionalmente, CRE ASGR cuenta con el capital que aportan los socios partícipes, de acuerdo con la ley que regula el funcionamiento de las SGR, que obliga a formar parte de la sociedad, como socio partícipe, a toda aquella compañía que quiere beneficiarse de la concesión de un aval. Al 31 de diciembre de 2015, el capital aportado por los socios partícipes asciende a 5.456.580€, por lo que el total del capital de la sociedad al 31 de diciembre de 2015 asciende a 19.163.220€.

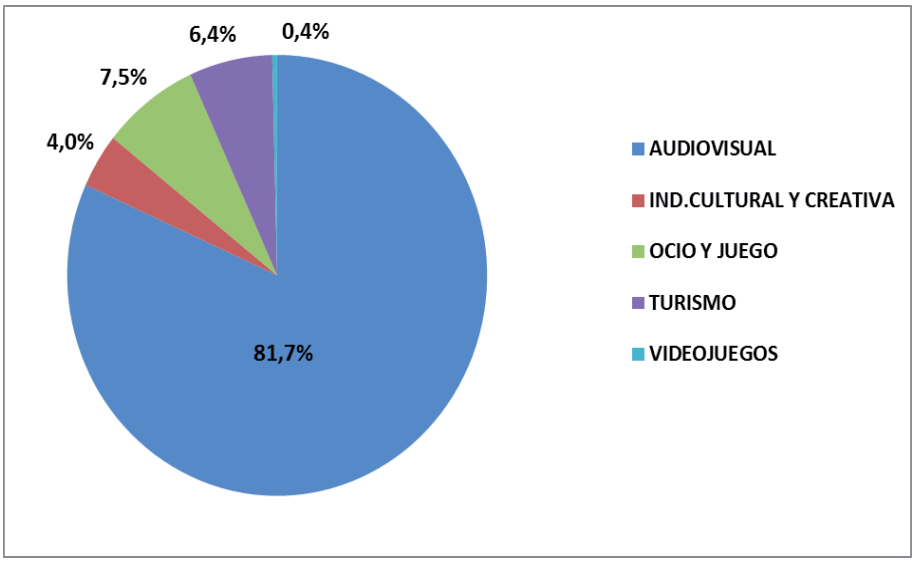
Asimismo, CREA SGR dispone de un Fondo de Provisiones Técnicas (FPT), que forma parte de su patrimonio y que tiene como finalidad reforzar su solvencia patrimonial, de acuerdo con la normativa legal (5). Al 31 de diciembre de 2015, el FPT asciende a 1.802.294€.

En virtud de lo anteriormente expuesto, podemos concluir que CREA SGR cumple sobradamente con los principios de solvencia patrimonial, ya que sus recursos propios computables al 31 de diciembre de 2015, ascienden a 20.179.397,94 € (6)

3. Actividad de CREAGR

Los datos acumulados de CREA SGR, una vez producida la fusión citada en el punto anterior representan el mejor exponente de la actividad de los últimos años

En el año 2015 se han formalizado 297 avales por importe de 52.610.048,61 euros, con la composición que se puede ver en el gráfico siguiente.



A 31 de diciembre de 2015, el riesgo vivo es de 119.409.863,66 euros. A esa misma fecha, se han cancelado 4.545 avales por importe de 279.972.335,25 euros.

La sociedad mantiene 9 convenios bancarios por importe global de 56 millones de euros (POPULAR, BBVA, BMN, CAIXABANK, IBRCAJA, SABADELL, BANKINTER, SANTANDER y BANKIA) a lo que habría que añadir el convenio firmado con TRIODOS BANK y con COFICINÉ (sin límite de importe). El tipo de interés medio está referenciado al Euribor + 3 y no existe ninguna comisión adicional de cancelación anticipada. Los convenios se renuevan tácitamente, salvo acuerdo entre las partes para su cancelación.

En el momento en que se escriben estas líneas (junio 2016) el índice del Euribor está por debajo del 0,00%, incluso en tipos negativos, por lo que la oferta de las entidades bancarias es la más baja de la historia que se recuerda.

De todas formas, sigue siendo fundamental para el sector la existencia de una entidad especializada en el análisis del riesgo de las operaciones que a su vez permita a la banca comercial acercarse con garantías a la financiación de un sector que, en su gran mayoría, siguen desconociendo.

4. Conclusiones

Se puede afirmar, sin caer en el triunfalismo, que CREA SGR constituye actualmente la referencia en España en el análisis del riesgo y concesión de avales al sector audiovisual por parte del sistema financiero.

Tanto las cifras de concesión de avales como los ratios de fallidos y morosidad suponen un apoyo inestimable a la posibilidad de seguir produciendo en España en un marco económico complicado, desde la crisis de 2008 hasta los actuales de inicio de salida de la misma.

El impacto de la actividad de CREA SGR en el sector, se puede calcular sobre la base de poder facilitar la financiación de una cifra significativa de la producción española, por dos vías: por un lado avalando las cantidades que se precisen y a la vez sirviendo de efecto positivo para el cumplimiento total de la financiación. El hecho de que en una producción intervenga CREA SGR supone un espaldarazo para el cierre de la financiación de la película. Por tanto, CREA SGR se convierte también en un socio cualificado en el proceso de producción española, prácticamente desde su inicio.

Notas:

(1) La Sociedad tiene carácter mercantil y se rige por sus propios Estatutos, por lo previsto en la Ley 1/1994, de 11 de marzo, sobre el Régimen Jurídico de las Sociedades de Garantía Recíproca, por el Real Decreto 2345/1996, de 8 de noviembre, modificado por el Real Decreto 216/2008 de 15 de febrero, relativo a las normas de autorización administrativa y requisitos de solvencia de las Sociedades de Garantía Recíproca y disposiciones concordantes, Texto Refundido de la Ley de Sociedades de Capital de 2 de julio de 2010, Código de Comercio y disposiciones complementarias, el Plan General de Contabilidad, aprobado por el Real Decreto 1514/2007, de 16 de noviembre, la Orden EHA/1327/2009, de 26 de mayo sobre normas especiales para la elaboración, documentación y presentación de la información contable de las sociedades de garantía recíproca, y la Circular 5/2008, de 31 de octubre, del Banco de España, a las sociedades de garantía recíproca, sobre recursos propios mínimos y otras informaciones de remisión obligatoria. Le es de aplicación la Ley 26/1988, de 29 de julio, sobre Disciplina e Intervención de las Entidades de Crédito Ley 14/2013, de 27 de septiembre, de apoyo a los emprendedores y su internacionalización.

Otra normativa genérica es la Circular 4/2004, de 22 de diciembre, a entidades de crédito, modificada por la circular 3/2010, de 29 de junio, (ANEXO IX), sobre normas de información financiera pública y reservada, y modelo de estados financieros; el Real Decreto 216/2008, de 15 de febrero, de recursos propios de las entidades financieras; y la Circular 3/2008, de 22 de mayo, del Banco de España, a entidades de crédito, sobre determinación y control de los recursos propios mínimos.

(2) La Sociedad tiene por objeto prestar garantías personales, por aval o por cualquier otro medio admitido en Derecho distinto del seguro de caución, a favor de sus socios para las operaciones que éstos realicen dentro del giro o tráfico de las empresas de que sean titulares, dedicadas a cualquier actividad empresarial.

Al menos cuatro quintas partes de sus socios deberán tener como objeto social las actividades de producción, distribución, exhibición o intermediación de cualquier tipo en el sector audiovisual y en general en el sector cultural, contenidos digitales, actividades de ocio, juego, recreativas y de entretenimiento así como del sector turístico. Además, la Sociedad presta servicios de asistencia y asesoramiento financiero a sus socios.

Podrán formar parte de la Sociedad todas las empresas pequeñas y medianas cuyo número de trabajadores no exceda de 250, ya sean personas físicas o jurídicas dedicadas a cualquier actividad empresarial lícita dentro del sector audiovisual. Como mínimo las cuatro quintas partes de sus socios estarán integrados por pequeñas y medianas empresas

(3) La ley 14/20103, de 27 de septiembre, de apoyo a los emprendedores y su internacionalización, publicada en el Boletín Oficial del Estado del 28 de septiembre de 2013, establece en su Artículo 35 una modificación del artículo 8 de la Ley 1/1994, de 11 de marzos obre Régimen Jurídico de las Sociedades de Garantía Recíproca, que queda redactado de la siguiente manera:

"Artículo 8. Cifra mínima del capital social desembolsado y de recursos propios computables.

1.- El capital social mínimo de las sociedades de garantía recíproca no podrá ser inferior a 10.000.000 de euros.

2.- Para garantizar la liquidez y solvencia de las sociedades de garantía recíproca, en su condición de entidades financieras, el capital indicado en el apartado anterior podrá ser modificado, en los términos establecidos en el artículo 47.1, a) de la Ley 26/1988, de 29 de julio, sobre disciplina e intervención de las entidades de crédito.

3.- El importe de la cifra de recursos propios computables de las sociedades de garantía recíproca no podrá ser inferior a 15.000.000 de euros. A los efectos de este apartado la

cifra de recursos propios computables se calculará de acuerdo con la definición que fije el Banco de España."

A 31 de diciembre de 2015 la sociedad cumple ambos requisitos.

(4) Fue cambiada su denominación social por la actual mediante escritura autorizada por el notario de Madrid, Don Alfredo Barrau Moreno, el día 27 de abril de 2015, inscribiéndose en el Registro Especial de Sociedades de Garantía Recíproca con el número 9848. Su domicilio actual se encuentra en la C/ Luis Buñuel, 2 – 2ª planta de Pozuelo de Alarcón (Madrid).

(5) La Ley 1/1994, de 11 de marzo sobre el Régimen Jurídico de las Sociedades de Garantía Recíproca, establece en su en el artículo 9.b) y c):

Artículo 9. Fondo de provisiones técnicas.

La sociedad de garantía recíproca deberá constituir un fondo de provisiones técnicas, que formará parte de su patrimonio, y tendrá como finalidad reforzar la solvencia de la sociedad. Su cuantía mínima y funcionamiento se determinará reglamentariamente.

Dicho fondo de provisiones técnicas, en todo caso, podrá ser integrado por:

a) Las subvenciones, donaciones u otras aportaciones no reintegrables que efectúen las Administraciones públicas, los organismos autónomos y demás entidades de derecho público, dependientes de las mismas, las sociedades mercantiles en cuyo capital participe mayoritariamente cualesquiera de las anteriores y las entidades que representen o asocien intereses económicos de carácter general o del ámbito sectorial a que se refieran los estatutos sociales.

b) Cualesquiera otras aportaciones que reglamentariamente se determinen.

(6) Según la Circular nº 5/2008 de 31 de octubre del Banco de España, a efectos del cumplimiento de los requisitos mínimos de solvencia exigibles a las sociedades de garantía recíproca, los recursos propios computables estarán compuestos por:

· El capital suscrito y desembolsado.

· Las reservas efectivas y expresas.

· Las reservas de regularización, actualización o revalorización de activos verificadas por el Banco de España.

· El fondo de provisiones técnicas neto.

· Menos los resultado negativos de ejercicios anteriores y del ejercicio corriente, así como los activos inmateriales.

· Otros activos y riesgos que la entidad decida deducir.

Las sociedades de garantía recíproca deberán mantener, en todo momento, un coeficiente de solvencia no inferior al 8%. Dicho coeficiente se calculará sobre las cuentas patrimoniales, los compromisos y demás cuentas de orden que presenten riesgo de crédito, de acuerdo con lo establecido para las entidades de crédito. De acuerdo con esta normativa, Audiovisual Fianzas S.G.R. presentaba a 31 de diciembre de 2015 unos recursos propios computables de 20.179.397,94 €, lo que representa un 21,39%, sobre las posiciones de riesgo ponderadas, superando ampliamente el requisito mínimo de solvencia del 8%.

Fuentes: CREA SGR, Memoria e información corporativa.

Jesús Prieto Sacristán. Abogado, especialista en financiación del sector cinematográfico y audiovisual.

Desempeñó puestos directivos en la Dirección Económica Financiera de distintas empresas españolas productoras cinematográficas (Impala), distribuidoras cinematográficas, videográficas y de televisión (Warner Española, Sogepaq), así como operadores de televisión de pago (Canal +, Digital +) y en abierto (Cuatro). Ocupó la Dirección General de la distribuidora Vértice Cine y del área de Contenidos de Vértice 360º. Actualmente Consejero independiente de Audiovisual Aval SGR, Consejero independiente de Egeda Perú, así como Socio y Consejero Delegado de la sociedad de *completion bond*, Iberoamerican Film Bonds. Miembro asociado de la Academia de Cine de España.

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

www.youtube.com/veoclips

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

CAPITULO VI

EL CINE IBEROAMERICANO MÁS ALLÁ DE SUS FRONTERAS

CAPITULO VI

El cine iberoamericano más allá de sus fronteras

Por Departamento de Reparto y Documentación de EGEDA

INTRODUCCIÓN

El análisis del mercado cinematográfico mundial permite tener una idea exacta del peso que tiene cada territorio y de la posición que ocupa frente al resto. La importancia de cada parámetro dentro del mercado global depende en gran medida de la capacidad adquisitiva de la población. Los cuatro mercados indicados en esta introducción (Iberoamérica, Europa, Norteamérica y China) representan el 39% de la población mundial, más del 80% del número de salas de cine, el 77% de los ingresos y el 60% de los espectadores que asisten a estas salas (cuadro 1).

De este modo Europa y Norteamérica tienen un gran peso en cuanto a los ingresos de las salas de cine y cuyo porcentaje es muy superior al de entradas vendidas, debido a que el precio de la entrada es mayor respecto al resto de territorios y la asistencia de espectadores a las salas es elevada. En el caso de China, el porcentaje de ingresos y espectadores es muy parejo puesto que el precio medio de la entrada es coincidente con la media mundial y además es el segundo mercado en espectadores. Finalmente, Iberoamérica tiene un mayor peso en espectadores que en ingresos porque tiene dos mercados muy grandes (México y Brasil) y el precio de la entrada es el más bajo en comparación con los otros territorios.

Cuadro 1

Peso mundial por territorios (%). Año 2015

Concepto	Iberoamérica	Europa	Norteamérica	China
Población	8,7	6,9	4,8	18,6
PIB-PPA	10,4	15,9	17,2	17,1
Número de pantallas	11,6	20,1	28,7	20,8
Ingresos cine (millones USD)	8,7	21,3	29,0	17,8
Espectadores cine (millones)	11,4	13,3	18,0	17,2

Otro factor interesante de los mercados cinematográficos es la concentración de espectadores en el top-10 de estrenos. El cuadro 2 refleja que la cuota de espectadores acumulada por este ranking es del 27,2%. De los 13 territorios y mercados incluidos en este cuadro, once superan ese porcentaje y tan solo dos están por debajo del mismo.

India es el mercado cinematográfico en el que el top-10 acumula el menor porcentaje (tan sólo el 10%). Este mercado se caracteriza por una voluminosa población aficionada al cine, una gran oferta de cine autóctono (casi 2.000 películas anuales) y una apuesta decidida por el cine nacional (más de un 50% de cuota de mercado). Estas tres circunstancias provocan que el éxito solo se concentre de forma significativa en una o dos películas nacionales y que el resto de estrenos acumulen unas apreciables cifras de espectadores.

El otro país con un porcentaje de cuota de mercado para el top-10 menor que el mundial es Francia (23,6%), que también tiene una importante producción nacional (300 películas anuales), suma una cuota de cine francés superior al 35% y sus cines venden volumen de entradas superior a la media europea (3 entradas por habitante y año).

Los top-10 de la mayoría de mercados y territorios registran unos porcentajes de cuota de espectadores situados entre un 30% y un 40%. Solo Europa y Japón se encuentran por debajo del 30% y en el otro extremo aparece Reino Unido, superando el 40%, sin duda debido al gran éxito de *Spectre 007* y *Star Wars*, con más de 13 y 12 millones de espectadores, respectivamente.

Cuadro 2

Mercado	Cuota espectadores del top-10
Mundial	27,2
India	9,7
Francia	23,6
Japón	28,4
Europa	28,9
Rusia	30,4
China	32,9
Norteamérica	34,6
Iberoamérica	35,8
USA	36,5
Brasil	36,6
México	38,7
Corea del Sur	38,1
Reino Unido	40,9

Como continuación al estudio del éxito de determinadas películas, el cuadro 3 refleja la posición del top-10 mundial en los territorios de Iberoamérica, Europa y Norteamérica. Lo primero que se aprecia es que no suelen coincidir en el orden pero si en la presencia en cada uno de ellos.

Como datos más destacados hay que señalar que las seis primeras películas de este ranking se encuentran presentes en los tres territorios, al que hay que añadir *Los Juegos del Hambre* (top-9). En el extremo contrario *Misión Imposible* (top-8) no aparece en el top-10 de ninguno de los tres mercados.

Cuadro 3

Posición del top-10 mundial de estrenos en cada territorio. Año 2015

Nº	Título	MD	IB	EU	NA
1	Jurassic World	1º	4º	4º	1º
2	Fast & Furious 7	2º	2º	6º	5º
3	Vengadores: La Era de Ultrón	3º	3º	8º	3º
4	Star Wars: el despertar de la fuerza	4º	6º	1º	2º
5	Los Minions	5º	1º	2º	7º
6	Del revés (Inside out)	6º	5º	7º	4º
7	Spectre 007	7º	*	3º	*
8	Misión imposible: Nación Secreta	8º	*	*	*
9	Los Juegos del Hambre: Sinsajo 2	9º	10º	9º	8º
10	Marte (The Martian)	10º	*	*	9º

La distribución de los estrenos con más de 200 millones de espectadores (top-5) entre los 10 mercados con más entradas vendidas es la siguiente: el top-1 mundial (*Jurassic World*) aparece en todos ellos, en diferentes posiciones; el top-2 (*Fast & Furious 7*) se encuentra en ocho mercados; el top-3 (*Vengadores: La era de Ultrón*) en nueve mercados; el top-4 (*Star Wars: el despertar de la fuerza*) en seis mercados y el top-5 (*Los Minions*) en siete mercados.

Otras curiosidades es que el top-1 mundial solo ocupa dicha posición en Japón, el top-2 repite posición en China, Rusia y Brasil y el top-3 hace lo propio en USA, Corea del Sur y Rusia. Por otra parte, el top-4 y el top-5 son los estrenos más vistos en USA y Francia y en México y Rusia, respectivamente (cuadro 4).

Cuadro 4

Posición del top-10 mundial de estrenos en el top-10 de los mercados. Año 2015

Nº	Título	IN	CN	US	ME	CS	FR	RU	BR	UK	JA
1	Jurassic World	6º	6º	2º	4º	10º	3º	6º	5º	3º	1º
2	Fast & Furious 7	4º	2º	4º	3º	*	5º	2º	2º	7º	*
3	Vengadores: La Era de Ultrón	7º	7º	3º	2º	3º	8º	3º	1º	4º	*
4	Star Wars: el despertar de la fuerza	*	*	1º	9º	*	1º	7º	6º	2º	*
5	Los Minions	*	*	6º	1º	*	2º	1º	3º	5º	6º
6	Del revés (Inside out)	*	*	5º	5º	*	6º	5º	9º	6º	10º
7	Spectre 007	*	*	10º	*	*	4º	*	*	1º	*
8	Misión imposible: Nación Secreta	*	10º	*	*	8º	*	*	*	*	7º
9	Los Juegos del Hambre: Sinsajo 2	*	*	7º	8º	*	*	*	7º	9º	*
10	Marte (The Martian)	*	*	8º	*	*	*	8º	*	*	*

PANORAMA CINEMATOGRÁFICO MUNDIAL

Datos Mundiales

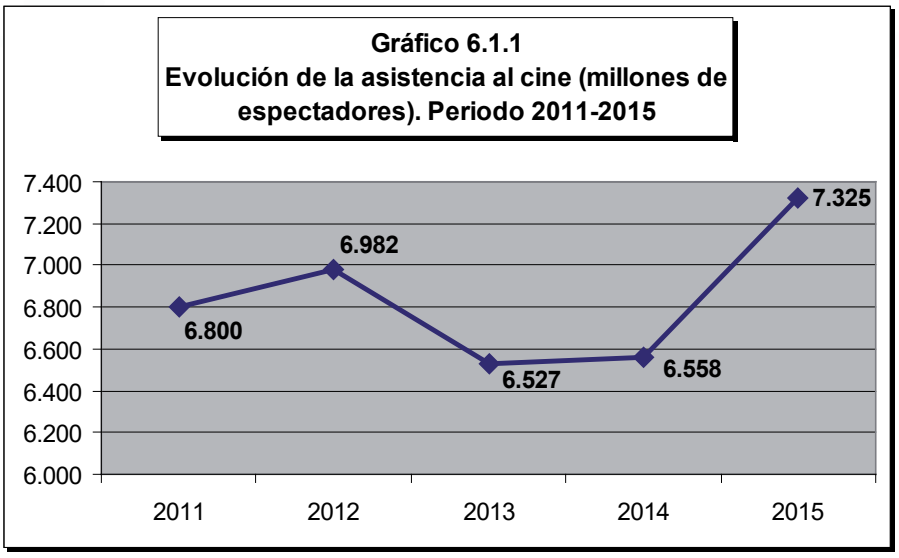
La asistencia a los cines en el mundo en 2015 alcanzo los 7.325 millones de espectadores y 38.300 millones de dólares de recaudación. El número total de pantallas cinematográficas sumó 152.142. La frecuencia de asistencia se situó en una película por habitante y año y el precio medio de la entrada fue de 5,2 dólares (cuadro 6.1.1).

La evolución de la asistencia a las salas cinematográficas en los últimos cinco años muestra una tendencia al alza entre 2011 y 2012 en los que se pasó de 6.800 millones de espectadores a 6.982. Posteriormente, hubo un descenso entre 2013 y 2014, con 6.527 y 6.558 millones de espectadores, y finalmente un importante repunte en 2015 hasta alcanzar los 7.325 millones (gráfico 6.1.1).

Cuadro 6.1.1

Panorama cinematográfico mundial

Datos	2013	2014	2015
Población (millones)	7.200	7.300	7.376
PIB-PPA (billones USD)	106,9	110,4	113,7
PIB per capita (USD)	15.800	16.100	15.800
Pantallas	134.588	142.215	152.142
Ingresos cine (millones USD)	35.900	36.400	38.300
Espectadores cine (millones)	6.527	6.558	7.325
Producciones estrenadas	6.345	6.503	6.762
Precio entrada (USD)	5,5	5,5	5,2
Asistencia por habitante	0,9	0,9	1,0



El cuadro 6.1.2 incluye el top-10 de los mercados en número de espectadores, incluyendo también el equipamiento en salas de cine. Estos diez mercados superan de forma conjunta los 5.800 millones de espectadores y engloban 112.000 pantallas de cine. Estas cifras en porcentaje representan el 80% del total de entradas vendidas en el mercado mundial y casi el 74% en número de salas. En este ranking se encuentran, como países del ámbito iberoamericano, México (4º lugar) y Brasil (8º lugar).

Cuadro 6.1.2

Top-10 de los mercados cinematográficos

Nº	País	Espectadores (mll.)	Pantallas cine
1	India	2.016	11.100
3	China	1.260	31.627
2	USA	1.197	40.547
4	México	286	5.977
5	Corea del Sur	217	2.492
6	Francia	205	5.741
7	Rusia	174	4.021
8	Brasil	173	3.013
9	Reino Unido	172	4.046
10	Japón	167	3.437

En 2015 la película estadounidense *Jurassic World* fue la más vista en el mundo, con 307,1 millones de espectadores, seguida de *Fast & Furious 7*, con 275,3 millones (cuadro 6.1.3). Además otras tres producciones sobrepasaron los 200 millones de espectadores: *Vengadores: La era de Ultrón* (262,6 millones), *Star Wars: el despertar de la fuerza* (252,3 millones) y *Los Minions* (213,4 millones)

De los estrenos del top-20, 18 son estadounidenses (una en coproducción con China y tres con Reino Unido y las dos restantes son coproducciones entre China y Hong Kong. La cuota de mercado del top-10 mundial supuso el 27,2% de la asistencia total de espectadores (1.993,8 millones).

