

# Reporte de Ocupación de Salas / 2015

Informe analítico de programación y ocupación de salas de cine en Argentina

## Introducción

La tarea de programación de cines es, probablemente, la más crítica dentro de todas las que forman parte de la labor del distribuidor. Toda la industria del cine (distribuidores incluidos) le asignan a los espacios en que una película es proyectada, gran parte de la suerte comercial que corren. La programación es la tarea básica por la cual un productor suele asociarse a un distribuidor. La mayoría de las medidas del INCAA para regular el negocio del theatrical tienen que ver con la ocupación de pantallas.

Durante un año programando títulos propios y de otras distribuidoras, nacionales y extranjeros, y con la información disponible, relevamos la ocupación de espacios de cada estreno en salas, en Argentina, y procesamos estos datos tratando de ratificar, o refutar, la teoría de que la forma en que una película ocupa pantallas determina, en gran medida, si puede o no ser un buen negocio.

La asignación de pantallas y funciones, así como el relevamiento de box office, está determinado por tipo de distribuidora, según el tamaño que la industria misma suele asignarles. Esto permite no sólo un análisis cuantitativo de la viabilidad o el rendimiento del theatrical, sino además, y sobre todo, uno cualitativo, en la medida en que los diferentes tipos de compañías representan diferentes tipos de contenido, y la viabilidad comercial de un tipo de contenido puede determinar el acceso que todo el público de nuestro país puede tener a un cine más diverso.

## Notas:

**1** -La información sobre cantidad de estrenos, ocupacion de salas, cantidad de espectadores y box office se obtuvo de Ultracine. La información respecto a las funciones se obtuvo de Cartelera Guía La Nación y Cartelera Clarín. Cineclubes como El Cairo, Hugo del Carril, Cine Universidad Mendoza y otros espacios alternativos no publican en la cartelera, por lo tanto no han sido contabilizadas sus funciones.

**2** - Las primeras 11 semanas (1er Trimestre) la información de obtuvo de la cartelera de Clarín, recabando únicamente la información de CABA, GBA, LP y Mar del Plata. El resto de los trimestres contabiliza la totalidad de funciones en el país según los datos publicados en Cartelera Guía La Nación.

**3**-Para facilitar la comprensión del estudio, las distribuidoras se han agrupado de la siguiente forma:

*Major* (5: Warner, Disney, UIP, Sony, Fox)

*Independientes Grandes* (4: Distribution, Alfa, Diamond, Energía)

*Independientes Chicas* (16: Incluyendo a Aura, Obra, CDI, Primer Plano, T.O.S., Impacto, Zeta, IFA, 3C, Mirada, Cinetren, LAT-E, SBP)

*Muy independientes* (Películas autodistribuidas, Ciclos y Festivales)

**4**- Para facilitar el análisis del impacto de la ocupación en las salas del Interior, se dividieron las salas Comerciales de las que llamamos Independientes. Se considera que las Salas Independientes del interior del país son aquellas salas pequeñas con un total de 2 o 3 funciones diarias. Se excluyen los complejos como Cinemark, Hoyts, Showcase, Village, Atlas, Monumental, Cinemacenter y Sunstar. Representan salas como: Cinema Gualeguychú, Alfa Jujuy, Amelix Mendoza, Auditorium Puerto Madryn, Cine Eter Córdoba, Packewaia, Cine Altos de Gualeguay, Cinema Parana, Cinema Pergamino, complejos Las Tipas, Radar San Francisco, entre otras.

**5**- La última semana del año (Cuarto Trimestre), que comienza el 31 de diciembre de 2015, incluye 6 días del inicio del 2016.

TOTAL SALAS

## CANTIDAD DE ESTRENOS. SEMANAL

Cantidad de películas estrenadas por tipo de distribuidora, por semana / 2015



- "Ma": Majors
- "G": Independientes Grandes
- "Ch": Independientes Chicas
- "MuyI": Muy independientes

Referencia Puntos: Total de estrenos en esa semana

### Comentarios

Durante 2015 el promedio de películas por semana estuvo muy por encima de lo que es natural para nuestro mercado, cuyo tope de estrenos por semana puede oscilar entre 4 y 6 películas, dependiendo de la fecha y los tamaños de cada estreno. Sólo 16 de las 52 semanas estuvieron en esa cantidad, con picos de 14 y hasta 15 películas, generados mayormente por las distribuidoras Muy Independientes (ver detalle de picos y valles en la próxima página)

## Referencia de picos y valles de la curva de estrenos

**Semana 1:** El hobbit + Ouija + La familia Belier

**Semana 3:** El séptimo hijo + Corazones de hierro + Los imprevistos del amor + 13 pecados

**Semana 23:** Abzurdah + Spy, una espía despiadada + TheLastNaruto + Chappie + Jesabelle + Festival de cine Italiano + Historias de caballos y hombres + Festival internacional Judío + Onlyloversleftalive+ Royal Opera House + Alfonsina + VeniceDays + Su Realidad + InvasiónAlien *(Nota: 2 estrenos exclusivos + 2 festivales)*

**Semana 29:** Antman + Ciudades de papel + Festival Asterisco *(Nota: la semana 28 se estrenó Terminator y la semana 27 Minions)*

**Semana 37:** MazeRunner: Prueba de Fuego + La casa del Demonio + Ricki and the Flash + Francisco, el padre Jorge + 15 Festival de Cine Alemán + Guardianes de Oz + Han Cine Festival Cine Coreano + Totem Lobo + Ciclo Historias Breves + Después del Sarmiento + 327 Cuadernos + Festival Libercine *(Nota: 4 festivales)*

**Semana 38:** Everest + Desde la oscuridad + El gran secuestro de Heineken + In Mortal + Laberintos de mentiras + Duelo al Sol + La maestra de Jardín + Mi amiga del Parque + Uno Mismo + Aurora + Silo + Entre Ríos, todo lo que no dijimos + La laguna + Pescado R: Una utopía incurable

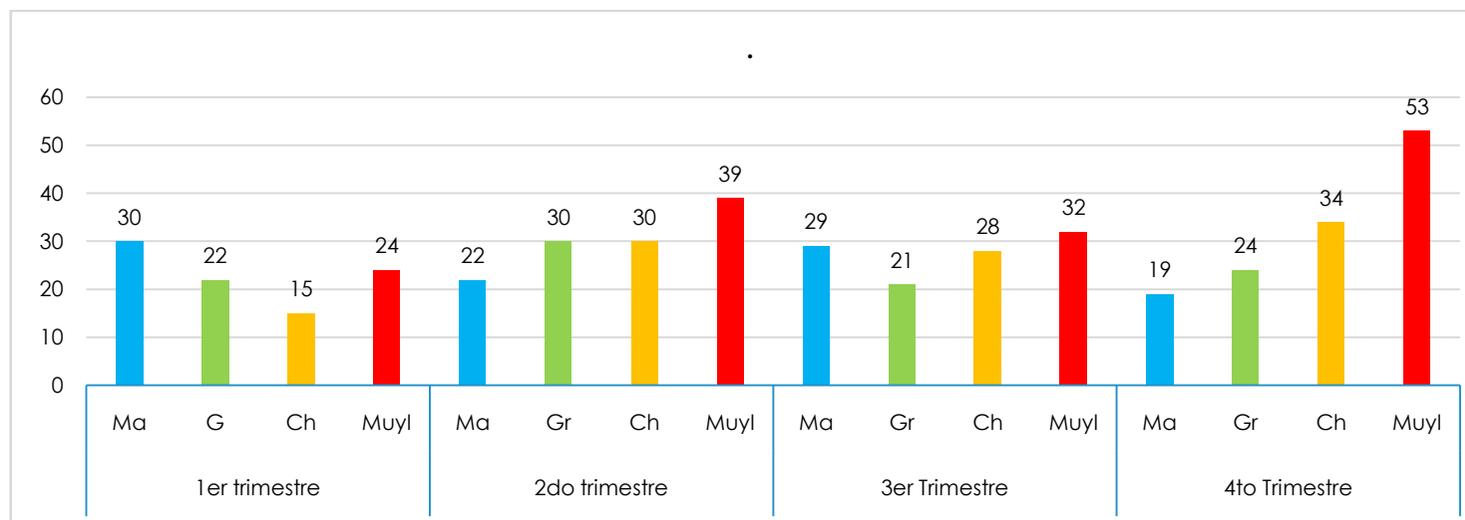
**Semana 41:** Peter Pan + En la cuerda floja + Sin Escape + Sicario + Baires + El regalo + Taxi + Maratón de cine 2015 + Maratón cine nacional + Luna de Cigarras + Icaros + Schnit Festival + La parte por el todo + Esa Mirada Mujeres documentalistas + Las formas de nacer *(Nota: 3 festivales)*

