

Diagnóstico, retos y proyección desde NAPAR

Informe y datos estadísticos

NAPAR 2025

Índice

1. Introducción	3
1.1 Contextualización: ¿Qué es NAPAR?	3
1.2 Metodología	4
2. Informe	5
2.1 Perfil de las empresas y profesionales asociados y asociadas	5
2.1.1 Año de fundación	5
2.1.2 Tamaño (empleo)	6
2.2 Negocio	8
2.2.1 Volumen de negocio (2014–2024)	8
2.2.2 Alcance geográfico y cartera de clientes	9
2.2.3 Tipo de producto	11
2.3 Proyectos	13
2.3.1 Pipeline de proyectos (2024–2025)	13
2.3.2 Histórico de proyectos (últimos 10 años)	14
2.3.3 Producciones realizadas de forma asociada entre diferentes socios de NAPAR	15
2.3.4 Producciones realizadas y calificadas por el ICAA vs no calificadas (2014–2024)	16
2.3.4.1 Género de las producciones calificadas	17
2.3.4.2 Género de las producciones no calificadas	18
2.4 Reconocimiento y proyección del audiovisual navarro	19
2.4.1 Idiomas de las producciones	20
2.4.1.1 Producciones en euskera	20
2.4.1.2 Producciones en otros idiomas	21
2.4.2 Exportación de obras audiovisuales	21
2.4.2.1 ¿Qué es y cómo habilitarse?	21
2.4.2.2 Lo que se pierde el sector audiovisual navarro al no contar con él	22
2.5 Necesidades de las productoras y profesionales asociados/as en 2025	25
2.6 Necesidades de nuevos espacios de diálogo: “Hablamos con...”	27
2.7 Grupos de trabajo: disposición e intereses	28
2.7.1 ¿Qué se valora en un grupo de trabajo?	29
2.7.2 Propuestas, comentarios y necesidades adicionales	30
3. Conclusiones	31
4. Referencias y agradecimientos	32

Índice de figuras

Figura 1: Distribución del año de fundación	5
Figura 2: Evolución del empleo medio por empresa y profesional (2014-2024)	6
Figura 3: Distribución del empleo por empresa y profesionales (2024)	7
Figura 4: Distribución de empleo en empresas (excluidos profesionales autónomos/as)	7
Figura 5: Evolución del volumen de negocio por tramos (2014-2024)	9
Figura 6: Porcentaje facturado fuera de Navarra	10
Figura 7: Clientes principales.....	11
Figura 8: Tipos de producto.....	12
Figura 9: Pipeline de proyectos	14
Figura 10: Histórico de proyectos terminados (últimos 10 años) Por empresa y ordenados de mayor a menor	15
Figura 11: Colaboraciones entre asociados de NAPAR (evolución anual)	16
Figura 12: Producciones calificadas vs no calificadas por el ICAA (2014-2024)	17
Figura 13: Comparativa de géneros en producciones calificadas y no calificadas ICAA.....	19
Figura 14: Reconocimiento y proyección del audiovisual navarro	20
Figura 15: Productoras de NAPAR con certificado.....	22
Figura 16: Lo que se gana con certificado vs lo que se pierde si él.....	23
Figura 17: Necesidades prioritarias de las productoras y profesionales en 2025	26
Figura 18: ¿Qué tipo de “hablamos con “ echan en falta los socios y socias de NAPAR?	28
Figura 19: ¿A qué grupo te unirías?	29

1. Introducción

El **sector audiovisual** es hoy un **motor cultural, económico y creativo** de enorme relevancia en Navarra. En un contexto de transformación tecnológica y de cambios en los hábitos de consumo, el tejido de productoras y profesionales necesita contar con **herramientas que permitan diagnosticar su situación real**, identificar **retos comunes** y anticipar **oportunidades de crecimiento**.

Con esta finalidad, la **Asociación de Productoras y Profesionales del Audiovisual de Navarra (NAPAR)** ha impulsado este estudio, que **recoge y sistematiza la información aportada por sus empresas y profesionales asociados y asociadas**. El objetivo no es únicamente obtener una “fotografía” del estado actual, sino también **dotar a la comunidad audiovisual de una base de conocimiento compartida**, que sirva para orientar estrategias, reforzar la interlocución con las instituciones y abrir nuevas vías de colaboración entre agentes.

La elaboración de este informe responde, además, al compromiso de NAPAR de ser un **punto de encuentro, representación y apoyo para todo el sector**, alineando sus acciones con las necesidades reales de sus miembros. Se trata de un paso más en la consolidación del audiovisual navarro como un **ecosistema fuerte, competitivo** y con **capacidad de proyectarse más allá de sus fronteras**.

Este documento corresponde a la **versión interna** del estudio, destinada a la Asamblea de NAPAR y a los miembros de la asociación. Incluye el detalle estadístico completo, los gráficos, la metodología y las notas técnicas que permiten comprender en profundidad el estado del tejido audiovisual en Navarra.

En paralelo, se elaborará una **versión pública**, orientada a la comunicación externa, que presentará datos resumidos y mensajes clave para facilitar su difusión en medios, instituciones y agentes externos.

1.1 Contextualización: ¿Qué es NAPAR?

NAPAR es la **Asociación de Productoras y Profesionales del Audiovisual en Navarra**. Integra a empresas consolidadas, estudios emergentes y profesionales independientes con un objetivo común: fortalecer y proyectar el sector audiovisual navarro, tanto a nivel local como en el mercado nacional e internacional.

Su labor abarca tres ejes principales:

- **Representación institucional:** actúa como interlocutora y órgano consultivo ante la Administración Foral y otros organismos, aportando conocimiento técnico en materia de normativa, incentivos fiscales, permisos de rodaje y condiciones de la industria.
- **Impulso industrial y creativo:** fomenta la colaboración entre miembros, apoya la creación de nuevos proyectos y promueve la innovación en formatos, tecnologías y modelos de negocio.
- **Integración en el ecosistema:** forma parte del Clúster Audiovisual de Navarra, alineando esfuerzos con otros agentes culturales, empresariales y educativos.

NAPAR, por tanto, funciona como plataforma de encuentro, defensa y proyección del audiovisual en Navarra, equilibrando la identidad creativa local con la competitividad global. (Napar, 2025)

1.2 Metodología

Este estudio ofrece una **radiografía actualizada del tejido audiovisual navarro** a partir de la información aportada por las empresas y profesionales asociados y asociadas a NAPAR. Más allá de describir la situación presente, **el análisis permite identificar tendencias, oportunidades y desafíos comunes**, facilitando así la toma de decisiones estratégicas tanto a nivel asociativo como individual. En el caso de NAPAR, estos estudios son una herramienta clave para orientar sus líneas de trabajo, priorizar acciones que respondan a las necesidades reales de sus miembros y reforzar su papel como interlocutor ante administraciones y agentes del sector. Además, contribuyen a visibilizar el peso económico, creativo y social del audiovisual en Navarra, aportando datos sólidos para la defensa y promoción de dicho sector.

- **Muestra:** 32 respuestas válidas a la encuesta.
- **Anonimización:** excluidas las variables “Nombre de la empresa o asociado/a” y “Contacto” en todo el análisis.
- **Tratamiento de datos:**
 - Reagrupación de tramos de facturación en varias categorías.
 - Preguntas de selección múltiple: conteo por opción (posibilidad de marcar varias).

- Outliers evidentes (p. ej., años de fundación en el futuro) descartados de los gráficos.
- **Visualización:** se emplean histogramas, líneas de tendencia y barras comparativas para sintetizar los hallazgos clave.

2. Informe

2.1 Perfil de las empresas y profesionales asociados y asociadas

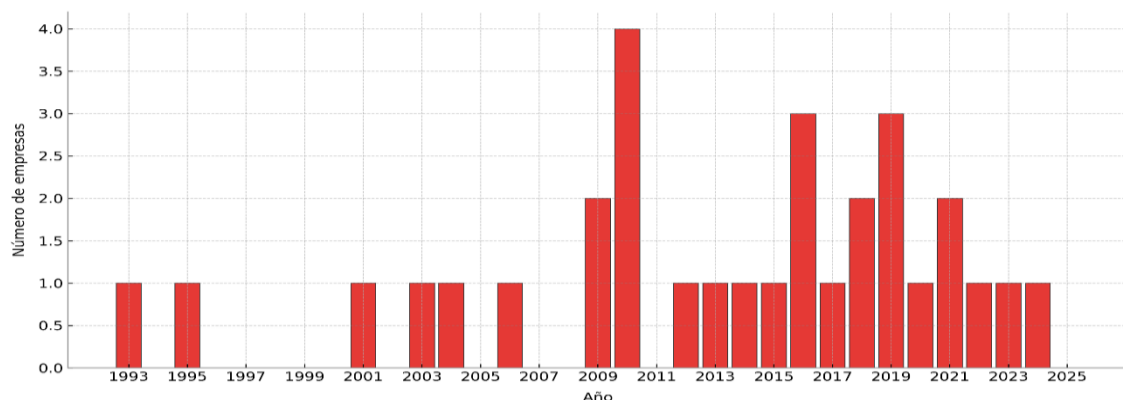
Este apartado ofrece una radiografía actual del tejido audiovisual representado en NAPAR, describiendo tanto el momento de constitución de las empresas y profesionales como la evolución de su capacidad productiva en términos de empleo.

2.1.1 Año de fundación

La mediana de constitución de las empresas y profesionales se sitúa en 2016, con un rango que va desde 1993 hasta 2024. El análisis muestra una **actividad emprendedora más intensa a partir de 2009**, lo que coincide con un periodo de expansión del sector audiovisual navarro. Los datos revelan picos de creación en determinados años recientes, lo que sugiere una renovación continua del ecosistema empresarial y la entrada de nuevos actores con propuestas diversificadas. Esta evolución temporal refleja un equilibrio entre empresas y profesionales con larga trayectoria y otras de creación más reciente que aportan frescura y nuevas dinámicas al sector.

Figura 1

Distribución del año de fundación



2.1.2 Tamaño (empleo)

El empleo medio por empresa o profesional ha crecido de forma sostenida en la última década, pasando de 1,76 personas en 2014 a **5,27 en 2024 (estimación)**. La media de toda la serie 2014–2024 se sitúa en **3,16 personas**, lo que refleja un incremento notable de la capacidad operativa y de los recursos humanos del sector.

