



ESTUDIO  
DE MERCADO

---

2022



# El mercado del cine en Argentina

Oficina Económica y Comercial  
de la Embajada de España en Buenos Aires

Este documento tiene carácter exclusivamente informativo y su contenido no podrá ser invocado en apoyo de ninguna reclamación o recurso.

ICEX España Exportación e Inversiones no asume la responsabilidad de la información, opinión o acción basada en dicho contenido, con independencia de que haya realizado todos los esfuerzos posibles para asegurar la exactitud de la información que contienen sus páginas.

icex



ESTUDIO  
DE MERCADO

24 de octubre de 2022  
Buenos Aires

Este estudio ha sido realizado por  
Alba Diéguez Coba

Bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial  
de la Embajada de España en Buenos Aires

<http://argentina.oficinascomerciales.es>

Editado por ICEX España Exportación e Inversiones, E.P.E.

NIPO: 114-22-014-8



# Índice

1. Resumen ejecutivo	4
2. Definición del sector	6
3. Panorama actual del sector	7
3.1. Evolución del cine argentino	7
3.2. Tamaño de mercado	8
4. Acceso al mercado – Barreras	10
4.1. Marco legal	10
4.2. Barreras a la entrada	10
4.2.1. Barreras arancelarias	10
4.2.2. Restricciones a los pagos al exterior	12
5. Oferta – Análisis de competidores	13
5.1. Producción	13
5.1.1. Fondos	17
5.2. Distribución	17
5.3. Exhibición	21
5.3.1. Festivales	25
6. Demanda	30
6.1. Perfil del espectador	30
7. Precios	35
8. Percepción del producto español	37
9. Perspectivas del sector	39
10. Información práctica	40
10.1. Administración pública y asociaciones	40
10.2. Publicaciones del sector	41



# 1. Resumen ejecutivo

Tras registrar las peores cifras de asistencia en 2020 a causa de la pandemia de COVID-19 que provocó el cierre de los cines desde marzo hasta final de año, en 2021 las empresas exhibidoras consiguieron atraer a 17,5 millones de espectadores y recaudar 6.552 millones de pesos (1 EUR = 115 ARS, a 31.12.2021), con un valor promedio de la entrada de 322 ARS. Esta tendencia de crecimiento ha continuado a lo largo de 2022. En los seis primeros meses del año ya se han contabilizado 14 millones de espectadores y 7.245 millones de pesos en facturación (1 EUR = 135 ARS, a 31.07.2022). El valor promedio de la entrada ha aumentado considerablemente y se sitúa en 452 ARS, un 40 % más que el año anterior.

Además, este año incluso los espectadores de mayor edad, que habían mostrado más cautela por las medidas sanitarias, han vuelto a las salas atraídos por películas como *Top Gun: Maverick*, de quien son público objetivo. En 2021 se había notado la ausencia de este grupo en los cines. Por ello, géneros como la animación mostraron una recuperación más rápida tras la pandemia, mientras que el cine para el público adulto no tuvo tanto éxito en taquilla.

La crisis por la pandemia también afectó a la producción de películas nacionales. En los años anteriores a la emergencia sanitaria se venían produciendo alrededor de 200 largometrajes cada año. En 2020 se produjeron solamente 65, lo cual tuvo un fuerte impacto negativo en las cifras de empleo del sector. Sin embargo, en 2021 el ritmo de producción se aceleró rápidamente y alcanzó las 214 películas. Esto fue posible gracias al apoyo del Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (INCAA), que mediante subsidios y créditos financia proyectos de producción cinematográfica nacional. Durante la emergencia sanitaria, puso a disposición de las empresas productoras el Fondo de Reactivación de Rodaje que distribuyó 500 millones de ARS.

A pesar de ello, el número de espectadores de cine nacional no se ha recuperado tan sólidamente como la producción. Mientras que, antes de la pandemia, el número de entradas para películas argentinas rondaba el 8-15 % del total anual, tras el confinamiento sólo llega al 2-3 %. El resto corresponde al cine internacional, donde el cine de origen estadounidense lidera con amplio margen en recaudación y venta de entradas. En los seis primeros meses de 2022, las películas estadounidenses representaron cerca del 94 % de la recaudación total, las argentinas aproximadamente el 3 %, y el 3 % restante se dividió entre el cine británico, japonés, canadiense, español y de otras nacionalidades.

En la producción cinematográfica argentina destaca la cantidad de contratos de coproducción con otros países. En 2021, 21 de las 143 películas nacionales estrenadas fueron coproducciones. Esta fórmula tiene gran popularidad entre las productoras, dado que disminuye los riesgos financieros de la producción y permite acceder más fácilmente a las medidas de apoyo de otros países y a un



público más amplio para los largometrajes. Los socios más habituales de las empresas argentinas en este tipo de cooperación son países latinoamericanos y europeos, entre los que destaca España por la larga historia de cooperación entre ambos países. De hecho, recientemente *Competencia Oficial*, una coproducción entre España y Argentina, se encuentra entre las películas que más han recaudado en taquilla en la primera mitad de 2022, logrando cerca de 45 millones de ARS.

Sin embargo, el cine español, sin contar las coproducciones, se ve poco en Argentina. En 2022 se ha estrenado 1 sola película española, que recaudó 3,35 millones de ARS. Esto se debe a la complejidad que afronta el cine de procedencia distinta a la americana o la argentina para conseguir una ventana de exhibición en las salas.

La programación de las salas de cine se decide entre las empresas distribuidoras y las exhibidoras. Por un lado, las distribuidoras con mayor cuota de mercado son las *majors*, que comercializan las películas de los grandes estudios de Hollywood. Por otro lado, las empresas exhibidoras están divididas entre las cadenas extranjeras que cuentan con grandes complejos multipantalla, que ofrecen más opciones al consumidor en un mismo rango horario, mayor calidad técnica y comodidad, y el resto de las exhibidoras, que son pymes.

Las *majors* cuentan con mayores presupuestos y son las primeras en negociar el calendario de estrenos de sus películas con las grandes cadenas de exhibición. En función de esas fechas, las distribuidoras independientes, que comercializan el cine argentino y europeo, programan su oferta.

A la tradicional presión de la oferta de las *majors* norteamericanas, se une la de las autoridades argentinas, que demandan mayor equilibrio y presencia del cine nacional en la oferta de los cines. Las exhibidoras deben cumplir con las obligaciones del INCAA, que impone una cuota de pantalla que obliga al estreno de un mínimo de películas nacionales cada trimestre, y una media de continuación que obliga a mantener la proyección de las películas si se alcanza un número mínimo de espectadores durante la semana. Debido a esto, el canal para el cine europeo y de otras latitudes es muy estrecho. En 2021, de las 318 películas que se estrenaron, 143 fueron argentinas (45 %), 103 estadounidenses (32 %) y las 72 restantes del resto de nacionalidades.

Por todo ello, la exhibición de producciones españolas que no son coproducciones con Argentina se relega principalmente a las semanas temáticas y ciclos de cine que organiza la administración pública española con algunas empresas exhibidoras. Es el caso de la muestra Espanoramas, un festival que se celebra desde hace 8 años, en el que se exhibe una selección de películas españolas estrenadas recientemente en España.



## 2. Definición del sector

El objeto del presente estudio es el análisis de la industria del cine en Argentina. Comprende la descripción de la evolución del mercado cinematográfico en los últimos años, el marco legal para el desarrollo de la actividad cinematográfica, las medidas de fomento existentes, así como el estudio de la oferta y demanda de películas, detallando las fases de producción, distribución y exhibición en salas de cine.

El sistema de clasificación arancelaria utilizado en Argentina es la Nomenclatura Común del MERCOSUR (N.C.M.), que coincide en los seis primeros dígitos con el TARIC europeo. Cuando hay mayor desagregación en las subpartidas puede no haber coincidencia. El MERCOSUR es una unión aduanera imperfecta que agrupa a Brasil, Argentina, Paraguay y Uruguay.

Según la N.C.M., el capítulo 37 recoge los “productos fotográficos o cinematográficos”, entre los que se encuentran las películas en la partida 3706. Esta partida está desagregada de la siguiente manera:

N.C.M.	Descripción
3706	PELÍCULAS CINEMATOGRAFICAS (FILMES), IMPRESIONADAS Y REVELADAS, CON REGISTRO DE SONIDO O SIN ÉL, O CON REGISTRO DE SONIDO SOLAMENTE.
3706.10.00	- De anchura superior o igual a 35 mm
3706.90.00	- Las demás

Fuente: elaboración propia a partir de datos de Tarifar.

A pesar de que hoy en día la mayor parte de las películas se encuentran en formato digital, las que se comercializan en formato analógico están definidas en su mayoría por la subpartida 3706.10.00, ya que el formato estándar es el de negativo que tiene una medida de 35 mm de ancho.

## 3. Panorama actual del sector

### 3.1. Evolución del cine argentino

La historia del cine argentino comienza con la del cine mismo. La primera exhibición cinematográfica se realizó en Buenos Aires en 1896 y cuatro años después se inauguró el primer cine del país: el Salón Nacional. La película argentina más antigua registrada es *La bandera argentina* de 1897.

Desde finales de los 30 y durante la década del 40 el cine argentino vivió su época dorada, que culminó en 1950 con la producción de 56 largometrajes. A partir de ese momento, la producción nacional se congeló y comenzó a retroceder hasta estabilizarse en los 30 largometrajes anuales. Tras un ascenso prometedor entre 1971 y 1974, cayó abruptamente tras el golpe militar de 1976, año en el que se filmaron sólo 16 películas. Sin embargo, los tiempos de la dictadura militar no fueron especialmente perjudiciales para la industria desde el punto de vista económico. La dictadura mantuvo el régimen de ayudas y subvenciones al cine, si bien con la intención de utilizarlo como elemento de propaganda con nefastos resultados para la producción de cine argentino.

La democracia trajo mejor, pero no más cine: el promedio de películas se mantuvo en 22 por año entre 1983 y 1989. Con la llegada de Carlos Menem al poder y la promulgación de la Ley de Emergencia Económica (1989), la producción nacional cayó a uno de los niveles más bajos de su historia, al impedir que el Instituto Nacional de Cine pudiera otorgar las subvenciones previstas en la norma sectorial. El promedio de películas entre 1989 y 1994 fue de solamente 12 títulos anuales. La cantidad de espectadores en esos años cayó a menos de una tercera parte y la cuota de mercado del cine argentino bajó a un desconocido 2 %.

Con la promulgación en 1994 de la Ley de Fomento y Regulación del Cine, la aparición de nuevas productoras de cine y televisión y un marco de bonanza económica, la producción cinematográfica nacional comenzó un sostenido crecimiento.

A finales de los años 90 el cine argentino da un gran paso adelante, fundamentalmente gracias a las ayudas estatales, pero también a la aparición de nuevos nombres dentro de la cinematografía estatal. Primero serían cintas como *Mundo Grúa* (Pablo Trapero), *La ciénaga* (Lucrecia Martel) o *Nueve reinas* (Fabián Bielinski), nuevas propuestas que empezaron a disfrutar del beneplácito del público. El gran éxito de esa época fue sin duda *El hijo de la novia*, nominada al Óscar a mejor película extranjera en 2001, y que fue la película más vista del año en Argentina.

Desde esa época y con los altibajos propios de la cíclica economía argentina, el cine nacional ha seguido creciendo y logrando éxitos como el Óscar a la mejor película extranjera en el 2010 para



*El secreto de sus ojos* (coproducción española) y el más reciente (2014) de *Relatos salvajes* (también coproducción española), la película argentina más taquillera de la historia.