Cuadro 6.1.3

Ranking mundial de estrenos cinematográficos. Año 2015 (est. 5,2$)

Nº	Título original	Origen	Espectadores	Millones ($)
1	Jurassic World	USA	307.115.385	1.597.000.000
2	Fast & Furious 7	USA	275.384.615	1.432.000.000
3	Vengadores: La Era de Ultrón	USA	262.692.308	1.366.000.000
4	Star Wars: el despertar de la fuerza	USA	252.307.692	1.312.000.000
5	Los Minions	USA	213.461.538	1.110.000.000
6	Del revés (Inside out)	USA	169.807.692	883.000.000
7	Spectre 007	R. Unido, USA	158.076.923	822.000.000
8	Misión Imposible: Nación Secreta	USA, China	125.384.615	652.000.000
9	Los juegos del hambre: Sinsajo - parte 2	USA	118.269.231	615.000.000
10	Marte (The Martian)	USA	111.346.154	579.000.000
11	50 sombras de Grey	USA	106.538.462	554.000.000
12	Cenicienta	USA, R. Unido	104.230.769	542.000.000
13	Ant-man: el hombre hormiga	USA	97.115.385	505.000.000
14	Hotel Transilvania 2	USA	90.576.923	471.000.000
15	San Andrés	USA	85.961.538	447.000.000
16	Terminator: Génesis	USA	80.000.000	416.000.000
17	Monster Hunt	China, Hong Kong	78.269.231	407.000.000
18	Kingsman: Servicio Secreto	R. Unido, USA	75.961.538	395.000.000
19	Big Hero 6	USA	58.846.154	306.000.000
20	Gang Jiong	China, Hong Kong	49.615.385	258.000.000

Unión Europea

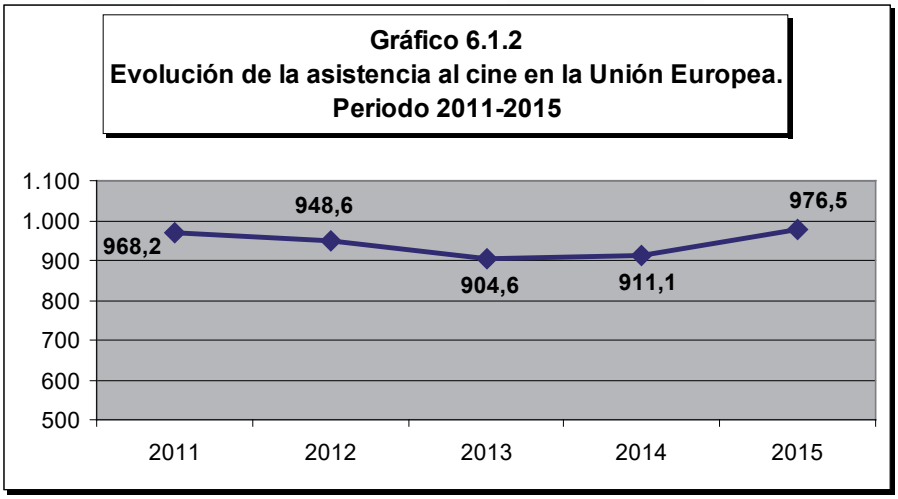
La asistencia a los cines de los países de la Unión Europea sumó 976,5 millones de espectadores y 8.150 millones de dólares de recaudación en 2015. El número total de pantallas cinematográficas asciende a 30.621. La frecuencia de asistencia se situó en 1,9 películas por habitante y año y el precio medio de la entrada fue de 8,3 dólares. La cuota de mercado del cine europeo representó el 26,1% (cuadro 6.1.4).

La evolución de la asistencia a las salas cinematográficas europeas, en los últimos cinco años, muestra un descenso entre 2011 y 2013, en los que la asistencia cayó desde los 968,2 millones de espectadores a los 904,6 millones. En 2014 muestra un ligero ascenso hasta los 911,1 millones y en 2015 un incremento significativo hasta los 976,5 millones de espectadores (gráfico 6.1.2).

Cuadro 6.1.4

Panorama cinematográfico en la Unión Europea

Datos	2013	2014	2015
Población (millones)	506	507	508
PIB-PPA (billones USD)	18,08	18,64	18,08
PIB per capita (USD)	35.900	36.900	37.800
Pantallas	29.958	30.051	30.621
Ingresos cine (millones USD)	8.350	8.400	8.150
Espectadores cine (millones)	907,0	911,1	976,5
Cuota de mercado cine europeo (%)	26,2	33,6	26,1
Producciones (Films+Docs)	1.587	1.603	1.643
Precio entrada (USD)	9,2	9,2	8,3
Asistencia por habitante	1,8	1,8	1,9



En 2015, la producción estadounidense *Star Wars: el despertar de la fuerza* sumó 39,8 millones de espectadores, seguida de *Los Minions* con 39,4 millones, la coproducción británica *Spectre 007*, con 37,8 millones y *Jurassic World* con 30,3 millones (cuadro 6.1.5).

De las películas del top-10, nueve son estadounidenses y la restante es una coproducción con Reino Unido. La cuota de mercado de estos diez estrenos supuso el 28,9% del total de espectadores (282,7 millones).

Cuadro 6.1.5

Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2015. Unión Europea

Nº	Título original	Origen	Espectadores
1	Star Wars: el despertar de la fuerza	USA	39.791.061
2	Los Minions	USA	39.429.207
3	Spectre 007	R. Unido, USA	37.866.125
4	Jurassic World	USA	30.383.250
5	50 sombras de Grey	USA	27.254.619
6	Fast & Furious 7	USA	26.861.698
7	Del revés (Inside out)	USA	26.798.394
8	Vengadores: La Era de Ultrón	USA	22.320.675
9	Los Juegos del Hambre: Sinsajo - parte 2	USA	17.019.151
10	Hotel Transilvania 2	USA	15.010.178

Aparte de *Spectre 007*, la siguiente producción europea con más éxito fue, con 8,9 millones de espectadores, la obra francesa *Venganza 3*. De las diez primeras películas, las nacionalidades fueron Reino Unido (5, una en coproducción con Francia), Francia (3), Alemania (2) y España (1) (cuadro 6.1.6).

Cuadro 6.1.6

Ranking de estrenos cinematográficos europeos. Año 2015. Unión Europea

Nº	Título original	Origen	Espectadores
1	Spectre 007	R. Unido, USA	37.866.125
2	Venganza 3	Francia	8.937.358
3	Fack ju Gohte 2	Alemania	8.640.137
4	Kingsman: Servicio Secreto	R. Unido, USA	7.337.579
5	Shaun the sheep movie	Reino Unido	6.568.812
6	Honig im kopf	Alemania	6.549.967
7	La teoría del todo	Reino Unido	6.517.084
8	Ocho apellidos catalanes	España	5.134.311
9	Paddington	R. Unido, Francia	4.802.545
10	Les nouvelles aventures d'Aladin	Francia, Bélgica	4.377.528

Norteamérica y Australia

La asistencia a los cines de Norteamérica (Estados Unidos y Canadá) en 2015 sumó 1.320 millones de espectadores y 11.100 millones de dólares de recaudación. El número total de pantallas cinematográficas asciende a 43.661. La frecuencia de asistencia se situó en 3,7 películas por habitante y año y el precio medio de la entrada fue de 8,4 dólares. La cuota de mercado del cine norteamericano representó el 98,1% (cuadro 6.1.7).

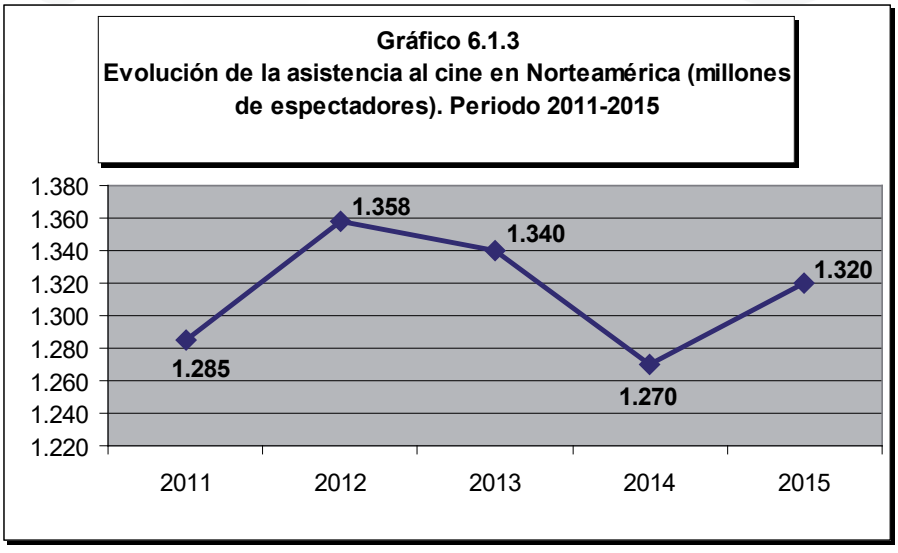
La evolución de la asistencia a las salas cinematográficas en los últimos cinco años muestra un comportamiento irregular, con un máximo de 1.358 millones de espectadores en 2012 y un mínimo de 1.270 millones en 2014 (gráfico 6.1.3).

Cuadro 6.1.7

Panorama cinematográfico en Norteamérica (USA, Canadá)

Datos	2013	2014	2015
Población (millones)	351,7	354,0	357,2
PIB-PPA (billones USD)	18,59	19,03	19,60
PIB per capita (USD)	48.900	49.700	51.100
Pantallas	42.814	43.265	43.661
Ingresos cine (millones USD)	10.900	10.400	11.100
Espectadores cine (millones)	1.340	1.270	1.320
Cuota de mercado cine norteamericano (%)	94,7	96,2	98,1
Producciones (Films+Docs)	738	707	791
Precio entrada (USD)	8,1	8,2	8,4
Asistencia por habitante	4,0	3,6	3,7

Gráfico 6.1.3
Evolución de la asistencia al cine en Norteamérica (millones de espectadores). Periodo 2011-2015



En 2015 la película estadounidense *Jurassic World* sumó 77,4 millones de espectadores en Norteamérica, seguida de *Stars Wars: el despertar de la fuerza* que obtuvo 77,3 millones y *Vengadores: La Era de Ultrón* con 54,4 millones de espectadores (cuadro 6.1.8).

Todos los largometrajes del top-10 son estadounidenses. La cuota de mercado de estas diez producciones supuso el 34,6% del total de espectadores (457,1 millones de espectadores).

Cuadro 6.1.8

Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2015. Norteamérica

Nº	Título original	Origen	Espectadores
1	Jurassic World	USA	77.374.926
2	Star Wars: el despertar de la fuerza	USA	77.338.941
3	Vengadores: La Era de Ultrón	USA	54.449.095
4	Del revés (Inside out)	USA	42.284.900
5	Fast & Furious 7	USA	41.875.091
6	El francotirador	USA	41.349.228
7	Los Minions	USA	39.863.081
8	Los juegos del hambre: Sinsajo - parte 2	USA	31.977.357
9	Marte (the martian)	USA	26.731.359
10	Cenicienta	USA	23.861.370

La asistencia a los cines de Australia en 2015 sumó 90,2 millones de espectadores y 888 millones de dólares de recaudación. El número total de pantallas cinematográficas asciende a 2.041. La frecuencia de asistencia se situó en 3,8 películas por habitante y año y el precio medio de la entrada fue de 9,8 dólares. La cuota de mercado del cine australiano representó el 7,2% (cuadro 6.1.9).

Cuadro 6.1.9

Panorama cinematográfico en Australia

Datos	2013	2014	2015
Población (millones)	23,2	23,6	24,0
PIB-PPA (billones USD)	1,56	1,454	1,489
PIB per capita (USD)	65.400	64.700	65.400
Pantallas	2.057	2.041	2.041
Ingresos cine (millones USD)	1.060	873	888
Espectadores cine (millones)	82,0	78,6	90,2
Espectadores cine nacional (%)	3,5	2,4	7,2
Producciones (Films+Docs)	27	35	35
Precio entrada (USD)	12,9	11,1	9,8
Asistencia por habitante	3,5	3,3	3,8

En 2015 la producción estadounidense *Star Wars: el despertar de la fuerza* fue la más exitosa con 4,6 millones de espectadores, seguida de *Jurassic World* que consiguió 3,9 millones y *Fast & Furious 7* con 3,2 millones de espectadores (cuadro 6.1.10).

De las diez películas más vistas en Australia, nueve fueron estadounidenses y una británica en coproducción con USA. La cuota de mercado de estas diez producciones supuso el 31,1% del total de espectadores (28,1 millones).

Cuadro 6.1.10

Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2015. Australia

Nº	Título original	Origen	Espectadores
1	Star Wars: el despertar de la fuerza	USA	4.616.558
2	Jurassic World	USA	3.892.518
3	Fast & Furious 7	USA	3.186.551
4	Vengadores: La Era de Ultrón	USA	2.949.492

5	Spectre 007	R. Unido, USA	2.542.539
6	Los Minions	USA	2.419.549
7	Del revés (Inside out)	USA	2.290.014
8	Los Juegos del Hambre: Sinsajo - parte 2	USA	2.132.552
9	Dando la nota 2	USA	2.068.078
10	Marte (The Martian)	USA	2.016.761

China y La India

La asistencia a los cines de China en 2015 sumó 1.260 millones de espectadores y 6.813 millones de dólares de recaudación. El número total de pantallas cinematográficas asciende a 31.627. La frecuencia de asistencia se situó en 0,9 películas por habitante y año y el precio medio de la entrada fue de 5,4 dólares. La cuota de mercado del cine chino representó el 61,6% (cuadro 6.1.11).

Cuadro 6.1.11

Panorama cinematográfico en China

Datos	2012	2013	2015
Población (millones)	1.361	1.367	1.375
PIB-PPA (billones USD)	17,02	18,27	19,51
PIB per capita (USD)	12.400	13.400	14.300
Pantallas	18.195	24.607	31.627
Ingresos cine (millones USD)	3.540	4.821	6.813
Espectadores cine (millones)	612	830	1.260
Cuota de mercado cine chino (%)	58,7	54,5	61,6
Producciones (Films+Docs)	638	618	686
Precio entrada (USD)	5,8	5,8	5,4
Asistencia por habitante	0,4	0,6	0,9

En 2015, la coproducción entre China y Hong Kong, *Monster Hunt* fue la más exitosa con 63,9 millones de espectadores, seguida de la producción estadounidense *Fast & Furious 7* con 61,8 millones y de la también nacional *Gang Jiong* con 48,4 millones de espectadores (cuadro 6.1.12).

De las diez películas más populares en China, seis son nacionales (dos de ellas en coproducción con Hong Kong) y cuatro estadounidenses (una de ellas en coproducción con China y Hong Kong). La cuota de mercado estimada de estas diez producciones supuso el 32,9% del total de espectadores (414,8 millones).

Cuadro 6.1.12

Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2015. China (est. 5,4$)

Nº	Título original	Origen	Espectadores
1	Monster Hunt	China, Hong Kong	63.912.320
2	Fast & Furious 7	USA	61.821.626
3	Gang Jiong	China, Hong Kong	48.455.740
4	Xia luo te fan nao	China	44.103.778
5	The Ghouls	China	36.860.458
6	Jurassic World	USA	36.515.082
7	Vengadores: La Era de Ultrón	USA	35.132.030
8	Pancake Man	China	34.861.280
9	Monkey King: hero is back	China	27.004.001
10	Misión Imposible: Nación Secreta	USA, China, Hong Kong	26.122.162

La asistencia a los cines de India en 2015 sumó 2.016 millones de espectadores y 1.500 millones de dólares de recaudación. El número total de de pantallas cinematográficas sumó 11.100. La frecuencia de asistencia se situó en 1,6 películas por habitante y año y el precio medio de la entrada se situó en 0,8 dólares. La cuota de mercado del cine indio representó el 85% (cuadro 6.1.13).

Cuadro 6.1.13

Panorama cinematográfico en India

Datos	2013	2014	2015
Población (millones)	1.243	1.259,7	1.292,7
PIB-PPA (billones USD)	6,97	7,48	8,02
PIB per capita (USD)	5.500	5.900	6.300
Pantallas	11.081	11.139	11.100
Ingresos cine (millones USD)	1.600	1.500	1.500
Espectadores cine (millones)	1.978	1.900	2.016
Espectadores cine nacional (%)	91,5	91,5	85,0
Producciones (Films+Docs)	1.724	1.966	-
Precio entrada (USD)	0,6	0,6	0,8
Asistencia por habitante	1,6	1,5	1,6

El *ranking* de largometrajes en India corresponde a producciones nacionales salvo una estadounidense. La cuota de espectadores del top-10 en 2015 supone el 9,7% del total de espectadores (196,2 millones).

En primer lugar se situó *Bajrangi bhaijaan* con 38,9 millones de espectadores, seguido de *Prem ratan dhan payo* con 25,2 millones. En cuanto a las producciones extranjeras con más éxito en 2015, hay que mencionar a las estadounidenses *Fast & Furious 7*, con 18,8 millones de espectadores, *Jurassic World*, con 17,6 millones, y *Vengadores: La era de Ultrón* con 13,1 millones (cuadro 6.1.14).

Cuadro 6.1.14

Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2015. India (est. 0,8$)

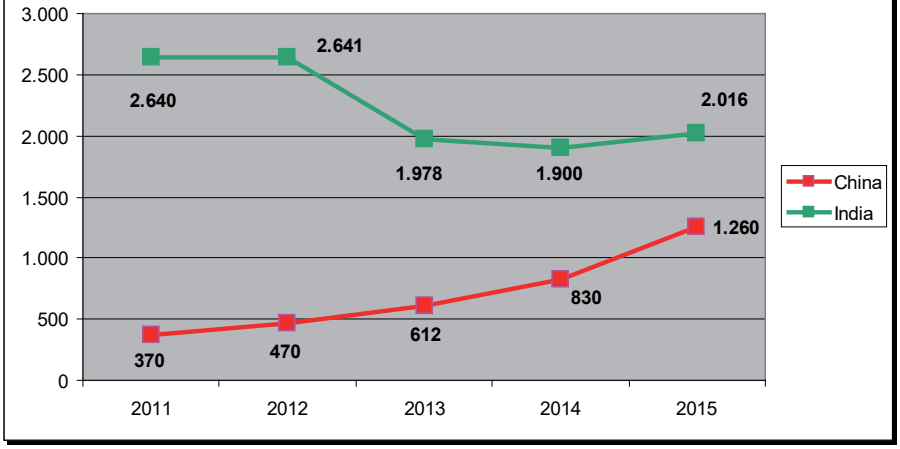
Nº	Título original	Origen	Espectadores
1	Bajrangi bhaijaan	India	38.888.000
2	Prem ratan dhan payo	India	25.176.000
3	Bajirao mastani	India	21.912.000
4	Tanu weds manu returns	India	18.456.000
5	Dilwale	India	17.888.000

Ranking de estrenos cinematográficos extranjeros. Año 2015. India (est. 0,8$)

Nº	Título original	Origen	Espectadores
1	Fast & Furious 7	USA	18.816.000
2	Jurassic World	USA	17.672.000
3	Vengadores: La Era de Ultrón	USA	13.168.000
4	Misión Imposible: Nación Secreta	USA, China	9.312.000
5	Terminator: Génesis	USA	3.992.000

La evolución de la asistencia a las salas cinematográficas en India en el periodo 2011-21015 muestra una tendencia uniforme en 2011 y 2012, en torno a los 2.640 millones de espectadores, y desciende hasta los 1.900 millones en 2013 y 2014, para aumentar ligeramente por encima de los 2.000 en 2015. En China se aprecia una tendencia creciente continua desde los 370 millones de 2011 hasta los 1.260 de 2015 (gráfico 6.1.4).

Gráfico 6.1.4
Evolución de la asistencia al cine en China e La India (millones de espectadores). Periodo 2011-2015



Japón y Corea del Sur

La asistencia a los cines de Japón en 2015 sumó 166,6 millones de espectadores y 1.800 millones de dólares de recaudación. El número total de pantallas cinematográficas asciende a 3.437. La frecuencia de asistencia se situó en 1,3 películas por habitante y año y el precio medio de la entrada fue de 10,8 dólares. La cuota de mercado del cine japonés fue del 55,4% (cuadro 6.1.15).

Cuadro 6.1.15

Panorama cinematográfico en Japón

Datos	2013	2014	2015
Población (millones)	127,3	127,1	126,7
PIB-PPA (billones USD)	4,61	4,63	4,65
PIB per capita (USD)	37.300	37.800	38.200
Pantallas	3.318	3.364	3.437
Ingresos (millones USD)	2.000	1.700	1.800
Espectadores cine (millones)	155,9	161,1	166,6
Cuota de mercado cine japonés (%)	60,6	58,3	55,4
Producciones (Films+Docs)	1.117	1.184	1.136
Precio entrada (USD)	12,8	10,7	10,8
Asistencia por habitante	1,2	1,3	1,3

El top-10 de películas en Japón en 2015 está liderado por las estadounidenses *Jurassic World* con 7,3 millones de espectadores y *Big Hero 6* con 7 millones. A continuación se situaron la películas niponas *Yo-kai watch the movie*, con 5,9 millones, y *The boy and the beast* con 4,4 millones de espectadores (cuadro 6.1.16).

De los diez estrenos más populares, cuatro fueron japoneses y seis estadounidenses (una en coproducción con Reino Unido y otra con China). La cuota de espectadores del top-10 en 2015 supuso el 28,4% del total de espectadores (47,3 millones).

Cuadro 6.1.16

Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2015. Japón

Nº	Título original	Origen	Espectadores
1	Jurassic World	USA	7.313.891
2	Big Hero 6	USA	7.045.280
3	Yo-kai watch the movie	Japón	5.986.186
4	The boy and the beast	Japón	4.451.266
5	Cenicienta	USA, R.Unido	4.397.544
6	Los Minions	USA	3.998.465
7	Misión imposible: Nación Secreta	USA, China	3.944.743
8	Hero	Japón	3.584.037
9	Detective Conan: Sunflowers of inferno	Japón	3.438.219
10	Del revés (Inside out)	USA	3.100.537

La asistencia a los cines de Corea del Sur sumó 217,3 millones de espectadores y 1.370 millones de dólares de recaudación en 2015. El número de pantallas cinematográficas asciende a 2.492. La frecuencia de asistencia se situó en 4,3 películas por habitante y año y el precio medio de la entrada fue de 6,3 dólares. La cuota de mercado del cine coreano fue del 52,2% (cuadro 6.1.17).

Cuadro 6.1.17

Panorama cinematográfico en Corea del Sur

Datos	2013	2014	2015
Población (millones)	50,2	50,4	50,6
PIB-PPA (billones USD)	1,744	1,801	1,849
PIB per capita (USD)	34.600	35.700	36.700
Pantallas	2.184	2.381	2.492
Ingresos cine (millones USD)	1.420	1.490	1.370
Espectadores cine (millones)	213,3	215,1	217,3
Espectadores cine nacional (%)	59,9	50,1	52,2
Producciones (Films+Docs)	207	248	269
Precio entrada (USD)	6,6	6,9	6,3
Asistencia por habitante	4,2	4,3	4,3

El top-10 cinematográfico en Corea del Sur en 2015 está liderado por las coreanas *Veteran*, con 13,4 millones de espectadores, y *Assassination* con 12,7 millones. A continuación se situó la obra americana *Vengadores: La Era de Ultrón* con 10,4 millones (cuadro 6.1.18).

De los diez estrenos del ranking, seis son coreanos, tres estadounidenses (una coproducción con China) y una británica en coproducción con USA. La cuota de mercado del top-10 en 2015 supuso el 38,1% del total de espectadores (82,8 millones).

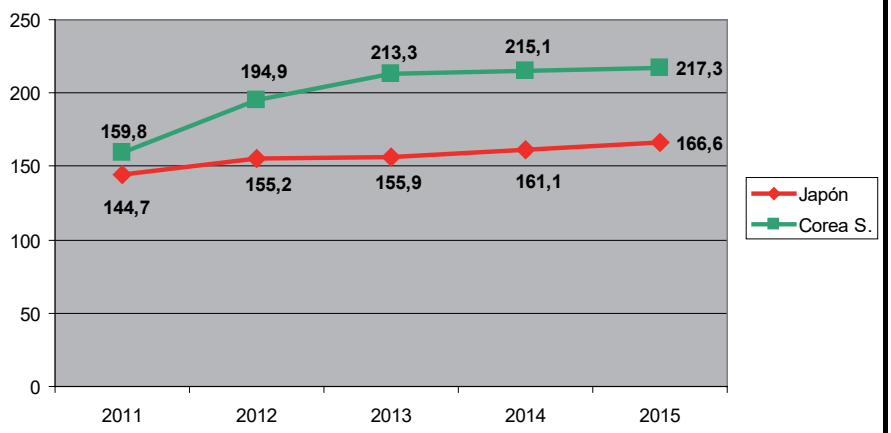
Cuadro 6.1.18

Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2015. Corea del Sur

Nº	Título original	Origen	Espectadores
1	Veteran	Corea S.	13.414.009
2	Assassination	Corea S.	12.705.700
3	Vengadores: La Era de Ultrón	USA	10.494.499
4	Ode to My Father	Corea S.	8.911.437
5	Inside Men	Corea S.	7.213.317
6	The Throne	Corea S.	6.246.851
7	Kingsman: Servicio Secreto	R. Unido, USA	6.129.681
8	Misión imposible: Nación Secreta	USA, China	6.126.488
9	Northern Limit Line	Corea S.	6.043.784
10	Jurassic World	USA	5.546.792

La evolución de la asistencia a las salas cinematográficas en Corea y Japón sigue una línea progresiva ascendente en ambos países durante el periodo 2011-2015. En Corea del Sur hubo un aumento de 57,5 millones entre 2011 y 2015, pasando de los 159,8 millones de espectadores de 2011 a los 217,3 millones de 2015. En Japón, el aumento fue de 21,9 millones en dicho periodo, de los 144,7 millones de 2011 a los 166,6 de 2015 (gráfico 6.1.4).