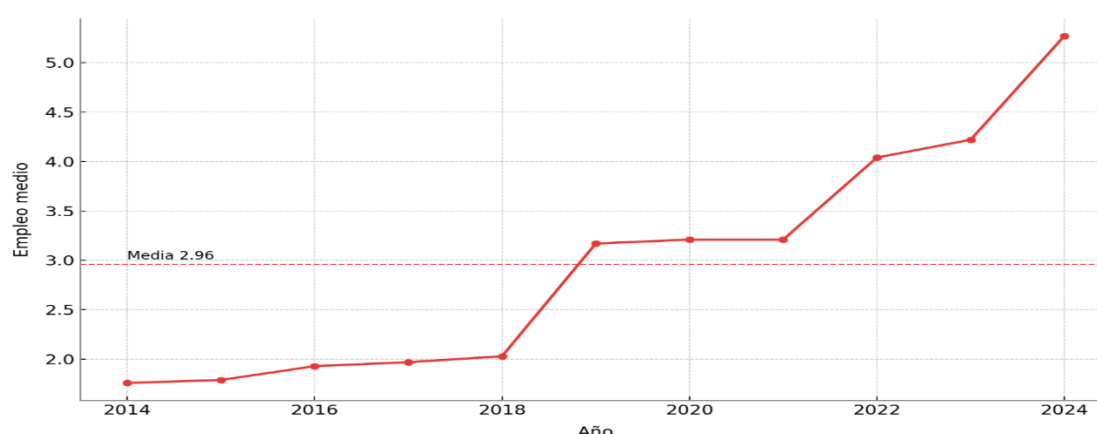
Este crecimiento evidencia tanto la consolidación de empresas y profesionales con trayectoria como la evolución de proyectos más recientes que han ampliado sus equipos para asumir una mayor carga de producción. La mediana de la serie se mantiene en torno a 1–2 personas en los primeros años, para luego experimentar un crecimiento progresivo a partir de 2018, lo que indica un tránsito hacia un tejido más robusto y profesionalizado.

Metodología del cálculo

Para obtener la media de empleo mostrada en la **Figura 2**, se ha sumado el número de personas trabajadoras declarado por cada empresa o profesional y se ha dividido entre el total de participantes en la muestra (32). En los casos en que se ha declarado “10 o +” empleados/as, se ha utilizado un valor estimado superior a 10, con el fin de reflejar un volumen de ocupación más realista y no infravalorar el peso de estas entidades en el empleo total. Este tratamiento explica que el empleo medio en 2024 alcance 5,27 personas, una cifra probablemente más próxima a la realidad que si se considerara únicamente el mínimo de la categoría (“10”).

Figura 2

Evolución del empleo medio por empresa y profesional¹ (2014-2024)

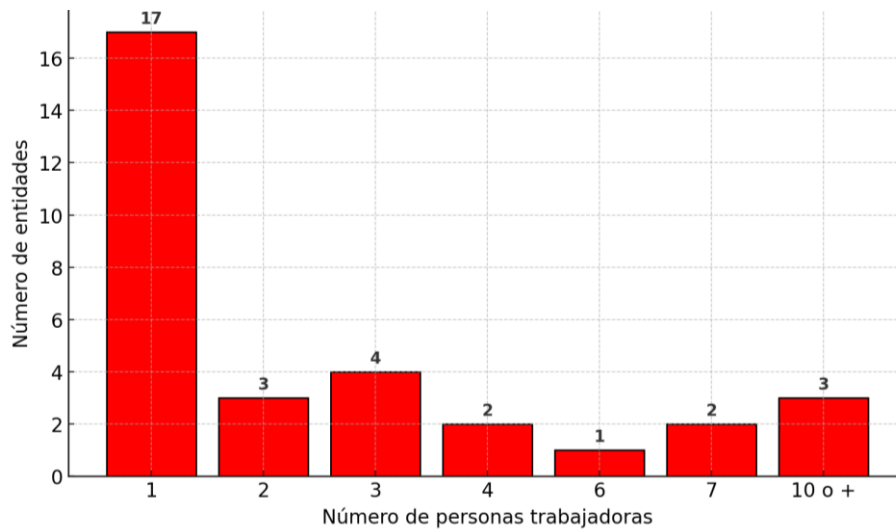


¹ Varias empresas o profesionales se han constituido más tarde por lo que se ha tomado en cuenta el año de constitución dejando a cero el resto de años anteriores.

Tal y como se muestra en la **Figura 3**, la mayoría de las empresas y profesionales del sector audiovisual navarro trabajan de manera individual o con hasta 3 personas, lo que confirma el predominio de estructuras de microempresa y proyectos unipersonales.

Figura 3

Distribución del empleo por empresa y profesionales (2024)

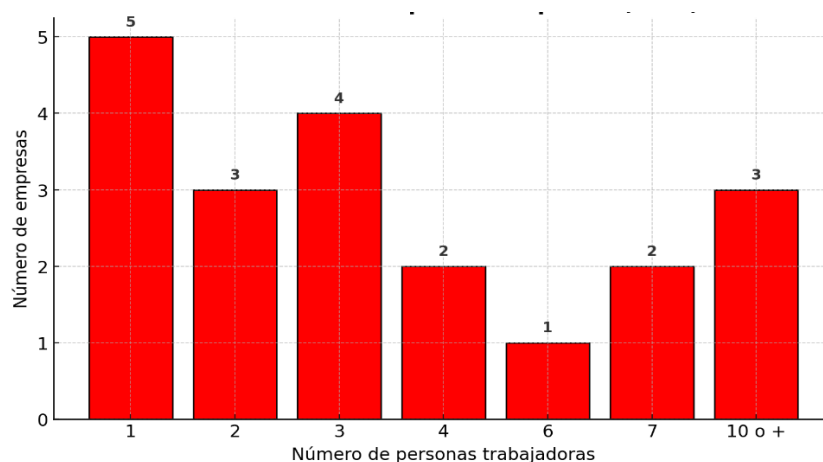


Análisis exclusivo de empresas (2024)

Considerando exclusivamente a las **sociedades limitadas y anónimas** (excluyendo profesionales independientes), la distribución del **empleo en 2024** muestra que la mayoría de empresas se sitúa en el rango de microempresa. La distribución real se puede observar en la **Figura 4**.

Figura 4

Distribución de empleo en empresas (excluidos profesionales autónomos/as ²)



² Estos constituyen 12 asociados y asociadas que han contestado a la encuesta.

2.2 Negocio

2.2.1 Volumen de negocio (2014–2024)

La evolución del volumen de negocio en la última década refleja una clara activación del sector audiovisual navarro. En 2014, el tramo **“Sin actividad”** agrupaba a 13 entidades las cuales eran empresas o profesionales no creados en ese momento. Esta cifra disminuyó año tras año hasta desaparecer por completo en 2024, lo que confirma un aumento sostenido de la actividad económica y una mayor consolidación de la base asociativa.

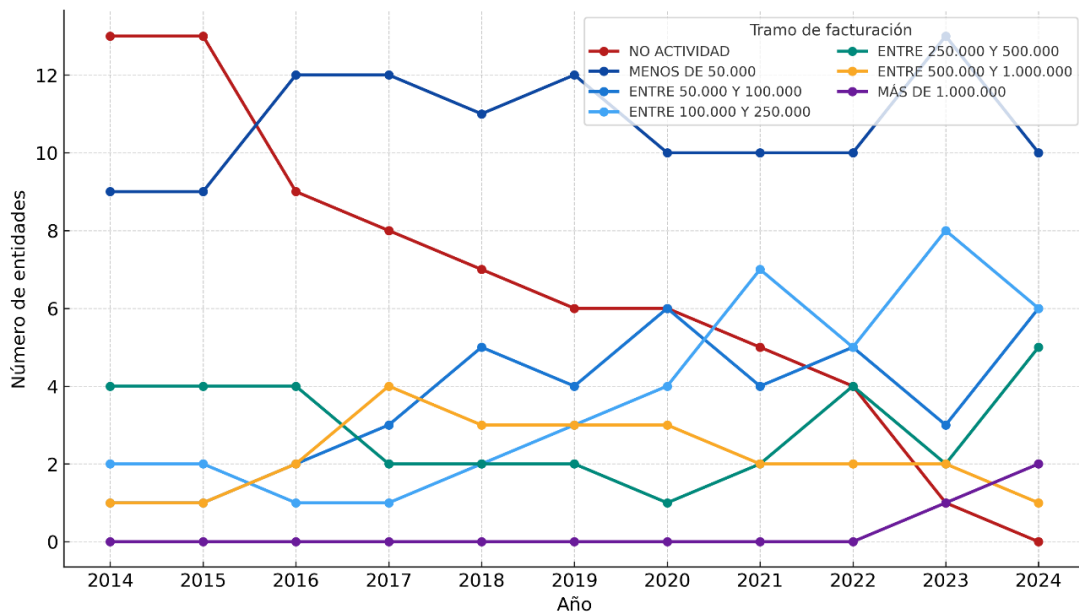
La distribución actual muestra un peso importante de las microempresas o profesionales: el grupo de **<50k y 50k–100k** concentra un porcentaje significativo de las entidades, lo que confirma la presencia de muchas estructuras de pequeño tamaño. Sin embargo, se observa un crecimiento en los tramos intermedios, especialmente **en el de 100.000 € a 499.999 €**, que en 2024 reúne a 11 entidades. Este aumento señala una transición hacia modelos más estables, con mayor capacidad de producción y facturación.

Por **encima del medio millón de euros**, la presencia de empresas sigue siendo minoritaria, lo que evidencia que alcanzar volúmenes de negocio altos continúa siendo un reto para buena parte del sector. Aun así, la tendencia general muestra un desplazamiento gradual hacia tramos superiores de facturación, lo que apunta a un tejido más profesionalizado y diversificado.

En conjunto, la consolidación de nuevas empresas y profesionales y el crecimiento en los tramos intermedios son **señales de un ecosistema en expansión**, que va ganando en madurez económica y en capacidad para afrontar proyectos de mayor envergadura.

Figura 5

Evolución del volumen de negocio por tramos (2014-2024)



2.2.2 Alcance geográfico y cartera de clientes

El grado de diversificación territorial y de clientes es un indicador clave para entender la proyección y estabilidad del sector audiovisual navarro.

En lo que respecta al **porcentaje facturado fuera de Navarra**, se analizan los datos sobre 21 empresas y profesionales³ que declararon datos válidos. En base a esto:

- 7 empresas y/o profesionales no facturan fuera de Navarra.
- Un grupo minoritario factura porcentajes reducidos: 1 %, 2 % y 5 %.
- Varias alcanzan niveles medios: 20 % (1 empresa y o profesional), 40 % (2 empresas y o profesionales), 45 % (1 empresa y o profesional) y 50 % (1 empresa y o profesional).
- En el extremo alto, 4 empresas y o profesionales facturan el 80 % fuera, 1 empresa y o profesional alcanza el 90 % y 1 llega al 100 %.