En la actualidad la industria audiovisual se encuentra en recuperación tras la pandemia de COVID-19, en la que se vio profundamente afectada por la paralización de muchas producciones y el cierre de las salas de cine durante meses en 2020 y 2021. Para impulsar la recuperación del sector, el Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (INCAA) creó el Fondo de Asistencia para la Reactivación de Rodajes, un fondo de ayudas “destinado a asistir a la producción de películas nacionales de cualquier género o presupuesto” declaradas de interés o ganadoras de concursos o convocatorias del INCAA. Gracias a estas ayudas se pudieron producir 65 películas y emplear a 2.849 técnicos en 2020, si bien estas cifras quedaron lejos de los 133 largometrajes y 3.000 puestos de trabajo del año anterior. En 2021, el trabajo de producción se recuperó y alcanzó la cifra de 214 largometrajes y 4.864 puestos de trabajo.

### 3.2. Tamaño de mercado

El cine es parte del sector audiovisual, que se encuentra englobado dentro de las Industrias Culturales. En estas se incluyen, además, las artes escénicas, plásticas y visuales, los libros, la producción musical, el contenido digital y la publicidad, entre otras. Para calcular el peso de estas industrias en Argentina, cada año el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC) publica la *Cuenta Satélite de Cultura*, un informe con datos sobre la incidencia económica de las industrias culturales en Argentina.

En ella se publican los datos correspondientes al valor agregado bruto cultural (VAB), un indicador que mide el valor generado en la producción de bienes y servicios culturales. En 2020, el VAB cultural en Argentina alcanzó los 410.000 millones de ARS (para toda cifra expresada en este informe en pesos argentinos o ARS, se usará el tipo de cambio a 01.08.2022 de 1 EUR = 140 ARS), que supuso el 1,8 % del valor agregado bruto total de la economía. Dentro de este valor, el sector audiovisual fue el que mayor participación tuvo en el VAB cultural, el 24,9 %. A su vez, se contaron 271.000 puestos de trabajo en las Industrias Culturales, lo cual supuso un 1,4 % del empleo total de la economía. Entre estos puestos de trabajo, el 28,6 % correspondía al sector audiovisual. Por lo tanto, tanto en términos productivos como de empleo, la importancia del sector audiovisual a nivel nacional fue alta.

Dentro del sector audiovisual, el cine es un subsector de gran importancia, que históricamente ha atraído a millones de espectadores a las salas de cine del país y ha supuesto millones de pesos en recaudación. No obstante, las cifras del año 2020 demuestran el enorme impacto negativo que las restricciones impuestas a causa de la pandemia de COVID-19 tuvieron en el sector. Como consecuencia del cierre de las salas de cine durante la mayor parte del año (sólo estuvieron abiertas el primer trimestre), hubo una drástica caída en el número de espectadores, que quedó en 8,6 millones, frente a los 46,9 millones del año anterior. La recaudación en taquilla también disminuyó,





situándose en 1.937 millones de ARS, una cifra considerablemente inferior a los 8.498 millones recaudados en 2019. Esta disminución se vio parcialmente contrarrestada por el aumento del valor de las entradas, que pasó de un promedio de 147,89 a 218,19 pesos. La inflación en Argentina en 2020 fue de un 42 %.

En los últimos dos años, la recaudación en taquilla ha mejorado drásticamente, si bien se sigue situando por debajo de la registrada prepandemia. En 2021 se alcanzaron los 6.552 millones de ARS de recaudación con un valor promedio de la entrada de 374 ARS, lo cual indica que hubo aproximadamente 17,5 millones de espectadores, más del doble que el año anterior. En 2022 se mantiene esta tendencia, habiéndose recaudado 7.245 millones de ARS en taquilla solamente en los seis primeros meses. Con un valor promedio de la entrada de 520 ARS, se estima que ya han acudido casi 14 millones de espectadores a las salas este año.

### EVOLUCIÓN DE ESPECTADORES Y FACTURACIÓN (2018-2022)

*Número de espectadores en millones y recaudación en millones de pesos*

	2018	2019	2020	2021	2022*
<b>Espectadores</b>	44,6	46,9	8,6	17,51	13,93
<b>Recaudación</b>	5 578	8 498	1 937	6 552	7 245
<b>Valor promedio de la entrada</b>	106,46	147,89	218,19	322,74	452,40
<b>Tipo de cambio promedio EUR/ARS</b>	34,19	54,97	82,32	112,85	123,84

\* Sólo se tienen en cuenta los 6 primeros meses del año.

Fuente: elaboración propia a partir de datos de Deisica, Comscore, INCAA e Investing.

## 4. Acceso al mercado – Barreras

### 4.1. Marco legal

La normativa reguladora del cine en Argentina está contenida en la Ley de Fomento de la Actividad Cinematográfica Nacional n.º 17.741 del año 1968 y sus modificatorias, las leyes n.º. 20.170, 21.505 y 24.377 (Ley de Fomento y Regulación de la Actividad Cinematográfica).

Entre otras cosas, la ley asigna al INCAA, como ente público no estatal del ámbito de la Secretaría de Cultura de la Presidencia de la Nación, el fomento y regulación de la actividad cinematográfica en todo el territorio nacional y en el exterior en cuanto se refiere a la cinematografía nacional. La actividad del INCAA se centra, fundamentalmente, en la administración del Fondo de Fomento Cinematográfico, el sostenimiento financiero de la producción cinematográfica argentina, el mantenimiento de la Escuela Nacional de Experimentación y Realización Cinematográfica (ENERC) y de la Filmoteca Nacional, la organización del Festival Internacional de Cine de Mar del Plata y la promoción del cine argentino en el exterior.

Además, la Comisión Asesora de Exhibiciones Cinematográficas (CAEC) del INCAA está a cargo de calificar las películas que se quieran comercializar en Argentina según el público para el que están recomendadas y otorgarles el certificado de exhibición que permite su proyección en cines.

También existen normas que regulan la cuota de pantalla del cine argentino en las salas de exhibición y una media de continuidad. Su objetivo es proteger la producción nacional y garantizar la diversidad de la oferta cinematográfica. A través de la Resolución 1050/2018, el INCAA establece que cada sala de exhibición debe proyectar una película nacional durante al menos una semana, en cada trimestre del año. Si la película supera una cantidad de espectadores fijada por la norma para ese período de tiempo (media de continuidad), debe seguir proyectándose una semana más, como mínimo.

### 4.2. Barreras a la entrada

#### 4.2.1. Barreras arancelarias

La importación de películas está gravada con un arancel del 14 %.

Además del arancel, se aplica un 3 % en concepto de tasa estadística. Para calcular el importe del arancel y la tasa estadística se toma el valor CIF en factura.



N.C.M.	Descripción	Arancel
3706	PELÍCULAS CINEMATOGRAFICAS (FILMES), IMPRESIONADAS Y REVELADAS, CON REGISTRO DE SONIDO O SIN ÉL, O CON REGISTRO DE SONIDO SOLAMENTE.	
3706.10.00	- De anchura superior o igual a 35 mm	14 %
3706.90.00	- Las demás	14 %

Fuente: elaboración propia a partir de datos de Tarifar.

La suma del valor CIF, arancel y tasa estadística constituye la base imponible para el cálculo de los impuestos:

- IVA general: 21 %
- IVA adicional: 20 %, se aplica únicamente en el caso de que la mercancía vaya a ser revendida en el mercado interno.
- Impuesto a las Ganancias (equivalente al Impuesto de Sociedades en España): 6 %. Es un anticipo, por lo que el importador deducirá el importe en la siguiente declaración del impuesto.
- Ingresos Brutos: 2,5 %, al igual que en el caso anterior, se trata de un anticipo y el importador se lo deducirá en la siguiente declaración del impuesto. El impuesto a los Ingresos Brutos es de carácter provincial y grava todas las ventas de la empresa.

Estos impuestos son recuperables por el importador, si bien le generan un coste financiero: el IVA general es un IVA soportado que se neutraliza con su repercusión; el IVA adicional genera un crédito fiscal que se puede compensar con saldos positivos de otros impuestos; y el anticipo del Impuesto a las Ganancias y a los Ingresos Brutos lo deduce en su próxima declaración de estos impuestos.

Por otro lado, según la Ley 17.741, todo el material y equipos destinados a las coproducciones quedan exentos del pago de derechos de importación. De manera similar, las importaciones temporales que se realicen para grabar en Argentina, procesar u obtener copias en laboratorios nacionales disfrutan de exenciones y franquicias.

En relación con estas importaciones temporarias de equipamiento de productoras extranjeras, la Resolución 3751/94 de la Dirección General de Aduanas establece que las empresas deben completar el procedimiento enmarcado en las Normas de Aplicación que conforman el Régimen General de Equipaje de Importación y Exportación. Es necesario que las empresas cumplimenten y presenten en la oficina de Aduana un formulario con la intervención de un garante con domicilio en la República Argentina.

## 4.2.2. Restricciones a los pagos al exterior

Es importante, por otro lado, mencionar los obstáculos y barreras comerciales no arancelarias a la importación que Argentina ha ido implementando a lo largo de los años. Por un lado, la importación de equipos, materiales y negativos estaría sujeta al Sistema Integral de Monitoreo de Importaciones (SIMI) que implica la tramitación anticipada de licencias para todos los productos objeto de importación. Es importante que la tramitación se realice de forma previa a concertar la operación de compra para asegurar que la operación llegue a buen término.

La Resolución N.º 523/17 de la Secretaría de Comercio, de 7 de julio de 2017, determina que todas las mercancías deberán tramitar Licencias Automáticas de Importación, salvo determinadas posiciones arancelarias que deberán tramitar Licencias No Automáticas de Importación. En el caso de las películas, su importación está sujeta a Licencia Automática, que se aprueba en un lapso de 48/72 horas.

Por otro lado, la nueva normativa sobre acceso al mercado de cambios para el pago de las importaciones endurece los controles y establece plazos de financiamiento obligatorio de entre 180 y 360 días para gran parte de las importaciones. No obstante, los bienes que disfrutan de Licencias Automáticas de importación son los menos afectados por el endurecimiento de las condiciones, ya que mantienen el acceso al mercado de cambios en los plazos pactados por las partes por el equivalente al promedio mensual de importaciones de 2021 más 5 % o de 2020 más 70 %.

Además, los bienes de capital, entre los que se encuentran los equipos orientados a la producción, como son las cámaras, aparatos de grabación y reproducción de sonido e imagen, etc., disfrutan de un trato más laxo. La regla permite pagar 80 % del total en puerto de origen y 20 % con la nacionalización.

Con respecto a determinados pagos de servicios al exterior, entre ellos los servicios culturales y los derechos de autor, existe un Sistema Integral de Monitoreo de Pagos al Exterior de Servicios (SIMPES), por el cual se analiza el cumplimiento de los deberes fiscales y la capacidad económica financiera del sujeto que pretenda realizar un pago al exterior por los servicios que le prestaron antes de aprobar su petición. De no superarse los controles, el sujeto no puede adquirir las divisas para el pago comprometido.

## 5. Oferta – Análisis de competidores

En el sector cinematográfico intervienen distintos actores en etapas sucesivas de la cadena de valor audiovisual. Hay principalmente tres etapas en la oferta de películas: la producción, la distribución y la exhibición.

### 5.1. Producción

Desde la promulgación de la Ley de Fomento y Regulación del cine en 1994, la industria del cine argentina experimentó un período de crecimiento sostenido que responde fundamentalmente a la existencia de ayudas estatales y la aparición de una nueva generación de directores compuesta por Pablo Trapero, Lucrecia Martel o Fabián Bielinsky, entre otros, quienes se unen a los pocos nombres conocidos hasta entonces, como Arístarain y Subiela. El respaldo del público argentino y el reconocimiento internacional de sus obras impulsaron la producción de cine nacional en esta época.