**Semana 52:** Navidad con los Cooper + La Cabaña del diablo + No soy Lorena *(Nota: semana posterior a StarWars)*

**Semana 53:** En el Corazón del Mar + Steve Jobs + 18 Comidas + Fausto También

## CANTIDAD DE ESTRENOS. TRIMESTRAL

Cantidad de películas estrenadas por tipo de distribuidora, por trimestre / 2015.



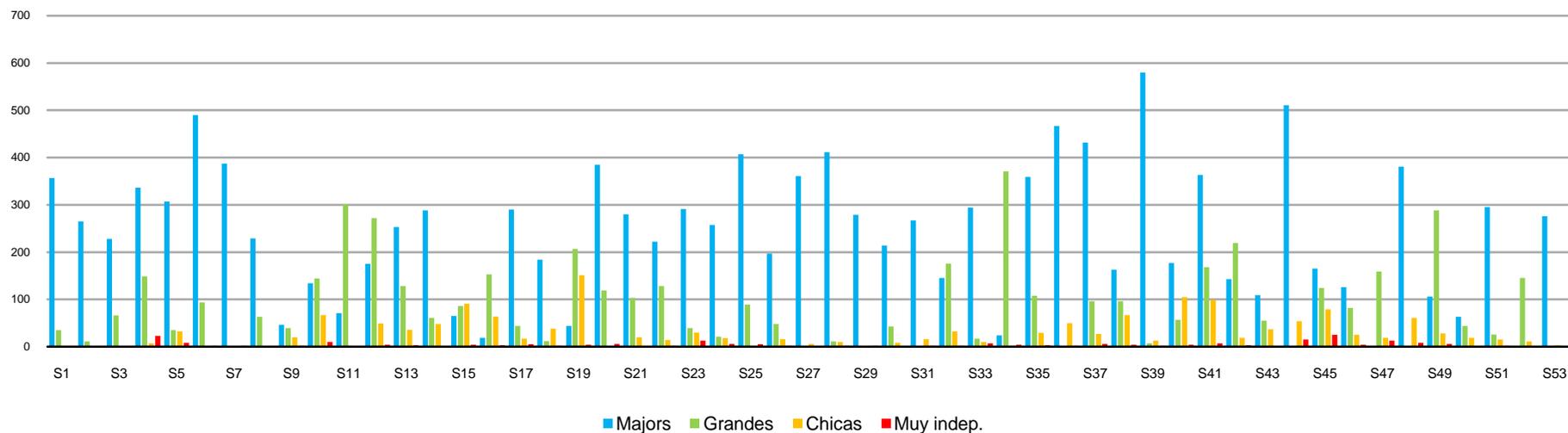
- "Ma": Majors
- "G": Independientes Grandes
- "Ch": Independientes Chicas
- "Muyl": Muy independientes

### Comentarios

Las Majors y Distribuidoras Independientes Grandes muestran un flujo parejo durante el año, alternándose el dominio cuantitativo en cada trimestre. Las Majors tienen mayor cantidad de estrenos durante el comienzo del año y la temporada de vacaciones de invierno, mientras que las Independientes Grandes prevalecen durante el segundo semestre y la temporada mas baja. En los trimestres en los que las Majors tuvieron menos estrenos, también aumentaron los estrenos de Independientes Chicas y Muy Independientes, acentuándose esta tendencia durante el cuarto trimestre, donde las distribuidoras de estos dos grupos duplicaron la cantidad de estrenos de Majors e independientes Grandes.

## OCUPACIÓN DE ESTRENOS EN SALAS DE TODO EL PAÍS. SEMANAL

Cantidad de salas de estreno, por tipo de distribuidora, por semana / 2015



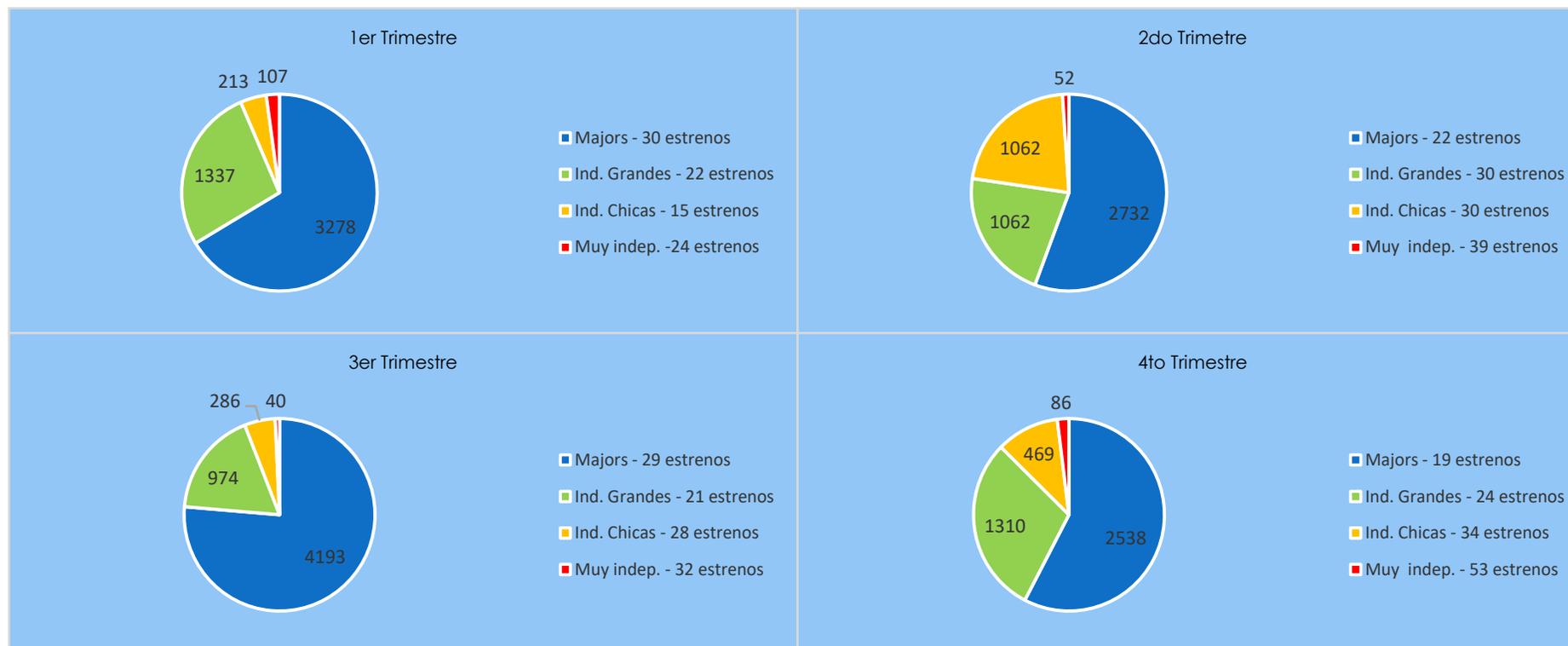
### Comentarios

Si bien la programación de estrenos en cantidad es más o menos equivalente entre los distintos tipos de distribuidoras, la cantidad de espacios que cada estreno ocupa es diametralmente opuesta. Las Majors ocuparon un 30% del total de pantallas 21 de las 52 semanas del año, el 40% 5 semanas del año, y una semana alcanzaron el 70% del total de pantallas de nuestro país. Las distribuidoras Independientes Grandes tuvieron una mayor porción del espacio en 12 de las semanas del año, las Independientes Chicas una semana, y las Muy Independientes nunca, aún con muchos más estrenos por semana.