Gráfico 6.1.4
Evolución de la asistencia al cine en Japón y Corea del Sur (millones de espectadores). Periodo 2011-2015



EL CINE IBEROAMERICANO EN LOS MERCADOS EUROPEOS

Datos Totales

El Panorama Audiovisual 2016 incluye un análisis del top-10 iberoamericano en los principales mercados europeos a partir de la información suministrada por ComScore-Rentrak. Los mercados analizados son los siguientes: Alemania, Austria, Francia, Italia, Países Bajos, Reino Unido, Rusia y Turquía (cuadro 6.2.1).

Esta muestra abarca un total de 75 estrenos, que se corresponde con 33 títulos, sumando una asistencia de 8,6 millones de espectadores y 56,1 millones de dólares de recaudación. El porcentaje de coproducción se sitúa en el 75% (25 títulos) y solo un tercio se realizan entre países iberoamericanos (cuadro 6.2.1).

Cuadro 6.2.1

Muestra de estrenos iberoamericanos en mercados europeos. Año 2015

Mercados Analizados	8	Número de títulos muestra	33
Nº estrenos top-10	75	Número de coproducciones	25
Espectadores totales	8.686.609	Coproducciones internacionales	17
Ingresos totales ($)	56.130.736	Coproducciones iberoamericanas	8

El número total de estrenos iberoamericanos en los países de la muestra asciende a 161, siendo Francia (43), Alemania (27) y Reino Unido (22) los que estrenaron un mayor número de producciones en 2015. El mayor volumen de asistencia y recaudación acumulados por el top-10 de estos ochos mercados se produjo en Rusia, con 3,7 millones de espectadores y 18,5 millones de dólares de ingresos (cuadro 6.2.2).

Cuadro 6.2.2

Distribución de los estrenos iberoamericanos por mercados europeos. Año 2015

Nº	País de estreno	Nº estrenos	Espectadores top-10	Ingresos top-10 ($)
1	Alemania	27	748.603	6.079.721
2	Austria	15	113.183	1.016.286
3	Francia	43	1.738.428	12.261.073
4	Italia	18	1.573.045	11.327.406
5	Países Bajos	5	109.765	1.020.810
6	Reino Unido	22	471.713	5.188.847
7	Rusia	17	3.755.097	18.480.785
8	Turquía	14	176.775	755.808
	Total	**161**	**8.686.609**	**56.130.736**

El mayor número de estrenos iberoamericanos presentes en el top-10 de los mercados analizados provino de España (18), acumulando un total de 7,4 millones de espectadores y con representación en todos los países de la muestra. En total hubo 13 países iberoamericanos representados en estos mercados (cuadro 6.2.3).

Los siguientes países iberoamericanos en número de estrenos son: Brasil con cinco (480.808 espectadores), Argentina con cuatro estrenos (1,3 millones de espectadores), Chile con tres estrenos (545.264 espectadores) y México también con tres (140.253 espectadores).

Cuadro 6.2.3

Distribución de los títulos iberoamericanos estrenados en mercados europeos por países de origen y presentes en el top-10. Año 2015

Nº	País de origen	Nº títulos IB	Espectadores totales	Mercados de estreno
1	Argentina	4	1.332.697	AL-AT-FR-IT-RU-TQ-UK
2	Brasil	5	480.808	AL-AT-FR-IT-PB-RU-TQ-UK
3	Chile	3	545.264	AL-AT-FR-PB-RU-UK
4	Colombia	1	88.002	FR
5	Cuba	1	75.475	TQ
6	España	18	7.410.189	AL-AT-FR-IT-PB-RU-TQ-UK
7	Guatemala	1	72.518	FR
8	México	3	140.253	IT, RU
9	Panamá	1	67.818	AL, AT, TQ
10	Perú	1	27.319	RU
11	Portugal	1	5.414	AT
12	Uruguay	1	32.396	AL, AT
13	Venezuela	2	91.586	FR, TQ

El número total de títulos de estreno iberoamericanos de la muestra suma 33. Los cuatro títulos con más éxito acumulado son la coproducción entre España, Reino Unido y USA *Exodus: Dioses y Reyes*, con 3,9 millones de espectadores; la coproducción hispano-argentina *Relatos salvajes*, con 882.736; la coproducción hispano-europea *Caza al asesino*, con 592.306 espectadores, y la coproducción hispano-canadiense *Regression* con 525.679 (cuadro 6.2.4).

Las producciones con más éxito en 2015 realizadas por un solo país iberoamericano son: *La isla Mínima* (España), con más de 400.000 espectadores, *Que horas ela volta?* (Brasil), con 337.841 y *Un día perfecto* (España), con 188.391 espectadores. Y los estrenos más populares coproducidos por dos o más países iberoamericanos son el mencionado *Relatos salvajes* (Argentina, España), *Futbolín* (Argentina, España) con 349.080 espectadores y *El abrazo de la serpiente* (Argentina, Colombia, Venezuela), con 88.002 espectadores.

Cuadro 6.2.4

Títulos iberoamericanos en el top-10 de mercados europeos. Año 2015

Nº	Título	País de origen	Espectadores
1	Exodus: Dioses y Reyes	España, R. Unido, USA	3.916.051
2	Relatos Salvajes	Argentina, España	882.736
3	Caza al asesino	España, Francia, R. Unido	592.306
4	Regression	España, Canadá	525.679
5	Knock Knock	Chile, USA	463.906
6	La isla Mínima	España	411.707
7	Futbolín (Metegol)	Argentina, España	349.080
8	Que horas ela volta?	Brasil	337.841
9	Un día perfecto	España	188.391
10	Autómata	España, Bulgaria	102.133
11	Las aventuras de Manu	México, Corea del Sur	88.351
12	El abrazo de la serpiente	Argentina, Colombia, Venezuela	88.002
13	El botón de Nácar	Chile, España, Francia	78.510
14	Meñique	Cuba, España	75.475
15	Ixcanul	Guatemala, Francia	72.518
16	Escobar: Paraíso perdido	España, Francia, Panamá	67.818

17	Trash, ladrones de esperanza	Brasil, R. Unido	63.065
18	Magical Girl	España, Francia, R. Unido	61.035
19	O sal da terra	Brasil, Francia, Italia	54.210
20	Ocho apellidos vascos	España	53.614
21	Vivir es fácil con los ojos cerrados	España	41.215
22	Un gallo con muchos huevos	México	37.148
23	Mr. Kaplan	España, Uruguay	32.396
24	El Cascanueces	Perú	27.319
25	Nao pare na pista	Brasil, España	21.111
26	Eisenstein en Guanajuato	México, Francia, Bélgica	14.754
27	Danzar con María	Argentina, Italia	12.879
28	Enemigo	España, Canadá	8.426
29	Variaçoes de Casanova	Portugal, Alemania, Austria	5.414
30	Rio, eu te amo	Brasil, USA	4.581
31	La casa del fin de los tiempos	Venezuela	3.584
32	La danza de la realidad	Chile, Francia	2.848
33	Aloft	España, Canadá, Francia	2.506

La distribución de los 33 títulos iberoamericanos presentes en los top-10 de los mercados analizados pone de manifiesto que la coproducción hispano-europea *Caza al asesino* fue la más popular, estando presente en el top-10 de los ocho países y sumando dos primeros puestos (Países Bajos y Reino Unido) y dos segundos (Alemania y Austria).

A continuación se encuentra *Regression* apareciendo en siete mercados con dos segundos puestos (Italia y Países Bajos). *Relatos salvajes* (top-1 en Alemania y Francia*), Knock Knock* (top-1 en Austria) y *Que horas ela volta? s*e encuentran en los ranking de seis países; *La isla Mínima* está presente en cuatro mercados y *Un día perfecto*, *Escobar: Paraíso perdido* y *O sal da terra* en tres. Por último, hay que señalar que hay 18 títulos presentes en tan solo un mercado (cuadro 6.2.5).

Cuadro 6.2.5

Posición de los títulos iberoamericanos en el top-10 de mercados europeos

Nº	Título	Nº mercados	AL	AT	FR	IT	PB	UK	RU	TQ
1	Caza al asesino	8	2º	2º	4º	6º	1º	1º	6º	4º
2	Regression	7	5º	4º	5º	2º	2º	4º	*	3º
3	Relatos salvajes	6	1º	3º	1º	*	*	2º	5º	6º
4	Knock Knock	6	3º	1º	6º		4º	3º	3º	*
5	Que horas ela volta?	6	4º	8º	3º	5º	5º	8º	*	*
6	La isla Mínima	4	*	*	2º	7º	3º	7º	*	*
7	Un día perfecto	3	8º	7º	*	3º	*	*	*	*
8	Escobar: Paraíso perdido	3	6º	9º	*	*	*	*	*	5º
9	O sal da terra	3	*	*	*	*	*	5º	10º	10º
10	Exodus: Dioses y Reyes	2	*	*	*	1º	*	*	1º	
11	Futbolín (Metegol)	2	*	*	*	*	*	*	2º	2º
12	Trash, ladrones de esperanza	2	9º	*	*	*	*	6º	*	*
13	Ocho apellidos vascos	2	7º	5º	*	*	*	*	*	*
14	Mr. Kaplan	2	10º	10º	*	*	*	*	*	*
15	Autómata	1	*	*	*	4º	*	*	*	*
16	Las aventuras de Manu	1	*	*	*	*	*	*	4º	*
17	El abrazo de la serpiente	1	*	*	7º	*	*	*	*	*
18	El botón de Nácar	1	*	*	8º	*	*	*	*	*

egeda

19	Meñique	1	*	*	*	*	*	*	*	1º
20	Ixcanul	1	*	*	9º	*	*	*	*	*
21	Magical Girl	1	*	*	10º	*	*	*	*	*
22	Vivir es fácil con los ojos cerrados	1	*	*	*	8º	*	*	*	*
23	Un gallo con muchos huevos	1	*	*	*	*	*	*	7º	*
24	El Cascanueces	1	*	*	*	*	*	*	8º	*
25	Nao pare na pista	1	*	*	*	*	*	*	9º	*
26	Eisenstein en Guanajuato	1	*	*	*	9º	*	*	*	*
27	Danzar con María	1	*	*	*	10º	*	*	*	*
28	Enemigo	1	*	*	*	*	*	9º	*	*
29	Variaçoes de Casanova	1	*	6º	*	*	*	*	*	*
30	Rio, eu te amo	1	*	*	*	*	*	*	*	7º
31	La casa del fin de los tiempos	1	*	*	*	*	*	*	*	8º
32	La danza de la realidad	1	*	*	*	*	*	10º	*	*
33	Aloft	1	*	*	*	*	*	*	*	9º

Alemania

La asistencia a los cines de Alemania en 2015 sumó 139,2 millones de espectadores y 1.290 millones de dólares de recaudación. El número total de de pantallas cinematográficas suma 4.692. La frecuencia de asistencia se situó en 1,7 películas por habitante y año y el precio medio de la entrada se situó en 9,3 dólares. La cuota de mercado del cine nacional representó el 27,5% (cuadro 6.2.6).

Cuadro 6.2.6

Panorama cinematográfico en Alemania

Datos	2013	2014	2015
Población (millones)	80,5	80,8	81,2
PIB-PPA (billones USD)	3,726	3,785	3,842
PIB per capita (USD)	45.900	46.700	47.400
Pantallas	4.610	4.637	4.692
Ingresos cine (millones USD)	1.360	1.300	1.290
Espectadores cine (millones)	129,7	121,7	139,2
Cuota de cine nacional (%)	26,5	26,7	27,5
Producciones (Films+Docs)	236	234	236
Precio entrada (USD)	10,5	10,7	9,3
Asistencia por habitante	1,6	1,5	1,7

El top-10 de películas en Alemania en 2015 está liderado por la producción alemana *Fack ju Göhte* con 7,6 millones de espectadores y la película americana *Los Minions* con 6,9 millones. A continuación se situaron la coproducción británica *Spectre 007*, con 6,7 millones y la obra alemana *Honig im kopf* con 6,2 millones (cuadro 6.2.7).

Del Top-10 del ranking de estrenos de 2015, siete fueron estadounidenses, dos alemanes y una coproducción entre el Reino Unido y USA. La cuota de mercado del top-10 supuso el 37,2% del total de espectadores (51,8 millones).

Cuadro 6.2.7

Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2015. Alemania

Nº	Título original	Origen	Espectadores
1	Fack ju Göhte 2	Alemania	7.653.045
2	Los Minions	USA	6.928.702
3	Spectre 007	R. Unido, USA	6.706.102
4	Honig im kopf	Alemania	6.201.901
5	Star Wars: el despertar de la fuerza	USA	5.620.716
6	50 sombras de Grey	USA	4.409.177
7	Fast & Furious 7	USA	4.186.302
8	Jurassic World	USA	4.143.321
9	Del revés (Inside out)	USA	3.275.103
10	Los Juegos del Hambre: Sinsajo - parte 2	USA	2.709.380

Dentro del *ranking* de estrenos iberoamericanos en Alemania, en primer lugar hay que destacar la coproducción hispano-argentina *Relatos salvajes* con 186.000 espectadores y 1,5 millones de dólares de recaudación. A continuación se situaron la coproducción hispano-europea *Caza al asesino* con más de 123.000 espectadores y la coproducción de Chile con USA *Knock knock* con 96.213 espectadores (cuadro 6.2.8).

Cuadro 6.2.8

Ranking de estrenos Iberoamericanos. Año 2015. Alemania

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos ($)
1	Relatos Salvajes	Argentina, España	186.202	1.516.509
2	Caza al asesino	España, Francia, R. Unido	123.275	1.042.418
3	Knock Knock	Chile, USA	96.213	804.436
4	Que horas ela volta?	Brasil	75.241	585.754
5	Regression	España, Canadá	56.682	540.017
6	Escobar: Paraiso perdido	España, Francia, Panamá	53.814	416.987
7	Ocho Apellidos Vascos	España	47.027	361.837
8	Un día perfecto	España	42.240	344.707
9	Trash, ladrones de esperanza	Brasil, R. Unido	38.059	251.211
10	Mr. Kaplan	España, Uruguay	29.850	215.846

Austria

La asistencia a los cines de Austria en 2015 sumó 15,9 millones de espectadores y 152 millones de dólares de recaudación. El número total de de pantallas cinematográficas suma 557. La frecuencia de asistencia se situó en 1,9 películas por habitante y año y el precio medio de la entrada se situó en 9,5 dólares. La cuota de mercado del cine nacional representó el 5,3% (cuadro 6.2.9).

Cuadro 6.2.9

Panorama cinematográfico en Austria

Datos	2013	2014	2015
Población (millones)	8,500	8,500	8,600
PIB-PPA (billones USD)	0,399	0,400	0,403
PIB per capita (USD)	46.900	47.100	47.500
Pantallas	548	556	557
Ingresos cine (millones USD)	166	157	152
Espectadores cine (millones)	15,2	14,1	15,9
Cuota de cine nacional (%)	4,2	4,6	5,3
Producciones (Films+Docs)	46	44	40
Precio entrada (USD)	10,9	11,1	9,5
Asistencia por habitante	1,8	1,7	1,9

El top-10 de películas en Austria en 2015 está liderado por la producción de animación estadounidense *Los Minions* con 794.000 espectadores y la británica *Spectre 007* con 745.000. A continuación se situó la alemana *Fack ju Göhte 2* con 630.000 (cuadro 6.2.10).

De los diez primeros estrenos, siete fueron estadounidenses, dos alemanes y una coproducción Reino Unido-USA. La cuota de mercado del top-10 en 2015 supuso casi el 34% del total de espectadores (5,4 millones).

Cuadro 6.2.10

Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2015. Austria

Nº	Título original	Origen	Espectadores
1	Los Minions	USA	794.357
2	Spectre 007	R. Unido, USA	745.595
3	Fack ju Göhte 2	Alemania	630.955
4	50 sombras de Grey	USA	600.051
5	Fast & Furious 7	USA	548.414
6	Star Wars: el despertar de la fuerza	USA	540.557
7	Los Juegos del Hambre: Sinsajo - parte 2	USA	440.558
8	Jurassic World	USA	427.391
9	Del revés (Inside out)	USA	362.378
10	Honig im kopf	Alemania	348.066

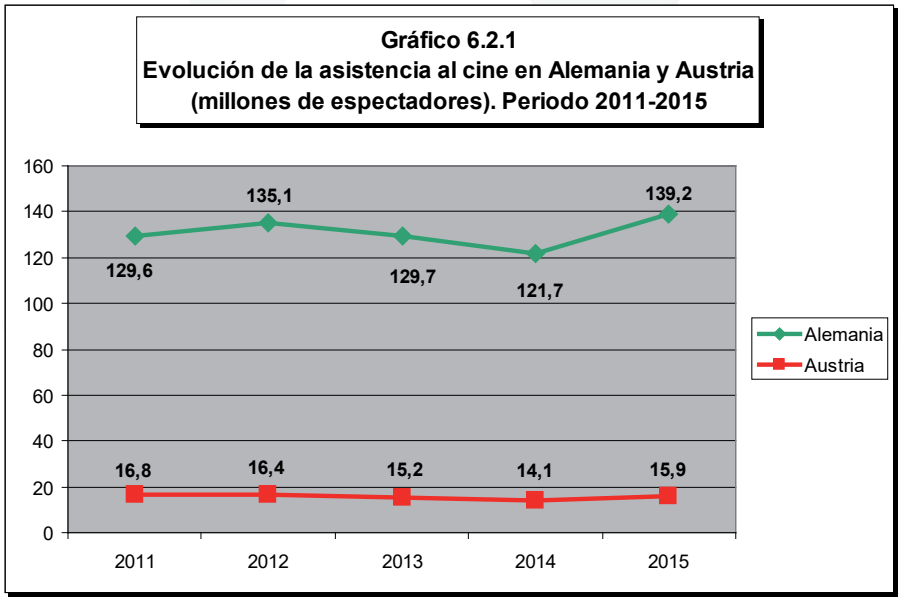
Dentro del *ranking* de estrenos iberoamericanos en Austria, en primer lugar cabe destacar la coproducción Chile-USA *Knock Knock* con 38.677 espectadores y más de 364.000 dólares de recaudación. A continuación se situó la película hispano-europea *Caza al asesino* con más de 17.000 espectadores y 156.885 dólares de recaudación (cuadro 6.2.11).

Cuadro 6.2.11

Ranking de estrenos Iberoamericanos. Año 2015. Austria

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos ($)
1	Knock Knock	Chile, USA	38.677	364.305
2	Caza al asesino	España, Francia, R. Unido	17.052	156.885
3	Relatos Salvajes	Argentina, España	17.066	147.267
4	Regression	España, Canadá	12.586	115.858
5	Ocho Apellidos Vascos	España	6.587	54.531
6	Variaçoes de Casanova	Portugal, Alemania, Austria	5.414	45.089
7	Un día perfecto	España	5.236	41.123
8	Que horas ela volta?	Brasil	4.093	36.971
9	Escobar: Paraiso perdido	España, Francia, Panamá	3.926	33.358
10	Mr. Kaplan	España, Uruguay	2.546	20.898

La evolución de la asistencia a los cines en Alemania fue irregular, con dos picos máximos, en 2012 (135,1 millones de espectadores) y 2015 (139,2 millones de espectadores). Por su parte, Austria sigue una evolución más estable y en ligero descenso, con un máximo de 16,8 millones de espectadores en 2011, un mínimo de 14,1 en 2014 y un repunte en 2015 hasta los 15,9 millones de espectadores (gráfico 6.2.1).



Francia

La asistencia a los cines de Francia en 2015 sumó 205,3 millones de espectadores y 1.480 millones de dólares de recaudación. El número de pantallas cinematográficas asciende a 5.741. La frecuencia de asistencia se situó en 3,1 películas por habitante y año y el precio medio de la entrada fue de 7,2 dólares. La cuota de mercado del cine nacional representó el 35,5% (cuadro 6.2.12).

Cuadro 6.2.12

Panorama cinematográfico en Francia

Datos	2013	2014	2015
Población (millones)	65,6	65,8	66,4
PIB-PPA (billones USD)	2,612	2,617	2,647
PIB per capita (USD)	40.900	40.900	41.400
Pantallas	5.587	5.653	5.741
Ingresos cine (millones USD)	1.666	1.770	1.480
Espectadores cine (millones)	193,6	209,0	205,3
Cuota de cine nacional (%)	33,8	44,4	35,5
Producciones (Films+Docs)	270	258	300
Precio entrada (USD)	8,6	8,5	7,2
Asistencia por habitante	2,9	3,2	3,1

El top-10 de películas en Francia en 2015 está liderado por las estadounidenses *Star Wars: el despertar de la fuerza* con 6,7 millones de espectadores, *Los Minions* con 6,6 millones y *Jurassic World* con 5,2 millones (cuadro 6.2.13).

De los diez primeros estrenos, siete fueron estadounidenses, dos franceses (uno en coproducción con Bélgica) y uno británico en coproducción con USA. La cuota de mercado del top-10 en 2015 supuso el 23,7% del total de espectadores (48,6 millones).

Cuadro 6.1.13

Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2015. Francia

Nº	Título original	Origen	Espectadores
1	Star Wars: el despertar de la fuerza	USA	6.736.551
2	Los Minions	USA	6.588.715
3	Jurassic World	USA	5.204.879
4	Spectre 007	R. Unido, USA	4.770.434
5	Fast & Furious 7	USA	4.637.718
6	Del revés (Inside out)	USA	4.458.131
7	Les nouvelles aventures d'Aladin	Bélgica, Francia	4.377.528
8	Vengadores: La Era de Ultrón	USA	4.326.331
9	50 sombras de Grey	USA	4.068.085
10	Les Profs 2	Francia	3.494.499

Dentro del *ranking* de estrenos iberoamericanos en Francia, en primer lugar cabe destacar la coproducción hispano argentina *Relatos Salvajes* con 525.000 espectadores y 3,6 millones de dólares de recaudación. A continuación se situó la película española *La isla Mínima* con 323.000 espectadores y 2,3 millones de recaudación (cuadro 6.2.14).

Cuadro 6.2.14

Ranking de estrenos Iberoamericanos. Año 2015. Francia

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos ($)
1	Relatos Salvajes	Argentina, España	525.845	3.593.123
2	La isla Mínima	España	323.911	2.322.636
3	Que horas ela volta?	Brasil	160.944	1.154.065
4	Caza al asesino	España, Francia, R. Unido	157.914	1.105.800
5	Regression	España, Canadá	149.225	1.069.574
6	Knock Knock	Chile, USA	120.524	864.229
7	El abrazo de la serpiente	Argentina, Colombia, Venezuela	88.002	631.027
8	El botón de Nácar	Chile, España, Francia	78.510	562.964
9	Ixcanul	Guatemala, Francia	72.518	519.998
10	Magical Girl	España, Francia, R. Unido	61.035	437.658

Italia

La asistencia a los cines de Italia en 2015 sumó 107 millones de espectadores y 738 millones de dólares de recaudación. La frecuencia de asistencia se situó en 1,8 películas por habitante y año y el precio medio de la entrada fue de 6,9 dólares. La cuota de mercado del cine nacional representó el 21,3% (cuadro 6.2.15).

Cuadro 6.2.15

Panorama cinematográfico en Italia

Datos	2013	2014	2015
Población (millones)	59,7	60,8	60,8
PIB-PPA (billones USD)	2,166	2,156	2,174
PIB per capita (USD)	35.600	35.500	35.800
Pantallas	3.750	3.852	-
Ingresos cine (millones USD)	858	798	738
Espectadores cine (millones)	106,7	99,3	107,0
Cuota de cine nacional (%)	31,0	27,8	21,3
Producciones (Films+Docs)	167	201	186
Precio entrada (USD)	8,0	8,0	6,9
Asistencia por habitante	1,8	1,6	1,8

El top-10 de películas en Italia en 2015 está liderado por las estadounidenses *Del revés (Inside out)* con 4 millones de espectadores, *Los Minions* con 3,5 millones y *50 sombras de Grey* con 2,8 millones de espectadores (cuadro 6.2.16).

Del ranking de estrenos, nueve fueron estadounidenses (uno en coproducción con Reino Unido) y uno italiano. La cuota de mercado del top-10 en 2015 supuso el 25,9% del total de espectadores (27,7 millones).

