



Producción de cine en España durante y después de la pandemia: industria y taquilla

Spanish film production during and after the pandemic: industry and box office

María Isabel Pérez-Rufí¹, Penélope Martín-Martín², José Patricio Pérez-Rufí²

¹Universidad de Sevilla

²Universidad de Málaga

KEYWORDS

Spanish cinema
Film production
Political Economy of
Communication
Film industry
Television
Streaming platforms
Movie theatres

ABSTRACT

Spanish film production continues to suffer from long-standing structural weaknesses, compounded by the difficulties arising from the coronavirus pandemic. The aim of this paper is to analyse the state of Spanish film production between 2019 and 2025 on the basis of box office data, while also examining the alliances and business configuration models adopted by successful production companies. A descriptive and comparative analysis is applied through a qualitative methodology, enriched with economic data, in order to gain deeper insight into the production and commercialisation processes of commercially successful Spanish cinema. On the basis of the data analysis, a sample of Spanish films released in the domestic market between 2019 and 2025 is selected using box office data published by the ICAA. The results reveal a concentration of 68% of total Spanish cinema box office takings in the ten most commercially successful films. The prominent role of television broadcasters remains, alongside video-on-demand platforms as new agents, international distributors, and the Economic Interest Grouping (EIG) model. Business dynamics and production patterns in Spanish cinema did not undergo significant changes during the pandemic.

PALABRAS CLAVE

Cine español
Producción de cine
Economía Política de
la Comunicación
Industria
cinematográfica
Televisión
Plataformas de
streaming
Salas de cine

RESUMEN

La producción de cine español mantiene debilidades estructurales históricas que siguen afectándole, sumadas a las dificultades derivadas de la pandemia de coronavirus. El objetivo de este trabajo es analizar el estado de la producción cinematográfica española entre 2019 y 2025 a partir de los datos de recaudación, además de atender a las alianzas y a los modelos de configuración empresarial que adoptan las productoras de éxito. Se aplica un análisis descriptivo y comparativo desde una metodología cualitativa, enriquecida con datos económicos, para profundizar en los procesos de producción y comercialización del cine español de éxito comercial. Partiendo del análisis de datos, se selecciona una muestra de películas españolas exhibidas en el mercado doméstico entre los años 2019 y 2025, a partir de los datos de recaudación publicados por el ICAA. Los resultados muestran una concentración del 68% de toda la recaudación del cine español en las diez películas más comerciales. Se mantiene el lugar destacado de las televisiones, con las plataformas VoD como nuevos agentes, las distribuidoras internacionales y la fórmula de la Agrupación de Interés Económico. Las dinámicas y las pautas empresariales de producción en el cine español no sufrieron modificaciones significativas durante la pandemia.

RECIBIDO: 01/11/2024

ACEPTADO: 10/01/2026

Cómo citar este artículo / Referencia normalizada: (Norma APA 7^a)

Pérez-Rufí, M.I., Martín-Martín, P., Pérez-Rufí, J.P. (2026). Producción de cine en España durante y después de la pandemia: industria y taquilla. *Prisma Social revista de ciencias sociales*, 52, 173-192. <https://doi.org/10.65598/rps.5668>

1. Introducción

El propósito de este trabajo es analizar el estado de la producción cinematográfica española entre 2019 y 2025 y describir las estructuras de producción alrededor de los largometrajes de mayor éxito comercial estrenados en esos años. Para ello se parte del análisis de los datos de recaudación en taquilla publicados por el Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales (ICAA). Este trabajo tiene por objeto identificar si las dinámicas en el sector previas a la pandemia de coronavirus COVID-19 se mantuvieron o si surgieron nuevos patrones de comportamiento.

La crisis sanitaria derivada de la pandemia de coronavirus COVID-19 provocó un impacto sistémico y de alcance global en la industria cinematográfica, con consecuencias transversales en España y en el conjunto del sistema audiovisual internacional, que incidieron de forma directa en las dinámicas de producción, distribución y exhibición, así como en los resultados económicos del sector cultural y del entretenimiento (Adgate, 2021; Peujío Fozap et al., 2023). No obstante, y a pesar de estas circunstancias excepcionales, con este trabajo se pretende demostrar que las dinámicas y las pautas empresariales de producción en el cine español no sufrieron modificaciones significativas. En este sentido, como sostiene Formoso (2022, p. 2) “la producción apenas sufrió cambios, salvo los estrictamente sanitarios, que desaparecerán con el tiempo”.

La recuperación tras la pandemia ha sido irregular. La evolución reciente de la asistencia a salas de cine en España confirma una recuperación incompleta y marcada por oscilaciones significativas. En 2025, la taquilla volvió a retroceder de forma apreciable, con una recaudación global estimada de 453 millones de euros (Bolla, 2026; ICAA, 2026a). Este descenso se produce tras un 2024 que ya había mostrado síntomas de agotamiento del ciclo de recuperación, con 489 millones de euros de recaudación y 73 millones de espectadores, cifras ligeramente inferiores a las de 2023 (CULTURABase, 2025). Si se toman como referencia los niveles previos a la crisis sanitaria, la contracción acumulada resulta todavía más significativa, dado que en 2019 se alcanzaron casi 106 millones de espectadores (ICAA, 2024a), lo que implica una pérdida superior al 38% del público en salas. Tras el hundimiento de 2020 y 2021, los años 2022 y 2023 evidenciaron un repunte sostenido de la taquilla, aunque este proceso no se consolidó plenamente. En 2024 el retroceso en espectadores y en ingresos se vio condicionado por la huelga de actores y guionistas en Hollywood, que redujo la disponibilidad de estrenos internacionales y afectó de manera desigual al calendario anual. En 2025, esta fragilidad se hizo más visible en el segundo semestre, con descensos muy acusados en otoño que lastraron el balance global del ejercicio, pese a un primer semestre moderadamente positivo (Bolla, 2026). En este contexto de inestabilidad del mercado, destaca la capacidad del cine español para mantener e incluso reforzar su posición relativa, con una cuota de pantalla de alrededor del 17%, lo que apunta a una mayor resiliencia del producto nacional dentro de un mercado que, aunque más estable que en los años inmediatamente posteriores a la pandemia, sigue lejos de haber recuperado los niveles estructurales previos a 2020.

Los factores coyunturales que surgieron durante la pandemia quedaron eclipsados por las características estructurales que ya definían el sector y generaron una situación de crisis comparable a la vivida tras la recesión económica de 2008, en la que una crisis global que afectaba a todas las industrias (culturales o no) se superponía a una crisis específica de la industria cinematográfica (en todos sus sectores). Prieto Sacristán (2021, p. 171) define este entorno como “difícil”, tanto “por las recurrentes crisis económicas, la última la ocasionada por la pandemia en 2020”, como “por la fuerza de los agentes del sector (*majors*, televisiones y plataformas de *streaming*)”.

La investigación académica que ha abordado el cine español desde una perspectiva industrial ha sido muy escasa (Pérez-Morán y Guarinos, 2025), aunque sus aportaciones fueron fundamentales para comprender el ecosistema cinematográfico y audiovisual nacional. Han sido especialmente relevantes aquellos trabajos que, de forma genérica, han investigado la industria cinematográfica al completo, como hicieron los estudios de Álvarez Monzoncillo y López Villanueva (2006), García Fernández et al. (2014), García Fernández (2015), García Santamaría y López Villanueva (2019) o Monterde (2019).

También fueron significativos los trabajos que analizaron el sector de la producción, esta vez como estudios de caso, desde un enfoque estructural o centrado en las empresas integradas en el sector y en la relación con la recaudación en salas (Pardo y Sánchez-Taberner, 2012; Gómez-Pérez y Jódar-Marín, 2020; Pérez-Rufí y Castro-Higueras, 2020; Jiménez Alcarria y Mejón, 2022; Gómez-Pérez y Pérez-Rufí, 2024). En los últimos años se suman aquellos trabajos que analizan el sector combinando el enfoque industrial con una perspectiva de género (Coronado Ruiz, 2022; Videla-Rodríguez et al., 2022; Gil-Ramírez et al., 2024; Pérez-Morán y Guarinos, 2025).