Se registraron picos en la semana 6, con 4 estrenos de Majors, la semana 20, donde un conflicto por el pago de VPFs imposibilitó a los Independientes estrenar, la semana 25 con el estreno de Intense, la 27 con el estreno de Minions, las semanas 29 a 31 (vacaciones de invierno), y la semana 39 donde las Majors volvieron a estrenar 4 películas.

## OCUPACIÓN DE ESTRENOS EN SALAS DE TODO EL PAÍS. TRIMESTRAL

Los gráficos expresan el total de salas de estreno, por tipo de distribuidora, por trimestre / 2015



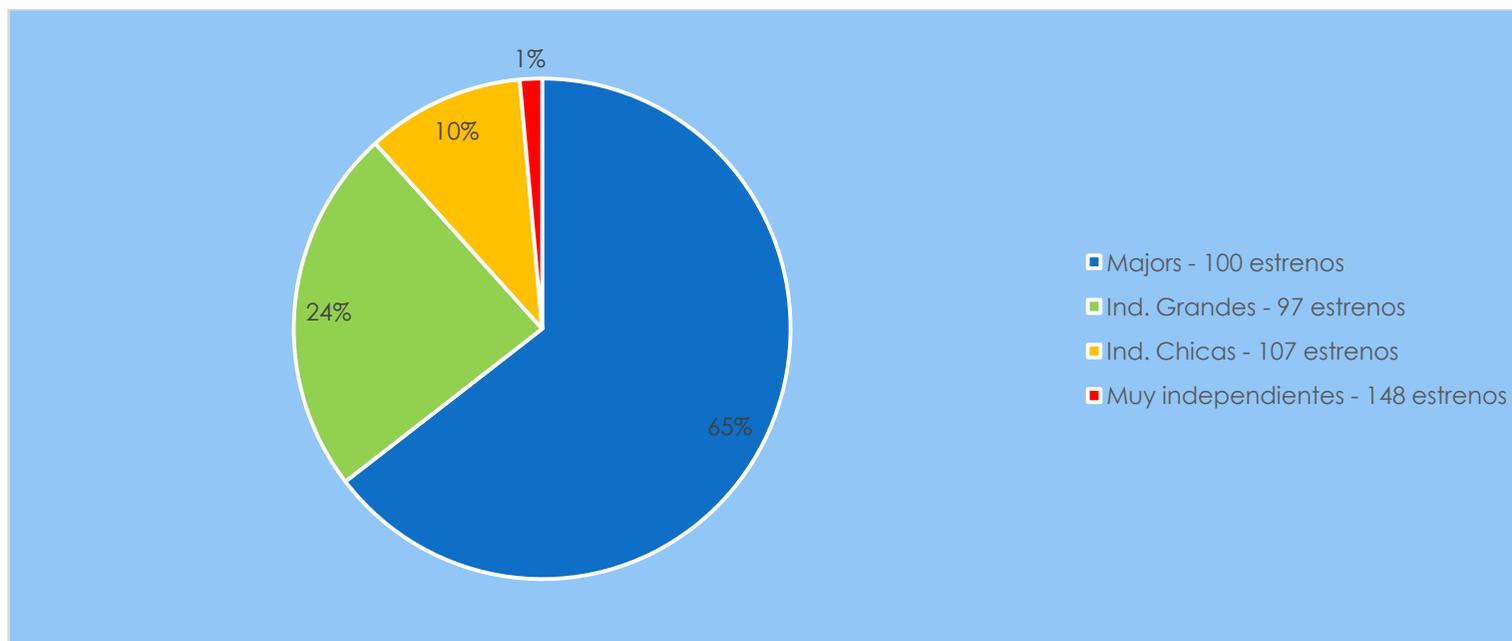
### Comentarios

Sólo durante el tercer trimestre las Majors tuvieron más estrenos, sin embargo durante los 4 trimestres tienen más salas de estrenos que los otros 3 grupos acumulados, llegando al 75% del total de pantallas disponibles durante el tercer trimestre. Salvo en un caso, donde las Independientes Grandes tuvieron la misma cantidad de pantallas que las Independientes Chicas (tercer trimestre), el resto del año la ocupación del total de salas es descendente desde las Majors hasta las Muy independientes. El cuarto trimestre, quizás el más equilibrado, tiene el siguiente promedio de pantalla por película: Majors: 133 pantallas por película / Ind. Grandes: 54,5 pantallas por película / Ind. Chicas: 13,8 pantallas por película / Muy Independientes: 1,6 pantallas por estreno.

## OCUPACIÓN DE ESTRENOS EN SALAS DE TODO EL PAÍS. ANUAL

El gráfico expresa el porcentaje de salas de estreno por tipo de distribuidora / 2015.

Porcentajes de Ocupación de Salas (de estreno). Anual



### Comentarios

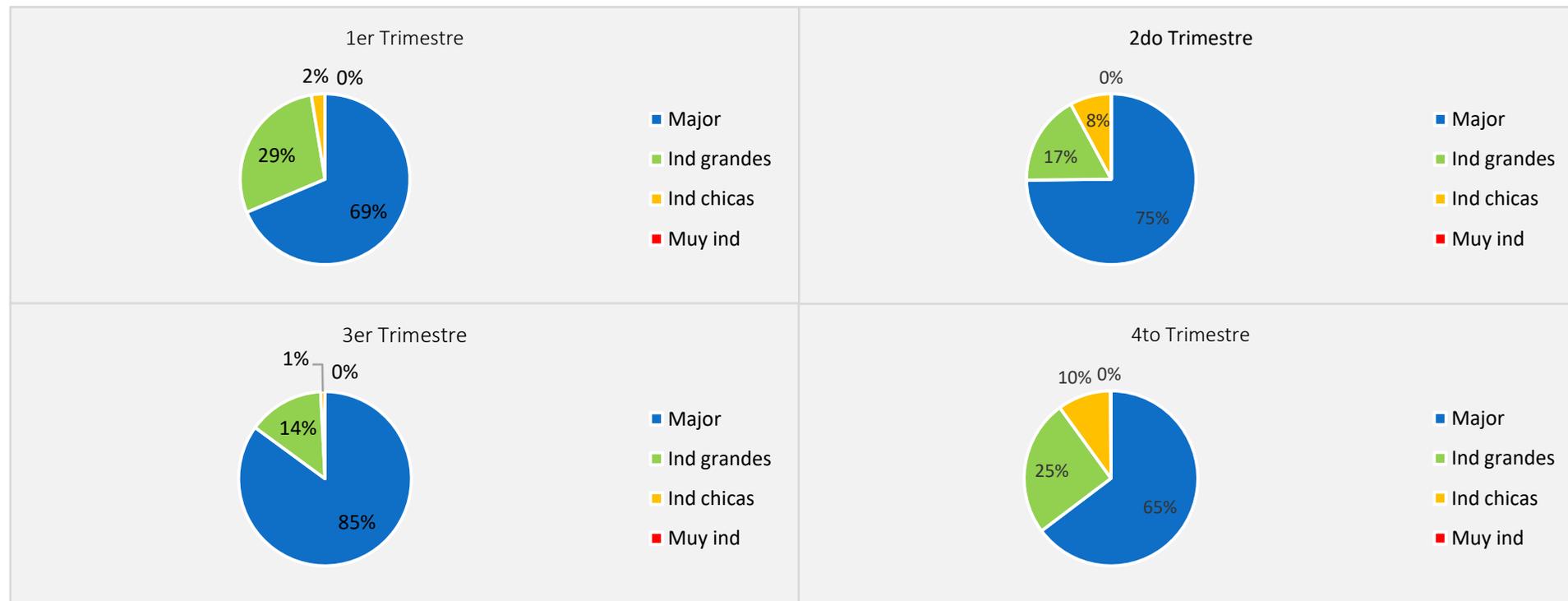
Con una cantidad de estrenos casi idéntica, las Majors tuvieron un 150% más de pantallas que las distribuidoras Independientes Grandes, y 6.5 veces más cantidad de pantallas que las independientes chicas. Los estrenos Muy Independientes tuvieron un 50% más de contenido que los otros grupos, pero apenas sumaron el 1% de los espacios disponibles.