Cuadro 6.2.16

Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2015. Italia

Nº	Título original	Origen	Espectadores
1	Del revés (Inside out)	USA	4.062.788
2	Los Minions	USA	3.568.348
3	50 sombras de Grey	USA	2.832.587
4	American sniper	USA	2.814.462
5	Fast & Furious 7	USA	2.696.055
6	Star Wars: el despertar de la fuerza	USA	2.629.969
7	Cenicienta	USA, R. Unido	2.310.509
8	Si acettano miracoli	Italia	2.353.256
9	Vengadores: La Era de Ultrón	USA	2.310.509
10	Jurassic World	USA	2.104.996

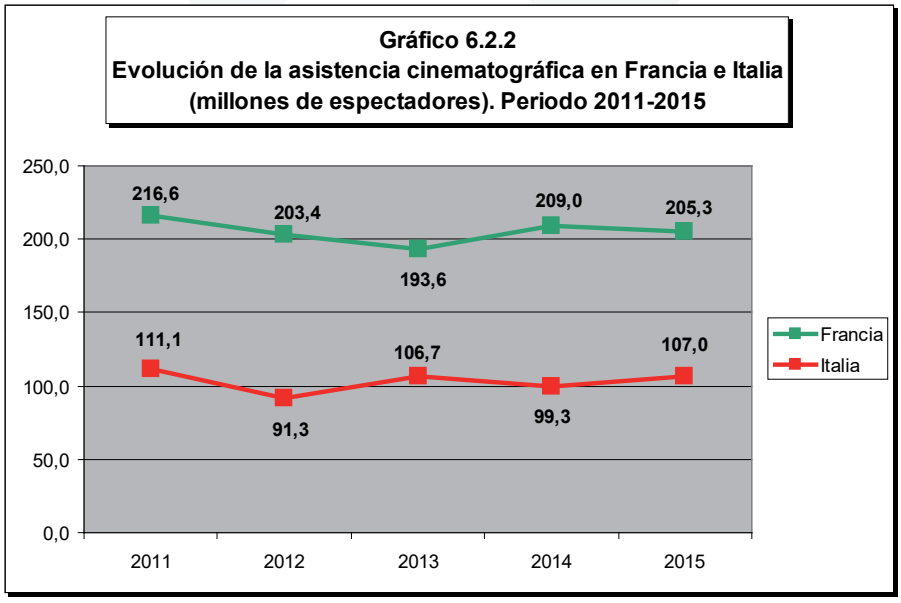
Dentro del *ranking* de estrenos iberoamericanos en Italia, en primer lugar cabe destacar la coproducción España-R. Unido-USA *Exodus: Dioses y Reyes* con 884.000 espectadores y 6,8 millones de dólares de recaudación. A continuación se situó la película hispano-canadiense *Regresión* (Alejandro Amenábar) con 202.780 espectadores y la producción española *Un día perfecto* con más de 140.000 espectadores (cuadro 6.2.17).

Cuadro 6.2.17

Ranking de estrenos Iberoamericanos. Año 2015. Italia

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos ($)
1	Exodus: Dioses y Reyes	España, R. Unido, USA	884.189	6.802.499
2	Regresión	España, Canadá	202.780	1.375.500
3	Un día perfecto	España	140.915	972.069
4	Autómata	España, Bulgaria	102.133	664.748
5	Que horas ela volta?	Brasil	79.525	495.221
6	Caza al asesino	España, Francia, R. Unido	54.438	365.807
7	La isla Mínima	España	40.217	256.838
8	Vivir es fácil con los ojos cerrados	España	41.215	226.441
9	Eisenstein en Guanajuato	México, Francia, Bélgica	14.754	94.164
10	Danzar con María	Argentina, Italia	12.879	74.120

La evolución de la asistencia a los cines de Francia e Italia siguió una pauta general de máximos y mínimos durante el periodo 2011-2015. En Francia, la asistencia disminuyó desde los 216,6 millones de 2011 hasta los 205,3 de 2015, con un mínimo de 193,6 millones en 2013. En Italia se pasó desde los 111,1 millones de 2011 hasta los 107 millones de 2015, con un mínimo de 91,3 millones de espectadores en 2012 (gráfico 6.2.2).



Paises Bajos

La asistencia a los cines de Países Bajos en 2015 sumó 33 millones de espectadores y 306 millones de dólares de recaudación. El número total de de pantallas cinematográficas sumó 888. La frecuencia de asistencia se situó en 1,9 películas por habitante y año y el precio medio de la entrada fue de 9,3 dólares. La cuota de pantalla representó el 18,7% (cuadro 6.2.18).

Cuadro 6.2.18

Panorama cinematográfico en Países Bajos

Datos	2013	2014	2015
Población (millones)	16,8	16,8	16,9
PIB-PPA (billones USD)	0,808	0,816	0,831
PIB per capita (USD)	47.900	48.400	49.300
Pantallas	756	741	888
Ingresos cine (millones USD)	331	332	306
Espectadores cine (millones)	30,8	30,8	33,0
Cuota de cine nacional (%)	20,5	20,8	18,7
Producciones (Films+Docs)	65	84	82
Precio entrada (USD)	10,8	10,8	9,3
Asistencia por habitante	1,8	1,8	1,9

El top-10 de películas en Países Bajos en 2015 está liderado por la coproducción anglo-americana *Spectre 007* con dos millones de espectadores, seguida de las obras estadounidenses *Los Minions*, con 1,6 millones, y *Jurassic World*, con un millón de espectadores (cuadro 6.2.19).

De los diez primeros estrenos, ocho fueron estadounidenses, uno autóctono (coproducido con Bélgica) y una coproducción Reino Unido-USA. La cuota de mercado del top-10 en 2015 supuso el 29,4% del total de espectadores (9,7 millones).

Cuadro 6.2.19

Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2015. Países Bajos

Nº	Título original	Origen	Espectadores
1	Spectre 007	R. Unido, USA	2.038.642
2	Los Minions	USA	1.611.463
3	Jurassic World	USA	1.006.971
4	Fast & Furious 7	USA	955.845
5	Star Wars: el despertar de la fuerza	USA	854.782
6	50 sombras de Grey	USA	747.767
7	Michiel de Ruyter (Admiral)	P. Bajos, Bélgica	693.202
8	Los Juegos del Hambre: Sinsajo - parte 2	USA	690.630
9	Del revés (Inside out)	USA	659.082
10	Vengadores: La Era de Ultrón	USA	493.797

Dentro del *ranking* de estrenos iberoamericanos en Países Bajos, hay que mencionar la coproducción hispano-europea *Caza al asesino* con 43.000 espectadores y 405.000 dólares de recaudación. A continuación se situó la película hispano-canadiense *Regresión* con 26.000 espectadores y casi 250.000 dólares de recaudación (cuadro 6.2.20).

Cuadro 6.2.20

Ranking de estrenos Iberoamericanos. Año 2015. Países Bajos (est. 9,3$)

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos ($)
1	Caza al asesino	España, Francia, R. Unido	43.584	405.331
2	Regresión	España, Canadá	26.873	249.917
3	La isla Mínima	España	23.869	221.980
4	Knock Knock	Chile, USA	8.883	82.615
5	Que horas ela volta?	Brasil	6.556	60.968

Reino Unido

La asistencia a los cines de Reino Unido en 2015 sumó 171,9 millones de espectadores y 1.900 millones de dólares de recaudación. El número total de pantallas cinematográficas asciende a 4.046. La frecuencia de asistencia se situó en 2,7 películas por habitante y año y el precio medio de la entrada fue de 11 dólares. La cuota de mercado del cine británico representó el 44,5% (cuadro 6.2.21).

Cuadro 6.2.21

Panorama cinematográfico en Reino Unido

Datos	2013	2014	2015
Población (millones)	63,9	64,3	64,8
PIB-PPA (billones USD)	2,524	2,594	2,660
PIB per capita (USD)	39.000	40.200	41.200
Pantallas	3.867	3.909	4.046
Ingresos cine (millones USD)	1.690	1.740	1.900
Espectadores cine (millones)	165,5	157,5	171,9
Cuota de cine nacional (%)	21,5	26,0	44,5
Producciones (Films+Docs)	239	223	201
Precio entrada (USD)	10,2	11,2	11,0
Asistencia por habitante	2,6	2,4	2,7

El top-10 de películas en Reino Unido en 2015 está liderado por la coproducción anglo-americana *Spectre 007* con 13 millones de espectadores, *Star Wars: el despertar de la fuerza* con 12 millones y *Jurassic World* con 8,9 millones de espectadores (cuadro 6.2.22).

El ranking de estrenos estuvo copado por nueve películas estadounidenses más una británica en coproducción con USA. La cuota de mercado del top-10 en 2015 supuso el 40,9% del total de espectadores (70,3 millones).

Cuadro 6.2.22

Ranking de estrenos cinematograficos. Año 2015. Reino Unido

Nº	Título original	Origen	Espectadores
1	Spectre 007	R. Unido, USA	13.009.239
2	Star Wars: el despertar de la fuerza	USA	12.079.038
3	Jurassic World	USA	8.919.342
4	Vengadores: la era de Ultrón	USA	6.704.230
5	Los Minions	USA	6.583.360
6	Del revés (Inside out)	USA	5.435.608
7	Fast & Furious 7	USA	5.347.120
8	50 sombras de Grey	USA	4.830.861
9	Los Juegos del Hambre: Sinsajo - parte 2	USA	3.898.812
10	Home	USA	3.519.906

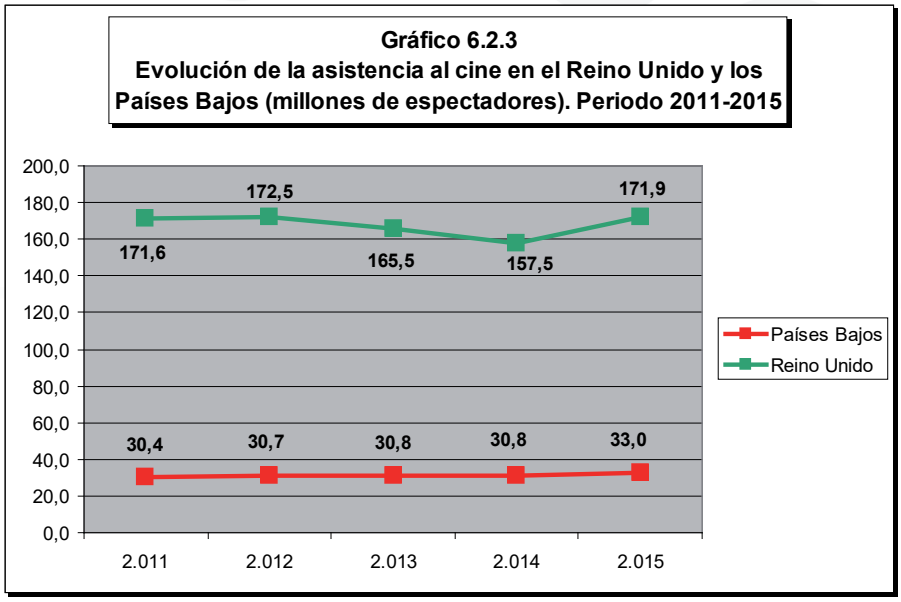
Dentro del *ranking* de estrenos iberoamericanos en Reino Unido, en primer lugar hay que mencionar la coproducción hispano-europea *Caza al asesino* con 126.411 espectadores y 1,4 millones de dólares de recaudación. A continuación se situó la película hispano-argentina *Relatos salvajes*, con 98.378 espectadores, y la coproducción de chile con USA *Knock Knock*, con 76.364 espectadores (cuadro 6.2.23).

Cuadro 6.2.23

Ranking de estrenos Iberoamericanos. Año 2015. Reino Unido (est. 11,0$)

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos ($)
1	Caza al asesino	España, Francia, R. Unido	126.411	1.390.523
2	Relatos Salvajes	Argentina, España	98.378	1.082.156
3	Knock Knock	Chile, USA	76.364	840.002
4	Regression	España, Canadá	56.445	620.893
5	O sal da terra	Brasil, Francia, Italia	42.644	469.081
6	Trash, ladrones de esperanza	Brasil, R. Unido	25.006	275.064
7	La isla Mínima	España	23.710	260.810
8	Que horas ela volta?	Brasil	11.482	126.306
9	Enemigo	España, Canadá	8.426	92.684
10	La danza de la realidad	Chile, Francia	2.848	31.328

La evolución de la asistencia a los cines en Reino Unido durante el periodo 2011-2015 fue bastante irregular, ya que, aumentó desde los 171,6 millones en 2011 hasta los 172,5 de 2012 y posteriormente descendió en los dos siguientes hasta los 157,5 millones de 2014 y, en el último año, aumentó de nuevo hasta 171,9 millones de espectadores. Sin embargo, en los Países Bajos la evolución de la asistencia fue bastante estable y en ligero ascenso, desde los 30,4 millones de espectadores de 2011 hasta los 33 millones de 2015 (gráfico 6.2.3).



Rusia

La asistencia a los cines de Rusia en 2015 sumó 174,1 millones de espectadores y 728 millones de dólares de recaudación. El número de pantallas cinematográficas asciende a 4.021. La frecuencia de asistencia se situó en 1,2 películas por habitante y año y el precio medio de la entrada fue de 4,2 dólares. La cuota de mercado del cine nacional representó el 17,4% del total de espectadores (cuadro 6.2.24).

Cuadro 6.2.24

Panorama cinematográfico en Rusia

Datos	2013	2014	2015
Población (millones)	143,3	143,7	146,3
PIB-PPA (billones USD)	3,55	3,56	3,47
PIB per capita (USD)	24.700	24.800	23.700
Pantallas	3.479	3.829	4.021
Ingresos (millones USD)	1.340	1.150	728
Espectadores (millones)	176,4	176,1	174,1
Cuota de cine nacional (%)	18,4	18,7	17,4
Producciones (Films+Docs)	139	123	121
Precio entrada (USD)	7,5	6,5	4,2
Asistencia por habitante	1,2	1,2	1,2

El top-10 de películas en Rusia en 2015 está liderado por las producciones americanas *Los Minions* con 8,4 millones de espectadores, *Fast & Furious 7* con 6,2 millones y *Vengadores: La Era de Ultrón* con 6 millones (cuadro 6.2.25).

Todos los estrenos del ranking fueron íntegramente estadounidenses. La cuota de mercado del top-10 en 2015 supuso el 30,4% del total de espectadores (52,9 millones).

Cuadro 6.2.25

Ranking de estrenos cinematográficos. Año 2015. Rusia

Nº	Título original	Origen	Espectadores
1	Los Minions	USA	8.425.349
2	Fast & Furious 7	USA	6.262.362
3	Vengadores: La Era de Ultrón	USA	6.024.215
4	Hotel Transilvania 2	USA	5.090.136
5	Del revés (Inside out)	USA	5.008.414
6	Jurassic World	USA	4.993.602
7	Star Wars: el despertar de la fuerza	USA	4.426.928
8	Marte (The Martian)	USA	4.324.170
9	Home: hogar dulce hogar	USA	4.186.841
10	50 sombras de Grey	USA	4.170.441

Respecto al *ranking* de estrenos iberoamericanos en Rusia, hay que señalar que en primer lugar se encuentra la coproducción España-R. Unido-USA *Exodus: Dioses y Reyes* con más de 3 millones de espectadores y 15,5 millones de dólares de recaudación. A continuación, pero a bastante distancia, aparece la película de animación hispano-argentina *Metegol* con 314.514 espectadores y la coproducción entre Chile y USA *Knock Knock* con 123.245 espectadores (cuadro 6.2.26).

Cuadro 6.2.26

Ranking de estrenos Iberoamericanos. Año 2015. Rusia

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos ($)
1	Exodus: Dioses y Reyes	España, R. Unido, USA	3.031.862	15.536.544
2	Futbolín (Metegol)	Argentina, España	314.514	1.316.998
3	Knock Knock	Chile, USA	123.245	488.626
4	Las aventuras de Manu	México, Corea del Sur	88.351	255.610
5	Relatos Salvajes	Argentina, España	49.152	239.545
6	Caza al asesino	España, Francia, R. Unido	53.299	292.561
7	Un gallo con muchos huevos	México	37.148	128.027
8	El Cascanueces	Perú	27.319	83.463
9	Nao pare na pista	Brasil, España	21.111	90.170
10	O sal da terra	Brasil, Francia, Italia	9.096	49.239

Turquía

La asistencia a los cines de Turquía en 2015 sumó 60,5 millones de espectadores y 251 millones de dólares de recaudación. El número total de pantallas cinematográficas sumó 2.648. La frecuencia de asistencia se situó en 0,8 películas por habitante y año y el precio medio de la entrada fue de 4,2 dólares. La cuota de mercado del cine nacional representó el 56,8% del total de espectadores (cuadro 6.2.27).

Cuadro 6.2.27

Panorama cinematográfico en Turquía

Datos	2013	2014	2015
Población (millones)	75,6	76,7	77,7
PIB-PPA (billones USD)	1,486	1,530	1,576
PIB per capita (USD)	19.300	19.900	20.500
Pantallas	2.243	2.483	2.648
Ingresos cine (millones USD)	266	300	251
Espectadores cine (millones)	50,4	61,4	60,5
Cuota de cine nacional (%)	58,0	59,3	56,8
Producciones (Films+Docs)	95	108	137
Precio entrada (USD)	5,3	4,9	4,2
Asistencia por habitante	0,7	0,8	0,8

El top-10 de películas en Turquía en 2015 está liderado por las turcas *Dügün Dernek 2* con 5,2 millones de espectadores y *Mucize (The Miracle)* con 3,7 millones. En tercer lugar, aparece la producción estadounidense *Fast & Furious 7* con 2,9 millones (cuadro 6.2.28).

Entre los diez mejores estrenos, hubo ocho películas turcas y dos estadounidenses. La cuota de mercado del top-10 en 2015 supuso el 37,3% del total de espectadores (22,6 millones).

Cuadro 6.2.28

Ranking de estrenos cinematograficos. Año 2015. Turquía

Nº	Título original	Origen	Espectadores
1	Dügün Dernek 2	Turquía	5.231.330
2	Mucize (The miracle)	Turquía	3.737.605
3	Fast & Furious 7	USA	2.961.089
4	Kocan kadara Konus (Husband Factor)	Turquía	1.930.677
5	Ali Baba ve 7 Cüceler	Turquía	1.827.011
6	Selam: Bahara Yolculuk	Turquía	1.683.497
7	Bana Masal Anlatma (Telling Tales)	Turquía	1.576.979
8	Ask Sana Benzer	Turquía	1.406.620
9	Vengadores: La Era de Ultrón	USA	1.284.848
10	Yapisik Kardesler (Stuck with you)	Turquía	1.014.630

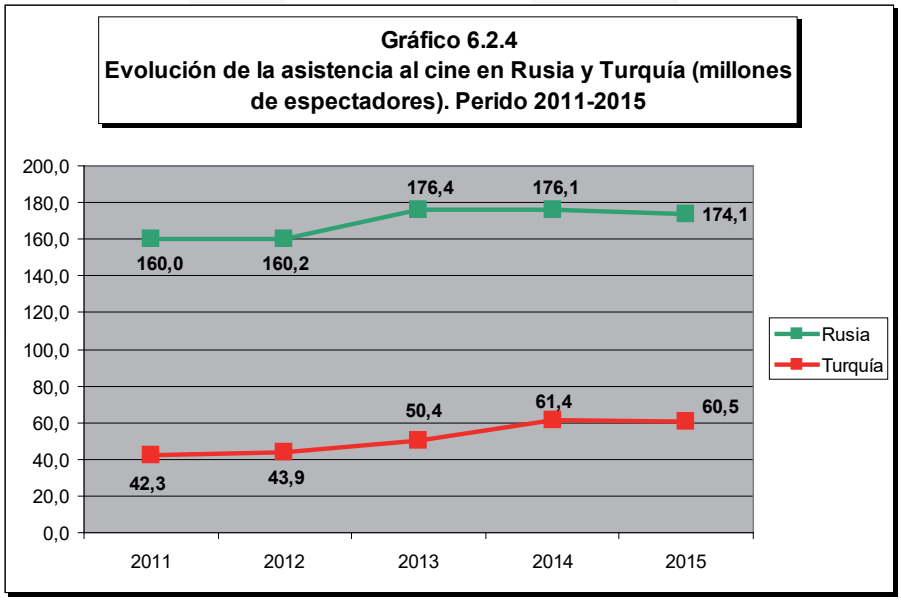
Dentro del *ranking* de estrenos iberoamericanos en Turquía, en primer lugar cabe destacar la coproducción hispano-cubana *Meñique* con 75.000 espectadores y 288.000 dólares de recaudación. A continuación, a más distancia, se situó la película hispano-argentina *Metegol* con 34.000 espectadores y casi 150.000 dólares de recaudación (cuadro 6.2.29).

Cuadro 6.2.29

Ranking de estrenos Iberoamericanos. Año 2015. Turquía

Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos ($)
1	Meñique	Cuba, España	75.475	288.257
2	Futbolín (Metegol)	Argentina, España	34.566	149.946
3	Regression	España, Canadá	21.088	100.216
4	Caza al asesino	España, Francia, R. Unido	16.333	94.466
5	Escobar: Paraiso perdido	España, Francia, Panamá	10.078	42.898
6	Relatos Salvajes	Argentina, España	6.094	23.852
7	Rio, eu te amo	Brasil, USA	4.581	20.817
8	La casa del fin de los tiempos	Venezuela	3.584	12.835
9	Aloft	España, Canadá, Francia	2.506	11.511
10	O sal da terra	Brasil, Francia, Italia	2.470	11.010

La evolución de la asistencia al cine en Rusia y Turquía sigue una tendencia ligeramente ascendente en el periodo 2011-2015. En Rusia, se pasaron de los 160 millones de espectadores en 2011 a los 176,1 en 2014, disminuyendo hasta los 174,1 millones en 2015. Asimismo, en Turquía, la asistencia de espectadores aumentó desde los 42,3 millones hasta los 61,4 entre 2011 y 2014 y, en 2015, también disminuyó hasta los 60,5 millones (gráfico 6.2.4).



EL CINE IBEROAMERICANO EN EL MERCADO IBEROAMERICANO

Datos Totales

Este capítulo del cine iberoamericano en mercados internacionales se complementa con el rendimiento de las producciones iberoamericanas no nacionales en los mercados iberoamericanos, a partir de la información suministrada por ComScore-Rentrak.

La muestra incluye los top-100 de 17 países iberoamericanos y todos los estrenos cinematográficos en España y USA. Las producciones seleccionadas no se contabilizan en el mercado nacional (salvo las coproducciones con USA) y solo se incluyen los estrenos con más de 1.000 espectadores. En el caso de España no se han tenido en cuenta las coproducciones con Estados Unidos (cuadro 6.3.1).

El número total de estrenos de los 19 países incluidos en este estudio suma 109, se corresponden con 63 títulos y acumulan una asistencia de 10,1 millones de espectadores y 64,2 millones de dólares de recaudación. El porcentaje de coproducción se sitúa en el 46% (29 títulos) y la mitad se realizan entre países iberoamericanos (14 títulos).

Cuadro 6.3.1

Muestra de estrenos iberoamericanos en mercados iberoamericanos. Año 2015

Mercados Analizados	19	Número de títulos de la muestra	63
Nº estrenos de la muestra	109	Número de coproducciones	29
Espectadores totales	10.114.289	Coproducciones internacionales	15
Ingresos totales ($)	64.270.722	Coproducciones iberoamericanas	14

La distribución de los 109 estrenos iberoamericanos por mercados de estreno refleja que USA y España fueron los países que más obras iberoamericanas distribuyeron, si bien, en ambos casos su muestra incluye todas las películas exhibidas en sus salas de cine en 2015. Si solo se hubiese analizado el top-100 se contabilizarían únicamente dos estrenos por país. En cuanto al resto de mercados, donde más producciones iberoamericanas se registraron dentro del top-100 fueron en Bolivia (8 estrenos), Uruguay (8 estrenos) y Nicaragua (6 estrenos).

Por espectadores los mercados que aglutinaron una mayor asistencia a producciones iberoamericanas fueron USA (5,6 millones) y México (1,7 millones). Otros mercados con cifras significativas son Perú, con 635.032 espectadores; España, con 548.072; Uruguay con 287.858 espectadores y Colombia con 212.117 (cuadro 6.3.2).