En este escenario, **la media de facturación exterior es del 34,0 %**, la mediana del 20 % y el rango intercuartílico⁴ (IQR) va de 0 % a 80 %. Esto refleja un sector donde la mayoría

³ Hay asociados o asociadas que no han contestado a esta pregunta.

⁴ Se calcula como la diferencia entre el tercer cuartil (Q3) y el primer cuartil (Q1). En otras palabras, IQR = Q3 - Q1.

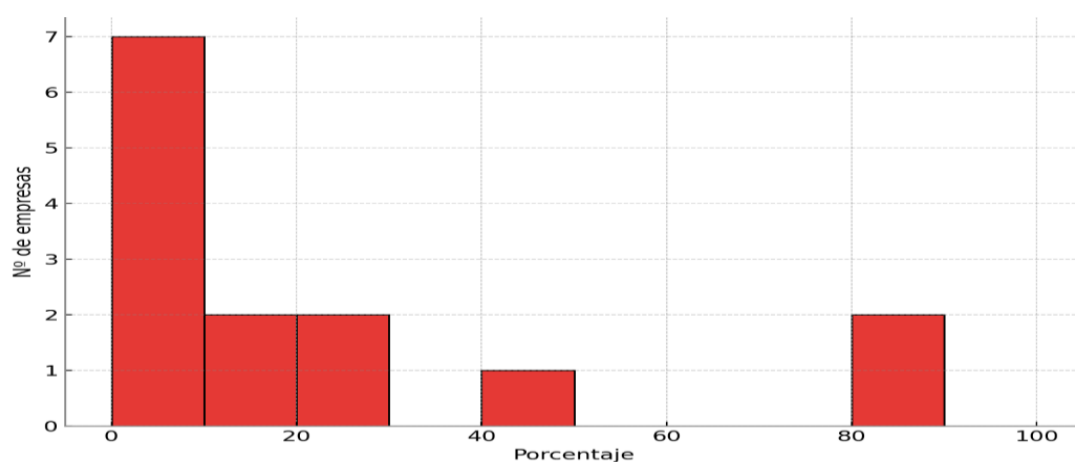
concentra su actividad en el mercado local, pero con un segmento reducido que alcanza altos niveles de internacionalización.

- Si se considera que las empresas y o profesionales que no respondieron a la pregunta se interpretan como un 0 % de facturación externa, los datos se modifican dando un resultado de **Media:** 23,0 %, **Mediana:** 0 %, **Rango intercuartílico (IQR):** 0–42,5 %.

Esto muestra que al considerar toda la muestra, el peso relativo de quienes facturan mucho fuera de Navarra disminuye, y la distribución queda mucho más concentrada en el tramo de 0 %.

Figura 6

Porcentaje facturado fuera de Navarra

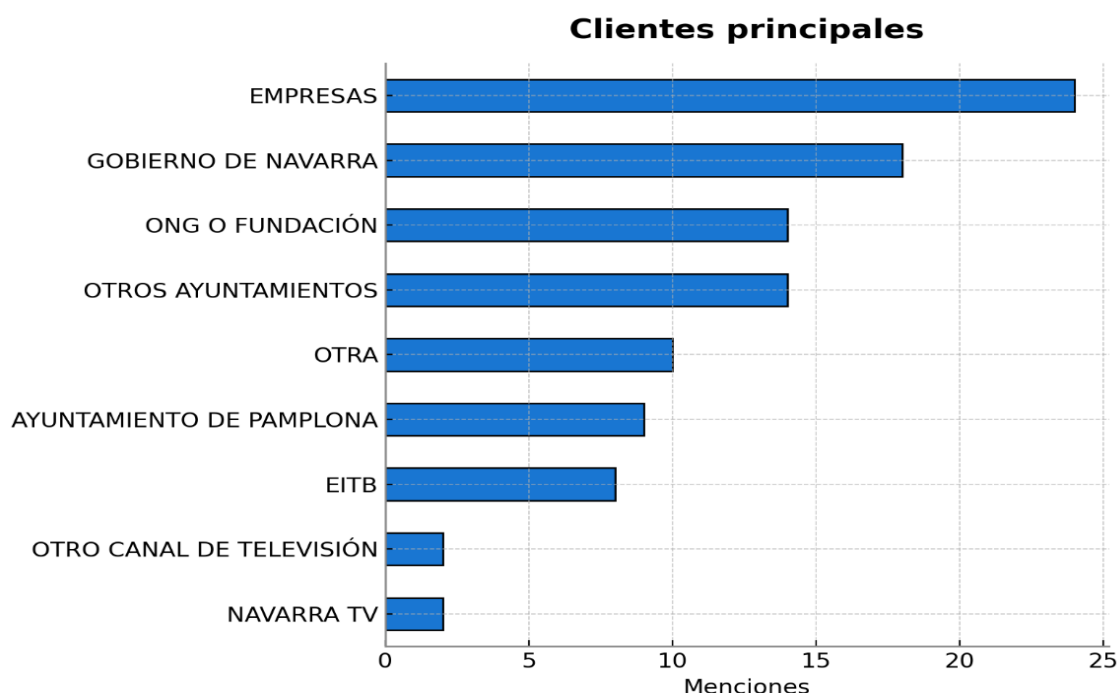


En la **cartera de clientes**, el tejido empresarial de NAPAR refleja un equilibrio entre el ámbito privado y el institucional, lo que le otorga cierta estabilidad frente a las fluctuaciones de uno u otro mercado. Las **Empresas** lideran con 24 menciones, lo que indica que el sector privado continúa siendo el principal generador de encargos, probablemente relacionado con campañas corporativas, publicidad y producción de contenidos para marca. En segundo lugar, el **Gobierno de Navarra** aparece con 18 menciones, subrayando el papel estratégico de la Administración Foral como cliente y motor de actividad, tanto a través de contratos directos como de programas de apoyo al sector.

En un escalón siguiente, **otros ayuntamientos** (14 menciones) y **ONG/fundaciones** (14) evidencian un mercado institucional y social diversificado, que va más allá del ámbito autonómico y alcanza proyectos vinculados a cultura, educación, medio ambiente o acción social. La presencia de **EITB** (8 menciones) y de otros medios más pequeños muestra que existe una relación con cadenas y plataformas, aunque todavía con margen de crecimiento para que los medios sean un cliente más habitual. Esta mezcla de clientes implica que el sector está acostumbrado a trabajar bajo distintos marcos contractuales y con públicos objetivos variados, lo que favorece su adaptabilidad.

Figura 7

Cientes principales



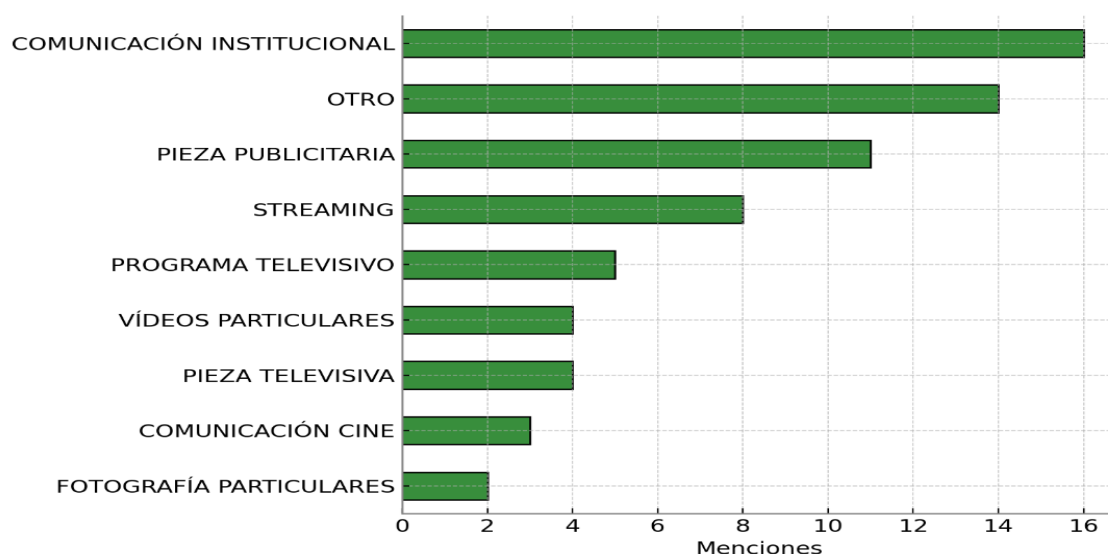
2.2.3 Tipo de producto

En cuanto al **tipo de producto**, la **Comunicación institucional** se posiciona como la categoría predominante con 16 menciones, reforzando la idea de que gran parte de la producción se orienta a fortalecer la imagen, la transparencia y la proyección pública de entidades. Le sigue la **Pieza publicitaria** (11 menciones), que conecta con la demanda del sector privado y confirma la importancia del marketing audiovisual como fuente recurrente de trabajo. El **Streaming** (8 menciones) aparece ya como un formato consolidado, probablemente impulsado por eventos corporativos, institucionales o culturales que requieren retransmisión en directo.

Otros formatos, como **programas televisivos**, **piezas televisivas** o **producciones para particulares**, tienen una presencia menor, pero contribuyen a diversificar la oferta. Esta variedad de productos demuestra que las empresas asociadas poseen competencias técnicas y creativas capaces de adaptarse a múltiples formatos y necesidades. Sin embargo, la alta concentración en comunicación institucional y publicidad también señala una oportunidad de expansión hacia productos de ficción, documental o entretenimiento con mayor proyección comercial o internacional.

Figura 8

Tipos de producto



En conjunto, los datos muestran un sector que, aunque ha logrado abrir algunas vías de trabajo fuera de Navarra, sigue concentrando la mayor parte de su facturación en el mercado local. La cartera de clientes está dominada por actores regionales —tanto del ámbito institucional como del privado—, lo que asegura una base estable de actividad, pero también implica una dependencia elevada del contexto económico y político de la comunidad.

Los nichos de actividad exterior que existen demuestran que **las capacidades técnicas, creativas y logísticas del tejido audiovisual navarro son competitivas más allá de sus fronteras**, pero estas experiencias son aún puntuales y están ligadas a un número reducido de empresas y profesionales. Esto sugiere un potencial de crecimiento significativo en mercados foráneos, especialmente si se refuerzan estrategias de internacionalización, participación en redes profesionales y presencia en ferias y mercados especializados.

La orientación institucional y empresarial de la producción es clara y ha permitido consolidar una reputación sólida en comunicación corporativa, eventos, campañas y contenidos de marca. No obstante, para ampliar la base de negocio, el sector podría explorar una mayor penetración en canales y plataformas de difusión de alcance nacional e internacional, así como en proyectos de coproducción y distribución multiplataforma. Estas vías no solo diversificarían las fuentes de ingresos, sino que también contribuirían a aumentar la visibilidad del audiovisual navarro y su integración en circuitos globales de producción y exhibición.