# SALAS INDEPENDIENTES DEL INTERIOR DEL PAÍS

## OCUPACIÓN DE ESTRENOS EN SALAS INDEPENDIENTES DEL INTERIOR DEL PAÍS. TRIMESTRAL

Los gráficos expresan el porcentaje de salas de estreno en cines independientes del interior del país, por tipo de distribuidora en cada trimestre de 2015.

(Para nuestra definición de Salas Independientes del interior ver NOTAS)



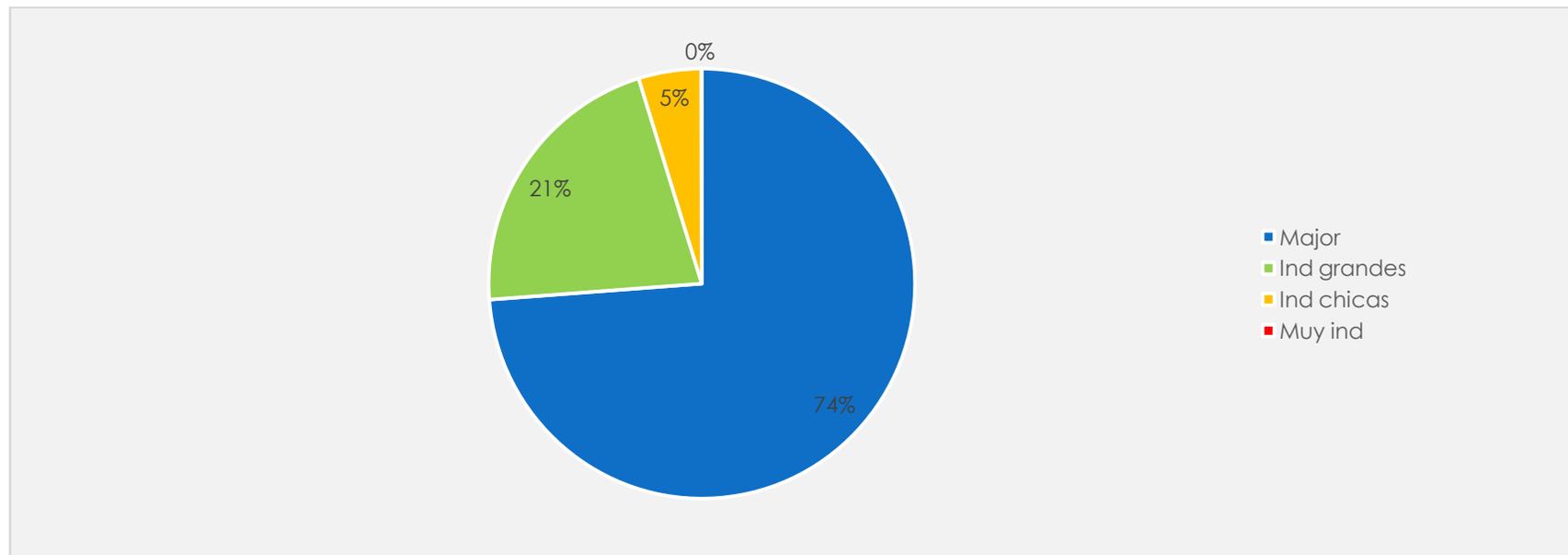
### Comentarios

El impacto de la ocupación no es el mismo en los grandes centros urbanos que en muchas de las plazas del interior del país, donde la cantidad de pantallas por cine, y la cantidad de funciones disponibles es sensiblemente menor. En espacios así, las tendencias generales se acentúan, dejando menos espacio aún para las películas y empresas argentinas, frente a la oferta de las Majors, y limitando seriamente el acceso del público del Interior del país a cine argentino, independiente y de arte.

## OCUPACIÓN DE ESTRENOS EN SALAS INDEPENDIENTES DEL INTERIOR DEL PAÍS. ANUAL

El gráfico expresa el porcentaje de salas de estreno en cines independientes del interior del país, por tipo de distribuidora por trimestre / 2015.

Porcentajes de Ocupación en Salas independientes del interior. **Anual**

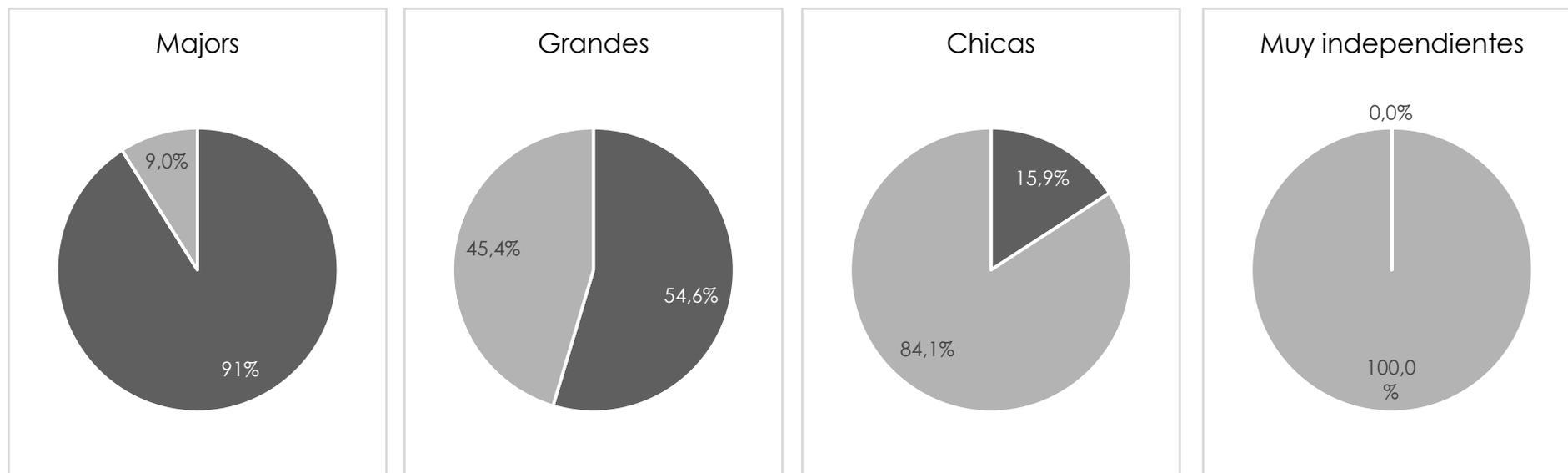


### Comentarios

Con respecto a la ocupación general, las majors tienen 9 puntos porcentuales más en el interior (74% contra 65%), mientras que las Independientes Grandes pierden 3 (21% contra 24%), las Independientes Chicas 5 (5% contra 10%), y los estrenos Muy Independientes desaparecen de los espacios independientes del Interior del país. En este panorama, tal vez se pueda mencionar a los Espacios Incaa, que no se han contabilizado en este reporte por no ser salas comerciales, pero que intentan alcanzar el cine independiente argentino a estos lugares del país.