Cuadro 6.3.2

Distribución de los estrenos iberoamericanos por mercados de estreno. Año 2015

Nº	País estreno	Estrenos	Espectadores	Ingresos ($)
1	Argentina	2	129.224	738.997
2	Bolivia	8	119.276	570.375
3	Chile	4	159.085	738.220
4	Colombia	2	212.117	549.577
5	Costa Rica	2	26.357	129.002
6	Ecuador	4	91.043	364.176
7	El Salvador	5	36.189	124.796
8	España	16	548.072	3.623.061
9	Guatemala	5	64.861	275.499

10	Honduras	5	27.059	99.688
11	México	2	1.761.875	5.083.095
12	Nicaragua	6	39.757	157.433
13	Panamá	3	35.135	173.999
14	Paraguay	2	9.478	42.563
15	Perú	4	635.032	1.938.641
16	Portugal	2	58.105	342.009
17	Uruguay	8	287.858	1.454.124
18	Venezuela	3	175.496	-
19	USA	26	5.698.270	47.865.467
	Total	**109**	**10.114.289**	**64.270.722**

La distribución de los estrenos en los mercados iberoamericanos por países de origen refleja que España (29 estrenos-16 títulos) y México (27 estrenos-12 títulos) fueron los que más obras distribuyeron. También Argentina (21 estrenos-16 títulos), Chile (20 estrenos-6 títulos) y Colombia (20 estrenos-5 títulos) presentan resultados significativos. Estos dos últimos países estuvieron presentes en un mayor número de mercados gracias a su participación en *Los 33* (cuadro 6.3.3).

Cuadro 6.3.3

Distribución de los estrenos iberoamericanos por países de origen. Año 2015

Nº	País origen	Estrenos	Títulos	Espectadores	Mercados de estreno
1	Argentina	21	16	1.147.748	BO, CL, CO, EC, ES, NI, PE, PG, UG, US
2	Brasil	12	11	364.064	CO, ES, NI, US
3	Chile	20	6	3.878.911	AR, BO, CR, EC, EL, ES, GU, HO, ME, NI, PA, PG, PO, VE, US
4	Colombia	20	5	3.031.874	AR, BO, CL, CR, EC, EL, ES, GU, HO, ME, NI, PA, PG, VE, US
5	España	29	16	1.671.762	CL, EL, EC, GU, HO, ME, NI, PA, PE, PG, PO, UG, VE, US
6	México	27	12	3.324.831	BO, CR, EC, EL, ES, GU, HO, NI, PA, PE, US
7	Perú	5	5	168.190	BO, CO

Los estrenos iberoamericanos presentes en los top-100 de un mayor número de mercados en 2015 fueron *Los 33* (13 países), *Un gallo con muchos huevos* (9 países), *El gran pequeño* (7 países), *Escobar: paraíso perdido* (6 países) y *Desde la oscuridad* (4 países).

En total ocho producciones consiguieron situarse entre los 100 estrenos más populares de tres o más mercados iberoamericanos, de las cuales, *Un gallo con muchos huevos* (México) y *Maikol Yordan de viaje perdido* son la únicas que son producciones totalmente nacionales (cuadro 6.3.4).

Cuadro 6.3.4

Distribución de las producciones iberoamericanas por mercados. Año 2015

Nº	Título	Mercados
1	Los 33	AR, BO, CR, EC, EL, GU, HO, ME, NI, PA, PG, VE, US
2	Un gallo con muchos huevos	BO, CR, EC, EL, GU, HO, NI, PE, US
3	El gran pequeño	BO, EL, ES, GU, PA, PE, US
4	Escobar: paraíso perdido	EL, GU, HO, ME, NI, US
5	Desde la oscuridad	CL, EL, HO, NI

6	El Clan	CL, EC, UG
7	Knock, knock	PO, VE, US
8	Maikol Yordan de viaje perdido	GU, HO, NI

La distribución de los 64 títulos iberoamericanos de la muestra por espectadores acumulados refleja que un solo título (*Los 33*) acumula casi 3 millones de espectadores, dos producciones 1,3 millones (*Un gallo con muchos huevos* y *El gran pequeño*), dos superan el medio millón de espectadores (*The Green Inferno* y *Escobar: Paraíso perdido*) (cuadro 6.3.5).

Cuadro 6.3.5

Títulos iberoamericanos de estreno en los mercados iberoamericanos. Año 2015

Nº	Título	Origen	Espectadores
1	Los 33	Chile, Colombia, USA	2.922.710
2	Un gallo con muchos huevos	México	1.353.754
3	El gran pequeño	México, USA	1.315.493
4	The Green Inferno	Chile, USA	850.132
5	Escobar: paraíso perdido	España, Francia	669.573
6	A la mala	México	428.126
7	Ladrones	Dominicana, USA	358.755
8	Relatos salvajes	Argentina, España	345.580
9	El Clan	Argentina, España	188.028
10	El desafío	Argentina	176.590
11	Sin hijos	Argentina, España	165.284
12	O sal da terra	Brasil, Francia	161.625
13	Corazón de León	Argentina, Brasil	111.501
14	El Cascanueces	Perú	107.050
15	Guardianes de Oz	México	86.272
16	Tierra de Cárteles	México, USA	82.114
17	Meñique	España, Cuba	70.368
18	Encerrada	Colombia, USA	65.528
19	Ocho apellidos vascos	España	56.756
20	Mortadelo y Filemón contra Jimmy…	España	45.980
21	El Club	Chile	44.798
22	Que horas ela volta?	Brasil	44.292
23	Knock, knock	Chile, USA	42.836
24	Desde la oscuridad	Colombia, España, USA	40.505
25	Abzurdah	Argentina	30.989
26	Atrapa la bandera	España	30.682
27	Truman	Argentina, España	29.431
28	La Patota	Argentina, Brasil	27.392
29	Cementerio General 2	Perú	25.823
30	Socios por accidente 2	Argentina	21.560
31	Buen día, Ramón	México	18.015
32	Maikol Yordan de viaje perdido	Costa Rica	15.746
33	El espejo de los otros	Argentina	14.935
34	Lusers, los amigos no se eligen	Argentina, Chile, Perú	14.270
35	Amor de mis amores	México	14.251
36	Conducta	Cuba	13.472
37	Poseídas	Perú	12.594

egeda

38	Güeros	México	11.777
39	Victoria	Argentina	11.722
40	Pancho, el perro millonario	España	9.988
41	Luna en Brasil	Brasil	8.626
42	La Entidad	Perú	8.453
43	Por mis bigotes	México	6.627
44	No llores, vuela	España, Francia	6.313
45	Loreak (Flores)	España	5.884
46	Los insólitos peces gato	México, Francia	5.881
47	Locos sueltos en el zoo	Argentina	4.924
48	El botón de Nácar	Chile, España	4.165
49	Olvidados	Bolivia, Canadá	2.831
50	Paraíso	México	2.521
51	La Reconstrucción	Argentina	2.411
52	Praia do futuro	Brasil, Alemania	2.390
53	O menino e o mundo	Brasil	2.122
54	Eva	España, Francia	2.082
55	Trash, ladrones de esperanza	Brasil, R. Unido	2.047
56	Refugiado	Argentina, Colombia	1.722
57	A primer vista	Brasil	1.709
58	Los hongos	Argentina, Colombia	1.409
59	Vientos de Agosto	Brasil	1.314
60	Mala, mala	Puerto Rico, USA	1.277
61	Gabo, la magia de lo real	España	1.142
62	As mil e una noites 1	Portugal	1.096
63	Nao pare na pista	Brasil, España	1.045

Argentina

Un total de 21 estrenos argentinos se contabilizaron en los top-100 de los diferentes países iberoamericanos y USA. Se registraron estrenos en diez países: Bolivia, Chile, Colombia, Ecuador, España, Nicaragua, Perú, Paraguay, Uruguay y USA, dándose el mayor número de estrenos en Uruguay (siete) y España (seis) (cuadro 6.3.6).

La asistencia acumulada por las películas argentinas en esta muestra suma 1,1 millón de espectadores y casi 7 millones de dólares de ingresos. El ranking de estrenos argentinos se corresponde con 16 títulos, de los que nueve son coproducciones (cuatro con España, dos con Brasil, dos con Colombia y una con Chile y Perú)

La película argentina con más éxito en 2015 fue la coproducción hispano-argentina *Relatos salvajes* (Damián Szifrón), con 344.456 espectadores en USA, seguida de *El desafío* (Juan Manuel Rampoldi) con 176.595 espectadores en España; *Sin hijos* (Ariel Winograd) con 114.882 espectadores en Perú; *Corazón de León* (Marcos Carnevale) con 105.067 espectadores en Colombia y *El Clan* (Pablo Trapero) con 100.188 espectadores en Uruguay.

Cuadro 6.3.6

Estrenos argentinos en países iberoamericanos y USA. Año 2015

Nº	País estreno	Título	Origen	Espectadores
1	Bolivia	Lusers, los amigos no se eligen	Argentina, Chile, Perú	14.270
2	Chile	El Clan	Argentina, España	78.574
3	Colombia	Corazón de León	Argentina, Brasil	105.067
4	Ecuador	El Clan	Argentina, España	9.266
5	España	El desafío	Argentina	176.590
6	España	La Patota	Argentina, Brasil	27.392
7	España	Victoria	Argentina	11.722
8	España	La Reconstrucción	Argentina	2.411
9	España	Refugiado	Argentina, Colombia	1.722
10	España	Los hongos	Argentina, Colombia	1.409
11	Nicaragua	Corazón de león	Argentina, Brasil	6.434
12	Perú	Sin hijos	Argentina, España	114.882
13	Paraguay	Relatos salvajes	Argentina, España	1.124
14	Uruguay	El Clan	Argentina, España	100.188
15	Uruguay	Sin hijos	Argentina, España	50.402
16	Uruguay	Abzurdah	Argentina	30.989
17	Uruguay	Truman	Argentina, España	29.431
18	Uruguay	Socios por accidente 2	Argentina	21.560
19	Uruguay	El espejo de los otros	Argentina	14.935
20	Uruguay	Locos sueltos en el zoo	Argentina	4.924
21	USA	Relatos salvajes	Argentina, España	344.456

Brasil

Un total de 12 estrenos brasileños se contabilizaron en los top-100 de los países iberoamericanos. Por mercados, las películas brasileñas se registraron en cuatro países: Colombia, España, Nicaragua y USA. El mayor número de estrenos de las películas brasileñas se dio en USA con un total de seis y en España con cuatro (cuadro 6.3.7).

La asistencia acumulada por las películas brasileñas en esta muestra suma 364.064 espectadores y 2,3 millones de dólares de ingresos. El ranking de estrenos brasileños se corresponde con 11 títulos, de los que seis son coproducciones (dos con Argentina y uno con España, Alemania, Francia y Reino Unido).

La película brasileña más popular en 2015 fue la coproducción *Brasil-Francia O sal da terra* (Wim Wenders y Juliano Ribeiro), con 161.625 espectadores en USA, seguida de la coproducción con Argentina *Corazón de León* (Marcos Carnevale) en Colombia con 105.067 espectadores.

Cuadro 6.3.7

Estrenos brasileños en países iberoamericanos y USA. Año 2015

Nº	País estreno	Título	Origen	Espectadores
1	Colombia	Corazón de León	Brasil, Argentina	105.067
2	España	La Patota	Brasil, Argentina	27.392
3	España	Luna en Brasil	Brasil	8.626
4	España	A primer vista	Brasil	1.709
5	España	Vientos de Agosto	Brasil	1.314
6	Nicaragua	Corazón de León	Brasil, Argentina	6.434
7	USA	O sal da terra	Brasil, Francia	161.625
8	USA	Que horas ela volta?	Brasil	44.292
9	USA	Praia do futuro	Brasil, Alemania	2.390
10	USA	O menino e o mundo	Brasil	2.122
11	USA	Trash, ladrones de esperanza	Brasil, R. Unido	2.047
12	USA	Nao pare na pista	Brasil, España	1.045

Chile

Un total de 20 estrenos chilenos se situaron en los top-100 de los diferentes países iberoamericanos. El mayor número de películas chilenas se contabilizó en USA (cuatro) y en Bolivia y Venezuela, con dos películas en cada mercado. Por países de estreno, las películas chilenas se registraron en un total de quince países (cuadro 6.3.8).

La asistencia acumulada por las películas chilenas en esta muestra suma 3,8 millones de espectadores y 24 millones de dólares de ingresos. El ranking de estrenos chilenos se corresponde con seis títulos, de los que cinco son coproducciones (dos con USA, una con España, una con Argentina y Perú y una con Colombia y USA).

La producción estadounidense, con participación de Chile y Colombia, *Los 33* (Patricia Riggen), aglutinó la mayor parte de la popularidad de los estrenos chilenos, situándose en el top-100 de 13 mercados iberoamericanos. Los registros más elevados tuvieron lugar en USA, con 1,4 millones de espectadores, y en México, con 1,1 millón. Por otra parte, la única producción íntegramente chilena presente en este ranking fue *El Club* (Pablo Larraín), con 44.798 espectadores en España.

Cuadro 6.3.8

Estrenos chilenos en países iberoamericanos y USA. Año 2015

Nº	País estreno	Título	Origen	Espectadores
1	Argentina	Los 33	Chile, Colombia, USA	63.696
2	Bolivia	Los 33	Chile, Colombia, USA	18.416
3	Bolivia	Lusers, los amigos no se eligen	Chile, Argentina, Perú	14.270
4	Costa Rica	Los 33	Chile, Colombia, USA	11.953
5	Ecuador	Los 33	Chile, Colombia, USA	57.529
6	El Salvador	Los 33	Chile, Colombia, USA	8.743
7	España	El Club	Chile	44.798
8	Guatemala	Los 33	Chile, Colombia, USA	15.783
9	Honduras	Los 33	Chile, Colombia, USA	8.766
10	México	Los 33	Chile, Colombia, USA	1.154.610
11	Nicaragua	Los 33	Chile, Colombia, USA	9.289
12	Panamá	Los 33	Chile, Colombia, USA	14.232
13	Paraguay	Los 33	Chile, Colombia, USA	8.354
14	Portugal	Knock, knock	Chile, USA	12.125
15	Venezuela	Los 33	Chile, Colombia, USA	78.671
16	Venezuela	Knock, knock	Chile, USA	26.456
17	USA	Los 33	Chile, Colombia, USA	1.472.668
18	USA	The Green Inferno	Chile, USA	850.132
19	USA	Knock, knock	Chile, USA	4.255
20	USA	El botón de Nácar	Chile, España	4.165

Colombia

Un total de 20 estrenos colombianos se situaron en los top-100 de los diferentes países iberoamericanos. El mayor número de estrenos de las películas colombianas se dio en Argentina, El Salvador, España y Nicaragua con un total de dos películas en cada país. El total de mercados en los que estuvieron presentes las producciones colombianas fue de 15 (cuadro 6.3.9).

La asistencia acumulada por las películas colombianas en esta muestra suma tres millones de espectadores y casi 17 millones de dólares de ingresos. El ranking de estrenos colombianos se corresponde con cinco títulos, todos en coproducción con otros países (dos con Argentina, una con USA, una con Chile y USA y una con España y USA).

La producción estadounidense, con participación de Chile y Colombia, *Los 33* (Patricia Riggen), se situó en los top-100 de 13 mercados iberoamericanos y la coproducción con USA *Desde la oscuridad* (Lluís Quílez) en tres mercados. Aparte, hay que señalar que la también coproducción con USA, *Encerrada* (Víctor García), sumó 65.528 espectadores en Argentina.

Cuadro 6.3.9

Estrenos colombianos en países iberoamericanos y USA. Año 2015

Nº	País estreno	Título	Origen	Espectadores
1	Argentina	Encerrada	Colombia, USA	65.528
2	Argentina	Los 33	Colombia, Chile, USA	63.696
3	Bolivia	Los 33	Colombia, Chile, USA	18.416
4	Chile	Desde la oscuridad	Colombia, España, USA	28.502
5	Costa Rica	Los 33	Colombia, Chile, USA	11.953
6	Ecuador	Los 33	Colombia, Chile, USA	57.529
7	El Salvador	Desde la oscuridad	Colombia, España, USA	4.527
8	El Salvador	Los 33	Colombia, Chile, USA	8.743
9	España	Refugiado	Colombia, Argentina	1.722
10	España	Los hongos	Colombia, Argentina	1.409
11	Guatemala	Los 33	Colombia, Chile, USA	15.783
12	Honduras	Los 33	Colombia, Chile, USA	8.766
13	Honduras	Desde la oscuridad	Colombia, España, USA	3.775
14	México	Los 33	Colombia, Chile, USA	1.154.610
15	Nicaragua	Los 33	Colombia, Chile, USA	9.289
16	Nicaragua	Desde la oscuridad	Colombia, España, USA	3.701
17	Panamá	Los 33	Colombia, Chile, USA	14.232
18	Paraguay	Los 33	Colombia, Chile, USA	8.354
19	Venezuela	Los 33	Colombia, Chile, USA	78.671
20	USA	Los 33	Colombia, Chile, USA	1.472.668

España

Un total de 29 estrenos españoles se registraron en los top-100 de los diferentes países iberoamericanos. El mayor número de estrenos de las películas españolas se dio en USA con siete y en Uruguay y Chile con cuatro en cada país. El número total de mercados con representación de películas españolas sumó 14 (cuadro 6.3.10).

La asistencia acumulada por las películas españolas en esta muestra suma 1,6 millones de espectadores y 8,1 millones de dólares de ingresos. El ranking de estrenos españoles se corresponde con 16 títulos, de los que 10 están realizados en coproducción con otros países (cuatro con Argentina, tres con Francia, uno con Cuba, uno con Chile y Francia y uno con Colombia y USA).

La coproducción hispano-francesa *Escobar: paraíso perdido* (*Andrea Di Stefano*) se estrenó en un total de seis países iberoamericanos, la hispano-colombiana *Desde la oscuridad* (Lluís Quílez) en cuatro, y la hispano-argentina *El Clan* en tres países.

Las películas españolas más populares en 2015 en los mercados iberoamericanos fueron *Escobar: paraíso perdido* en México, con 607.265 espectadores; *Relatos salvajes* en USA, con 344.456; *Sin hijos* en Perú, con 114.882 espectadores y *El Clan* en Uruguay, con 100.188.

Cuadro 6.3.10

Estrenos españoles en países iberoamericanos y USA. Año 2015

Nº	País estreno	Título	Origen	Espectadores
1	Chile	El clan	España, Argentina	78.574
2	Chile	Atrapa la bandera	España	30.682
3	Chile	Desde la oscuridad	España, Colombia, USA	28.502
4	Chile	Ocho apellidos vascos	España	21.327
5	El Salvador	Escobar: paraíso perdido	España, Francia	8.314
6	El Salvador	Desde la oscuridad	España, Colombia, USA	4.527
7	Ecuador	El Clan	España, Argentina	9.266
8	Guatemala	Escobar: paraíso perdido	España, Francia	12.025
9	Honduras	Escobar: paraíso perdido	España, Francia	6.658
10	Honduras	Desde la oscuridad	España, Colombia, USA	3.775
11	México	Escobar: paraíso perdido	España, Francia	607.265
12	Nicaragua	Escobar: paraíso perdido	España, Francia	12.216
13	Nicaragua	Desde la oscuridad	España, Colombia, USA	3.701
14	Panamá	Pancho, el perro millonario	España	9.988
15	Perú	Sin hijos	España, Argentina	114.882
16	Paraguay	Relatos salvajes	España, Argentina	1.124
17	Portugal	Mortadelo y Filemón contra Jimmy…	España	45.980
18	Uruguay	El clan	España, Argentina	100.188
19	Uruguay	Sin hijos	España, Argentina	50.402
20	Uruguay	Ocho apellidos vascos	España	35.429
21	Uruguay	Truman	España, Argentina	29.431
22	Venezuela	Meñique	España, Cuba	70.368
23	USA	Relatos salvajes	España, Argentina	344.456
24	USA	Escobar: paraíso perdido	España, Francia	23.095
25	USA	No llores, vuela	España, Francia	6.313
26	USA	Loreak (Flores)	España	5.884
27	USA	El botón de Nácar	España, Chile, Francia	4.165

egeda

28	USA	Eva	España, Francia	2.082
29	USA	Gabo, la magia de lo real	España	1.142

Un total de 11 estrenos españoles en coproducción con países iberoamericanos se exhibieron en las salas de cine españolas durante 2015. La mayoría de las coproducciones son con Argentina (5). El resto de países representados son: Cuba, República Dominicana, México, Perú, Uruguay y Venezuela (cuadro 6.3.11).

La coproducción más popular en España fue la película hispano-argentina *Truman* (Cesc Gay), con 496.120 espectadores, seguida de la coproducción hispano-venezolana *Los miércoles no existen* (Peris Romano) con 128.127 y la también hispano-argentina *El Clan* con 82.852 espectadores.

Cuadro 6.3.11

Estrenos españoles en coproducción con Países iberoamericanos en España. Año 2015

Nº	País estreno	Título	Origen	Espectadores
1	España	Truman	España, Argentina	496.160
2	España	Los miércoles no existen	España, Venezuela	128.127
3	España	El Clan	España, Argentina	82.852
4	España	Francisco (El Padre Jorge)	España, Argentina	69.750
5	España	Sin hijos	España, Argentina	37.357
6	España	El rey de La Habana	España, Dominicana	25.753
7	España	Meñique	España, Cuba	8.368
8	España	La deuda	España, Perú	7.360
9	España	El Apóstata	España, Uruguay	3.446
10	España	La calle de la amargura	España, México	1.694
11	España	El secreto de Amila	España, Argentina	1.367

México

Un total de 27 estrenos mexicanos se situaron en los top-100 de los diferentes países iberoamericanos. El mayor número de estrenos se produjo en USA (seis) y en España (cinco). Los mercados con representación de producciones mexicanas sumaron un total de once (cuadro 6.3.12).

La asistencia acumulada por las películas mexicanas en esta muestra suma 3,3 millones de espectadores y casi 24 millones de dólares de ingresos. El *ranking* de estrenos mexicanos se corresponde con 12 títulos, de los que cuatro están realizados en coproducción con otros países (tres con USA y uno con Francia).

La coproducción México-USA *El gran pequeño* (Alejandro Gómez) y la película de animación *Un gallo con muchos huevos* (Gabriel Riva y Rodolfo Riva) se situaron en los top-100 de siete y nueve países, respectivamente. Esta segunda obtuvo el mayor éxito con más de un millón de espectadores y la primera el segundo mejor con 792.561, ambas en Estados Unidos.

Otros estrenos con registros significativos fueron *A la mala* (Pedro Pablo Ibarra), con 428.126 espectadores en USA, *El gran pequeño*, con 243.275 espectadores en Perú, y *El libro de la vida* (Jorge Gutiérrez), con 206.656 espectadores en España.

Cuadro 6.3.12

Ranking de estrenos mexicanos en países iberoamericanos. Año 2015

Nº	País estreno	Título	Origen	Espectadores
1	Bolivia	Un gallo con muchos huevos	México	24.038
2	Bolivia	El gran pequeño	México, USA	9.055
3	Bolivia	Por mis bigotes	México	6.627
4	Costa Rica	Un gallo con muchos huevos	México	14.404
5	Ecuador	Amor de mis amores	México	14.251
6	Ecuador	Un gallo con muchos huevos	México	9.997
7	El Salvador	Un gallo con muchos huevos	México	10.761
8	El Salvador	El gran pequeño	México, USA	3.844
9	España	El libro de la vida	México, USA	206.656
10	España	El gran pequeño	México, USA	37.242
11	España	Los insólitos peces gato	México, Francia	5.881
12	España	Güeros	México	4.607
13	España	Paraíso	México	2.521
14	Guatemala	Un gallo con muchos huevos	México	16.550
15	Guatemala	El gran pequeño	México, USA	11.745
16	Honduras	Un gallo con muchos huevos	México	3.743
17	Nicaragua	Un gallo con muchos huevos	México	5.246
18	Panamá	El gran pequeño	México, USA	10.915
19	Perú	El gran pequeño	México, USA	243.475
20	Perú	Un gallo con muchos huevos	México	190.403
21	Perú	Guardianes de Oz	México	86.272
22	USA	Un gallo con muchos huevos	México	1.078.612
23	USA	El gran pequeño	México, USA	792.561
24	USA	A la mala	México	428.126
25	USA	Tierra de Cárteles	México, USA	82.114
26	USA	Buen día, Ramón	México	18.015
27	USA	Güeros	México	7.170

egeda

Perú

Un total de cinco estrenos peruanos se situaron en los top-100 de dos países iberoamericanos: Bolivia con cuatro y Colombia con uno (cuadro 6.3.13).

La asistencia acumulada por las películas peruanas suma casi 170.000 espectadores y más de medio millón de dólares de ingresos. El *ranking* de estrenos peruanos se corresponde con cinco títulos, de los que sólo uno está en coproducción con Argentina y Chile.

La película peruana más popular en 2015 fue la obra de animación *El Cascanueces* (Eduardo Schuldt), estrenada en Colombia, con 107.000 espectadores, seguida de *Cementerio General 2* (Dorian Fernández-Moris) en Bolivia, que obtuvo 25.823 espectadores.

