

# DEISICA

## 35

**SICA**  
■■■■■■■■■■ APMA  
SINDICATO DE LA INDUSTRIA CINEMATOGRAFICA ARGENTINA  
ANIMACION PUBLICIDAD Y MEDIOS AUDIOVISUALES

📍 Juncal 2029, CABA.

📘 @sica.sindicatocine

📷 @sicaapma

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



## AUTORIDADES SICAAPMA

SINDICATO DE LA INDUSTRIA CINEMATOGRAFICA ARGENTINA

### Secretario General

Guido Valerga

### Secretaria Adjunta

Laura Fortini

### Secretario Gremial

Pedro Marra

### Secretario Tesorero

Diego Galíndez

### Secretaria de Organización e Interior

Laura Perales

### Secretario de Prensa y Cultura

Luciano Bertone

### Secretaria de Acción Social y DDHH

Mónica Barbero

### Prosecretario Gremial 1°

Nicolás Tabarez

### Prosecretario Gremial 2°

Carlos Welti

### Vocal Titular 1°

Mili Chaín

### Vocal Titular 2°

Lautaro Santos

### Vocal Titular 3°

María Sol Muñoz

## EQUIPO DE TRABAJO DEISICA

### Coordinación Deisica

Ricardo Corradini

### Procesamiento de datos y estadística

Juan López Moses


### Diseño gráfico


Silvana Segú

### Infografías

Alejandro Bogado

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

 @sica.sindicatocine

 @sicaapma

 Juncal 2029, CABA.

## ÍNDICE

Editorial	5
Estadísticas generales	8
Estrenos con trabajo registrado / Trabajo en la industria	9
<b>Trabajo en la industria</b>	<b>11</b>
Largometrajes / Estadísticas generales / Producciones realizadas	12
Puestos de trabajo por rama / Producciones por mes	13
Producciones por cantidad de puestos de trabajo	14
Provincias de rodaje	15
Producciones realizadas con trabajo registrado	16
Publicidad / Estadísticas generales	20
Producciones por mes / Puestos de trabajo por rama	21
Ranking de productoras	22
Productoras en la provincia de Córdoba / Provincias de rodaje	23
Rubros / Clientes	24
Países destinatarios / Continentes destinatarios	25
Producciones por mes	26
Ambos sectores / Personal técnico empleado / Promedio de días	30
Puestos de trabajo por rol	31
<b>Género</b>	<b>35</b>
Puestos de trabajo por género / Promedio de días trabajados por género	36
Técnicas empleadas	37
Mujeres por rol: Largometrajes	38
Mujeres por rol: Publicidad	40
Participación de mujeres por rama	42
Cabezas de equipo por género	44
Segregación ocupacional horizontal	45
<b>Cines</b>	<b>47</b>
Cine nacional / Estadísticas generales	48
Estrenos y recaudación por género	49
Estrenos y espectadores por calificación y por distribuidora	50
Estrenos y recaudación de coproducciones	51
Títulos estrenados	52
Redes sociales: Facebook	60
Redes sociales: YouTube	62
Trabajo registrado	64
Trabajo registrado: Ficción	66

Trabajo registrado: Documentales	68
Cines: Estadísticas generales	70
Espectadores por provincia	71
Espectadores en capitales provinciales	72
Espectadores per cápita	73
Recaudación por provincia	74
Pantallas por provincia	75
Departamentos y partidos con salas	76
Pantallas en el AMBA	77
Tipos de sala	78
Espectadores y recaudación por país de origen	79
Recaudación por género / Espectadores y recaudación por calificación	80
Espectadores y recaudación por circuito / Pantallas por circuito	81
Circuitos por provincia	82
Top 20	83
Rango de espectadores	84
Espectadores y recaudación por distribuidora	85
Espectadores y recaudación por mes	87
Estrenos por mes y por país de origen	88
Estrenos por distribuidora y por género	89
Semanas en cartel	90
Copias	91
Formato 3D	92
Recaudación, espectadores y estrenos en 3D	93
<b>Cine en televisión</b>	<b>95</b>
Países de origen	96
Continentes de origen	97
Películas nacionales	98
Películas por década	99
<b>Años 2020 a 2024</b>	<b>101</b>
Espectadores / Valor promedio de la entrada	12
Estrenos / Recaudación en 3D	103
Espectadores en circuitos extranjeros / Cine nacional: las más vistas	104
Trabajo en la industria / Técnicos/as por rama	105
Provincias de rodaje / Destino de las producciones publicitarias	106

## LA ERA DEL TOTALITARISMO EPISTÉMICO

### La permanente disputa por la soberanía de datos como instrumento político sindical

**E**n la actualidad los dispositivos conectados a internet y los satélites que los conectan producen datos. Estos datos son generados por instituciones y personas. Según la European Data Strategy el volumen mundial de datos pasaría de 33 zettabytes en 2018 a 175 en 2025 (EDS 2018 at Rikap 2026). Para tratar de tener una idea de lo que esa cifra significa usaremos un parámetro más cercano a los simples mortales: 1 zettabyte equivale a un trillón de gigabytes; pensemos que un dispositivo móvil o una computadora personal almacenan entre 128 gigas y 2 tera (2.000 gigas). Teniendo en cuenta que existen más de 5.300 millones de usuarios activos en internet, podemos concluir que aproximadamente el 70% de las personas en el mundo están produciendo datos cotidianamente. (Cisco 2020 at Rikap 2026)

Estos datos crudos son almacenados en tres grandes nubes, que pertenecen a las corporaciones transnacionales tecnológicas Google, Amazon y Microsoft, respectivamente. Este ecosistema procesa estos datos con una técnica llamada “aprendizaje profundo” o “redes neuronales profundas”, conformando un grupo de pocos compradores que imponen sus condiciones (oligopsonio), depredando sistemáticamente el conocimiento. (Rikap 2026)

A nivel estructural, el capital ejerce un control general mediante la opacidad de métricas y el uso de Big Data, lo que permite que las plataformas “irradien” sus decisiones comerciales operando de un extremo a otro de la cadena de valor, es decir, de manera integrada verticalmente, donde una misma compañía se encuentra presente como actor dominante desde la etapa de producción hasta la comercialización minorista (Becerra, 2024).

Traspolando al mundo del trabajo, lo que nos advierte Becerra, podemos colegir que, en el ecosistema audiovisual, son las empresas productoras las que concentran la información de los datos que permitirían generar conocimiento sobre las métricas laborales que dan cuenta de las trayectorias de los y las trabajadoras del sector.

En el sector de la industria cinematográfica, animación, publicidad y medios audiovisuales de la Argentina, ocurre una anomalía. Estos datos, que

son producidos a través de la generación de los contratos entre la empresa productora y el personal técnico, son almacenados y sistematizados por el Sindicato que representa a las y los trabajadores del sector.

Dos instrumentos fundamentales resguardan la soberanía de la generación de datos por parte del sector del trabajo, y no del capital: el sistema SICA, mediante su aplicación Web, y el Deisica.

De esta manera desde el Sindicato se disputa, dentro de una parte del sector de la industria audiovisual argentina, generando un contrapeso, el fenómeno del totalitarismo epistémico producido por la teoría de la dependencia digital, descrita por la economista argentina Cecilia Rikap en su ensayo “Teoría de la dependencia digital”.

La economista señala que el poder global se reconfiguró, “produciendo una economía asimétrica regida por monopolios intelectuales que tienen la capacidad de controlar el ritmo de la producción, de la innovación tecnológica y de apropiarse del conocimiento producido”. (Rikap 2026)

Este fenómeno se da dentro de un marco de acción colectiva, en una comunidad organizada gremialmente a través de su Sindicato, el SICAAPMA.

Hoy tenemos un rol activo en la defensa de nuestra soberanía de datos. Generamos conocimiento propio desde y para el sector del trabajo. En el contexto del capitalismo actual, resulta estratégico para ser efectivos en la defensa de nuestros convenios colectivos, los derechos laborales y las condiciones dignas de trabajo.

Por eso, en estas épocas de crisis provocadas por los sectores que representan al capital concentrado, seguimos apostando a este proyecto que es el DEISICA ●

**Comisión Directiva**

Becerra, M. (2024) *Convergencia infocomunicacional. Intersecciones en Comunicación*, 2024, vol. 1, núm. 18. <http://portal.amelica.org/ameli/journal/216/2164872010/>  
Rikap, C. (2026) *Teoría de la dependencia digital*. Caja negra, Buenos Aires, Argentina.





**AÑO  
2025**

ESTADÍSTICAS GENERALES

15.945

→ PUESTOS DE TRABAJO EN LA INDUSTRIA

LARGOMETRAJES  
DE FICCIÓN →

26

410

← PRODUCCIONES  
PUBLICITARIAS  
REALIZADAS

MILLONES DE  
ESPECTADORES →

32,8

2,7

← MILLONES DE  
ESPECTADORES  
A CINE NACIONAL

SALAS ABIERTAS  
AL PÚBLICO →

296

958

← PANTALLAS  
EN TODO EL PAÍS

MILLONES DE PESOS  
RECAUDADOS →

227.507

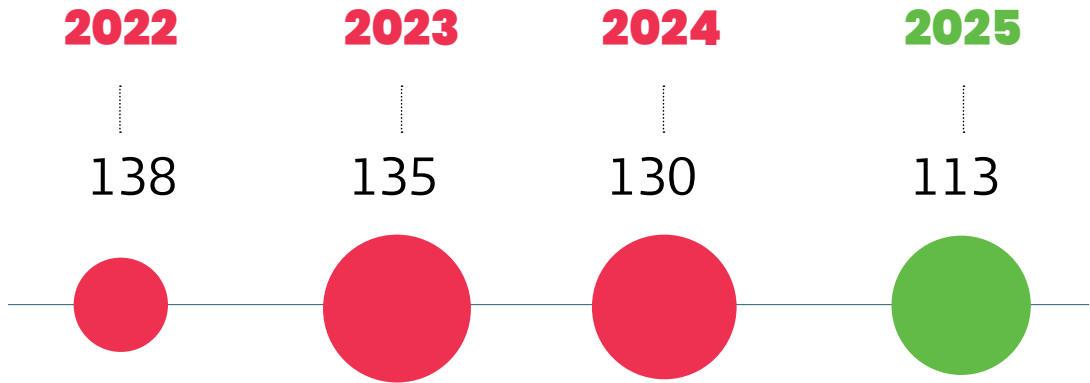
493

← TÍTULOS ESTRENADOS EN SALAS

TÍTULOS NACIONALES  
ESTRENADOS  
EN SALAS →

185

**ESTRENOS CON TRABAJO REGISTRADO**



\* Incluye estrenos lanzados en la plataforma Cine.ar



**TRABAJO EN LA INDUSTRIA**

	2022	2023	2024	2025
LARGOMETRAJES PRODUCIDOS	196	172	74	46
PRODUCCIONES PUBLICITARIAS	638	644	517	410
PUESTOS DE TRABAJO	25.914	28.531	20.750	15.945





# TRABAJO EN LA INDUSTRIA

# LARGOMETRAJES

## ESTADÍSTICAS GENERALES/ PRODUCCIONES REALIZADAS

La cantidad de producciones totales realizadas en el año se redujo un 37,84% respecto del año anterior (con 28 realizaciones menos); las producciones nacionales de ficción disminuyeron un 38%, pero los servicios de producción rodados en nuestro país vislumbraron una cantidad total de producciones llevadas

a cabo igual a la realizada en el año 2024. Con 182 puestos de trabajo menos que los registrados en 2024, el trabajo en el sector tuvo una caída del 8,92%, pero, en promedio, cada producción utilizó 46,38% más personal técnico que el año anterior. Los filmes nacionales de ficción registraron, respecto de 2024, una baja del 7,48%

en la cantidad de puestos de trabajo totales, y a su vez cada una de estas realizaciones utilizó, en promedio, 49,36% más personal técnico que hace un año. Cabe destacar que por cada 2 documentales realizados en 2025 se rodaron 5 largometrajes nacionales de ficción y/o animación.

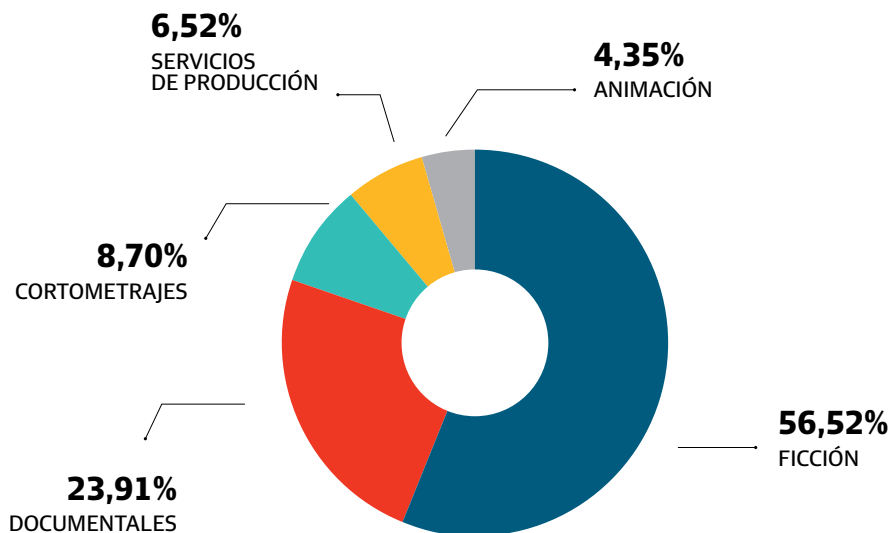
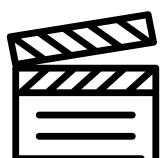
### LARGOMETRAJES ESTADÍSTICAS GENERALES

**PRODUCCIONES NACIONALES**  
(Incluye coproducciones)

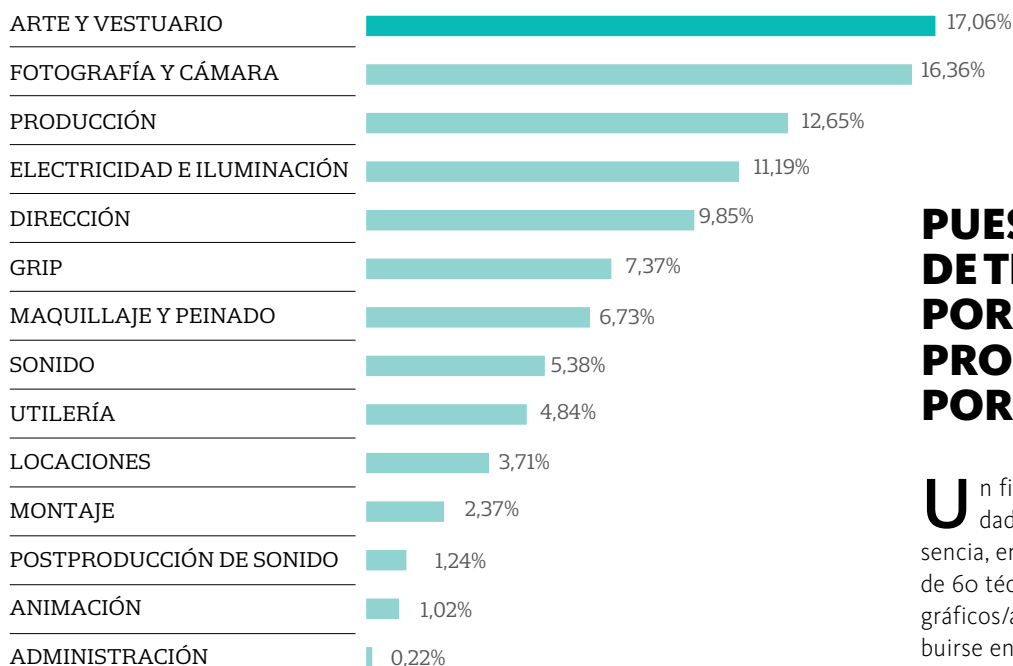
	FICCIÓN	ANIMACIÓN	DOCUMENTALES	CORTOMETRAJES	TOTAL	SERVICIOS DE PRODUCCIÓN	TOTAL GENERAL
LARGOMETRAJES	26	2	11	4	43	3	46
PUESTOS DE TRABAJO	1.533	19	158	76	1.786	72	1.858
TÉCNICOS/AS EMPLEADOS/AS	1.150	17	140	71	1.321	71	1.358
PUESTOS DE TRABAJO POR PRODUCCIÓN	59,0	9,5	14,4	19,0	41,5	24,0	40,4
SEMANAS DE TRABAJO ACUMULADAS POR PUESTO DE TRABAJO	4,9	3,5	1,8	0,8	4,4	1,3	4,3
SEMANAS DE RODAJE POR PRODUCCIÓN	4,3	2,0	1,5	1,0	3,2	1,0	3,0

### PRODUCCIONES REALIZADAS

TIPO DE PRODUCCIÓN %



### PUESTOS DE TRABAJO POR RAMA

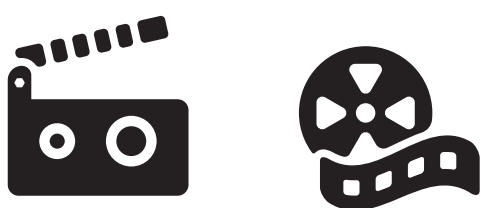


### PUESTOS DE TRABAJO POR RAMA / PRODUCCIONES POR MES

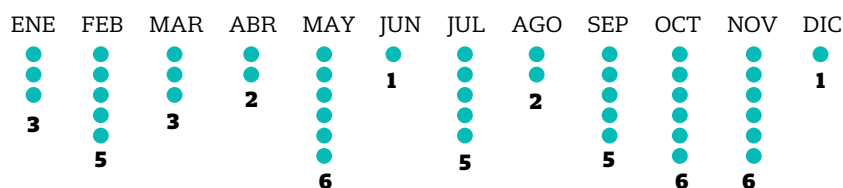
Un filme nacional de ficción rodado en 2025 requirió la presencia, en promedio y redondeando, de 60 técnicos y técnicas cinematográficos/as, los cuales podrían distribuirse en las ramas en que se divide la actividad tal como se describe a continuación: 11 técnicos/as de arte y vestuario, 9 de fotografía y cámara, 8 de producción, 6 de electricidad e iluminación, 6 de dirección, 4 de grip, 4 de maquillaje y peinado, 3 de sonido, 3 de utilería, 2 de locaciones, 1 de montaje, 1 de post producción de sonido, 1 de administración y 1 de animación.

Asistente de vestuario, eléctrico/a y asistente de producción fueron, con casi el 13% de los puestos de trabajo totales del año cubiertos, las asignaciones del quehacer técnico con mayor demanda laboral en el año 2025. Para la producción de documentales la rama de fotografía y cámara fue la que mayor cantidad de técnicos y técnicas requirió, en una medida mucho mayor que para la realización de filmes nacionales de ficción (27,22% contra 15,00%).

Se llevaron a cabo, en promedio, 3,75 producciones por mes, y poco menos de la mitad (el 46,58%) de los puestos de trabajo del año fueron para las producciones que iniciaron sus rodajes en los meses de enero y mayo.



### PRODUCCIONES POR MES



No incluye filmes que en 2025 realizaron continuación de rodajes de años anteriores

## PRODUCCIONES POR CANTIDAD DE PUESTOS DE TRABAJO

Cuatro realizaciones documentales requirieron de 20 o más puestos de trabajo de personal técnico y, al igual que en 2024, solo una contó con la presencia de más de 30 trabajadores/as en el área técnica.

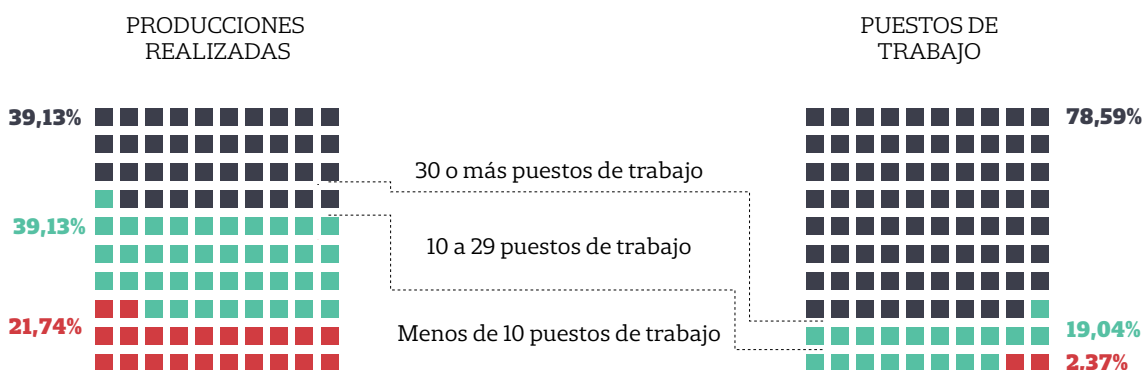
El 45% de los filmes documentales fue realizado con menos de 10 técnicos/as

cinematográficos/as, y estos fueron responsables de la contratación de menos del 2% del personal técnico de 2025.

Las 18 realizaciones más grandes del año tuvieron, en conjunto, la presencia de cerca de 8 de cada 10 trabajadores/as cinematográficos/as empleados/as en el sector largometrajes, y estas producciones requirieron,

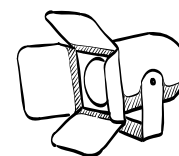
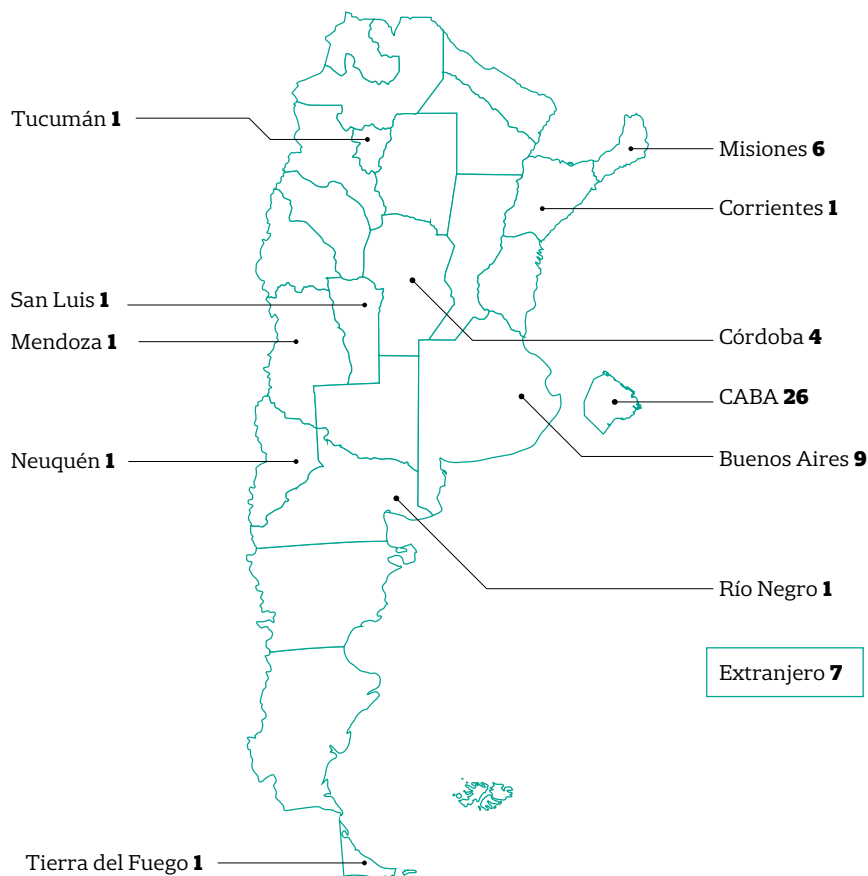
en promedio, de 81 puestos de trabajo de técnicos/as de cine para su concreción. Además, 13 filmes tuvieron una cantidad de técnicos y técnicas empleados/as mayor a 50 y, en conjunto, fueron responsables de la contratación de más de dos tercios del personal técnico que trabajó en largometrajes en 2025.

### PRODUCCIONES POR CANTIDAD DE PUESTOS DE TRABAJO



	PRODUCCIONES			PUESTOS DE TRABAJO		
	30 O MÁS	10 a 29	MENOS DE 10	30 O MÁS	10 a 29	MENOS DE 10
FICCIÓN	16	7	3	1.380	146	8
DOCUMENTALES	1	5	5	33	100	25
ANIMACIÓN	0	1	1	0	14	5
SERVICIOS DE PRODUCCIÓN	1	1	1	48	18	6
CORTOMETRAJES	0	4	0	0	76	0

### CANTIDAD DE RODAJES



### PROVINCIAS DE RODAJE

Con filmaciones llevadas a cabo en 11 de las divisiones administrativas que componen el país, el total de provincias en que se rodaron películas en 2025 decreció un 21% respecto del año previo. Por su parte, el 56,52% de las producciones del sector utilizaron al menos una locación ubicada dentro de la Región Metropolitana, a la vez que el 45,65% se dirigió a filmar a alguna de las provincias del país (y cerca del 30% utilizó exclusivamente locaciones fuera del Área Metropolitana de Buenos Aires).

De las películas que se rodaron en Argentina fuera del AMBA (aunque no exclusivamente) el 47,62% se dirigieron a la Región Pampeana, el 28,57% al Nordeste Argentino (NEA), el 14,29% a la Patagonia, el 9,52% a Cuyo y el 4,76% al Noroeste Argentino (NOA).

A su vez, un tercio de las producciones realizadas dentro de la provincia de Buenos Aires se dirigió a locaciones dentro del denominado Gran Buenos Aires, mientras que dos tercios de las mismas se dirigieron a rodar a otras ciudades o pueblos de la provincia.

### EN PORCENTAJES

CIUDAD DE BUENOS AIRES	<div style="width: 56.52%;"></div>	56.52%
BUENOS AIRES	<div style="width: 19.57%;"></div>	19.57%
EXTRANJERO	<div style="width: 15.22%;"></div>	15.22%
MISIONES	<div style="width: 13.04%;"></div>	13.04%
CÓRDOBA	<div style="width: 8.70%;"></div>	8.70%
CORRIENTES	<div style="width: 2.17%;"></div>	2.17%
MENDOZA	<div style="width: 2.17%;"></div>	2.17%
NEUQUÉN	<div style="width: 2.17%;"></div>	2.17%
RÍO NEGRO	<div style="width: 2.17%;"></div>	2.17%
SAN LUIS	<div style="width: 2.17%;"></div>	2.17%
TIERRA DEL FUEGO	<div style="width: 2.17%;"></div>	2.17%
TUCUMÁN	<div style="width: 2.17%;"></div>	2.17%

La suma de los porcentajes es mayor que 100 ya que algunas películas se filman en locaciones ubicadas en varias provincias.



## PRODUCCIONES REALIZADAS CON TRABAJO REGISTRADO

### FICCIÓN

TÍTULO - PRODUCTORA - DIRECTOR/A

- **27 NOCHES** - CRUACHAN SRL - DANIEL HENDLER
- **BARREDA** - ABOUT ENTERTAINMENT SA - DANIELA GOGGI
- **BREALITO** - RODARG SAS - OCTAVIO REVOL MOLINA
- **CONSUMIDOR FINAL** - TIELESS SRL - HERNÁN GOLDFRID
- **EL MUGLUR** - GUALICHO CINE SRL - LUCILA LAS HERAS
- **EL NOVIO DE MAMÁ** - PAMPA FILMS SA - NICOLÁS SILBERT Y LEANDRO MARK
- **EL RASTRO DEL LOBO** - ARAMOS CINE SRL - ÁNGELES HERNÁNDEZ
- **EL ÚLTIMO GIGANTE** - LEYENDA FILMS SRL / KUARZO ARGENTINA SA - MARCOS CARNEVALE
- **GLAXO** - REI CINE SRL - BENJAMÍN NAISHTAT
- **HISTORIA DE UN NARCISISTA** - PRELUDIO PRODUCCIONES SA - ADRIÁN SUAR
- **ILLEGAL** - GRONCHO SRL - RUSLAN AKUN
- **IMPERFECTA** - TAREA FINA SRL - NATALIA SMIRNOFF
- **LA CASACA DE DIOS** - NAVARRO RAMIRO JAVIER / PRISMA SRL - FERNÁN MIRÁS
- **LA TRENZA** - CORUYA CINE SRL - GONZALO CALZADA
- **LUNÁTICA** - AMBOS MUNDOS CINE DE OLIVEROS IBARRART BASTERRETICHE - MARTÍN BASTERRETICHE
- **MI PEQUEÑA LIGA DE LA JUSTICIA** - LAGARTO JUANCHO Y ASOCIADOS PRODUCCIONES SRL - GUILLERMO CASANOVA

**TÍTULO - PRODUCTORA - DIRECTOR/A**

- **NEISIS** - LIBERO CONTENIDOS SA - LUCÍA PUENZO

---

- **ÑUSTA** - HAIN CINE SRL - CRISTIAN ROJAS

---

- **PAISAJES DEL FIN DEL MUNDO** - GUALICHO CINE SRL - PAULA MARKOVITCH

---

- **PARQUE LEZAMA** - 100 BARES PRODUCCIONES SA - JUAN JOSÉ CAMPANELLA

---

- **POR HOY LO DEJAMOS ACÁ** - KENYA FILMS SRL - HERNÁN GOLDFRID

---

- **RISA** - LABHOUSE SA - JUAN CABRAL

---

- **SOMOS BELÉN** - CAPITAL INTELECTUAL SA - DOLORES FONZI

---

- **VACACIONES CON PAPÁ** - PAMPA FILMS SA - GABRIEL NESCI

---

- **WABI SABI** - TRES ESQUIMALES SRL - KARINA FLOMANBAUM

---

- **WILKINS EL DIVINO ROMÁNTICO** - EL MALTÉS SA - EDUARDO ORTIZ

---


**ANIMACIÓN****TÍTULO - PRODUCTORA - DIRECTOR/A**

- **BALAS ROJAS** - ANIMACIONES SALVAJES SAS - EMILIO RAMOS

---

- **WINNIEPEG, EL BARCO DE LA ESPERANZA** - MALABAR PRODUCCIONES SRL - ELIO QUIROGA RODRÍGUEZ

---


**DOCUMENTALES****TÍTULO - PRODUCTORA - DIRECTOR/A**

- **ARAMI** - ACUÑA MÓNICA ISABEL - SABINA BUSS

---

- **BORN IN THE BAJADA VIEJA** - SALVIA JOSÉ OSCAR - MARCOS MARTÍNEZ

---

- **EL BUEN JUICIO** - SCARVACI MATÍAS DANIEL - MATÍAS SCARVACI

---

- **EL CURIOSO CASO DE RP** - REBOLUCION SA - ROI RICCI

---

- **LA LUNA** - PAMPA FILMS SA - NICOLÁS PIETRICH Y LUCÍA VALDEMOROS

---

- **LALI, TODO LO QUE SOY** - CINEMÁTICA FILMS SRL - LAUTARO ESPÓSITO

---

- **MI MEJOR ESCENA** - SALAMANCA CINE SRL - CESAR GABRIEL ARBÓS

---

- **NUMERAL** - LANDIA SRL - RICARDO TALARICO

---

- **PERFUME** - PENSAR CON LAS MANOS SRL - LUCÍA SOLEDAD RUIZ

---

- **RADA** - TARÁN - LA CASA DE AL LADO SRL - RAFAEL NIR

---

- **RED BULL BATALLA, NUEVA HISTORIA** - LA CASA DE AL LADO SRL - ANITA PIÑERO

---


**CORTOMETRAJES****TÍTULO - PRODUCTORA - DIRECTOR/A**

- **7:07** - ELIAS PABLO JAVIER - PABLO ELIAS

---

- **EL HALLAZGO** - TEMPORETTI FOCHI RENZO GUILLERMO - RENZO GUILLERMO TEMPORETTI FOCHI

---

- **NØX O EL SONIDO DE LA ASFIXIA** - CINCOTTA MARCO ADRIÁN - MARCO CINCOTTA

---

- **SACRIFICIO** - FMP FILMS SRL - JONATHAN MONROIG

---

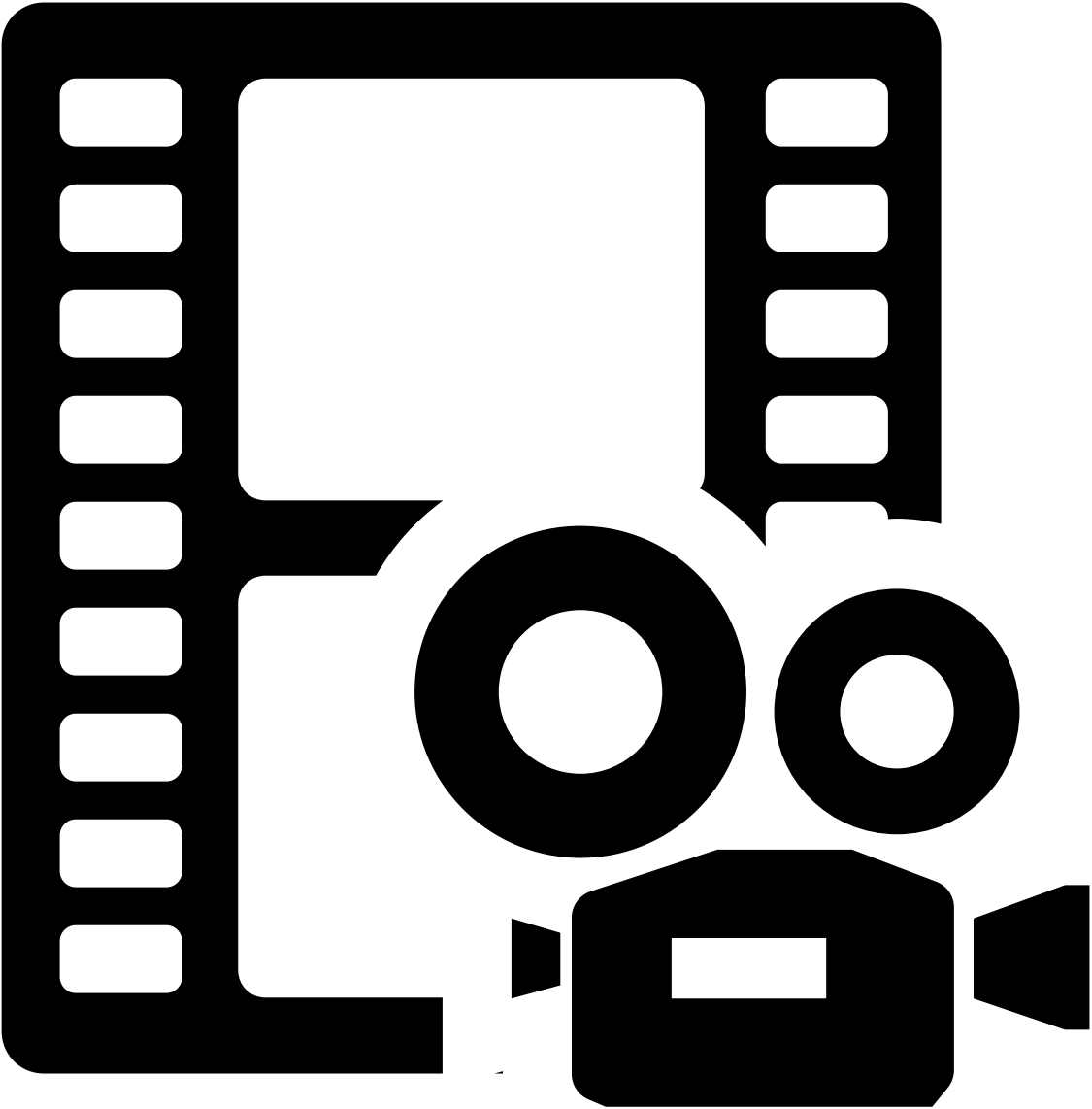


## SERVICIOS DE PRODUCCIÓN

TÍTULO - PRODUCTORA - DIRECTOR/A

- **ANTÁRTIDA** - REI CINE SRL - BRUNO SAFADI
- **EL MUNDO DE KARLOS** - LARGAVISTA SAS - ARANTXA AGUIRRE CARBALLEIRA
- **MI MEJOR ESCENA** - SALAMANCA CINE SRL - CÉSAR GABRIEL ARBÓS







## PUBLICIDAD ESTADÍSTICAS GENERALES

La cantidad de producciones publicitarias realizadas dentro de los límites del territorio argentino registró (por segundo año consecutivo) una caída de casi el 21% respecto del año anterior.