## ESTRENOS EN SALAS INDEPENDIENTES DEL INTERIOR DEL PAÍS

Porcentajes sobre el total de estrenos anuales de cada tipo de distribuidora, que han estrenado en su primera semana en Salas Independientes del interior.



### Comentarios

En este gráfico se puede ver cómo el acceso a las pantallas independientes del Interior para las Majors se da en la mayoría de los casos, mientras que para los Independientes Grandes, sólo se da en poco más de 50% de los estrenos, y para las Independiente Chicas y Muy independientes casi nunca, o nunca.

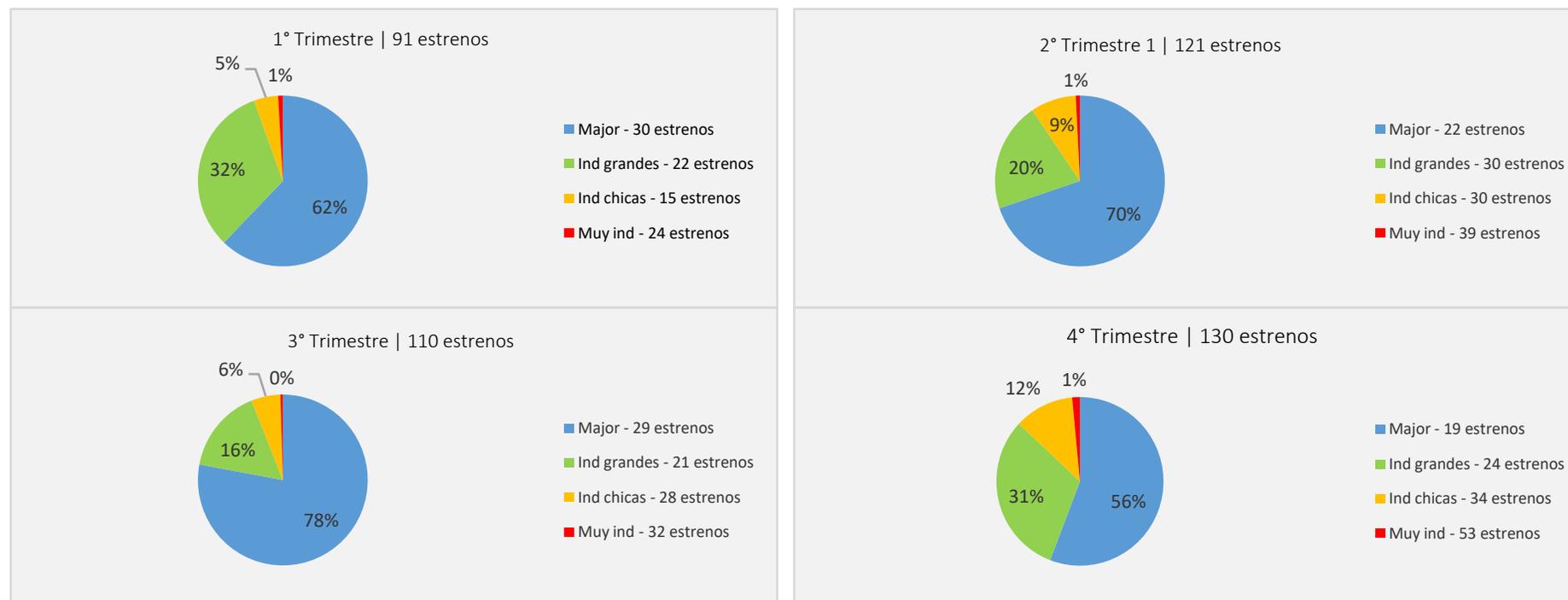
A diferencia de lo que ocurría años atrás, y facilitado por la conversión digital, las salas del Interior programan mayormente estrenos, y no cruces (películas que vienen de otras pantallas). Esto, combinado con una escasa cantidad semanal de funciones, termina favoreciendo al material comercial, considerado como imprescindible, para al mismo tiempo prescindir de las películas que sólo pueden llegar una vez que su recorrido por los grandes centros urbanos ha concluido.

# FUNCIÓNES DE ESTRENO

## FUNCIONES DE ESTRENO. TRIMESTRAL

Porcentajes sobre el total de funciones de estreno, por tipo de distribuidora, por trimestre / 2015.

(Nota: para ver el detalle del relevamiento de funciones según el Trimestre, ver NOTAS)



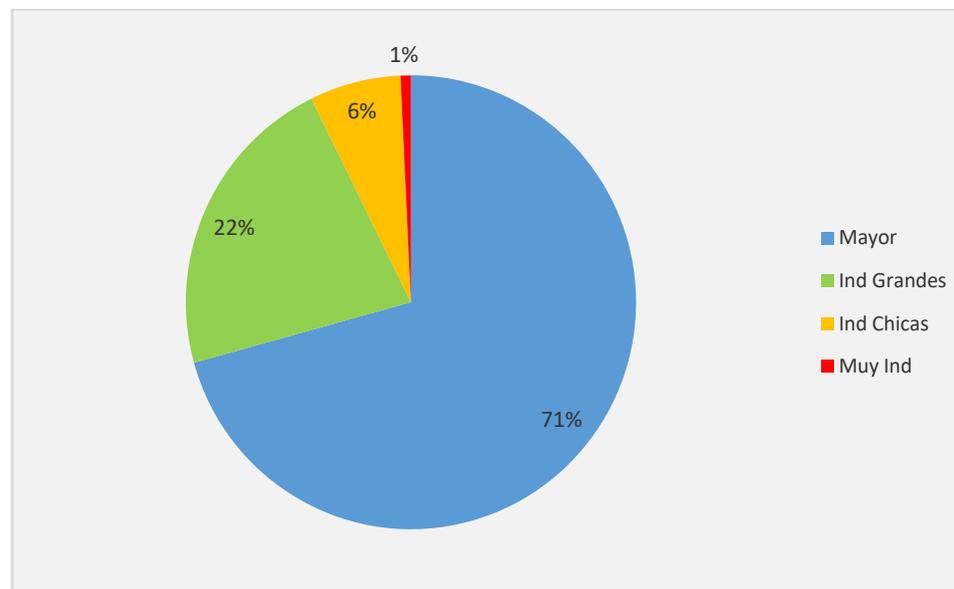
### Comentarios

La medición de la ocupación, con el modelo de programación digital, debe ser medido por cantidad de funciones y ya no de pantallas: una película con 10 pantallas compartidas puede tener menos ocupación real que otra con 5 pantallas completas.

Si bien este reporte no incluye un análisis cualitativo (para cada estreno hay funciones buenas y otras no tanto), tener más funciones es igual a una mayor accesibilidad, y en la práctica de la programación, mayores posibilidades de continuidad en semanas posteriores al estreno.