La profunda crisis económica que se inicia a finales de 2001 provoca un descenso general de asistentes a las salas de cine, que afectó especialmente al cine nacional. Sin embargo, esta situación macroeconómica creó condiciones favorables para producir y exportar películas, dado que abarató los costes de producción. En consecuencia, el número de producciones nacionales aumentó drásticamente hasta una media de 100 entre los años 2002-2005 y esa tendencia continuó hasta hoy, a pesar de las crisis cíclicas de los últimos años (2008, 2018) que provocaron ligeros descensos de la producción con rápida recuperación. Además, el país ofrece magníficos escenarios naturales con todo tipo de paisajes y climas, además de recursos humanos que gozan de reconocido prestigio y son demandados por productores en el exterior. En definitiva, Argentina cuenta con personal técnico y artístico con un alto grado de preparación, así como un soporte tecnológico y servicios de primer nivel que le permiten realizar obras audiovisuales de gran calidad.

Todo esto ha contribuido a que Argentina sea el país latinoamericano que más premios Óscar ha ganado. Lo ha conseguido en dos ocasiones con *La historia oficial* (1986) y *El secreto de sus ojos* (2010). Los otros dos países latinoamericanos que han ganado este reconocimiento son Chile, con *Una mujer fantástica* (2017) y México con *Roma* (2018).

Actualmente, la industria cinematográfica argentina se encuentra en período de recuperación tras la crisis por la pandemia de COVID-19 que desaceleró el ritmo de producción de películas nacionales. En los dos años previos a la pandemia se había llegado a un promedio de 200 producciones nacionales anuales. En 2020, solamente se trabajó en la producción de 65 películas nacionales (incluidas coproducciones), lo que supuso un descenso del 67 % en comparación con el



año anterior. Sin embargo, en 2021 el ritmo de producción se aceleró hasta alcanzar las 214 producciones, superando el número de películas producidas en 2019.

El descenso en la producción cinematográfica en 2020 afectó a las estadísticas de empleo en el sector ese año. En sólo dos años, se pasó de registrar un máximo histórico de 5.261 empleos directos en 2018 a los 1.271 de 2020. En 2021 esta cifra aumentó, contándose 4.864 puestos de trabajo en largometrajes, una mejora con respecto a 2019.

### EVOLUCIÓN DE PRODUCCIONES DE LARGOMETRAJES Y PUESTOS DE TRABAJO (2017-2021)

	2017	2018	2019	2020	2021
Producciones de largometrajes	180	229	198	65	214
Puestos de trabajo en largometrajes	4.137	5.261	4.104	1.271	4.864

Fuente: elaboración propia a partir de datos de Deisica.

El empleo supone uno de los mayores costes de la producción cinematográfica. En 2022, según el informe que la organización Directores Argentinos Cinematográficos elabora cada año sobre el coste de una película nacional, el equipo técnico supuso el 22,4 % del coste total de producción. Estos técnicos son necesarios en todos los procesos que engloba la producción: preproducción (contratación de técnicos, diseño de producción, obtención de apoyos institucionales, etc.), rodaje y posproducción (edición, efectos especiales, etc.), y todas las ramas que intervienen en la elaboración de películas (fotografía, vestuario, dirección, maquillaje y peinado, sonido, etc.) Entre estos, el mayor número de técnicos se requiere en fotografía y cámara, seguido de arte y vestuario, producción, locaciones y eléctricos.

Históricamente, la mayor parte de las películas nacionales producidas se estrenaban en cines. Por ello, en los dos años previos a la pandemia por COVID-19 se venían estrenando, de media, unas 200 películas nacionales (incluidas coproducciones), un número similar al de las películas producidas. Sin embargo, en 2020 esto cambió. Los estrenos en cine sufrieron un parón súbito como consecuencia del cierre total o parcial de las salas de cine durante casi todo el año. Se estrenaron solamente 30 películas nacionales, una caída del 85 % con respecto al año anterior.

No obstante, la recuperación fue rápida, y en 2021 se estrenaron 143 películas nacionales, lo que, si bien supone una caída con respecto al año 2019, es una drástica mejora en comparación con el año previo. En 2022 esta tendencia de mejora parece sostenerse, ya que en los seis primeros meses del año se han estrenado 94 películas nacionales.

**EVOLUCIÓN DE ESTRENOS (2018-2022)**

	2018	2019	2020	2021	2022*
<b>Estrenos nacionales en salas</b>	209	209	30	135	87
<b>Estrenos internacionales en salas</b>	312	232	43	195	103

\* Sólo se tienen en cuenta los 6 primeros meses del año.

Fuente: elaboración propia a partir de datos de Comscore.

En el mercado argentino destaca la cantidad de contratos de coproducción con otros países. Este tipo de contrato disminuye los riesgos financieros de la producción de películas y permite acceder más fácilmente a medidas de apoyo de otros mercados, además de un público más amplio para los largometrajes. En la actualidad, producir una película en Argentina requiere un presupuesto de alrededor de 60 millones de ARS, que muy pocas productoras pueden financiar por sí solas. Por ello, en una encuesta del INCAA de 2019 casi la mitad (47 %) de las productoras del país afirmaban haber realizado alguna coproducción en los últimos 5 años. Además, el 70 % de esas coproducciones fueron con empresas extranjeras, logrando que el 44 % de las productoras argentinas lograran comercializar sus producciones en el exterior. Los mercados exteriores con mayor penetración fueron Latinoamérica y Europa.

En 2021 de las 143 películas nacionales que se estrenaron en salas de cine, 21 fueron coproducciones. El país con el que más largometrajes se produjo fue Brasil, con un total de 8 películas. Le siguió Uruguay, con 5 películas, España y Chile con 3 y México, Francia y Paraguay con 2 cada una. El resto de los países que coprodujeron con Argentina fueron europeos y latinoamericanos, principalmente. De hecho, el 81 % de las coproducciones se realizaron con países latinoamericanos y el 90 % eran en habla hispana. Las coproducciones en las que participaron México y Francia fueron las que mejor se desempeñaron en la taquilla, sumando alrededor de 8 millones de pesos en recaudación cada una.

**ESTRENOS DE COPRODUCCIONES POR PAÍS Y RECAUDACIÓN (2021)**

*Recaudación en pesos*

País	N.º	Recaudación	País	N.º	Recaudación	País	N.º	Recaudación
Brasil	8	656.696,09	Francia	2	7.952.599,28	República Dominicana	1	46.440,00
Uruguay	5	867.719,10	Paraguay	2	72.590,00	Perú	1	31.780,00
<b>España</b>	<b>3</b>	<b>397.705,00</b>	Nueva Zelanda	1	685.307,50	EE. UU.	1	23.750,00
Chile	3	172.291,60	Bolivia	1	233.616,09	Colombia	1	18.300,00
México	2	8.082.665,37	Noruega	1	233.616,09	Italia	1	855,00

Algunas películas han sido coproducidas con más de 1 país.

Fuente: elaboración propia a partir de datos de Comscore.



En los seis primeros meses de 2022, 14 de las 87 películas nacionales estrenadas en salas argentinas fueron coproducidas con otros países. Los países con los que más se coprodujo fueron Francia, socia junto a Argentina en 4 películas, España, Brasil y Chile, que participaron en 3 largometrajes cada uno, y Uruguay que coprodujo 2 películas. Las películas que tuvieron participación de España fueron las que mejor se desempeñaron en la taquilla, recaudando 45,6 millones de pesos, el 85 % del total recaudado por las coproducciones.

### ESTRENOS DE COPRODUCCIONES POR PAÍS Y RECAUDACIÓN (2022\*)

*Recaudación en pesos*

País	N.º	Recaudación	País	N.º	Recaudación	País	N.º	Recaudación
Francia	4	1.201.251	Uruguay	2	6.310.121	Noruega	1	20.295
<b>España</b>	<b>3</b>	<b>45.683.270</b>	Suiza	1	716.148	Ecuador	1	108.540
Brasil	3	926.278	Italia	1	404.863	Suecia	1	20.295
Chile	3	271.925	República Dominicana	1	243.175			

\* Sólo se tienen en cuenta los 6 primeros meses del año.

Algunas películas han sido coproducidas con más de 1 país.

Fuente: elaboración propia a partir de datos de Comscore.

Hoy en día existen en Argentina 467 productoras de cine, de las cuales alrededor del 50 % se sitúan en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (CABA), lo cual denota una acentuada centralización geográfica. Aproximadamente el 20 % se localiza en la provincia de Buenos Aires, un 4 % en Córdoba, otro 4 % en Santa Fe, un 3 % en Mendoza y el 19 % en el resto del país. La estructura empresarial de estas productoras registradas puede dividirse en dos tipos dependiendo de la actividad que realicen.

Por un lado, empresas estables que producen lo que se podrían llamar películas comerciales. Se trata de un grupo pequeño de empresas que invierte de forma permanente en la producción de películas y cuentan con equipos de filmación y estudios propios. Están agrupadas en la [Cámara Argentina de la Industria Cinematográfica](#) (CAIC). Entre ellas, Varsovia Films, Ajimolido Films, Barakacine, Haddock Films, K&S Films, Sombracine y Rei Cine.

Por otro lado, estaría el resto de las productoras, donde se agrupan tanto firmas medianas que tienen capacidad de realizar películas de una cierta envergadura, pero que carecen de medios propios e incluso en muchas ocasiones de personal fijo, como las productoras circunstanciales constituidas para alguna película concreta, que suelen agruparse en cooperativas y que no pueden filmar sin contar con financiación pública. En la mayoría de estos casos se trata de proyectos aislados de directores-productores, muchos de ellos “óperas primas”. Este último grupo es el más numeroso y supone alrededor del 90 % de la producción total. Están integrados en la [Asociación de Productores Independientes de Medios Audiovisuales](#) (APIMA).



### 5.1.1. Fondos

La producción de películas en Argentina disfruta de ayudas para su financiación. El INCAA administra el Fondo de Fomento Cinematográfico, que es el instrumento creado por la Ley 24.377 para la aplicación de subsidios y la concesión de créditos sin los que la producción cinematográfica nacional no podría existir. El fondo se integra con los siguientes impuestos:

- El 10 % del precio básico de la entrada de cine, sea película argentina o extranjera.
- El 10 % del precio de venta o alquiler de videos o DVD.
- El 25 % del total de los ingresos obtenidos por el Ente Nacional de Comunicaciones (ENACOM) que cobra a los dueños de las licencias de canales de TV y radios, y a operadores de cable por usar el ancho de banda y espectro radioeléctrico.

El resto de la financiación proviene del reembolso de los créditos por parte de los productores, multas y donaciones.

Las principales actividades que financia el Fondo son:

- Gastos de funcionamiento del INCAA.
- Concesión de subsidios y créditos cinematográficos.
- Establecer concursos y premios.
- Realización y apoyo de festivales en Argentina.
- Financiación de la participación de películas nacionales en festivales internacionales.

Además, a raíz de la pandemia de COVID-19, el INCAA creó el Fondo de Reactivación de Rodaje, un fondo de 500 millones de ARS destinados a “asistir a la producción de películas nacionales de cualquier género o presupuesto” que sean declaradas de interés o ganadoras de concursos o convocatorias del INCAA. La ayuda se transmite en forma de adelantos a cuenta de subsidios de hasta el 50 % del presupuesto aprobado con máximos de 15 millones de ARS para las animaciones, 12 millones de ARS para las ficciones y 6 millones de ARS para los documentales. Esta asistencia se ideó para proyectos que se iniciasen en el primer semestre de 2021 y se prorrogó hasta finales del mismo año.