Aunque la investigación sobre cultura, industrias creativas y pandemia tuvo un amplio desarrollo durante los años de la pandemia (Khlystova et al., 2022), los estudios centrados en los efectos de la crisis sanitaria sobre el cine español como industria no fueron muy abundantes, aunque, en todo caso, documentaron los cambios en el conjunto de la industria del cine español (Carballo Sánchez, 2022) o argumentaron la aceleración de los procesos de producción y de comercialización *online* a causa de la pandemia (Formoso, 2022).

Dentro de los tres grandes sectores en los que se divide tradicionalmente la industria cinematográfica (esto es, producción, distribución y exhibición), este trabajo centra su atención en la producción de cine. Cuevas (1999, p. 42) destacaba que la producción abarca el “diseño, planteamiento y realización material de las películas, desde la financiación, organización y administración de sus fases de preparación de rodaje y finalización, hasta llegar a la obtención de un negativo (...) las llamadas copias de explotación”. Aunque la industria audiovisual se ha digitalizado y se ha abierto a la distribución y a la comercialización *online*, la definición de producción propuesta por Cuevas (como actividad dedicada a la creación de contenidos audiovisuales o a la propia filmación) sigue siendo válida y descriptiva de los procesos en los que se ocupa el sector.

Por su parte, Vila Oblitas y Rodríguez Tortosa (2019, p. 90) describen la producción como “la realización de un elemento material que puede ser una obra de un autor individual o de varios”, donde los productores son responsables tanto de conseguir la financiación como de coordinar los recursos humanos y técnicos necesarios para llevar a cabo la producción.

En términos generales, la producción de cine español se ha caracterizado por una serie de rasgos que han subrayado su competitividad limitada y su debilidad industrial (Álvarez Monzoncillo y López Villanueva, 2006), hasta el punto de ser calificada incluso como una industria “raquítica” (Gómez-Pérez y Jódar-Marín, 2020). El ICAA (2024a, p. 8) sostiene desde hace años en sus diferentes anuarios que el sector de la producción española se define por la polarización de las empresas que conviven en él: según recoge CULTURABase (2025), en 2024, de un total de 561 productoras activas, 466 (el 83,1%) participaron en la producción de un único largometraje, 89 (el 15,9%) lo hicieron entre dos y cuatro películas y tan solo 6 productoras (el 1,1%) intervinieron en la producción de cinco o más filmes, lo que confirma la persistencia de una estructura altamente atomizada y polarizada.

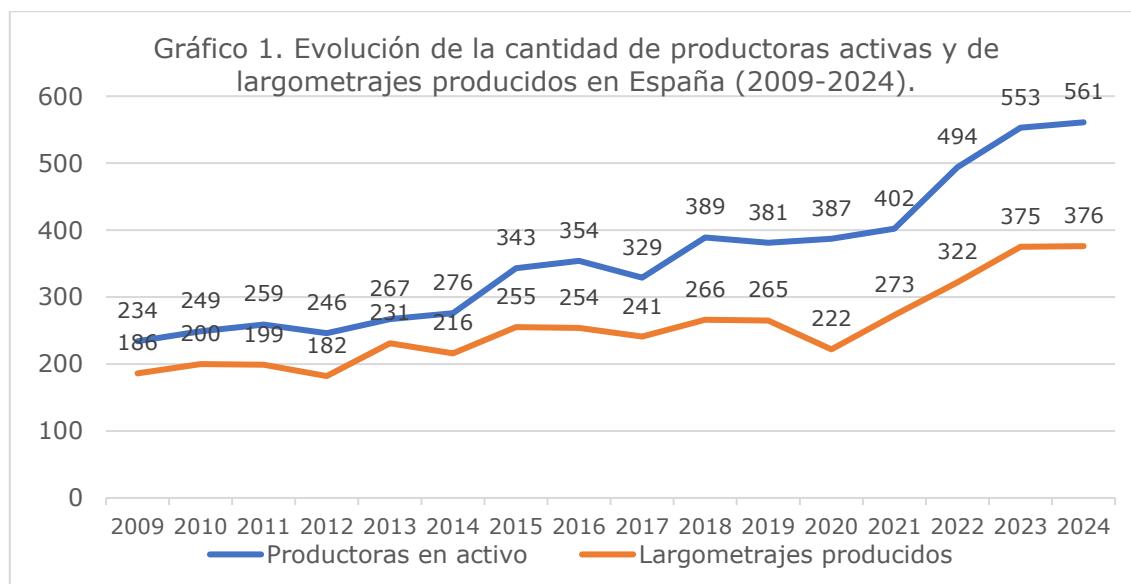
Como apuntaron Álvarez Monzoncillo y López Villanueva (2006), las productoras de menor tamaño afrontan con frecuencia la creación de películas con recursos financieros muy limitados.

Esto suele implicar trabajar con un reparto poco conocido y sin garantías previas de distribución o adelantos, dificultades que se trasladan al estreno comercial en salas de cine (de llegar a tenerlo) y a la propia carrera comercial de la obra.

Las empresas cinematográficas más modestas conviven con productoras consolidadas en el mercado, que generalmente mantienen vínculos, directos o indirectos, con los operadores de televisión (García Santamaría y López Villanueva, 2019; Pérez-Rufí y Castro-Higueras, 2020; Gómez-Pérez y Pérez-Rufí, 2024). Esta relación les permite desarrollar un mayor número de películas, también con mayores presupuestos y objetivos comerciales más ambiciosos.

Una lectura superficial de los datos relativos al número de producciones y de productoras activas (ICAA, 2024a; CULTURABase, 2025) podría conducir a una conclusión optimista: entre 2009 y 2024, el número de productoras activas pasó de 234 a 561 (gráfico 1), lo que supone un incremento del 139,7%, mientras que el número de largometrajes producidos creció de 186 a 376 títulos, esto es, un 102,2% más. Conviene subrayar, además, que la pandemia apenas alteró de forma duradera el ritmo de producción: aunque de los 265 largometrajes producidos en 2019 se descendió a 222 en 2020, ya en 2021 se superaron los niveles prepandémicos, con 273 títulos, tendencia que se consolidó en los años posteriores, alcanzando 322 largometrajes en 2022, 375 en 2023 y 376 en 2024. El número de productoras activas, por su parte, mantuvo un crecimiento sostenido a partir de 2019, sin que la crisis sanitaria parezca haber afectado a esta dinámica, de modo que cada ejercicio ha registrado un aumento de la actividad productiva respecto al anterior.

Monterde (2019, p. 23) advierte, no obstante, que estos datos deben leerse con cautela y no desde el entusiasmo cuantitativo, pues al profundizar en su análisis se comprende que “las cosas no son tan brillantes como aparentan, si bien las deficiencias nunca podrán adjudicarse a uno solo de los sectores industriales”. No cabe duda de que ha aumentado la cantidad de producciones, pero lo ha hecho en un contexto marcado por condiciones estructuralmente precarias. En esta misma línea, Gómez-Pérez y Jódar-Marín (2020) señalan que, pese al crecimiento observado, la consolidación industrial del sector continúa siendo limitada, aunque reconocen avances parciales en determinados segmentos de la producción.



Fuente: ICAA (2024a), CULTURABase (2025).

Desde el comienzo del siglo XXI, la cuota de pantalla anual del cine español respecto a todo el cine comercializado en salas suele estar entre el 13 y el 20%, con destacadas excepciones por

exceder estos porcentajes en los años 2014, 2020 o 2022. Dos son los problemas: por una parte, el mercado español es más bien pequeño y el gasto per cápita destinado a consumo audiovisual muy limitado (Álvarez Monzoncillo y López Villanueva, 2006) y, por otra, la audiencia española tiende a tener una percepción desfavorable del cine nacional, lo que dificulta el proceso de consolidación de una marca sólida y una identidad definida dentro de la industria cinematográfica (García Fernández et al., 2014).

Tabla 1.
Cuota de pantalla del cine de producción española (2013-2025).

Año	Recaudación total (Millones de euros)	Recaudación cine español (Millones de euros)	Cuota de pantalla cine español
2013	506,3	70,1	13,8%
2014	518,1	131,7	25,4%
2015	575,2	111,7	19,4%
2016	602	111,1	18,4%
2017	591,2	102,9	17,4%
2018	585,7	103	17,5%
2019	614,7	92,1	14,9%
2020	160,9	39,3	24,4%
2021	251,9	39,6	15,7%
2022	367,4	77,5	21%
2023	493	82,3	16,6%
2024	484,6	82,7	17%
2025	453	79	17,4%

Elaboración propia. Fuente: ICAA (2024a, 2025, 2026a).