## FUNCIONES DE ESTRENO. ANUAL

Porcentajes de Funciones anuales por cada estreno por tipo de distribuidora / 2015



### Comentarios

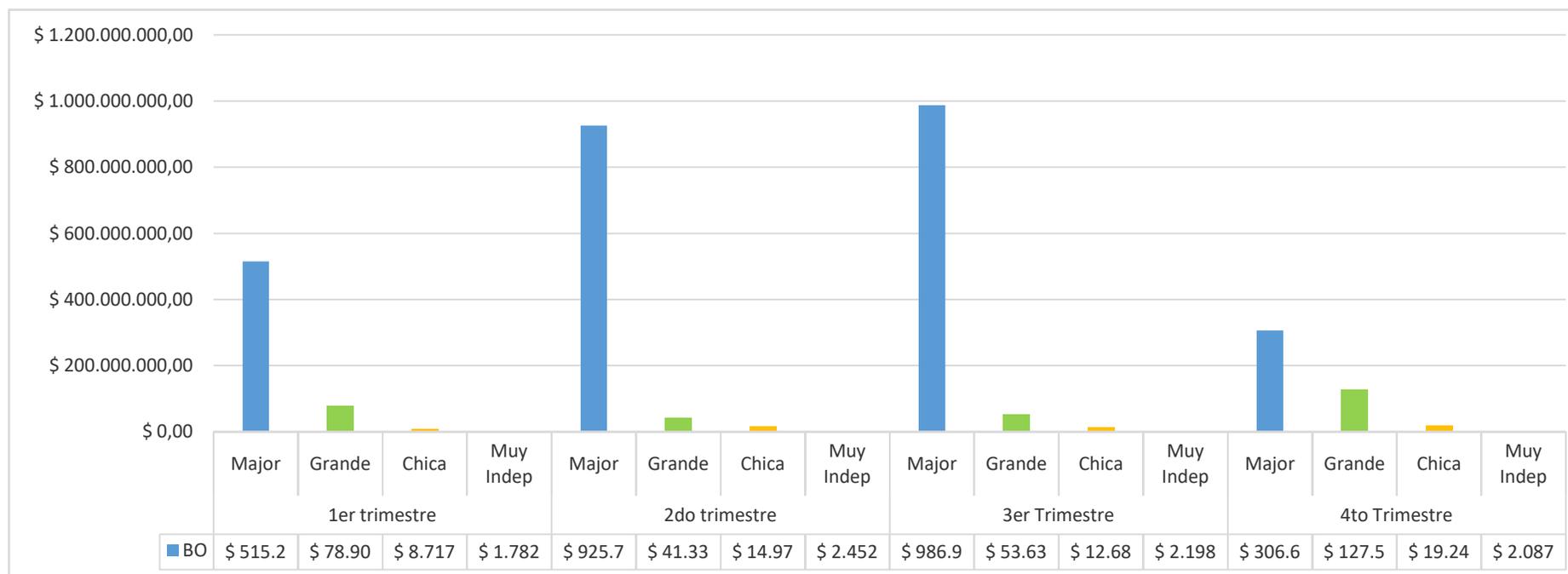
Comparando la ocupación por pantallas con la ocupación por funciones, las Majors tienen 6% más (65% contra 71%), las Independientes Grandes, 2% menos (24% contra 22%), las Independientes Chicas 4% menos (10% contra 6%) mientras que las Muy Independientes se mantienen en el 1%. En un análisis rápido, podemos concluir que la programación por función, producto de la “flexibilización digital”, promueve la ocupación de las Majors, en detrimento de las compañías Independientes, o de capital nacional.

Es importante resaltar que esto, como vimos en cuadros anteriores, tiene un impacto especialmente pronunciado en las salas independientes del Interior del país, limitando el acceso de los públicos más alejados de los grandes centros urbanos a un altísimo porcentaje de contenido nacional y de diversidad cultural.

BOX OFFICE

## BOX OFFICE. TRIMESTRAL

Expresado en millones de pesos argentinos.



### Comentarios

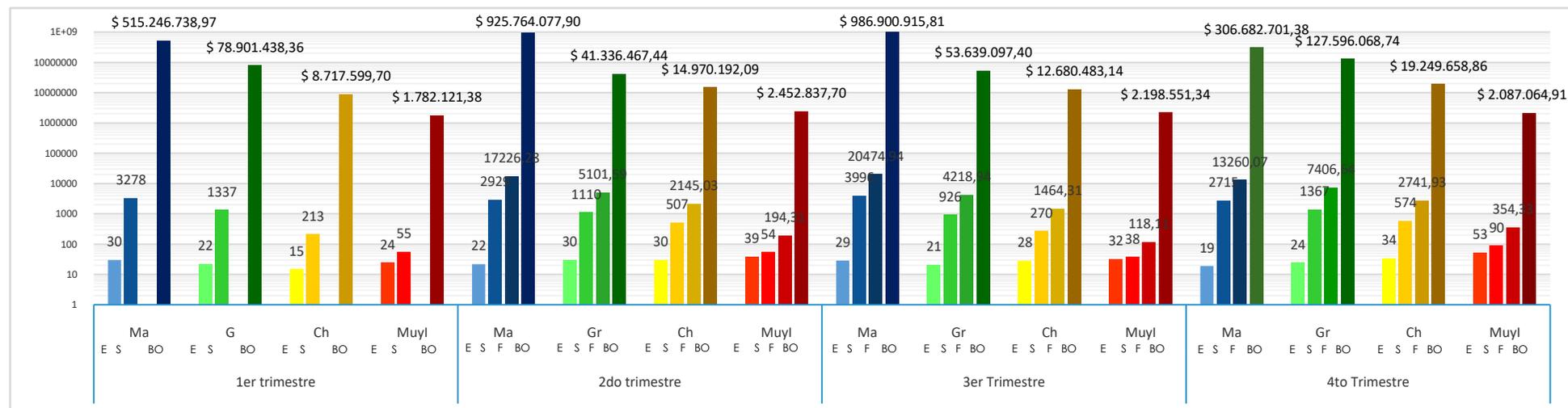
Esta información, publicada por otros anuarios, se agrupa en este caso por tipo de distribuidora, con el objetivo de analizar la incidencia de la ocupación, que se dá de manera homogénea entre los distintos grupos de empresas, en los resultados económicos.

Este gráfico repite con bastante precisión el share de funciones anual, manteniendo las proporciones de participación para cada grupo de distribuidoras, a lo largo de un año donde las temporadas están bien marcadas según, sobre todo, la recaudación de las Majors (la performance de los otros grupos de compañías es relativamente parejo a lo largo de todo el año).

# COMPARATIVOS

## COMPARATIVO

Relación entre ocupación y Box Office por trimestre / 2015

*(Nota: No incluye funciones para el primer trimestre, cuyo relevamiento fue parcial)*