## 5.2. Distribución

La etapa de distribución se encarga de la comercialización de películas en el país de origen y otros mercados, gestión de los derechos de comercialización, promoción de largometrajes y venta de distintos formatos (lanzamiento en salas de cine y en otras plataformas). En los últimos años, el proceso de distribución de películas ha experimentado una gran transformación derivada de la digitalización, los cambios en los hábitos de consumo de los espectadores y el *boom* de las plataformas de *streaming*.

En cuanto a la digitalización, las grandes *majors* de la industria (las mayores compañías de producción y distribución) han apostado por la transformación de las salas de cine, lo que ha permitido que el formato *Digital Cinema Package* (DCP) de compresión de películas haya alcanzado popularidad hasta convertirse en el estándar sectorial. Este formato es la versión digital de una película de 35 mm. Permite mayor compresión de archivos audiovisuales, portabilidad y mejor resolución, en formato 2K o superior. Además, permite mayor seguridad de las copias gracias a la encriptación y la posibilidad de incluir el sistema de protección *Key Delivery Message* (KDM), sin el cual los exhibidores no podrían reproducir las películas almacenadas en DCP. El KDM es una “llave” que con un sistema de control de reproducción por exhibidor, sistema y tiempo impide que alguien no autorizado pueda reproducir el DCP en un dispositivo no acreditado en un período de tiempo distinto del acordado.

Por otro lado, las plataformas de *streaming* han surgido como un nuevo canal de difusión que se diferencia de los prestadores de TV y el alquiler de películas existentes previamente, y que han generado nuevos formatos de consumo de cine. Entre las ventajas que ofrecen las plataformas de *streaming* se cuenta la comodidad, la amplia selección de películas y el bajo costo en comparación con el cine. En los últimos años estas plataformas han comenzado a modificar el comportamiento de espectadores de todo el mundo, impulsando el consumo de series y películas en casa en detrimento de las salas de exhibición. Esta tendencia se reforzó a raíz de la pandemia de COVID-19. Los espectadores argentinos han modificado su comportamiento, aumentando su consumo de contenido distribuido a través de plataformas de suscripción como Netflix, Amazon Prime Video, HBO Max, Flow o Movistar Play. También ha aumentado el consumo de plataformas públicas como Cine.ar.

Según la Encuesta Nacional de Consumos Culturales, en 2017 el 18,9 % de la población argentina declaró consumir contenido de plataformas como Netflix y similares todos o casi todos los días, el 3,8 % algunas veces al mes y el 2,3 % cada 3 meses o menos. En 2020, el número de usuarios de servicios de contenido audiovisual aumentó un 27,5 % interanual. Además, debido a la pandemia, el promedio de visualización de contenido en estas plataformas en la decimotercera semana del año (coincidiendo con el comienzo del aislamiento) aumentó un 33,5 % en comparación con las semanas previas, alcanzando las 4 horas diarias.

Además, algunas de estas empresas comienzan a abarcar más etapas de la comercialización de películas: productoras como Disney han creado plataformas de *streaming* para distribuir contenidos propios, y empresas que surgieron como plataformas –como Netflix o Amazon Prime Video– han comenzado a producir contenidos propios con los que alimentar su oferta. Esto supone la aparición de nuevos competidores en la producción de películas.

En cuanto a la distribución para las salas de cine, las empresas distribuidoras que forman parte del sector se dividen en *majors* e independientes.



Las *majors* son, como ya se ha mencionado, las grandes empresas con presencia internacional y que acaparan la mayor cuota del mercado. Son responsables de la distribución de las películas más taquilleras, los *blockbusters* de Hollywood, y cuentan con amplio poder de negociación con los exhibidores para determinar el calendario de exhibición de los cines argentinos.

Las películas que distribuyen son seleccionadas por las productoras con las que trabajan, ya sean de producción propia o adquiridas a nivel mundial por sus oficinas de compras. Estas distribuidoras no tienen mucho margen de elección, por lo que no suelen proponer producciones nacionales a sus casas matriz. Su trabajo de comercialización se limita al lanzamiento publicitario y la campaña de promoción de cada película.

Las distribuidoras de *majors* con presencia en Argentina son Warner Bros International, UIP-Universal International Pictures S.R.L., que representa a Sony, Universal y Paramount; y Walt Disney Int'l que distribuye también a Fox.

Las distribuidoras independientes comercializan el resto de las producciones que escapan del control de las *majors*, y que incluyen las producciones nacionales, europeas y de otros países. Estas empresas se agrupan en la [Cámara Argentina de Distribuidores Independientes Cinematográficos](#) (CADICine). Acuden a los principales mercados audiovisuales mundiales (Cannes, Milán, Berlín, etc.) y adquieren los derechos de las películas para su distribución en distintos medios para un área determinada de América Latina que suele incluir Argentina, Chile, Paraguay y Uruguay. En el mercado español, el Festival de Málaga y los *Screenings* de Lanzarote son los puntos de referencia para los distribuidores, si bien consideran el Festival de San Sebastián como la mejor exhibición y punto de encuentro del sector en España.

Históricamente, las distribuidoras con mayor cuota de mercado son las *majors*. Según los datos de los primeros seis meses de operación en 2022, Walt Disney encabeza la lista de las mayores distribuidoras por recaudación, seguida de Universal, Paramount, Sony y Warner Bros. Tras ellas vienen las independientes más importantes: BF Paris, Digicine, Diamond Films e Independent. Las películas de las *majors* supusieron el 94,24 % del total de la recaudación, lo cual supone un ascenso con respecto a los años prepandemia, en los que abarcaban un porcentaje de la recaudación del 75-85 % del total. Esto parece responder a la capacidad financiera de estas grandes empresas para mantenerse en períodos de nula actividad, una fortaleza que las distribuidoras independientes no tienen. Durante el año y medio en que las salas de cine estuvieron parcial o totalmente cerradas, las distribuidoras tuvieron que elegir entre estrenar sus películas durante las aperturas momentáneas con restricciones y baja asistencia, reprogramar sus estrenos para más adelante, cuando las salas de cine pudieran volver a abrir indefinidamente, o trasladar sus estrenos a otras ventanas de exhibición, como las plataformas de *streaming*.

**PRINCIPALES DISTRIBUIDORAS POR CUOTA DE MERCADO Y RECAUDACIÓN (2022\*)**
*Recaudación en pesos*

Ranking	Distribuidora	N.º películas	Cuota de mercado	Recaudación bruta
1	Walt Disney Int'l	23	26,1 %	2.128.010.056,02
2	Universal Int'l	14	23,94 %	1.951.909.207,41
3	Paramount Int'l	8	16,23 %	1.322.705.658,53
4	Sony Int'l	11	15 %	1.223.108.363,23
5	Warner Bros Int'l	11	13,41 %	1.093.074.893,32
6	BF + Paris Films	14	1,5 %	122.028.087,49
7	Digicine	11	1,49 %	121.648.768,17
8	Diamond Films	9	1,19 %	96.713.161,66
9	Independent	108	0,32 %	26.315.596,24
10	Impacto Cine	3	0,29 %	23.253.239,11
11	Maco Cine	2	0,13 %	10.831.900,86
12	CDI Filmes	5	0,09 %	7.363.706,51
13	Zetafilms	9	0,06 %	4.843.419,91
14	MB Films	3	0,06 %	4.562.346,06
15	Tren Cine	21	0,05 %	4.309.112,08

\* Sólo se tienen en cuenta los 6 primeros meses del año.

Fuente: elaboración propia a partir de datos de Comscore.

Sin embargo, la distribución del cine nacional no está relegada a las distribuidoras independientes. Las autoridades argentinas, entre las que se encuentra la Secretaría de Comercio y el INCAA, han comenzado a demandar mayor equilibrio y presencia del cine nacional en la oferta de las *majors*. A la presión del mercado protagonizada tradicionalmente por la oferta de los grandes estudios norteamericanos, se ha unido así una mayor presencia del cine nacional.

Para comercializar una película en Argentina debe haber sido calificada por la Comisión Asesora de Exhibiciones Cinematográficas (CAEC) que establezca su aptitud para ser vista por menores y debe contar con el certificado de exhibición que otorga el INCAA. Además, el INCAA también es responsable de la recaudación de la cuota de pantalla para películas extranjeras, que establece el pago por parte de los distribuidores de una cuota equivalente a un número de entradas de cine por el total de pantallas utilizadas en la exhibición. El número de entradas que se debe pagar aumenta según lo hace el número y tipo de pantallas en las que se exhibe el contenido; las exhibiciones 3D y 4D pagan más. Esta medida limita el alcance de los estrenos de películas extranjeras, dependiendo del presupuesto de la distribuidora para cada largometraje. Por eso, las distribuidoras

deben definir el alcance de cada película, decidiendo su estreno generalizado o concentrado en un número de pantallas.

En el coste medio de inversión para la comercialización de una película se deben incluir los costes de *marketing* y los operativos. En promedio, los gastos de *marketing* suponen el 70-80 % de los gastos del lanzamiento, con variaciones dependiendo de la película. Una película promedio necesita una inversión publicitaria que parte de 1 millón de ARS, que aumenta hasta los 50 millones de ARS en el caso de los *blockbusters*. El tipo de promoción también varía dependiendo de la película. Para películas de presupuesto moderado se hace sobre todo promoción digital, en la que destacan como nuevos e importantes actores los *influencers*, y se distribuyen afiches, pósteres y *banners* para los cines. Para *blockbusters* se hace una combinación de promoción digital, televisión, radio, prensa, afiches, pósteres y *banners*.

Sus ingresos provienen principalmente del derecho de exhibición que les pagan los exhibidores como porcentaje de la recaudación de cada película, neta de impuestos. Este porcentaje se establece a través de una negociación entre ambas partes, partiendo de un porcentaje base establecido por el mercado. En la definición del porcentaje el poder de negociación de cada parte define cuánto son capaces de modificarlo a su favor. En el caso de las *majors*, que acumulan cuotas de mercado elevadas, una película con buen desempeño puede exigir un derecho de 50 % la primera semana, 45 % la segunda y 40 % en consiguientes. En comparación, un *blockbuster* podría exigir un 55 % las primeras dos semanas e ir decreciendo el porcentaje paulatinamente en las siguientes. Para definir una película como un *blockbuster* se consideran 2 millones de espectadores como baremo de éxito.

No obstante, la relación entre distribuidores y exhibidores es muy variable dependiendo de la cuota de mercado de cada uno. En general, el exhibidor más grande –Cinemark-Hoyts en Argentina– marca la tendencia a partir de la cual se hacen las negociaciones con el resto de las empresas. Las variables con las que se negocian incluyen, además, el momento de estreno de las películas y la cantidad de reproducciones que se autorizan. Por esta razón, muchos cines independientes que son empresas pequeñas deciden ser representados en estas negociaciones por empresas agrupadoras, como Lumiere, Irazabal o Carboni, que representan alrededor del 95 % de los cines independientes de Argentina. De la distribución al resto de ventanas de exhibición (televisión) se encargan otras empresas.

### 5.3. Exhibición

Las salas de cine también han sufrido un gran cambio en las últimas décadas. Los circuitos extranjeros irrumpieron en el mercado argentino en la década de los 90 y trajeron nuevos modelos de exhibición. Se impuso el modelo de complejos multipantalla (de 2 a 7 pantallas) y multiplex (de 8 o más pantallas), que presentan ventajas sobre los complejos tradicionales de pantalla única dado que ofrecen más opciones al consumidor en un mismo rango horario, mayor calidad técnica y



confort. Asimismo, la digitalización que ha transformado la distribución de películas también ha afectado a la exhibición. Las salas de cine se han acondicionado en los últimos años para poder mostrar películas en formato DCP. Estas mejoras posicionaron a los circuitos extranjeros como líderes del mercado, desplazando a los circuitos nacionales.