El 95,32% de las producciones netamente publicitarias tuvieron como destino fi-

nal el mercado argentino. Es así que por cada 61 producciones llevadas a cabo para el mercado nacional se realizaron tan solo 3 destinadas al extranjero.

Por otro lado, los servicios de producción para el mercado extranjero vislumbraron una baja del 14,28%, pero la cantidad de puestos de trabajo requeridos

por los mismos se incrementaron en un 31% respecto del año anterior.

A su vez, la cantidad total de puestos de trabajo de personal técnico cinematográfico requeridos para la realización de publicidades en nuestro país presentó una baja cercana a los 25 puntos porcentuales.

### ESTADÍSTICAS GENERALES

	TOTAL	PARA ARGENTINA	PARA EXTERIOR	VIDEOCLIPS
PRODUCCIONES	410	367	18	25
DÍAS DE RODAJE	770	634	74	62
DÍAS DE RODAJE POR PRODUCCIÓN	1,88	1,73	4,11	2,48
PUESTOS DE TRABAJO	14.087	12.028	1.170	889
PUESTOS DE TRABAJO POR PRODUCCIÓN	34,36	32,77	65,00	35,56
TÉCNICOS/AS EMPLEADOS/AS	2,618	-	-	-
JORNADAS DE TRABAJO POR PUESTO DE TRABAJO	3,09	2,90	5,18	2,99
PUESTOS DE TRABAJO (MUJERES)	4.703	3.993	368	342

## PRODUCCIONES POR MES / PUESTOS DE TRABAJO POR RAMA



En promedio, se realizaron 34 producciones publicitarias por mes, de las cuales 31 estuvieron destinadas para ser exhibidas al público argentino.

El 89% de las producciones con destino foráneo fueron realizadas en los tres primeros meses del año, período en el que casi el 16% de las producciones fue realizado para ser presentado en pantallas de países del extranjero (superando el 4,39% de promedio

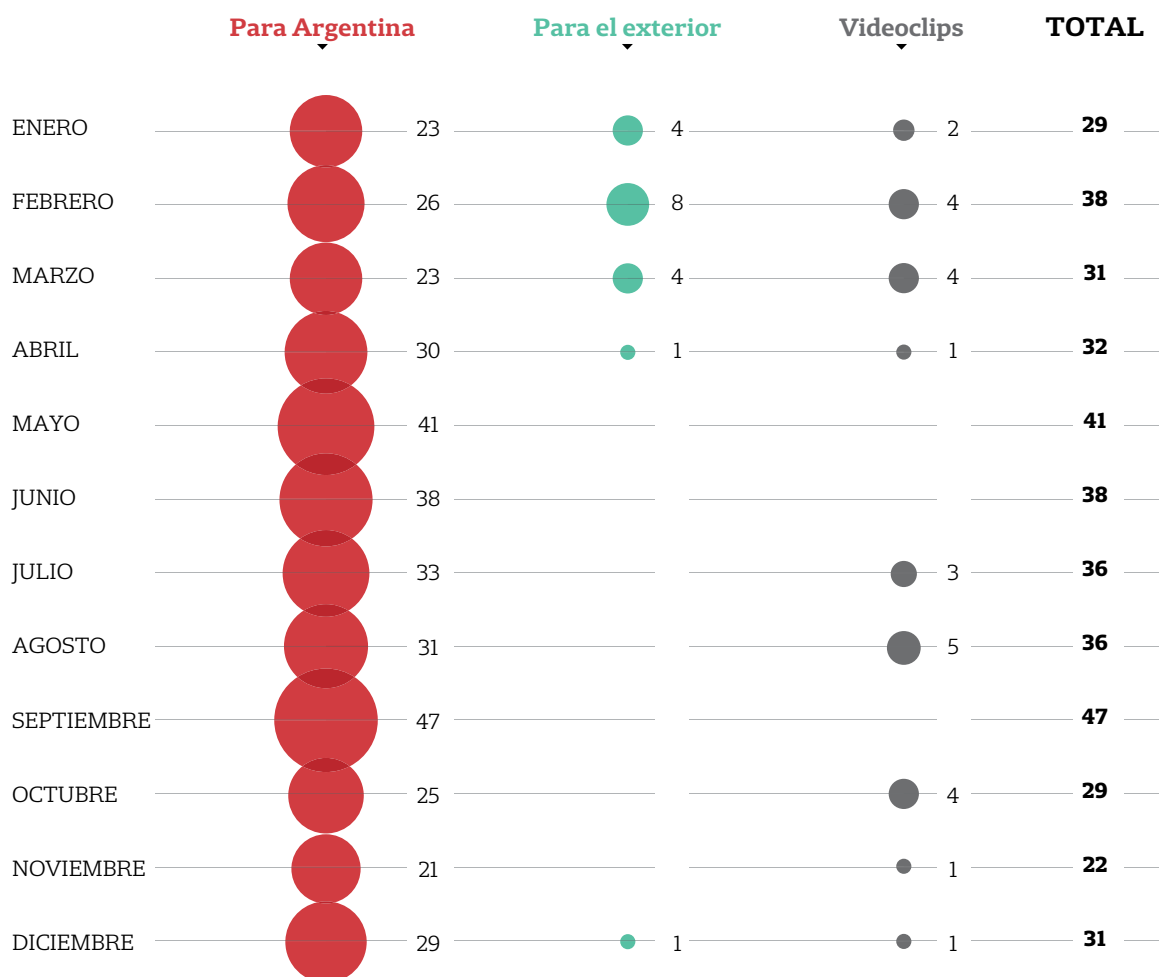
para la totalidad del año analizado). Todas las ramas presentaron una baja nominal en sus puestos de trabajo con respecto al año anterior. Y cabe destacar la caída vislumbrada en la rama de montaje, que contó con una cantidad de recursos utilizados equivalente al 53% de los valores registrados en el año anterior.

Con 3.429 técnicos y técnicas desarrollando estas tareas, casi un cuarto

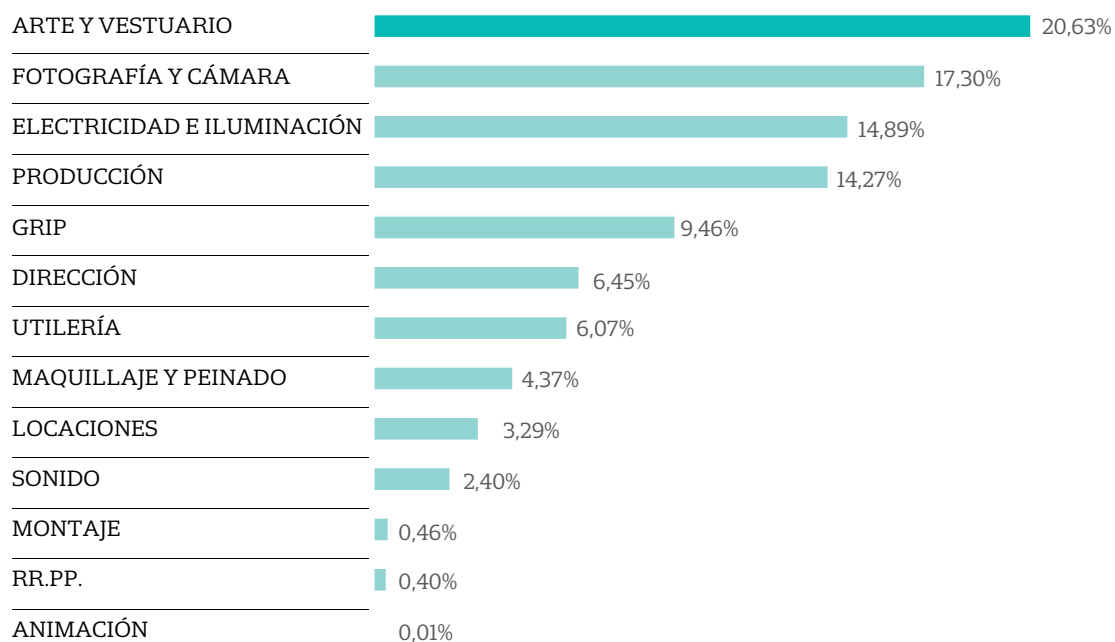
de los puestos de trabajo fue cubierto por técnicos/as que se desempeñaron como eléctrico/a, grip, ayudante de arte o aprendiz de producción.

Cada producción requirió, en promedio, de 34 puestos de trabajo; de los cuales 7 desempeñaron funciones dentro de arte y vestuario, 6 trabajaron en fotografía y cámara, 5 en la rama de electricidad e iluminación, 5 en producción y 11 en el resto de las ramas.

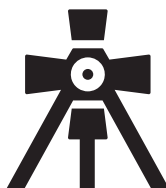
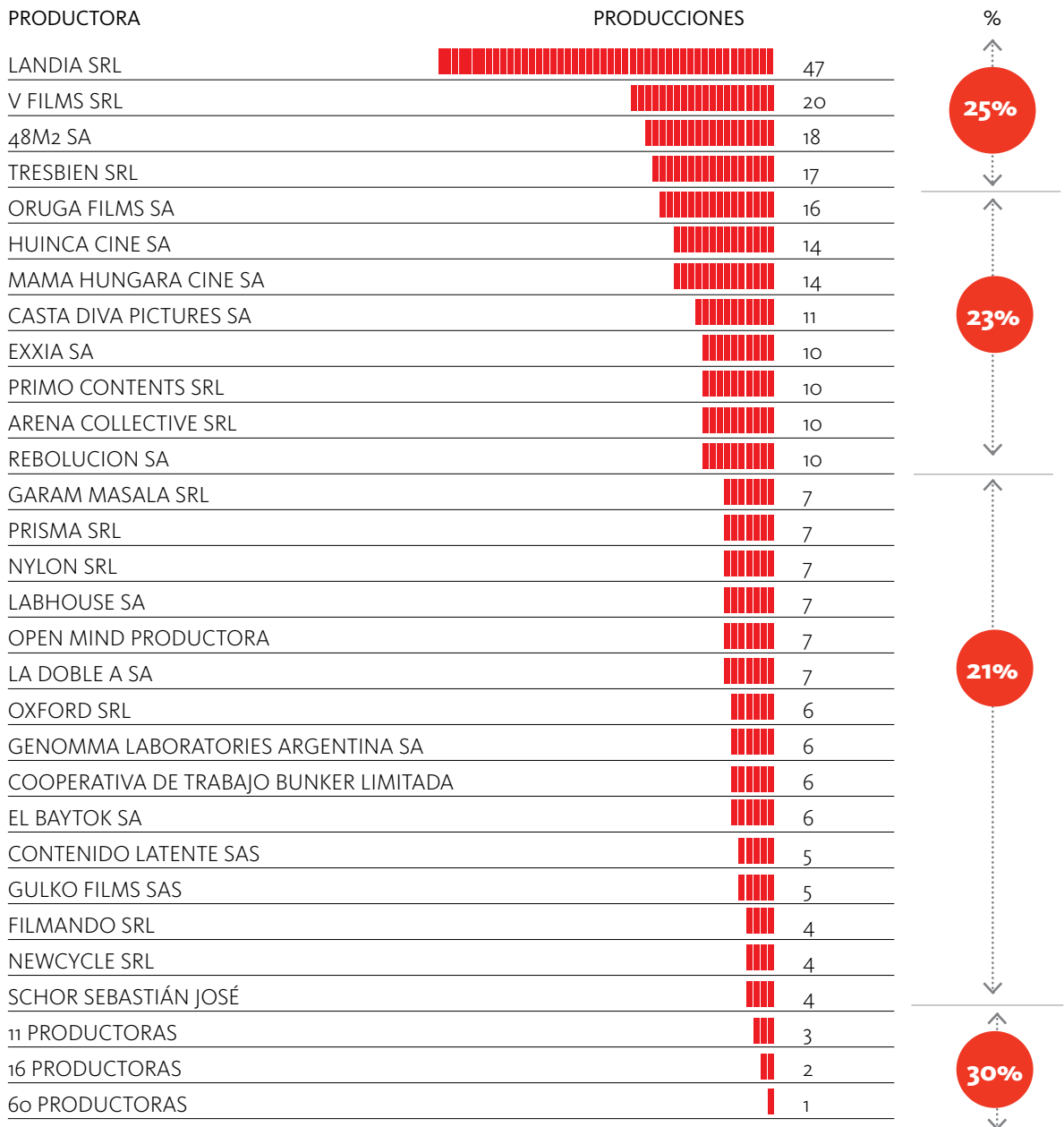
**PRODUCCIONES POR MES**



**PUESTOS DE TRABAJO POR RAMA**



**RANKING DE PRODUCTORAS**



### PRODUCTORAS EN LA PROVINCIA DE CÓRDOBA



OXFORD SRL	●●●●●●	6
PRISMA SRL	●●●●●●	6
HU PRODUZENT SAS	●●●	3
HUTER OMAR SEBASTIÁN	●●●	3
CONECTAR SRL	●●	2
CONTENIDO LATENTE SAS	●	1
GUIDAMAX COMUNICACIONES CREATIVAS SAS	●	1
JAQUE PRODUCTORA SA	●	1
MOLINARI ROMERO AGUSTÍN	●	1
PACELLO EMILIANO JAVIER	●	1

### PRODUCTORAS EN LA PROVINCIA DE MENDOZA

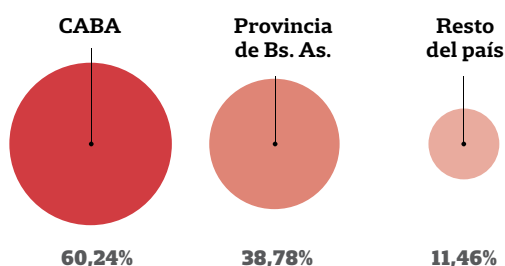


AÑO LUZ SRL	●●	2
PRIMO CONTENTS SRL	●●	2
BUDA SRL	●	1
GARCÍA FEDERICO JAIME	●	1
LANDIA SRL	●	1
ORUGA FILMS SA	●	1

Las producciones incluidas en los presentes listados pueden no ser parte del listado general.

### PROVINCIAS DE RODAJE

Por provincia



La suma de los porcentajes es mayor que 100 ya que algunas producciones se filman en locaciones ubicadas en varias provincias.

## PRODUCTORAS EN LAS PROVINCIAS DE CÓRDOBA Y MENDOZA- PROVINCIAS DE RODAJE

Las provincias de Córdoba y Mendoza son muy significativas, ya que de las 114 productoras relevadas en todo el país allí se encuentran 17 productoras activas en el sector publicitario. Por este motivo la Comisión Directiva de SICAAPMA se ocupa con especial interés de la situación de técnicas y técnicos de dichas provincias. Además, aproximadamente el 70% de las producciones registradas por el Sindicato que utilizaron alguna locación fuera de la provincia y ciudad de Buenos Aires en 2025 se rodaron en locaciones ubicadas, justamente, en las provincias de Córdoba y Mendoza.

A su vez, se utilizaron locaciones situadas en 10 provincias, además de Buenos Aires. Por ende, se rodaron avisos comerciales en el 50% de las 24 divisiones administrativas con las que cuenta la República Argentina.

## RUBROS / CLIENTES

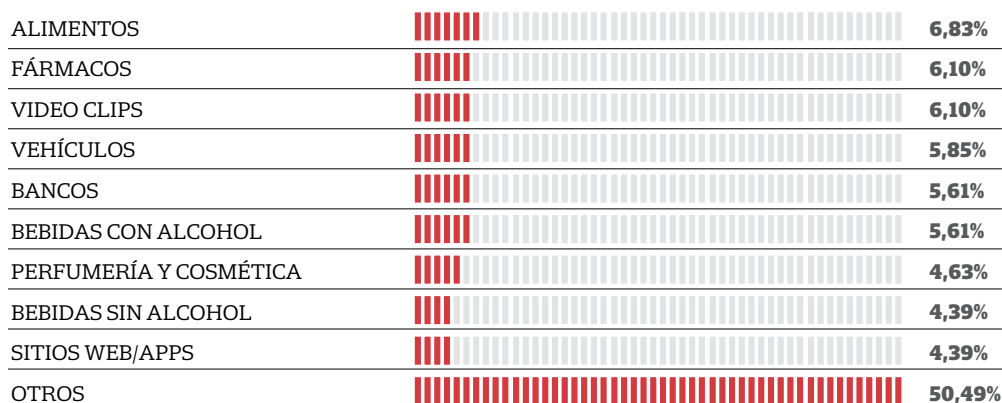
**A**l igual que tres años atrás, alimentos se consagró como el rubro comercial que contó con mayor cantidad de rodajes llevados a cabo en nuestro país durante el año analizado. Cerca del 4% de las realizaciones para el ámbito local fueron filmadas a lo largo de 2025 con fines de propagar infor-

mación relativa a diversos gobiernos (como, por ejemplo, actos de gobierno o campañas turísticas).

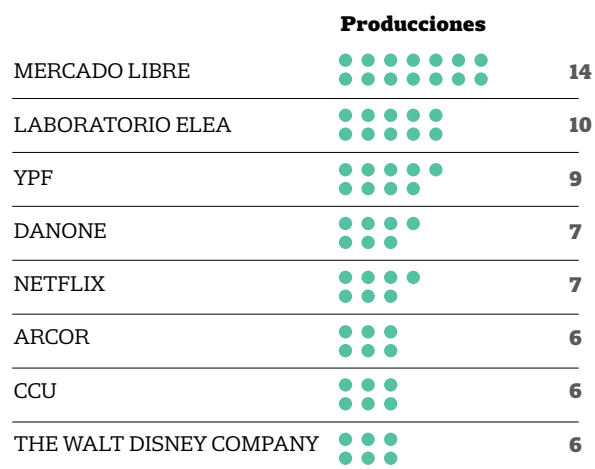
Cinco clientes (3 argentinos, 1 francés y 1 de los Estados Unidos) fueron los encargados de encomendar la realización de casi el 12% de las producciones publicitarias rodadas en la Argentina.

Estos cinco principales clientes comisionaron la realización de producciones comerciales en los siguientes rubros: sitios web/apps, billeteras virtuales, perfumería y cosmética, alimentos, plataformas de streaming, bebidas sin alcohol, fármacos y combustibles.

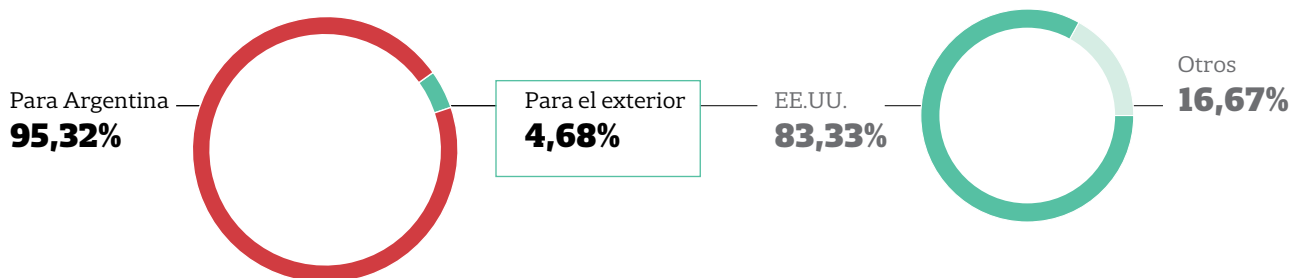
### RUBROS



### CLIENTES

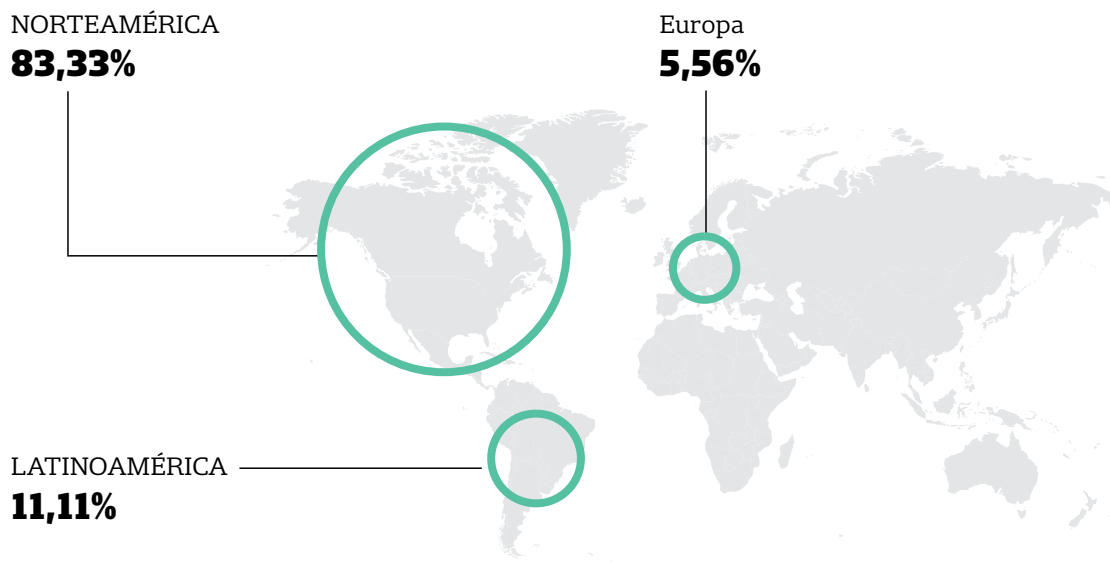


**PAÍSES DESTINATARIOS**



No incluye video clips, solo producciones publicitarias.

**CONTINENTES DESTINATARIOS**



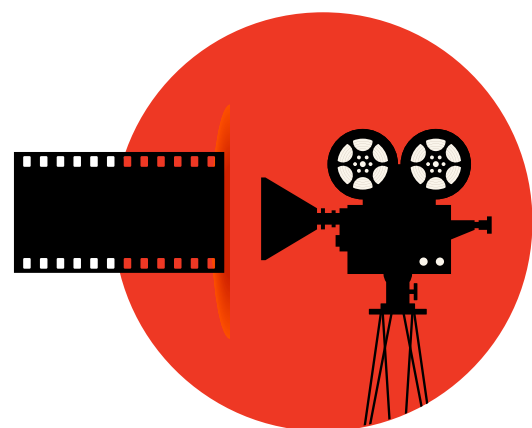
No incluye video clips, solo producciones publicitarias realizadas para el exterior.

**PAÍSES DESTINATARIOS / CONTINENTES DESTINATARIOS**

Casi la totalidad de las realizaciones para mercados foráneos fueron producidas para ser vistas en solo un destino: los Estados Unidos. Del total de las publicidades rea-

lizadas para el extranjero durante el transcurso del año analizado, el 11,11% fueron rodadas para alguno de los países que integran la región conocida como América Latina. La cantidad de realizaciones pu-

blicitarias para los países de Europa se mantuvo estable, registrándose en 2025 tan solo una producción destinada a ser exhibida en las pantallas del denominado Viejo Continente.



## ENERO, FEBRERO Y MARZO

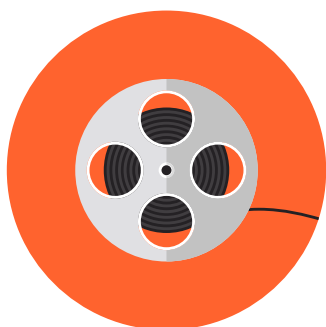
	TOTAL	ARGENTINA	EXTRANJERO	VIDEOCLIPS
<b>PRODUCCIONES</b>	29	23	4	2
DÍAS DE RODAJE POR PRODUCCIÓN*	2,21	1,52	4,00	6,50
PUESTOS DE TRABAJO	993	796	168	29
PUESTOS DE TRABAJO POR PRODUCCIÓN*	34,24	34,61	42,00	14,50
PUESTOS DE TRABAJO -MUJERES-	323	257	49	17
PUESTOS DE TRABAJO -MUJERES- (PORCENTUAL)	32,53%	32,29%	29,17%	58,62%
TÉCNICOS/AS EMPLEADOS/AS	626	-	-	-
JORNADAS DE TRABAJO POR PUESTO DE TRABAJO*	3,31	2,86	5,85	1,00
<b>PRODUCCIONES</b>	38	26	8	4
DÍAS DE RODAJE POR PRODUCCIÓN*	2,55	2,23	4,38	1,00
PUESTOS DE TRABAJO	1.542	922	507	113
PUESTOS DE TRABAJO POR PRODUCCIÓN*	40,58	35,46	63,38	28,25
PUESTOS DE TRABAJO -MUJERES-	507	304	159	44
PUESTOS DE TRABAJO -MUJERES- (PORCENTUAL)	32,88%	32,97%	31,36%	38,94%
TÉCNICOS/AS EMPLEADOS/AS	926	-	-	-
JORNADAS DE TRABAJO POR PUESTO DE TRABAJO*	3,87	3,14	5,58	2,14
<b>PRODUCCIONES</b>	31	23	4	4
DÍAS DE RODAJE POR PRODUCCIÓN*	2,00	1,61	4,25	2,00
PUESTOS DE TRABAJO	1.269	660	400	209
PUESTOS DE TRABAJO POR PRODUCCIÓN *	40,94	28,70	100,00	52,25
PUESTOS DE TRABAJO -MUJERES-	428	224	129	75
PUESTOS DE TRABAJO -MUJERES- (PORCENTUAL)	33,73%	33,94%	32,25%	35,89%
TÉCNICOS/AS EMPLEADOS/AS	805	-	-	-
JORNADAS DE TRABAJO POR PUESTO DE TRABAJO*	3,16	2,41	4,53	2,93

## ABRIL, MAYO Y JUNIO

	TOTAL	ARGENTINA	EXTRANJERO	VIDEOCLIPS
<b>PRODUCCIONES</b>	32	30	1	1
DÍAS DE RODAJE POR PRODUCCIÓN*	1,66	1,60	4,00	1,00
PUESTOS DE TRABAJO	920	842	40	38
PUESTOS DE TRABAJO POR PRODUCCIÓN*	28,75	28,07	40,00	38,00
PUESTOS DE TRABAJO -MUJERES-	303	278	11	14
PUESTOS DE TRABAJO -MUJERES- (PORCENTUAL)	32,93%	33,02%	27,50%	36,84%
TÉCNICOS/AS EMPLEADOS/AS	660	-	-	-
JORNADAS DE TRABAJO POR PUESTO DE TRABAJO*	3,26	3,16	6,55	2,03
<b>PRODUCCIONES</b>	41	41	0	0
DÍAS DE RODAJE POR PRODUCCIÓN*	1,37	1,37	0,00	0,00
PUESTOS DE TRABAJO	1.203	1.203	0	0
PUESTOS DE TRABAJO POR PRODUCCIÓN*	29,34	29,34	0,00	0,00
PUESTOS DE TRABAJO -MUJERES-	419	419	0	0
PUESTOS DE TRABAJO -MUJERES- (PORCENTUAL)	34,83%	34,83%	0,00%	0,00%
TÉCNICOS/AS EMPLEADOS/AS	720	-	-	-
JORNADAS DE TRABAJO POR PUESTO DE TRABAJO*	2,64	2,64	0,00	0,00
<b>PRODUCCIONES</b>	38	38	0	0
DÍAS DE RODAJE POR PRODUCCIÓN*	1,58	1,58	0,00	0,00
PUESTOS DE TRABAJO	1.239	1.239	0	0
PUESTOS DE TRABAJO POR PRODUCCIÓN*	32,61	32,61	0,00	0,00
PUESTOS DE TRABAJO -MUJERES-	438	438	0	0
PUESTOS DE TRABAJO -MUJERES- (PORCENTUAL)	35,35%	35,35%	0,00%	0,00%
TÉCNICOS/AS EMPLEADOS/AS	710	-	-	-
JORNADAS DE TRABAJO POR PUESTO DE TRABAJO*	2,46	2,46	0,00	0,00

## JULIO, AGOSTO Y SEPTIEMBRE

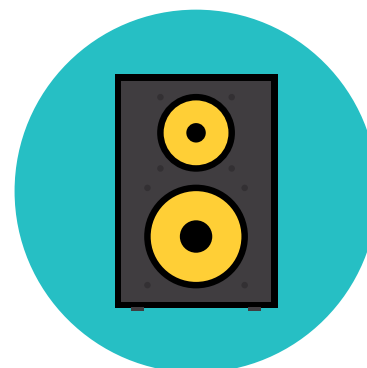
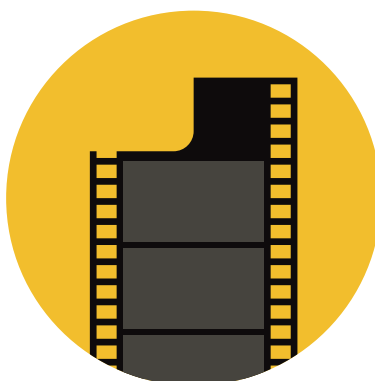
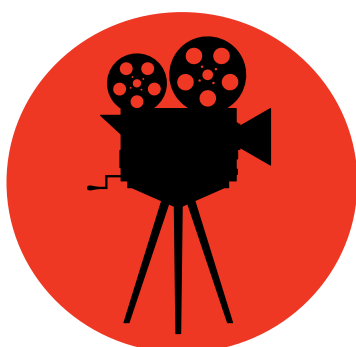
	TOTAL	ARGENTINA	EXTRANJERO	VIDEOCLIPS
<b>PRODUCCIONES</b>	36	33	0	3
DÍAS DE RODAJE POR PRODUCCIÓN*	2,19	1,97	0,00	4,67
PUESTOS DE TRABAJO	1.259	1.110	0	149
PUESTOS DE TRABAJO POR PRODUCCIÓN*	34,97	33,64	0,00	49,67
PUESTOS DE TRABAJO -MUJERES-	379	328	0	51
PUESTOS DE TRABAJO -MUJERES- (PORCENTUAL)	30,10%	29,55%	0,00%	34,23%
TÉCNICOS/AS EMPLEADOS/AS	731	-	-	-
JORNADAS DE TRABAJO POR PUESTO DE TRABAJO*	3,39	3,13	0,00	5,28
<b>PRODUCCIONES</b>	36	31	0	5
DÍAS DE RODAJE POR PRODUCCIÓN*	1,89	1,87	0,00	2,00
PUESTOS DE TRABAJO	1.289	1.141	0	148
PUESTOS DE TRABAJO POR PRODUCCIÓN*	35,81	36,81	0,00	29,60
PUESTOS DE TRABAJO -MUJERES-	454	394	0	60
PUESTOS DE TRABAJO -MUJERES- (PORCENTUAL)	35,22%	34,53%	0,00%	40,54%
TÉCNICOS/AS EMPLEADOS/AS	838	-	-	-
JORNADAS DE TRABAJO POR PUESTO DE TRABAJO*	3,13	3,18	0,00	2,76
<b>PRODUCCIONES</b>	47	47	0	0
DÍAS DE RODAJE POR PRODUCCIÓN*	1,51	1,51	0,00	0,00
PUESTOS DE TRABAJO	1.501	1.501	0	0
PUESTOS DE TRABAJO POR PRODUCCIÓN*	31,94	31,94	0,00	0,00
PUESTOS DE TRABAJO -MUJERES-	469	469	0	0
PUESTOS DE TRABAJO -MUJERES- (PORCENTUAL)	31,25%	31,25%	0,00%	0,00%
TÉCNICOS/AS EMPLEADOS/AS	823	-	-	-
JORNADAS DE TRABAJO POR PUESTO DE TRABAJO*	2,74	2,74	0,00	0,00



**OCTUBRE, NOVIEMBRE Y DICIEMBRE**

	TOTAL	ARGENTINA	EXTRANJERO	VIDEOCLIPS
<b>PRODUCCIONES</b>	29	25	0	4
DÍAS DE RODAJE POR PRODUCCIÓN*	1,97	2,00	0,00	1,75
PUESTOS DE TRABAJO	840	739	0	101
PUESTOS DE TRABAJO POR PRODUCCIÓN*	28,97	29,56	0,00	25,25
PUESTOS DE TRABAJO -MUJERES-	285	239	0	46
PUESTOS DE TRABAJO -MUJERES- (PORCENTUAL)	33,93%	32,34%	0,00%	45,54%
TÉCNICOS/AS EMPLEADOS/AS	617	-	-	-
JORNADAS DE TRABAJO POR PUESTO DE TRABAJO*	3,03	3,15	0,00	2,18
<b>PRODUCCIONES</b>	22	21	0	1
DÍAS DE RODAJE POR PRODUCCIÓN*	1,91	1,95	0,00	1,00
PUESTOS DE TRABAJO	712	667	0	45
PUESTOS DE TRABAJO POR PRODUCCIÓN*	32,36	31,76	0,00	45,00
PUESTOS DE TRABAJO -MUJERES-	235	221	0	14
PUESTOS DE TRABAJO -MUJERES- (PORCENTUAL)	33,01%	33,13%	0,00%	31,11%
TÉCNICOS/AS EMPLEADOS/AS	489	-	-	-
JORNADAS DE TRABAJO POR PUESTO DE TRABAJO*	3,54	3,69	0,00	1,22
<b>PRODUCCIONES</b>	31	29	1	1
DÍAS DE RODAJE POR PRODUCCIÓN*	1,97	1,90	2,00	4,00
PUESTOS DE TRABAJO	1.303	1.191	55	57
PUESTOS DE TRABAJO POR PRODUCCIÓN*	42,03	41,07	55,00	57,00
PUESTOS DE TRABAJO -MUJERES-	457	416	20	21
PUESTOS DE TRABAJO -MUJERES- (PORCENTUAL)	35,07%	34,93%	36,36%	36,84%
TÉCNICOS/AS EMPLEADOS/AS	692	-	-	-
JORNADAS DE TRABAJO POR PUESTO DE TRABAJO*	2,73	2,65	3,11	3,98

\*Promedios



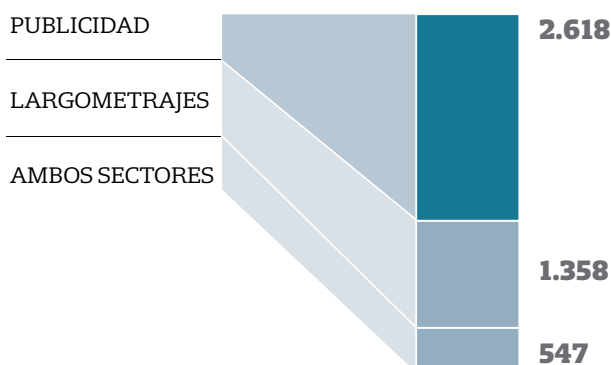
## AMBOS SECTORES: PERSONAL TÉCNICO EMPLEADO - PROMEDIO DE DÍAS

A lo largo de 2025, la actividad del sector empleó a 3.429 técnicos y técnicas diferentes, lo cual significó una baja del 15,75% respecto del período anterior. En el sector publicitario se vislumbró una caída cercana al 19%, mientras que en la producción y realización de largometrajes hubo una baja de casi el 5%.