Cuadro 6.3.13

Estrenos peruanos en países iberoamericanos y USA. Año 2015

Nº	País estreno	Título	Origen	Espectadores
1	Bolivia	Cementerio General 2	Perú	25.823
2	Bolivia	Lusers, los amigos no se eligen	Perú, Argentina, Chile	14.270
3	Bolivia	Poseídas	Perú	12.594
4	Bolivia	La Entidad	Perú	8.453
5	Colombia	El cascanueces	Perú	107.050

Otros Países Iberoamericanos

Un total de 9 estrenos de otros países iberoamericanos se registraron en los top-100 de la muestra de mercados iberoamericanos analizada. Los países con producciones exhibidas en 2015 son: Bolivia, Cuba, Costa Rica, República Dominicana, Puerto Rico y Portugal. El mayor número de estos estrenos se contabilizó en USA (cuatro) y el número de mercados representados se elevó a seis (España, Guatemala, Honduras, Nicaragua, Venezuela y USA).

La asistencia acumulada por los nueve estrenos del cuadro 6.3.14 suma algo menos de medio millón de espectadores y 3,1 millones de dólares de ingresos. Este *ranking* de estrenos se corresponde con siete títulos, de los que cuatro están en coproducción (uno entre España y Cuba, uno entre República Dominicana y USA, uno entre Puerto Rico y USA y uno entre Bolivia y Canadá).

La película costarricense *Maikol Yordan de viaje perdido* (Miguel Gómez) se estrenó en un total de tres países y las producciones más populares fueron la coproducción entre República Dominicana y USA *Ladrones* (Joe Menéndez), con más de 358.000 espectadores en USA, y la coproducción hispano-cubana *Meñique* (Ernesto Padrón), con 70.368 espectadores en Venezuela.

Cuadro 6.3.14

Estrenos iberoamericanos en países iberoamericanos y USA. Año 2015

Nº	País estreno	Título	Origen	Espectadores
1	España	Conducta	Cuba	13.472
2	Guatemala	Maikol Yordan de viaje perdido	Costa Rica	8.758
3	Honduras	Maikol Yordan de viaje perdido	Costa Rica	4.117
4	Nicaragua	Maikol Yordan de viaje perdido	Costa Rica	2.871
5	Venezuela	Meñique	España, Cuba	70.368
6	USA	Ladrones	Dominicana, USA	358.755
7	USA	Olvidados	Bolivia, Canadá	2.831
8	USA	Mala, mala	Puerto Rico, USA	1.277
9	USA	As mil e una noites 1	Portugal	1.096

AUDIOVISUAL

CINE Y TV

- Producción
- Distribución
- Exhibición
- Industria técnica
- Otras actividades

CULTURA

INDUSTRIA CULTURAL Y CREATIVA

- Videojuegos
- Teatro
- Música
- Editorial
- Otras actividades

EL AVAL EN POSITIVO

OCIO Y JUEGO

OCIO Y ENTRETENIMIENTO

- Operadoras - Salones
- Bingos - Casinos
- Apuestas deportivas
- Juego on-line
- Otras actividades

TURISMO

TURISMO INNOVADOR

- Turismo cultural
- Desarrollo digital
- I+D+i
- Otras actividades

En CREA trabajamos para mejorar la financiación y la obtención de fianzas y avales para facilitarte la realización de tu proyecto.

FINANCIACIÓN PREFERENTE

PRÉSTAMOS

AVALES

INVERSIÓN

C/ Luis Buñuel, 2 · 2ª Planta
(Ciudad de la Imagen)
28223 Pozuelo de Alarcón (Madrid)
Tel.: 91 512 30 48
Fax: 91 711 24 00

creA SGR

www.creasgr.com

egeda
GOBIERNO DE ESPAÑA · MINISTERIO DE EDUCACIÓN, CULTURA Y DEPORTE · icaa
SGR CESGAR Sociedades de Garantía Recíproca
EUROPEAN INVESTMENT FUND
GOBIERNO DE ESPAÑA · MINISTERIO DE INDUSTRIA, ENERGÍA Y TURISMO · CERSA

CONSOLIDAR LA INDUSTRIA AUDIOVISUAL ARGENTINA EN IBEROAMÉRICA

Consolidar la industria audiovisual argentina en Iberoamérica

Por Alejandro Cacetta
Presidente del Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales de la República Argentina

Los objetivos planteados para estos cuatro años de gestión que comenzamos en el Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales han sido seis, bien definidos, orgánicos y complementarios, y forman parte de un plan estratégico integral.

Dichos objetivos abarcan los distintos aspectos que consideramos debíamos encarar en esta etapa:

· La transparencia de la gestión y el trabajo en conjunto (dentro del INCAA y con la industria).
· La generación y educación de nuevas audiencias.
· La producción y exhibición multiplataforma.
· El desarrollo federal, en el interior del país.
· La consolidación del desarrollo y la participación internacional, principalmente en Iberoamérica.
· El incremento de la inversión mixta (público / privada).

Para lograr cada uno de los objetivos planteados, hemos establecido planes de acción que ya han sido lanzados y en algunos casos comenzamos a vislumbrar sus incipientes resultados positivos.

Comenzando por el primer objetivo, hemos determinado un nuevo ordenamiento interno. Se están llevando a cabo una serie de acciones cuyos resultados no serán visibles en lo inmediato. Pero es el primer gran paso para poder cumplir con las obligaciones para las que el INCAA ha sido creado, y las que ha adicionado y que seguirá asumiendo, habida cuenta de la necesidad de acompañar los grandes cambios que se producen en nuestra industria audiovisual.

Este ordenamiento interno del INCAA asegurará la transparencia, celeridad y eficiencia de las operaciones y trámites administrativos. Actualmente está en marcha el proceso de informatización de los procesos que hemos iniciado, para poder obtener un organismo público moderno y a la altura de una industria innovadora y versátil.

La necesidad y decisión de establecer un programa sistemático para la generación y educación de nuevas audiencias, se encuentra estrechamente vinculada al cambio de paradigma que necesitábamos instituir para nuestra actividad. En el pasado, la gran preocupación era cómo se producía. Sin dejar de estar atentos a la forma de hacerlo de la mejor manera posible, creemos que actualmente el eje debe estar puesto en cómo se ve lo que se produce. El desafío es generar un análisis real

sobre la situación de los distintos tipos de producciones, y ser eficientes a la hora de establecer la mejor estrategia para apoyar su difusión y exhibición.

Por su complejidad, esta es una tarea a cumplir a mediano y largo plazo. Pero resultará muy beneficiosa para el sector audiovisual, ya que permitirá aumentar y diversificar el público que consume cine argentino. Para llevar a cabo este plan se tomó como ejemplo la experiencia francesa, una industria que demuestra que no existe una sola forma de difundir o exhibir las producciones, y que cuenta con varios programas y herramientas para acercar el cine a distintos tipos de públicos.

Durante la visita del presidente François Hollande, en febrero último, el INCAA firmó un acuerdo con el Institut Français, en colaboración con la Embajada de Francia en Argentina, con la intención de fortalecer la cooperación en el ámbito cinematográfico entre ambos países.

La realización de este acuerdo es un logro importante para el sector audiovisual argentino, que ya puso en funcionamiento nuevos programas federales. En agosto se realizó el lanzamiento de "Las escuelas van al cine", un proyecto que consiste en la realización de funciones gratuitas para estudiantes de las escuelas secundarias de todo el país, con el objetivo de que los públicos juveniles puedan conocer y disfrutar de las películas producidas en su país sino y también reconocerse en sus temáticas e historias. Esta iniciativa federal está acompañada por workshops, muestras y un concurso que se realizó a nivel nacional, en el que se convocó a los adolescentes para que aporten sus opiniones y sugerencias sobre el cine argentino. La acción tuvo una notable acogida, con una enorme variedad de propuestas. Es un gran avance para permitirnos conocer los gustos y deseos de los jóvenes.

Siguiendo los lineamientos del programa francés, el siguiente objetivo es la incorporación del nivel inicial de educación, en el marco de un programa estratégico que se desarrollará en los próximos cinco años.

Pero para potenciar la exhibición y difusión de las películas argentinas también se precisa de un trabajo en conjunto con los distribuidores, exhibidores y productores de la industria audiovisual. Esta alianza permitirá la conformación de un plan estratégico a la hora de pensar en la difusión y exhibición de nuestras obras audiovisuales: su target, diseño de producción, formato de exhibición y modelo de lanzamiento.

Otro objetivo que persigue la gestión actual es el fomento de la producción y la exhibición en formatos multiplataforma, que actualmente ocupa un espacio privilegiado en el escenario internacional. Nuestra intención es que tanto la televisión como el cine puedan establecer articulaciones con las plataformas no convencionales, de tal forma que permita lograr dinámicas de interacción y nuevas formas de llegada a los distintos públicos.

Creemos que hablar de cine y TV u otros medios en forma separada e independiente es un concepto anacrónico que atrasa. Si bien deben respetarse sus especificidades, y en el caso del INCAA también sus aspectos jurídicos, encarar un plan estratégico integral para la industria audiovisual no hace más que darle sentido a un organismo que debe acompañar la evolución de esta actividad.

De hecho, está establecido en el propio nombre del organismo, que incluye las "Artes Audiovisuales" como parte de sus funciones. En esta línea, no solo hablamos de producciones, sino de difusión y exhibición, Al cambiar significativamente la forma de consumo de las obras audiovisuales en los últimos años, y reformular el concepto de "pantallas de exhibición", quedó desactualizado el criterio de salas de cine para el cine o las pantallas de televisión para producciones televisivas exclusivamente. Actualmente, debemos proponer que nuestras producciones sean vistas por la mayor cantidad de público posible. Esto se logrará abriendo las opciones de exhibición en distintos medios, tanto físicos (salas) como digitales (TV, internet).

En este aspecto, también hemos encarado el desafío de poner en valor las pantallas públicas. Comenzando por los denominados Espacios INCAA, un conglomerado de más de setenta salas en todo el país que el INCAA programa a través de convenios con sus administradores o propietarios. También componen este grupo el canal de televisión INCAATV y la plataforma digital de internet

ODEON. La acción coordinada de estas pantallas nos permitirá generar un circuito virtuoso de programación.

Existen producciones a las que les cuesta llegar al público, aunque no por esto pierden su valor. Nuestra misión es establecer un plan de difusión y exhibición en las pantallas públicas, trazando nuevas estrategias para contribuir a encontrar la audiencia objetiva,

Otra gran apuesta es consolidar los centros de producción en las distintas regiones de la Argentina. La oportunidad de incrementar la cantidad de producciones y de exhibiciones fuera de los límites de Buenos Aires no sólo amplía el mapa general de propuestas audiovisuales, sino que permite seguir creando nuevos polos de producción y espacios de exhibición audiovisual. Es este sentido, la red de Espacios INCAA es un programa federal de gran importancia para la difusión de nuestro cine. Un plan de digitalización sostenido en el tiempo permite dotar a las salas de tecnología de última generación, necesitando acompañarlas con una programación acorde para ponerlas en valor.

Como comentamos al inicio, los objetivos planteados son parte integrante de un plan estratégico integral, por lo que hemos lanzado hace unos meses un plan de fomento relacionado con la televisión y otros medios y más recientemente el nuevo Régimen General de Fomento Cinematográfico.

En línea con todo lo expuesto, consideramos que el INCAA debe acompañar desde su gestación la generación de proyectos. Por ello los planes mencionados han incorporado los subsidios y apoyos al desarrollo para escrituras de guiones, desarrollo de proyectos de distinta envergadura, producción de cortometrajes, producción para películas seriadas para televisión y otros medios tales como web, entre otros planes de fomento, que en algunos casos son específicos para las regiones del interior del país.

La idea de estos nuevos planes es generar una política a largo plazo, que apoye la generación de mejores contenidos y permita una distribución que alcance cubrir tanto el mercado local como el mercado internacional.

La actual gestión del INCAA se propone trabajar junto al sector audiovisual, en un modelo virtuoso que genere industria, trabajo calificado y la posibilidad de abrir y consolidar nuevos mercados.

El último de los puntos para esta primera etapa de la gestión es seguir estrechando los vínculos con los países de Iberoamérica, para que se pueda forjar y expandir un mercado común. Este proceso tiene varios años de trabajo sostenido, y representa un desafío para los productores, directores, guionistas, actores y técnicos de la industria audiovisual regional. Este es un momento oportuno para llevar adelante este propósito, que le permitirá abrir nuevos mercados a cada una de las industrias locales y potenciar la producción y difusión de nuestras obras.

El plan estratégico integral al que hemos hecho referencia en más de una oportunidad aquí, tiene por finalidad perseguir la sustentabilidad de nuestra industria. Una forma de hacerlo es a través de una mayor interacción entre los sectores público y privado, y específicamente en lo referente a la inversión. El aporte público puede permitir apalancar y seducir a mayor cantidad de inversores privados que permitan encontrar el equilibrio necesario entre industria-negocio y desarrollo cultural. A tal fin, los avances realizados con diferentes entidades privadas nacionales e internacionales hacen pensar que es una posibilidad concreta.

Estos son los aspectos más gravitantes para el crecimiento de la industria audiovisual argentina. Desde el inicio de la gestión venimos trabajando en cada uno de estos objetivos con la intención de aportar a la producción federal, de repensar las formas de exhibición y difusión tradicionales, de abrir nuevos mercados, y de fomentar la inversión pública y privada. El cumplimiento de la Ley de Cine y el reordenamiento interno del Instituto son los avales para seguir transitando el proceso de cambios que tenemos por delante.

Al mismo tiempo, cabe destacar que los números de taquilla que mantiene el 2016 auguran un buen futuro. El primer trimestre del año batió el récord de espectadores de cine argentino de la última década, así como superó en un más de 40% a la cifra alcanzada en 2015. El aumento de especta-

dores mantuvo esta tendencia a lo largo de los meses siguientes, superando incluso los números de la mayoría de los países iberoamericanos, lo que permite considerar a la expansión de la industria argentina como un hecho real y concreto. En términos generales, la taquilla también pronostica un buen panorama para seguir apostando al sector audiovisual nacional con el compromiso de calidad y pluralidad que mantenemos desde el inicio de esta gestión.

La consolidación federal de esta industria también se acompaña con la obtención de reconocimientos que nuestras obras audiovisuales y profesionales del país logran asiduamente en mercados y festivales internacionales, lo que denota la calidad y gran potencialidad de nuestras obras y de nuestros artistas. Paradójicamente, este tipo de reconocimiento es el que buscamos en el público argentino, intentando que los espectadores del país se identifiquen con las obras premiadas en el exterior.

En cuanto a los cambios institucionales, no es menos importante la conformación del Consejo Asesor (obligación jurídica que el INCAA debe cumplir), integrado por representantes de distintas regiones del país, que permitirá planificar nuevas acciones y velar por el cumplimiento de la Ley de Cine.

Esta serie de acciones tiene como objetivo fortalecer el cine argentino, ofreciendo al público nuevas y variadas producciones y consolidando el lugar de la industria audiovisual argentina en la región iberoamericana.

Alejandro Cacetta. Presidente del Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales de la República Argentina

Alejandro Cacetta es contador público y productor cinematográfico. Comenzó su carrera en Pol-ka y, desde 2006 hasta el 31 de diciembre de 2015, formó parte de Patagonik Film Group, productora que dejó para presidir el Instituto de Cine y Artes Audiovisuales de la Argentina (INCAA). *Corazón de León* (2013), *Elefante blanco* (2012) y *Un novio para mi mujer* (2008) son algunos de los trabajos que produjo en estos casi diez años.

CAPÍTULO VII

CONCLUSIONES

CAPÍTULO VII

Conclusiones

Por Departamento de Reparto y Documentación de EGEDA

CAPÍTULO 1.

MERCADO TELEVISIVO EN ESPAÑA

· Los datos que configuran el capítulo han sido elaborados por la consultora audiovisual Barlovento Comunicación según fuente de Kantar Media.

· El consumo de televisión por persona y día alcanza su máximo histórico en 2012 con 246 minutos. Entre enero y octubre de 2016, el consumo de televisión se sitúa en 227 minutos, lo que supone siete minutos menos que en el total de 2015 (234 minutos).

· El consumo de televisión en diferido alcanza los 3 minutos por persona y día, lo que supone un 1% del total.

· La inversión publicitaria en la televisión en abierto aumenta progresivamente a partir de 2014 y a su vez se consolida el consumo de la televisión de pago.

· El liderazgo en televisión en abierto por grupos empresariales, hasta finales de octubre de 2016, lo ostenta Mediaset, con un 30,1% de cuota de pantalla, seguido de Atresmedia con un 27% y Televisión Española con un 16,8%.

· Por quinto año consecutivo, Telecinco sigue siendo la cadena líder en 2016 (14,6%), seguido de Antena 3 (12,7%) y La 1 (10%). Las cadenas que obtienen su máximo entre enero y octubre de 2016 son Divinity, 13TV, Mega y Energy.

· El consumo de la televisión de pago supera el 20% del total y la cuota de pantalla de los canales temáticos supone el 7,3% entre enero y octubre de 2016.

· El género con mayor presencia en las parrillas de programación es la ficción (31,8%), seguido de la información (18,3%) y el cultural (16,2%).

· En cuanto al *zapping*, entre enero y septiembre de 2016, el espectador cambia de canal una

media de 12 veces al día y realiza un promedio de 25 minutos de visionado por sesión. Con respecto a los máximos de los últimos años, se reducen los cambios de canal pero aumentan los minutos por sesión.

· Los espectadores más proclives al zapping son los hombres mayores de 45 años y los que menos los niños comprendidos entre los 4 y los 12 años de edad.

· El *prime time* es la franja horaria donde más se *zapea*, constatando que hay una relación directa entre el consumo televisivo y el número de sesiones. Durante el fin de semana aumenta el zapping, pero se mantiene constante por meses.

· Respecto al grupo de población denominado *Millennials* (personas nacidas entre 1980 y 1995) que supone el 20,1% de la población, entre enero y finales de octubre de 2016, consumieron 157 minutos de promedio diario (70 minutos menos que el universo total). Este consumo televisivo representa el 13,9% del total.

· El día de la semana de mayor consumo televisivo para los Millennials es el domingo (175 minutos), la cadena más vista es Telecinco (14,9%) y la emisión más popular en este grupo de población son los penaltis de la final de la Champions (66,9%).

CAPÍTULO 2.

PRODUCCIÓN CINEMATOGRÁFICA EN IBEROAMERICA

Panorama cinematográfico iberoamericano global (2015)

· Muestra de países analizados (Fuente: ComScore-Rentrak): Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, España, Guatemala, Honduras, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, Uruguay, Venezuela y Estados Unidos. Además, se incluye la información de Portugal (Fuente: ICA) y República Dominicana (Fuente: Dirección General de Cine).

· El peso mundial del mercado cinematográfico iberoamericano es de un 11,5% en cuanto a pantallas y de un 11,4% en cuanto a espectadores.

· Los países iberoamericanos suman una población de 643 millones de personas, un PIB de 11,8 billones de dólares y más de 17.600 pantallas cinematográficas.

· Los países iberoamericanos estrenaron 5.154 películas en las salas de cine durante 2015. Estos estrenos recaudaron de forma conjunta un total de 3.346 millones de dólares y acumularon 836,9 millones de espectadores.

· La frecuencia anual de asistencia se sitúa en 1,3 películas por habitante y el precio medio de la entrada en 4,7 dólares.

· El porcentaje de estrenos nacionales representa el 15,2% (786 estrenos) y la cuota de espectadores del cine nacional supone el 10% (83,1 millones).

· La cuota cinematográfica de espectadores acumulada por el top-100 de los países de la muestra por el origen de los estrenos es la siguiente: el cine USA representa el 80,8%, el cine iberoamericano (nacional y no nacional) supone casi el 12% y el cine europeo el 6,9%.

· El 45,7% de los títulos del top-100 de los países de la muestra pertenecen a obras estadounidenses, el 40,1% a títulos iberoamericanos y el 12,9% a títulos europeos.

· El porcentaje de coproducciones de los títulos iberoamericanos se sitúa en el 31,4%.

· Los *Estudios* americanos obtuvieron una cuota conjunta de espectadores del 83,5% en la muestra del top-100, frente al 16,5% de las distribuidoras independientes.

· La cuota de espectadores acumulada por el top-10 de los países iberoamericanos analizados se sitúa en casi un 36% del total.

· Las tres producciones con más éxito en 2015 en Iberoamérica fueron: *Los Minions* (46,7 millones de espectadores), *Fast & Furious 7* (45,1 millones de espectadores) y *Vengadores: La Era de Ultrón* (39,7 millones de espectadores).

· Las tres producciones iberoamericanas con más éxito fueron: *Ocho apellidos catalanes* (5,1 millones de espectadores), *Tomorrowland* (4,7 millones de espectadores) y *En el corazón del mar* (4,6 millones de espectadores).

· Las tres producciones iberoamericanas íntegramente nacionales con más éxito fueron: la anteriormente mencionada *Ocho apellidos catalanes*, *Un gallo con muchos huevos* (4,4 millones de espectadores) y *Loucas pra casar* (3,7 millones de espectadores)

· Las tres producciones europeas con más éxito fueron: *Spectre 007* (10 millones de espectadores), *Venganza 3* (8,7 millones de espectadores) y *Everest* (5,8 millones de espectadores).

***Panorama cinematográfico iberoamericano por países* (2015)**

· **Argentina**: La asistencia a los cines sumó 52,1 millones de espectadores. La cuota del cine nacional representó el 14,5% respecto al total. En el top-100, la cuota del cine USA supuso el 79%, frente al 14,8% del cine iberoamericano (nacional y no nacional). La producción más popular fue *Los Minions*, con casi 5 millones de espectadores, y el estreno argentino con más éxito fue *El Clan* con 2,6 millones de espectadores.

· **Bolivia**: La asistencia a los cines sumó 5,5 millones de espectadores. La cuota del cine nacional representó el 0,7% respecto al total. En el top-100, la cuota del cine USA supuso el 86,3%, frente al 5,1% del cine iberoamericano (nacional y no nacional). La película más popular fue *Vengadores: La Era de Ultrón*, con casi 400.000 espectadores, y el estreno boliviano con más éxito fue *Boquerón* con 29.043 espectadores.

· **Brasil:** La asistencia a los cines sumó casi 173 millones de espectadores. La cuota del cine nacional representó el 13% respecto al total. En el top-100, la cuota del cine USA supuso el 79,6%, frente al 14,2% del cine iberoamericano (nacional y no nacional). La película más popular fue *Vengadores: La Era de Ultrón*, con 10,1 millones de espectadores, y el estreno brasileño con más éxito fue Loucas pra casar con 3,7 millones de espectadores.

· **Chile:** La asistencia a los cines sumó 26 millones de espectadores. La cuota del cine nacional representó el 3,6% respecto al total. En el top-100, la cuota del cine USA supuso el 83,1%, frente al 9,8% del cine iberoamericano (nacional y no nacional). La película más popular fue *Los Minions*, con 2 millones de espectadores, y el estreno chileno con más éxito fue *El bosque de Karadima* con más de 305.000 espectadores.

· **Colombia:** La asistencia a los cines sumó 59,1 millones de espectadores. La cuota del cine nacional representó el 5,8% respecto al total. En el top-100, la cuota del cine USA supuso el 79,5%, frente al 12,1% del cine iberoamericano (nacional y no nacional). La película más popular fue *Fast & Furious 7*, con 4,3 millones de espectadores, y el estreno colombiano con más éxito fue *Colombia magia salvaje* con 2,3 millones de espectadores.

· **Costa Rica**: La asistencia a los cines sumó 6,9 millones de espectadores. La cuota del cine nacional representó el 0,7% respecto al total. En el top-100, la cuota del cine USA supuso el 82,0%, frente al 13% del cine iberoamericano (nacional y no nacional). La película más popular fue la

producción costarricense *Maikol Yordan de viaje perdido* con más de 550.000 espectadores, seguida de *Los Minions* con más de 500.000 espectadores.

· **Ecuador:** La asistencia a los cines se estima en torno a 13 millones de espectadores. La cuota del cine nacional representó el 0,5% respecto al total. En el top-100, la cuota del cine USA supuso el 88,1%, frente al 4,8% del cine Iberoamericano (nacional y no nacional). La película más popular fue la película estadounidense *Fast & Furious 7* con 1,1 millones de espectadores y el estreno ecuatoriano más popular fue *Adolescentes* con casi 50.000 espectadores.

· **El Salvador**: La asistencia a los cines sumó 3,6 millones de espectadores. La cuota del cine nacional representó el 0,01% respecto al total. En el top-100, la cuota del cine USA supuso casi un 90%, frente al 3,6% del cine iberoamericano (nacional y no nacional). La película más popular fue la producción estadounidense *Fast & Furious 7* con 300.000 espectadores y el estreno salvadoreño con más éxito fue *Malacrianza* con 8.237 espectadores.

· **España**: La asistencia a los cines sumó 96,1 millones de espectadores. La cuota del cine nacional representó el 19,3% respecto al total. En el top-100, la cuota del cine USA supuso el 70%, frente al 20,5% del cine iberoamericano (nacional y no nacional). La película más popular fue la producción española *8 apellidos catalanes* con más de 5 millones de espectadores, seguida de la obra de animación *Los Minions* con más de 4,3 millones de espectadores.