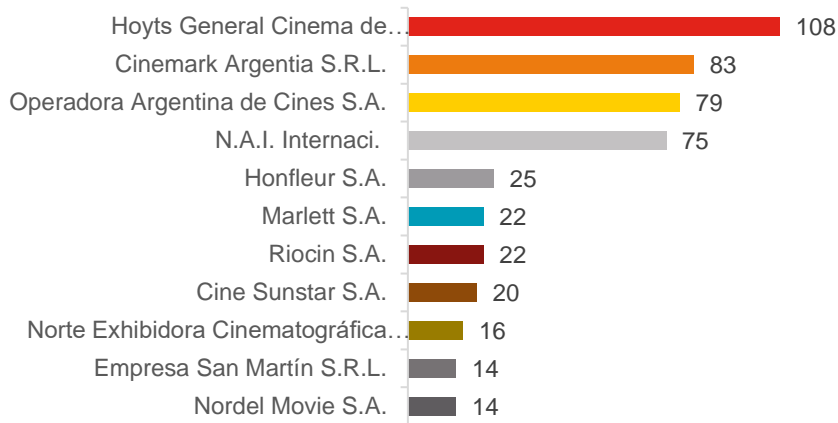
En 2022, el mercado cinematográfico argentino ha facturado 7.245 millones de pesos en salas de cine en los seis primeros meses y ha atraído a 13,93 millones de espectadores. Esto supone una caída con respecto a los años prepandemia en los que el número de espectadores se había mantenido alrededor de 45 millones y la recaudación aumentaba cada año. No obstante, es una drástica mejora con respecto a 2020 y 2021, años en los que la asistencia al cine registró descensos del 82 % y 63 %, respectivamente, con respecto a 2019. Estas cifras se explican por los cierres intermitentes de las salas, las restricciones de aforo y el efecto que la pandemia de COVID-19 ha tenido en los espectadores, especialmente los adultos de mayor edad, que siguen mostrándose reticentes a acudir a las salas de cine. Por ello, géneros como la animación han mostrado mayor y más rápida recuperación de su facturación en cines, mientras que el cine para público adulto se ha recuperado lentamente. Este año, a pesar de que los espectadores siguen siendo mayoritariamente adolescentes y jóvenes adultos, películas como *Top Gun: Maverick*, con público objetivo de mayor edad, han alcanzado enorme éxito en taquilla.

Desde el momento del cierre de las salas hasta su apertura parcial y progresiva en 2021, las exhibidoras sobrevivieron gracias a las ayudas del Estado, como el Programa de Asistencia de Emergencia al Trabajo y la Producción (ATP) y el Programa de Recuperación y Sostenimiento Productivo (REPRO). Estos dos programas fueron creados durante la Emergencia Sanitaria para dar alivio económico a las empresas y trabajadores más afectados directamente por el cese de actividad. Por una parte, el programa ATP incluyó medidas como la reducción del pago de las contribuciones patronales, el salario complementario, créditos a tasa cero y prestaciones económicas por desempleo. Por otra parte, el programa REPRO consistió en el pago a trabajadores de una asistencia equivalente al 50 % de su remuneración total. Gracias a estas ayudas, el sector ha conseguido mantenerse con unas pocas empresas cesando su actividad de manera permanente.

En 2021, el mercado argentino contaba con alrededor de 900 pantallas agrupadas en 279 salas, de las cuales unas 800 se encuentran abiertas en 2022. Las empresas más grandes son las cadenas extranjeras como la norteamericana Cinemark-Hoyts y Showcase (NAI Internacional) y la mexicana Cinépolis (Operadora Argentina de Cines SA) que adquirió Village Cines en 2017, que agrupan casi el 50 % de las pantallas del país. El resto de las exhibidoras son pymes.



**TOP 10 EXHIBIDORES POR NÚMERO DE PANTALLAS (2021)**

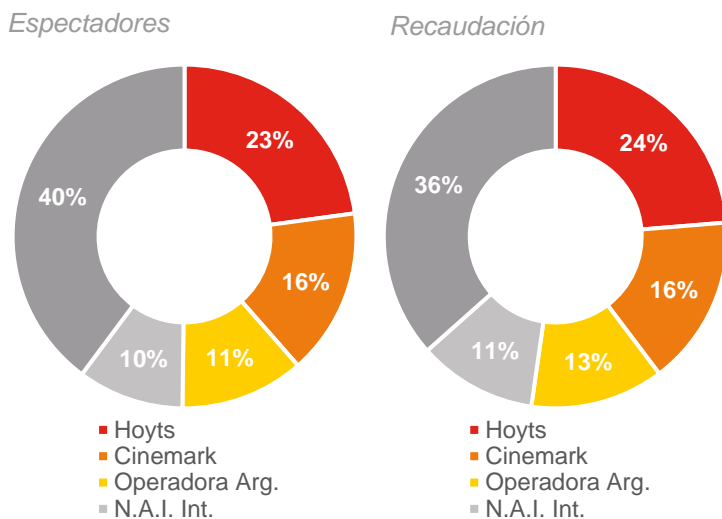


Fuente: elaboración propia a partir de datos del INCAA.

La cadena Cinemark-Hoyts se sitúa como la mayor del país, agrupando alrededor del 40 % de la recaudación y espectadores del año y con el mayor número de pantallas en el país. Le siguen Cinépolis y Showcase, que suponen un 10 % de la cuota de mercado cada una y cuentan con 79 y 75 pantallas, respectivamente. Entre las cadenas nacionales destacadas se encuentran Cinemacenter, Multiplex y Atlas, seguidas finalmente por las exhibidoras independientes, entre las que se encuentran pocas cadenas. La más destacable es Cines Dinosaurio, una exhibidora cordobesa que cuenta con 7 salas.

**NÚMERO DE ESPECTADORES Y RECAUDACIÓN POR EXHIBIDOR (2021)**

*Número de espectadores y recaudación en porcentaje*



Fuente: elaboración propia a partir de datos del INCAA.

Por área geográfica, la mayoría de las pantallas del país se concentran en los centros urbanos más importantes. La mayor concentración está en Buenos Aires y su área metropolitana (AMBA), que engloba unos 14 millones de habitantes y supone un 60-70 % del mercado en entradas. Después de AMBA se encuentran otras ciudades importantes como Córdoba, Mendoza, Rosario o Neuquén.

En cuanto a los ingresos de los exhibidores, se componen de la recaudación en taquilla, ingresos por consumo de palomitas y otros *snacks* y publicidad cinematográfica, principalmente. Tras la pandemia de COVID-19, los ingresos se componen en alrededor del 50 % de la recaudación de las entradas y 50 % de las ventas de comida. Esto se debe a que otras fuentes de ingresos como la publicidad y los eventos se han paralizado. No obstante, el sector espera que estas fuentes de ingresos vuelvan a ser relevantes en el futuro próximo. En cuanto a la recaudación en taquilla, el precio promedio de una entrada en Argentina se sitúa en 2022 en 520 ARS, mientras que el valor de la entrada sin descuentos es de aproximadamente 1.000 ARS. Esta diferencia se debe a la gran cantidad de promociones que se efectúan, que han acostumbrado al público argentino a pagar un precio muy inferior al completo. Esta dinámica ha impulsado a los exhibidores a lanzar acciones promocionales con el fin de fidelizar a sus clientes, como la creación de programas de puntos o la organización de concursos con *merchandising* de grandes películas.

En cuanto a la programación, por un lado, el calendario de estrenos que negocian los exhibidores con los distribuidores se diseña a 12-18 meses vista. En él se señalan primero las fechas de lanzamiento de las películas de las grandes productoras, que trabajan con mayor proyección temporal. En función de estas, se trata de coordinar con el resto de las distribuidoras independientes la programación de su oferta. De esta manera, los estrenos de cine nacional y europeo suelen acomodarse a los espacios determinados por las *majors*.

Por otro lado, la cartelera semanal se decide cada lunes en función de la información que tienen los exhibidores sobre la demanda, el comportamiento del público, los antecedentes de la película (premios, afluencia de público en origen, etc.) y la campaña de promoción que tiene cada largometraje. Además, si no se trata de estrenos, se tiene en cuenta el desempeño de la película la semana anterior (contada desde el jueves hasta el domingo). El criterio artístico tiene poca influencia en la decisión de programación.

Los exhibidores deben cumplir una cuota de pantalla marcada por el INCAA que establece que se debe estrenar una película argentina por sala al trimestre, y la media de continuación que, como se ha dicho, obliga a mantener la proyección de esa película si se alcanza un número mínimo de espectadores durante la semana. Esta normativa estrecha aún más la disponibilidad de ventana para cine que no provenga de las *majors* o sea argentino. Por eso, en general, el cine europeo y de otros orígenes tiene pocas posibilidades de acceder a pantallas y suele mantenerse en cartel muy pocas semanas.

Una alternativa para el cine de estos orígenes son las semanas temáticas que organizan los exhibidores a lo largo del año, en las que proyectan películas agrupadas por país de origen o



género, para aumentar la diversidad de su oferta y satisfacer la demanda de algunos nichos de clientes. Durante estas semanas, algunos distribuidores aprovechan para coordinar sus estrenos y beneficiarse del impulso promocional de los ciclos de cine. En la actualidad, el Centro Cultural de España en Argentina organiza un ciclo de cine español llamado “Espanoramas” que se proyecta en un complejo de Cinépolis (Recoleta) durante una semana.

En relación con las características de las proyecciones, las películas suponen el 98 % del contenido que se exhibe en cines, y el 2 % restante corresponde a otros contenidos (conciertos, charlas TED, *ballets*, etc.) El ingreso de este tipo de contenido a las salas de cine es consecuencia de la caída del coste de comercialización a raíz de la digitalización del sector. Además, históricamente en Argentina alrededor del 15 % de la facturación en la taquilla correspondía al cine nacional. Hoy en día mucha de la producción nacional ha dejado de estrenarse en salas de exhibición y ha sido absorbida por las plataformas de *streaming*.

Sin embargo, más que competencia, los exhibidores consideran que las plataformas pueden ser un complemento de las salas de cine si se respeta la ventana de exhibición. Sostienen que el estreno en sala multiplica la demanda de las películas en plataformas. Históricamente la ventana de exhibición en cines se mantenía en 90 días. Actualmente, los exhibidores defienden una ventana de exhibición de al menos 45 días.

### 5.3.1. Festivales

Los festivales de cine son una buena oportunidad para la proyección de películas ante grandes audiencias. Estos festivales presentan, además, una oportunidad para la proyección de películas españolas en Argentina. Son especialmente relevantes los siguientes festivales:

#### **Festival Internacional de Cine Independiente de Buenos Aires – BAFICI**

[web](#)

Es uno de los festivales de cine más importantes de América Latina, en el que se proyectan películas nacionales e internacionales. Está organizado por el Ministerio de Cultura del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires. Desde sus primeras ediciones el BAFICI ha sabido ganarse un gran prestigio internacional desde el punto de vista artístico. Catalogado como una de las muestras más arriesgadas, experimentales y provocativas en cuanto a su programación y con un apoyo decidido a los jóvenes directores, consigue gran éxito de público y de crítica anualmente.