Referencias: "E" – Estrenos | "S" – Salas | "F" – Funciones | "BO" – Box Office

## Comentarios

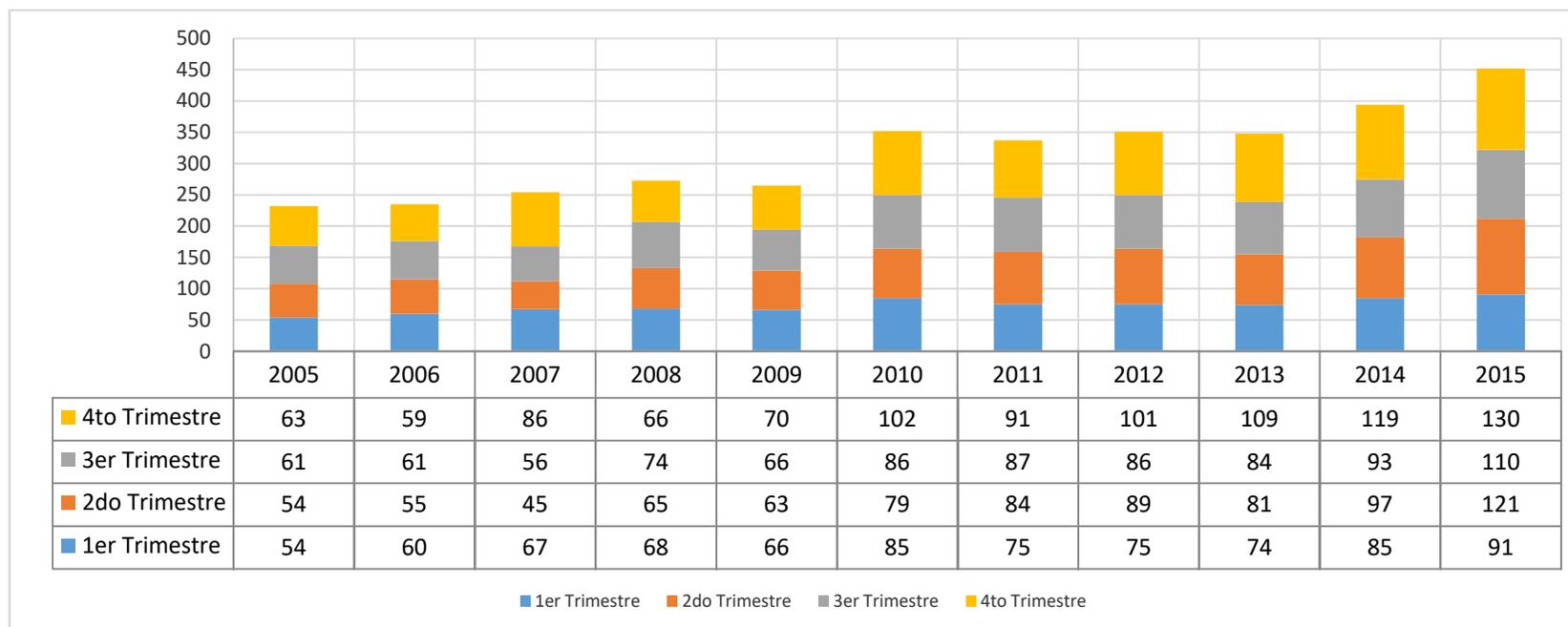
En este gráfico se ve con claridad que la única variable que representa un equilibrio entre los distintos tipos de distribuidoras (esto es, entre los distintos tipos de contenido) es la cantidad de estrenos por trimestre, mientras que la ocupación en pantallas y funciones favorece con claridad a las películas estrenadas por las Majors.

Si bien estas consiguen siempre una mayor cantidad de pantallas por estreno que las Independientes Grandes (aprox. 3 a 1), y la diferencia es relativamente la misma cuando se trata de funciones de estreno, se vuelve mucho mayor cuando se mide la performance económica entre grupos de empresas (3 a 1 es la diferencia mas estrecha, en Temporada Baja, que aumenta hasta alrededor de 20 a 1 en Temporada Alta). El fenómeno se repite cuando se comparan distribuidoras Independientes Grandes con Chicas, y estas con las Muy Independientes.

ANUALES

## CANTIDAD DE ESTRENOS. ANUAL

Estrenos por Trimestre, por Año. Período 2005 a 2015

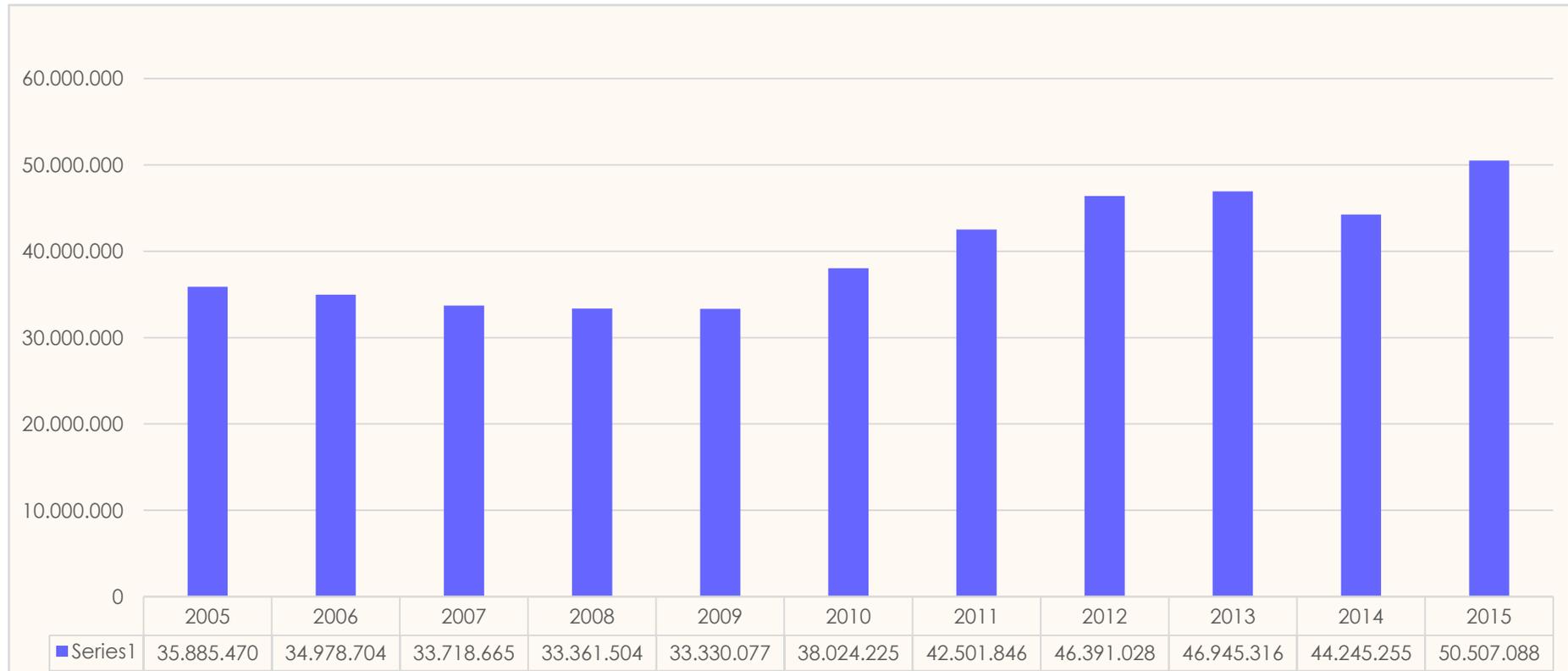


### Comentarios

Con altibajos, la cantidad de estrenos por año aumentó en estos últimos 10 años en aproximadamente un 100%, llevando el promedio de estrenos por semana de 4,5 a 8,7. Si bien el pico se dio siempre en el cuarto trimestre, la diferencia entre el promedio de hace 10 años (4,85 películas) y el último año (10 películas) es muy contundente.

La cantidad de películas por semana de los primeros años de esta década era la que, en tiempos de estrenos en sala completa (5 a 6 funciones por pantalla, el formato habitual de la programación analógica) podía ser absorbida por el mercado, y permitía una rotación entre estrenos y continuidades menos brutal. El promedio de los últimos dos años, especialmente el del último (en una tendencia que durante 2016 no parece atenuarse), es uno que sólo permite una ocupación parcial de la mayoría de las películas que se estrena, y una rotación mayor de las mismas, diezmasadas en su salida (y más propensas entonces a performances bajas y prontas salidas de sus pantallas de estreno) y por lo tanto fomenta también una mayor concentración de la taquilla en el material más comercial.