· **Guatemala**: La asistencia a los cines sumó 5,4 millones de espectadores. La cuota del cine nacional representó el 0,7% respecto al total. En el top-100, la cuota del cine USA supuso el 88,2%, frente al 5,8% del cine iberoamericano (nacional y no nacional). La película más popular fue *Fast & Furious 7* con 476.552 espectadores, y el estreno guatemalteco con más éxito fue *Ixcanul* con casi 27.000 espectadores.

· **Honduras**: La asistencia a los cines sumó 3,1 millones de espectadores. La cuota del cine nacional representó el 3,4% respecto al total. En el top-100, la cuota del cine USA supuso el 86,1%, frente al 7,5% del cine iberoamericano (nacional y no nacional). La película más popular fue *Fast & Furious 7* con más de 220.000 espectadores, y el estreno hondureño con más éxito fue *Un loco verano catracho* con 77.266 espectadores.

· **México**: La asistencia a los cines sumó 286,3 millones de espectadores. La cuota del cine nacional representó el 6,1% respecto al total. En el top-100, la cuota del cine USA supuso el 84,5%, frente al 7,4% del cine iberoamericano (nacional y no nacional). La película más popular fue *Los Minions* con 16,1 millones de espectadores, y el estreno mexicano con más éxito fue *Un gallo con muchos huevos* con 4,1 millones de espectadores.

· **Nicaragua**: La asistencia a los cines sumó 1,9 millones de espectadores. En el top-100, la cuota del cine USA supuso el 85,4%, frente al 5,9% del cine iberoamericano (nacional y no nacional). La película más popular fue *Fast & Furious 7* con 140.836 espectadores.

· **Panamá**: La asistencia a los cines sumó 5,7 millones de espectadores. La cuota del cine nacional representó el 0,2% respecto al total. En el top-100, la cuota del cine USA supuso el 88,7%, frente al 4,1% del cine iberoamericano (nacional y no nacional). La película más popular fue *Fast & Furious 7* con 423.280 espectadores, y el estreno panameño con más éxito fue *Kenke* con 6.078 espectadores.

· **Paraguay**: La asistencia a los cines sumó 1,4 millones de espectadores. La cuota del cine nacional representó el 1,6% respecto al total. En el top-100, la cuota del cine USA supuso el 90,3%, frente al 3% del cine iberoamericano (nacional y no nacional). La película más popular fue *Fast & Furious 7* con 159.791 espectadores, y el estreno paraguayo con más éxito fue *Mangoré, por amor al arte* con casi 13.000 espectadores.

· **Perú**: La asistencia a los cines sumó 45,6 millones de espectadores. La cuota del cine nacional representó el 12,3% respecto al total. En el top-100, la cuota del cine USA supuso el 73,7%, frente al 17,1% del cine iberoamericano (nacional y no nacional). La película más popular fue la perua-

na *Asu Mare 2!* con más de 3 millones de espectadores, y el estreno extranjero más exitoso fue *Fast & Furious 7* con 1,7 millones de espectadores.

· **Portugal**: La asistencia a los cines sumó 14,5 millones de espectadores. La cuota del cine nacional representó el 0,9% respecto al total y del cine USA 70,3%. La película más popular fue *Los Minions*, con más de 930.000 espectadores, y el estreno portugués con más éxito fue *O patio das Cantigas* con más de 600.000 espectadores.

· **República Dominicana**: La asistencia a los cines sumó 5,3 millones de espectadores. La cuota del cine nacional supuso el 30% del total de espectadores. La película con más éxito fue la producción dominicana Tubérculo Gourmet con 538.808 espectadores, y la obra extranjera más popular fue *Fast & Furious 7* con casi 400.000 espectadores.

· **Uruguay**: La asistencia a los cines sumó 3 millones de espectadores. La cuota del cine nacional representó el 0,03% respecto al total. En el top-100, la cuota del cine USA supuso el 77%, frente al 12% del cine iberoamericano (nacional y no nacional). La película más popular fue *Los Minions*, con casi 300.000 espectadores, y el estreno uruguayo con más éxito fue *Una noche sin luna* con más de 7.000 espectadores.

· **Venezuela:** La asistencia a los cines sumó 28,8 millones de espectadores. La cuota del cine nacional representó el 3,7% respecto al total. En el top-100, la cuota del cine USA supuso el 88,5%, frente al 5% del cine iberoamericano (nacional y no nacional). La película más popular fue *Del revés (Inside out)* con 1,8 millones de espectadores, y el estreno venezolano con más éxito fue *Hasta que la muerte nos separe* con 154.019 espectadores.

· **USA:** La asistencia a los cines sumó 1.214,5 millones de espectadores. La cuota del cine nacional representó el 91,3% respecto al total frente al 1,7% del cine iberoamericano (nacional y no nacional). La película más popular fue *Star Wars: el despertar de la fuerza* con 79,5 millones de espectadores, y el estreno iberoamericano con más éxito fue *Tomorrowland* con 11,1 millones.

CAPÍTULO 3.

LA PRODUCCIÓN DE FICCIÓN EN IBEROAMERICA

Panorama global en los países iberoamericanos (2010-2014)

· Muestra de países analizados (Fuente OBITEL): Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, España, México, Perú, Portugal, Uruguay, Venezuela y Estados Unidos (habla hispana).

· La muestra de países abarca el estudio de la programación en 76 canales de televisión (54 privados y 22 públicos), 2.765 títulos de obras de ficción de estreno, 185.786 emisiones y más de 155.000 horas de difusión acumuladas entre 2010 y 2014.

· El promedio de tiempo dedicado por las cadenas de los países iberoamericanos a la ficción televisiva se sitúa en el 26,7% del tiempo total de emisión.

· Los países cuyos canales dedican más tiempo de programación a Ficción son: Estados Unidos (44,8%), Perú (38,8%), Ecuador (38,3%) y Chile (37,2%).

· El peso de la ficción nacional de estreno frente a la ficción iberoamericana (no nacional) representa el 43,7% en títulos, el 35,1% en emisiones y el 33,1% en horas de programación.

· Los países con el mayor volumen de Ficción de estreno difundida en la muestra son: Chile (339 títulos, 25.663 emisiones y 17.844 horas), Ecuador (278 títulos, 17.047 emisiones y 16.825 horas) y Venezuela (275 títulos, 22.490 emisiones y 18.186 horas).

· Los países que más Ficción de estreno aportaron a los canales de la muestra son: México (656 títulos, 57.158 emisiones y 50.530 horas), Colombia (386 títulos, 26.230 emisiones y 21.457 horas) y Brasil (367 títulos, 24.432 emisiones y 19.305 horas).

· Las franjas de tarde y de *prime time* acumularon el 82,6% del total de la Ficción de estreno en los canales de la muestra.

· Los países con más carga de estrenos de ficción en la franja de tarde son Chile (17.379 emisiones) y Venezuela (8.889 emisiones).

· Los países con más carga de estrenos de ficción en la franja de *prime time* son Estados Unidos (10.938 emisiones), Ecuador (10.264).

· Las series que consiguieron los porcentajes de audiencia más elevados en 2014 son: *Amor a vida* (Globo, 41%), *Imperio* (Globo, 32,4%), *Em familia* (Globo, 31,4%), *Amores roubados* (Globo, 29,7%) y *Al fondo hay sitio* (América TV, 29,1%).

· La distribución de títulos del top-20 por países de origen en 2014 es la siguiente: 11 pertenecen a series producidas en Brasil, tres a series de México, tres a series de Perú, dos a Chile y uno a Argentina. Por país de emisión: 10 son de Brasil, cinco son de Perú, dos de Chile, dos de México y una de Argentina.

· Respecto al *top-1* de cada país en 2014, siete series fueron líderes en sus países de origen: Brasil (*Amor a vida*), Chile (Pituca sin Lucas), Colombia (*La Ronca de oro*), España (*El tiempo entre costuras*), México (*Mi corazón es tuyo*), Perú (*Al fondo hay sitio*), Portugal (*Mar Salgado*).

Panorama de la Ficción por países (2010-2014)

· **Argentina:** la Ficción aportó un promedio del 18,4% del tiempo total de emisión a los canales de televisión. La Ficción nacional de estreno supuso el 47% del total de emisiones y 46,1% del tiempo total de programación. Argentina y México fueron los que más ficción aportaron a los canales argentinos. *En 2014*, el 44,2% de las emisiones de la ficción de estreno se ubicó en la franja de máxima audiencia y un 72,5% de la ficción nacional se estrenó en *prime time*. Las series emitidas en Telefé y El Trece fueron las más populares. El *ranking* de audiencia estuvo dominado por *Avenida Brasil* (20,7%) y *Viudas e hijos del Rock & Roll* (14,4%).

· **Brasil:** la Ficción aportó un promedio del 18,2% del tiempo total de emisión a los canales de televisión. La Ficción nacional de estreno supuso el 88% del total de emisiones y 89,4% del tiempo total de programación. Después de Brasil, el país que más ficción aportó fue México. *En 2014*, el 49,9% de la ficción de estreno se ubicó en la franja de máxima audiencia (en su totalidad emisiones de series nacionales). Las producciones brasileñas emitidas en Globo fueron las más populares. El *ranking* de audiencia estuvo dominado por *Amor e vida* (41%) e *Imperio* (32,4%).

· **Chile:** la Ficción aportó un promedio del 37,2% del tiempo total de emisión de los canales de televisión. La Ficción nacional de estreno supuso el 24,9% del total de emisiones y 20,8% del tiempo total de programación. Después de Chile, el país que más ficción aportó fue México. *En 2014*, el 67,2% de la ficción de estreno se ubicó en la franja de tarde y un 70,6% de la ficción nacional en la franja de *prime time*. Las series emitidas en Canal 13, Mega y TVN fueron las más populares. El *ranking* de audiencia estuvo dominado por *Pituca sin Lucas* (26,3%) y *Los 80* (21,1%).

· **Colombia:** la Ficción aportó un promedio del 14,5% del tiempo total de emisión a los canales de televisión. La Ficción nacional de estreno supuso el 60,7% del total de emisiones y 58,7% del tiempo total de programación. Después de Colombia, el país que más ficción aportó fue México. *En 2014*, el 58,9% de la ficción de estreno se ubicó en la franja de *prime time* y el 80% de la ficción nacional se programó en dicho horario. Las producciones colombianas en Caracol y RCN fueron las más populares. El *ranking* de audiencia estuvo dominado por *La Ronca de oro* (13,7%) y *Niche* (11,3%).

· **Ecuador:** la Ficción aportó un promedio del 38,3% del tiempo total de emisión a los canales de televisión. La Ficción nacional de estreno supuso el 13,6% del total de emisiones y 9,9% del tiempo total de programación. Los países que más ficción aportaron a los canales ecuatorianos fueron Colombia, México y Ecuador. *En 2014*, el 56% de la ficción de estreno se ubicó en la franja *prime time* y un 70% de la ficción nacional se programó en dicho horario. Las producciones brasileñas, estadounidenses y ecuatorianas en Ecuavisa fueron las más populares. El *ranking* de audiencia estuvo dominado por *Avenida Brasil* (14,9%), *Tres familias* (13,8%) y *Rastros de mentiras* (13%).

· **España:** la Ficción aportó un promedio del 26,3% del tiempo total de emisión a los canales de televisión. La Ficción nacional de estreno supuso el 73,2% del total de emisiones y 75,8% del tiempo total de programación. Aparte de España, los países que más ficción aportaron fueron México y Estados Unidos. *En 2014*, el 64% de la ficción de estreno se ubicó en la franja de tarde y un 34,6% de la ficción nacional se programó en *prime time*. Las producciones españolas en La 1 (TVE), Antena 3 y Telecinco fueron las más populares. El *ranking* de audiencia estuvo dominado por *El tiempo entre costuras* (11,9%) y *El Príncipe* (11,7%).

· **México:** la Ficción nacional de estreno supuso el 61,6% del total de emisiones y 61,4% del tiempo total de programación. Aparte de México, los países que más ficción aportaron a los canales mexicanos fueron Estados Unidos, Colombia y Venezuela. *En 2014*, la Ficción aportó un promedio del 16% del tiempo total de emisión a los canales de televisión, el 35% de la ficción de estreno se ubicó en la franja de *prime time* y el 64,1% de las emisiones de ficción nacional se programó en dicha franja. Las series en el Canal 2 (Televisa) y el Canal 13 (TV Azteca) fueron las más populares. El *ranking* de audiencia estuvo dominado por *Mi corazón es tuyo* (23,1%) y *Hasta el fin del mundo te amaré* (22,8%).

· **Perú:** la Ficción aportó un promedio del 38,8% del tiempo total de emisión a los canales de televisión. La Ficción nacional de estreno supuso el 20,2% del total de emisiones y 20,3% del tiempo total de programación. Los países que más ficción aportaron a los canales peruanos fueron México, Perú, Estados Unidos y Brasil. *En 2014, e*l 46% de la ficción de estreno se ubicó en la franja *prime time* y un 76% de la ficción nacional se programó en dicho horario. Las producciones peruanas y mexicanas en América TV fueron las más populares. El *ranking* de audiencia estuvo dominado por *Al fondo hay sitio* (29,1%), *Corazón indomable* (24,8%) y *La gata* (24,6%).

· **Portugal:** la Ficción aportó un promedio del 22,7% del tiempo total de emisión a los canales de televisión. La Ficción nacional de estreno supuso el 57,7% del total de emisiones y 56,5% del tiempo total de programación. Los países que más ficción aportaron fueron Portugal y Brasil. En 2014, el 65,2% de la ficción de estreno se ubicó en la franja de *prime time* y el 76,3% de la ficción nacional se programó en dicha franja. Las producciones portuguesas en SIC y TVI fueron las más populares. El *ranking* de audiencia estuvo dominado por las series *Mar Salgado* (14,8%) y *Sol de invierno* (14%).

· **Uruguay:** la Ficción aportó un promedio del 26,8% del tiempo total de emisión a los canales de televisión. La Ficción nacional de estreno supuso el 1,4% del total de emisiones y 1,1% del tiempo total de programación. Los países que más ficción aportaron a los canales uruguayos fueron Argentina, México, Brasil, España y Colombia. En 2014, el 50,6% de la ficción iberoamericana de estreno se ubicó en la franja de tarde y el 27% en la franja de *prime time.* Las producciones brasileñas y argentinas en Teledoce fueron las más populares. El *ranking* de audiencia estuvo dominado por *Rastros de mentiras* (19,6%) y *Avenida Brasil* (19,6%).

· **Venezuela:** la Ficción aportó un promedio del 23,9% de las emisiones totales de los canales de televisión. La Ficción nacional de estreno supuso el 13,6% del total de emisiones y 12,3% del tiempo total de programación. Los países que más ficción aportaron a los canales venezolanos fueron Colombia, México, Estados Unidos y Venezuela. *En 2014*, el 46,9% de la ficción de estreno se programó en la franja nocturna y un 56,9% de la ficción nacional se programó en dicha franja. Las producciones colombianas, mexicanas y venezolanas en Venevisión fueron las más populares. El *ranking* de audiencia estuvo dominado por *La Ronca de oro* (4,6%) y *Mentir para vivir* (4,4%).

· **USA (habla hispana):** la Ficción nacional de estreno supuso el 25,7% del total de emisiones y 24,7% del tiempo total de programación. Los países que más ficción aportaron a los canales estadounidenses fueron México, Estados Unidos y Colombia. En 2014, el 71,8% de la ficción de estreno se ubicó en la franja de *prime time* y el 72,4% de la ficción nacional se programó en dicha franja. Las series difundidas en Univisión fueron las más populares. El *ranking* de audiencia estuvo dominado por *Lo que la vida me robó* (16,5%) y *Mi corazón es tuyo* (15%).

CAPÍTULO 4.

COSTES DE PRODUCCIÓN DE PELÍCULAS IBEROAMERICANAS

· Muestra de países analizados (Fuente: Propias Productoras): Argentina, Bolivia, Chile, Colombia, España y Uruguay.

· El número de producciones de la muestra suma 21, el rango presupuestario va desde los 11.000 dólares (Adán y Eva Newton – Bolivia) hasta casi los 12 millones de dólares (Palmeras en la nieve – España) y suman un coste de producción conjunto de 49,3 millones de dólares.

· Las producciones de la muestra acumulan 13,7 millones de espectadores en salas de cine y 90,5 millones de dólares de ingresos.

· Las producciones de la muestra suman un coste de producción conjunto de 49,3 millones de dólares. Las obras suman 53 participaciones en festivales internacionales y 113 nominaciones en diferentes premios de la industria.

· La fase de producción en el conjunto de las películas de la muestra representa casi el 53% del presupuesto total. La fase de distribución y publicidad supone el 16,6% y la de preproducción el 16%.

CAPÍTULO 5.

COLOMBIA: UNA DÉCADA DE CINE (2006-2015)

· La organización de la actividad cinematográfica en Colombia se sustenta en la Ley del Cine de 2003. La Ley establece que un porcentaje de los ingresos de la industria deben servir para financiar y fomentar la producción nacional.

· Los organismos claves de la organización cinematográfica colombiana son el Ministerio de Cultura, la Dirección de Cinematografía, El Consejo Nacional de las Artes y la Cultura en Cinematografía (CNACC) y el Fondo Mixto de Promoción Cinematográfica (Proimágenes).

· La infraestructura cinematográfica en Colombia ha aumentado de forma significativa en la década 2006-2015: en 2006 estaban censadas 475 salas y unas 80.000 butacas y 2015 se contabilizan 935 salas de cine y más de 170.000 butacas.

· El 100% de las salas de cine colombianas están digitalizadas (51% formato 2D, 44% formato 3D, 4,8% formato 4D y 0,2% formato IMAX-3D).

· Los dos mecanismos que contempla la Ley de Cine para la financiación de producciones nacionales son los Estímulos Tributarios y el Fondo para el Desarrollo de Cine.

· El estímulo debe realizarse sobre proyectos reconocidos por la Dirección de Cinematografía y

para la deducción sobre la renta se necesita el certificado correspondiente. En la década 2006-2015 se reconocen 336 Proyectos Nacionales, se expiden 1.006 certificados de Inversión y 27 de donación.

· El Fondo para el Desarrollo Cinematográfico (FDC) se nutre de las aportaciones de los Exhibidores (8,5% neto de los ingresos de las películas extranjeras en las salas), Distribuidores (8,5% neto de los ingresos de las películas extranjeras en las salas) y Productores colombianos (5% neto de los ingresos de sus películas en las salas). Los recursos recaudados se distribuyen de la siguiente forma: el 70% a producción cinematográfica, 20% a fomento del cine colombiano y 10% a la administración del fondo.

· La recaudación total del fondo en la década 2006-2015 asciende a 49,2 millones de dólares.

· Los dos mecanismos de financiación para las producciones colombianas suman, en la década 2006-2015, 94,1 millones de dólares (Las inversiones y donaciones suman 58,4 millones de dólares y los estímulos del FDC 35,6 millones).

· El Programa Ibermedia posibilita la financiación de coproducciones entre países iberoamericanos u otros. En la década 2006-2015 Colombia ha aportado 1,6 millones de dólares, los proyectos colombianos han recibido 7,3 millones de dólares y el retorno neto es de 5,6 millones de dólares.

· Los datos de exhibición en la década 2006-2015 reflejan que las salas vendieron más de 350 millones de boletos y recaudaron unos 1.000 millones de dólares. El año 2015 es el más importante del periodo con 59,1 millones de espectadores y una recaudación de 179,4 millones de dólares.

· El Cine Colombiano en la década 2006-2015 tuvo una asistencia acumulada de 24,4 millones de espectadores, superó los 50 millones de recaudación conjunta, tuvo una cuota de asistencia de casi un 8% y registró un promedio de espectadores por producción colombiana de 138.712.

· La concentración es una tónica habitual en la industria cinematográfica colombiana: sólo el 58,5% de la población colombiana tiene acceso al cine comercial; cinco exhibidores copan el 90% de mercado de salas de cine, espectadores y recaudación; el 80% del mercado cinematográfico corresponde a estrenos producidos por los Estudios Americanos y más del 60% de la distribución del cine nacional está en manos de una sola empresa independiente.

CAPÍTULO 6.

EL CINE IBEROAMERICANO MÁS ALLÁ DE SUS FRONTERAS

Panorama cinematográfico mundial (2015)

· La asistencia mundial al cine sumó 7.325 millones de espectadores y 38.300 millones de dólares de recaudación.

· Las pantallas cinematográficas superan las 152.000 en todo el mundo, la frecuencia de asistencia se sitúa en una película por habitante y año y el precio medio de la entrada es de 5,2 dólares.

· Los diez estrenos más vistos del año fueron estadounidenses (uno en coproducción con China y otro con Reino Unido) y la cuota de mercado del top-10 mundial supuso el 27,2% de la asistencia total de espectadores.

· Las cinco producciones que en 2015 superan los 1.000 millones de dólares de recaudación son: *Jurassic World*, *Fast & Furious 7*, *Vengadores: La Era de Ultrón*, *Star Wars: el despertar de la fuerza* y *Los Minions*.

· La asistencia a los cines de la Unión Europea sumó 976,5 millones de espectadores y 8.150 millones de dólares de recaudación.

· El número de pantallas cinematográficas en la U.E. suma 30.621, la frecuencia de asistencia se sitúa en 1,9 películas por habitante y año y el precio medio de la entrada es de 8,3 dólares.

· La cuota de espectadores del cine europeo representa el 26,1%, y la cuota de mercado del top-10 supuso el 28,9% de la asistencia total de espectadores europeos.

· Las tres producciones con más éxito en Europa en 2015 son *Star Wars: el despertar de la fuerza* (39,7 millones de espectadores), *Los Minions* (39,4 millones) y *Spectre 007* (37 millones)

· Aparte de *Spectre 007* (coproducción entre Reino Unido y USA), las dos películas europeas con más éxito en 2015 son *Venganza 3* (8,9 millones de espectadores) y *Fack ju Gohte 2* (8,6 millones). En octavo lugar del top-10 europeo se encuentra la obra española *8 apellidos catalanes* (5,1 millones de espectadores).

· Las producciones con más éxito en los mercados anglosajones son:

Top	*Mercado*	*Título original*	*Origen*	*Espectadores*
1	Norteamérica	Jurassic World	USA	77.374.926
2	Norteamérica	Star Wars: el despertar de la fuerza	USA	77.338.941
1	Australia	Star Wars: el despertar de la fuerza	USA	4.616.558
2	Australia	Jurassic World	USA	3.892.518

· Las producciones no nacionales con más éxito en los mercados asiáticos son:

Top	*Mercado*	*Título original*	*Origen*	*Espectadores*
1	China	Fast & Furious 7	USA	61.821.626
2	China	Jurassic World	USA	36.515.082
1	India	Fast & Furious 7	USA	18.816.000
2	India	Jurassic World	USA	17.672.000
1	Japón	Jurassic World	USA	7.313.891
2	Japón	Big Hero 6	USA	7.045.280
1	Corea del S.	Vengadores: La Era de Ultrón	USA	10.494.499
2	Corea del S.	Kingsman: Servicio Secreto	R. Unido, USA	6.129.681

***Panorama del cine iberoamericano en los mercados europeos* (2015)**

· Muestra de países analizados (Fuente: ComScore-Rentrak): Alemania, Austria, Francia, Italia, Países Bajos, Reino Unido, Rusia y Turquía

· El número de estrenos iberoamericanos presentes en estos ocho mercados europeos suma 161 y el número de títulos iberoamericanos presentes en los top-10 de los mismos mercados asciende a 33.

· La recaudación de los 33 títulos suma 56,1 millones de dólares y la asistencia acumulada asciende a 8,6 millones de espectadores, siendo Rusia el país con los datos más elevados en la muestra (18,5 millones de dólares y 3,7 millones de espectadores).

· España es el país con más títulos presentes en los top-10 de la muestra (18) y con el mayor número de espectadores (7,4 millones). Los tres países que también muestran cifras significativas son Brasil (5 títulos y 480.808 espectadores), Argentina (4 títulos y 1,3 millones de espectadores) y Chile (3 títulos y 545.264 espectadores).

· Los títulos con más éxito acumulado en la muestra son la coproducción entre España, Reino Unido y USA *Exodus: dioses y reyes* (3,9 millones de espectadores), la hispano-argentina *Relatos salvajes* (882.736 espectadores), la coproducción hispano-europea *Caza al asesino* (592.306 espectadores) y la hispano-canadiense *Regression* (525.679 espectadores).

· Los títulos con más éxito acumulado realizados por un solo país iberoamericano son: *La isla Mínima* (España) con 411.707 espectadores, *Que horas ela volta?* (Brasil) con 337.841 y *Un día perfecto* (España), con 188.391 espectadores.