En 2022 se celebró su 23.<sup>a</sup> edición, que tuvo lugar entre los días 19 de abril y 1 de mayo. En ella se proyectaron 290 películas a las que asistieron más de 380.000 personas en todo el país. Además se celebraron alrededor de 60 actividades especiales, entre las que se contaron charlas, funciones en vivo y lanzamientos de libros, entre otras.

La presencia española fue amplia a lo largo de todo el festival. *Sis dies corrents*, de Neus Ballús ganó la categoría de mejor dirección en competencia internacional. En la misma categoría figuró



*Fe*, de Mainer Fernández Iriarte. En la competencia oficial en vanguardia y género la actriz Laura Galán ganó el premio a mejor actuación por su trabajo en *Cerdita*, un cortometraje de coproducción franco-española de Carlota Pereda. Además, se exhibieron *Pequeña flor*, una coproducción con Francia y Bélgica de Santiago Mitre que se escogió como el largometraje de apertura del festival, *Así se rodó Carne quebrada* de Gonzalo García Pelayo en la sección Nocturna, y la coproducción con Canadá *The Affairs of Lidia*, de Bruce LaBruce durante las Noches Especiales.

### Festival Internacional de Cine Independiente de Mar del Plata

[web](#)

Se inició en 1959 organizado por la Asociación de Cronistas Cinematográficos con el objeto de difundir los estrenos de la cinematografía mundial y llegó a convertirse en uno de los Festivales más prestigiosos del mundo y el mayor de Latinoamérica, donde es la única muestra de cine Clase A (categoría que comparte con festivales como Cannes, San Sebastián, Berlín y Venecia). Se interrumpió su celebración en 1970 para retomarse de nuevo en 1996 de la mano del INCAA que, con un formato de gran festival y escaparate del *star system* local, ha pretendido mantenerse desde entonces, con altibajos, como uno de los más significativos de Latinoamérica.

Su 36.ª edición tuvo lugar del 18 al 28 de noviembre de 2021. Normalmente, reúne una media de 130.000 espectadores, sin embargo, en esta edición se tuvo que celebrar con un formato híbrido: presencial y *online*. La representación española fue extensa, con películas nominadas para distintos premios. En la competencia internacional estuvo *Espíritu sagrado*, de Chema García Ibarra, una coproducción con Francia y Turquía, y *Quién lo impide* de Jonás Trueba. En la competencia latinoamericana de largometrajes se nominó a la coproducción con Argentina y Chile *Piedra noche*, de Iván Fund, y en cortos, la coproducción con Venezuela *La sangre es blanca* de Óscar Vincentelli y con Colombia *Síndrome de los quietos* de Elías León Siminiani, ganador de Mejor Cortometraje. En la competencia “estados alterados” (cruces entre la ficción, el documental y lo experimental) se nominó la producción *Eles transportan a norte* de Samuel Delgado y Helena Girón, en coproducción con Colombia, y *Sycorax*, de Lois Patiño y Matías Piñeiro.

Además, en la competencia de “Panorama, Autores y autoras”, que destaca a cineastas que con sus primeras películas han dejado huella, se nominó a Álex de la Iglesia por *Veneciafrenia*, y en la competencia de animación “Mar de chicas y chicos”, se nominó a *Loop*, de Pablo Polledri.

### Ventana Sur

[web](#)

Es un mercado de cine latinoamericano organizado por el INCAA y el Marché du Film del Festival de Cannes, orientado principalmente a los profesionales del sector. Es muy relevante dado que para los profesionales, el mercado latinoamericano es demasiado difícil y costoso como para viajar a cada país de manera individual con regularidad, pero demasiado importante para ignorarlo.

Suele recibir anualmente 3.000 participantes, entre los que se encuentran más de 800 compradores y vendedores de los cinco continentes. El festival cuenta con varias secciones:

- *Primer corte*: una sección dedicada al cine de ficción en etapa de posproducción.
- *Blood window*: una sección dedicada al cine de terror y de género fantástico. Incluye largometrajes en estado de posproducción y *première* en busca de posibles socios estratégicos de todo el mundo. Esta sección cuenta con una subsección dedicada a proyectos Work in Progress (Blood Window Screenings), en la que las películas compiten por premios en servicios y distribución.
- *Animation!*: una sección para películas de animación en busca de alianzas estratégicas, *networking*, mesas redondas, etc.
- *Proyecta*: una iniciativa conjunta de Ventana Sur, el Marché du Film y el Festival de San Sebastián, creada en 2018 para promover las coproducciones entre América Latina y Europa. Dentro de esta sección se entrega el Premio Festival de Cannes, que acredita a un productor a participar en el Producers Network del Marché du Film.

Su última edición tuvo lugar desde el 29 de noviembre al 3 de diciembre de 2021. En ella, España participó con más de 30 títulos, de los que alrededor de 20 fueron proyectados en una sala exclusiva de cine español disponible en la plataforma virtual bajo el sello *Cinema from Spain*. El largometraje *Upiro*, de Óscar Martín y Elena Muñoz ganó el Premio Sitges – Festival de Cine Fantástico de Cataluña, el Premio Bifan/NAFF y el CHINE AQUÍ NO LAB de la sección Blood Window Lab. En la sección *Proyecta*, el productor de la película luso-española *El futuro no nos ha cambiado*, Jamie Weiss, ganó el Film Market – Premio Festival de Cannes.

### TOP 50 ESTRENOS (2022)

Recaudación en pesos

Estreno	Título	Semanas	Recaudación	Distribuidora	Origen
05/05/2022	<i>Doctor Strange en el multiverso de la locura</i>	10	1.241.028.488	DISNEY	EE. UU.
06/02/2022	<i>Jurassic World: Dominio</i>	5	1.141.419.321	UPI	EE. UU.
03/03/2022	<i>Batman, The</i>	14	692.434.611	WBI	EE. UU.
04/07/2022	<i>Sonic 2: La película</i>	13	647.212.912	PPI	EE. UU.
06/16/2022	<i>Lightyear</i>	4	630.178.740	DISNEY	EE. UU.
05/26/2022	<i>Top Gun Maverick</i>	7	467.817.272	PPI	EE. UU.
01/06/2022	<i>Sing 2 ¡Ven y canta de nuevo!</i>	25	388.822.275	UPI	EE. UU.
04/14/2022	<i>Animales fantásticos 3: Los secretos de dumbledore</i>	11	293.759.961	WBI	EE. UU.
02/17/2022	<i>Uncharted: fuera del mapa</i>	14	255.259.125	SPE	EE. UU.
03/17/2022	<i>Los Tipos Malos</i>	16	156.184.366	UPI	EE. UU.
03/31/2022	<i>Morbis</i>	8	140.945.981	SPE	EE. UU.



## EL MERCADO DEL CINE EN ARGENTINA

01/13/2022	<i>Scream (Grita)</i>	10	131.792.013	PPI	EE. UU.
02/10/2022	<i>El exorcismo de Dios</i>	21	72.838.402	DGCIN	EE. UU., México, Venezuela
06/23/2022	<i>El teléfono negro</i>	2	69.107.339	UPI	EE. UU.
03/24/2022	<i>Jujutsu Kaisen 0</i>	9	56.303.110	SPE	Japón
06/30/2022	<i>Minions: Nace un villano</i>	1	54.523.456	UPI	EE. UU.
04/21/2022	<i>El hombre del norte</i>	8	50.918.997	UPI	EE. UU., Reino Unido
04/21/2022	<i>La ciudad perdida</i>	8	48.046.731	PPI	EE. UU.
02/10/2022	<i>Muerte en el nilo</i>	9	45.581.772	DISNEY	EE. UU.
03/17/2022	<i>Competencia Oficial</i>	15	44.970.177	DISNEY	España, Argentina
01/27/2022	<i>Ecos de un crimen</i>	13	42.249.837	WBI	Argentina
01/13/2022	<i>Hoy se arregla el mundo</i>	14	29.383.519	DISNEY	Argentina
01/27/2022	<i>Licorice pizza</i>	14	29.124.571	UPI	Canadá, EE. UU..
04/07/2022	<i>Jack en la caja maldita</i>	8	27.770.359	DGCIN	Reino Unido
05/19/2022	<i>Asesino sin memoria</i>	6	26.875.376	DIAMOND	EE. UU.
06/09/2022	<i>Gemelo siniestro</i>	5	26.241.826	BF+PF	Finlandia
04/28/2022	<i>En la mira</i>	10	24.907.756	WBI	Argentina
02/03/2022	<i>Moonfall</i>	5	23.819.711	DIAMOND	EE. UU., Canadá, China
02/03/2022	<i>Pasajero 666</i>	6	20.927.129	BF+PF	Rusia
01/27/2022	<i>El callejón de las almas perdidas</i>	11	19.539.493	DISNEY	EE. UU.
05/12/2022	<i>La medium</i>	5	19.032.412	IMPC	Corea del Sur
02/10/2022	<i>Corazón de fuego</i>	9	17.451.239	BF+PF	Francia, Canadá
03/17/2022	<i>Ambulancia</i>	5	17.298.638	UPI	EE. UU.
03/12/2022	<i>BTS Permission to Dance on Stage</i>	1	16.410.079	INDP	Corea del Sur
01/06/2022	<i>King´s man el origen</i>	6	16.173.062	DISNEY	EE. UU., Reino Unido
06/09/2022	<i>Todo en todas partes al mismo tiempo</i>	4	16.068.496	DIAMOND	EE. UU.
02/24/2022	<i>La llamada final</i>	16	15.867.609	BF+PF	EE. UU.
02/17/2022	<i>Spencer</i>	7	14.698.761	DIAMOND	Reino Unido, Chile, Alemania
02/10/2022	<i>Casate conmigo</i>	5	12.441.743	UPI	EE. UU.
01/06/2022	<i>My hero academia: misión mundial de héroes</i>	5	11.582.587	SPE	Japón
02/24/2022	<i>Belfast</i>	12	11.525.351	UPI	Reino Unido
02/24/2022	<i>El padrino: 50 años</i>	7	11.385.771	PPI	EE. UU.
05/12/2022	<i>Llamas de venganza</i>	3	10.898.769	UPI	EE. UU.
03/24/2022	<i>Pulp Fiction (re:2022)</i>	6	8.880.348	MACOCINE	EE. UU.
05/19/2022	<i>El peso del talento</i>	4	8.144.598	BF+PF	EE. UU.



03/10/2022	<i>King, regreso a casa</i>	5	7.530.684	BF+PF	Francia
04/21/2022	<i>Virus 32</i>	11	6.234.696	DISNEY	Argentina, Uruguay
04/21/2022	<i>Desesperada</i>	3	6.020.694	BF+PF	EE. UU.
05/26/2022	<i>Pequeño ninja</i>	3	5.633.425	DGCIN	Dinamarca
04/14/2022	<i>Las rojas</i>	11	5.529.870	DISNEY	Argentina

Fuente: elaboración propia a partir de datos de Comscore.