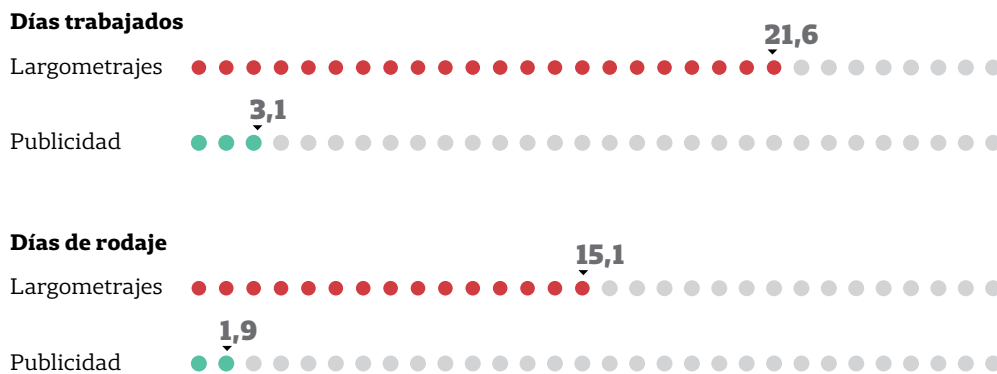
Del total del personal cinematográfico que trabajó en el año, el 16% fue empleado por productoras para desempeñar su trabajo en la realización tanto de largometrajes como de producciones publicitarias. Los y las técnicos y técnicas contrata-

metraje trabajaron 6,99 veces más días que los requeridos para la realización de una publicidad. Por cada día de rodaje que demandó una producción, el personal técnico de largometraje cumplió funciones, en promedio, durante 1,43 días, mientras que en publicidad ese promedio subió hasta 1,65 días.

### AMBOS SECTORES TÉCNICOS/AS EMPLEADOS/AS



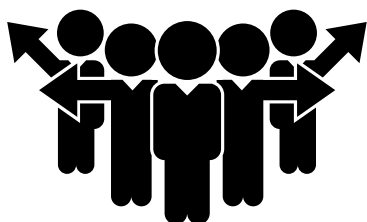
### PROMEDIO DE DÍAS





## PUESTOS DE TRABAJO POR ROL

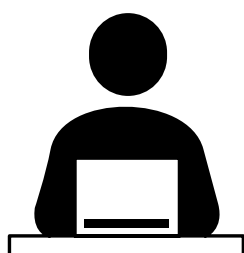
ROL	LARGOMETRAJES	PUBLICIDAD	TOTAL
ELÉCTRICO/A	77	1.259	1.336
GRIP	64	884	948
AYUDANTE DE ARTE		734	734
APRENDIZ DE PRODUCCIÓN	58	552	610
2 <sup>DO</sup> /A AYUDANTE DE CÁMARA	65	520	585
1 <sup>ER</sup> /A AYUDANTE DE CÁMARA	65	514	579
AYUDANTE DE PRODUCCIÓN	56	519	575
ASISTENTE DE PRODUCCIÓN	73	493	566
UTILERO/A / CARPINTERO/A	56	452	508
GAFFER	40	454	494
JEFE/A DE PRODUCCIÓN	48	446	494
KEY GRIP	45	449	494
VIDEO ASSIST	40	432	472
AYUDANTE DE ESCENOGRAFÍA / ASISTENTE DE ARTE	66	401	467
ASISTENTE DE DIRECCIÓN	34	427	461
DIRECTOR/A DE FOTOGRAFÍA	23	436	459
AYUDANTE/ASISTENTE DE UTILERÍA	34	403	437
AMBIENTADOR/A	47	375	422
ASISTENTE DE VESTUARIO	84	334	418
DIRECTOR/A DE ARTE	34	379	413
VESTUARISTA	32	380	412
1 <sup>ER</sup> /A AYUDANTE DE DIRECCIÓN	26	327	353
TÉCNICO/A HD	23	306	329
MAQUILLADOR/A / PEINADOR/A	5	311	316
JEFE/A DE LOCACIONES	29	282	311



<b>ROL</b>	<b>LARGOMETRAJES</b>	<b>PUBLICIDAD</b>	<b>TOTAL</b>
AYUDANTE DE VESTUARIO		293	293
SONIDISTA / DIRECTOR/A DE SONIDO	46	240	286
OPERADOR/A DE GENERADOR	23	212	235
CAMARÓGRAFO/A	47	183	230
AYUDANTE DE MAQUILLAJE/PEINADO		217	217
JEFE/A DE ELÉCTRICOS	45	172	217
ASISTENTE DE LOCACIONES	35	178	213
2º/A AYUDANTE DE DIRECCIÓN	44	130	174
MICROFONISTA / AYUDANTE DE SONIDO		98	98
EDITOR/A / COMPAGINADOR/A	27	61	88
MAQUILLADOR/A / JEFE/A DE MAQUILLAJE	29	53	82
AYUDANTE DE MAQUILLAJE	59	15	74
RELACIONES PÚBLICAS		56	56
AYUDANTE HD		46	46
AYUDANTE DE SONIDO	45		45
CONTINUISTA / SCRIPT	21	17	38
PEINADOR/A	17	19	36
MODISTO/A	30		30
ASISTENTE DE GRIP	28		28
APRENDIZ DE DIRECCIÓN	19	8	27
DIRECTOR/A DE CASTING	25		25
DIRECTOR/A DE FOTOGRAFÍA Y CÁMARA	23		23
CAPATAZ	22		22
AYUDANTE DE COMPAGINACIÓN	17		17
ESCENÓGRAFO/A	16		16
ASISTENTE DE CASTING	14		14
AYUDANTE DE PEINADO	13		13
APRENDIZ DE ARTE	5	7	12
CLEAN UP / COLOR 2D	11		11
DIRECTOR/A DE SONIDO POST / MEZCLADOR/A	10		10
APRENDIZ DE CÁMARA	8		8
FOTÓGRAFO/A DE FILMACIÓN	8		8
EDITOR/A DE AMBIENTES Y EFECTOS	7		7



ROL	LARGOMETRAJES	PUBLICIDAD	TOTAL
APRENDIZ DE VESTUARIO	3	3	6
EDITOR/A DE DIÁLOGOS	6		6
APRENDIZ DE LOCACIONES	5		5
APRENDIZ DE SONIDO	4		4
ARTISTA DE SONORIZACIÓN (FOLEY)	4		4
AYUDANTE DE LOCACIONES		4	4
EDICIÓN DE VIDEO EN FILM		4	4
ANIMADOR/A SR STOP MOTION	1	1	2
APRENDIZ DE MAQUILLAJE	2		2
COORDINADOR/A DE PRODUCCIÓN 2D Y 3D	2		2
EMPLEADO/A "B"	2		2
STEADY CAM	2		2
SUPERVISOR/A	2		2
APRENDIZ DE ELÉCTRICO/A	1		1
ASISTENTE DE ANIMACIÓN STOP MOTION		1	1
ASISTENTE DE PRODUCCIÓN 2D	1		1
FONDISTA 2D	1		1
OPERADOR/A COMPOSICIÓN SENIOR 2D Y 3D	1		1
OPERADOR/A DE GRABACIÓN	1		1
SUPERVISOR/A ASISTENCIA 2D	1		1
SUPERVISOR/A DE ARTE STOP MOTION	1		1

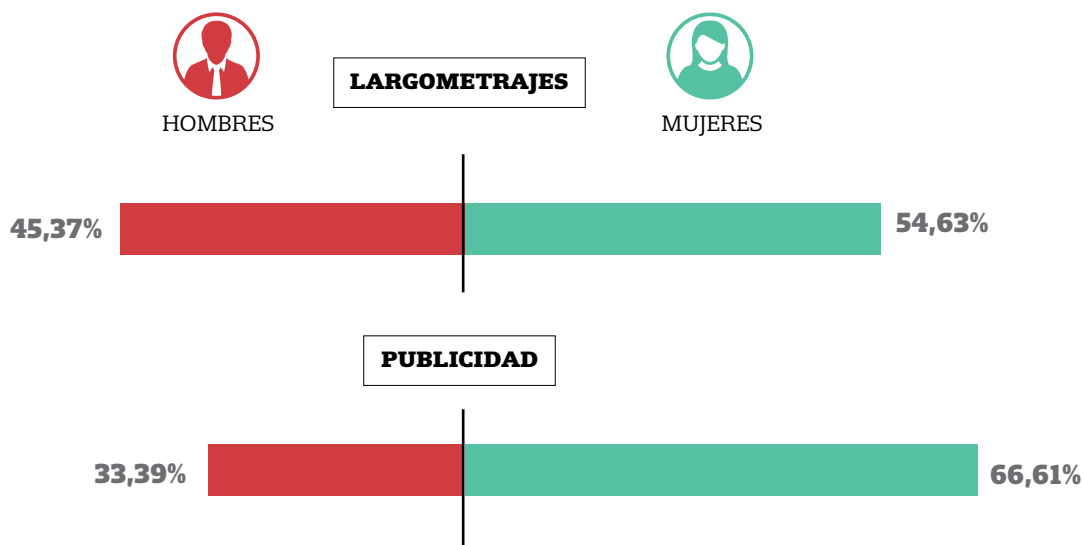


## **DEISICA 34**



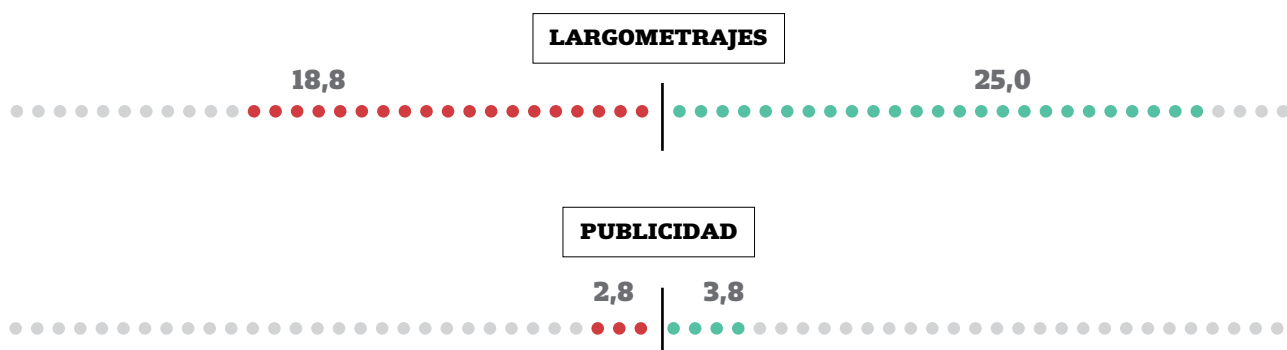
**GÉNERO**

PUESTOS DE TRABAJO POR GÉNERO



Las estadísticas continúan siendo binarias, estamos en un proceso de cambio de nuestro sistema para incluir diversidades sexogenéricas. La utilización de "hombres y mujeres" hace referencia a personas Cisgénero

PROMEDIO DE DÍAS TRABAJADOS POR GÉNERO



PUESTOS DE TRABAJO POR GÉNERO / PROMEDIO DE DÍAS TRABAJADOS POR GÉNERO

En total, durante el año analizado, el 34,78% de los puestos de trabajo del quehacer cinematográfico fue cubierto por personal técnico femenino, porcentaje equivalente a 5.546 puestos de trabajo, lo que significó una baja respecto de 2024 (del 20,68%), en lo que se refiere a puestos de trabajo cubiertos por mujeres.

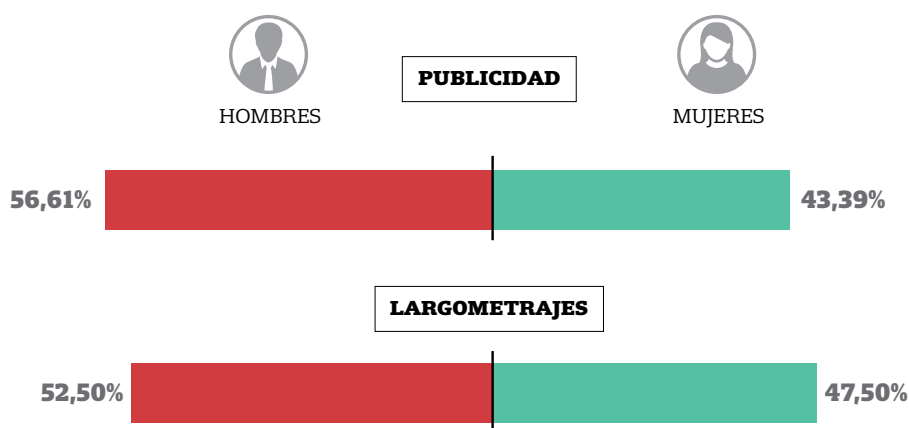
Por cada 3 días efectivamente trabajados por un técnico hombre, una mujer desempeñándose tanto en el sector de largometrajes como en la realización de publicidades cumplió funciones durante aproximadamente 4 jornadas. Una producción publicitaria demandó, en promedio, la presencia de 11

mujeres realizando tareas técnicas. Del mismo modo, también 18 mujeres fueron requeridas para la realización de un largometraje en nuestro país. Con el 89,73% de las mujeres cubriendo puestos técnicos en el año 2025, maquillaje y peinado se consolidó nuevamente como la rama donde mayor presencia femenina se vislumbró.

### TÉCNICAS EMPLEADAS



### PORCENTAJE DE TÉCNICAS EMPLEADAS



## TÉCNICAS EMPLEADAS/ PORCENTAJES

En todo el año 2025, la industria cinematográfica argentina tuvo empleadas a 1.543 técnicas de cine distintas, reflejando este indicador un decrecimiento del 15% con relación al año previo. Mientras que en publicidad dicha baja fue del 18%, en largometrajes se vislumbró una caída del 3%.

El 15,55% de las mujeres empleadas para la realización de tareas en el área técnica en nuestro país fue contratado tanto para la realización de producciones

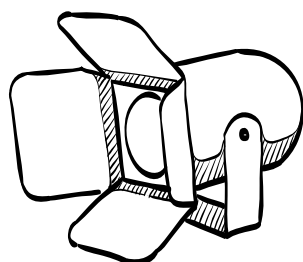
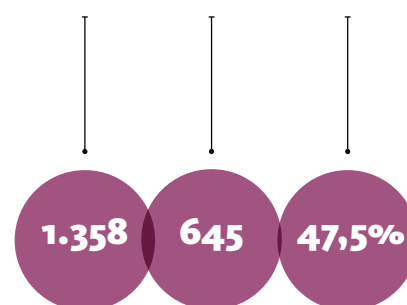
publicitarias como para el desarrollo de trabajos fílmicos en el sector de largometrajes.

Tomando en cuenta los dos sectores en que se divide nuestra industria, las mujeres representaron el 44,97% del personal técnico empleado a lo largo del año. A su vez, ambos sectores presentaron porcentajes de técnicas empleadas apenas superiores respecto de los números surgidos del análisis realizado durante el año anterior.

**MUJERES POR ROL: LARGOMETRAJES**

RAMA	ROL	TOTAL	MUJERES	% MUJERES
DIRECCIÓN	ASISTENTE DE CASTING	11	11	100,0%
ANIMACIÓN	ASISTENTE DE PRODUCCIÓN 2D	1	1	100,0%
ANIMACIÓN	SUPERVISOR/A ASISTENCIA 2D	1	1	100,0%
ANIMACIÓN	SUPERVISOR/A DE ARTE STOP MOTION	1	1	100,0%
ARTE Y VESTUARIO	MODISTO/A	27	26	96,3%
MAQUILLAJE Y PEINADO	MAQUILLADOR/A / JEFE/A DE MAQUILLAJE	23	22	95,7%
ARTE Y VESTUARIO	AMBIENTADOR/A	45	42	93,3%
ARTE Y VESTUARIO	VESTUARISTA	28	26	92,9%
ARTE Y VESTUARIO	ASISTENTE DE VESTUARIO	66	61	92,4%
MAQUILLAJE Y PEINADO	AYUDANTE DE PEINADO	12	11	91,7%
MAQUILLAJE Y PEINADO	AYUDANTE DE MAQUILLAJE	50	44	88,0%
ARTE Y VESTUARIO	AYUDANTE DE ESCENOGRAFÍA / ASISTENTE DE ARTE	62	52	83,9%
DIRECCIÓN	1 <sup>ER</sup> /A AYUDANTE DE DIRECCIÓN	22	18	81,8%
DIRECCIÓN	CONTINUISTA / SCRIPT	16	13	81,3%
ARTE Y VESTUARIO	ESCENÓGRAFO/A	15	12	80,0%
MAQUILLAJE Y PEINADO	MAQUILLADOR/A / PEINADOR/A	5	4	80,0%
ARTE Y VESTUARIO	DIRECTOR/A DE ARTE	33	22	66,7%
DIRECCIÓN	DIRECTOR/A DE CASTING	17	11	64,7%
ANIMACIÓN	CLEAN UP / COLOR 2D	11	7	63,6%
MONTAJE	AYUDANTE DE COMPAGINACIÓN	16	10	62,5%
FOTOGRAFÍA Y CÁMARA	VIDEO ASSIST	32	20	62,5%
DIRECCIÓN	2 <sup>DO</sup> /A AYUDANTE DE DIRECCIÓN	36	22	61,1%
MAQUILLAJE Y PEINADO	PEINADOR/A	15	9	60,0%
FOTOGRAFÍA Y CÁMARA	2 <sup>DO</sup> /A AYUDANTE DE CÁMARA	50	29	58,0%
FOTOGRAFÍA Y CÁMARA	FOTÓGRAFO/A DE FILMACIÓN	7	4	57,1%
PRODUCCIÓN	ASISTENTE DE PRODUCCIÓN	61	34	55,7%
DIRECCIÓN	ASISTENTE DE DIRECCIÓN	30	16	53,3%
PRODUCCIÓN	JEFE/A DE PRODUCCIÓN	39	20	51,3%
ANIMACIÓN	COORDINADOR/A DE PRODUCCIÓN 2D Y 3D	2	1	50,0%
ADMINISTRACIÓN	EMPLEADO/A "B"	2	1	50,0%
ADMINISTRACIÓN	SUPERVISOR/A	2	1	50,0%
PRODUCCIÓN	AYUDANTE DE PRODUCCIÓN	50	23	46,0%
LOCACIONES	ASISTENTE DE LOCACIONES	30	13	43,3%
POSTPRODUCCIÓN DE SONIDO	EDITOR/A DE AMBIENTES Y EFECTOS	7	3	42,9%
LOCACIONES	JEFE/A DE LOCACIONES	24	9	37,5%
FOTOGRAFÍA Y CÁMARA	1 <sup>ER</sup> /A AYUDANTE DE CÁMARA	48	14	29,2%
SONIDO	AYUDANTE DE SONIDO	36	9	25,0%
POSTPRODUCCIÓN DE SONIDO	EDITOR/A DE DIÁLOGOS	4	1	25,0%
FOTOGRAFÍA Y CÁMARA	CAMARÓGRAFO/A	41	10	24,4%
MONTAJE	EDITOR/A / COMPAGINADOR/A	26	6	23,1%
ELECTRICIDAD E ILUMINACIÓN	JEFE/A DE ELÉCTRICOS	36	6	16,7%
SONIDO	SONIDISTA / DIRECTOR/A DE SONIDO	36	5	13,9%
FOTOGRAFÍA Y CÁMARA	DIRECTOR/A DE FOTOGRAFÍA	22	3	13,6%
GRIP	ASISTENTE DE GRIP	24	3	12,5%
ELECTRICIDAD E ILUMINACIÓN	ELÉCTRICO/A	59	7	11,9%
FOTOGRAFÍA Y CÁMARA	TÉCNICO/A HD	18	2	11,1%
ELECTRICIDAD E ILUMINACIÓN	CAPATAZ	19	2	10,5%
FOTOGRAFÍA Y CÁMARA	DIRECTOR/A DE FOTOGRAFÍA Y CÁMARA	23	2	8,7%

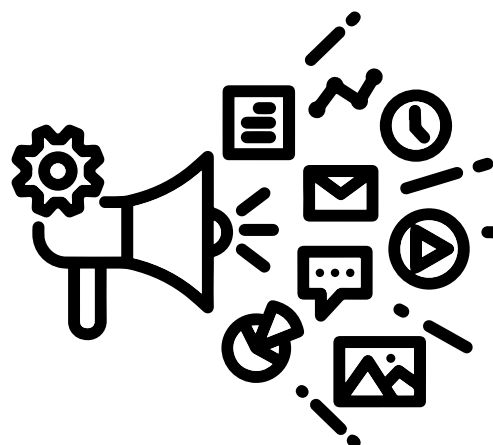
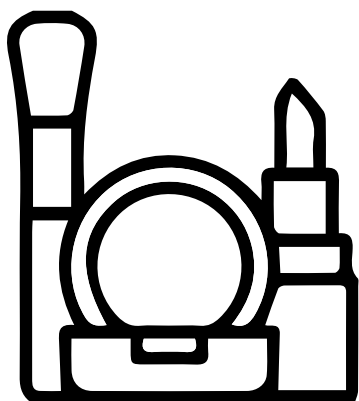
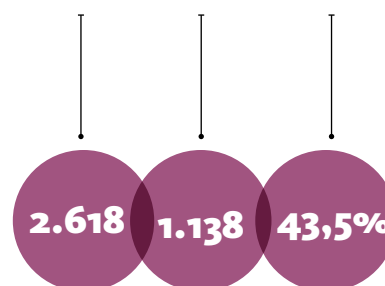
RAMA	ROL	TOTAL	MUJERES	% MUJERES
UTILERÍA	UTILERO/A / CARPINTERO/A	44	3	6,8%
UTILERÍA	AYUDANTE/ASISTENTE DE UTILERÍA	30	2	6,7%
GRIP	GRIP	42	2	4,8%
ELECTRICIDAD E ILUMINACIÓN	GAFFER	32	1	3,1%
ANIMACIÓN	ANIMADOR/A SR STOP MOTION	1	0	0,0%
SONIDO	ARTISTA DE SONORIZACIÓN (FOLEY)	4	0	0,0%
POSTPRODUCCIÓN DE SONIDO	DIRECTOR/A DE SONIDO POST / MEZCLADOR/A	7	0	0,0%
ANIMACIÓN	FONDISTA 2D	1	0	0,0%
GRIP	KEY GRIP	31	0	0,0%
ANIMACIÓN	OPERADOR/A COMPOSICIÓN SENIOR 2D Y 3D	1	0	0,0%
ELECTRICIDAD E ILUMINACIÓN	OPERADOR/A DE GENERADOR	13	0	0,0%
SONIDO	OPERADOR/A DE GRABACIÓN	1	0	0,0%
FOTOGRAFÍA Y CÁMARA	STEADY CAM	2	0	0,0%
MAQUILLAJE Y PEINADO	APRENDIZ DE MAQUILLAJE	2	2	100,0%
ARTE Y VESTUARIO	APRENDIZ DE VESTUARIO	3	3	100,0%
SONIDO	APRENDIZ DE SONIDO	4	3	75,0%
DIRECCIÓN	APRENDIZ DE DIRECCIÓN	19	12	63,2%
ARTE Y VESTUARIO	APRENDIZ DE ARTE	5	3	60,0%
PRODUCCIÓN	APRENDIZ DE PRODUCCIÓN	51	18	35,3%
FOTOGRAFÍA Y CÁMARA	APRENDIZ DE CÁMARA	8	2	25,0%
LOCACIONES	APRENDIZ DE LOCACIONES	5	1	20,0%
ELECTRICIDAD E ILUMINACIÓN	APRENDIZ DE ELÉCTRICO/A	1	0	0,0%



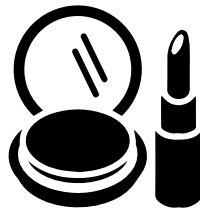
**MUJERES POR ROL:**  
PUBLICIDAD

ANIMACIÓN	ANIMADOR/A SR STOP MOTION	1	1	100,0%
ANIMACIÓN	ASISTENTE DE ANIMACIÓN STOP MOTION	1	1	100,0%
MAQUILLAJE Y PEINADO	AYUDANTE DE MAQUILLAJE	13	13	100,0%
DIRECCIÓN	CONTINUISTA / SCRIPT	6	6	100,0%
ARTE Y VESTUARIO	AYUDANTE DE VESTUARIO	101	93	92,1%
ARTE Y VESTUARIO	ASISTENTE DE VESTUARIO	108	97	89,8%
ARTE Y VESTUARIO	VESTUARISTA	120	107	89,2%
MAQUILLAJE Y PEINADO	MAQUILLADOR/A / PEINADOR/A	80	71	88,8%
ARTE Y VESTUARIO	AMBIENTADOR/A	121	105	86,8%
MAQUILLAJE Y PEINADO	AYUDANTE DE MAQUILLAJE/PEINADO	67	56	83,6%
ARTE Y VESTUARIO	DIRECTOR/A DE ARTE	120	100	83,3%
MAQUILLAJE Y PEINADO	MAQUILLADOR/A / JEFE/A DE MAQUILLAJE	45	37	82,2%
ARTE Y VESTUARIO	AYUDANTE DE ESCENOGRAFÍA / ASISTENTE DE ARTE	143	112	78,3%
RR.PP.	RELACIONES PÚBLICAS	17	12	70,6%
MAQUILLAJE Y PEINADO	PEINADOR/A	18	10	55,6%
DIRECCIÓN	1 <sup>ER</sup> /A AYUDANTE DE DIRECCIÓN	69	38	55,1%
DIRECCIÓN	2 <sup>DO</sup> /A AYUDANTE DE DIRECCIÓN	60	32	53,3%
MONTAJE	EDICIÓN DE VIDEO EN FILM	4	2	50,0%
FOTOGRAFÍA Y CÁMARA	VIDEO ASSIST	86	43	50,0%
DIRECCIÓN	ASISTENTE DE DIRECCIÓN	101	47	46,5%
PRODUCCIÓN	JEFE/A DE PRODUCCIÓN	142	65	45,8%
PRODUCCIÓN	ASISTENTE DE PRODUCCIÓN	166	75	45,2%
FOTOGRAFÍA Y CÁMARA	2 <sup>DO</sup> /A AYUDANTE DE CÁMARA	97	40	41,2%
PRODUCCIÓN	AYUDANTE DE PRODUCCIÓN	149	58	38,9%
ARTE Y VESTUARIO	AYUDANTE DE ARTE	194	70	36,1%
FOTOGRAFÍA Y CÁMARA	1 <sup>ER</sup> /A AYUDANTE DE CÁMARA	100	28	28,0%
FOTOGRAFÍA Y CÁMARA	AYUDANTE HD	18	5	27,8%
LOCACIONES	AYUDANTE DE LOCACIONES	4	1	25,0%
LOCACIONES	ASISTENTE DE LOCACIONES	60	12	20,0%
SONIDO	MICROFONISTA / AYUDANTE DE SONIDO	26	4	15,4%
MONTAJE	EDITOR/A / COMPAGINADOR/A	40	5	12,5%
LOCACIONES	JEFE/A DE LOCACIONES	59	7	11,9%
FOTOGRAFÍA Y CÁMARA	TÉCNICO/A HD	38	4	10,5%
ELECTRICIDAD E ILUMINACIÓN	ELÉCTRICO/A	181	19	10,5%
SONIDO	SONIDISTA / DIRECTOR/A DE SONIDO	57	5	8,8%
FOTOGRAFÍA Y CÁMARA	DIRECTOR/A DE FOTOGRAFÍA	107	8	7,5%
UTILERÍA	AYUDANTE/ASISTENTE DE UTILERÍA	77	5	6,5%
FOTOGRAFÍA Y CÁMARA	CAMARÓGRAFO/A	80	5	6,3%
ELECTRICIDAD E ILUMINACIÓN	GAFFER	100	6	6,0%
ELECTRICIDAD E ILUMINACIÓN	OPERADOR/A DE GENERADOR	39	2	5,1%
ELECTRICIDAD E ILUMINACIÓN	JEFE/A DE ELÉCTRICOS	67	3	4,5%
GRIP	GRIP	110	4	3,6%

RAMA	ROL	TOTAL	MUJERES	% MUJERES
UTILERÍA	UTILERO/A / CARPINTERO/A	64	2	3,1%
GRIP	KEY GRIP	78	1	1,3%
DIRECCIÓN	APRENDIZ DE DIRECCIÓN	6	6	100,0%
ARTE Y VESTUARIO	APRENDIZ DE ARTE	7	6	85,7%
ARTE Y VESTUARIO	APRENDIZ DE VESTUARIO	3	2	66,7%
PRODUCCIÓN	APRENDIZ DE PRODUCCIÓN	187	74	39,6%



## PARTICIPACIÓN DE MUJERES POR RAMA

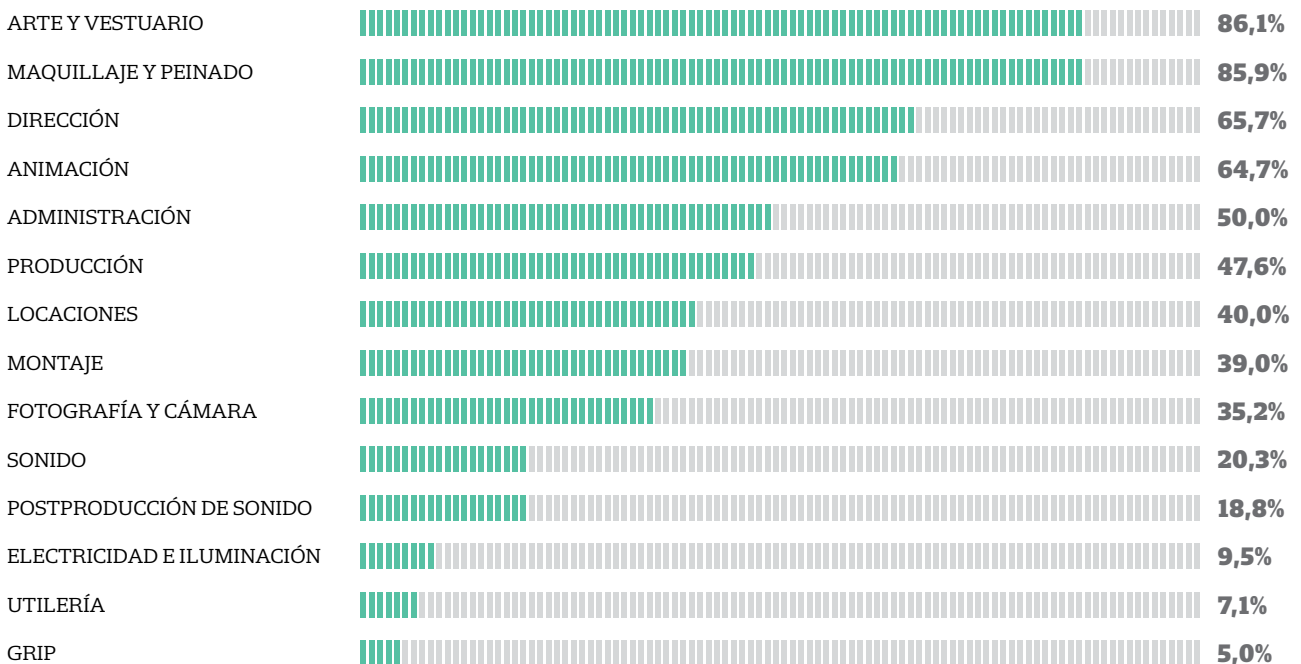


El 76,16% del personal técnico cinematográfico que desempeñó funciones en las tres ramas con mayor presencia femenina de la industria (maquillaje y peinado, arte y vestuario y RR.PP) fueron mujeres. Cabe destacar el continuo crecimiento de personal femenino visualizado en la rama electricidad e iluminación, donde las mujeres pasaron de representar hace cinco años a cerca del 5% de los técnicos y técnicas empleados/as a ser, en 2025,

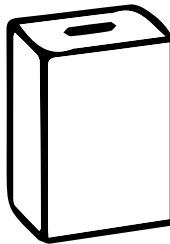
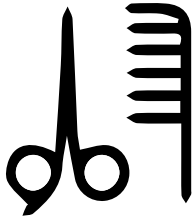
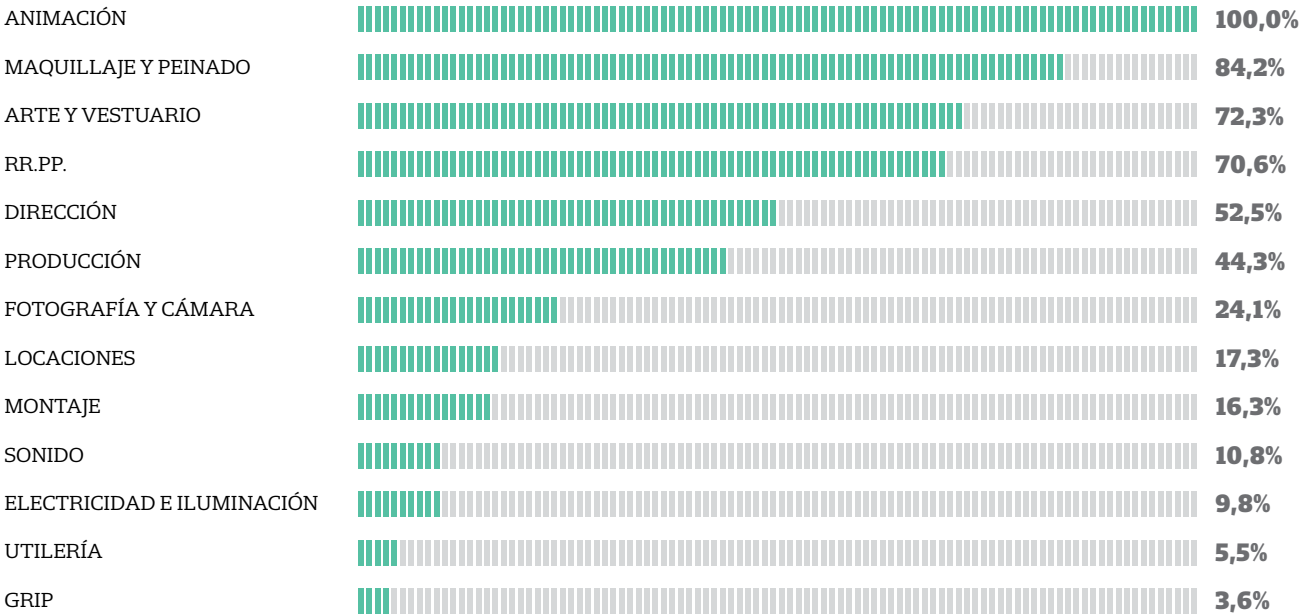
el 9,97% de quienes desarrollaron tareas dentro de la mencionada rama. Solamente 4 de las 12 ramas que a lo largo del año analizado tuvieron presencia femenina en ambos sectores de la industria lograron tener una cantidad de mujeres desempeñando funciones igual o superior a la cantidad de hombres realizando tareas en esas mismas ramas: maquillaje y peinado, arte y vestuario, RR.PP. y dirección.