Al poner en relación el crecimiento de la producción española con la cuota de pantalla, se concluye que el aumento en la producción de películas no se ha traducido en mayores ingresos (García-Santamaría y López Villanueva, 2019). Es por este motivo por el que, según Monterde (2019, p. 26), “deberíamos hablar de una inflación del sector de producción que no se corresponde con las posibilidades de los otros dos sectores industriales, la distribución y la exhibición”. Puede interpretarse que la fragmentación del mercado, caracterizado por la proliferación de pequeñas productoras, dificulta el desarrollo de estructuras empresariales robustas y la ejecución de proyectos ambiciosos con financiamiento adecuado. Sin embargo, también podría entenderse que la atomización del sector permite la multiplicación de proyectos e iniciativas que, pese a su modestia, aumentan el patrimonio cultural del Estado.

El objetivo principal de este trabajo (O1) es abordar un análisis del estado de la producción cinematográfica en España durante el período comprendido entre 2019 y 2025, a partir de los

datos de recaudación en salas publicados por el ICAA (2024a) y de la información relativa a las empresas que producen y distribuyen cada película (CULTURABase, 2025; ICAA, 2026b). Se pretende así evaluar el desempeño económico de la industria cinematográfica en términos de ingresos obtenidos y examinar en detalle las dinámicas y tendencias que han influido en la producción nacional durante estos años, coincidentes en algunos de ellos con la pandemia de COVID-19 y con las circunstancias adversas en las que se vio el conjunto de la producción cinematográfica española.

El segundo objetivo de este trabajo (O2) es identificar las alianzas estratégicas que las productoras españolas de más éxito comercial han establecido con el objeto de maximizar sus recursos y ampliar sus oportunidades en un mercado competitivo. Se quiere así reconocer los diferentes modelos de configuración empresarial adoptados por las productoras que han logrado destacarse durante este periodo. El objeto es, por lo tanto, identificar los factores clave que han permitido a algunas productoras alcanzar el éxito. En última instancia, este estudio pretende ofrecer una visión integral sobre el panorama contemporáneo de la producción cinematográfica en España.

Aunque existen estudios previos sobre el cine español desde una perspectiva industrial, apenas se han explorado específicamente las dinámicas de producción durante y después de la pandemia, un periodo que generó cambios sustanciales en la industria cultural mundial, pero cuyo verdadero alcance aquí se cuestiona. La novedad del estudio nace así de la actualidad del asunto tratado y su vigencia.

Cabe destacar igualmente el enfoque estructural, el cual pretende contribuir al cuerpo de estudios sobre el cine español desde una perspectiva industrial contemporánea. La atención a las alianzas estratégicas entre empresas del sector proporciona información relevante sobre los modelos de producción de éxito, siendo esta la principal aportación de este trabajo.

2. Metodología

El objeto material de este trabajo es el sector de la producción de cine español de mayor éxito entre los años 2019 y 2025, atendiendo a los resultados comerciales de su explotación en salas de cine y a las relaciones entre las empresas responsables de su creación y su distribución. El objeto formal desde el que se aborda este trabajo es el análisis de las estructuras de producción del sector seleccionado partiendo de una perspectiva industrial o estructural. La perspectiva metodológica de esta investigación se basa en el “enfoque estructural simple” aplicado al ámbito de la creación en el ámbito de la comunicación, que cree que “sin contexto no existe texto” (Reig, 2017, p. 21).

La investigación adopta una metodología de carácter descriptivo y comparativo, sustentada en un enfoque cualitativo enriquecido con datos cuantitativos. Este planteamiento metodológico permite identificar patrones estructurales estables en la producción cinematográfica española y evaluar su evolución a lo largo del periodo analizado, prestando especial atención a las posibles continuidades y transformaciones asociadas a la crisis sanitaria derivada de la pandemia de la COVID-19. La hipótesis de partida sostiene que, pese a la fuerte contracción del consumo en salas durante los años más críticos de la pandemia, los modelos de producción y comercialización del cine español no experimentaron alteraciones sustanciales, lo que reforzaría su carácter estructural antes que coyuntural.

Dentro del ámbito de estudio, el universo analizado incluiría toda la producción de películas (largometrajes) por empresas con base en España estrenada en salas de cine. Se ha acotado la población a la producción de entre 2019 y 2025, y a las compañías (activas) implicadas en su financiación, filmación y distribución: dado que se pretende analizar el impacto de la crisis

provocada por la pandemia en el sector, se entiende necesario incluir los años afectados directamente con estas circunstancias, pero también un año anterior y los posteriores.

Se ha decidido tomar una muestra, puesto que el universo de producciones españolas estrenadas en cine entre 2019 y 2025 alcanza (excluyendo las duplicaciones entre distintos años) los 2.649 títulos. El criterio por el que se toma la muestra es la comercialidad de los filmes, por cuanto la mayor parte de la recaudación se concentra en los títulos más taquilleros. Se han tomado para la muestra los diez largometrajes con mejores recaudaciones de cada uno de estos cinco años, lo que conformaría una muestra total de 70 obras. Esto significaría que se ha incluido una muestra del 3,2% de largometrajes españoles estrenados en 2019, el 3,4% de 2020, el 2,16% de 2021, el 2% de 2022, el 1,76% de 2023, el 1,78% de 2024 y el 1,63% de 2025.

La representatividad de la muestra se justificaría desde la concentración de buena parte de la recaudación de un año en los diez títulos más comerciales: el porcentaje medio de la recaudación de los diez largometrajes más comerciales es del 67,8% de la recaudación total, valor que varía ligeramente entre el 55,97% de 2025 y el 76,28% de 2020 (tabla 2). Los datos de número de espectadores/as son coherentes y proporcionales a las recaudaciones.

Tabla 2.

Porcentajes sobre el total de la recaudación y de la audiencia de las diez películas de nacionalidad española más comerciales entre 2019 y 2025.

Año	Recaudación	Porcentaje respecto total	Espectad.	Porcentaje respecto total
2019	67.906.992 €	72,15%	11.552.128	71,97%
2020	32.843.196 €	76,28%	5.657.964	76,67%
2021	31.767.774 €	75,08%	5.347.655	75,23%
2022	54.351.100 €	65,7%	9.152.049	66,2%
2023	55.340.537 €	67,88%	8.854.471	67,09%
2024	50.618.174 €	61,54%	7.956.175	61,26%
2025	44.266.984 €	55,97%	6.763.808	55,12%
MEDIA	48.156.394 €	67,8%	7.897.750	67,65%

Elaboración propia. Fuente: ICAA (2024a, 2025, 2026a).

El formulario de análisis compila la siguiente información para cada uno de los 70 filmes que forman parte de la muestra: ingresos en taquilla y cantidad de audiencia (basándose siempre en los datos del ICAA), la existencia o no de una Agrupación de Interés Económico (AIE) como entidad productora, la implicación en la producción de un canal de televisión (o un grupo televisivo) o de plataformas de video bajo demanda (VoD) y la empresa responsable de la distribución.

Antes de continuar, debe aclararse qué es una Agrupación de Interés Económico. La AIE es una empresa con personalidad jurídica y carácter mercantil, formada por diversas compañías, con el objeto de desarrollar la actividad de sus socios (Ley 12/1991). Este modelo de empresa se ha convertido en una fórmula eficaz para la producción cinematográfica, especialmente en el contexto del cine español, y su éxito en taquilla lo confirma. La razón hay que encontrarla en las

ventajas fiscales que puede lograr la productora en el caso de constituirse como AIE junto con otras empresas asociadas.

La Ley 55/2007, de 28 de diciembre, del Cine señala que el ICAA debe fomentar la creación de Agrupaciones de Interés Económico con objeto de mejorar el aprovechamiento de los incentivos fiscales. En el Proyecto de Ley del Cine y de la Cultura Audiovisual de 2024, aún pendiente de aprobación, se señala que “los incentivos fiscales aplicables al sector de la cinematografía y el audiovisual serán los establecidos en la normativa tributaria”, para lo cual “podrán constituirse agrupaciones de interés económico de acuerdo con lo previsto en la Ley 12/1991, de 29 de abril, de Agrupaciones de Interés Económico”. Se mantiene así la continuidad de la norma y la vigencia de la AIE como modelo de financiación.