## 6. Demanda

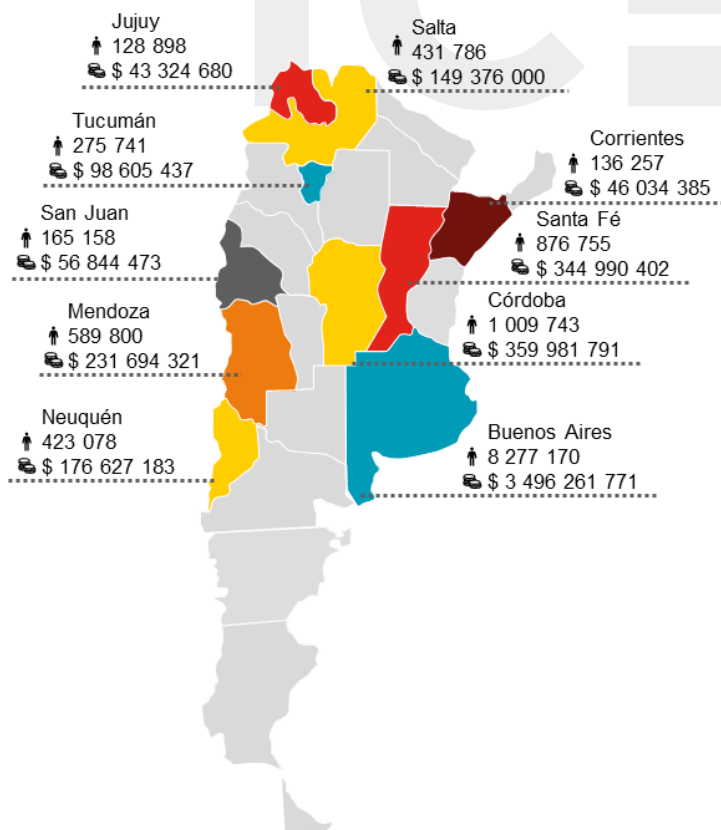
### 6.1. Perfil del espectador

En la primera mitad de 2022 se han vendido 13,93 millones de entradas a los cines, un dato que evidencia la fuerte recuperación del sector este año. Tras dos años en los que los cines estuvieron total o parcialmente cerrados y los espectadores mostraron cautela en su vuelta a las salas, este año incluso los espectadores de mayor edad –los más prudentes– han vuelto al cine.

En 2021, la mayoría de los espectadores se encontraron en las provincias con los núcleos urbanos más importantes del país: Buenos Aires, que comprende la Ciudad de Buenos Aires (CABA) y su área metropolitana, conocido como el Gran Buenos Aires, y las provincias de Córdoba y Santa Fe, donde se encuentran las ciudades de Córdoba y Rosario, segunda y tercera más pobladas del país.

#### TOP 10 ZONAS GEOGRÁFICAS POR ESPECTADORES Y RECAUDACIÓN (2021)

Número de espectadores y recaudación en pesos



Fuente: elaboración propia a partir de datos de Deisica.

Así, las provincias que consiguieron, tanto mayor recaudación en las salas de cine como un mayor número de asistentes fueron Buenos Aires –que lidera la lista con una amplia ventaja al sobrepasar los 3.000 millones ARS en recaudación–, Córdoba, Santa Fe, Mendoza y Neuquén, seguidas de otras como Salta, Tucumán, San Juan, Corrientes y Jujuy. Además, la zona geográfica más cinéfila fue la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (CABA), con un promedio de 0,78 entradas por habitante. De entre las demás provincias destacaron Neuquén y Tierra del Fuego, con 0,63 y 0,36 entradas por habitante, respectivamente.

En cuanto a las variantes que los argentinos tienen en cuenta a la hora de elegir una película u otra, un estudio realizado en 2019 por la asociación Enfoque Consumos Culturales indica que el 39 % de los encuestados considera la temática como el aspecto principal de su decisión, y alrededor del 30 % apuntan a la nacionalidad de las películas.

Por un lado, entre los géneros cinematográficos que más gustaron a los espectadores argentinos en 2022, las 21 producciones clasificadas como aventuras alcanzaron el 78,1 % del total de la recaudación de ese año. El siguiente género más popular fue la acción, que con 26 películas logró el 77,5 % de la recaudación, seguida por la ciencia ficción que abarcó el 42,3 % con 7 largometrajes. A estos géneros les siguieron la animación y el terror. Dado que los *blockbusters* atraen a mucho más público que el resto de las películas, el género más popular cada año varía dependiendo de la clasificación de estos largometrajes.

### TOP 10 GÉNEROS CINEMATOGRÁFICOS POR RECAUDACIÓN (2022)

Recaudación en pesos

Género	N.º películas	Recaudación
Aventuras	21	5.663.182.456,13
Acción	26	5.617.505.744,93
Ciencia ficción	7	3.066.429.208,44
Animación	15	1.981.439.309,09
Terror	15	1.630.796.564,15
Comedia	29	1.439.375.061,98
Familiar	3	926.973.504,11
Drama	67	732.142.066,26
Suspense	15	142.597.621,26
Eventos especiales	5	25.749.673,44

Fuente: elaboración propia a partir de datos de Comscore.

Por otro lado, el espectador argentino es gran consumidor de cine extranjero. A pesar de que 51 % de los títulos estrenados en salas en 2022 fueron de origen argentino (94 películas), estos sólo

lograron acumular el 2,32 % de la recaudación total. De los 7.245 millones de ARS que se recaudaron en los seis primeros meses de 2022, sólo 168 millones provinieron de películas de producción nacional.

No obstante, estos datos reflejan una mejora en el desempeño de las películas nacionales sobre las extranjeras en 2022 en comparación con 2021, año en el que se estrenaron 143 películas argentinas que supusieron el 45 % del total de estrenos, cuya recaudación supuso el 1,22 % del total (79 millones de ARS).

### EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE ESPECTADORES Y RECAUDACIÓN POR ORIGEN DE PELÍCULA (2018-2022)

Número de espectadores en millones y recaudación en millones de pesos

	2018	2019	2020	2021	2022
<b>Espectadores a cine nacional</b>	6,43	3,73	2,1	0,28	0,41
<b>Espectadores a cine internacional</b>	38,17	43,17	6,5	15,97	12,96
<b>Total espectadores</b>	44,6	46,9	8,6	16,32	13,38
<b>Recaudación cine nacional</b>	798,80	595,12	451,32	79,81	168,14
<b>Recaudación cine internacional</b>	4 779,20	7 902,88	1 485,68	6 472,50	7 077,69
<b>Total recaudación</b>	5 578,00	8 498,00	1 937,00	6 552,32	7 245,84

Fuente: elaboración propia a partir de datos de Deisica y Comscore.

Entre las películas extranjeras, las de origen estadounidense son las que atraen mayor público, acumulando más de 6.700 millones de ARS, el 93,6 % de la recaudación total en 2022. Al cine norteamericano le sigue en popularidad el argentino, que fue el segundo más consumido, representando el 2,32 % de la recaudación anual, seguido del japonés, el británico y el español. Cabe destacar que, históricamente, las producciones europeas han gozado de popularidad entre el público argentino, especialmente las británicas y francesas.

### PELÍCULAS ESTRENADAS POR PAÍS DE ORIGEN (2022)

Recaudación en pesos

Origen	Estrenos	Recaudación	Película más vista
EE. UU.	46	6.787.755.892,96	<i>Doctor Strange en el multiverso de la locura</i>
Argentina	94	168.147.285,73	<i>Competencia Oficial</i>
Reino Unido	10	130.144.269,23	<i>El hombre del norte</i>
Japón	7	77.998.930,66	<i>Jujutsu Kaisen 0</i>
Canadá	5	75.801.394,20	<i>Licorice pizza</i>





España	5	53.988.999,60	<i>Competencia Oficial</i>
Corea del Sur	3	37.884.025,41	<i>La medium</i>
Francia	13	30.819.280,69	<i>Corazón de fuego</i>
Finlandia	2	27.569.324,38	<i>Gemelo siniestro</i>
Rusia	2	23.937.748,24	<i>Pasajero 666</i>

Fuente: elaboración propia a partir de datos de Comscore.

Además, es destacable la diferencia de precio de la entrada para ver películas de distintos orígenes. El costo promedio de la entrada de las películas estadounidenses en 2021 fue de 409 pesos, el de las películas argentinas 306 ARS y el de las europeas 380 ARS.

Entre las películas españolas estrenadas este año, la coproducción hispano-argentina *Competencia Oficial* fue la que consiguió mayor recaudación, alcanzando cerca de 45 millones de ARS. Otros títulos destacables incluyen *Rifkin's Festival* y *El buen patrón*.

## PELÍCULAS ESPAÑOLAS ESTRENADAS (2022)

Recaudación en pesos

Estreno	Título	Semanas	Recaudación	Distribuidora	Origen
<b>Películas</b>					
04/28/2022	<i>El buen patrón</i>	6	3.357.499	DISNEY	España
<b>Películas en coproducción con Argentina</b>					
03/17/2022	<i>Competencia Oficial</i>	15	44.970.177	DISNEY	España, Argentina
06/09/2022	<i>Cadáver exquisito</i>	4	690.268	TREN	España, Argentina, Brasil
05/19/2022	<i>Hijas de la comedia</i>	2	22.825	INDP	España, Argentina
<b>Películas en coproducción con otros países</b>					
01/20/2022	<i>Rifkin's Festival</i>	5	4.948.231	DGCIN	España, Italia, EE. UU.

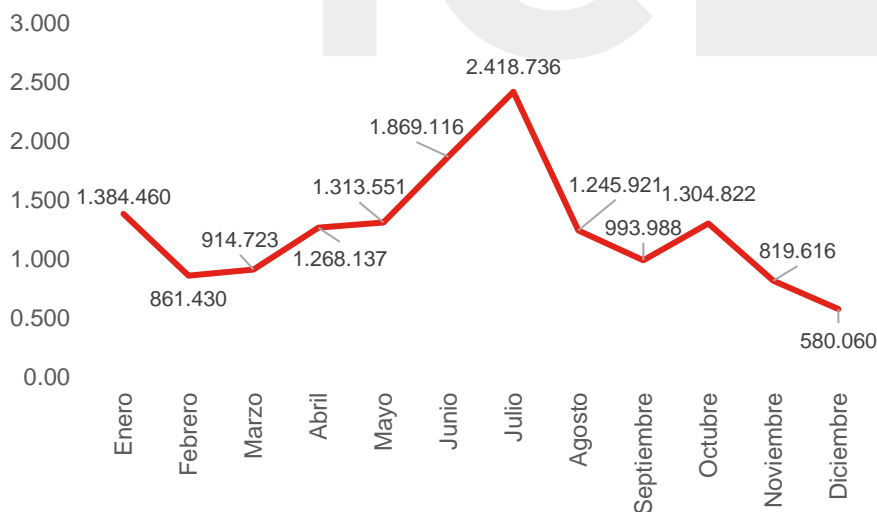
Fuente: elaboración propia a partir de datos de Comscore.

En relación con los establecimientos en los que se consume cine, en Argentina se encuentran salas de pantalla única, multipantalla y ambulantes. La mayor parte de los espectadores muestran una gran preferencia por salas con más de 1 pantalla en complejos multipantalla o multiplex, debido a las ventajas que ofrecen con respecto a los otros tipos de sala (mayor oferta de películas y horarios, servicio de comidas, etc.) Así, en 2021 el 93,97 % de los espectadores acudieron a complejos multipantalla, el 5,96 % a complejos de pantalla única y solamente el 0,06 % a salas ambulantes. En términos de recaudación, las salas multipantalla abarcaron el 95,22 % del total, las salas de pantalla única el 4,73 % y las ambulantes el 0,05 %.

Además, los complejos multipantalla tienden a localizarse en las áreas metropolitanas del país con mayor concentración de habitantes y mayor poder adquisitivo, por lo que se ha impulsado un proceso de concentración de la exhibición de películas en las grandes ciudades. Así, alrededor del 64 % de las pantallas de los circuitos extranjeros en el país se sitúan dentro del área metropolitana de Buenos Aires, con mayor cantidad en localidades de alto poder adquisitivo, como San Isidro. En 2021, los circuitos extranjeros contaban, en promedio, con 9,13 pantallas por cada sala activa. Además, la entrada en este tipo de complejo valía en promedio 421 ARS, mientras que en circuitos nacionales valía 375 ARS.