### LARGOMETRAJES



**PUBLICIDAD**



## CABEZAS DE EQUIPO POR GÉNERO - SEGREGACIÓN OCUPACIONAL HORIZONTAL

Tanto en la producción de largometrajes como en la de publicidades, el rol considerado cabeza de equipo que registró mayor incremento en cuanto a la participación de mujeres respecto del total de técnicos/as empleados/as en comparación a los valores del año anterior fue peinador/a (con un crecimiento de casi 12 puntos porcentuales en largometrajes y

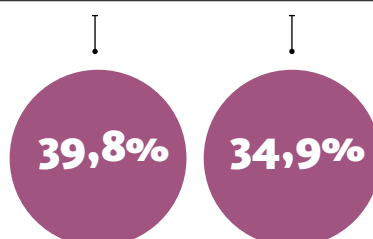
del 10% en publicidad).

Cabe destacar que en el año analizado ninguno de los 13 roles considerados cabeza de equipo contaron con mayor cantidad de técnicas que en el año anterior. A su vez, la mayor baja se vislumbró en el rol de vestuarista, especialidad técnica en la que hubo 28 mujeres menos desempeñando funciones que en 2024.

### CABEZAS DE EQUIPO POR GÉNERO

CABEZAS DE EQUIPO	% MUJERES		CANTIDAD DE MUJERES	
	LARGOMETRAJES	PUBLICIDAD	LARGOMETRAJES	PUBLICIDAD
VESTUARISTA	92,9%	89,2%	26	107
MAQUILLADOR/A / JEFE/A DE MAQUILLAJE	95,7%	82,2%	22	37
DIRECTOR/A DE ARTE	66,7%	83,3%	22	100
PEINADOR/A	60,0%	55,6%	9	10
ASISTENTE DE DIRECCIÓN	53,3%	46,5%	16	47
JEFE/A DE PRODUCCIÓN	51,3%	45,8%	20	65
JEFE/A DE LOCACIONES	37,5%	11,9%	9	7
EDITOR/A / COMPAGINADOR/A	23,1%	12,5%	6	5
SONIDISTA / DIRECTOR/A DE SONIDO	13,9%	8,8%	5	5
DIRECTOR/A DE FOTOGRAFÍA	13,6%	7,5%	3	8
UTILERO/A / CARPINTERO/A	6,8%	3,1%	3	2
GAFFER	3,1%	6,0%	1	6
KEY GRIP	0,0%	1,3%	0	1

### PROMEDIO GENERAL



## SEGREGACIÓN OCUPACIONAL HORIZONTAL



### LARGOMETRAJES

EN LOS ROLES  
OCUPADOS POR  
MUJERES ENTRE EL

**50 / 100%**

EL SALARIO ES

**3,71%**

POR DEBAJO  
DEL PROMEDIO

EN LOS ROLES  
OCUPADOS POR  
MUJERES ENTRE EL

**0 / 49%**

EL SALARIO ES

**3,43%**

POR ENCIMA  
DEL PROMEDIO

### PUBLICIDAD

EN LOS ROLES  
OCUPADOS POR  
MUJERES ENTRE EL

**50 / 100%**

EL SALARIO ES

**10,32%**

POR DEBAJO  
DEL PROMEDIO

EN LOS ROLES  
OCUPADOS POR  
MUJERES ENTRE EL

**0 / 49%**

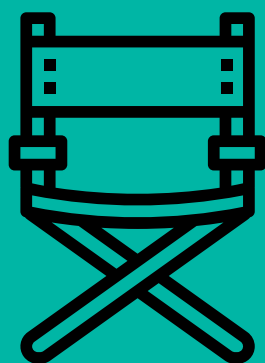
EL SALARIO ES

**7,02%**

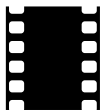
POR ENCIMA  
DEL PROMEDIO



## DEISICA 35



**CINES**



## CINE NACIONAL

### ESTADÍSTICAS GENERALES / ESTRENOS Y RECAUDACIÓN POR GÉNERO

La cantidad de público que concurrió a exhibiciones de filmes propios de la cinematografía nacional se incrementó en un 160% respecto de los valores obtenidos en el año previo. A su vez, los ingresos totales por taquilla de nuestras producciones fueron equivalentes a poco más de 6,5

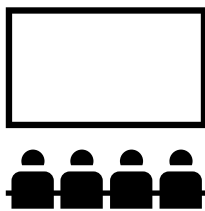
veces lo recaudado en el año 2024. Se lanzaron, en las salas de nuestro país, 41 filmes argentinos menos que en 2024, lo que significó una baja cercana a los 18 puntos porcentuales. Omitiendo a la película nacional más vista, el resto de las comedias lograron el 17% de lo obtenido por ingresos de

taquilla propios del cine nacional. En el año analizado, 134 lanzamientos no lograron atraer a más de 1.000 espectadores (equivalentes a casi el 72% de los estrenos de realizaciones locales) y el 59,70% de estos fueron producciones del género documental.



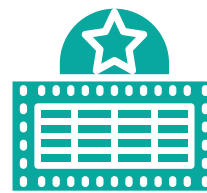
**\$18.094.224.237**

RECAUDACIÓN



**2.738.330**

ESPECTADORES



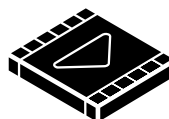
**298**

PELÍCULAS EXHIBIDAS



**185**

PELÍCULAS ESTRENADAS EN SALAS

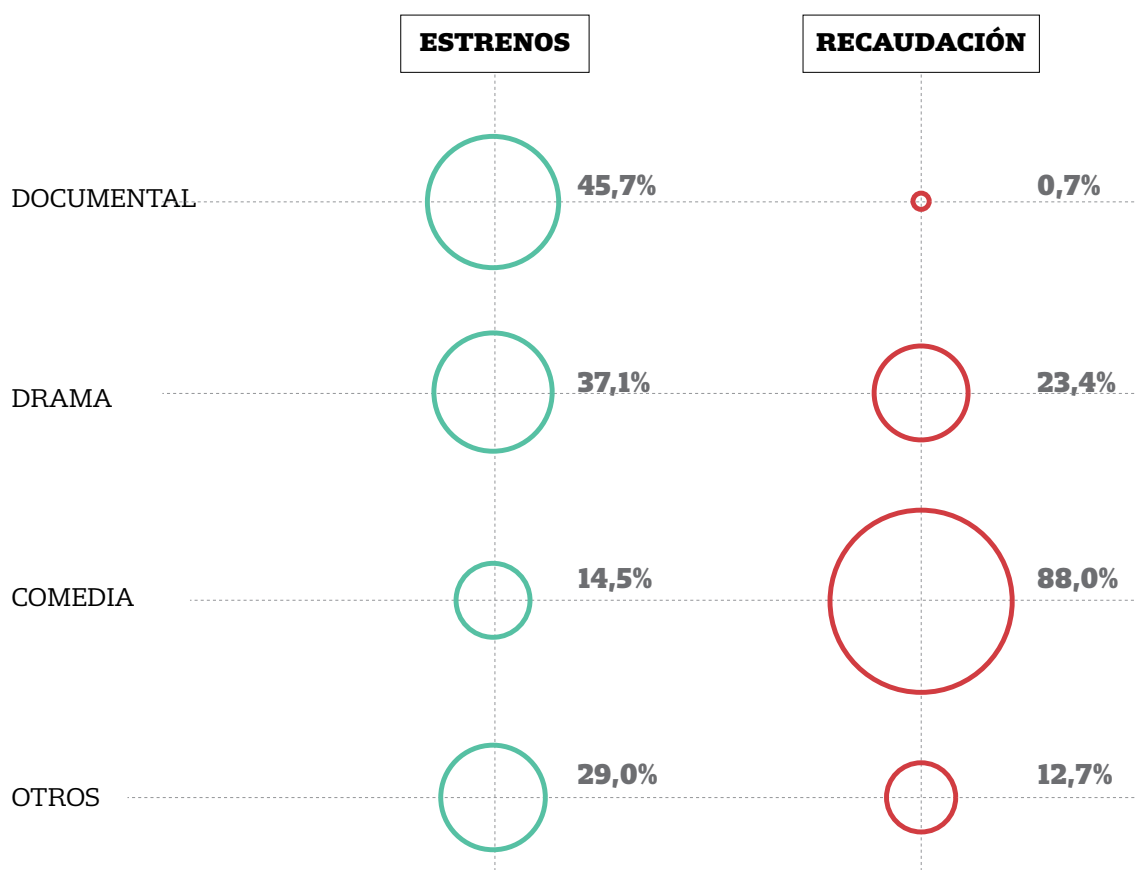


**11,23**

COPIAS POR ESTRENO

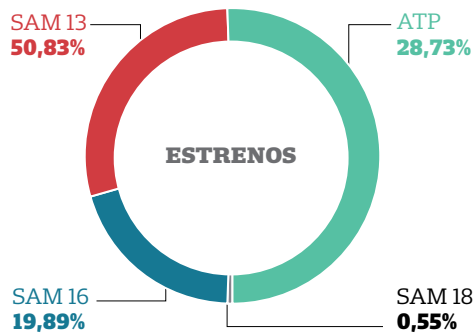


**ESTRENOS Y RECAUDACIÓN POR GÉNERO**



La suma de los porcentajes es mayor a 100, ya que algunos filmes están catalogados con más de un género.

**ESTRENOS Y ESPECTADORES POR CALIFICACIÓN**



**ESTRENOS Y ESPECTADORES POR CALIFICACIÓN Y POR DISTRIBUIDORA**

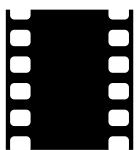
Tan solo 3 de las 20 películas más vistas de la cinematografía nacional del año fueron calificadas como aptas para todo público. Asimismo, 7 de los 10 filmes nacionales más vistos del año fueron solo aptos para mayores de 13 años, y cabe destacar que tan solo un filme sumó poco más del 70% de los espectadores de dicha calificación.

De las 30 distribuidoras no independientes que lanzaron filmes al mercado durante el año analizado, 15 estrenaron algún filme realizado en nuestro país.

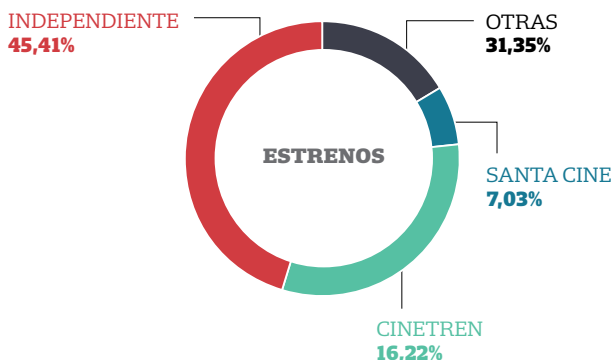
Cuatro de los cinco filmes argentinos más exitosos del

año fueron lanzados al mercado por The Walt Disney Company, mientras que el 16,36% de los ingresos totales por boletería de esta distribuidora fueron producto de las recaudaciones obtenidas por películas producidas en nuestro país.

Las compañías nacionales fueron responsables de la distribución de 16 de los 20 filmes locales más vistos, pero, a su vez, obtuvieron el 16,68% del público total del cine nacional. Cerca de dos tercios de los estrenos nacionales lanzados de forma independiente fueron producciones del género documental.



**ESTRENOS Y ESPECTADORES POR DISTRIBUIDORA**







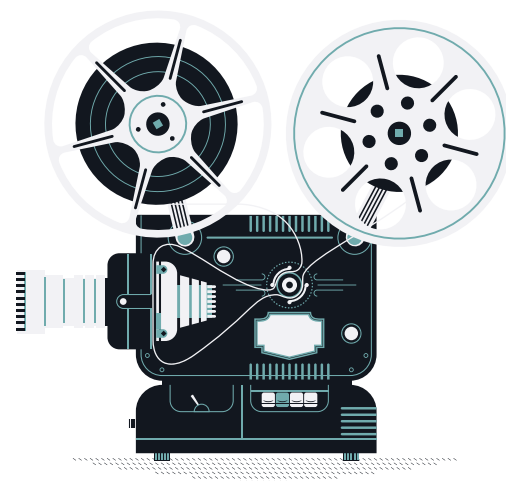
## TÍTULOS ESTRENADOS

Tan solo 3 filmes estrenados en 2025 (el 1,62% de los estrenos nacionales) superaron la barrera de los 100.000 espectadores y obtuvieron, además, el 83,37% del público del cine nacional. Los espectadores de los 7 filmes estrenados con más de 20.000 espectadores equivalieron a poco más del 90% del público registrado por las películas argentinas en el año analizado. En promedio, cada filme nacional lanzado en 2025 contó con 1.291 espectadores por copia (poco más del triple de lo registrado el año anterior), a la vez que las películas con 50 o más co-

pias al ser estrenadas (representativas de casi el 65% de las copias) registraron un promedio de 1.830 espectadores por copia.

De entre los estrenos más vistos del año bajo análisis, una realización documental se ubicó en el quinto lugar, en contraste con lo vislumbrado los anteriores dos años, en que filmes de este género se ubicaron en la primera posición.

Luego de 5 años, un filme protagonizado por Guillermo Francella logró ubicarse como la película más exitosa del año bajo análisis.



### TÍTULO

DIRECTOR/A

Espectadores

Recaudación

**TR** TRABAJO REGISTRADO



**BELEN**  
DOLORES FONZI  
**135.950**  
\$ 785.442.584

**TR**



**EL NOVIO DE MAMÁ**  
LEANDRO MARK Y  
NICOLÁS SILBERT  
**75.007**  
\$ 498.766.260

**TR**



**UNA MUERTE SILENCIOSA**  
SEBASTIÁN SCHINDEL  
**46.039**  
\$ 226.923.226

**TR**



**LA MUJER DE LA FILA**  
BENJAMÍN ÁVILA  
**29.543**  
\$ 187.541.289

**TR**



**1978**  
LUCIANO ONETTI Y  
NICOLÁS ONETTI  
**22.685**  
\$ 96.137.542

SIN TRABAJO REGISTRADO



**TESIS SOBRE UNA DOMESTICACIÓN**  
JAVIER VAN DE COUTER  
**17.483**  
\$ 87.705.601

**TR**



**LA MUERTE DE UN COMEDIANTE**  
JAVIER BELTRAMINO Y  
DIEGO PERETTI  
**16.123**  
\$ 109.562.524

**TR**



**MENSAJE EN UNA BOTELLA**  
GABRIEL NESCI  
**13.939**  
\$ 78.085.341

**TR**



**PAPÁ X DOS**  
HERNÁN GUERSCHUNY  
**13.168**  
\$ 88.830.566

**TR**



**EL BESO DE JUDAS**  
MARTÍN MURPHY  
**9.870**  
\$ 45.170.303

**TR**



**GATILLERO**  
CRISTIAN TAPIA  
MARCHIORI  
**9.628**  
\$ 53.974.082

**TR**



**NADIE VA A ESCUCHAR TU GRITO**  
MARIANO CATTANEO  
**6.746**  
\$ 28.413.831

SIN TRABAJO REGISTRADO



**LA NOCHE SIN MÍ**  
MARÍA LAURA BERCH Y  
LAURA CHIABRANDO  
**5.082**  
\$ 28.673.919

TR



**LA ZURDA**  
ROSENDO RUÍZ  
**4.803**  
\$ 22.764.985

TR



**VIEJA LOCA**  
MARTÍN MAUREGUI  
**4.226**  
\$ 27.589.982

TR



**LA DICHA EN MOVIMIENTO:  
LOS TWIST**  
MAXIMILIANO GUTIÉRREZ  
**3.749**  
\$ 22.497.294

TR



**VERANO TRIPPIN**  
MORENA FERNÁNDEZ  
QUINTEROS  
**3.489**  
\$ 19.401.614

TR



**CUIDADORAS**  
MARTINA MATZKIN Y  
GABRIELA UASSOUF  
**3.267**  
\$ 12.698.300

TR



**27 NOCHES**  
DANIEL HENDLER  
**3.130**  
\$ 11.838.900

TR



**GALA & KIWI**  
AXEL CHEB TERRAB  
**3.120**  
\$ 8.304.000

SIN TRABAJO  
REGISTRADO



**EL RETORNO**  
MARCELA LUCHETTA  
**2.925**  
\$ 19.776.680

TR



**MISS CARBÓN**  
AGUSTINA MACRÍ  
**2.883**  
\$ 12.350.214

TR



**POR TU BIEN**  
AXEL MONSÚ  
**2.866**  
\$ 7.296.100

TR



**EL SUEÑO DE EMMA**  
GERMÁN VILCHE  
**2.820**  
\$ 5.791.850

SIN TRABAJO  
REGISTRADO



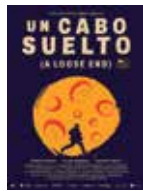
**ADIÓS MADRID**  
DIEGO CORSINI  
**2.000**  
\$ 11.696.400

SIN TRABAJO  
REGISTRADO



**HISTORIAS DE PAPEL**  
FLORENCIA NIZZO  
**1.807**  
\$ 6.602.600

SIN TRABAJO  
REGISTRADO



**UN CABO SUELTO**  
DANIEL HENDLER  
**1.781**  
\$ 6.553.500

TR



**UNA CASA  
CON DOS PERROS**  
MATÍAS FERREYRA  
**1.620**  
\$ 5.924.900

TR



**ÁLBUM DE FAMILIA**  
LAURA CASABE  
**1.608**  
\$ 3.830.150

TR



**LA HERIDA**  
DIEGO GOTTHEIL  
**1.567**  
\$ 9.322.984

TR



**VRUTOS**  
MIGUEL BOU  
**1.561**  
\$ 3.816.400

SIN TRABAJO  
REGISTRADO



**ADIÓS A LAS LILAS**  
HUGO CURLETTO  
**1.544**  
\$ 5.611.800

TR



**LOS RENACIDOS**  
SANTIAGO ESTEVES  
**1.474**  
\$ 9.641.854

TR



**MUÑA MUÑA**  
PAULA MOREL KRISTOF  
**1.449**  
\$ 4.897.400

TR



**BUENAS NOCHES  
JUNTOS**  
MATÍAS SZULANSKI  
**1.396**  
\$ 3.276.525

TR



**LO QUE ESCRIBIMOS**  
NICOLÁS TETÉ  
**1.382**  
\$ 3.990.200

SIN TRABAJO  
REGISTRADO



**EL MENSAJE**  
IVÁN FUND  
**1.378**  
\$ 5.489.500

SIN TRABAJO  
REGISTRADO



**PUTAS**  
DEMIAN ALEXANDER  
**1.359**  
\$ 7.223.119

SIN TRABAJO  
REGISTRADO



**DESBARRANCADA**  
GUADALUPE YEPES  
**1.283**  
\$ 7.185.416

TR



**EL CASERO**  
MATÍAS LUCCHESI  
**1.261**  
\$ 2.913.500

TR



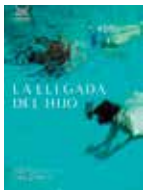
**227 LUNAS**  
BRENDA TAUBIN  
**1.210**  
\$ 2.663.800

TR



**EL PORTAL**  
MARIANO ARGENTO  
**1.168**  
\$ 7.103.010

TR



**LA LLEGADA DEL HIJO**  
CECILIA ATÁN Y VALERIA PIVATO  
**1.092**  
\$ 6.345.547

TR



**NANCY**  
LUCIANO ZITO  
**1.064**  
\$ 2.282.300

TR



**LA MÁQUINA, EL DELFÍN Y UN ENANO DE JARDÍN**  
TOMÁS LARRINAGA  
**1.061**  
\$ 4.147.500

SIN TRABAJO REGISTRADO



**LA NOCHE DE LOS TRES FUEGOS**  
ANDRÉS PATERNOSTRO  
**1.041**  
\$ 4.172.700

TR



**LUCIANO**  
MANUEL BESEDOVSKY  
**1.033**  
\$ 3.891.000

TR



**EL CREPÚSCULO DE LAS ESPECIES**  
ALBERTO ROMERO  
**1.026**  
\$ 1.654.400

TR



**VINCHUCA**  
LUIS ZORRAQUÍN  
**1.020**  
\$ 2.142.400

TR



**ESA SEMANA JUNTOS**  
NICOLÁS CÁCERES FAZZOLARI Y PABLO YOTICH  
**997**  
\$ 1.736.400

SIN TRABAJO REGISTRADO



**EL INFIERNO DE LOS VIVOS**  
ALBERTO GIECO  
**995**  
\$ 4.616.600

TR



**RETRATOS DEL APOCALIPSIS**  
LUCA CASTELLO, FABIÁN FORTE Y NICANOR LORETI  
**992**  
\$ 6.090.800

SIN TRABAJO REGISTRADO



**LOS OJOS DEL ABISMO**  
DANIEL DE LA VEGA  
**957**  
\$ 5.584.250

TR



**EL AMO DEL JARDÍN**  
FERNANDO KRAPP  
**941**  
\$ 3.643.300

TR



**LAS CORRIENTES**  
MILAGROS MUMENTHALER  
**924**  
\$ 6.856.856

TR



**PRESENTE CONTINUO**  
ULISES ROSELL  
**895**  
\$ 5.509.200

SIN TRABAJO REGISTRADO



**DESPUÉS, LA NIEBLA**  
MARTÍN SAPPÍA  
**880**  
\$ 3.527.900

TR



**YO Y LA QUE FUI**  
CONSTANZA NISCOVOLOS Y ELIZABETH WENDLING  
**874**  
\$ 5.011.700

SIN TRABAJO REGISTRADO



**NUESTRA PARTE DEL MUNDO**  
JUAN SCHNITMAN  
**842**  
\$ 1.702.100

TR



**DESPUÉS DEL FINAL**  
PABLO CÉSAR  
**839**  
\$ 2.496.150

TR



**TODAS LAS FUERZAS**  
LUCIANA PIANATANIDA  
**834**  
\$ 1.834.700

TR



**EL SÓTANO**  
AGUSTÍN GIATAGANELIS  
**817**  
\$ 2.289.900

SIN TRABAJO REGISTRADO



**LA QUINTA**  
SILVINA SCHNICER  
**802**  
\$ 4.135.500

TR



**LÁGRIMAS DE FUEGO**  
GABRIEL GRIECO  
**798**  
\$ 3.742.475

TR



**QUINOGRAFÍA**  
FEDERICO CARDONE Y MARIANO DOSONO  
**795**  
\$ 3.589.740

TR



**¿CAIGAN LAS ROSAS BLANCAS!**  
ALBERTINA CARRI  
**750**  
\$ 1.558.400

TR



**UNA VEZ, UN CIRCO**  
SAULA BENAVENTE  
**739**  
\$ 1.589.750

TR



**ADULTO**  
MARIANO GONZÁLEZ  
**735**  
\$ 4.190.284

TR



**WESER**  
FERNANDO SPINER  
**722**  
\$ 3.115.500

TR



**EL CINTURÓN DE OLIVIA**  
JEREMÍAS MAGNAGHI  
RUDY  
**712**  
\$ 3.008.800

SIN TRABAJO REGISTRADO



**EL JUEGO DE LAS 100 VELAS: LA ÚLTIMA POSESIÓN**  
G. LOCKHART, C. GOITIA, J. ROCHA, D. FERINO, M. NIEMANN, A. BORGH, R. GRAFF Y A. SOCORRO  
**699**  
\$ 2.394.700

SIN TRABAJO REGISTRADO



**BUSCANDO A SHAKESPEARE**  
GUSTAVO GARZÓN Y DANIEL ANDRÉS WERNER  
**695**  
\$ 2.494.600

TR



**EL VERANO MÁS LARGO DEL MUNDO**  
 MARÍA ALEJANDRA LIPOMA Y ROMINA VLACHOFF  
**684**  
 \$ 2.990.300

SIN TRABAJO REGISTRADO



**KABADDI**  
 PABLO JOSÉ MEZA  
**678**  
 \$ 2.283.750

SIN TRABAJO REGISTRADO



**SOMBRA CHINA**  
 SEBASTIÁN BAZ  
**677**  
 \$ 3.075.300

SIN TRABAJO REGISTRADO



**EL EXILIO DE LOS MÚSICOS**  
 IVÁN CHERJOVSKY  
**650**  
 \$ 1.217.600

SIN TRABAJO REGISTRADO



**CAÍAN DEL CIELO**  
 RUBÉN PLATANEO  
**649**  
 \$ 2.467.500

TR



**ENTRE LA TIERRA Y EL CIELO**  
 HERNÁN PEPE Y PABLO RATTO  
**635**  
 \$ 2.382.000

TR



**TERRITORIO**  
 JOSÉ CELESTINO CAMPUSANO  
**629**  
 \$ 1.263.800

TR



**7 VIDAS**  
 ALEJO RÉBORA  
**585**  
 \$ 1.675.100

SIN TRABAJO REGISTRADO



**UN MUNDO RECOBRADO**  
 LAURA BONDAREVSKY  
**572**  
 \$ 3.822.000

TR



**AGREGADOS OBREROS**  
 MARCELO REST  
**564**  
 \$ 2.136.000

TR



**RITA: LADO B**  
 GABRIELA GONZÁLEZ FUENTES  
**556**  
 \$ 2.123.700

TR



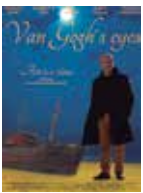
**L'ADDIO**  
 TOIA BONINO  
**546**  
 \$ 1.012.400

TR



**SINTIÓ ALGO VERDADERO**  
 MANUEL SALOMÓN  
**538**  
 \$ 2.129.100

SIN TRABAJO REGISTRADO



**LOS OJOS DE VAN GOGH**  
 JOSÉ CELESTINO CAMPUSANO  
**495**  
 \$ 1.916.400

TR



**¿QUIÉN QUIERE CASARSE CON UN ASTRONAUTA?**  
 DAVID MATAMOROS  
**479**  
 \$ 992.200

TR



**DEMANDA CONTRA EL OLVIDO: POESÍA Y AVENTURA**  
 HORACIO LÓPEZ  
**457**  
 \$ 788.050

SIN TRABAJO REGISTRADO



**SUBURBIOS DEL ALMA**  
 CLAUDIO SANTORELLI  
**456**  
 \$ 1.681.400

SIN TRABAJO REGISTRADO



**CIUDADES DE REFUGIO**  
 RODRIGO FERNÁNDEZ ENGLER  
**455**  
 \$ 2.771.790

TR



**NUEVE AURAS**  
 MARIANO FRIGERIO  
**453**  
 \$ 2.383.800

SIN TRABAJO REGISTRADO



**BIÓNICA**  
 SEBASTIÁN PERILLO  
**437**  
 \$ 1.151.215

TR



**ANTES DEL CUERPO**  
 LUCÍA BRACELIS Y CARINA PIAZZA  
**431**  
 \$ 1.655.000

TR



**ÁNGELES**  
 PAULA MARKOVITCH  
**421**  
 \$ 1.975.700

TR



**VIENTO DEL ESTE**  
 MAIA GATTAS VARGAS  
**416**  
 \$ 794.100

SIN TRABAJO REGISTRADO



**3000 KM EN BICICLETA**  
 IVÁN VESCOVO  
**412**  
 \$ 1.427.000

TR



**SUERTE DE PINOS**  
 LORENA MUÑOZ  
**405**  
 \$ 2.411.800

TR



**HAZTE LA MUERTA**  
 CARLOS GOITÍA  
**387**  
 \$ 1.355.700

SIN TRABAJO REGISTRADO



**DIEGO KIAI: EL SAMURAI ARGENTINO**  
 ARIEL GARÓFALO Y DIEGO RECALDE  
**386**  
 \$ 3.520.700

SIN TRABAJO REGISTRADO



**LÓPEZ: EL HOMBRE QUE DESAPARECIÓ DOS VECES**  
 JORGE LEANDRO COLAS  
**386**  
 \$ 1.476.900

TR



**LAS REGLAS DEL JUEGO**  
 MATÍAS SZULANSKI  
**380**  
 \$ 1.386.600

SIN TRABAJO REGISTRADO



**PERROS**  
 GERARDO MINUTTI  
**376**  
 \$ 1.282.500

TR



**MASACRE EN EL DELTA**  
FACUNDO NUBLE  
371  
\$ 1.672.495

SIN TRABAJO REGISTRADO



**TRES TIEMPOS**  
MARLENE GRINBERG  
366  
\$ 2.662.200

TR



**BASILICIA: CUANDO LA HISTORIA LA ESCRIBEN LOS QUE LUCHAN**  
G. CARBONELL Y G. GULARTE  
366  
\$ 685.400

TR



**PERRO PERRO**  
MARCO BERGER  
364  
\$ 2.990.500

SIN TRABAJO REGISTRADO



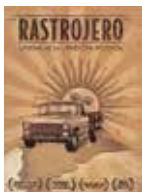
**CUANDO LAS NUBES ESCONDEN LA SOMBRA**  
JOSÉ LUIS TORRES LEIVA  
349  
\$ 1.292.100