2.3 Proyectos

2.3.1 Pipeline⁵ de proyectos (2024–2025)

El *pipeline* de proyectos es un termómetro de la capacidad y la madurez del porfolio inmediato del sector. En esta encuesta **26 declararon proyectos** en alguna de las fases analizadas y 6 **no reportaron actividad** en estas fases para 2024–2025.

Totales declarados por fase

- **Desarrollo: 73** proyectos
- **Producción: 72** proyectos
- **Comercialización: 41** proyectos

El equilibrio entre **desarrollo** y **producción** (73 vs. 72) sugiere un **flujo saludable**: lo que se está gestando encuentra rápidamente camino a ejecutarse. La **comercialización** (41) es menor —como es esperable—, pero suficientemente amplia como para indicar que una parte relevante del porfolio ya busca (o ha alcanzado) ventanas de venta, distribución o promoción.

Además del pipeline estrictamente audiovisual, **varias empresas están ejecutando otras tipologías de proyectos** —no centradas en la producción— que incluyen **comunicación, organización de festivales, programas de residencias, acciones de divulgación/formación** u otros servicios creativos y culturales. El volumen agregado de estas iniciativas se sitúa en **algo más de 50** proyectos (**≈52** en la estimación), lo que pone de relieve la **diversificación** del tejido: no solo produce obras, también presta servicios y genera actividad cultural que alimenta y fortalece el ecosistema.

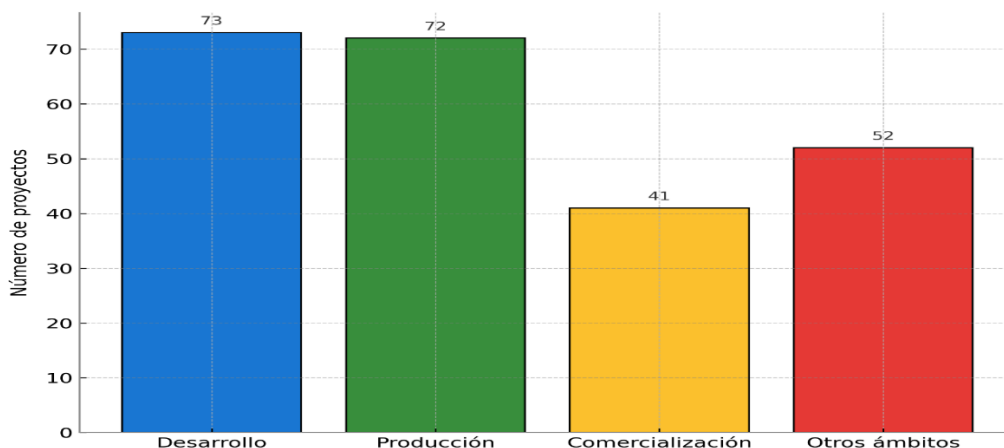
Lectura estratégica

- El caudal de **desarrollo** y **producción** respalda la continuidad del sector en el corto plazo.
- La menor cifra en **comercialización** apunta a un **margen de mejora** en la preparación de mercados, distribución y venta (p. ej., refuerzo de materiales, presencia en ferias y *matchmaking*).
- La cartera de **otros ámbitos** muestra un **modelo híbrido** (producción + servicios culturales/comunicativos) que estabiliza ingresos y refuerza la visibilidad del audiovisual navarro.

⁵ **Representación visual del recorrido de los proyectos** que abarca todas las etapas de los mismos.

Figura 9

Pipeline de proyectos



2.3.2 Histórico de proyectos (últimos 10 años)

El volumen de proyectos realizados en la última década es un buen indicador de la experiencia acumulada y la capacidad de producción del sector audiovisual navarro. Según los datos declarados por las empresas asociadas a NAPAR, en los últimos diez años se han completado **601 proyectos**, sobre la base de **27 empresas y profesionales** que aportaron datos válidos en esta pregunta.

La **media** de actividad se sitúa en **22,67 proyectos por empresa o profesional** en el periodo, aunque la **mediana** es de **10 proyectos**, lo que indica que la mitad de las compañías ha producido diez o menos obras en diez años. El **rango intercuartílico (IQR)**, entre **5 y 24 proyectos**, refleja que el grueso de la actividad se concentra en un rango moderado, mientras que unas pocas empresas de alta capacidad —con cifras de hasta 120 proyectos— elevan la media global.

La distribución por tramos muestra que:

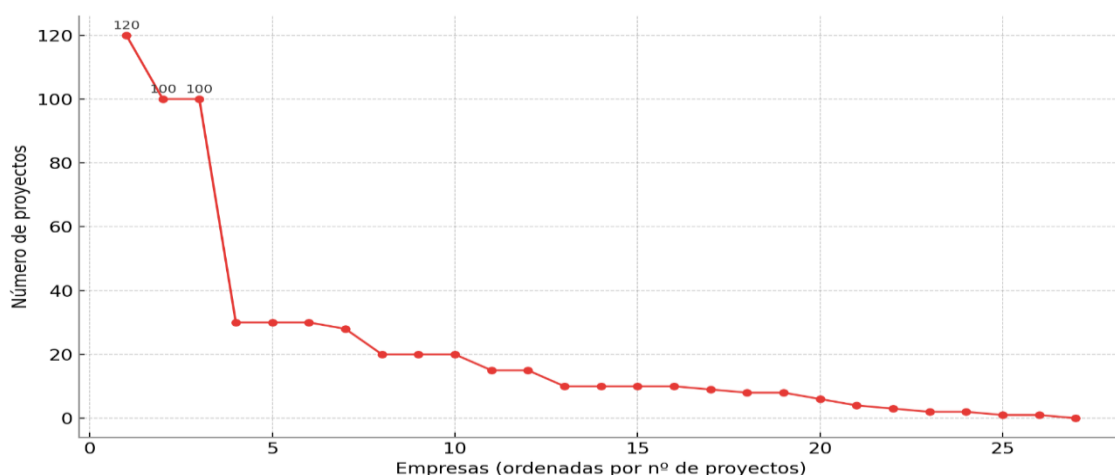
- 1 encuestada no ha realizado proyectos en este periodo.
- 6 encuestadas han producido entre 1 y 5 proyectos.
- 8 encuestadas se sitúan en el rango de 6 a 10 proyectos.
- 5 encuestadas están en la franja de 11 a 20 proyectos.
- 4 encuestadas se mueven entre 21 y 40 proyectos.
- 3 encuestadas superan los 40 proyectos, llegando la más activa a 120.

Este patrón dibuja un tejido **heterogéneo**, con una base amplia de compañías y profesionales de producción pequeña o media y un núcleo reducido de alta

productividad que concentra una parte significativa del volumen total. La diversidad de ritmos productivos también sugiere diferentes modelos de negocio y especialización: desde empresas y autónomos o autónomas centradas en proyectos puntuales y de gran envergadura, hasta aquellas con alta rotación de trabajos más breves.

Figura 10

Histórico de proyectos terminados (últimos 10 años) Por empresa⁶ y ordenados de mayor a menor



2.3.3 Producciones realizadas de forma asociada entre diferentes socios de NAPAR

El análisis de las respuestas muestra que **la colaboración interna entre empresas y profesionales asociados es una práctica frecuente** dentro de NAPAR. Las **32 empresas y asociados y asociadas que han respondido a la encuesta** aportaron información sobre este aspecto, lo que refleja un alto grado de implicación en trabajos conjuntos.

Se contabilizan **46 menciones** a producciones realizadas de forma asociada en los últimos años, correspondientes a unas **20 colaboraciones únicas**. Esta diferencia se debe a que algunos proyectos han contado con la participación de varios socios o se han repetido en diferentes ediciones, lo que incrementa el número total de menciones.

Las colaboraciones abarcan tanto **coproducciones completas** como **apoyos técnicos y subcontrataciones** especializadas, lo que evidencia un modelo de trabajo en red.

Este sistema no solo optimiza recursos y capacidades, sino que también fomenta la confianza y el conocimiento mutuo entre las empresas asociadas.

El gráfico de evolución anual muestra una **presencia sostenida de colaboraciones en la última década**, con picos más altos en **2022, 2023 y 2024**. Estos incrementos recientes

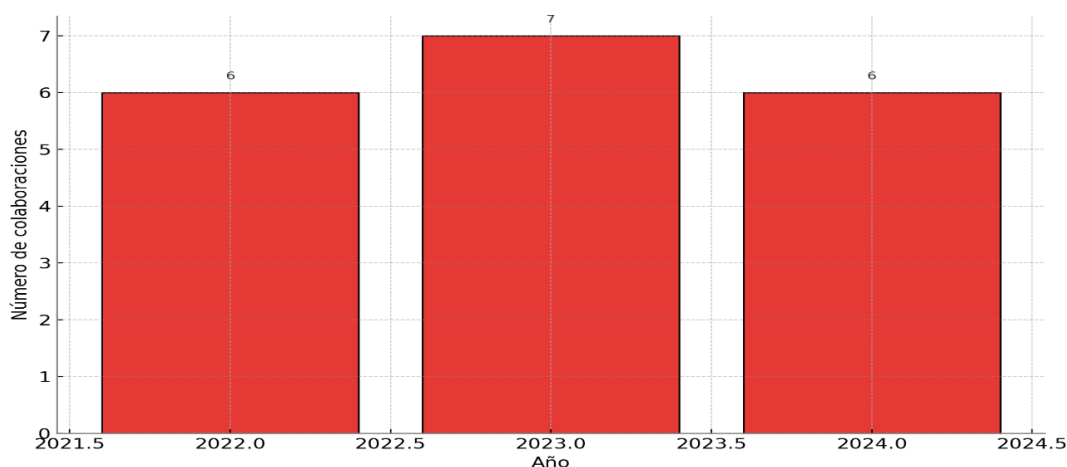
⁶ Incluidos profesionales.

pueden estar vinculados a proyectos recurrentes, encargos de gran envergadura o la concentración de actividad en torno a eventos y producciones estratégicas.

En conjunto, el patrón sugiere que la red de socios de NAPAR **ha consolidado su capacidad de trabajar en equipo**, y que esta práctica aporta valor añadido al conjunto del sector, fortaleciendo su posición para abordar producciones de mayor alcance y complejidad.

Figura 11

Colaboraciones entre asociados de NAPAR (evolución anual)



2.3.4 Producciones realizadas y calificadas⁷ por el ICAA vs no calificadas (2014–2024)

El número de producciones calificadas por el Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales (ICAA) es un buen indicador del grado de profesionalización y visibilidad de la industria audiovisual navarra. Según los datos de la encuesta, en los últimos diez años se observa una **tendencia clara al alza**, con un incremento sostenido tanto en el volumen como en la regularidad de estas producciones.