Para la recogida de datos se han seguido varios pasos. En primer lugar, se identifican los diez largometrajes españoles con mayor recaudación en salas en cada uno de los años analizados (ICAA, 2020; ICAA, 2021; ICAA, 2022; ICAA, 2023; ICAA, 2024b; ICAA, 2025; ICAA, 2026a). En segundo lugar, se recopilan los datos cuantitativos relativos a recaudación y número de espectadores a partir de la información oficial publicada por el ICAA (2026b). En paralelo, se recogen datos cualitativos vinculados a la estructura empresarial de cada filme, incluyendo la identificación de AIE como entidades productoras, la participación de cadenas de televisión o plataformas VoD en la financiación y la empresa responsable de la distribución. Para ello se consulta la Base de datos de películas calificadas del ICAA (2026b).

Las variables recogidas se organizan en categorías analíticas con el fin de facilitar un análisis centrado en la identificación de los distintos modelos empresariales presentes en la muestra. El análisis descriptivo permite caracterizar el comportamiento de las principales variables cuantitativas, como ingresos en taquilla y número de espectadores, y detectar patrones recurrentes asociados al éxito comercial. De forma complementaria, el análisis comparativo posibilita el contraste de indicadores cuantitativos y cualitativos entre los distintos años del periodo analizado, lo que permite evaluar continuidades y variaciones en los modelos de producción y comercialización, especialmente en relación con el impacto de la pandemia.

Finalmente, el enfoque cualitativo apoyado en datos cuantitativos contribuye a una interpretación más profunda de las dinámicas de producción y de las relaciones entre los agentes implicados en la creación y circulación de los largometrajes analizados. La combinación de ambos tipos de datos, procedentes de una fuente única y homogénea (el ICAA), refuerza la fiabilidad de los resultados, reduce el riesgo de sesgos interpretativos y ofrece una lectura integrada de los factores estructurales que condicionan el rendimiento comercial del cine español contemporáneo.

3. Resultados

Antes de comentar los resultados obtenidos, se presenta una tabla con la información clave tomada, ordenada de forma cronológica, con los títulos que componen la muestra con mejores recaudaciones ordenados de mayor a menor por año.

Tabla 3.

Recaudación y estructura empresarial en los largometrajes españoles más comerciales entre 2019 y 2025.

2019	Espectad.	Recaudación	AIE	Partic. TV/VoD	Distrib.
<i>Padre no hay más que uno</i>	2.495.863	14.241.285 €	Sí	Atresmedia; Prime	Sony
<i>Lo dejo cuando quiera</i>	1.890.794	11.376.111 €	No	Telecinco	Sony
<i>Si yo fuera rico</i>	1.866.195	11.375.141 €	Sí	Telecinco; Movistar+	Paramount
<i>Mientras dure la guerra</i>	1.907.356	10.997.962 €	Sí	Movistar+	Disney
<i>Dolor y gloria</i>	947.226	5.766.876 €	Sí	RTVE	Sony
<i>Bajo el mismo techo</i>	598.627	3.595.755 €	Sí	RTVE; Movistar+; Canal Sur	Sony
<i>Perdiendo el este</i>	482.764	2.940.128 €	Sí	Atresmedia; Movistar+	Warner Bros
<i>Los Japón</i>	478.886	2.768.443 €	Sí	Atresmedia; Movistar+; Canal Sur	Warner Bros
<i>Quien a hierro mata</i>	425.190	2.525.989 €	Sí	Atresmedia; Movistar+; Netflix; TVG	Sony
<i>El silencio de la ciudad blanca</i>	459.227	2.319.302 €	Sí	Atresmedia; EiTB; Movistar+; Netflix	DeAPlaneta
2020	Espectad.	Recaudación	AIE	Partic. TV/VoD	Distrib.
<i>Padre no hay más que uno 2</i>	2.317.890	12.938.633 €	Sí	Atresmedia; Prime; Vodafone	Sony
<i>Adú</i>	1.088.469	6.371.655 €	Sí	Telecinco; Netflix	Paramount
<i>Malasaña 32</i>	610.057	3.760.940 €	Sí	Atresmedia; Movistar+	Warner Bros
<i>Hasta que la boda nos separe</i>	452.401	2.726.373 €	Sí	Atresmedia; Movistar+	A Contracorriente
<i>Superagente Makey</i>	328.633	1.828.232 €	Sí	Atresmedia; Movistar+	DeAPlaneta
<i>Eso que tú me das</i>	244.887	1.414.176 €	No	Atresmedia	Warner Bros
<i>El verano que vivimos</i>	164.334	1.042.969 €	Sí	Atresmedia	Warner Bros
<i>Si yo fuera rico</i>	159.010	975.044 €	Sí	Telecinco, Movistar+	Paramount
<i>La boda de Rosa</i>	154.193	921.191 €	Sí	Movistar+; RTVE; À Punt Media	Filmax
<i>No matarás</i>	138.090	863.983 €	Sí	Movistar+; RTVE; TV3	Filmax
2021	Espectad.	Recaudación	AIE	Partic. TV/VoD	Distrib.
<i>A todo tren. Destino Asturias</i>	1.500.811	8.493.358 €	Sí	Atresmedia; Movistar+	Warner Bros
<i>Way Down</i>	887.897	5.628.247 €	Sí	Telecinco; TF1 Studio; Movistar+	Sony
<i>Operación Camarón</i>	597.700	3.522.415 €	Sí	Telecinco; Movistar+	Disney
<i>El buen patrón</i>	528.523	3.336.892 €	Sí	RTVE; TV3	Tri Pictures
<i>Maixabel</i>	515.293	2.828.416 €	Sí	RTVE; Movistar+; EiTB	Disney
<i>Madres paralelas</i>	426.582	2.627.717 €	Sí	RTVE; Netflix	Sony

Mamá o papá	295.223	1.814.261 €	Sí	Atresmedia; Movistar+	Warner Bros
La familia perfecta	202.597	1.309.944 €	Sí	Atresmedia	Universal
D'Artacán y los tres mosqueteros	216.848	1.181.161 €	No	RTVE	A Contracorriente
García y García	176.181	1.025.363 €	Sí	RTVE; Prime; EiTB	A Contracorriente
2022	Espectad.	Recaudación	AIE	Partic. TV/VoD	Distrib.
Padre no hay más que uno 3	2.707.038	15.606.842 €	Sí	Atresmedia; Prime	Sony
Tadeo Jones 3	2.031.669	11.802.013 €	Sí	Telecinco; Movistar+	Paramount
Los renglones torcidos de Dios	907.628	5.725.147 €	No	Atresmedia; TV3	Warner Bros
A todo tren 2	779.890	4.747.528 €	Sí	Atresmedia; Movistar+	Warner Bros
El cuarto pasajero	668.990	4.334.214 €	Sí	Telecinco; Movistar+	Sony
As bestas	556.338	3.525.771 €	Sí	RTVE; Movistar+	A Contracorriente
Alcarràs	391.387	2.332.801 €	Sí	RTVE; Movistar+; TV3	Avalon
Modelo 77	387.774	2.121.540 €	No	Movistar+	Disney
Voy a pasármelo bien	360.169	2.096.725 €	Sí	RTVE; Prime	Sony
La vida padre	361.166	2.058.519 €	Sí	RTVE; Movistar+; EiTB	Paramount
2023	Espectad.	Recaudación	AIE	Partic. TV/VoD	Distrib.
Campeonex	1.975.785	11.888.158 €	Sí	Movistar+; RTVE	Universal
Ocho apellidos marroquíes	1.439.146	9.791.499 €	Sí	Telecinco; Movistar+	Universal
Vacaciones de verano	1.245.648	7.417.977 €	Sí	Atresmedia; Netflix	Sony
Momias	960.628	5.915.965 €	Sí	Atresmedia; Movistar+; TV3	Warner Bros
Vaya vacaciones	803.351	4.803.875 €	Sí	Telecinco; Movistar+	Universal
Mari(dos)	622.196	4.067.952 €	Sí	Telecinco; Movistar+	Walt Disney
La Navidad en sus manos	600.083	3.816.303 €	Sí	RTVE; Movistar+	A Contracorriente
As bestas	511.766	3.276.371 €	Sí	RTVE; Movistar+	A Contracorriente
El Hotel de los líos. García y García 2	363.814	2.229.338 €	Sí	RTVE; Prime Video	Walt Disney
Como Dios manda	332.054	2.133.099 €	Sí	Atresmedia; Movistar+	Warner Bros
2024	Espectad.	Recaudación	AIE	Partic. TV/VoD	Distrib.
Padre no hay más que uno 4	2.179.045	13.442.979 €	Sí	Atresmedia; Netflix	Sony
La infiltrada	1.274.000	8.108.000 €	Sí	Atresmedia; Eitb; Movistar+	Beta Fiction
Buffalo Kids	837.070	5.226.939 €	Sí	Atresmedia	Warner Bros
Odio el verano	818.250	5.211.627 €	Sí	Telecinco; Prime Video	Sony
La familia Benetón	622.534	4.067.728 €	Sí	Atresmedia; Netflix	Beta Fiction