TR



**POESÍA ABIERTA: REBELIÓN Y LIBERTAD**  
DIEGO D'ANGELO  
341  
\$ 781.500

TR



**RASTROJERO 2.0**  
MARCOS PASTOR  
340  
\$ 587.350

TR



**EL FUEGO QUE HEMOS CONSTRUIDO**  
LUIS FONTAL Y EZEQUIEL TRONCONI  
326  
\$ 1.685.000

SIN TRABAJO REGISTRADO



**OCA**  
KARLA BADILLO  
322  
\$ 1.002.800

TR



**ALVEAR... HISTORIAS QUE LATEN**  
LUCIANO BACA  
320  
\$ 640.000

SIN TRABAJO REGISTRADO



**MARISA Y GOMOSO**  
PABLO PARÉS  
314  
\$ 698.450

SIN TRABAJO REGISTRADO



**LO DESEADO**  
DARIÓ MASCAMBRONI  
313  
\$ 1.450.500

SIN TRABAJO REGISTRADO



**MISIÓN DELTA**  
JOAQUÍN RAMÍREZ Y NAHUEL BANDE  
305  
\$ 1.300.300

SIN TRABAJO REGISTRADO



**EN LISTA DE ESPERA**  
VICTORIA DE MICHELE Y MARIELA DI NARO  
304  
\$ 614.400

SIN TRABAJO REGISTRADO



**MI MEJOR ESCENA**  
GABRIEL ARBÓS  
297  
\$ 1.445.300

TR



**MONÓLOGO COLECTIVO**  
JESSICA SARAH RINLAND  
297  
\$ 562.600

TR



**OSVALDO, UNA PELÍCULA DE TANGO**  
QUINOGRAFÍA  
291  
\$ 1.600.500

SIN TRABAJO REGISTRADO



**TRES CRUCES**  
ALEJANDRO RATH  
279  
\$ 530.800

TR



**AMAS DE CÁMARA**  
TOMÁS LIPGOT  
278  
\$ 859.700

TR



**SENDA INDIA**  
ALEJANDRO SEGGIARO  
267  
\$ 1.289.800

TR



**DALTON REVOLUCIÓN**  
ALEJANDRO JABLONSKIS  
266  
\$ 478.950

TR



**LA CONTRAOFENSIVA**  
MIGUEL ZEBALLOS  
263  
\$ 980.100

TR



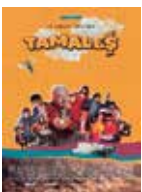
**MARGARITA**  
FLORENCIA CALCAGNO  
262  
\$ 834.900

SIN TRABAJO REGISTRADO



**ORO NEGRO**  
NICOLÁS RÍOS  
257  
\$ 578.200

SIN TRABAJO REGISTRADO



**TAMALES**  
TEODORO CIAMPAGNA  
252  
\$ 684.300

SIN TRABAJO REGISTRADO



**EL PRÍNCIPE DE NANAWA**  
CLARISA NAVAS  
252  
\$ 968.200

TR



**LA HACIENDA: EL REGRESO DE LOS MALDITOS**  
GABY SMITHS  
249  
\$ 585.800

SIN TRABAJO REGISTRADO



**MALA REPUTACIÓN**  
MARTA GARCÍA Y SOL INFANTE ZAMUDIO  
246  
\$ 470.950

TR



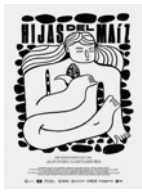
**LAS RUINAS NUEVAS**  
MANUEL EMBALSE  
237  
\$ 1.895.500

SIN TRABAJO REGISTRADO



**BOTAS ROSAS**  
TOMÁS DE LEONE  
234  
\$ 381.950

SIN TRABAJO REGISTRADO



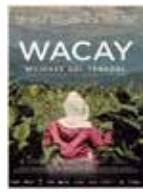
**HIJAS DEL MAÍZ**  
ALFONSO GASTIABURO  
230  
\$ 789.100

TR



**HISTORIAS BREVES 22**  
D. MARTÍNEZ, G. TELLO D'ELIA,  
S. CHIZZINI, L. ROGEL, M.  
ULRICH, F. TALEB Y L. JUÁREZ  
230  
\$ 571.900

TR



**WACAY: MUJERES  
DEL TABACAL**  
BELÉN REVOLLO  
226  
\$ 428.950

TR



**42 REINICIO**  
SEBASTIÁN ZANNI  
221  
\$ 331.400

SIN TRABAJO  
REGISTRADO



**LAS BRIGADISTAS**  
JUAN PABLO LEPORE  
209  
\$ 368.450

SIN TRABAJO  
REGISTRADO



**EL POLVO**  
NICOLÁS TORCHINSKY  
209  
\$ 1.776.500

TR



**LOS DÍAS CON ELLA**  
MATÍAS SCARVACI  
208  
\$ 625.000

TR



**HISTORIAS BREVES 23**  
B. VILLEGAS, M.A. DULCI,  
E. FORTE RODRÍGUEZ,  
A.B. USTELO, J. LENS Y M. A.  
PAPALINI  
196  
\$ 816.400

TR



**DONDE LOS ÁRBOLES  
DAN CARNE**  
ALEXIS FRANCO  
194  
\$ 358.400

TR



**EL PILETERO, EL  
METRODELEGADO Y EL  
CADÁVER**  
EDUARDO DE LA SERNA  
191  
\$ 378.000

SIN TRABAJO  
REGISTRADO



**ANTÁRTIDA:  
DOMINIO UNO**  
JOAQUÍN AZULAY Y  
JULIÁN AZULAY  
180  
\$ 1.283.182

SIN TRABAJO  
REGISTRADO



**RECONQUISTA: EL  
DIARIO DE SCALABRINI  
ORTIZ**  
ARIEL MARTÍNEZ  
HERRERA  
177  
\$ 384.300

SIN TRABAJO  
REGISTRADO



**NO PUEDO TENER SEXO**  
BEL GATTI  
171  
\$ 1.178.300

SIN TRABAJO  
REGISTRADO



**HABITAR LA SOMBRA**  
CÉSAR ITALIANO  
166  
\$ 297.500

SIN TRABAJO  
REGISTRADO



**DESDE ADENTRO**  
MATÍAS XAVIER RISPAU  
166  
\$ 720.800

SIN TRABAJO  
REGISTRADO



**ENTRE REINAS**  
MALENA FAINSOY Y  
TOMÁS MORELLI  
165  
\$ 336.600

SIN TRABAJO  
REGISTRADO



**SIEMPRE VUELVEN**  
SERGIO DE LEÓN  
160  
\$ 564.800

TR



**LA SAGRADA FLORIDA**  
JUAN CARLOS CAPURRO  
149  
\$ 236.500

SIN TRABAJO  
REGISTRADO



**UNA NOCHE EN  
PALADIUM**  
FRANCISCO NOVICK  
142  
\$ 1.136.000

SIN TRABAJO  
REGISTRADO



**YO FILMÉ A OSVALDO  
BAYER**  
FABIO ZURITA  
139  
\$ 262.000

TR



**BAJO LAS BANDERAS,  
EL SOL**  
JUANJO PEREIRA  
128  
\$ 425.800

TR



**EL ARRANQUE**  
FEDERICO JACOBI  
117  
\$ 439.400

SIN TRABAJO  
REGISTRADO



**DANIELITO: LA PELÍCULA**  
GUSTAVO GARZÓN  
112  
\$ 206.900

SIN TRABAJO  
REGISTRADO



**EL CICLISTA DE ODESSA**  
ALEJANDRO VENTURINI  
111  
\$ 329.500

TR



**ANIMU**  
MIGUEL KOHAN  
94  
\$ 631.000

SIN TRABAJO  
REGISTRADO



**PARANÁ**  
VÍCTOR CRUZ  
93  
\$ 330.700

TR



**LAS ALMAS**  
LAURA BASOMBRÍO  
93  
\$ 313.400

TR



**COMO TÚ ME VES**  
M SIN TÍTULO  
89  
\$ 370.200

TR



**JAZMÍN**  
SAMOT MÁRQUEZ  
88  
\$ 355.900

SIN TRABAJO  
REGISTRADO



**CROMA**  
MANUEL ABRAMOVICH  
84  
\$ 324.300

TR



**AMOR DESCARTABLE**  
AZUL AIZENBERG  
81  
\$ 342.800

SIN TRABAJO REGISTRADO



**EL ANDARIEGO: HISTORIA DE UN GRUPO VOCAL**  
L. PIASTRELLINI, E. FISCICARO Y SILVIA MAJUL  
78  
\$ 237.000

SIN TRABAJO REGISTRADO



**SOMBRA GRANDE**  
MAXIMILIANO SCHONFELD  
74  
\$ 239.500

SIN TRABAJO REGISTRADO



**TODO DOCUMENTO DE CIVILIZACIÓN**  
TATIANA MAZÚ GONZÁLEZ  
69  
\$ 251.400

SIN TRABAJO REGISTRADO



**LOS CUERPOS PÚBLICOS**  
VALERIA SARTORI  
67  
\$ 251.100

TR



**LA HIJA DEL NO**  
SILVINA HERMOZA  
66  
\$ 216.000

TR



**LA ZORRA Y LA PAMPA**  
LEANDRO ROVERE Y NACHO SÁNCHEZ ORDÓÑEZ  
65  
\$ 107.300

TR



**EL SANADOR DE OJOS CELESTES**  
TOMÁS DE LEONE  
62  
\$ 253.600

TR



**LAS VOCES DEL SILENCIO**  
GABRIELA NASO  
53  
\$ 102.200

TR



**NORMA TAMBIÉN**  
NATALIA VINELLI Y ALEJANDRA GUZZO  
48  
\$ 171.000

SIN TRABAJO REGISTRADO



**YO NO SOY MOTOCHORRO**  
RODOLFO POCHAT  
45  
\$ 146.000

TR



**EL SEÑOR DE LOS PINGÜINOS**  
DAMIÁN MARTÍNEZ  
41  
\$ 101.300

TR



**UN MUNDO IMAGINADO**  
MARCOS RODRÍGUEZ  
31  
\$ 246.000

SIN TRABAJO REGISTRADO



**EL SUEÑO IMPOSIBLE: FAMILIA DE ARTISTAS**  
PAULA ROMERO LEVIT  
25  
\$ 66.500

SIN TRABAJO REGISTRADO



**EL PROTOCOLO MUTAZION**  
MARCELO LEGUIZA  
24  
\$ 62.400

SIN TRABAJO REGISTRADO



**LO QUE NOS QUEDA POR CONTAR**  
FERNANDO RUBIO  
24  
\$ 64.000

SIN TRABAJO REGISTRADO



**BUSCANDO AL HOMBRE PALOMA**  
LAUREANO NAZAR  
23  
\$ 65.500

SIN TRABAJO REGISTRADO



**7.10: SUR ROJO**  
URIEL SOKOLOWICZ  
20  
\$ 142.414

SIN TRABAJO REGISTRADO



**JORGE POLACO**  
MARÍA ONIS  
18  
\$ 132.000

SIN TRABAJO REGISTRADO



**TRAS LOS PASOS DE SUPERPOCHITO**  
NACHO GARASSINO  
10  
\$ 40.000

TR



**QUÉ NO DARÍA YO POR EL RECUERDO**  
TINO PEREIRA  
6  
\$ 22.000

TR







## REDES SOCIALES: FACEBOOK



Poco más de la décima parte de los filmes nacionales estrenados en 2025 contaron con páginas creadas dentro de la red social Facebook.

Tan solo 1 de las 10 películas más vistas del año tuvo a sus páginas entre las 10 con mayor número de clics en sus botones de "Seguir".

Cada página analizada contó con un promedio de 52 seguidores. La cantidad de seguidores obtenidos por la totalidad de las páginas en cuestión equivalió a cerca del 0,04% de los espectadores convocados por el cine argentino durante el año 2025.

En el año analizado, se registraron 3 producciones con un número de seguidores en sus páginas de Facebook mayor que el 10% del público concurrente a sus funciones en alguna de las salas cinematográficas de nuestro país.



ME GUSTA

TÍTULO

TÍTULO	ME GUSTA
GATILLERO	228
LA MUJER DE LA FILA	170
EL INFIERNO DE LOS VIVOS	152
LA NOCHE DE LOS TRES FUEGOS	134
LA DICHA EN MOVIMIENTO: LOS TWIST	121
DIEGO KIAI: EL SAMURAI ARGENTINO	51
SOMBRAS CHINAS	47
EL RETORNO	36
LA HERIDA	31
ENTRE LA TIERRA Y EL CIELO	26
AGREGADOS OBREROS	25
3000 KM EN BICICLETA	24
DESPUÉS DEL FINAL	14
LA NOCHE SIN MÍ	14
CAÍAN DEL CIELO	10
ADIÓS MADRID	6
LAS CORRIENTES	3
VERANO TRIPPIN	2
LOS RENACIDOS	1
SINTIÓ ALGO VERDADERO	1
EL POLVO	1

Datos a febrero de 2026.



## REDES SOCIALES: YOUTUBE



Uno de los 10 filmes realizados en nuestro país con mayor número de espectadores en 2025 logró ubicarse dentro de los 10 filmes cuyos trailers fueron los más visualizados a lo largo del año en el mayor sitio web de alojamiento de videos.

En promedio, cada avance fue visto 496 veces, aunque los 10 con más visualiza-

ciones lograron un promedio de 1.304. Poco más de la mitad de las reproducciones fueron logradas por los avances de las 5 películas con mayor número de vistas en el año 2025.

Con guarismos muy superiores a los obtenidos por los seguidores a sus páginas de Facebook, la cantidad de visualizaciones totales obtenidas por

los trailers equivalió al 0,67% del público total del cine nacional en el año analizado.

De las 37 realizaciones que tuvieron sus trailers en YouTube, 9 contaron con mayor cantidad de vistas de sus respectivos avances que espectadores concurrendo a salas cinematográficas a ver su obra completa.



### VISTAS

### TÍTULO

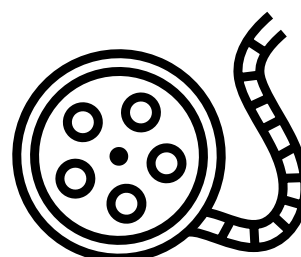
TÍTULO	VISTAS
LA HERIDA	2.985
EL SUEÑO DE EMMA	2.904
LA ZURDA	1.391
NANCY	1.156
EL PORTAL	928
BUENAS NOCHES	905
TODAS LAS FUERZAS	722
ANTES DEL CUERPO	714
TESIS SOBRE UNA DOMESTICACIÓN	707
LA HIJA DEL NO	626
VRUTOS	588
L'ADDIO	463
UNA VEZ, UN CIRCO	448
MAZEL TOV	365
VIENTO DEL ESTE	344
TERRITORIO	322
EL BESO DE JUDAS	293
LO QUE ESCRIBIMOS JUNTOS	256
DESBARRANCADA	233
WACAY: MUJERES DEL TABACAL	227
227 LUNAS	208
LAS BRIGADISTAS	187



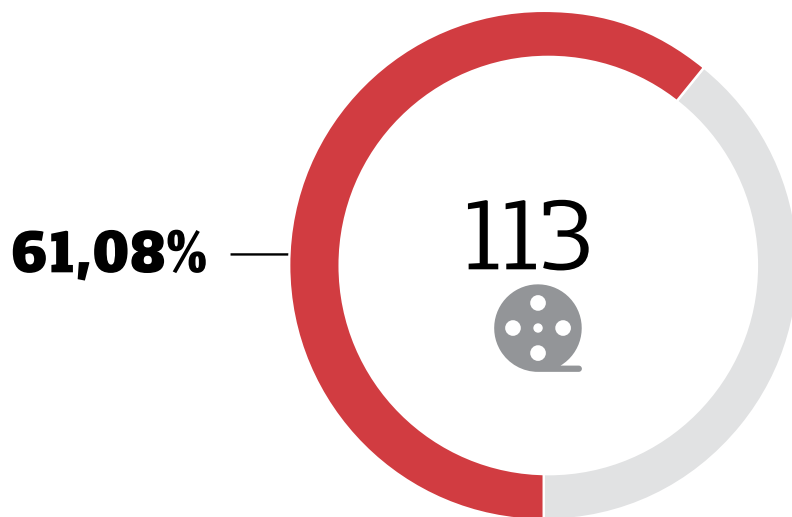
TÍTULO

VISTAS

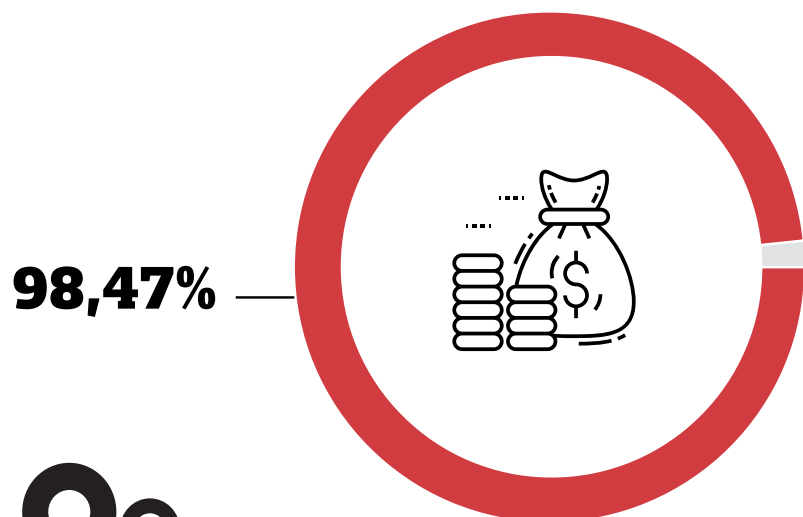
MALA REPUTACIÓN	181
UNA MUERTE SILENCIOSA	176
ANIMU	170
LA HACIENDA: EL REGRESO DE LOS MALDITOS	112
LA MUERTE DE UN COMEDIANTE	110
BIÓNICA	107
EL ANDARIEGO: HISTORIA DE UN GRUPO VOCAL	96
TRES TIEMPOS	83
AMAS DE CÁMARA	75
YO FILMÉ A OSVALDO BAYER	70
3000 KM EN BICICLETA	66
LO QUE NOS QUEDA POR CONTAR	36
BUSCANDO A SHAKESPEARE	29
BAJO LAS BANDERAS, EL SOL	9



**TRABAJO REGISTRADO:**  
ESTRENOS



**TRABAJO REGISTRADO:**  
RECAUDACIÓN





## TRABAJO REGISTRADO: ESTRENOS - TRABAJO REGISTRADO: RECAUDACIÓN

**E**l 60% de los filmes de ficción estrenados tuvieron a sus técnicos y técnicas inscriptos/as de acuerdo al régimen que regula la industria cinematográfica; por otro lado, el 62,35% de los documentales contó con sus equipos de trabajo registrados correctamente.

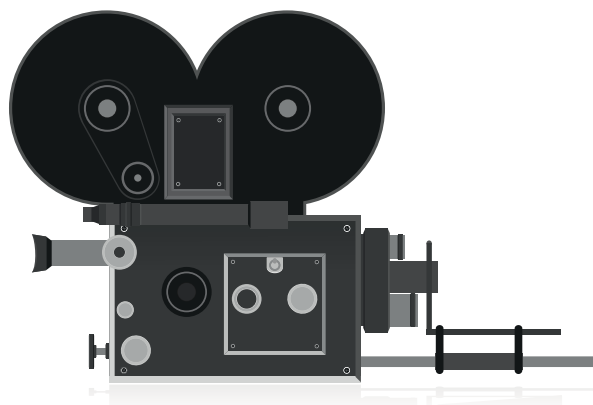
De las 98 películas estrenadas en salas que obtuvieron menos de 500 espectadores en el año analizado, 48 (el 48,98%) no cumplieron las disposiciones del Convenio Colectivo de Trabajo 235/75.

Los estrenos con trabajadores y trabajadoras

legalmente registrados/as sumaron un total de 3.071 puestos de trabajo. Cada producción de ficción empleó un promedio de 46 trabajadores/as, mientras que los filmes documentales requirieron una media de 8 trabajadores/as. Se puede estimar que los filmes estrenados sin trabajo registrado utilizaron unos 2.202 trabajadores y trabajadoras.

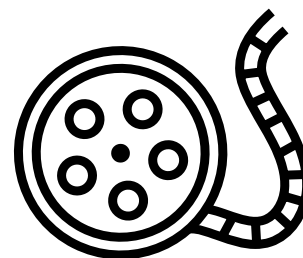


**TRABAJO REGISTRADO  
FICCIÓN**

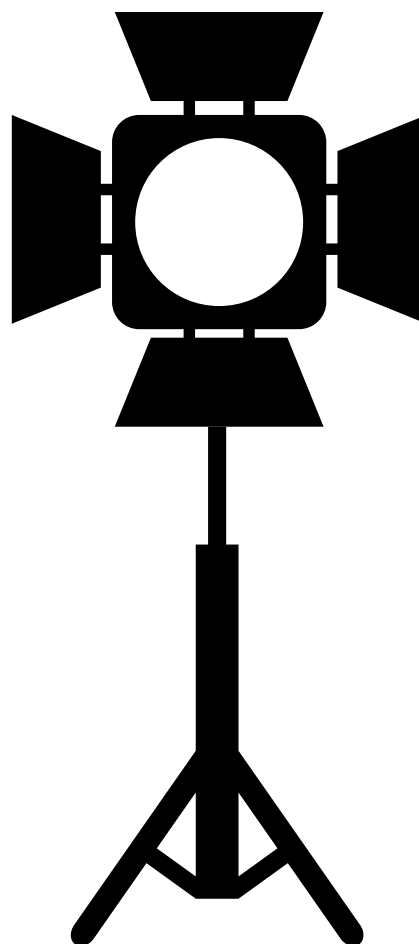


TÍTULO	AÑO DE PRODUCCIÓN
¡CAIGAN LAS ROSAS BLANCAS!	2022
¿QUIÉN QUIERE CASARSE CON UN ASTRONAUTA?	2023
27 NOCHES	2025
ADIÓS A LAS LILAS	2023
ADULTO	2023
ÁNGELES	2022
ANTES DEL CUERPO	2023
BELÉN	2025
BIÓNICA	2021
BUENAS NOCHES	2023
CIUDADES DE REFUGIO	2023
CUANDO LAS NUBES ESCONDEN LA SOMBRA	2023
DESBARRANCADA	2024
DESPUÉS DEL FINAL	2023
DESPUÉS, LA NIEBLA	2023
EL BESO DE JUDAS	2023
EL CASERO	2023
EL INFIERNO DE LOS VIVOS	2023
EL NOVIO DE MAMÁ	2025
EL PORTAL	2021
EL RETORNO	2023
GATILLERO	2023
HISTORIAS BREVES 22	2023
HISTORIAS BREVES 23	2023
HOMO ARGENTUM	2024

TÍTULO	AÑO DE PRODUCCIÓN
LA DICHA EN MOVIMIENTO: LOS TWIST	2022
LA HERIDA	2022
LA LLEGADA DEL HIJO	2023
LA MUERTE DE UN COMEDIANTE	2023
LA MUJER DE LA FILA	2024
LA NOCHE DE LOS TRES FUEGOS	2023
LA NOCHE SIN MÍ	2023
LA QUINTA	2023
LA ZURDA	2023
LÁGRIMAS DE FUEGO	2022
LAS CORRIENTES	2024
LOS OJOS DE VAN GOGH	2022
LOS OJOS DEL ABISMO	2023
LOS RENACIDOS	2023
MAZEL TOV	2024
MENSAJE EN UNA BOTELLA	2023
MISS CARBÓN	2024
MUÑA MUÑA	2023
NANCY	2023
NUESTRA PARTE DEL MUNDO	2023
OCA	2024
PAPÁ X DOS	2024
PERROS	2024
POR TU BIEN	2022
SIEMPRE VUELVEN	2023
TERRITORIO	2023



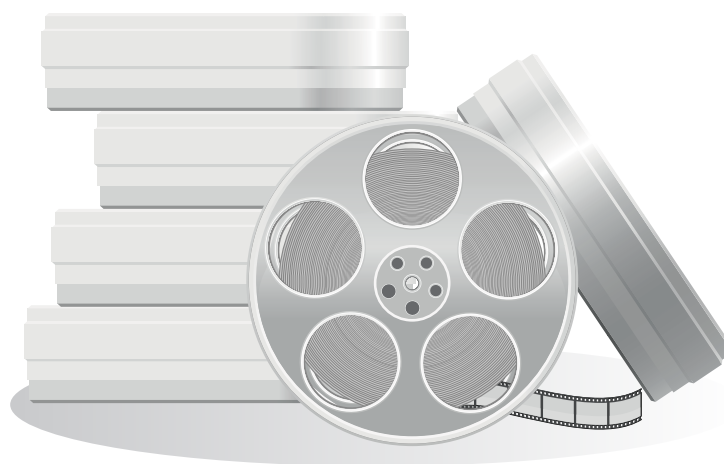
TÍTULO	AÑO DE PRODUCCIÓN
<u>TESIS SOBRE UNA DOMESTICACIÓN</u>	<u>2023</u>
<u>TODAS LAS FUERZAS</u>	<u>2022</u>
<u>TRES TIEMPOS</u>	<u>2022</u>
<u>UN CABO SUELTO</u>	<u>2024</u>
<u>UNA CASA CON DOS PERROS</u>	<u>2023</u>
<u>UNA MUERTE SILENCIOSA</u>	<u>2023</u>
<u>VERANO TRIPPIN</u>	<u>2024</u>
<u>VIEJA LOCA</u>	<u>2024</u>
<u>VINCHUCA</u>	<u>2021</u>

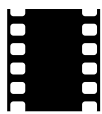


**TRABAJO REGISTRADO  
DOCUMENTALES**

<b>TÍTULO</b>	<b>AÑO DE PRODUCCIÓN</b>
CUIDADORAS	2021
LUCIANO	2023
ÁLBUM DE FAMILIA	2021
UN MUNDO RECOBRADO	2021
EL AMO DEL JARDÍN	2021
QUINOGRAFÍA	2023
WESER	2023
227 LUNAS	2023
BUSCANDO A SHAKESPEARE	2023
CAÍAN DEL CIELO	2023
SUERTE DE PINOS	2023
ENTRE LA TIERRA Y EL CIELO	2020
AGREGADOS OBREROS	2023
RITA: LADO B	2021
EL POLVO	2019
EL CREPÚSCULO DE LAS ESPECIES	2021
UNA VEZ, UN CIRCO	2023
LÓPEZ: EL HOMBRE QUE DESAPARECIÓ DOS VECES	2024
MI MEJOR ESCENA	2025
3000 KM EN BICICLETA	2022
SENDA INDIA	2021
L'ADDIO	2021
LA CONTRAOFENSIVA	2023
EL PRÍNCIPE DE NANAWA	2022
AMAS DE CÁMARA	2023
HIJAS DEL MAÍZ	2021
POESÍA ABIERTA: REBELDÍA Y LIBERTAD	2023
BASILICIA: CUANDO LA HISTORIA LA ESCRIBEN LOS QUE LUCHAN	2022
LOS DÍAS CON ELLA	2023
RASTROJERO 2.0	2022
MONÓLOGO COLECTIVO	2022
TRES CRUCES	2022
DALTON REVOLUCIÓN	2021
MALA REPUTACIÓN	2022
WACAY: MUJERES DEL TABACAL	2022
BAJO LAS BANDERAS, EL SOL	2023

TÍTULO	AÑO DE PRODUCCIÓN
BOTAS ROSAS	2019
COMO TÚ ME VES	2023
DONDE LOS ÁRBOLES DAN CARNE	2022
PARANÁ	2023
EL CICLISTA DE ODESSA	2022
CROMA	2022
LAS ALMAS	2021
YO FILMÉ A OSVALDO BAYER	2022
EL SANADOR DE OJOS CELESTES	2021
LOS CUERPOS PÚBLICOS	2022
LA HIJA DEL NO	2023
YO NO SOY MOTOCHORRO	2022
LA ZORRA Y LA PAMPA	2021
LAS VOCES DEL SILENCIO	2023
EL SEÑOR DE LOS PINGÜINOS	2022
TRAS LOS PASOS DE SUPERPOCHO	2022
LAS VOCES DE PABLO	2021
CABEZA PARLANTE. BOCA MUDA	2022
CINENSANGRE/CINENZONDA	2021
EL MAL ABSOLUTO	2022
AMOR Y CINE	2021
LOS BILBAO	2022
CAMUFLAJE	2021





## CINES ESTADÍSTICAS GENERALES

Por segundo año consecutivo, la cantidad de público que concurrió a los cines de nuestro país presentó una baja respecto del año anterior. De esta manera, en 2025 hubo aproximadamente 2,1 millones menos de espectadores cinematográficos que en 2024.

Por su parte, las recaudaciones del año vislumbraron un aumento del 54% en comparación con el año previo (equivalentes a 77.743 millones de pesos más que ingresaron en las boleterías de los cines argentinos).

El valor promedio de la entrada registró, durante 2025, un aumento en su precio al público del 64% con relación al anterior año.

Además, cada pantalla activa en el año obtuvo, en promedio, una recaudación un 53,27% mayor a la de los doce meses anteriores.

Considerando los valores oficiales de las monedas extranjeras al cierre del año, las salas de la Argentina obtuvieron, en concepto de recaudaciones, U\$149.666.933 (dólares estadounidenses) o €125.856.284 (euros).



**\$221.507.060.671**

RECAUDACIÓN



**32.803.372**

ESPECTADORES



**493**

PELÍCULAS ESTRENADAS

**\$748.334.664**

RECAUDACIÓN  
POR SALA

**34.242**

ESPECTADORES  
POR PANTALLA

**747**

PELÍCULAS  
EXHIBIDAS

**\$231.218.226**

RECAUDACIÓN  
POR PANTALLA

**110.822**

ESPECTADORES  
POR SALA

**47,49**

COPIAS  
POR ESTRENO



**\$6.752,57**

VALOR PROMEDIO  
DE LA ENTRADA



**296**

SALAS



**958**

PANTALLAS

**3,24**

PANTALLAS  
POR SALA



## ESPECTADORES POR PROVINCIA

GRAN BUENOS AIRES		<b>11.058.833</b>
CIUDAD DE BUENOS AIRES		<b>6.702.148</b>
CÓRDOBA		<b>2.869.143</b>
BUENOS AIRES		<b>2.749.381</b>
SANTA FE		<b>2.245.559</b>
MENDOZA		<b>1.344.585</b>
NEUQUÉN		<b>989.292</b>
SALTA		<b>858.153</b>
TUCUMÁN		<b>574.364</b>
SAN JUAN		<b>380.239</b>
ENTRE RÍOS		<b>353.661</b>
JUJUY		<b>269.694</b>
CORRIENTES		<b>268.108</b>
SAN LUIS		<b>243.138</b>
CHUBUT		<b>229.180</b>
CHACO		<b>228.788</b>
RÍO NEGRO		<b>210.173</b>
MISIONES		<b>207.238</b>
SANTIAGO DEL ESTERO		<b>176.919</b>
TIERRA DEL FUEGO		<b>171.483</b>
CATAMARCA		<b>166.128</b>
SANTA CRUZ		<b>157.062</b>
LA RIOJA		<b>141.144</b>
LA PAMPA		<b>141.072</b>
FORMOSA		<b>67.887</b>

## ESPECTADORES POR PROVINCIA

En 2025, 54 de cada 100 espectadores concurren a salas ubicadas en el Área Metropolitana de Buenos Aires. De esta manera, por cada 11 espectadores presentes en salas del resto de las provincias hubo 13 en cines del principal conglomerado urbano de nuestro país, el cual contó con 5% menos público que en el año 2024. Por otro lado, la cantidad de público que concurrió a salas de las 20 provincias con menos de 1.500.000 espectadores fue apenas superior a la mitad de los espectado-

res registrados en la totalidad de las salas ubicadas dentro de la provincia de Buenos Aires (7,2 millones de espectadores contra 13,8 millones, respectivamente). Nuevamente, San Isidro, Córdoba (capital) y Rosario fueron, con el 18% de los espectadores totales del país, los departamentos/partidos con mayor afluencia de público. Además, 15 departamentos y partidos (de los 160 que contaron con salas en 2025) concentraron juntos poco más de la mitad del público del país.



ESPECTADORES EN CAPITALES PROVINCIALES

LA PLATA	BUENOS AIRES		4,0% <b>A</b>
LA PLATA	BUENOS AIRES		20,0% <b>B</b>
SAN FERNANDO DEL VALLE DE	CATAMARCA		98,7%
RESISTENCIA	CHACO		100,0%
RAWSON	CHUBUT		17,1%
CÓRDOBA	CÓRDOBA		66,3%
CORRIENTES	CORRIENTES		82,8%
PARANÁ	ENTRE RÍOS		58,1%
FORMOSA	FORMOSA		100,0%
SAN SALVADOR DE	JUJUY		94,6%
SANTA ROSA	LA PAMPA		67,1%
LA RIOJA	LA RIOJA		87,2%
MENDOZA	MENDOZA		70,2%
POSADAS	MISIONES		94,4%
NEUQUÉN	NEUQUÉN		93,9%
VIEDMA	RÍO NEGRO		9,7%
SALTA	SALTA		97,2%
SAN JUAN	SAN JUAN		72,8%
SAN LUIS	SAN LUIS		82,1%
RÍO GALLEGOS	SANTA CRUZ		27,4%
SANTA FE	SANTA FE		20,1%
SANTIAGO DEL ESTERO	SANTIAGO DEL ESTERO		69,6%
USHUAÍA	TIERRA DEL FUEGO		49,8%
SAN MIGUEL DE	TUCUMÁN		51,4%

**A** Contabilizando el Gran Buenos Aires

**B** Sin contabilizar el Gran Buenos Aires

ESPECTADORES EN CAPITALES PROVINCIALES

Si no contabilizar la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, el 31,62% del público concurre a exhibiciones cinematográficas dentro de salas ubicadas en alguna de las 23 capitales provinciales presentes en la República Argentina. Asimismo, las dos capitales con mayor cantidad de espectadores (Córdoba y Mendoza) congregaron juntas poco más de un tercio de los espectadores de ciudades capitales y el 18,93% del público concurre a salas cinematográficas en las provincias. Por otra parte, sin tomar en conside-

ración los partidos pertenecientes al denominado Gran Buenos Aires, la ciudad de La Plata recibió a poco más de un quinto de los espectadores de la provincia de la que es capital. Cabe destacar que todas las provincias de nuestro país que contaron con salas comerciales abiertas al público durante 2025 tuvieron establecimientos cinematográficos activos en su capital. Asimismo, dos provincias (Chaco y Formosa) contaron con salas y espectadores únicamente en sus localidades de cabecera.