En 2014 se registraban apenas **3 producciones calificadas**, cifra que se mantuvo en valores bajos durante los primeros años de la serie (entre 2 y 6 títulos anuales hasta 2019). Sin embargo, a partir de 2020 se inicia un ciclo de crecimiento más marcado: **10 producciones en 2020, 11 en 2021 y 2022**, hasta alcanzar **16 en 2023** y un máximo de **27 en 2024 (estimación declarada por las empresas y profesionales)**. Este salto refleja

⁷ Una “producción calificada” es una obra audiovisual que ha sido reconocida oficialmente por el ICAA (Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales). Esta calificación certifica que la obra cumple los requisitos legales para ser considerada producción española o europea, lo que le permite acceder a incentivos fiscales, ayudas públicas, cuotas de pantalla y distribución en catálogos oficiales.

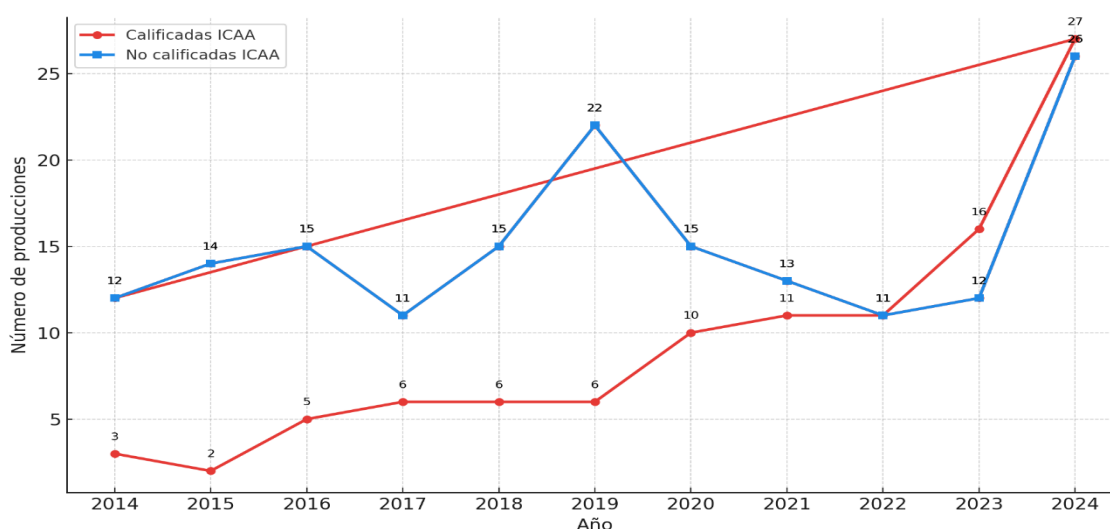
no solo un aumento de la capacidad de producción, sino también una mayor orientación hacia formatos con visibilidad y reconocimiento oficial.

Cuando se compara con las **producciones no calificadas**, los datos muestran un panorama complementario: estas mantienen un volumen relevante (12–22 anuales entre 2014 y 2019) y alcanzan picos importantes en los últimos años (26 en 2024). Ello evidencia que una parte significativa del tejido se dedica también a proyectos que, sin pasar por el proceso de calificación oficial, aportan diversidad a la oferta y se vinculan a encargos institucionales, comerciales o de servicios.

En conjunto, el sector combina **una base estable de producciones no calificadas** con un **creciente número de obras calificadas**, lo que refleja tanto la versatilidad del tejido empresarial como su capacidad de competir en circuitos más regulados y con mayor proyección cultural e industrial.

Figura 12

Producciones calificadas vs no calificadas por el ICAA (2014-2024)



2.3.4.1 Género de las producciones calificadas

El género más frecuente es el **documental**, citado en al menos **8 producciones** en solitario y presente también en muchas combinaciones. La **ficción** aparece en **4 producciones individuales**, pero aumenta su peso cuando se combina con documental (**5 casos**) o con otras categorías. También se han registrado menciones a **animación y a programas de TV**, aunque en menor medida. Nueve respuestas indicaron “ninguno”, lo que refleja que no todos los encuestados trabajan en géneros calificables o que en ese periodo no han desarrollado obras de este tipo.

Lectura global:

El patrón de géneros muestra que el documental es la especialidad más representativa del audiovisual navarro calificado por el ICAA, seguido por la ficción, mientras que animación y otros formatos aparecen de forma puntual. Esta tendencia es coherente con la tradición de Navarra en contenidos de no ficción y con la capacidad del sector para abordar proyectos narrativos y televisivos de manera complementaria.

2.3.4.2 Género de las producciones no calificadas

Los datos muestran una **amplia diversidad** de géneros en las producciones no calificadas, lo que refleja la versatilidad del sector:

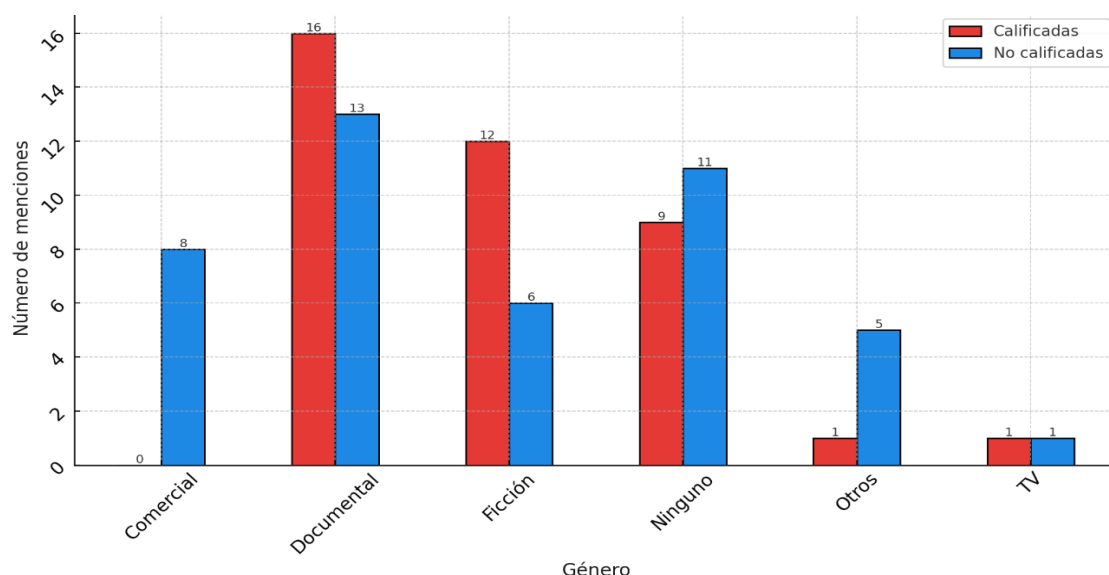
- **Documental:** aparece de forma destacada y además en varias combinaciones con ficción, comercial o televisión.
- **Comercial/publicitario:** muy presente y como parte de combinaciones con otros géneros.
- **Ficción:** menos frecuente en solitario, aunque aparece repetidamente en proyectos combinados con documental y comercial.
- **Programas de TV:** aparece en al menos una respuesta junto a otros géneros.
- **Otros:** se menciona en varias respuestas, lo que incluye formatos alternativos o menos estandarizados en la clasificación clásica.
- **Ninguno:** 11 respuestas señalan explícitamente no haber producido obras de este tipo, lo que muestra que no todo el tejido trabaja en proyectos no calificados.

Lectura global:

A diferencia de las producciones calificadas —donde predominan **documental y ficción**—, en las no calificadas, además de en documental, se observa un mayor peso de los **trabajos comerciales, híbridos y de carácter diverso**, lo que refleja la fuerte conexión del sector con encargos institucionales, publicitarios y de comunicación.

Figura 13

Comparativa de géneros en producciones calificadas y no calificadas ICAA



2.4 Reconocimiento y proyección del audiovisual navarro

El audiovisual navarro representado en NAPAR no solo se caracteriza por el crecimiento de su producción, sino también por el reconocimiento que sus obras han recibido en el ámbito cultural y profesional. Las empresas y profesionales encuestados señalaron una amplia variedad de distinciones que remarcan la calidad y la proyección exterior del sector.

Varios proyectos han alcanzado selecciones en certámenes de referencia internacional como el **Festival de Málaga**, el **Festival de San Sebastián** o el **IDFA de Ámsterdam**, lo que sitúa a la producción navarra en un escaparate de primer nivel. En paralelo, títulos surgidos de la comunidad también han formado parte de festivales especializados como **DocsBarcelona**, **Zinebi**, **Málaga Docs** o el **Festival Internacional de Cine de Pamplona**, reforzando la presencia en circuitos documentales y de cine de autor.

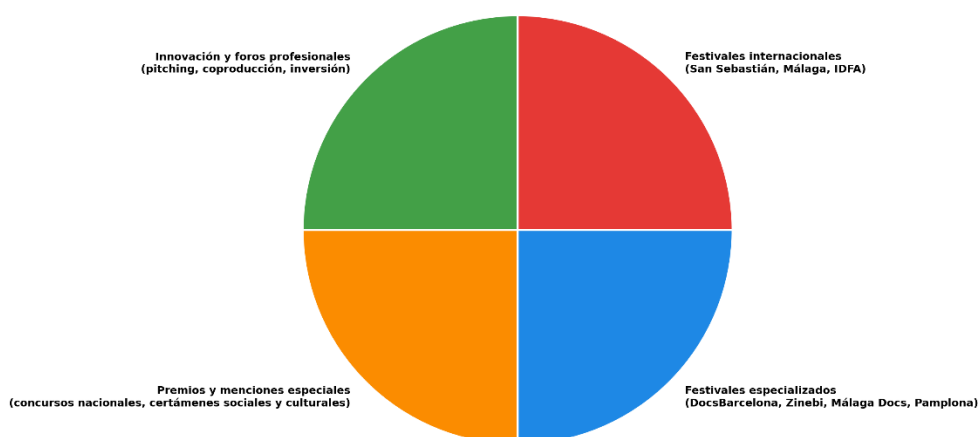
Los reconocimientos no se limitan a festivales. También se han obtenido **premios y menciones especiales** que avalan la calidad narrativa y técnica de las producciones, desde galardones en galas de premios nacionales (**Goya**, **Forqué**, **Feroz...**) hasta menciones en certámenes de carácter social y cultural. Se destacan, además, los logros alcanzados en espacios vinculados a la innovación audiovisual, como programas de *pitching* y foros profesionales, donde se han valorado proyectos en desarrollo con potencial para atraer coproducciones e inversión.

