

# Índice

Introducción	11
Capítulo I. Financiamiento del proyecto cinematográfico peruano	15
1. Costos de producción y modelo de presupuesto en el cine peruano	15
2. Rangos y distribución de costos de películas peruanas estrenadas comercialmente (1998-2017)	26
3. Formas de financiamiento de una película peruana	29
3.1 Concurso de proyectos del Ministerio de Cultura del Perú y la Dirección del Audiovisual, la Fonografía y los Nuevos Medios	36
3.2 Fondo Ibermedia	42
3.3 Aide aux Cinémas du Monde	44
3.4 Fondo Hubert Bals del Festival Internacional de Cine de Róterdam	45
3.5 World Cinema Fund del Festival Internacional de Cine de Berlín	46
3.6 Fondo Visions Sud Est	46
3.7 Sundance Institute	47
3.8 La coproducción	47
4. Herramientas del financiamiento	47
4.1 La carpeta del proyecto	47
4.2 El <i>pitching</i> o sustentación presencial del proyecto	49
4.3 Planes de financiamiento	50
Anexos	52
Anexo 1. Películas peruanas premiadas por los fondos Ibermedia, Conacine y DAFO (1996-2015)	52
Anexo 2. Modelo de contrato de coproducción cinematográfica	58
Anexo 3. Dos ejemplos de coproducciones: <i>La teta asustada</i> (Perú-España) y <i>Contracorriente</i> (Perú-Colombia)	60

Anexo 4. Recaudación mundial de la película peruana <i>La teta asustada</i>	69
Anexo 5. Los premios Platino FIPCA - EGEDA	70
Capítulo II. Mercado peruano de distribución y exhibición cinematográficas	73
1. Distribución y exhibición	73
1.1 Salas y pantallas de cine en el Perú	75
1.2 El mercado de distribución de cine en el Perú	84
1.3 Análisis del mercado cinematográfico en el Perú	88
1.4 Comportamiento del cine iberoamericano en el Perú	97
2. Tipos de lanzamiento y circuitos de salas	102
3. Recaudación y asistencia del mercado cinematográfico en el Perú (1998-2017)	103
4. Ventanas de exhibición de una película y sus tiempos de permanencia	108
5. Agentes de ventas internacionales de cine	114
6. Exhibición y distribución del cine regional peruano	115
Capítulo III. Distribución y exhibición del cine en el mundo	119
1. Exhibición de cine en el mundo	119
2. Contexto cinematográfico en el mundo (2014-2016)	123
3. Comportamiento cinematográfico de algunos países en los años 2014 y 2016	126
4. Comparación de asistencia de espectadores en Europa (2008-2017)	130
4.1 El mercado cinematográfico español	133
5. Situación del cine en América Latina	136
5.1 Datos generales del mercado cinematográfico de nueve países de América Latina (2013-2017)	149
6. Situación del cine a escala mundial	159
Capítulo IV. Películas peruanas en el mercado nacional	161
1. El cine peruano (1998-2017)	161
2. Comparación entre el cine peruano de los años 2006, 2015 y 2017	169
2.1 El cine del 2006	169
2.2 El cine del 2015	169
2.3 El cine del 2017	172
Capítulo V. Marketing del cine peruano	177
1. <i>Marketing</i> del cine nacional en el Perú	177
2. Criterios de <i>marketing</i> para el lanzamiento de una película	178
2.1 Identificar al público de la película	179
2.2 Elegir la mejor fecha del año para el estreno ( <i>film competitive</i> )	179
2.3 Estrategias de <i>marketing</i> y sus herramientas directas e indirectas	179
3. Materiales de lanzamiento de una película peruana	186
4. Diseño y costos de la campaña de <i>marketing</i> . El caso de la película <i>Rocanrol '68</i>	189

Capítulo VI. Distribución del cine peruano	215
1. Decisiones preliminares	215
2. Determinación de las estrategias de distribución	215
3. Fases de estreno de una película	217
4. Formas de explotación de una película en el Perú	217
5. Relación productor-distribuidor durante la exhibición de la película	218
6. Comparación del lanzamiento, el financiamiento, los costos y las expectativas de dos largometrajes peruanos en el 2013 y el 2014	221
7. Comparación del lanzamiento, el financiamiento, los costos y las expectativas de dos largometrajes peruanos del 2007	223
Conclusiones	229
Referencias	231
Bibliografía	235