## ESPECTADORES PER CÁPITA

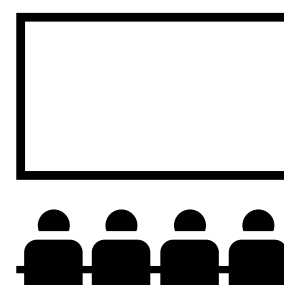
CIUDAD DE BUENOS AIRES		2,18
NEUQUÉN		1,41
TIERRA DEL FUEGO		0,94
GRAN BUENOS AIRES		0,93
CÓRDOBA		0,72
MENDOZA		0,66
SANTA FE		0,61
SALTA		0,58
BUENOS AIRES		0,49
SANTA CRUZ		0,47
SAN LUIS		0,45
SAN JUAN		0,45
CHUBUT		0,38
CATAMARCA		0,38
LA PAMPA		0,37
LA RIOJA		0,35
JUJUY		0,34
TUCUMÁN		0,32
RÍO NEGRO		0,27
ENTRE RÍOS		0,24
CORRIENTES		0,22
CHACO		0,19
SANTIAGO DEL ESTERO		0,17
MISIONES		0,15
FORMOSA		0,11
ARGENTINA		0,71

## ESPECTADORES PER CÁPITA

Durante el transcurso del año, el índice de espectadores per cápita para la totalidad del país fue de 0,71, presentando este indicador valores inferiores a los vislumbrados el año anterior. Por otra parte, dentro de la Región Metropolitana, el índice fue de 1,19 espectadores por habitante. A su vez, fuera del mencionado conglomerado, el índice fue de 0,48, según la distribución que se detalla a continuación: Patagonia: 0,67; Cuyo: 0,57; Región Pampeana: 0,55; NOA: 0,32 y NEA: 0,19.

Las cinco provincias con una población mayor a los 2.000.000 de habitantes (incluyendo la ciudad de Buenos Aires) obtuvieron en conjunto un índice de espectadores per cápita de 0,89, mientras que en el resto del país el índice fue de tan solo 0,36.

A su vez, las tres zonas que presentaron el mayor número de pantallas cinematográficas por habitante dentro de sus límites fueron: la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (que registró 41,89 pantallas por cada millón de habitantes), Tierra del Fuego (con 38,46) y Santa Cruz (con 32,84).



**RECAUDACIÓN POR PROVINCIA**

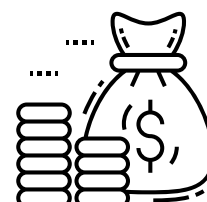
Valor promedio de la entrada

GRAN BUENOS AIRES	\$ 81.403.642.124	\$ 7.361
CIUDAD DE BUENOS AIRES	\$ 47.843.767.755	\$ 7.139
BUENOS AIRES	\$ 17.932.679.761	\$ 6.522
CÓRDOBA	\$ 15.953.731.839	\$ 5.560
SANTA FE	\$ 13.978.504.598	\$ 6.225
MENDOZA	\$ 9.185.429.675	\$ 6.831
NEUQUÉN	\$ 7.539.378.596	\$ 7.621
SALTA	\$ 5.377.215.866	\$ 6.266
TUCUMÁN	\$ 3.462.563.284	\$ 6.029
CHUBUT	\$ 2.028.128.094	\$ 8.849
SAN JUAN	\$ 2.005.469.333	\$ 5.274
ENTRE RÍOS	\$ 1.703.086.839	\$ 4.816
SAN LUIS	\$ 1.372.249.632	\$ 5.644
CORRIENTES	\$ 1.310.111.082	\$ 4.887
RÍO NEGRO	\$ 1.268.977.200	\$ 6.038
JUJUY	\$ 1.221.382.000	\$ 4.529
CHACO	\$ 1.198.104.582	\$ 5.237
TIERRA DEL FUEGO	\$ 1.032.578.328	\$ 6.021
SANTA CRUZ	\$ 995.714.866	\$ 6.340
MISIONES	\$ 973.892.625	\$ 4.699
LA PAMPA	\$ 945.100.738	\$ 6.699
SANTIAGO DEL ESTERO	\$ 888.259.001	\$ 5.021
CATAMARCA	\$ 882.862.951	\$ 5.314
LA RIOJA	\$ 681.380.703	\$ 4.828
FORMOSA	\$ 322.849.200	\$ 4.756

**RECAUDACIÓN POR PROVINCIA**

El 58,35% de las recaudaciones brutas de taquilla se obtuvo en salas ubicadas dentro de CABA y el Gran Buenos Aires, las cuales presentaron un incremento en sus recaudaciones del 55% respecto de 2024. De los casi 78 mil millones de pesos en que crecieron las recaudaciones del país, el 59% correspondió a los incrementos observados en la Región Metropolitana. En conjunto, 4 provincias lograron 62 de

cada 100 pesos producto de las recaudaciones provenientes del resto del país; mientras que las 14 provincias con recaudaciones menores a 2.000 millones de pesos recaudaron el 6,68% de los ingresos por boletería totales del año analizado. En el Área Metropolitana de Buenos Aires las localidades tuvieron, durante 2025, un valor promedio de \$7.277, y en el resto del país registraron un precio promedio un 15,72% más accesible.



## PANTALLAS POR PROVINCIA

En %

Provincia	Cantidad	Porcentaje
AMBA	351	36,64%
BUENOS AIRES	129	13,47%
CÓRDOBA	121	12,63%
SANTA FE	78	8,14%
MENDOZA	44	4,59%
ENTRE RÍOS	28	2,92%
TUCUMÁN	21	2,19%
NEUQUÉN	19	1,98%
SALTA	19	1,98%
SAN JUAN	19	1,98%
CORRIENTES	17	1,77%
CHACO	13	1,36%
CATAMARCA	11	1,15%
MISIONES	11	1,15%
SAN LUIS	11	1,15%
SANTA CRUZ	11	1,15%
SANTIAGO DEL ESTERO	11	1,15%
LA RIOJA	10	1,04%
RÍO NEGRO	9	0,94%
CHUBUT	8	0,84%
TIERRA DEL FUEGO	7	0,73%
JUJUY	5	0,52%
FORMOSA	3	0,31%
LA PAMPA	2	0,21%



## PANTALLAS POR PROVINCIA

Los partidos del Gran Buenos Aires congregaron, en conjunto, el 63,25% de las pantallas de la Región Metropolitana y el 63,25% de las pantallas de la provincia de Buenos Aires.

Dos provincias (San Juan y Santiago del Estero) registraron menos pantallas que en el año anterior, mientras que 17 man-

tuvieron los mismos números que en 2024.

Seis de cada 10 pantallas de las provincias, se congregaron dentro de las 4 más pobladas del territorio argentino.

Por otra parte, dentro del AMBA hubo 6,6 pantallas por cada sala abierta al público, mientras que ese promedio en el

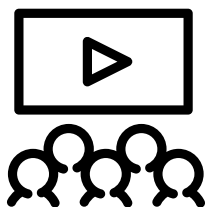
resto del país descendió a 2,5 pantallas por complejo.

Así como dentro de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires se registraron 41,89 pantallas por cada millón de habitantes, en el Gran Buenos Aires ese indicador se ubicó en 18,72 y en el resto del territorio argentino en 19,30.

DEPARTAMENTOS Y PARTIDOS CON SALAS

	Departamentos/ partidos con salas	Departamentos/ partidos totales	En %
BUENOS AIRES	68	135	50,37%
CATAMARCA	2	16	12,50%
CHACO	1	25	4,00%
CHUBUT	4	15	26,67%
CÓRDOBA	16	26	61,54%
CORRIENTES	6	25	24,00%
ENTRE RÍOS	10	17	58,82%
FORMOSA	1	9	11,11%
JUJUY	2	16	12,50%
LA PAMPA	2	22	9,09%
LA RIOJA	2	18	11,11%
MENDOZA	8	18	44,44%
MISIONES	2	17	11,76%
NEUQUÉN	3	16	18,75%
RÍO NEGRO	3	13	23,08%
SALTA	3	23	13,04%
SAN JUAN	2	19	10,53%
SAN LUIS	3	9	33,33%
SANTA CRUZ	6	7	85,71%
SANTA FE	9	19	47,37%
SANTIAGO DEL ESTERO	3	27	11,11%
TIERRA DEL FUEGO	2	3	66,67%
TUCUMÁN	2	17	11,76%

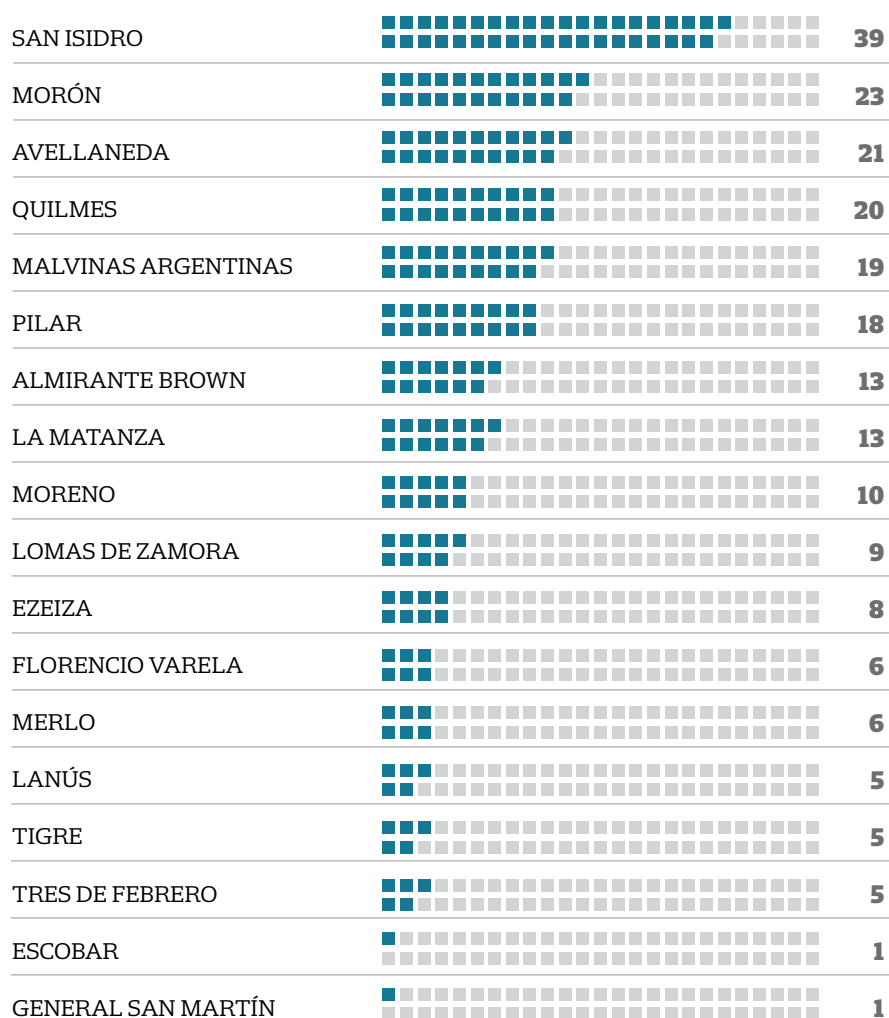
DEPARTAMENTOS Y PARTIDOS CON SALAS



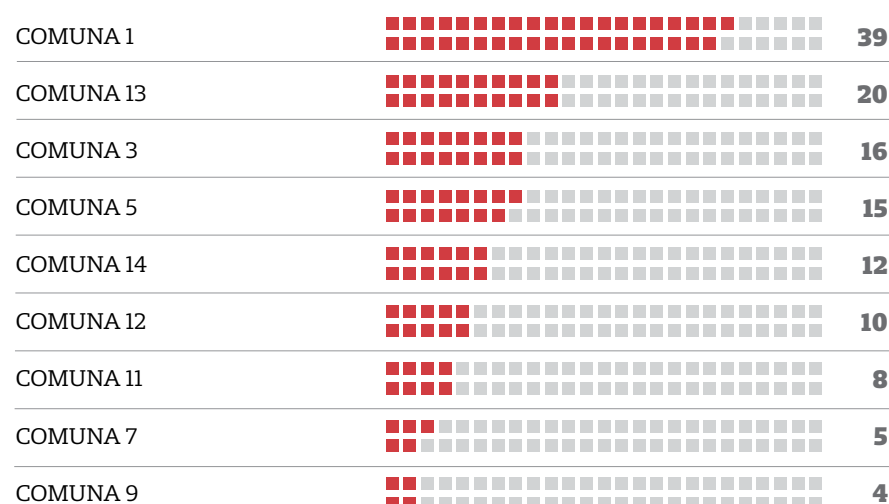
Los departamentos de la provincia de Buenos Aires que contaron con salas activas durante el año analizado representaron al 42,50% de las localidades de la República Argentina que exhibieron cine comercialmente en 2025. A lo largo del año, 11 provincias de la República Argentina tuvieron salas abiertas al público en un quinto o menos de sus divisiones administrativas internas y 5 provincias contaron con complejos cinemato-

gráficos en más de la mitad de su territorio. Por otra parte, 2 provincias tuvieron al departamento donde se encuentran sus respectivas capitales siendo la única división administrativa con salas activas durante el año 2025. Durante el año analizado, y respecto de 2024, nuestro país vio incrementada en 4 la cantidad de divisiones administrativas de segundo orden que contaron con salas abiertas al público.

### PANTALLAS EN EL GRAN BUENOS AIRES



### PANTALLAS EN LA CIUDAD DE BUENOS AIRES



## PANTALLAS EN EL GRAN BUENOS AIRES Y EN LA CIUDAD DE BUENOS AIRES

Más de un tercio (el 35,19%) del público del Gran Buenos Aires concurre a salas de dos partidos: San Isidro y Malvinas Argentinas.

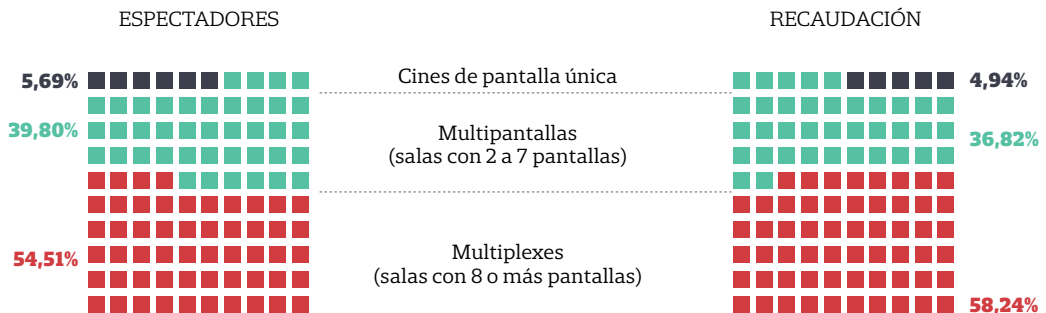
Asimismo, poco menos de la mitad de las pantallas del conurbano bonaerense se ubicó dentro de solamente 4 partidos (el 22% del total de los partidos que contaron con salas abiertas durante el año 2025).

En el Gran Buenos Aires, la disposición de las pantallas por zona geográfica quedó distribuida de la manera que se detalla a continuación: Zona Norte, 37,39% de pantallas (y 42,92% de espectadores); Zona Sur, 36,94% (y 32,58%) y Zona Oeste, 25,68% (y 24,50%).

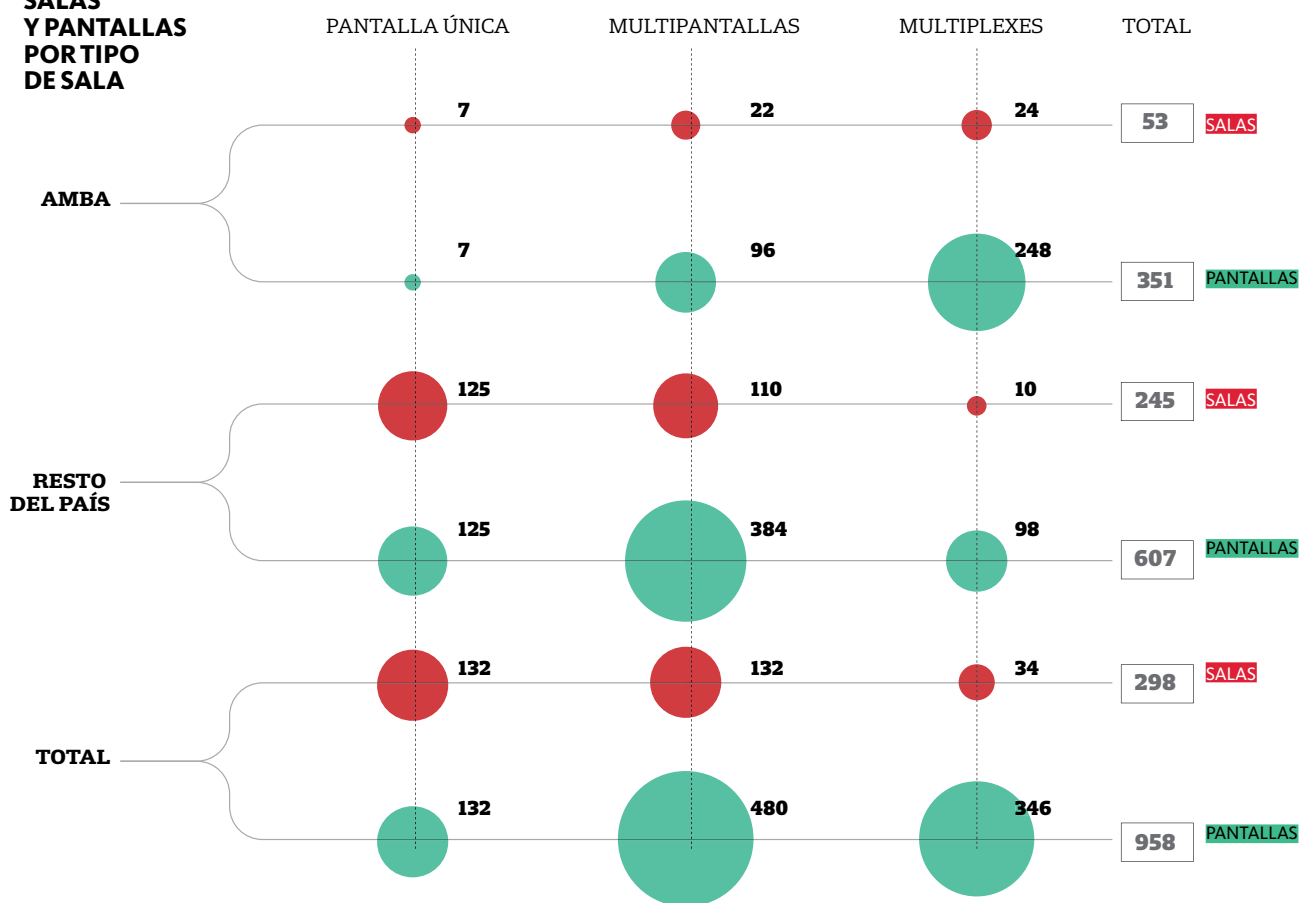
El 60% de las 15 comunas en que se divide la Ciudad Autónoma de Buenos Aires contó con salas y pantallas cinematográficas activas dentro de sus límites durante el transcurso del año analizado.

En el Gran Buenos Aires cada sala contó, en promedio, con 6,73 pantallas, y en la capital de nuestro país dicho indicador llegó a 6,45.

**ESPECTADORES Y RECAUDACIÓN POR TIPO DE SALA**



**SALAS Y PANTALLAS POR TIPO DE SALA**



**ESPECTADORES Y RECAUDACIÓN POR TIPO DE SALA - SALAS Y PANTALLAS POR TIPO DE SALA**

Setenta y dos de cada 100 pantallas ubicadas en complejos de tipo multiplex estuvieron ubicadas en el Área Metropolitana de Buenos Aires y estas lograron el 80,62% de las recaudaciones de dicha área y el 47,04% de los ingresos cinematográficos totales de nuestro país. Casi el 56% de los complejos contaron con dos o más pantallas dentro de sus establecimientos, y por cada cine de

pantalla única hubo 6,42 pantallas en el resto de las salas. Cinco ciudades de provincias (cuatro de ellas capitales provinciales) contaron con complejos con 8 o más pantallas dentro de sus instalaciones. La ciudad de Rosario (en Santa Fe) fue la que mayor cantidad de pantallas en salas multiplex presentó en 2025 a lo largo y a lo ancho del territorio argentino, concen-

trando casi el 43% de las pantallas de las salas multiplex fuera del Área Metropolitana de Buenos Aires. Treinta y ocho de cada 100 cines de pantalla única estuvieron localizados en la provincia de Buenos Aires (incluyendo el Gran Buenos Aires), y 20 divisiones administrativas de segundo orden contaron con dos o más salas de este tipo dentro de sus límites.

## ESPECTADORES Y RECAUDACIÓN POR PAÍS DE ORIGEN

Solo dos países lograron atraer a más de 1.000.000 de espectadores con sus filmes exhibidos durante el año analizado.

Seis países lograron con sus producciones 200.000 o más espectadores cada uno, equivalentes a casi el 98% de los

espectadores del año.

Casi el 60% de las recaudaciones de las películas producidas fuera de la Argentina y los Estados Unidos correspondieron a filmes británicos o japoneses (los cuales, combinados, presentaron una baja del 40,09% respecto de la cantidad de

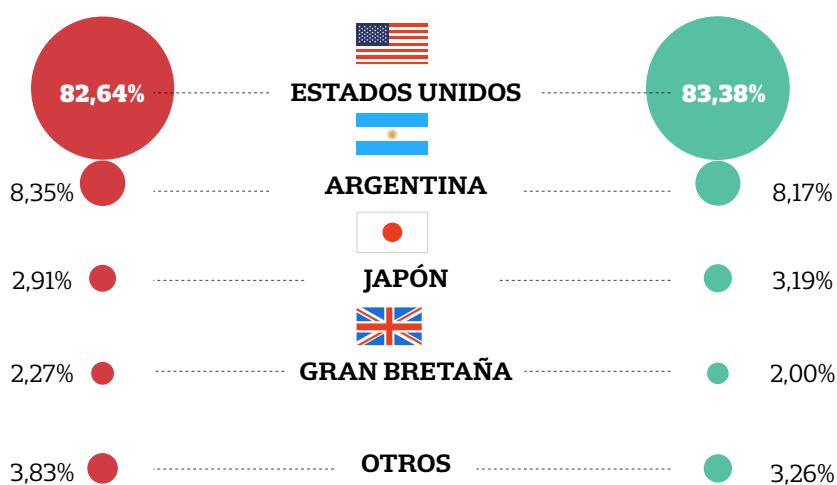
público registrado en 2024).

El costo promedio de la entrada pagada para ver un filme producido por los Estados Unidos fue de \$6.813, mientras que el precio de las entradas abonado en los casos de filmes argentinos o europeos fue de \$6.608 y \$5.820, respectivamente.

Con casi 1,7 millones de espectadores menos que los obtenidos el año anterior, las producciones europeas atrajeron al 4,55% del público total del año.

### ESPECTADORES

### RECAUDACIÓN



PAÍS	ESPECTADORES	RECAUDACIÓN
ESTADOS UNIDOS	27.107.479	\$184.696.615.242
ARGENTINA	2.738.330	\$18.094.224.237
JAPÓN	955.322	\$7.059.304.448
GRAN BRETAÑA	745.307	\$4.439.897.044
LETONIA	259.888	\$1.277.563.111
FRANCIA	235.557	\$1.441.265.767
OTROS	739.537	\$4.456.721.936

## RECAUDACIÓN POR GÉNERO / ESPECTADORES Y RECAUDACIÓN POR CALIFICACIÓN

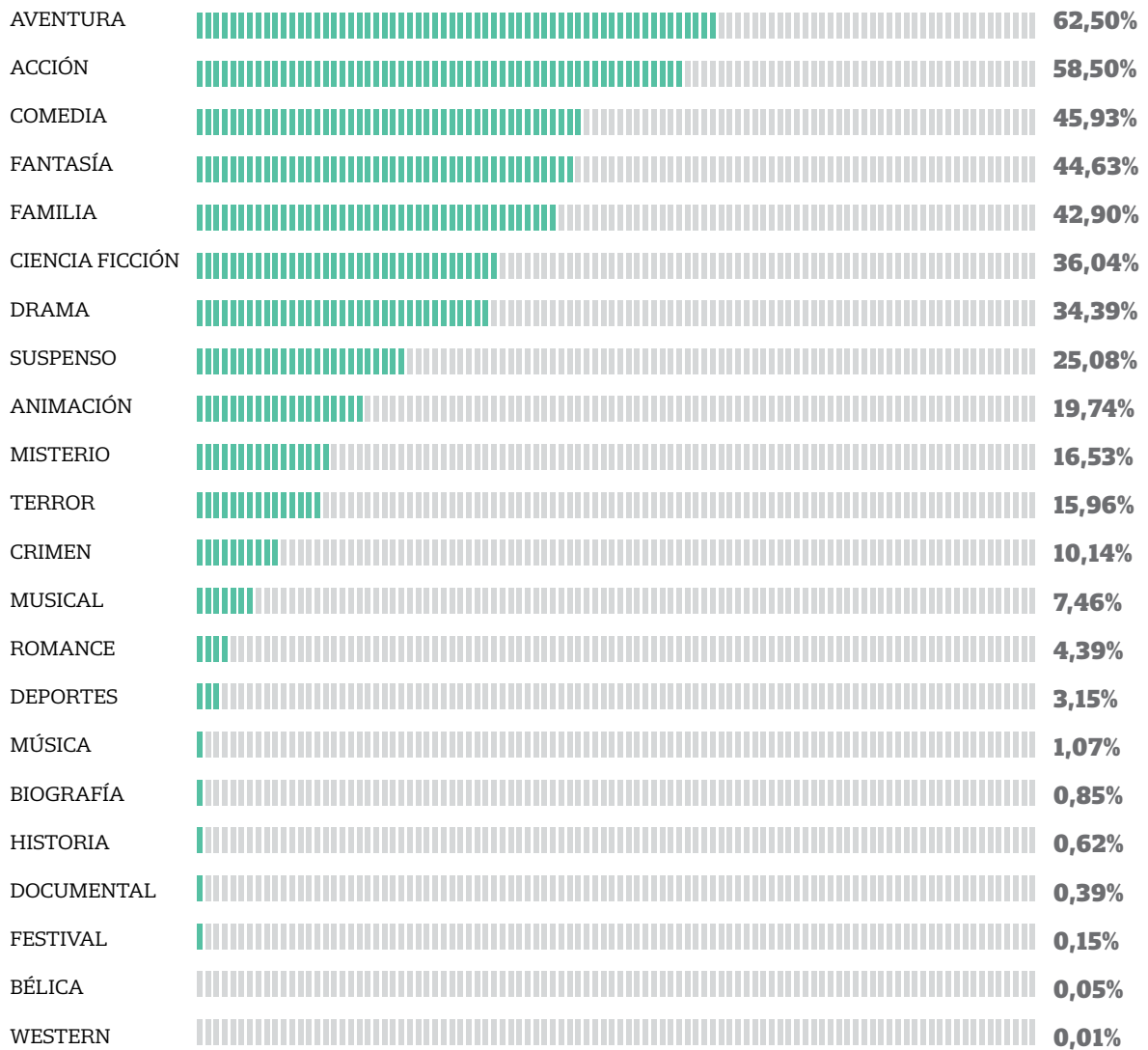
De cada \$1.000 generados por las películas aptas para todo público, \$850 fueron obtenidos por filmes correspondientes al género de la animación, y el 52,79% de las recaudaciones del género más visto del año correspondió a producciones realizadas dentro de los Estados Unidos.

Durante el transcurso de 2025, cerca de 90 de cada 100 espectadores cinematográficos optaron por concurrir a exhibiciones en las cuales se proyectaron filmes destinados,

según su calificación, a un público infantil y juvenil.

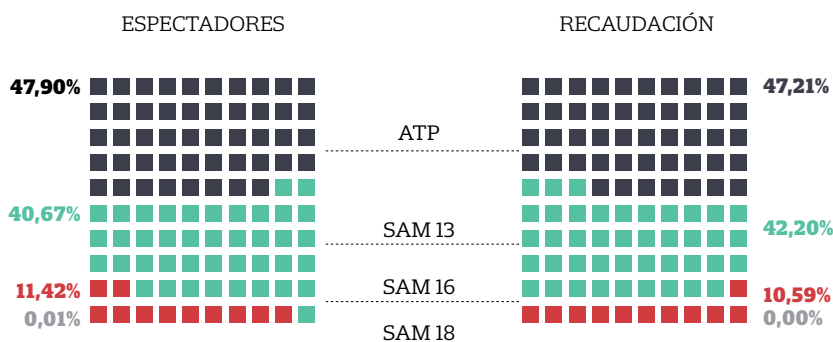
Por otro lado, 7 de las 10 películas más vistas durante 2025 fueron filmes del género de las aventuras, y estas obtuvieron el 72,92% de las recaudaciones del top 10 del año analizado. Poco menos de un quinto del público total de los filmes calificados como aptos para todo público concurrió a ver exhibiciones del filme más exitoso del año, Lilo y Stitch.

**RECAUDACIÓN POR GÉNERO**

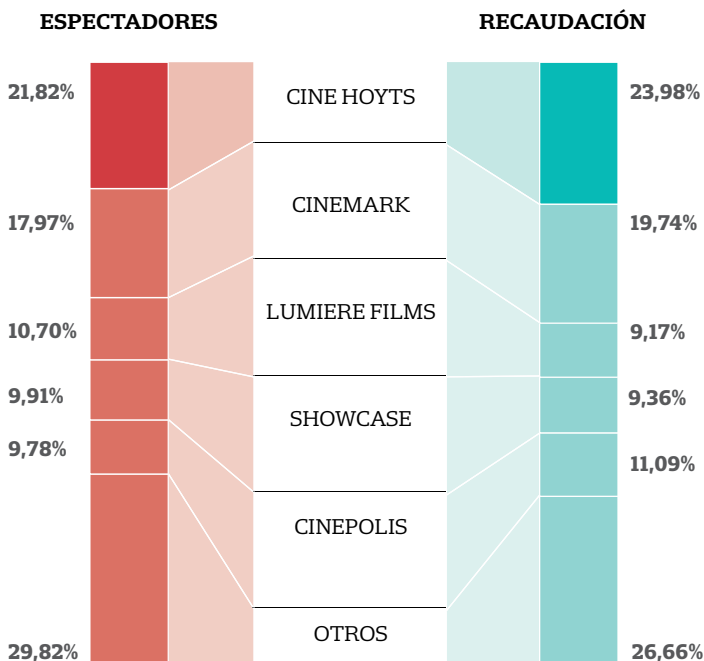
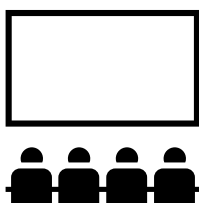
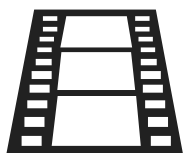


La suma de los porcentajes es mayor que 100 ya que algunos filmes están catalogados con más de un género.

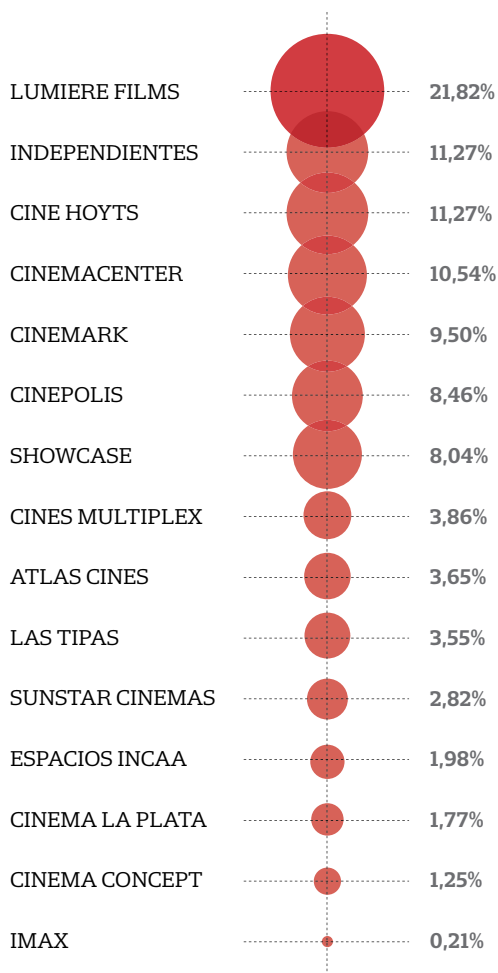
**ESPECTADORES Y RECAUDACIÓN POR CALIFICACIÓN**



**ESPECTADORES Y RECAUDACIÓN POR CIRCUITO**



**PANTALLAS POR CIRCUITO**



**ESPECTADORES Y RECAUDACIÓN POR CIRCUITO / PANTALLAS POR CIRCUITO**



Con 40 salas en todo el territorio argentino, los megacircuitos extranjeros contaron, en promedio, con 8,93 pantallas por cada establecimiento activo durante el año 2025.

El costo de una entrada para ingresar a las salas de los circuitos de capitales nacionales fue, en promedio, de \$5.971, mientras que dicho promedio fue de \$7.285 para los circuitos foráneos; es decir, un 22% más caros que los anteriores.

El 37,37% de las recaudaciones de los complejos extranjeros provinieron de salas pertenecientes a la cadena de origen australiano Hoyts y \$256 de cada \$1.000 recaudados en circuitos nacionales fue producto de exhibiciones realizadas en establecimientos de Lumiere Films.