Ocho apellidos marroquíes	483.445	3.286.882 €	Sí	Telecinco; Movistar+	Universal
El 47	501.667	3.228.506 €	No	RTVE; Movistar+; TV3	A Contracorriente
Casa en llamas	456.805	3.068.687 €	Sí	Atresmedia; TV3; Netflix	Vercine
Menudas piezas	387.581	2.546.827 €	Sí	Telecinco; Movistar+	Paramount
La habitación de al lado	395.778	2.430.999 €	No	Movistar+	Warner Bros
2025	Espectad.	Recaudación	AIE	Partic. TV/VoD	Distrib.
Padre no hay más que uno 5	2.043.434	13.406.008 €	Sí	Atresmedia; Netflix	Sony
El cautivo	792.199	5.285.371 €	No	RTVE; Netflix; RAI Cinema	Walt Disney
Wolfgang (Extraordinario)	597.938	3.974.083 €	Sí	Telecinco; Movistar+; 3Cat (TV3)	Universal
Los domingos	623.474	3.917.743 €	Sí	Movistar+	Bteam Pictures
La cena	611.017	3.742.080 €	Sí	RTVE; Movistar+; À Punt Mèdia	A Contracorriente
El casoplón	489.967	3.311.753 €	Sí	RTVE; Movistar+; EiTB;	Walt Disney
Un funeral de locos	437.336	3.024.460 €	Sí	Atresmedia; Prime Video	Sony
Sin cobertura	454.350	2.925.496 €	No	Atresmedia; Netflix	Sony
Sirat, trance en el desierto	438.187	2.897.450 €	Sí	Movistar+; ZDF/Arte	Bteam Pictures
Romería	275.906	1.782.540 €	Sí	RTVE; Movistar+; Netflix; Vodafone; TVG; 3Cat (TV3); ZDF/Arte	Elastica

Elaboración propia. Fuente: ICAA (2020, 2021, 2022, 2023, 2024b, 2025, 2026b).

A continuación se describen, organizados en diferentes apartados, los resultados obtenidos a partir del análisis descriptivo y comparativo aplicado.

3.1 Concentración de la recaudación y evolución de la audiencia

La concentración de la recaudación en pocas películas es sistemática, con valores sin grandes variaciones entre años. Como se apuntó, alrededor del 2-3% de las películas españolas estrenadas en salas de cine concentran una media del 67,8% de toda la recaudación del cine español. Este dato fortalece la idea de que la producción española está altamente polarizada y muy pocas películas gozan del éxito comercial. Podría comentarse, en todo caso, el crecimiento de la concentración de la recaudación en los diez títulos más comerciales en 2020 y 2021 a un 75-76%: son dos años en los que las recaudaciones se redujeron de forma contundente a causa de la crisis sanitaria en todo el sector, si bien el reparto de los mayores ingresos se hace de forma bastante similar tanto a 2019 como a 2022 y 2023, lo que supone una tendencia mantenida en el tiempo. Sin embargo, en 2024 y 2025 esta concentración de ingresos en los diez filmes más comerciales se reduce hasta el 55,97%, lo que podría indicar un cambio en la tendencia.

Durante los años 2020 y 2021, debido a las restricciones por la pandemia, la recaudación y la audiencia se vieron gravemente afectados, cayendo de manera significativa en comparación con 2019. La reducción de los ingresos del cine español en 2020 respecto a 2019 fue del 73,8%: las

duras condiciones sanitarias, sociales y económicas afectaron de lleno a la recaudación de las salas de cine, fuera cual fuera su procedencia.

A partir de 2022 se observa una recuperación progresiva tanto de la recaudación como de la asistencia a salas, con valores que se aproximan a los registrados antes de la crisis sanitaria en el caso de las películas de mayor éxito. La horquilla de ingresos de los títulos líderes vuelve a situarse en niveles comparables a los de 2019, lo que muestra una rápida reactivación de la demanda concentrada en los productos con mayor visibilidad industrial y capacidad de atracción del público. Esta recuperación, no obstante, se muestra desigual: aunque el volumen agregado de espectadores aumenta respecto a los mínimos de 2020 y 2021, los niveles globales de asistencia permanecen por debajo de los registrados antes de la pandemia, especialmente en los ejercicios finales del periodo analizado.

La recaudación media de los títulos incluidos en la muestra de los diez largometrajes más comerciales de cada año se sitúa en torno a los 6-7 millones de euros, aunque esta cifra resulta poco representativa debido a la fuerte asimetría de la distribución. En cada ejercicio analizado, únicamente entre uno y cuatro títulos superan dicha media, reproduciendo dentro de la propia muestra una marcada polarización entre la película más taquillera y las posiciones inferiores de la muestra. Esta desigualdad se mantiene constante a lo largo de todo el periodo 2019-2025, lo que refuerza la idea de que la concentración del éxito constituye un rasgo estructural del cine español y no un fenómeno coyuntural asociado a circunstancias excepcionales.

El número medio de espectadores por título del ranking se sitúa en 789.775. Si tomamos como referencia el valor simbólico del millón de espectadores, cuatro películas lo superaron en 2019, dos en 2020, una en 2021, dos en 2022, tres en 2023, dos en 2024 y una en 2025.

Aunque no es objeto de este trabajo analizar el género o el contenido de las obras de más éxito comercial, debe apuntarse que buena parte de las obras españolas más comerciales son comedias costumbristas o familiares que cuentan con elencos de actores y actrices célebres. Aunque pueda interpretarse aquí una continuidad de la tradición de la comedia española de décadas pasadas, los datos reflejan el claro aprecio del público por este género y una aplicación exitosa de sus técnicas de mercantilización.

En este marco, Santiago Segura se consolida como el principal referente de la taquilla española contemporánea. Sus franquicias de comedia familiar ocupan de manera recurrente las primeras posiciones del ranking anual de recaudación, con resultados que rivalizan con grandes estrenos internacionales. La continuidad de este liderazgo a lo largo del periodo analizado ilustra la capacidad de determinados modelos de producción para sostener el éxito comercial en un mercado caracterizado por la fragmentación de la oferta y por la progresiva transformación de los hábitos de consumo.

En conjunto, el periodo 2019-2025 evidencia que, pese a las profundas alteraciones provocadas por la pandemia y a la posterior recuperación parcial de la asistencia a salas, las dinámicas de concentración del éxito y de polarización de la demanda permanecen inalteradas. La evolución de la recaudación y de la audiencia confirma que el cine español sigue articulándose en torno a un número muy reducido de títulos capaces de movilizar al público, mientras que la mayor parte de la producción mantiene una presencia marginal en términos de explotación comercial en salas.

3.2 La Agrupación de Interés Económico como fórmula de éxito

La mayor parte de las películas españolas con mejores resultados en su explotación comercial en salas de cine (el 87,14% de la muestra) fueron producidas por una Agrupación de Interés Económico, frente a un porcentaje muy reducido de películas producidas bajo otras formas

societarias. Este dato refuerza la consideración de la AIE como un modelo especialmente adecuado para la financiación y la producción de proyectos cinematográficos con aspiraciones comerciales elevadas. En la mayoría de los ejercicios analizados, entre ocho y diez de las películas más taquilleras del año se produjeron a través de AIE, con variaciones puntuales que no alteran el patrón general. Incluso en los años de mayor disrupción del mercado, coincidentes con la pandemia, la AIE se mantiene como la estructura preferente para los largometrajes que concentran la mayor parte de la recaudación, lo que pone de manifiesto su capacidad de adaptación a contextos económicos adversos.