## EVOLUCIÓN ESPECTADORES POR AÑO. PERÍODOS 2005-2015

**Comentarios**

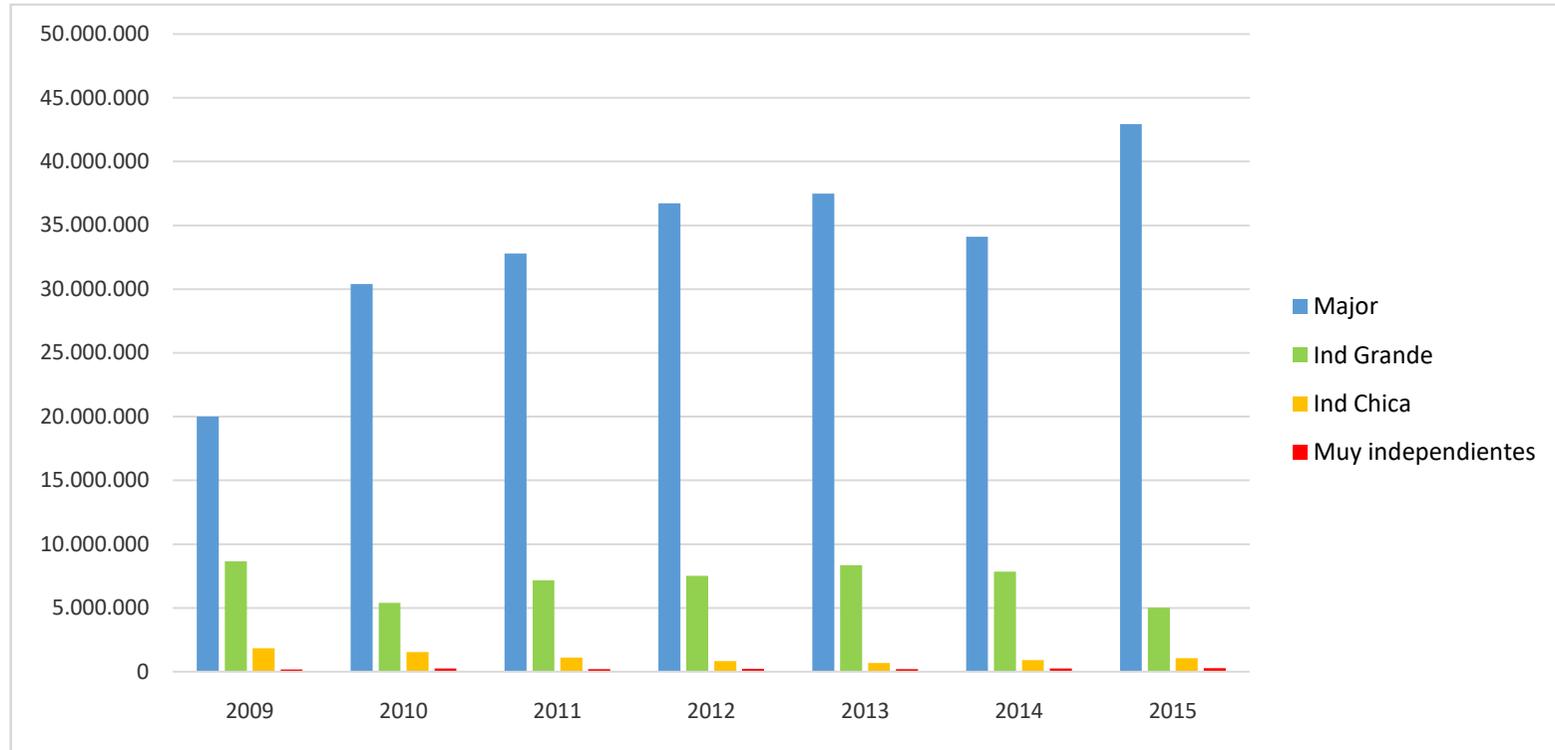
A diferencia de la cantidad de estrenos por año, que se duplicó en una década, la cantidad de espectadores aumentó poco menos de un 50%.

Este aumento no deja de ser notable en una década marcada por los cambios de hábito de consumo, con desplazamientos del público hacia los contenidos y formas de entretenimiento digital. Pero en un cruce directo con el cuadro anterior hay que admitir, al mismo tiempo, que el promedio por título es forzosamente más bajo.

Que el promedio por película baje al mismo tiempo que la cantidad de estrenos aumente (ambos registros acentuados en el caso de Distribuidoras Independientes) es un fenómeno algo paradójico que no se puede explicar solamente por la baja de costos devenidos de la conversión digital.

## ESPECTADORES POR TIPO DE DISTRIBUIDORA.

Espectadores por año, por tipo de distribuidora. Período 2009 a 2015.



### Comentarios

Como puede verse más claramente en este gráfico, el aumento de espectadores (o sea el tamaño del negocio) favoreció solamente a las distribuidoras norteamericanas, mientras que para el resto de las empresas (lo que es decir, el resto del contenido, el más independiente, una gran cantidad de cine argentino, y casi el total de cine extranjero de valor cultural) el negocio se retrajo durante estos últimos años.

Que esta tendencia a la concentración no sólo no haya disminuído, sino que por el contrario siga aumentando, en los años en los que la conversión digital podía haber colaborado con la proliferación de un material independiente, o de riesgo, puede explicarse en parte por la forma en la que se utilizó el cambio tecnológico en la distribución de pantallas y funciones de cine en nuestro país.

# CONCLUSIONES

## CONCLUSIONES.

Algunas conclusiones del presente Reporte de Ocupación de Salas

- En los últimos 10 años se duplicó la cantidad de estrenos por año, aunque la cantidad de salas de nuestro país se mantuvo estable.
- La cantidad de pantallas no aumentó pese a la conversión digital. Aparecieron algunas nuevas, pero otras cerraron, incapaces de pagar los costos de la conversión. No se creó en estos 10 años un circuito alternativo a las grandes cadenas.
- La cantidad promedio de pantallas de estreno por película no disminuyó, pese a la cantidad de estrenos. Sí disminuyó la cantidad de funciones promedio por pantalla, especialmente para los títulos de cine arte, o independientes, argentinos y extranjeros, perjudicando el alcance de sus estrenos y la posibilidad de su continuidad después de la primer semana.
- El alcance de un estreno, o una continuidad, debería estar medida en este escenario en cantidad de funciones y ya no en cantidad de pantallas. Este reporte no mide la calidad de las funciones, que también es un factor determinante para establecer las posibilidades comerciales de cualquier película.
- Las salas pequeñas, y alejadas de los grandes centros urbanos, cuya programación es más limitada, sufren especialmente la concentración del negocio en material más comercial, privando a una parte importante del público del Interior del país de material de diversidad cultural.
- La repartición tanto de pantallas como de funciones de estreno favorece a las distribuidoras Majors, y hay un correlato entre la obtención de espacios de proyección, y los resultados económicos.
- Si bien la prioridad que las cadenas le dan a sus principales proveedores es un standard del negocio, hay que destacar que favorecer a un tipo de compañía es igual a favorecer a un tipo de contenido, y que las dificultades de determinados tipos de distribuidoras para acceder a un espacio puede no sólo achicar su negocio, si no incluso hacerlo inviable. De no encontrar un equilibrio, la proporción en que se distribuyen pantallas y funciones puede, por lo tanto, determinar no sólo la desaparición de empresas, sino también el de determinados tipos de película de toda la cartelera de nuestro país.

EQUIPO CINETREN

## EQUIPO CINETREN / REPORTE DE OCUPACIÓN DE SALAS 2015

### INVESTIGACIÓN Y GRÁFICOS

Erica Goldemberg

### COORDINACIÓN Y ANÁLISIS

Manuel García