Además de su circulación en canales de difusión propios —como Vimeo o YouTube para piezas cortas—, las producciones de este tejido audiovisual se pueden encontrar en plataformas de gran alcance como **Movistar+, Filmin, Netflix, Primeran de Eitb, Atresmedia y Prime Video**, entre otras, lo que amplía su visibilidad, les permite llegar a audiencias nacionales e internacionales y refuerza su papel en la industria audiovisual global.

Este conjunto de distinciones refleja un tejido que no solo produce con regularidad, sino que también logra diferenciarse en contextos competitivos. La diversidad de reconocimientos —que abarca desde festivales de cine consolidados hasta premios en ámbitos más especializados— pone de manifiesto la **versatilidad y la proyección internacional del audiovisual navarro**, al mismo tiempo que consolida su prestigio dentro del panorama estatal.

Figura 14

Reconocimiento y proyección del audiovisual navarro



2.4.1 Idiomas de las producciones

2.4.1.1 Producciones en euskera

El audiovisual navarro también refleja la pluralidad lingüística de la comunidad. Según las respuestas de las empresas y profesionales asociados y asociadas, en los últimos diez años se han realizado **un total de 22 producciones en euskera**, tanto en formato documental como en ficción y piezas de carácter institucional o cultural.

La mayoría de estas producciones en lengua vasca se concentran en el ámbito **documental**, donde el euskera se convierte en un recurso narrativo y de identidad que conecta con temáticas sociales, históricas y comunitarias. También se han registrado

ejemplos en la **ficción** y en productos destinados a la **divulgación institucional o educativa**, lo que demuestra la capacidad del sector para trabajar en distintos géneros.

El volumen todavía es minoritario respecto al conjunto global de producciones, pero su presencia constante pone de relieve la **sensibilidad del sector con la diversidad lingüística de Navarra** y abre un espacio de oportunidad para seguir consolidando el euskera como lengua de creación audiovisual.

2.4.1.2 Producciones en otros idiomas

Además del castellano y el euskera, el audiovisual navarro muestra una **vocación internacional** que se refleja en la realización de obras en otros idiomas. Según los datos recogidos, se han contabilizado **al menos 15 producciones en lenguas extranjeras** durante la última década.

Los idiomas más frecuentes son el **inglés** y el **francés**, utilizados en proyectos con vocación internacional, coproducciones y contenidos destinados a festivales y mercados fuera de España. También aparecen referencias a otros idiomas europeos, así como a piezas multilingües, que buscan conectar con públicos diversos.

Aunque el volumen es reducido en comparación con el castellano o el euskera, estas producciones ponen de manifiesto la **apertura del sector navarro hacia audiencias globales** y su capacidad de adaptación a distintos contextos lingüísticos. En un mercado audiovisual cada vez más transnacional, esta tendencia constituye una oportunidad estratégica para reforzar la competitividad del tejido y facilitar la internacionalización.

2.4.2 Exportación de obras audiovisuales

2.4.2.1 ¿Qué es y cómo habilitarse?

Lo que habilita a una productora para vender obras en el extranjero es su **inscripción en el Registro Administrativo de Empresas Cinematográficas y Audiovisuales del ICAA**, donde puede figurar en la sección de exportación y obtener un **certificado de inscripción** cuando lo requiera.

Además, para que las obras sean elegibles para ayudas, catálogos y deducciones fiscales, deben contar con el **certificado de nacionalidad española** y, en su caso, con el **certificado cultural** emitidos por el ICAA. Ambos trámites se solicitan en la [sede electrónica del Ministerio de Cultura](#).

Contar con este estatus y con las obras correctamente certificadas abre la puerta a programas de internacionalización (ICEX, Audiovisual from Spain) y facilita la presencia

en mercados internacionales (Cannes, Berlinale, Ventana Sur). No disponer de ellos limita el acceso a financiación pública y a visibilidad en catálogos oficiales.

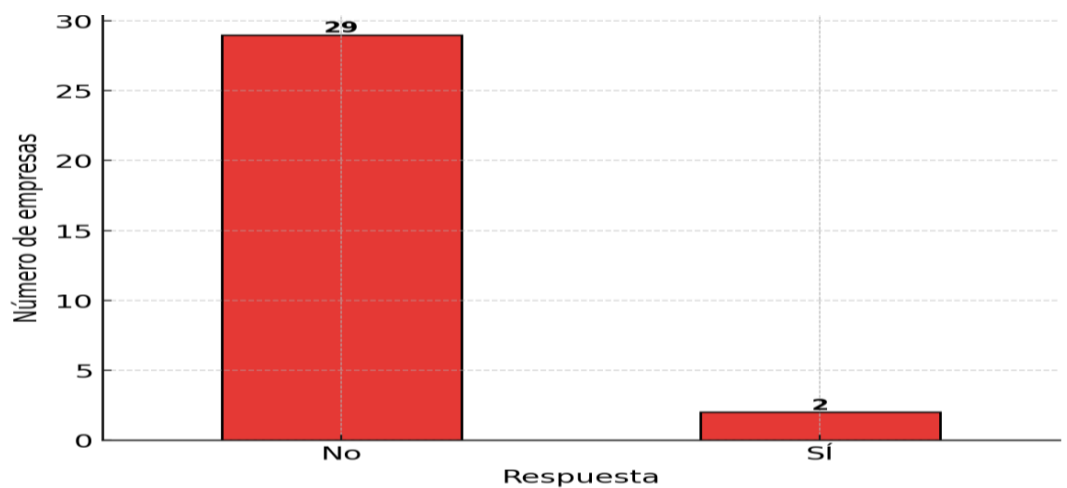
Su utilidad principal es:

- **Acceder a ayudas y programas de internacionalización.**
- **Garantizar la legalidad y trazabilidad de las obras** que se comercializan fuera de España.
- **Mejorar la competitividad internacional**, ya que facilita la inscripción en catálogos oficiales y la participación en coproducciones internacionales.

En la práctica, contar con este certificado supone que la productora tiene una **ventana abierta a mercados exteriores**, mientras que no tenerlo limita su capacidad de optar a ciertas ayudas y de visibilizar sus proyectos en el extranjero.

Figura 15

Productoras de NAPAR con certificado



2.4.2.2 Lo que se pierde el sector audiovisual navarro al no contar con certificación

El hecho de que **solo 2 productoras (≈7%)** dispongan del certificado implica que la gran mayoría del sector navarro **no puede acceder plenamente a los circuitos internacionales**. Esto se traduce en varias limitaciones:

1. Acceso restringido a ayudas y programas

- Muchas líneas de apoyo del **ICAA** y del **ICEX** para internacionalización (como subvenciones para asistir a mercados internacionales —Cannes, Berlinale, Ventana Sur— o la inclusión en catálogos oficiales de cine español) requieren contar con este certificado.

- Sin él, la mayoría de las empresas navarras no pueden beneficiarse de estas ayudas económicas ni de la visibilidad institucional que otorgan.

2. Menor presencia en mercados internacionales

- Las productoras sin certificado quedan fuera de los listados y catálogos oficiales que circulan entre distribuidores, agentes de ventas y programadores de festivales.
- Esto reduce las posibilidades de cerrar **coproducciones**, vender derechos o distribuir sus obras en otros países.

3. Competitividad limitada frente a otras regiones

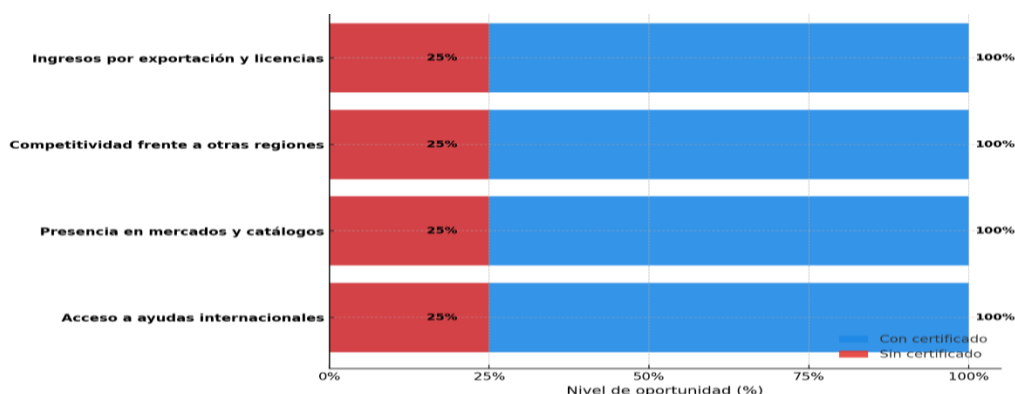
- Comunidades con mayor número de certificados activos (Cataluña, Madrid, País Vasco) logran colocar más proyectos en el exterior.
- Navarra, pese a tener dinamismo y calidad en su producción, aparece con menor presencia por esta barrera administrativa.

4. Menor retorno económico potencial

- La exportación audiovisual abre la puerta a ingresos adicionales por ventas internacionales, acuerdos con plataformas y licencias de derechos.
- Sin el certificado, gran parte del sector queda reducida a operar casi en exclusiva en el **mercado local y estatal**, limitando la diversificación de ingresos.

Figura 16

Lo que se gana con certificado vs lo que se pierde si él



En conclusión, el déficit de certificados en Navarra no refleja una falta de talento, sino una **barrera administrativa y estratégica** que coloca al sector en desventaja frente a otros polos audiovisuales. Superarlo permitiría a las productoras locales:

- **Multiplicar sus oportunidades de financiación.**
- **Ampliar sus redes internacionales de colaboración.**

- **Consolidar un posicionamiento global del audiovisual navarro.**

Para **habilitarse plenamente para la internacionalización**, las productoras deben seguir un proceso administrativo relativamente sencillo pero fundamental que se describen a continuación. Este “paquete” de requisitos es el que, en la práctica, permite acceder a catálogos oficiales, ayudas a la promoción exterior y deducciones fiscales. Una vez cumplidos estos pasos, resulta recomendable aprovechar los programas de ICEX y Audiovisual from Spain, que facilitan la presencia en ferias y mercados internacionales y potencian la visibilidad del audiovisual navarro.

NAPAR podría incluso articular un servicio de asesoría o acompañamiento colectivo para que más socios lo tramiten y así multiplicar la presencia internacional del audiovisual navarro.