La AIE facilita la articulación de estructuras de financiación complejas, permite la participación conjunta de distintos agentes del sector audiovisual y aprovecha las ventajas competitivas de cada uno de los socios participantes, también en términos de visibilidad. En este sentido, resulta habitual la implicación, como socios de la AIE, de operadores de televisión, plataformas VoD y empresas de distribución cinematográfica, además de otros agentes, lo que favorece la integración de intereses industriales y la reducción del riesgo económico del proyecto. En términos de comercialidad, la recaudación media de las películas producidas por una AIE en la muestra fue de 4,94 millones de euros, frente a los 3,97 millones de recaudación media de las nueve obras de la muestra no producidas por una AIE.

En consecuencia, los datos correspondientes al periodo 2019-2025 permiten confirmar la validez estructural de la AIE como factor clave en la producción del cine español de mayor éxito comercial, más allá de coyunturas específicas o fluctuaciones anuales de la taquilla.

3.3 Socios estratégicos: televisión y plataformas VoD

Los operadores de televisión están presentes en todos y cada uno de los filmes del ranking de películas españolas más taquilleras entre 2019 y 2025, sin excepciones. Por número, el operador más frecuente es Movistar+, empresa que detenta el monopolio de la televisión por satélite en España, al tiempo que una plataforma de vídeo bajo demanda, como principal marca de entretenimiento de Telefónica en España. Movistar+ se encuentra presente en 44 de los 70 filmes de la muestra (es decir, el 62,8%). Además, en 39 títulos Movistar+ produce en asociación con RTVE, Atresmedia o Telecinco. Esto convierte a Movistar+ en un socio de los canales de televisión decisivo e influyente en su actividad en la producción cinematográfica, sin que haya lugar para la rivalidad. No puede garantizarse que una película participada por Movistar+ vaya a suponer un éxito comercial, pero sí puede concluirse que buena parte de las películas de éxito fueron participadas por Movistar+. En 2023 esta proporción se elevó a ocho de los diez títulos.

A Movistar+ le seguiría en frecuencia el grupo Atresmedia (o su filial cinematográfica, Atresmedia Cine), cuyo propietario mayoritario es el Grupo Planeta. Atresmedia está presente en 28 de los 70 largometrajes de la muestra (esto es, el 40%). RTVE, el grupo de televisión pública nacional, participaría de la producción de 22 filmes (el 31,4% de la muestra). Como parte del grupo Mediaset España (integrado a su vez en el conglomerado europeo MediaForEurope), Telecinco (y/o Telecinco Cinema) se encontraría presente en 15 títulos (un 21,4%).

En cuanto a la presencia de las televisiones públicas autonómicas en los largometrajes españoles más comerciales del periodo 2019-2025, destaca el papel de TV3, presente en nueve títulos de la muestra, seguida de EITB, con seis películas, y de Canal Sur, con tres títulos. TVG y À Punt Mèdia aparecen de forma más puntual, con dos películas cada una. Esto confirma una presencia desigual pero sostenida de los operadores autonómicos en el cine español de mayor rendimiento comercial.

La presencia de los operadores de televisión en los largometrajes españoles más comerciales entre 2019 y 2025 muestra una clara concentración de la recaudación en torno a Movistar+, seguido por Atresmedia, Mediaset España y RTVE. Entre 2021 y 2023 se observa un incremento

significativo de la participación de RTVE, que pasa a ocupar posiciones previamente dominadas por los operadores privados, si bien RTVE presenta una recaudación acumulada inferior al de dichos operadores.

En lo relativo a la participación de plataformas VoD en los listados del cine español más comercial, destaca la presencia de Netflix (doce títulos, incrementando su presencia en los dos últimos años), Prime Video (en ocho obras) y el operador de telecomunicaciones Vodafone (en dos). Ninguno de los diez largometrajes españoles más comerciales entre 2019 y 2025 está participado por HBO Max o Disney+.

Entre 2019 y 2025, entre dos y cinco de las películas de la muestra contaron cada año con la participación en la producción de Prime Video, Netflix o Vodafone. En 2019 fueron tres de las diez películas, mientras que entre 2020 y 2023 esta cifra se estabiliza en dos títulos anuales. En 2024 y 2025 se observa un aumento, con cuatro y cinco películas respectivamente. Las obligaciones de financiación en obra audiovisual europea derivadas de la Ley General de la Comunicación Audiovisual de 2022 ha implicado un aumento de la implicación de las plataformas VoD en la producción, con películas que han tenido las salas de cine como primera ventana de amortización. En este sentido, el sector se encuentra inmerso en un periodo de transición caracterizado por la coexistencia de dinámicas estructurales persistentes, la proliferación de agentes y un horizonte incierto respecto a los efectos reales del nuevo marco legal (Pérez-Morán y Guarinos, 2025).

3.4 Socios estratégicos: distribuidoras

La atención a las empresas responsables de la distribución del cine español más taquillero entre 2019 y 2025 ofrece resultados relevantes para comprender el ecosistema cinematográfico español: el 71,4% de los largometrajes de la muestra (50 títulos) fue distribuido por alguna de las filiales nacionales de distribución de los estudios de Hollywood.

Si se atiende a la concentración de los ingresos en taquilla de los filmes en función de la distribuidora, los resultados en orden de recaudación son los siguientes: en primer lugar, Sony (17 largometrajes), con 126,1 millones de euros; en segundo lugar, Warner (13 largometrajes), con 48,4 millones; en tercer lugar, Paramount (6 largometrajes), con 35,1 millones; en cuarto lugar, Universal (6 largometrajes), con 35 millones; y, en quinto lugar, Disney (8 largometrajes), con 26,7 millones. De forma conjunta, sumarían 271,4 millones de euros. Considerando que la suma completa de la recaudación de toda la muestra es de 379,9 millones, la parte proporcional de la recaudación por parte de distribuidoras internacionales sería del 71,5% del total.

Las distribuidoras filiales de los grandes estudios internacionales dominan la taquilla del cine internacional, pero también del cine español. Estas distribuidoras manifiestan así su capacidad para lograr una mayor presencia en salas de cine y aplicar campañas promocionales efectivas, sea cual sea el origen de las obras que distribuyen y promocionan. La hegemonía de las grandes distribuidoras internacionales queda así en evidencia.

El 28,5 % restante de la recaudación (20 títulos) se reparte entre distribuidoras nacionales que, aunque no concentran el grueso de la taquilla como las filiales de los grandes estudios, desempeñan un papel estructural en la circulación del cine español. Destaca de forma muy significativa A Contracorriente, que con ocho películas en la muestra alcanza una recaudación acumulada de aproximadamente 22,5 millones de euros, lo que la consolida como la principal distribuidora nacional en términos de resultados comerciales. A continuación se sitúan DeAPlaneta, BTeam Pictures y la histórica Filmax, con dos filmes en la muestra cada una, seguidas de Tri Pictures, Avalon y Elástica, con una película en la muestra. Persiste así un tejido nacional activo en la distribución del cine español más comercial.

Se constata una continuidad clara en la hegemonía de las distribuidoras internacionales en la comercialización del cine español de mayor recaudación. No obstante, la pandemia introduce un leve desplazamiento en la visibilidad de las distribuidoras nacionales, que ganan presencia en el listado de los largometrajes más comerciales del periodo, en muchos casos vinculados a propuestas de carácter autoral. Aunque los niveles de recaudación global se reducen tras 2020, esta mayor presencia de operadores nacionales pone de manifiesto un ensanchamiento relativo del espacio del cine español de autor dentro del circuito comercial, compatible con el dominio estructural de las *majors*, pero revelador de una reconfiguración parcial de los equilibrios del mercado.

3.5 Síntesis de resultados

Los resultados obtenidos sobre la producción cinematográfica española y su comercialización en salas entre 2019 y 2025 permiten extraer una serie de conclusiones estructurales. En primer lugar, la polarización del éxito comercial constituye un rasgo persistente del cine español. Entre aproximadamente el 2% y el 3% de los largometrajes estrenados cada año concentran una media cercana al 68% de la recaudación total, con valores superiores durante los años de la pandemia y una reducción apreciable en 2024 y 2025. Esta dinámica confirma que únicamente una minoría muy reducida de películas logra una explotación comercial significativa en salas, mientras que la mayor parte de la producción permanece en una posición marginal en términos de visibilidad y de ingresos. El incremento sostenido del número de títulos producidos y estrenados no se ha traducido, por tanto, en una distribución más equilibrada de la recaudación.