Durante el año analizado, por cada \$1.000 recaudados en las salas nacionales los circuitos de procedencia extranjera tuvieron un ingreso cercano a los \$1.791.

CIRCUITOS POR PROVINCIA

	BUENOS AIRES	CABA	CÓRDOBA	GBA	MENDOZA
C.EXTRANJEROS	\$1.317.454.560	\$33.206.531.032	\$8.084.402.945	\$69.257.256.134	\$7.298.177.319
C.NACIONALES	\$16.615.225.201	\$14.637.236.723	\$7.869.328.895	\$12.146.385.990	\$1.887.252.356
<b>TOTAL</b>	<b>\$17.932.679.761</b>	<b>\$47.843.767.755</b>	<b>\$15.953.731.839</b>	<b>\$81.403.642.124</b>	<b>\$9.185.429.675</b>

	NEUQUÉN	SALTA	SANTA FE	TOTAL
EXTRANJEROS	\$6.936.156.703	\$4.885.835.866	\$11.154.632.211	<b>\$142.140.446.770</b>
NACIONALES	\$603.221.893	\$491.380.000	\$2.823.872.387	<b>\$57.073.903.444</b>
<b>TOTAL</b>	<b>\$7.539.378.596</b>	<b>\$5.377.215.866</b>	<b>\$13.978.504.598</b>	<b>\$199.214.350.213</b>



CIRCUITOS POR PROVINCIA



CIRCUITOS POR PROVINCIA

De las 357 pantallas pertenecientes a los circuitos extranjeros, el 64,43% se localizaron dentro de los límites del Área Metropolitana de Buenos Aires y el 32,28% de las pantallas de estos circuitos en el resto del país estuvieron en la provincia de Santa Fe. A su vez, las dos localidades que mayor cantidad de pantallas

extranjeras registraron durante el año fueron, al igual que en años anteriores, San Isidro (en el norte del Gran Buenos Aires) con 38 y Rosario (en Santa Fe) con 34. Excluyendo a la capital de nuestro país y al Gran Buenos Aires, el 56,71% de las recaudaciones en las provincias que contaron con circuitos extranjeros fueron obtenidas por este tipo de complejos cinematográficos.

La Región Metropolitana contó con 230 pantallas dentro de los grandes circuitos administrados por capitales extranjeros, equivalentes a casi dos tercios de las pantallas de esta región. Además, estas pantallas lograron cerca del 80% de las recaudaciones totales dentro de esta zona.



## TOP 20 / RANGO DE ESPECTADORES

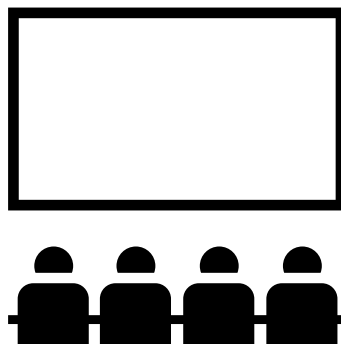
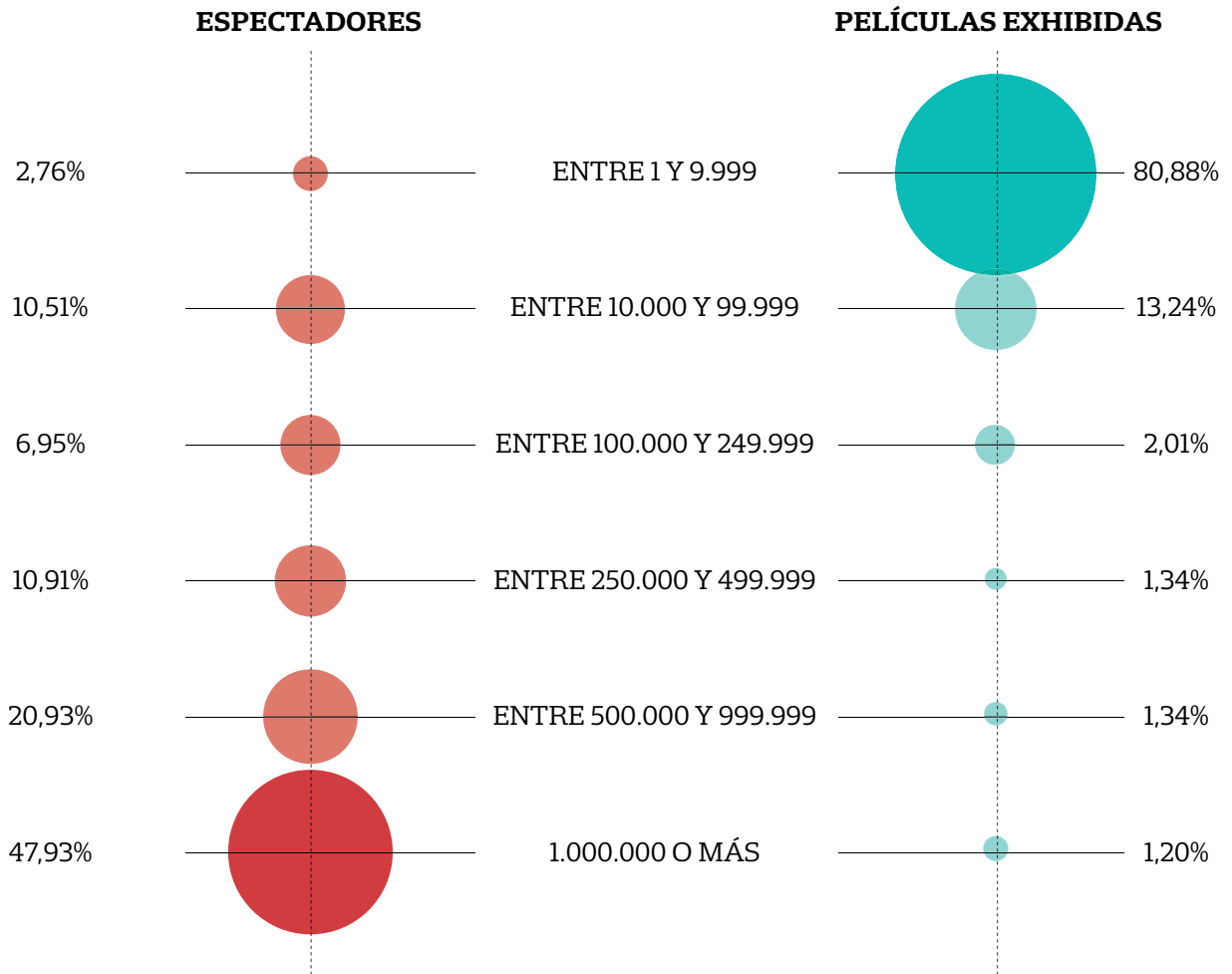
Las 5 películas con más de 1,5 millones de espectadores fueron vistas por más de un tercio del público total del año, mientras que los 20 principales filmes de 2025 lograron atraer al 70,06% de los espectadores. Nueve filmes, uno de ellos producido en Argentina, superaron el millón

de espectadores y representaron al 47,81% del público total del año. Cinco filmes argentinos lograron superar la barrera de los 50.000 espectadores y acumularon el 7,23% y el 7,41% del público y las recaudaciones por boletería de 2025, respectivamente.

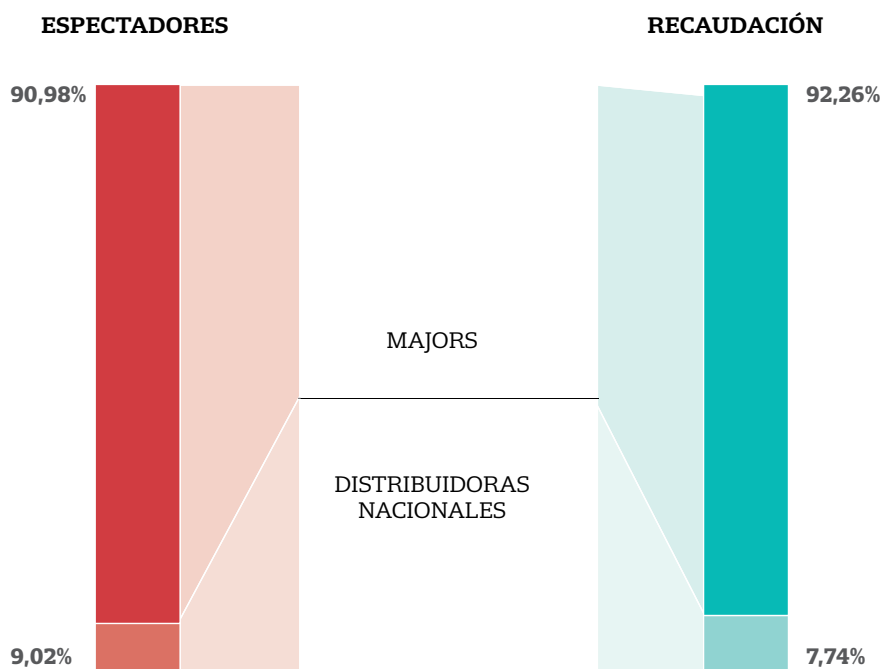
Durante los doce meses de 2025 se exhibieron 386 realizaciones que contaron con menos de 1.000 espectadores, 235 de las cuales fueron producciones propias de la cinematografía argentina. Asimismo, de las producciones con menos de 10.000 espectadores, el 47,68% fueron nacionales.

	TÍTULO	DISTRIBUIDORA	ESPECTADORES	RECAUDACIÓN
1	LILO Y STITCH	THE WALT DISNEY COMPANY	3.724.848	\$25.682.397.094
2	UNA PELÍCULA DE MINECRAFT	WARNER BROS.	1.819.614	\$11.936.409.709
3	HOMO ARGENTUM	THE WALT DISNEY COMPANY	1.803.592	\$12.833.700.844
4	EL CONJURO 4: ÚLTIMOS RITOS	WARNER BROS.	1.707.614	\$11.988.473.528
5	JURASSIC WORLD: RENACE	UIP	1.577.796	\$11.942.367.888
6	CÓMO ENTRENAR A TU DRAGÓN	UIP	1.419.220	\$10.115.470.008
7	ZOOTOPIA 2	THE WALT DISNEY COMPANY	1.380.015	\$10.800.829.102
8	MUFASA: EL REY LEÓN	THE WALT DISNEY COMPANY	1.170.256	\$6.677.515.737
9	SONIC 3: LA PELÍCULA	UIP	1.081.366	\$6.051.022.517
10	F1: LA PELÍCULA	WARNER BROS.	832.738	\$6.076.279.308
11	DESTINO FINAL: LAZOS DE SANGRE	WARNER BROS.	830.256	\$5.380.460.668
12	CAPITÁN AMÉRICA: UN NUEVO MUNDO	THE WALT DISNEY COMPANY	819.097	\$4.996.021.636
13	LOS 4 FANTÁSTICOS: PRIMEROS PASOS	THE WALT DISNEY COMPANY	800.867	\$6.186.786.640
14	DEMON SLAYER - KIMETSU NO YAIBA: CASTILLO INFINITO	UIP	643.498	\$4.952.112.383
15	AVATAR: FUEGO Y CENIZAS	THE WALT DISNEY COMPANY	643.161	\$6.001.544.503
16	OTRO VIERNES DE LOCOS	THE WALT DISNEY COMPANY	580.389	\$3.956.118.174
17	SUPERMAN	WARNER BROS.	580.265	\$4.264.770.744
18	BLANCA NIEVES	THE WALT DISNEY COMPANY	573.338	\$3.493.920.493
19	FIVE NIGHTS AT FREDDY'S 2	UIP	546.863	\$4.051.139.165
20	LA HORA DE LA DESAPARICIÓN	WARNER BROS.	447.320	\$3.153.485.852

RANGO DE ESPECTADORES



### ESPECTADORES Y RECAUDACIÓN POR DISTRIBUIDORA



### ESPECTADORES Y RECAUDACIÓN POR DISTRIBUIDORA

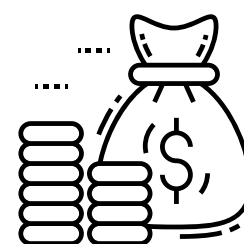
La película más vista del año (Lilo y Stitch) concentró el 26,58% del público y el 26,46% de las recaudaciones de su distribuidora, The Walt Disney Company Argentina, que contó con 9 filmes dentro del top 20.

Ninguno de los 20 filmes más vistos del año (y 5 entre los 50 primeros) fue distribuido al mercado cinematográfico local por una compañía de origen nacional.

En total, las distribuidoras de origen foráneo acapararon \$204.059 millo-

nes de recaudación durante el período comprendido entre los meses de enero y diciembre de 2025. The Walt Disney Company Argentina se quedó, durante el transcurso del año, con el 47,57% de las recaudaciones, gracias a haber contado con dos de los tres filmes más exitosos del 2025.

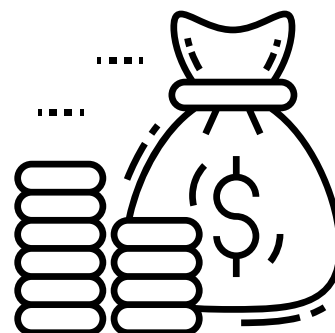
Cinco de las 37 empresas que exhibieron filmes durante 2025 concentraron el 96,80% del mercado de la distribución en nuestro país.





**ESPECTADORES Y RECAUDACIÓN  
POR DISTRIBUIDORA**

	ESPECTADORES		RECAUDACIÓN
THE WALT DISNEY COMPANY ARGENTINA		<b>14.011.479</b>	<b>\$97.078.177.918</b>
UIP		<b>8.667.736</b>	<b>\$59.001.182.482</b>
WARNER BROS.		<b>7.091.868</b>	<b>\$47.979.715.612</b>
BF DISTRIBUTION		<b>1.223.175</b>	<b>\$7.095.523.768</b>
DIAMOND FILMS		<b>559.384</b>	<b>\$3.200.177.396</b>
OTRAS		<b>1.235.170</b>	<b>\$7.089.755.366</b>



# ESPECTADORES Y RECAUDACIÓN POR MES

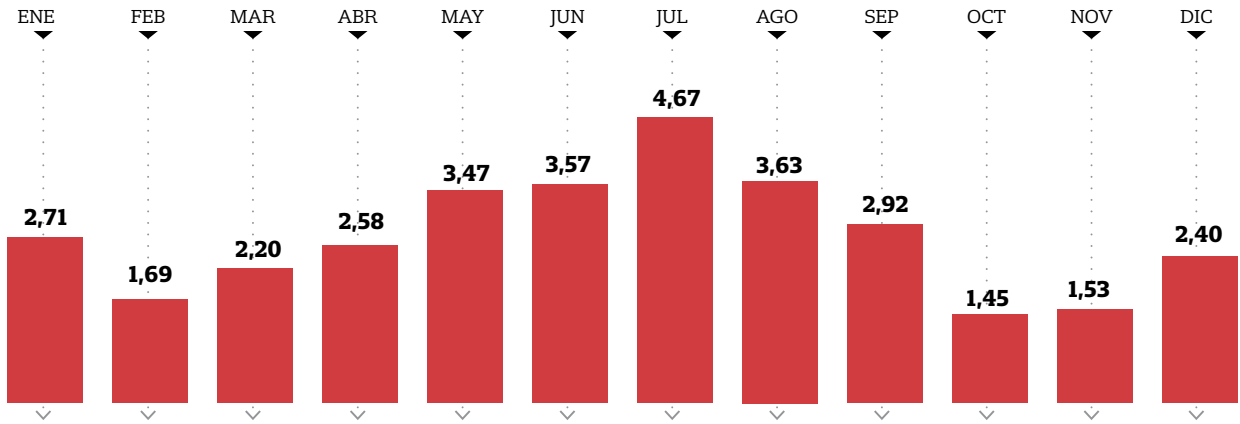
Entre los meses de mayo y agosto ingresó el 48,63% de lo recaudado en el año en las salas cinematográficas. Cabe destacar que durante dichos meses se estrenaron cuatro de las seis películas más vistas en la Argentina durante el año 2025. Mientras que en el primer mes del año el valor promedio de las entradas fue de \$5.624, en el mes de diciembre dicho promedio llegó a \$8.030, de este modo las localidades tuvieron un crecimiento mensual sostenido del 3,29% (equiva-

lente a un incremento de \$219 por mes). Mensualmente, y en promedio, concurren a ver cine en nuestro país 2.733.614 espectadores que dejaron \$18.458.921.723 en las boleterías de los cines en concepto de recaudación por las localidades vendidas. Durante los días del mes con mayor concurrencia, se acercó a los cines de nuestro país 1,82 veces más público que en el promedio obtenido en los demás once meses del año analizado.



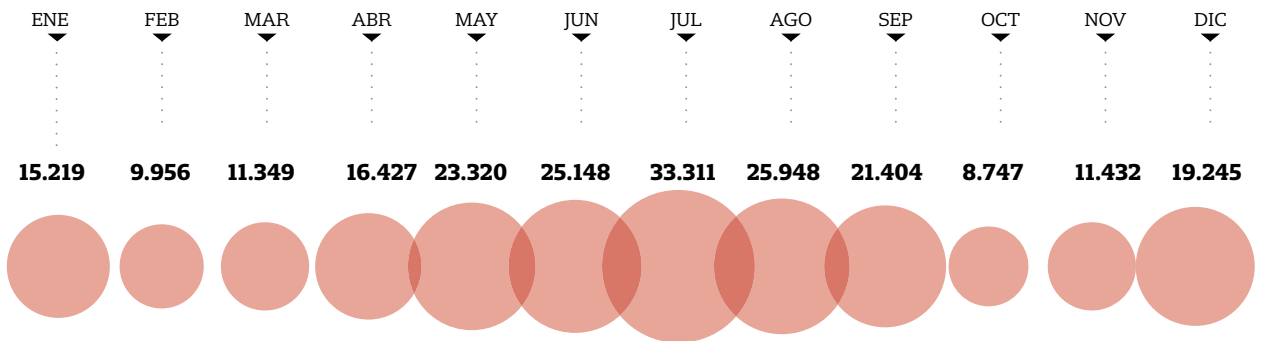
## ESPECTADORES POR MES

En millones

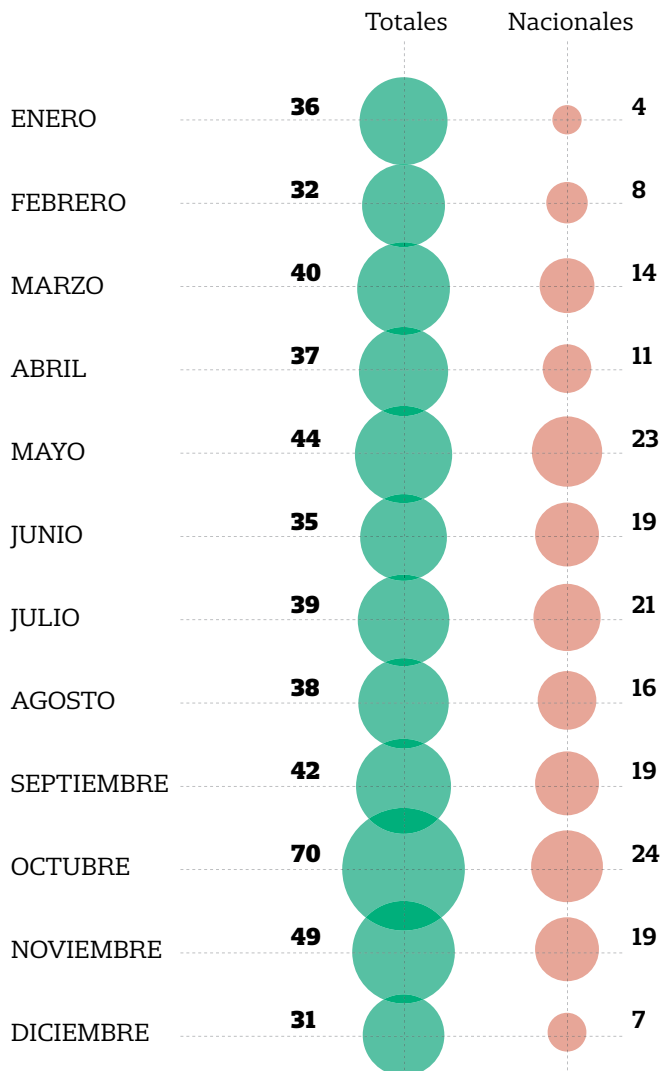


## RECAUDACIÓN POR MES

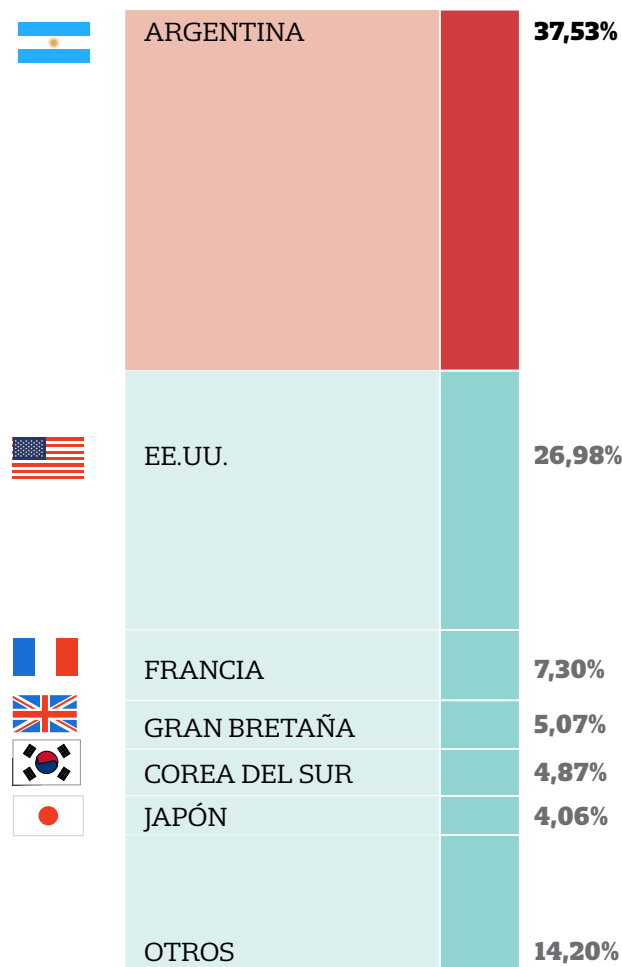
En millones de pesos



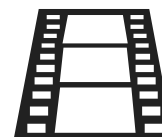
ESTRENOS POR MES



ESTRENOS POR PAÍS DE ORIGEN



ESTRENOS POR MES Y POR PAÍS DE ORIGEN

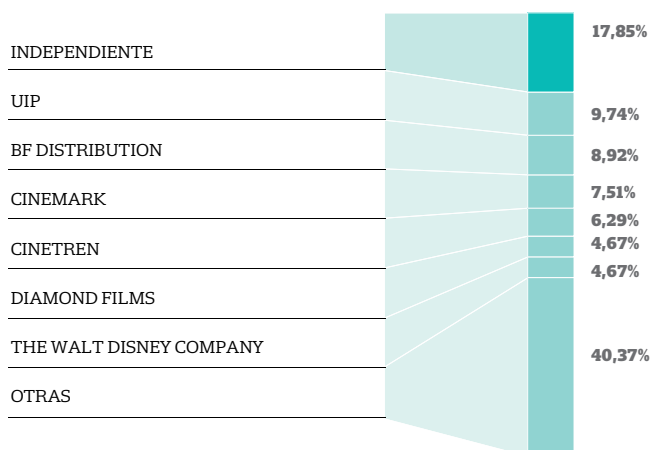
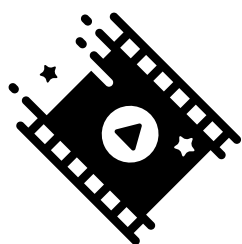


El año 2025 vio salir a la luz un promedio de 41,1 filmes por mes, de los cuales 11,1 correspondieron a películas de los Estados Unidos y 15,4 a producciones de la cinematografía argentina. Al igual que en 2024, y por decimosegundo año consecutivo, el total de estrenos nacio-

nales superó a la cantidad de lanzamientos provenientes de los Estados Unidos. Durante el año analizado se estrenaron películas de 33 países, pero solo seis de estos contaron con una cantidad de estrenos mayor a 10. Tomando en cuenta tan solo los

estrenos de filmes extranjeros, el 43,18% de los lanzamientos correspondió a producciones realizadas en los Estados Unidos, país que tuvo, respecto de 2024, 11 títulos más. Asimismo, el 57,14% de los estrenos extranjeros provinieron de seis países angloparlantes.

ESTRENOS POR DISTRIBUIDORA



ESTRENOS POR GÉNERO

		PORCENTAJE
DRAMA	211	42.80%
DOCUMENTAL	125	25.35%
COMEDIA	105	21.30%
SUSPENSO	99	20.08%
ACCIÓN	68	13.79%
AVENTURA	66	13.39%
FANTASÍA	63	12.78%
TERROR	63	12.78%
ANIMACIÓN	57	11.56%
FAMILIA	51	10.34%
MÚSICA	47	9.53%
CRIMEN	45	9.13%
ROMANCE	44	8.92%
CIENCIA FICCIÓN	43	8.72%
MISTERIO	34	6.90%
MUSICAL	20	4.06%
BIOGRAFÍA	17	3.45%
HISTORIA	17	3.45%
BÉLICA	5	1.01%
DEPORTES	5	1.01%
WESTERN	2	0.41%

La suma de los porcentajes es mayor a 100, ya que algunos de los filmes están catalogados en más de un género.

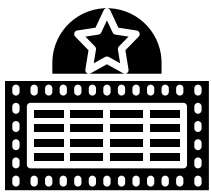
ESTRENOS POR DISTRIBUIDORA Y POR GÉNERO

Pese a contar con el 92,26% de las recaudaciones del año, las distribuidoras extranjeras (majors) solo estrenaron en el país casi un sexto (el 17,44%) de los lanzamientos totales de 2025.

Durante dicho año, 4 estrenos de la cinematografía argentina (el 2,16% de los estrenos nacionales) fueron lanzados al mercado por alguna empresa de capitales foráneos, incluyendo las dos películas argentinas más vistas del año.

El 68% de los documentales estrenados en el año analizado fueron producciones realizadas en nuestro país, y por cada 8 documentales realizados fuera de nuestro país se lanzaron 17 producidos en la Argentina.

Excluyendo las películas documentales, los estrenos correspondientes a producciones nacionales sumados a los que provinieron de los Estados Unidos equivalieron al 60% de los lanzamientos.



**SEMANAS EN CARTEL POR PAÍS DE ORIGEN**

ITALIA	11,0
FRANCIA	6,1
ESTADOS UNIDOS	5,8
AUSTRALIA	5,6
REINO UNIDO	4,8
IRLANDA	4,4
ALEMANIA	4,4
CANADÁ	3,6
ESPAÑA	3,5
ARGENTINA	3,4
JAPÓN	2,8
NORUEGA	2,7
MÉXICO	2,3
CHINA	2,0
URUGUAY	1,7
COREA DEL SUR	1,6
OTROS	6,8

(CON UNO O DOS ESTRENOS CADA UNO)



**SEMANAS EN CARTEL POR PAÍS DE ORIGEN - SEMANAS EN CARTEL**

En promedio, cada película estrenada en nuestro país a lo largo del año se mantuvo en cartel por 4,5 semanas.

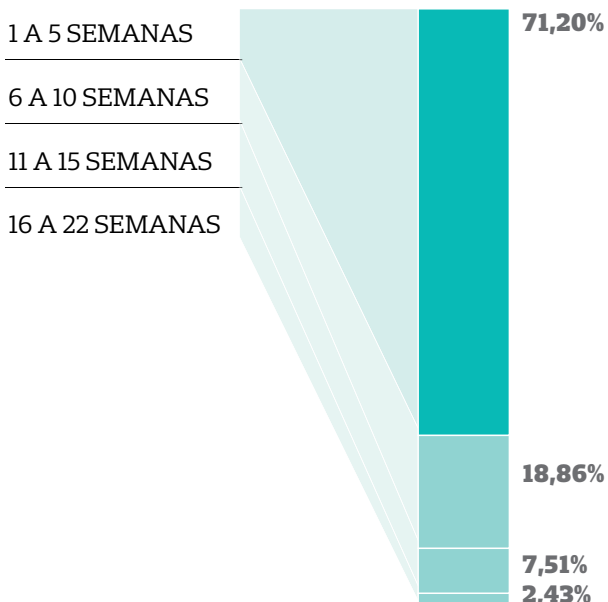
Los estrenos argentinos del año 2025, en promedio, se mantuvieron en cartel cerca de 16 días menos que las nuevas películas que llegaron procedentes de Estados Unidos.

De los 12 lanzamientos con más de 15 semanas, 7 se ubicaron entre las 20 películas más vistas del año analizado y 4 fueron producto de la industria cinematográfica argentina.

Además, de los 314 filmes con menos de 5 semanas en cartel, 139 correspondieron a producciones locales (equivalentes al 44,27% del rango analizado).

Los estrenos europeos lograron, en promedio, una permanencia en las pantallas de 6 semanas, mientras que los 11 filmes latinoamericanos no argentinos estrenados en nuestro país en 2025 se mantuvieron en cartel durante 3,8 semanas.

**SEMANAS EN CARTEL**





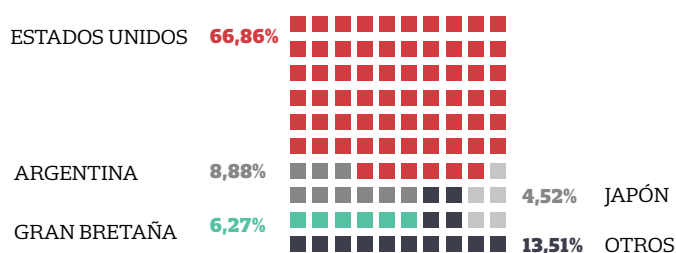
## COPIAS POR PAÍS DE ORIGEN

La cantidad de copias totales lanzadas al mercado fue de 23.412, incrementándose las mismas un 1,82% con respecto al año anterior. Los 5 países de origen con más de 500 copias lanzadas al mercado tuvieron, en conjunto, un promedio de 52,74 copias por estreno, mientras que para el resto de los países dicho promedio fue de 25,21.

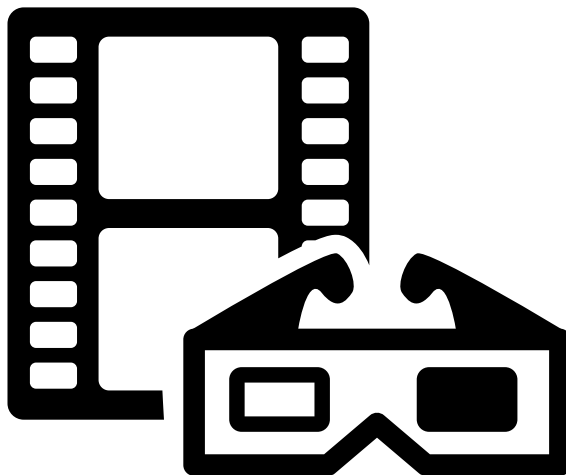
Los estrenos del continente europeo tuvieron un promedio de 32,67 copias por lanzamiento, registrando una caída para este indicador del 12,44%. Veintitrés filmes (el 4,66% de los estrenos del año analizado) alcanzaron 250 o más copias al ser lanzados y estos filmes representaron casi un tercio (el 32,67%) de las copias totales.

Las cintas nacionales vieron crecer, respecto del año anterior, su cantidad de copias totales un 16,68%, mientras que la cantidad de copias por estreno se incrementó un 42,51%.

### COPIAS POR PAÍS DE ORIGEN



PAÍS	ESTRENOS	COPIAS	PROMEDIO
 ESTADOS UNIDOS	133	15.644	117,62
 CANADÁ	5	309	61,80
 GRAN BRETAÑA	25	1.468	58,72
 JAPÓN	20	1.058	52,90
 AUSTRALIA	7	368	52,57
 IRLANDA	5	233	46,60
 NORUEGA	3	123	41,00
 ITALIA	9	251	27,89
 ALEMANIA	5	129	25,80
 CHINA	3	77	25,67
 FRANCIA	36	794	22,06
 COREA DEL SUR	24	441	18,38
 ARGENTINA	185	2.078	11,23
 MÉXICO	4	43	10,75
 ESPAÑA	4	26	6,50
 URUGUAY	3	3	1,00
OTROS (CON UNO O DOS ESTRENOS CADA UNO)	22	367	16,68



### RECAUDACIÓN EN 3D POR PAÍS DE ORIGEN - RECAUDACIÓN, ESPECTADORES Y ESTRENOS EN 3D

Pese a haber contado con 3 estrenos más que en 2024, la cantidad de espectadores obtenidos por los filmes en formato tridimensional disminuyó un 21,01% respecto del año anterior.

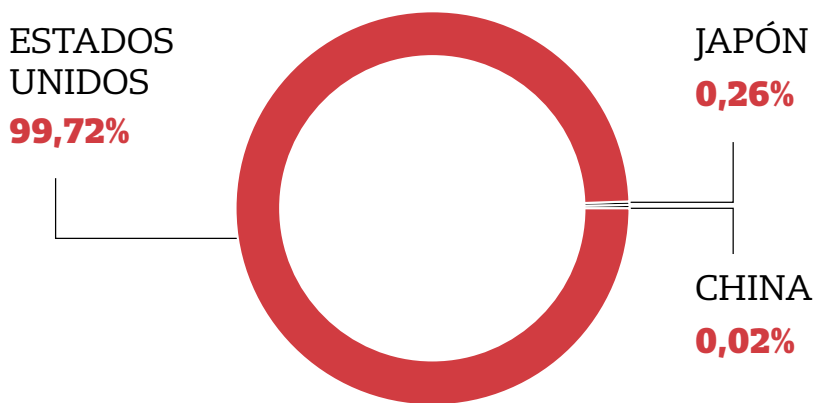
Seis de las 10 películas más vistas del año 2025 fueron estrenadas en formato 3D, y lograron juntas dos tercios de las recaudaciones registradas por las pantallas 3D durante el año bajo análisis.

