

Índice

Presentación	9
Capítulo 1. Financiamiento del proyecto cinematográfico peruano	11
1. Costos de producción y modelo de presupuesto	11
2. Rangos y distribución de costos de películas peruanas estrenadas comercialmente en el periodo 2000-2007	15
3. Formas de financiamiento de una película peruana	20
3.1 El concurso de proyectos del Conacine	24
3.2 Fondo Ibermedia	25
3.3 Fond Sud del Ministerio de Relaciones Exteriores del gobierno de Francia	27
3.4 Fondo Hubert Bals del Festival de Cine de Róterdam	28
3.5 La coproducción	29
4. Herramientas del financiamiento	30
4.1 La carpeta del proyecto	30
4.2 El <i>pitching</i> o sustentación presencial del proyecto	32
4.3 Planes de financiamiento	34
Capítulo 2. Mercado de distribución y exhibición cinematográfica en el Perú	37
1. Distribución y exhibición	37
2. Tipos de lanzamiento y circuitos	42
3. Ventanas de exhibición de una película y sus tiempos de permanencia	47
4. Agentes de ventas internacionales de cine	49

Capítulo 3. El mercado del cine en el Perú y el mundo	55
1. El cine peruano en el contexto mundial	55
1.1 Estado de la industria cinematográfica en Europa	57
1.2 Estado de la industria cinematográfica en Latinoamérica	60
1.3 El cine peruano en el 2006	64
Capítulo 4. Márketing del cine peruano	
1. El mercadeo en el mundo	67
2. El mercadeo del cine peruano	69
3. Materiales de lanzamiento de una película peruana	74
4. Fases de estreno de una película	77
5. Formas de explotación de una película en el Perú	78
6. Relación entre el productor y el distribuidor de un filme peruano durante la exhibición de la película	78
7. Análisis comparativo del lanzamiento de dos películas peruanas el año 2007	81
7.1 Decisiones preliminares	82
7.2 Determinación de las estrategias de mercadeo y distribución	83
Anexos	91