En segundo lugar, el análisis confirma la centralidad de la Agrupación de Interés Económico (AIE) como fórmula empresarial dominante en el cine español de mayor éxito comercial. El 87,1% de los títulos de la muestra fueron producidos bajo esta figura jurídica, que se mantiene como el modelo preferente incluso durante los años de mayor disrupción del mercado, tanto por sus ventajas fiscales como por sus buenos resultados comerciales.

En tercer lugar, los operadores de televisión desempeñan un papel determinante en la producción del cine español más comercial. Todos los títulos incluidos en la muestra cuentan con la participación de al menos un operador televisivo. Movistar+ destaca como el socio más frecuente, seguido de Atresmedia, RTVE y Mediaset España. La participación de RTVE se intensifica especialmente entre 2021 y 2023, mientras que las plataformas VoD incrementan su presencia en los dos últimos años del periodo analizado, en consonancia con las obligaciones de inversión derivadas de la Ley General de la Comunicación Audiovisual de 2022.

En cuarto lugar, la atención a las empresas distribuidoras pone de manifiesto una hegemonía clara de las filiales de los grandes estudios internacionales. Junto a ellas, las distribuidoras nacionales mantienen una presencia minoritaria pero estructural, con una mayor visibilidad de propuestas de carácter autoral tras la pandemia.

Por último, en relación con la evolución de la taquilla durante la pandemia, los datos confirman una caída abrupta de la recaudación y de la asistencia en 2020 y 2021, seguida de una recuperación progresiva a partir de 2022, especialmente en el segmento del cine español más comercial. No obstante, los niveles globales de asistencia permanecen por debajo de los valores previos a la crisis sanitaria. Pese a la recuperación parcial del mercado, las dinámicas estructurales de concentración del éxito y de polarización de la demanda continúan definiendo el cine español contemporáneo.

4. Discusión y conclusiones

Este trabajo ha tenido como propósito el análisis del sector de la producción de cine español y su comercialización entre 2019 y 2025, coincidiendo durante algunos años con la crisis sanitaria

provocada por la pandemia. Paralelamente, se ha atendido a la estructura empresarial alrededor de las obras de mayor éxito en taquilla y a las alianzas estratégicas que pueden condicionar dicha comercialización y sus resultados.

El principal punto fuerte de esta investigación es la vigencia y la actualidad del análisis de la cinematografía española desde una perspectiva industrial. Puede destacarse igualmente el análisis holístico de las dinámicas de producción y comercialización en el cine español y la voluntad de rigurosidad del trabajo y de la selección de la muestra de análisis, sostenido desde los datos proporcionados por el ICAA. En último lugar, se ha logrado información reveladora sobre los modelos empresariales de éxito y sus estrategias en el contexto del cine español contemporáneo.

Por el contrario, y como principales puntos débiles, este trabajo no ha abordado la relación entre narrativa o géneros cinematográficos y comercialidad y no ha atendido a la percepción de la audiencia española acerca del cine nacional, cuestiones que, por otra parte, quedaban fuera de los objetivos de la investigación. La dependencia de los datos ofrecidos por el ICAA supone tanto una fortaleza como una debilidad, por cuanto no se cuenta con otras fuentes para corroborar la fiabilidad de los datos cuantitativos; en todo caso, el ICAA es la principal fuente institucional sobre cinematografía en España y la validez de la información que proporciona no se cuestiona.

Los resultados obtenidos confirman el mantenimiento de la polarización del sector que ya percibían Álvarez Monzoncillo y López Villanueva (2006) o el ICAA (2024a) y el crecimiento de la producción, tendencia que arranca a mediados de la década de los años noventa (Ansola, 2003) y que se expande (gráfico 1) con la digitalización de la producción y la reducción de los presupuestos, multiplicando así la atomización del sector (Álvarez Monzoncillo y López Villanueva, 2006). Este aumento de la producción no se tradujo en un aumento de los ingresos para el cine español (García Santamaría y López Villanueva, 2019), como demuestran las recaudaciones anuales del cine español, que raramente superan los 100 millones de euros o el 20% de cuota de pantalla (tabla 1).

Además, la media de concentración de la recaudación en los diez títulos más comerciales entre 2019 y 2025 fue del 67,8% (tabla 2), valor muy cercano al 71,3% de media de concentración entre 2016 y 2018 (Pérez-Rufí y Castro-Higueras, 2020). La pandemia implicó una contundente reducción de los ingresos del cine español en las salas del cine entre 2019 y 2020, en concreto del 73,8%, pero la distribución de los ingresos fue proporcional a los años anteriores, de tal modo que los diez títulos más comerciales concentraron en 2020 el 75% de los ingresos del cine español.

Entre 2016 y 2018, el 80% de las películas españolas más taquilleras contó con la producción de una AIE (Pérez-Rufí y Castro-Higueras, 2020), porcentaje que entre 2019 y 2025 ascendió al 87,1%. Se percibe de nuevo una continuidad en los modelos de empresas productoras clave.

Como ocurrió entre 2016 y 2018, “el taquillazo español necesita de la participación casi obligatoria de una cadena de televisión, ya sea a través de una AIE o bien directamente como productora” (Pérez-Rufí y Castro-Higueras, 2020, p. 176). Todos los filmes de la muestra analizada contaron con la intervención en la producción de un operador de televisión (nacional o autonómico) y, adicionalmente, de una plataforma VoD. Las leyes generales de la Comunicación Audiovisual del año 2010 y del año 2022, a partir de la legislación previa europea y nacional, establecen la obligación de financiación de producción cinematográfica española (en unas cuotas determinadas), razón por la que las televisiones (y posteriormente las plataformas VoD) han invertido en cine español, al punto de liderar el sector.

Este dominio de la taquilla española por parte de las producciones participadas por la televisión resulta, por lo tanto, una consecuencia de las políticas audiovisuales y un detonante del incremento de la producción española. Los años de pandemia no detuvieron esta dinámica. La pauta se

mantiene en las últimas décadas (García Santamaría y López Villanueva, 2019) y llega a condicionar el logro de ayudas públicas (Monterde, 2019), lo que convierte a estos operadores no ya en socios estratégicos, sino en socios obligados en el caso de que se aspire al éxito comercial. A los operadores de televisión, se les suman las plataformas VoD (también obligadas a financiar la producción española), tímidamente en principio y con mayor presencia desde 2024.

Por último, se vuelve a confirmar el alto componente oligopolístico de la distribución en salas (Álvarez Monzoncillo y López Villanueva, 2006), así como el dominio de las distribuidoras internacionales también en la circulación de obra española y su papel estratégico como aliadas necesarias del cine español (Pérez-Rufí y Castro-Higueras, 2020). Junto a esta hegemonía, se observa una mayor presencia de propuestas de cine de autor entre los títulos con mejores resultados comerciales, en muchos casos sostenidas por el apoyo de operadores de televisión y plataformas VoD, con Movistar+ como actor central. En este contexto, adquiere una importancia creciente la distribución independiente, que contribuye a ampliar el espacio de visibilidad del cine autoral dentro del circuito comercial, sin alterar el dominio estructural de las *majors*.

Los resultados permiten matizar la hipótesis inicial y confirman que la crisis sanitaria no alteró de manera sustantiva las estructuras empresariales que sostienen la producción del cine español ni los modelos dominantes de su comercialización en salas, aun cuando la recaudación experimentó una caída significativa durante los años más críticos de la pandemia.

En este sentido, los resultados refuerzan la interpretación de que los rasgos que definen la producción del cine español de mayor éxito comercial analizado en este estudio responden a dinámicas estructurales más que a coyunturas excepcionales. La pandemia actuó como un factor de perturbación temporal en los niveles de asistencia y recaudación, pero no modificó de forma sustancial los equilibrios empresariales, las alianzas estratégicas ni los mecanismos de acceso al mercado. La centralidad de determinados actores industriales y la dependencia de políticas públicas de apoyo a la producción y a la financiación continúan configurando el marco en el que se desarrolla el cine español de mayor éxito comercial.

Este trabajo queda abierto a futuras ampliaciones y actualizaciones que permitan profundizar en algunas de las cuestiones apuntadas. Resulta especialmente pertinente analizar con mayor detalle el papel de las plataformas VoD como financiadoras y coproductoras del cine español en muestras más amplias, así como evaluar si su creciente presencia incide en otros indicadores de visibilidad, circulación o rentabilidad. Asimismo, se plantea como línea de investigación futura el estudio comparado del impacto de los cambios legislativos recientes en la producción cinematográfica española y su contraste con otras industrias europeas que operan bajo directivas comunitarias similares, con el fin de determinar hasta qué punto estos marcos normativos condicionan las estrategias empresariales y los modelos de éxito.