En cuanto a los patrones de consumo, cabe mencionar que la asistencia al cine no es uniforme a lo largo del año. Para ver la estacionalidad del mercado cinematográfico argentino se toma como referencia el año 2019, ya que, debido al confinamiento obligatorio en 2020, los datos de ese año no son representativos. Se observa que los meses de junio y julio son los que registran mayor número de espectadores. Es decir, los meses de invierno que coinciden con las vacaciones de los estudiantes. Además, también se observa un repunte en enero, que coincide con las vacaciones de verano de la mayoría de la población. Este dato es interesante para las empresas distribuidoras, que buscan posicionar los estrenos de sus películas en las semanas que experimentan los mayores aumentos de audiencia.

**EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE ESPECTADORES POR MES (2019)**



Fuente: elaboración propia a partir de datos de INDEC.

## 7. Precios

El precio medio de una entrada al cine en 2022 es de 452 ARS y el valor completo de una entrada, sin descuentos, se sitúa alrededor de los 1.000 ARS. Esta diferencia responde a que los espectadores argentinos están acostumbrados a poder acceder a una gran cantidad de promociones. Además, el precio varía en función de la ubicación geográfica de las salas, de las características del espectador, la franja horaria y las jornadas promocionales.

El precio es el factor más importante en la decisión de ir al cine para el espectador argentino, seguido de la cercanía de la sala. La Encuesta Nacional de Consumos Culturales de 2017 mostró que el precio de las entradas resultó un factor decisivo en la decisión de los consumidores de asistir al cine durante ese año. Un 21,3 % de los encuestados declaró que la falta de dinero era el motivo principal por el que no acostumbraba a ir al cine, mientras que el 7,5 % afirmó que era caro asistir.

No obstante, en los últimos años se ha registrado un aumento constante del precio de las entradas, debido a la presión inflacionaria. Entre 2018 y 2022 el precio aumentó en un 324 %, pasando de valer alrededor de 106 ARS hasta los 452 ARS.

### EVOLUCIÓN DE VALOR PROMEDIO DE LA ENTRADA (2018-2022)

*Precio en enero de cada año, en pesos*

	2018	2019	2020	2021	2022
Valor promedio de la entrada	106,46	147,89	218,19	322,74	452,40

Fuente: elaboración propia a partir de datos de INCAA.

Además, según los últimos datos recopilados por el INCAA, existen grandes diferencias en su valor promedio por provincia. De media, las entradas más caras del país en 2021 se encontraron en Buenos Aires y las más baratas en Jujuy. El valor de las primeras era un 40 % mayor que las segundas.

Estos resultados confirman el dato de la Encuesta Nacional de Consumos Culturales en 2017, que establecía que la asistencia al cine está fuertemente relacionada con el nivel socioeconómico de la población. Dado que los segmentos de más alto nivel socioeconómico se encuentran en los núcleos urbanos, es allí donde se encuentra el mayor número de espectadores y también donde el precio promedio de la entrada es más alto.



## VALOR PROMEDIO DE LA ENTRADA POR PROVINCIA (2021)

Valor en pesos

Provincia	Valor	Provincia	Valor
Buenos Aires	416,18	Misiones	385,08
C.A.B.A.	398,03	Neuquén	390,60
Catamarca	366,57	Río Negro	348,84
Chaco	340,38	Salta	339,69
Chubut	375,37	San Juan	327,55
Córdoba	345,84	San Luis	373,33
Corrientes	331,40	Santa Cruz	371,48
Entre Ríos	354,68	Santa Fe	388,64
Jujuy	296,32	Santiago del Estero	320,77
La Pampa	444,88	Tierra del Fuego	397,79
La Rioja	312,21	Tucumán	361,25
Mendoza	380,06		

Fuente: elaboración propia a partir de datos del INCAA.

## 8. Percepción del producto español

Históricamente, el público argentino ha reconocido y apreciado el cine español. En épocas anteriores quizá más de la mano de actrices/actores como Charo López, José Sacristán y, más tarde, Imanol Arias. En años más recientes ese reconocimiento ha venido más de la mano de los directores: Almodóvar, Amenábar, Álex de la Iglesia.

En cualquier caso, el cine español, más allá de las coproducciones con Argentina, se ve poco. La competencia de los *blockbusters* americanos y la cuota de pantalla nacional influyen en la dificultad para encontrar espacio en los cines, pero también la falta de una promoción de nuestro cine adaptada al mercado local es otra causa de esa ausencia.

Una de las muestras importantes de cine español en Argentina es **Espanoramas**, un festival que viene celebrándose desde hace 8 años. Organizado por la Embajada de España y los tres Centros Culturales de la Cooperación Española en Argentina (Centro Cultural de España en Buenos Aires, Centro Cultural Parque de España en Rosario y Centro Cultural España-Córdoba) con el apoyo del ICAA, tiene como objetivo promocionar el mejor cine español entre el público argentino.

Aunque en anteriores ediciones se han programado películas de distintas épocas de nuestro cine, en las últimas ediciones se ha concentrado en películas de estreno reciente en España.

Tras el paréntesis de 2021, en que la pandemia llevó Espanoramas al *streaming*, celebró su 8.ª edición del 7 al 13 de abril en las salas que la cadena mexicana Cinépolis tiene en el barrio de Recoleta de la ciudad de Buenos Aires. Y por primera vez incluyó funciones también en Córdoba y Rosario, un primer paso para acercar el cine español más reciente a un número cada vez mayor de espectadores argentinos. Las películas se programaron con un único pase y las entradas se vendieron a precios comerciales.

Entre las propuestas de este año, se encontraron:

- *El buen patrón*, de Fernando León de Aranoa
- *Karen*, de María Pérez Sanz
- *Mediterráneo*, de Marcel Barrena
- *Arrebato*, de Iván Zulueta
- *Libertad*, de Clara Roquet
- *Destello bravío*, de Ainhoa Rodríguez
- *¿Qué hicimos mal?*, de Liliana Torres
- *Espíritu sagrado*, de Chema García Ibarra
- *El retorno: la vida después del ISIS*, de Alba Sotorra



- *Magaluf Ghost Town*, de Miguel Ángel Blanca
- *Sedimentos*, de Adrián Silvestre
- *Eles transportan a morte*, de Helena Girón y Samuel M. Delgado
- *Quién lo impide*, de Jonás Trueba.

El festival ha ido evolucionando positivamente desde unas primeras ediciones en cines independientes con entradas promocionales hacia un formato asociado con una de las cadenas internacionales de exhibición, seleccionando una sala de comprobada demanda de cine europeo y a precios comerciales.

Falta combinar este esfuerzo con posibles acuerdos de distribución de algunas de estas películas, aprovechando la promoción de esta muestra, para continuar su exhibición durante algunas semanas más en todo el país. Sólo *El buen patrón* se exhibió comercialmente durante otras 6 semanas.



## 9. Perspectivas del sector

Para las empresas productoras o distribuidoras audiovisuales, el mercado argentino presenta limitadas oportunidades de comercialización de películas españolas. Esto se debe a la complejidad que enfrenta el cine de procedencia distinta a la americana o la argentina para conseguir una ventana de exhibición en las salas de cine. Esto se demuestra en que actualmente, la exhibición de las producciones españolas es muy limitada, relegándose principalmente a las semanas temáticas y ciclos de cine que organizan la administración pública española o algunas empresas exhibidoras.

Por ello, la coproducción de películas con Argentina se presenta como una alternativa para aquellas empresas españolas del sector que quieran ampliar su participación en el mercado nacional y regional. Es una fórmula que viene funcionando desde hace años, dado que proporciona acceso a los apoyos institucionales a la producción, un espacio de exhibición en las salas de cine asegurado por la normativa vigente y amplía el público objetivo de las producciones. Además, las similitudes culturales e idiomáticas también favorecen la colaboración entre los dos países. Debido a todos estos beneficios, España y Argentina han presentado históricamente numerosos proyectos en coproducción.

Las bases de esta forma de cooperación se sientan en el [Acuerdo sobre relaciones cinematográficas entre la República Argentina y el Reino de España](#) aprobado por Ley 25128, sancionada el 4 de agosto de 1999 y promulgada el 8 de septiembre de 1999. El acuerdo establece las condiciones de participación de las partes, de recepción de ayudas y aprobación por parte de los órganos institucionales correspondientes, entre otras.

Además, existen otra serie de incentivos a la producción como el Fondo de ayuda IBERMEDIA que se está convirtiendo en una herramienta sólida para la construcción de un espacio común entre Argentina y España.

## 10. Información práctica

### 10.1. Administración pública y asociaciones

Ministerio de Cultura

[www.cultura.gob.ar](http://www.cultura.gob.ar)

Sistema de Información Cultural de la Argentina (SInCA)

<https://www.sinca.gob.ar/>

Centro de Producción e Investigación en Artes (CePIA)

<https://cepia.artes.unc.edu.ar/>

Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (INCAA)

[www.incaa.gov.ar](http://www.incaa.gov.ar)

Buenos Aires Comisión de Filmaciones (BACF) – Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires

<https://bafc.buenosaires.gob.ar/index>

Cámara Argentina de la Industria Cinematográfica (CAIC)

<https://caic-cine.org.ar/>

Asociación de Productores Independientes de Medios Audiovisuales (APIMA)

[www.apima.com.ar](http://www.apima.com.ar)

Asociación Argentina de Productores de Cine y Medios Audiovisuales (APROCINEMA)

<https://aprocinema.org.ar/>

Directores Argentinos Cinematográficos (DAC)

<http://dac.org.ar/es/>

Colectivo de Cineastas Asociacion Civil

<https://www.colectivodecineastas.com/>

Asociación de Productores Audiovisuales de Córdoba Asoc. Civil (CAPAC)

<https://www.asociacionapac.org/>

Asociación de Realizadores Integrales, Directores, Productores y Técnicos de Cine Documental (R.D.I.)

<https://rdidocumental.com.ar/>

Asociación de Directores y Productores de Cine Documental Independiente de Argentina (ADN)

<http://www.adndoc.com.ar/>

Asociación Argentina de Actores (AAA)

[www.actores.org.ar](http://www.actores.org.ar)

Sociedad General de Autores de Argentina (ARGENTORES)

[www.argentores.org.ar](http://www.argentores.org.ar)

Sociedad Argentina de Gestión de Actores Intérpretes (SAGAI)

[www.sagai.org](http://www.sagai.org)

Sindicato de la Industria Cinematográfica Argentina (SICA)





[www.sicacine.org.ar](http://www.sicacine.org.ar)

Cámara Argentina de Exhibidores Multipantalla (CAEM)

[www.caem.org.ar](http://www.caem.org.ar)

Asociación de Productores de la Cultura Audiovisual (ACERVO)

Proyecto De Cine Independiente Asoc. Civil (PCI)

Núcleo Documental Argentino (ADN)

## 10.2. Publicaciones del sector

[www.elamante.com](http://www.elamante.com)

[www.haciendocine.com.ar](http://www.haciendocine.com.ar)

[www.leercine.com.ar](http://www.leercine.com.ar)

[www.cinesargentinos.com](http://www.cinesargentinos.com)

[www.solocortos.com](http://www.solocortos.com)

[www.cinenacional.com](http://www.cinenacional.com)

<http://elangelexterminador.com.ar>

<http://lacosacine.com>

ICEX

# icex

Si desea conocer todos los servicios que ofrece ICEX España Exportación e Inversiones para impulsar la internacionalización de su empresa contacte con:

**Ventana Global**

913 497 100 (L-J 9 a 17 h; V 9 a 15 h)  
informacion@icex.es

Para buscar más información sobre mercados exteriores [siga el enlace](#)

[www.icex.es](http://www.icex.es)