Proceso:

- Inscripción en el Registro del ICAA
 - Acceder a la [Sede Electrónica del Ministerio de Cultura – ICAA](#).
 - Solicitar la inscripción en el Registro Administrativo de Empresas Cinematográficas y Audiovisuales.
 - Marcar la sección o secciones que correspondan (Producción, Distribución, Exportación).
 - Presentar CIF, escritura de constitución y datos de contacto de la empresa.
 - Descargar y conservar el certificado de inscripción una vez aprobado (sirve como acreditación oficial para trámites y ayudas).
- Registro de las obras y obtención de certificados
 - Inscribir cada obra en el Registro de Obras Audiovisuales del ICAA.
 - Solicitar, si se requiere:
 - Certificado de nacionalidad española (imprescindible para ayudas, deducciones fiscales y coproducciones oficiales).
<https://www.cultura.gob.es/cultura/areas/cine/industria-cine/certificado-nacionalidad-espanola.html>
 - Certificado cultural (relevante para beneficios fiscales y acceso a determinados programas de apoyo).
<https://www.cultura.gob.es/cultura/areas/cine/industria-cine/certificado-cultural.html>
 - Toda la gestión se realiza también en la sede electrónica, adjuntando ficha técnica, creativa y presupuesto.

- Preparación para mercados internacionales
 - Una vez inscrita la empresa y certificadas las obras, se pueden solicitar ayudas para promoción exterior (ICAA) y participar en programas de ICEX / Audiovisual from Spain.
 - Estos programas cubren parte de los gastos de asistencia a ferias (Cannes, Berlinale, Ventana Sur, MIPTV) y ofrecen espacios en stands colectivos.
 - Mantener actualizada la información en el registro es clave para seguir siendo elegible.
- Documentación adicional recomendada
 - Material de *pitching* (dossier en inglés o bilingüe, *teaser*, cartel).
 - Contratos de coproducción o distribución si aplica.
 - Datos de impacto: premios, selecciones en festivales, audiencias.

2.5 Necesidades de las productoras y profesionales asociados/as en 2025

El conjunto de respuestas recogidas refleja un **mapa claro de prioridades** para el tejido audiovisual navarro de cara a los próximos años. La principal demanda es la **generación de encuentros con otros profesionales y asociaciones del sector audiovisual** (12 menciones), lo que muestra la importancia atribuida a la **creación de redes, sinergias y colaboración**. Esta necesidad se complementa con la demanda de **espacios de relación con otros perfiles de producción** (10 menciones), lo que sugiere que los asociados y asociadas no solo buscan lazos internos, sino también vínculos externos que fortalezcan la cadena de valor audiovisual.

En segundo lugar, adquiere relevancia la **formación específica en producción** (10 menciones). La profesionalización y la actualización de conocimientos en gestión, producción ejecutiva y coordinación de proyectos aparece como un eje central, especialmente en un sector caracterizado por estructuras pequeñas y versátiles.

Otra prioridad destacada es la **presencia en mercados y ayudas para asistir a ellos** (9 menciones). Esto conecta directamente con la internacionalización: la capacidad de acudir a foros internacionales, presentar proyectos y buscar coproducciones resulta esencial para ampliar horizontes y atraer inversión exterior.

También se identifican como relevantes la **asesoría financiera** (8 menciones), reflejando una inquietud por mejorar la gestión económico-administrativa, y la necesidad de contar con **apoyo institucional más sólido** en materia de incentivos y acompañamiento.

En el apartado “**otros**”, los socios aportan matices y demandas específicas que enriquecen el diagnóstico. Se destaca la necesidad de **encuentros orientados a la búsqueda de coproducciones** y de poner un mayor foco en la **ficción**, un ámbito que requiere de apoyos diferenciados por su escala y complejidad. Igualmente, se subraya la importancia de **facilitar el *networking* para que profesionales independientes puedan ofrecer servicios a productoras y asociadas**, lo que refuerza el carácter inclusivo y de colaboración interna de NAPAR.

A ello se suma la petición de que la asociación **intente tener más apoyo del Gobierno de Navarra para conseguir más y mejores ayudas**, un indicador de que los encuestados y encuestadas perciben todavía margen de mejora en el respaldo público al sector. Por último, aparece la reivindicación de un **mayor apoyo a residencias y festivales impulsados por los propios miembros de NAPAR**, señal de que la comunidad no solo busca producir contenidos, sino también crear espacios culturales y de desarrollo que amplíen la proyección de Navarra como territorio audiovisual.

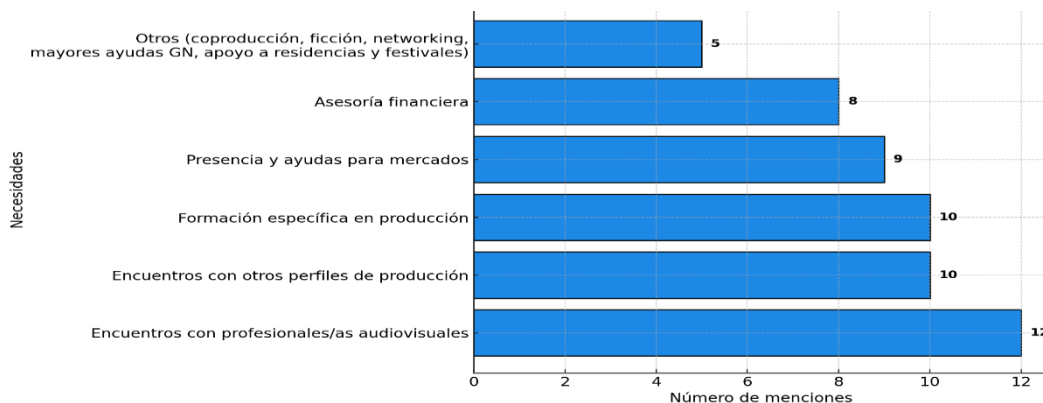
En síntesis, el sector proyecta para 2025 una agenda en la que convergen tres grandes ejes:

1. **Redes y colaboración:** abrir espacios de encuentro dentro y fuera de Navarra.
2. **Formación y profesionalización:** mejorar capacidades en producción, gestión e innovación.
3. **Internacionalización y sostenibilidad económica:** mayor presencia en mercados, acceso a financiación y acompañamiento en la exportación.

Estas necesidades reflejan un sector que, aunque consolidado en lo creativo y en lo productivo, busca reforzar sus herramientas de gestión y expandir sus fronteras, asegurando su crecimiento sostenible y su proyección exterior.

Figura 17

Necesidades prioritarias de las productoras y profesionales en 2025



2.6 Necesidades de nuevos espacios de diálogo: “Hablamos con...”

El análisis de la encuesta muestra que una parte importante de los socios de NAPAR percibe carencias en cuanto a los espacios de encuentro y diálogo con determinados agentes clave del sector. Las respuestas destacan como prioritarias las siguientes áreas:

- **Coproducción** (11 menciones): se señala la necesidad de abrir canales de comunicación fluidos con potenciales coproductores, lo que permitiría ampliar la escala de proyectos locales y facilitar su internacionalización.
- **Encuentros entre asociados** (11 menciones): existe interés en reforzar el conocimiento mutuo y las oportunidades de colaboración interna dentro de la propia asociación.
- **Canales de televisión** (10 menciones): los asociados y asociadas consideran que es necesario generar reuniones con televisiones, tanto autonómicas como estatales, para explorar vías de producción y emisión de contenidos.
- **Distribución** (9 menciones): se percibe un déficit en el contacto con distribuidores especializados, esenciales para aumentar el alcance de las obras.
- **Inteligencia artificial aplicada al audiovisual** (9 menciones): la digitalización y las herramientas emergentes generan expectación, y se demandan espacios de diálogo con expertos que les ayuden a incorporar estas tecnologías en su trabajo.

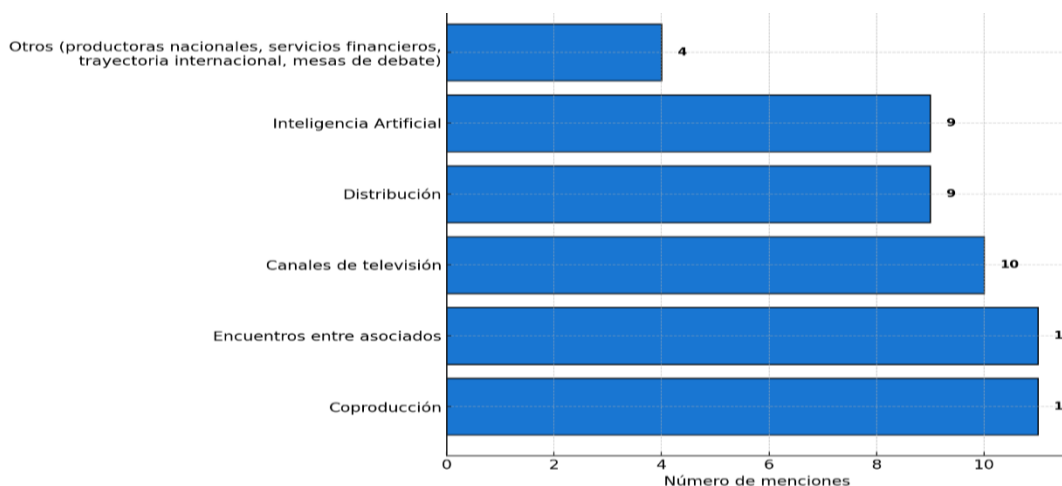
A estos resultados cuantitativos se suman aportes muy valiosos en el apartado “**otros**”, que amplían el mapa de necesidades:

- Se plantea la organización de **encuentros con productoras nacionales que vengan a rodar a Navarra**, con el doble objetivo de dar a conocer el ecosistema local y fomentar la coproducción. Estos encuentros, además, podrían convertirse en espacios de aprendizaje sobre cómo estructuran ellas sus proyectos y cómo gestionan el rodaje en la Comunidad Foral.
- Otra propuesta interesante es la de organizar reuniones con **despachos de servicios financieros especializados (como Filmika, Bestax, etc.)**, capaces de asesorar en la estructuración de proyectos para maximizar el aprovechamiento del incentivo fiscal.
- También se sugiere abrir el diálogo con **directores y productores con trayectoria internacional reciente**, lo que supondría una oportunidad para inspirar y orientar a las productoras locales en sus procesos de internacionalización, además de explorar vías de desarrollo de plataformas propias o colaborativas.
- Finalmente, se destaca el interés en organizar **mesas de debate con creadores y productores**, donde se aborden tendencias, retos y buenas prácticas que sirvan para nutrir de ideas al conjunto de los asociados.

En conjunto, este bloque de respuestas revela que los asociados y asociadas de NAPAR no solo echan en falta contactos con actores tradicionales de la cadena audiovisual (televisiones, distribuidores, coproductores), sino también con perfiles estratégicos vinculados a la **financiación, la innovación tecnológica y la internacionalización**.

Figura 18

¿Qué tipo de “hablamos con “ echan en falta los socios y socias de NAPAR?