Referencias

- Adgate, B. (2021, 10 de diciembre). The Impact COVID-19 Had On The Entertainment Industry In 2020. *Forbes*. <https://bit.ly/3C83zjo>
- Álvarez Monzoncillo, J. M. y López Villanueva, J. (2006). *La situación de la industria cinematográfica española: políticas públicas ante los mercados digitales*. Fundación Alternativas. <https://bit.ly/4e94sFF>
- Ansola González, T. (2003). La producción de cine en España durante la década de los noventa: una aproximación. *Área Abierta*, (6), 1-14. Disponible en <https://tinyurl.com/yxfjdex8>
- Carballo Sánchez, A. (2022). La industria del cine en España. Estado de la cuestión en tiempos de pandemia y pospandemia en los ámbitos de producción, distribución y exhibición. *Revista Panamericana De Comunicación*, 4(1), 70-83. <https://doi.org/10.21555/rpc.v4i1.2553>
- Coronado Ruiz C. (2022). Más mujeres en el cine: CIMA y su trabajo en positivo para cambiar lo negativo. *Área Abierta*, 22(2), 155-171. <https://doi.org/10.5209/arab.79078>
- Cuevas, A. (1999). *Economía cinematográfica: la producción y el comercio de películas*. Imaginógrafo.
- Formoso, M. J. (2022). Transformación de los sistemas de producción audiovisual tras la pandemia: Estudio del caso de España en el contexto europeo. *Palabra Clave*, 25(3), 1-27. <https://doi.org/10.5294/pacla.2022.25.3.7>
- García Fernández E. C., Reyes Moreno M. y Clemente Mediavilla J. (2014). Público y cine en España. Problemas de identidad y marca para un cine propio. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 20(2), 695-718. https://doi.org/10.5209/rev_ESMP.2014.v20.n2.47029
- García Fernández, E. M. (Ed.) (2015). *Marca e identidad del cine español: proyección nacional e internacional entre 1980 y 2014*. Fragua.
- García Santamaría, J. V. y López Villanueva, J. (2019). Relaciones cine-televisión. Las televisiones en la producción de cine español. En C. F. Heredero (Ed.), *Industria del cine y el audiovisual en España. Estado de la cuestión. 2015-2018* (pp. 219-256). Festival de Cine de Málaga e Iniciativas Audiovisuales. <https://bit.ly/3C4Fx90>
- Gil-Ramírez, M., Chamizo-Sánchez, R. y Gómez-de-Travesedo-Rojas, R. (2024). Mujer y cine: un binomio en construcción. Análisis de la segregación por género en la producción de largometrajes españoles. *Revista Mediterránea De Comunicación*, 15(2), e25001. <https://doi.org/10.14198/MEDCOM.25001>
- Gómez-Pérez, F. J. y Jódar-Marín, J. Á. (2020). Radiografía al raquíntico cine español del siglo XXI: entre el lowcost y el crowdsourcing. En *Comunicación y Diversidad. Libro de comunicaciones del VII Congreso Internacional de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación* (pp. 615-634). Asociación Española de Investigación de la Comunicación. <https://idus.us.es/handle/11441/126904>
- Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales (ICAA) (2020). Recaudación y espectadores internacionales Cine Español año 2019. <https://bit.ly/3Uvd9mQ>
- Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales (ICAA) (2021). Recaudación y espectadores internacionales Cine Español año 2020. <https://bit.ly/4f4C3BV>
- Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales (ICAA) (2022). Recaudación y espectadores internacionales Cine Español año 2021. <https://bit.ly/40tkTcK>

Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales (ICAA) (2023). Recaudación y espectadores internacionales Cine Español año 2022. <https://bit.ly/3YK4krF>

Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales (ICAA) (2024a). Anuario de cine. Año 2023. <https://bit.ly/3BZRFrJ>

Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales (ICAA) (2024b). Recaudación y espectadores internacionales Cine Español año 2023. <https://bit.ly/4fIDz2c>

Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales (ICAA) (2024c). Búsqueda de películas calificadas. <https://sede.mcu.gob.es/CatalogoICAA>

Jiménez Alcarria, F. y Mejón, A. (2022). Formas de producción en el cine español: Los remakes participados por Telecinco Cinema. *Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación*, 9(17), 233-251. <https://doi.org/10.24137/raeic.9.17.10>

Khlystova, O., Kalyuzhnova, Y. y Belitski, M. (2022). The impact of the COVID-19 pandemic on the creative industries: A literature review and future research agenda. *Journal of Business Research*, (139), 1192-1210. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.09.062>

Ley 12/1991, de 29 de abril, de Agrupaciones de Interés Económico. Boletín Oficial del Estado, 103, de 30 de abril de 1991, pp. 1-12. <https://bit.ly/3Ay4nNY>

Ley 22/1999, de 7 de junio, de Modificación de la Ley 25/1994, de 12 de julio, por la que se incorpora al Ordenamiento Jurídico Español la Directiva 89/552/CEE, sobre la coordinación de disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros, relativas al ejercicio de actividades de radiodifusión televisiva. Boletín Oficial del Estado, 136, de 8 de junio de 1999, pp. 21765-21774. <https://bit.ly/4hr9qR8>

Ley 55/2007, de 28 de diciembre, del Cine. Boletín Oficial del Estado, 312, de 29 de diciembre de 2007, pp. 1-30. <http://bit.ly/3IX3pNm>

Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual. Boletín Oficial del Estado, 79, de 01/04/2010, pp. 1-51. <https://bit.ly/4hvUz8a>

Ley 13/2022, de 7 de julio, General de Comunicación Audiovisual. Boletín Oficial del Estado, 68, de 8 de julio de 2022, pp. 1-92. <http://bit.ly/3CWAwmR>

Monterde, E. (2019). La producción cinematográfica. Elementos para la reflexión. En C. F. Heredero (Ed.), *Industria del cine y el audiovisual en España. Estado de la cuestión. 2015-2018* (pp. 23-114). Festival de Cine de Málaga e Iniciativas Audiovisuales. <https://bit.ly/3C4Fx90>

Pardo, A. y Sánchez-Tabernero, A. (2012). Concentración de la distribución cinematográfica en España. *Anàlisi: Quaderns de comunicació i cultura*, (47), 37-56. <https://doi.org/10.7238/a.v0i47.1894>

Pérez-Rufí, J. P. y Castro-Higueras, A. (2020). Producción de cine en España: el éxito condicionado por las empresas participantes. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 11(1), 169-178. <https://doi.org/10.14198/MEDCOM2020.11.1.3>

Peujo Fozap, F. M., Bastiere Rocas, A. y González Pérez, R. (2023). Impacto del COVID-19 en la Industria Cinematográfica: Inversión e Innovación en los servicios de Streaming. *Ánálisis Económico*, 38(99), 195-210. <https://doi.org/10.24275/uam/azc/dcsh/ae/2023v38n99/Peujo>

Prieto Sacristán, J. (2021). Los modelos de financiación de las industrias creativas y culturales. En V. Ateca Amestoy, J. J. Ganuza y J. Prieto Sacristán (Eds.), *El caso de la financiación de la producción cinematográfica española y los modelos de garantías* (pp. 171-196). Funcas.

Proyecto de Ley del Cine y de la Cultura Audiovisual, 121/000026, de 18 de junio de 2024.
Boletín Oficial de las Cortes Generales, Congreso de los Diputados, de 21 de junio de 2024. <https://bit.ly/3YLy7jS>

Reig, R. (2017). Metodología para el estudio de la estructura mundial de la información. En R. Reig y A. Labio (Eds.), *El laberinto mundial de la información: estructura mediática y poder* (pp. 15-33). Anthropos.

Videla-Rodríguez J. J., García-Torre M. y Formoso-Barro M. J. (2022). Arte y gestión: las mujeres en la producción cinematográfica. *Investigaciones Feministas*, 13(1), 423-434. <https://doi.org/10.5209/infe.77079>

Vila Oblitas, J. R. y Rodríguez Tortosa, P. (2019). Estacionalidad en la industria cinematográfica española. *Revista Perspectiva Empresarial*, 6(2), 87-108. <https://doi.org/10.16967/23898186.604>