En promedio, las localidades para ingresar a la exhibición de un filme en 3D tuvieron un costo de \$7.510, un 13,09% por encima del valor de una entrada para ingresar a la proyección de una película en el resto de los formatos.

De los 24 filmes con exhibiciones en 3D durante 2025, el 27,82% de sus ingresos por boletería provinieron de sus copias proyectadas en formato tridimensional.

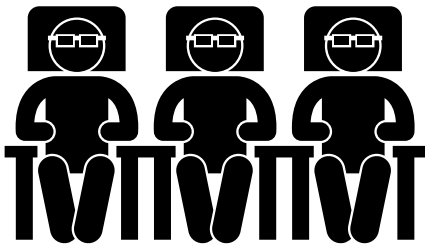
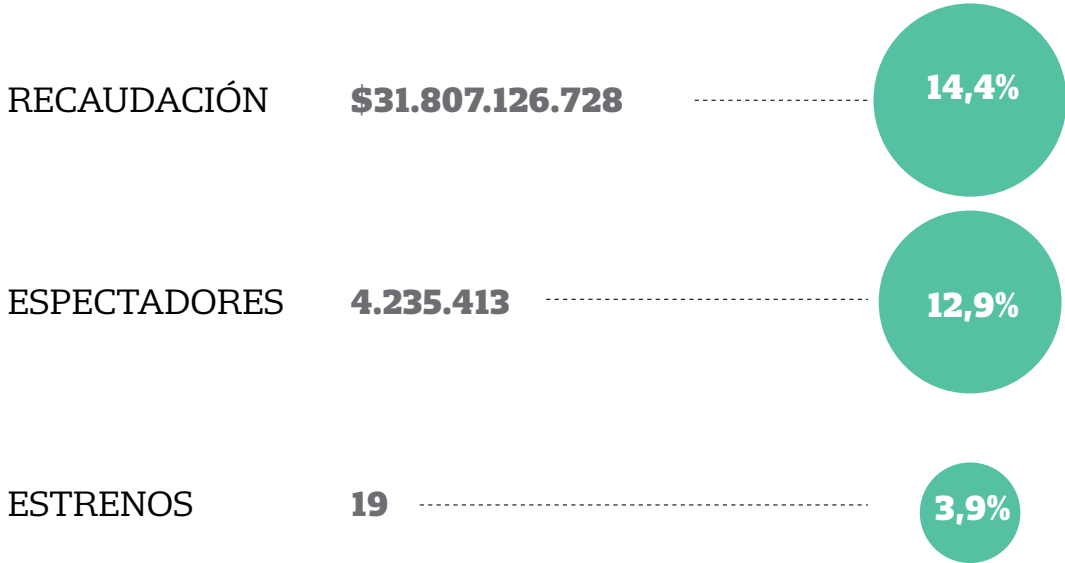
Al igual que en los seis años previos, ninguna realización nacional fue estrenada durante el año 2025 en formato 3D.

RECAUDACIÓN EN 3D POR PAÍS DE ORIGEN





**RECAUDACIÓN, ESPECTADORES  
Y ESTRENOS EN 3D**



## **DEISICA 35**

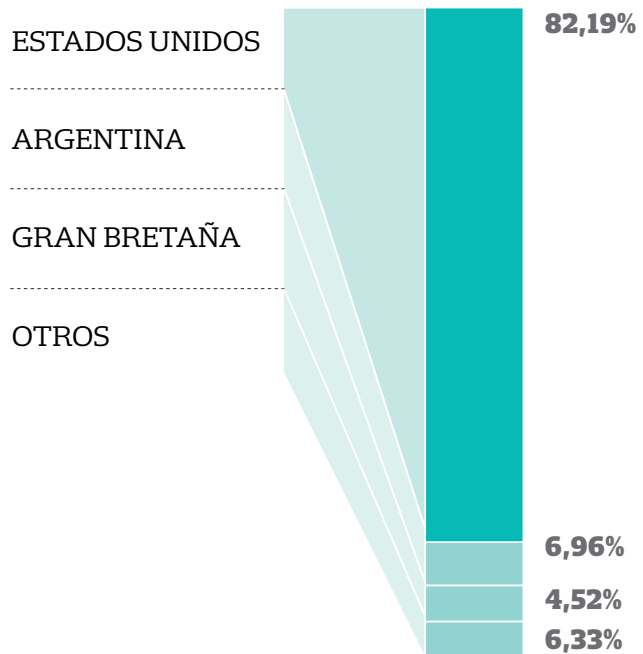


# CINE EN TELEVISIÓN

## PAÍSES DE ORIGEN: TELEVISIÓN POR AIRE

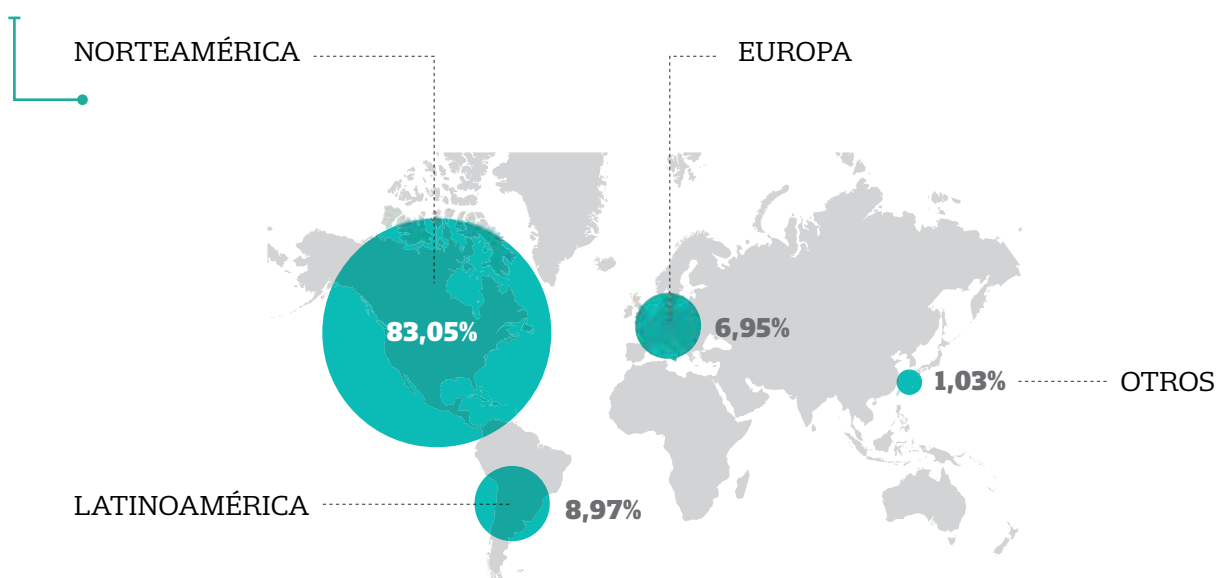
**E**n total y durante el transcurso de 2025, se emitieron filmes provenientes de 13 países distintos, y Telefé presentó en su pantalla películas de 9 de estos países. Por cada 100 filmes presentados en la televisión por aire durante el año bajo análisis, 89 correspondieron a producciones provenientes de países angloparlantes. Poco más de la mitad de las realizaciones estadounidenses puestas en la pantalla de la televisión por aire fueron emitidas por Telefé, y dicho canal ocupó su pantalla con propuestas cinematográficas provenientes de los Estados Unidos en un 80,02%.

### TELEVISIÓN POR AIRE



## CONTINENTES DE ORIGEN

TELEVISIÓN POR AIRE



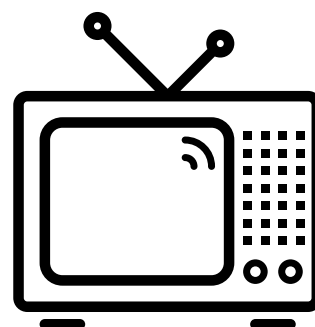
## CONTINENTES DE ORIGEN: TELEVISIÓN POR AIRE

Con una limitada presencia, los filmes hispanoparlantes producidos fuera de la Argentina equivalieron, en la televisión por aire, al 1,65% de la totalidad de las obras cinematográficas exhibidas, y fueron representados por títulos provenientes de tres países: España, México y Uruguay.

Casi dos tercios (el 65,04%) de los filmes europeos que pasaron por la pantalla de los canales de aire en el

año analizado provino de Gran Bretaña. A su vez, estos representaron poco menos de la mitad (el 41,66%) de los filmes que no se trataron de producciones realizadas en los Estados Unidos o filmes propios de la cinematografía local.

Dentro de los canales de aire, el 79,33% de los filmes producidos en el viejo continente fueron emitidos por El Trece.





## **PELÍCULAS NACIONALES: TELEVISIÓN POR AIRE**

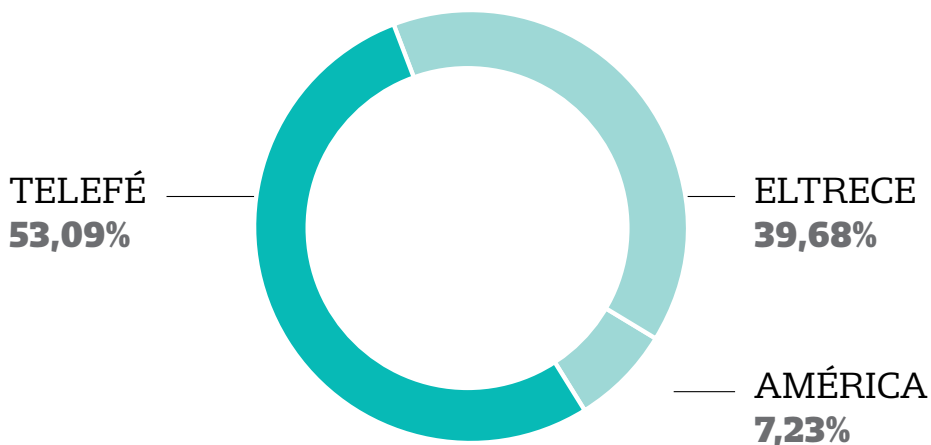
**D**urante el año analizado la televisión por aire presentó en sus pantallas un total de 16 filmes argentinos diferentes.

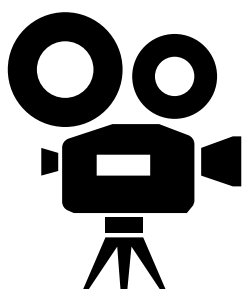
Además, durante el año analizado, por cada filme nacional presentado en la pantalla chica, se emitieron 13 películas extranjeras (de las cuales 12 fueron producciones

llegadas desde los Estados Unidos).

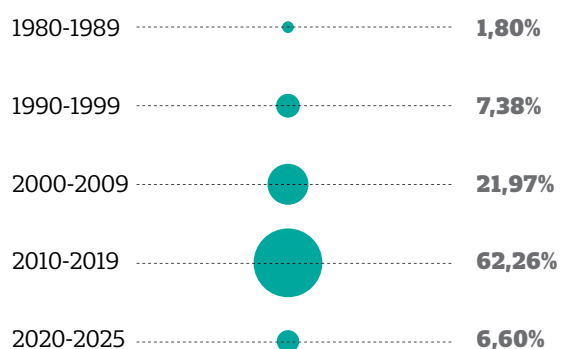
Casi un tercio de la oferta de películas realizadas en la Argentina y emitidas en los canales de televisión por aire fue puesto en pantalla durante el primer y el último mes del año analizado.

### **PELÍCULAS NACIONALES TELEVISIÓN POR AIRE**

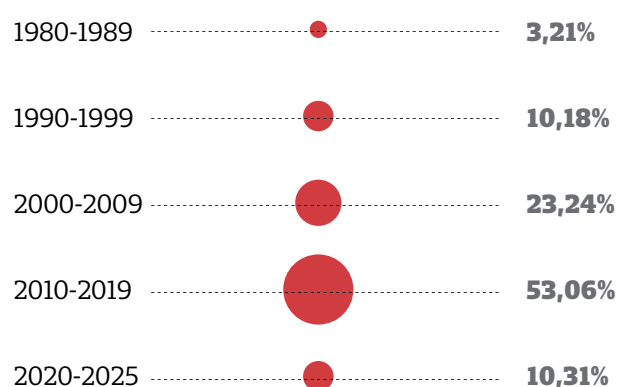




**PELÍCULAS EMITIDAS EN 2025  
POR DÉCADA DE PRODUCCIÓN**



**PELÍCULAS NACIONALES EMITIDAS EN 2025  
POR DÉCADA DE PRODUCCIÓN**



**PELÍCULAS POR DÉCADA: FILMES EMITIDOS /  
FILMES NACIONALES EMITIDOS**

A su vez, poco más del 90% de las películas emitidas en la pantalla de los canales de televisión por aire fueron realizaciones producidas con posterioridad al año 1999. Ninguna realización cinematográfica producida antes de 1980 fue exhibida en las pantallas de alguno de los canales de

televisión por aire durante el año bajo análisis. Nuevamente, la totalidad de los filmes nacionales emitidos en la televisión por aire fueron realizaciones producidas luego del regreso de la democracia a nuestro país, en 1983.





# AÑOS 2021A 2025



## ESPECTADORES - VALOR PROMEDIO DE LA ENTRADA

En cinco años, los establecimientos cinematográficos de la Argentina fueron visitados por más de 157 millones de espectadores (equivalentes a un promedio de 31,5 millones de espectadores por año) y cerca de 10 millones concurren en busca de algún filme nacional.

El 40,89% del público total de cine nacional concurre a ver la película más vista de cada uno de los cinco años analizados, y cabe destacar que durante los años analizados tan solo 5 filmes locales lograron superar la barrera de los 500.000 espectadores en el año en que fueron estrenados.

En el lustro analizado el valor promedio de la entrada fue de \$2.821, y las entradas para ver una producción nacional fueron, también en promedio, un 2% más económicas (\$2.763).

El valor promedio de las entradas se incrementó en cinco años un 1.572%, representando esta cifra un crecimiento interanual constante del 102,22%.

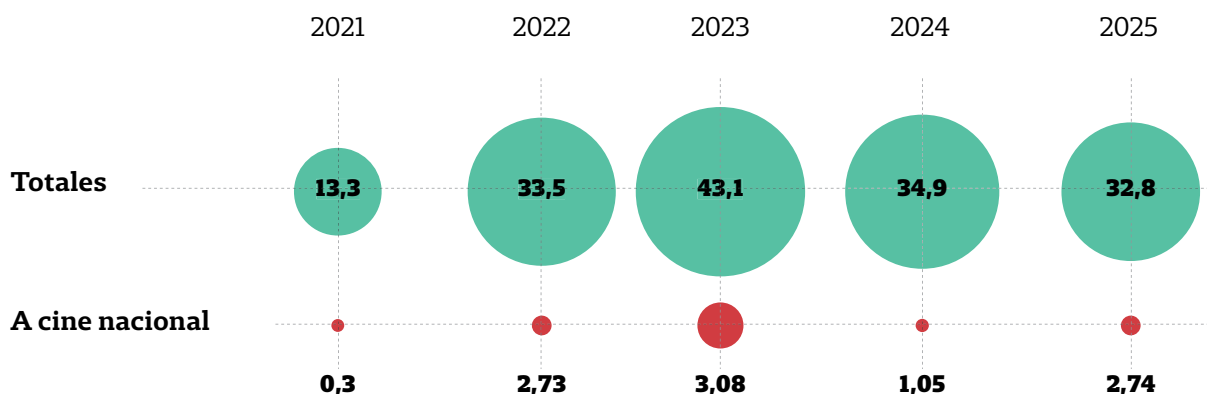
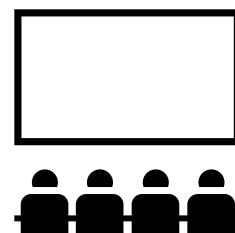
### ESTADÍSTICAS GENERALES

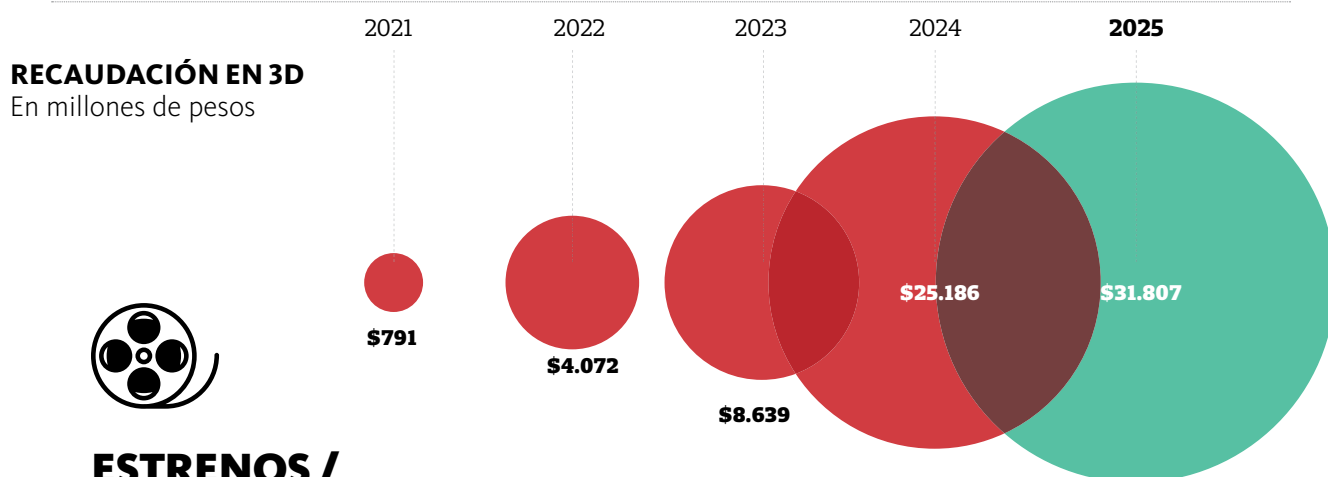
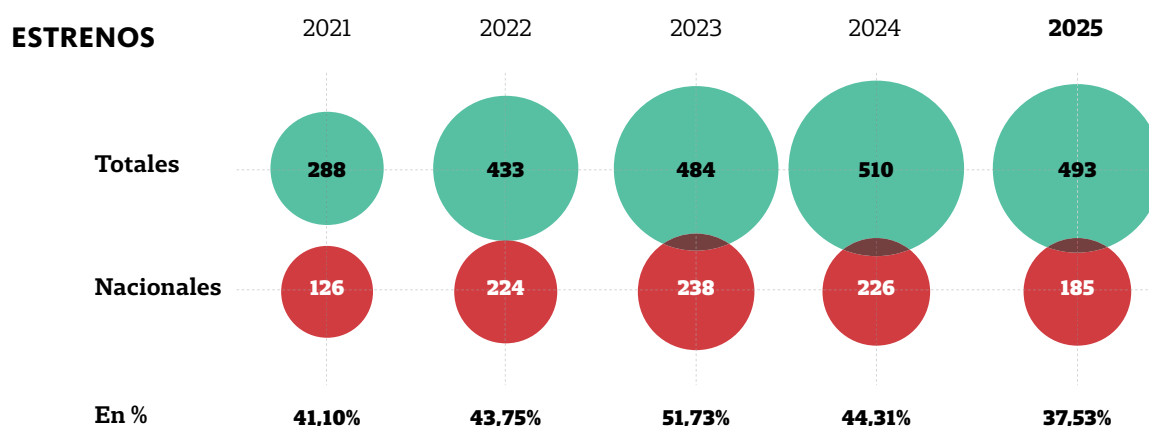
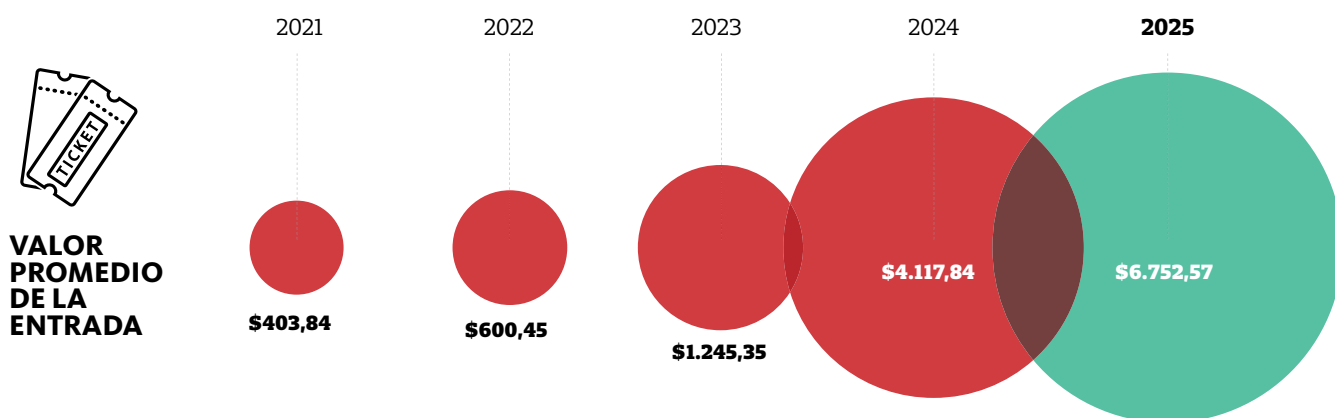
	2021	2022	2023	2024	2025
ESPECTADORES *	13,3	33,5	43,1	34,9	32,8
RECAUDACIÓN *	\$5.354	\$20.099	\$53.643	\$143.764	\$221.507
VALOR PROMEDIO DE LA ENTRADA	\$403,84	\$600,45	\$1.245,35	\$4.117,84	\$6.752,57
ESPECTADORES A CINE NACIONAL *	0,25	2,73	3,08	1,05	2,74
TÍTULOS ESTRENADOS EN SALAS	288	433	484	510	493
TÍTULOS NACIONALES ESTRENADOS EN SALAS	126	224	238	226	185
LARGOMETRAJES PRODUCIDOS	214	196	172	74	46
PRODUCCIONES PUBLICITARIAS	686	638	644	517	410
PUESTOS DE TRABAJO	26.045	25.914	28.565	20.750	15.945

\*En millones

### ESPECTADORES

En millones



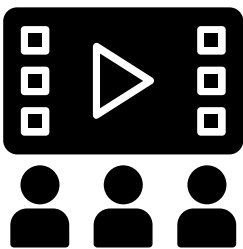


## ESTRENOS / RECAUDACIÓN EN 3D

En los últimos cinco años, se estrenaron en nuestro país 2.208 filmes provenientes de todo el mundo. Los filmes llegados desde los Estados Unidos representaron 251 de cada 1.000 estrenos lanzados en el período, y las novedades de esta procedencia vieron reducida su participación, en el lustro analizado, en

cerca de 4 puntos porcentuales. En este período la cuota de lanzamiento de filmes nacionales también se redujo casi cuatro puntos porcentuales. A su vez, en cinco años las obras producto de la cinematografía argentina representaron al 45,24% de los estrenos lanzados en nuestro territorio. En los años analizados, las recauda-

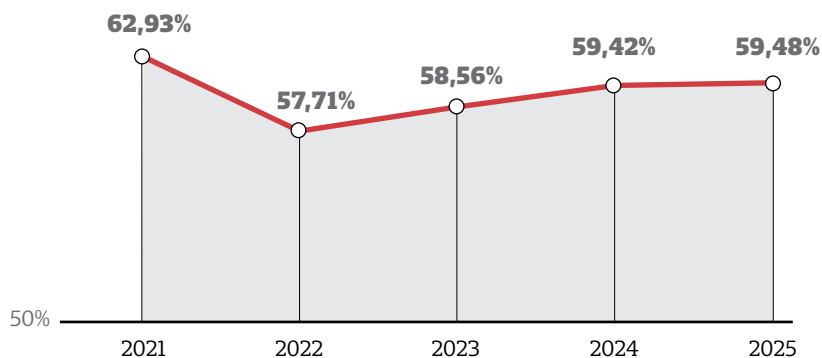
ciones en concepto de exhibiciones realizadas en salas tridimensionales representaron el 15,86% de los ingresos totales por boletería registrados en las salas de nuestro país. Cabe destacar que el 3,67% de los estrenos presentados en las salas comerciales argentinas contaron con copias lanzadas en formato 3D.



## ESPECTADORES EN CIRCUITOS EXTRANJEROS / CINE NACIONAL: LAS MÁS VISTAS

En el período comprendido entre los años 2021 y 2025, el 59,13% del público concurrió a salas de los cuatro megacircuitos de procedencia extranjera que se encuentran en el país. Estos, a su vez, contaron con una participación en los ingresos por boletería cercana a los dos tercios del total de lo recaudado en cinco años. Cinco filmes producidos en la República Argentina lograron posicionarse entre las 20 películas más exitosas de cada año en los últimos cinco años, y 3 de ellos superaron el millón de espectadores. Asimismo, en promedio, la película argentina más vista de cada uno de estos años se ubicó en el puesto número 16. Por otra parte, de las 100 películas que se ubicaron en el top 20 de las más vistas de cada año, 28 fueron realizaciones animadas, género que obtuvo el primer puesto en dos de los últimos cinco años analizados. Cabe destacar que 34 de los filmes que integraron el top 10 del lustro fueron secuelas, precuelas o spin-offs de películas estrenadas con anterioridad o realizaciones que integran una franquicia cinematográfica.

### ESPECTADORES EN CIRCUITOS EXTRANJEROS

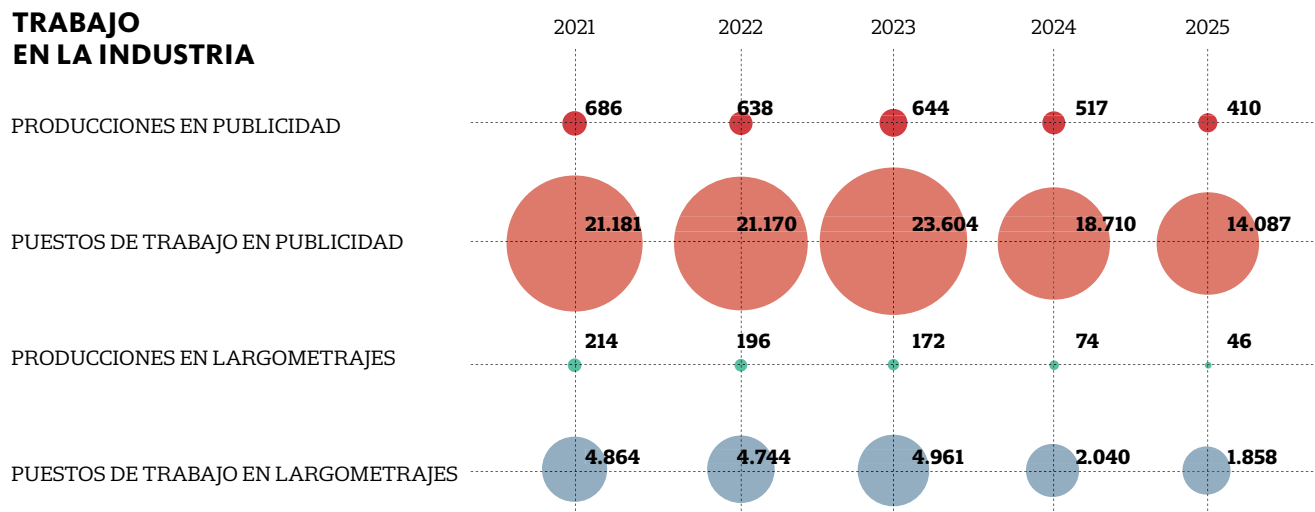


### CINE NACIONAL: LAS MÁS VISTAS

	2021	2022	2023	2024	2025
1	1	1	1	1	1
2	2	2	2	2	2
3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5
6	6	6	6	6	6
7	7	7	7	7	7
8	8	8	8	8	8
9	9	9	9	9	9
10	10	10	10	10	10
	---			---	---
	37	15	30*		

\* Estrenada en 2023

## TRABAJO EN LA INDUSTRIA



## TÉCNICOS/AS POR RAMA

RAMA	2021	2022	2023	2024	2025	PROMEDIO
FOTOGRAFÍA Y CÁMARA + GRIP	29,5%	19,0%	27,7%	26,9%	26,8%	26,0%
ARTE Y VESTUARIO	19,5%	20,3%	20,9%	20,7%	20,6%	20,4%
PRODUCCIÓN + LOCACIONES	15,6%	15,4%	16,2%	16,4%	17,6%	16,2%
ELECTRICIDAD E ILUMINACIÓN	15,2%	15,1%	14,7%	15,4%	14,9%	15,1%
DIRECCIÓN	6,4%	6,2%	6,4%	6,2%	6,5%	6,3%
UTILERÍA	6,4%	6,3%	6,4%	6,6%	6,1%	6,4%
MAQUILLAJE Y PEINADO	4,5%	4,8%	4,5%	4,4%	4,4%	4,5%
SONIDO	1,9%	2,2%	2,1%	2,3%	2,4%	2,2%
MONTAJE	0,8%	0,5%	0,5%	0,7%	0,5%	0,6%
RR.PP.	0,1%	0,3%	0,1%	0,3%	0,4%	0,2%

Datos correspondientes al sector publicidad.

## TRABAJO EN LA INDUSTRIA / TÉCNICOS/AS POR RAMA



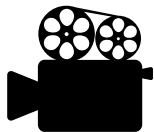
En el lustro analizado, la industria cinematográfica generó 117.219 puestos de trabajo para el personal técnico, equivalentes, en promedio, a 23.444 puestos por año.

En cinco años, la cantidad de puestos de trabajo requeridos en el sector de realización de largometrajes, en relación con los puestos de trabajo totales necesarios en la industria, representó al 15,75% de estos, y, a la vez, se vislumbró una pérdida quinque-

nal de casi 3.000 puestos de trabajo dentro de este sector.

Entre 2021 y 2025, el sector publicidad de la industria requirió, en promedio, de 19.750 puestos de trabajo por año.

Además, para la realización de largometrajes, en cinco años, la cantidad de técnicos y técnicas trabajando dentro de la rama de animación equivalió al 1,38% de los puestos de trabajo totales del sector.



## PROVINCIAS DE RODAJE / DESTINO DE LAS PRODUCCIONES PUBLICITARIAS

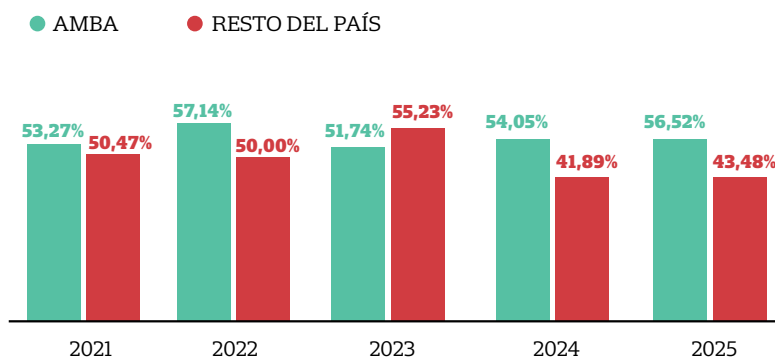
En cinco años se rodaron películas en locaciones situadas en todas las provincias de la República Argentina. Cinco distritos (el 20,83% del total) contaron con rodajes en todos los años del período. Por su parte, Córdoba fue la provincia (a excepción de la provincia de Buenos Aires y la capital de nuestro país) que mayor cantidad de filmes recibió para su realización entre 2021 y 2025, atrayendo al 7,98% de los rodajes del período.

De los 702 filmes tenidos en cuenta para el estudio, el 50,28% llevó a sus equipos de filmación a alguna de las provincias de nuestro país y más de la mitad (el 54,27%) utilizó al menos alguna locación ubicada dentro de los límites del Área Metropolitana de Buenos Aires.

En promedio, durante el quinquenio se realizaron en la Argentina 54 producciones publicitarias al año para ser exhibidas en algún mercado foráneo, lo que equivalió a una participación de las mismas del 9% sobre el total de las realizaciones del período analizado.

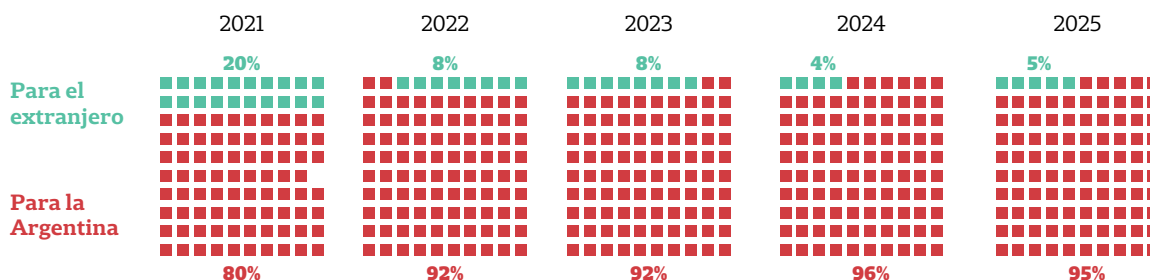


### PROVINCIAS DE RODAJE



Datos correspondientes al sector largometrajes. La suma de los porcentajes es mayor que 100 ya que algunas producciones se filman en locaciones ubicadas en varias provincias.

### DESTINO DE LAS PRODUCCIONES PUBLICITARIAS





# SICA



## APMA

SINDICATO DE LA INDUSTRIA CINEMATOGRAFICA ARGENTINA  
ANIMACIÓN PUBLICIDAD Y MEDIOS AUDIOVISUALES



Juncal 2029, CABA.



@sicaapma



@sica.sindicatocine



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