2.7 Grupos de trabajo: disposición e intereses

El sondeo muestra que la participación en grupos de trabajo dentro de NAPAR se percibe todavía con cierta cautela. Una parte significativa de los socios y socias —14 personas, cerca de la mitad de la muestra— indica que **no desea unirse por el momento** a ninguno, lo que puede reflejar limitaciones de tiempo, falta de recursos o la preferencia por un papel más pasivo en la dinámica asociativa.

Aun así, emergen varios focos de interés que apuntan a la voluntad de crear espacios temáticos de colaboración:

- **Puntos de encuentro internos** (8 menciones), pensados para reforzar las relaciones entre los propios asociados, compartiendo experiencias y generando posibles sinergias.
- **Agregador de contenidos** (6 menciones), una herramienta que permitiría centralizar y dar visibilidad al trabajo de las productoras navarras.
- **Plataforma digital** (6 menciones), concebida como un espacio de conexión con audiencias, clientes o potenciales coproductores.
- **Grupo de Inteligencia Artificial aplicada al audiovisual** (5 menciones), que evidencia el interés creciente en explorar el impacto de la tecnología en los procesos creativos y productivos.

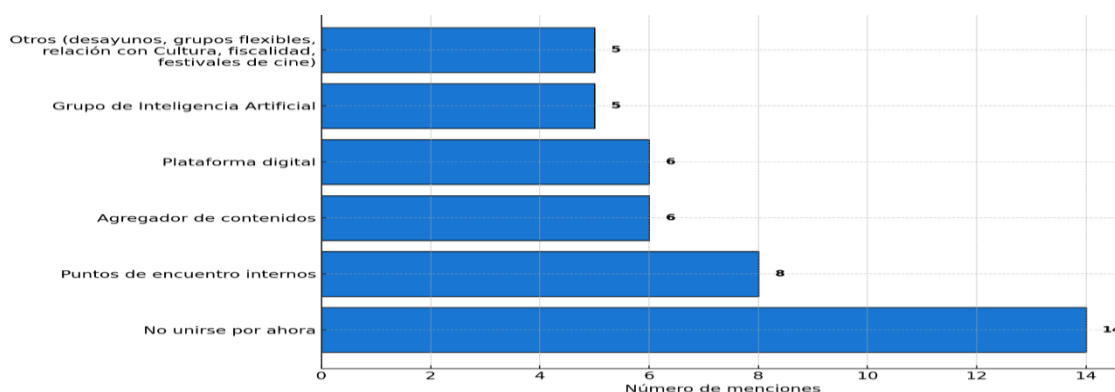
En la categoría de “**otros**”, los encuestados y encuestadas han aportado propuestas que enriquecen el panorama y matizan las prioridades:

- La **dinámica interna** cobra relevancia, con la petición de fomentar espacios informales de relación entre asociados, como los tradicionales **desayunos de NAPAR**, concebidos más como un lugar para aportar ideas que para asumir tareas organizativas.
- Se apunta también la necesidad de impulsar **grupos flexibles**, abiertos a “otros que surjan o que ya estén en marcha pero no cuenten con suficiente gente”, lo que refleja interés en dar apoyo a iniciativas incipientes.
- Aparece el interés por un espacio de relación más estrecho con la **Administración pública**, especialmente con el **Departamento de Cultura (Generazinema)**, clave en el diseño de políticas audiovisuales en Navarra.
- También se menciona un grupo dedicado a **fiscalidad e incentivos**, una de las grandes palancas de desarrollo del sector.
- Finalmente, se destaca la idea de un grupo en torno a los **festivales de cine en Navarra**, como espacios de exhibición, promoción y *networking*.

En conjunto, el análisis revela un ecosistema diverso: mientras una parte de los asociados y asociadas prefiere no implicarse directamente en grupos de trabajo, otra identifica con claridad ámbitos estratégicos de acción, que van desde la innovación tecnológica y los espacios internos de encuentro hasta el diálogo institucional y la proyección cultural.

Figura 19

¿A qué grupo te unirías?



2.7.1 ¿Qué se valora en un grupo de trabajo?

Al analizar las respuestas, se observa que la mayoría de los socios y socias muestran una actitud positiva hacia la dinámica de los grupos ya existentes: **15 afirman no haber**

echado nada en falta, lo que refleja que para buena parte de la muestra las estructuras actuales responden, al menos en términos generales, a sus expectativas.

Entre quienes sí destacan aspectos a mejorar, aparecen una serie de criterios que permiten entender qué hace valioso un grupo de trabajo:

- **Apoyo y guía en la gestión** (7 menciones): se pone en primer plano la importancia de que los grupos no se limiten al debate, sino que también ofrezcan acompañamiento práctico y asesoramiento operativo.
- **Acceso a información** (6 menciones): los socios demandan que los grupos sean canales de transmisión ágil y clara de recursos, oportunidades, novedades normativas o de mercado.
- **Mayor capacidad de *networking***: aunque menos recurrente en las respuestas, subyace la idea de que un grupo de trabajo debe ser también un espacio de conexión y relación, tanto hacia dentro (entre asociados) como hacia fuera (otros agentes del sector).

En conjunto, los datos reflejan que los grupos de trabajo de NAPAR son percibidos como espacios útiles, pero que su valor se incrementa cuando combinan **funcionalidad práctica (gestión e información)** con **dimensión relacional (*networking* y sinergias)**. Esta lectura apunta a que reforzar estas dos líneas puede aumentar el interés y la participación en las dinámicas colectivas.

2.7.2 Propuestas, comentarios y necesidades adicionales

En esta pregunta abierta, la mayoría de los socios y socias se muestran satisfechos con los servicios actuales de la asociación: una proporción significativa responde “ninguna”, lo que sugiere que NAPAR está cubriendo, en buena medida, las necesidades básicas del colectivo.

Sin embargo, también emergen propuestas concretas que permiten identificar áreas de mejora y oportunidades de acción:

- **Ayudas y apoyo institucional**: varios socios mencionan la necesidad de intensificar las gestiones para lograr más y mejores ayudas públicas, reforzando la interlocución de NAPAR con el Gobierno de Navarra.
- **Actividades internas**: se valoran iniciativas como desayunos o encuentros periódicos entre asociados, que contribuyan a fortalecer la cohesión interna y generar dinámicas de *networking*.
- **Refuerzo en la capacidad de gestión**: algunos comentarios ponen de relieve la importancia de contar con un acompañamiento más fuerte en la gestión de proyectos, lo que permitiría optimizar el trabajo de las productoras.

A estas propuestas se suman los comentarios abiertos recogidos en el cuestionario, que en su mayoría son breves pero muy ilustrativos: varios socios transmiten mensajes de agradecimiento a la asociación, reconociendo su papel en la articulación del sector; otros remarcan su disponibilidad y ganas de aportar a los proyectos colectivos, subrayando la voluntad de seguir implicados en el crecimiento del audiovisual navarro.

En conjunto, los resultados muestran que, aunque una parte considerable de la base asociada no demanda nuevas acciones específicas, existe un grupo de voces que apuntan a la necesidad de ampliar las ayudas, fomentar las actividades de cohesión interna y fortalecer los recursos de gestión, mientras que los comentarios transmiten un clima de aprecio, compromiso y disposición a colaborar. Esta combinación de satisfacción, propuestas y mensajes de apoyo ofrece a NAPAR un marco sólido para seguir reforzando su papel como motor y punto de encuentro del audiovisual en Navarra.

3. Conclusiones

El análisis realizado confirma que el sector audiovisual navarro, representado en NAPAR, se encuentra en un proceso de consolidación y crecimiento sostenido, tanto en el plano económico como en el creativo. La evolución positiva en empleo, volumen de negocio y capacidad de producción muestra que el tejido empresarial ha pasado de estructuras pequeñas y frágiles a un ecosistema más robusto, diverso y con mayor proyección.

El estudio también revela un equilibrio entre empresas jóvenes y consolidadas, lo que asegura dinamismo y renovación continua. A pesar de que buena parte de la actividad se centra aún en Navarra, con fuerte peso del mercado local y de la Administración, existe un núcleo de compañías que ha demostrado capacidad de internacionalización, lo que abre un horizonte de oportunidades si se refuerzan las estrategias colectivas en este ámbito.

La producción audiovisual navarra se distingue por su versatilidad: abarca desde proyectos institucionales y publicitarios hasta obras documentales y de ficción que han logrado presencia en festivales de referencia. El documental emerge como seña de identidad del sector, mientras que la ficción y otros formatos plantean retos y posibilidades de expansión. Esta diversidad, junto con la creciente colaboración entre asociados, constituye un activo estratégico que multiplica la capacidad de afrontar proyectos de mayor escala.

El reconocimiento obtenido en certámenes nacionales e internacionales, así como la realización de producciones en varios idiomas, reflejan la calidad y la apertura del sector. Sin embargo, persisten limitaciones estructurales, como la baja presencia de certificados de exportación, que restringe el acceso a circuitos globales y reduce las posibilidades de

diversificación de ingresos. Abordar esta cuestión de manera colectiva se presenta como una vía esencial para fortalecer la competitividad internacional.

Las necesidades expresadas por los miembros ponen de manifiesto tres grandes prioridades: consolidar espacios de encuentro y colaboración (internos y externos), avanzar en formación y profesionalización, y potenciar la internacionalización mediante la participación en mercados y el acceso a financiación. A esto se suman demandas de apoyo institucional más sólido, especialmente en materia de incentivos, así como la voluntad de reforzar dinámicas internas que fortalezcan el sentimiento de comunidad dentro de NAPAR.

En síntesis, el audiovisual navarro cuenta con una base sólida, una red colaborativa creciente y un prestigio en expansión. Los retos inmediatos pasan por reforzar la internacionalización, aprovechar al máximo las oportunidades de financiación y distribución, y seguir generando vínculos que conviertan a NAPAR en un verdadero motor de cohesión, visibilidad y proyección. Con estos pasos, el sector está en condiciones de consolidarse como un referente cultural e industrial, capaz de competir en escenarios cada vez más globales sin perder su identidad local.

4. Referencias y agradecimientos

Ministerio de Cultura (s.f) *Certificado cultural para películas cinematográficas beneficiarias de ayudas a la producción*. Recuperado el 15 de agosto de 2025, de <https://www.cultura.gob.es/cultura/areas/cine/industria-cine/certificado-cultural.html>

Ministerio de Cultura (s.f) *Certificado de nacionalidad española de las películas*. Recuperado el 15 de agosto de 2025, de <https://www.cultura.gob.es/cultura/areas/cine/industria-cine/certificado-nacionalidad-espanola.html>

NAPAR. (s.f.). *NAPAR – Asociación de Productoras y Profesionales del Audiovisual en Navarra*. Recuperado el 15 de agosto de 2025, de <https://www.napar.eu>

Desde la Junta de NAPAR damos las gracias a todas personas que han contestado la encuesta para poder elaborar este informe.