· Los títulos con más éxito acumulado coproducidos por dos o más países iberoamericanos son *Relatos Salvajes* (Argentina, España) con 882.736 espectadores, *Futbolín* (Argentina, España) con 349.080 espectadores y *El abrazo de la serpiente* (Argentina, Colombia, Venezuela), con 88.002 espectadores.

· Los top-3 de los ocho mercados europeos analizados son los siguientes:

Top-3 de estrenos iberoamericanos en mercados europeos

Top	*Mercado*	*Título*	*Origen*	*Espectadores*
1	Alemania	Relatos Salvajes	Argentina, España	186.202
2	Alemania	Caza al asesino	España, Francia, R. Unido	123.275
3	Alemania	Knock Knock	Chile, USA	96.213
1	Austria	Knock Knock	Chile, USA	38.677
2	Austria	Caza al asesino	España, Francia, R. Unido	17.052
3	Austria	Relatos Salvajes	Argentina, España	17.066
1	Francia	Relatos Salvajes	Argentina, España	525.845
2	Francia	La isla Mínima	España	323.911
3	Francia	Que horas ela volta?	Brasil	160.944
1	Italia	Exodus: Dioses y Reyes	España, R. Unido, USA	884.189
2	Italia	Regresión	España, Canadá	202.780
3	Italia	Un día perfecto	España	140.915
1	Países Bajos	Caza al asesino	España, Francia, R. Unido	43.584
2	Países Bajos	Regresión	España, Canadá	26.873
3	Países Bajos	La isla Mínima	España	23.869
1	R. Unido	Caza al asesino	España, Francia, R. Unido	126.411
2	R. Unido	Relatos Salvajes	Argentina, España	98.378
3	R. Unido	Knock Knock	Chile, USA	76.364
1	Rusia	Exodus: Dioses y Reyes	España, R. Unido, USA	3.031.862
2	Rusia	Futbolín (Metegol)	Argentina, España	314.514
3	Rusia	Knock Knock	Chile, USA	123.245
1	Turquía	Meñique	Cuba, España	75.475
2	Turquía	Futbolín (Metegol)	Argentina, España	34.566
3	Turquía	Regresión	España, Canadá	21.088

***Panorama del cine iberoamericano (no nacional) en el mercado iberoamericano* (2015)**

· Muestra de países analizados (Fuente: ComScore-Rentrak): Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, España, Guatemala, Honduras, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, Uruguay, Venezuela y Estados Unidos.

· El número de estrenos iberoamericanos presentes los 19 mercados iberoamericanos suma 109 y se corresponden con 63 títulos.

· La recaudación de los 63 títulos suma 64,2 millones de dólares y la asistencia acumulada asciende a 10,1 millones de espectadores. El porcentaje de coproducción se sitúa en el 46% (29 títulos) y la mitad se realizan entre países iberoamericanos (14 títulos).

· Los mercados que aglutinaron una mayor asistencia de espectadores a producciones iberoamericanas fueron USA (5,6 millones) y México (1,7 millones), Perú (635.032) y España (548.072).

· Los países que distribuyeron un mayor número de producciones en los mercados iberoamericanos son: España (29 estrenos-16 títulos), México (27 estrenos-12 títulos), Argentina (21 estrenos-16 títulos), Chile (20 estrenos-6 títulos) y Colombia (20 estrenos-5 títulos).

· Los títulos presentes en un mayor número de mercados son *Los 33* (13 países), *Un gallo con muchos huevos* (9 países), *El gran pequeño* (7 países), *Escobar: paraíso perdido* (6 países) y *Desde la oscuridad* (4 países).

· Los títulos con más espectadores acumulados en la muestra son *Los 33* (2,9 millones), *Un gallo con muchos huevos* (1,3 millones), *El gran pequeño* (1,3 millones), *The Green Inferno* (850.132) y *Escobar: Paraíso perdido* (669.573).

· Los top-2 por países de origen en el mercado iberoamericano y USA son:

Top	*Origen*	*Título*	*País estreno*	*Espectadores*
1	Argentina	Relatos salvajes	USA	344.456
2	Argentina	El desafío	España	176.590
1	Brasil	O sal da Terra	USA	161.625
2	Brasil	Corazón de León	Colombia	105.067
1	Chile, Colombia	Los 33	USA	1.472.668
2	Chile, Colombia	Los 33	México	1.154.610
1	España	Escobar: paraíso perdido	México	607.265
2	España	Relatos salvajes	USA	344.456
1	México	Un gallo con muchos huevos	USA	1.078.612
2	México	El gran pequeño	Perú	243.475
1	Perú	El cascanueces	Colombia	107.050
2	Perú	Cementerio General 2	Bolivia	25.823

· El porcentaje de coproducción en cada una de las muestras analizadas indica que, cuanto más diferente es el mercado más aumenta el porcentaje total de coproducción y más disminuye el porcentaje de coproducciones iberoamericanas.

Porcentaje de coproducción de los estrenos iberoamericanos en la muestra de mercados analizados. Año 2015			
Mercado	***Títulos muestra***	***Coproducciones Totales***	***Coproducciones beroamericanas***
Nacional	105	27,6%	69,0%
Iberoamericano	63	46,0%	48,2%
Europeo	33	75,7%	32,2%

aribsan

Agencia Iberoamericana
del Registro ISAN

Identificamos tus obras

Luis Buñuel, 2. 3.º
Edificio EGEDA
Ciudad de la Imagen
Pozuelo de Alarcón
28223 Madrid

Teléfono: (34) 91 512 16 10
Fax: (34) 91 512 16 19

correo@aribsan.org
www.aribsan.org

NOTA METODOLÓGICA

NOTA METODOLÓGICA

El *Panorama Audiovisual Iberoamericano* editado por **EGEDA** conforma un estudio global sobre la producción audiovisual iberoamericana y constituye un valor añadido a las numerosas actividades de la Entidad. Esta publicación surge para documentar la evolución de la política audiovisual iberoamericana, la producción y exhibición de las obras audiovisuales en las diferentes *pantallas* y el avance tecnológico al servicio de los nuevos modelos de explotación de la obra audiovisual. El contenido del Panorama siempre presta especial atención tanto a los retos del audiovisual iberoamericano y su potencial futuro, como a la consolidación de las iniciativas para la financiación de las obras audiovisuales, la mejora de la distribución regional e internacional, la protección de los derechos de propiedad intelectual y el reconocimiento de la Industria hacia sus producciones y profesionales **(Premios PLATINO del Cine Iberoamericano).**

El alcance del *Panorama Audiovisual Iberoamericano* emana del gentilicio *iberoamericano* que, según la RAE, hace referencia a los países americanos en los que se habla la lengua española y portuguesa. Estos países son: **Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Cuba, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Honduras, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, Puerto Rico, República Dominicana, Uruguay y Venezuela**. Esta designación incluye lo perteneciente a **España y Portugal**. El estudio también incluye, puntualmente, a los **Estados Unidos** de América porque tiene un 15% de su población hispana y por la influencia mundial en la industria audiovisual.

La muestra general del *Panorama Audiovisual Iberoamericano 2016* incluye, por tanto, a 23 países como norma general divididos en tres ejes: el iberoamericano (20 países), el europeo (España y Portugal) y el norteamericano (Estados Unidos). La profundidad del alcance de los estudios depende de la información disponible para **EGEDA:** mediciones de proveedores independientes adquiridas para sus uso en el estudio, informes estadísticos e históricos publicados por los organismos oficiales de cada país, estudios y artículos audiovisuales de empresas o profesionales del sector audiovisual e informaciones de los medios de comunicación sectoriales y sitios web específicos.

El *Panorama Audiovisual Iberoamericano 2016* está estructurado en siete capítulos:

1) Mercado televisivo en España

2) Producción cinematográfica en Iberoamérica

3) La Producción de Ficción en Iberoamérica

4) Costes de producción de películas iberoamericanas.

5) Colombia: una década de cine (2006-2015).

6) El Cine Iberoamericano más allá de sus fronteras

7) Resumen y conclusiones

El capítulo 1 sobre el mercado televisivo en España, realizado por la consultora audiovisual **BARLOVENTO COMUNICACION** conforme a los datos aportados por KANTAR MEDIA, presenta algunos elementos claves sobre la relación de los espectadores y el consumo de televisión. Los datos ofrecidos abarcan hasta octubre de 2016.

El capítulo 2 sobre el mercado cinematográfico en Iberoamérica se configura sobre los datos de **COMSCORE-RENTRAK** correspondientes al top-100 de 20 países: Argentina, Brasil, Bolivia, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, España, Guatemala, Honduras, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, Uruguay, Venezuela y Estados Unidos. Los datos de Portugal provienen del anuario editado por el Instituto do Cinema e do Audiovisual (ICA) y los de República Dominicana de la Dirección General de Cine (Ministerio de Cultura).

El capítulo 3 sobre la difusión de la Ficción iberoamericana en televisión tiene su fuente en los datos de la publicación anual del **Observatorio Iberoamericano de Ficción Televisiva (OBITEL)** y abarca un total de 12 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, España, México, Perú, Portugal, Uruguay, Venezuela y Estados Unidos (habla hispana).

El capítulo 4 sobre los costes de producción de una muestra de obras audiovisuales, cuyos datos han sido aportados por las propias productoras. Estos datos se han procesado tanto de de forma conjunta como de forma individual, para ofrecer una aproximación a las similitudes y diferencias en las diferentes fases que conforman la producción de las obras de la muestra.

El capítulo 5 sobre la actividad cinematográfica en Colombia durante la década 2006-2015 ofrece datos específicos de infraestructura, producción, exhibición y distribución a través de la documentación disponible en el portal web del Ministerio de Cultura del país.

El capítulo 6 sobre el Cine Iberoamericano más allá de sus países de origen está estructurado en tres partes. La primera aporta los datos globales más significativos de la exhibición cinematográfica mundial. Los datos originales proceden del informe **FOCUS 2016** publicado por el Observatorio Europeo del Audiovisual. La segunda parte analiza el top-10 iberoamericano en los cines de los principales mercados europeos y la tercera ofrece el rendimiento de las producciones iberoamericanas en el mercado iberoamericano no nacional. Los datos proceden de **COMSCORE-RENTRAK**.

La estructura del *Panorama Audiovisual Iberoamericano 2016* se completa con artículos realizados por profesionales de reconocido prestigio dentro del sector y se intercalan entre los seis capítulos elaborados.

La **metodología** operativa del *Panorama Audiovisual Iberoamericano* depende de los autores participantes, de la disponibilidad de los datos específicos de cada país y de su capacidad de configuración para la elaboración de cada capítulo. Los detalles principales son los siguientes:

Capitulo 1: la metodología de este capítulo figura en el desarrollo del mismo.

Capítulo 2: El orden de presentación de la información tanto para los datos acumulados como para el análisis por países es el siguiente:

· Panorama cinematográfico
· Espectadores e ingresos cinematográficos del top-100

· Cuota de mercado por países del top-100
· Ranking de distribuidoras
· Ranking de estrenos

El tratamiento de los datos **COMSCORE-RENTRAK** se ha sistematizado en función del origen de las producciones de la siguiente forma:

· **USA**: producciones americanas y coproducciones con el resto del mundo, excepto con países iberoamericanos.
· **Nacional**: producciones del país analizado y coproducciones con el resto de países del mundo.
· **Iberoamérica**: producciones de países iberoamericanos (no nacionales) y coproducciones de países iberoamericanos (no nacionales) con los países del resto del mundo.
· **Europa:** producciones europeas y coproducciones con el resto de países del mundo, excepto con USA y/o países iberoamericanos.
· **Resto países**: producciones o coproducciones de países diferentes a las incluidas en los grupos anteriores.

Los datos económicos siempre están expresados en dólares USA (USD) y para la conversión de euros a dólares se utiliza el cambio medio anual oficial (FMI/Banco Central Europeo). Esta conversión puede producir una desviación respecto a los datos de los Institutos Oficiales de cada país.

Las cifras cuyo orden de magnitud alcanzan el *billón* se corresponden con la anotación continental europea de escala larga (10 elevado a 12), equivalente al *trillion* anglosajón en la escala corta.

Los datos estimados (*est*.) se configuran cuando no se dispone de datos económicos o de asistencia de espectadores y se calcula en función del precio medio anual de la entrada al cine en dólares USA.

Capítulo 3: El esquema genérico del capítulo utilizado tanto para la introducción general como en el análisis de los países es el siguiente:

· Distribución del tiempo emisión de los subgéneros de Ficción.
· Distribución de la Ficción de estreno por territorios y países de origen.
· Distribución de la Ficción de estreno por franjas horarias.
· Distribución de la Ficción de estreno por subgéneros de ficción.
· Ranking de audiencia de la Ficción.

Los datos del anuario de OBITEL se han utilizado para elaborar un estudio acumulativo del conjunto de países iberoamericanos incluidos en el alcance del dicho anuario. Para una correcta estandarización de los datos los subgéneros de ficción específicos, como los *unitarios* o *dramatizados*, se han incluido directamente en el subgénero *series*. Los tres subgéneros que constituyen el estudio acumulativo de ficción son: el *serial* (serie con continuidad argumental), la *serie* (serie sin continuidad argumental), las *telenovelas* y las *comedias* (series de humor y *sitcoms*).

Los rangos de duración de las franjas horarias pueden variar de un país a otro. Los intervalos de horarios más frecuentes son los siguientes:

· Mañana: 6:00-12:00
· Tarde: 12:00-21:00
· Prime time: 21:00-00:00
· Nocturno: 00:00-06:00

Capítulo 4: los datos económicos de las películas, expresados en dólares USA, han sido aportados por las propias productoras. Estos datos están desglosados en una plantilla común a todas las producciones. Los epígrafes principales de la plantilla es el siguiente:

· Fase de Preproducción (costes *Above the Line*)
· Fase de Producción (costes *Below the line*)
· Fase de Postproducción (costes *Below the line*)

· Fase varios producción (cotes *Below the line*)
· Fase de distribución y publicidad.

Capítulo 5: la metodología de este capítulo figura en el desarrollo del mismo.

Capitulo 6: El orden de presentación de la información tanto para los datos acumulados como para el análisis por países es el siguiente:

· Panorama cinematográfico mundial y de mercados
· Ranking de estrenos mundial
· Ranking de estrenos europeos
· Ranking de estrenos iberoamericanos en mercados europeos
· Ranking de estrenos iberoamericanos no nacionales en Iberoamérica

FUENTES

FUENTES

CAPÍTULO 1

Barlovento Comunicación
Kantar Media

CAPÍTULO 2

Panorama Global

Base de datos Erato. EGEDA
Base de datos COMSCORE-RENTRAK 2015
Estrenos de cine 2015. Box Office Mojo
The World Factbook 2015. Central Intelligence Agency. USA
Focus 2016. Marché du Film. Observatorio Europeo del Audiovisual
Observatorio Iberoamericano del Audiovisual (OIA-CACI)
Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales. INCAA. Argentina
Consejo Nacional de Cine. CONACINE. Bolivia
Agencia Nacional do Cinema. ANCINE. Brasil
Consejo Nacional de la Cultura y las Artes. CNCA. Chile
Cámara de Exhibidores Multisala. CAEM. Chile
Sistema de Información y Registro Cinematográfico. SIREC. Dirección de Cinematografía del Ministerio de Cultura de Colombia.
Cine en cifras. Proimágenes. Colombia
Asociación Colombiana de Distribuidores de Películas. CADBOX.
Consejo Nacional de Cinematografía. CNCINE. Ecuador
Instituto de Cinematografía y de las Artes Audiovisuales. ICAA. España
Consejo Nacional para la Cultura y las Artes. CONACULTA. México
Instituto Mexicano de Cinematografía. IMCINE. México
Dirección del Audiovisual, la Fonografía y los Nuevos Medios. DAFO. Perú
Instituto do Cinema y do Audiovisual. ICA. Portugal
Sistema de Información y Registro Cinematográfico. SIRECINE. Dirección General de Cine. DGCINE. República Dominicana

Instituto de Cine y Audiovisual. ICAU. Uruguay
Centro Nacional Autónomo de Cinematografía. CNAC. Venezuela
Asociación de la Industria de Cine. Asoinci A.C. Venezuela
Fondo Monetario Internacional (FMI) y Banco Central Europeo.

Argentina

Base de datos Erato. EGEDA
Base de datos COMSCORE-RENTRAK 2015
The World Factbook 2015. Central Intelligence Agency. USA
Anuario de la industria cinematográfica 2015. INCAA. Argentina
Focus 2016. Marché du Film. Observatorio Europeo del Audiovisual
Las películas más vistas de un año récord. www.clarin.com. Con datos ULTRACINE
Récord anual de espectadores. Informe especial ULTRACINE

Bolivia

Base de datos Erato. EGEDA
Base de datos COMSCORE-RENTRAK 2015
The World Factbook 2015. Central Intelligence Agency. USA
Más de 30 filmes bolivianos salieron al exterior en 2015. www.laprensa.com.bo

Brasil

Base de datos Erato. EGEDA
Base de datos COMSCORE-RENTRAK 2015
The World Factbook 2015. Central Intelligence Agency. USA
Imforme do acompanhamento do mercado. 2015 ANCINE. Brasil
Dados do mercado brasileiro 2008-2015. OCA. ANCINE. Brasil
Focus 2016. Marché du Film. Observatorio Europeo del Audiovisual

Chile

Base de datos Erato. EGEDA
Base de datos de COMSCORE-RENTRAK 2015
The World Factbook 2015. Central Intelligence Agency. USA
El cine en Chile en 2014. CAEM. Chile
Consejo Nacional de la Cultura y las Artes. CNCA. Chile

Colombia

Base de datos Erato. EGEDA
Base de datos COMSCORE-RENTRAK 2015
The World Factbook 2015. Central Intelligence Agency. USA
Cine en cifras. Proimagenes. Colombia
Estrenos de películas colombianas. SIREC. Colombia
El cine en cifras. Dirección de Cinematografía. MINCULTURA. Colombia
Histórico de Espectadores de Cine en Colombia. SIREC – CADOX. Colombia.
Histórico de Películas Colombinanas. SIREC. Colombia

Costa Rica

Base de datos Erato. EGEDA
Base de datos COMSCORE-RENTRAK 2015
The World Factbook 2015. Central Intelligence Agency. USA
31 nuevas salas de cine en Costa Rica en 2015. www.elfinanciero.cr.com
Cine Tico: el 2015 en 10 variopintos filmes. www.nacion.com

Ecuador

Base de datos Erato. EGEDA
Base de datos COMSCORE-RENTRAK 2015
The World Factbook 2015. Central Intelligence Agency. USA
Indicadores Estadísticos Ecuador. OIA-CACI
Indicadores Cine. CNCINE. Ministerio de Cultura. Ecuador

El Salvador

Base de datos Erato. EGEDA
Base de datos COMSCORE-RENTRAK 2015
The World Factbook 2015. Central Intelligence Agency. USA

España

Base de datos Erato. EGEDA
Base de datos COMSCORE-RENTRAK 2015
The World Factbook 2015. Central Intelligence Agency. USA
Instituto Nacional de Estadística. INE. España
El cine en datos y cifras 2015. ICAA. Ministerio de Educación, Cultura y Deporte
Annual Report 2015. Union Internationale des Cinémas (UNIC)
El Cine Español en el Mundo 2015. FAPAE con datos de ComScore

Guatemala

Base de datos Erato. EGEDA
Base de datos COMSCORE-RENTRAK 2015
The World Factbook 2015. Central Intelligence Agency. USA

Honduras

Base de datos Erato. EGEDA
Base de datos COMSCORE-RENTRAK 2015
The World Fatcbook 2015. Central Intelligence Agency. USA

México

Base de datos Erato. EGEDA
Base de datos COMSCORE-RENTRAK 2015
The World Factbook 2015. Central Intelligence Agency
Anuario Estadístico del Cine Mexicano 2015. CONACULTA. Secretaría de Educación Pública
Focus 2016. Marché du Film. Observatorio Europeo del Audiovisual

Nicaragua

Base de datos Erato. EGEDA
Base de datos COMSCORE-RENTRAK 2015
The World Factbook 2015. Central Intelligence Agency. USA

Panamá

Base de datos Erato. EGEDA
Base de datos COMSCORE-RENTRAK 2015
The World Factbook 2015. Central Intelligence Agency. USA

Paraguay

Base de datos Erato. EGEDA
Base de datos COMSCORE-RENTRAK 2015
The World Factbook 2015. Central Intelligence Agency. USA

Perú

Base de datos Erato. EGEDA
Base de datos COMSCORE-RENTRAK 2015
The World Factbook 2015. Central Intelligence Agency. USA
Estrenos de cine 2015. Box Office Mojo. Perú
Focus 2016. Marché du Film. Observatorio Europeo del Audiovisual
Taquilla del Cine Peruano 2015. www.encinta.pe con datos de DAFO

Portugal

Base de datos Erato. EGEDA
The World Factbook 2015. Central Intelligence Agency. USA
Cinema de Portugal 2015. ICA. Ministerio de Cultura

República Dominicana

Base de datos Erato. EGEDA
The World Factbook 2015. Central Intelligence Agency. USA
Indicadores Estadísticos República Dominicana. OIA-CACI
Datos Cine 2015. SIRECINE-DGCINE. República Dominicana

Uruguay

Base de datos Erato. EGEDA
Base de datos COMSCORE-RENTRAK 2015
The World Factbook 2015. Central Intelligence Agency. USA
Indicadores Estadísticos Uruguay. OAI-CACI
Focus 2016. Marché du Film. Observatorio Europeo del Audiovisual
Cine uruguayo 2015. www.revistafilm.com. con datos del ICAU

Venezuela

Base de datos Erato. EGEDA
Base de datos COMSCORE-RENTRAK 2015
The World Factbook 2015. Central Intelligence Agency. USA
Estrenos de cine 2015. Box Office Mojo. Venezuela
Indicadores Estadísticos Venezuela. OIA-CACI
Focus 2016. Marché du Film. Observatorio Europeo del Audiovisual
Distribución y Exhibición 2015. CNAC. Venezuela
Top cine venezolano 2015. ASOINCI

USA

Base de datos Erato. EGEDA
Base de datos COMSCORE-RENTRAK 2015
The World Factbook 2015. Central Intelligence Agency. USA
Focus 2016. Marché du Film. Observatorio Europeo del Audiovisual

CAPÍTULO 3

Anuario OBITEL 2011-2015
Base de datos Erato. EGEDA
Información de emisiones en televisión 2015. Kantar Media
Portal web www.IMDB.com

CAPÍTULO 4

Argentina

Sin hijos – Patagonik Film Group
Locos sueltos en el zoo – Sono Film SACI
Kryptonita – Crudo Films
Voley - Patagonik Film Group
Paulina – La Unión de los Ríos

Bolivia

Eco de humo – Vórtice Cinema
Adán y Eva Newton – Sonus Mordicus

Chile

La memoria del agua – Egeda Chile
El Club – Egeda Chile
Héroes – Egeda Chile
Fuerzas especiales 2 – Egeda Chile
La maldición – Egeda Chile

Colombia

Güelcom tu Colombia – Egeda Colombia
El abrazo de la serpiente – Egeda Colombia

España

Ocho apellidos catalanes – Telecinco Cinema
Perdiendo el Norte – Aparte Films, Atresmedia Cine, Telefonica Studios
Ahora o nunca – Zeta Cinema, Atresmedia Cine
Palmeras en la nieve – Nostromo Pictures, Atresmedia Cine, Telefonica Studios
El desconocido – Vaca Films Studio, Atresmedia Cine
Extinction - Vaca Films Studio, Telefonica Studios

Uruguay

Mi amiga del parque – Campo Cine, Sudestada Cine

CAPÍTULO 5

Base de datos Erato. EGEDA
Base de datos COMSCORE-RENTRAK 2015
Anuario del Cine Colombiano 2015. Dirección de Cinematografía de Colombia
Histórico de espectadores y taquilla del Cine en Colombia. Dirección de Cinematografía de Colombia.
Portal web del Ministerio de Cultura de Colombia. www.mincultura.gov.co

Producción y Mercados del Cine Latinoamericano en la primera década del siglo XXI. Octavio Getino, 2011. Fundación del Nuevo Cine Latinoamericano.
Estadísticas del Observatorio Iberoamericano Audiovisual. www.oia-caci.org

CAPÍTULO 6

Base de datos Erato. EGEDA
Base de datos COMSCORE-RENTRAK 2015
FOCUS-2016. Marché du Film. Observatorio Europeo del Audiovisual

Creative Europe MEDIA

SUBPROGRAMA MEDIA 2014-2020

817,6 M DE €

DIVERSIDAD CULTURAL Y COMPETITIVIDAD

LA LLAVE HACIA EUROPA Y MÁS ALLÁ

FORMACIÓN CONTÍNUA

DESARROLLO DE PROYECTOS

DISTRIBUCIÓN Y PROMOCIÓN

www.oficinamediaespana.eu

Síguenos:

MEDIA Desk Spain

@mediadeskspain

Creative Europe MEDIA

Fundación Cultural Oficina MEDIA España