

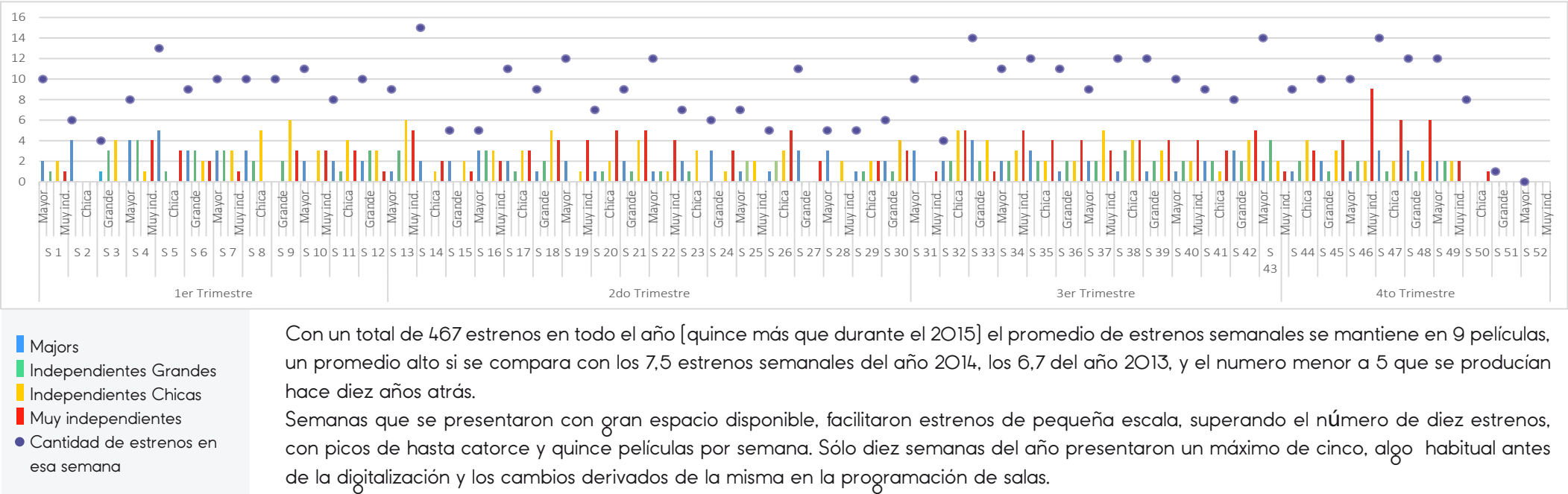


REPORTE DE OCUPACIÓN DE SALAS 2016

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

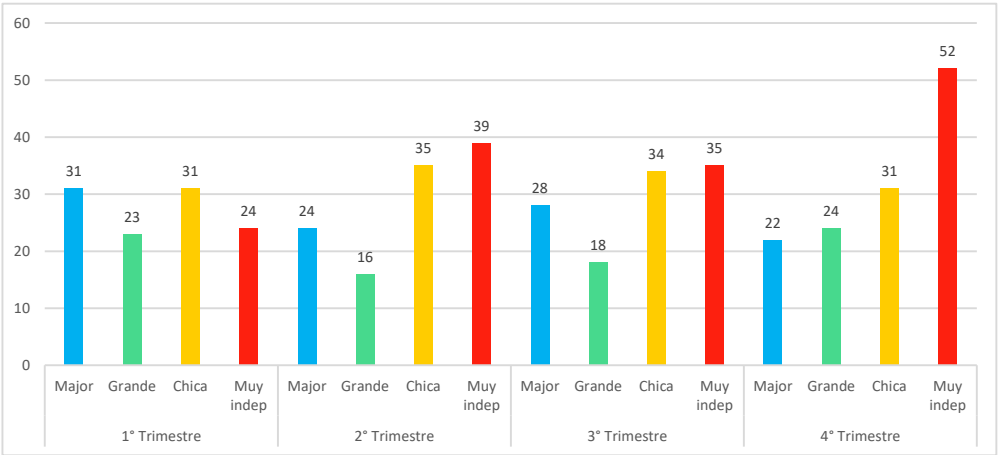
CANTIDAD DE ESTRENOS. SEMANAL

Cantidad de películas estrenadas por tipo de distribuidora, por semana



CANTIDAD DE ESTRENOS. TRIMESTRAL

Cantidad de películas estrenadas por tipo de distribuidora, por trimestre

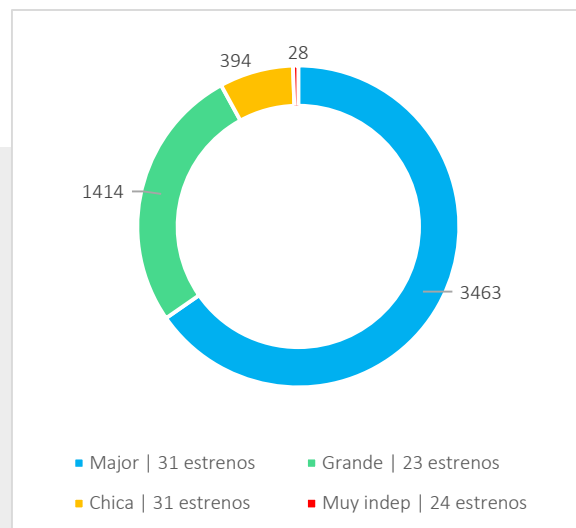


Mientras la actividad de las Majors fluctúa trimestre por medio, acentuando su actividad en la temporada invernal y el inicio del año, y descendiendo sobre todo el ultimo trimestre del año [la temporada más baja], las distribuidoras Independientes Grandes consiguen ubicar más estrenos al principio y final del año, dejando más liberados los trimestres centrales [los de mayor facturación]. Las Independientes Chicas tuvieron mucha actividad en el primer trimestre [el doble del 2015], una actividad pareja durante todo el año, levemente acentuada en los trimestres centrales, en los que lograron colarse entre los estrenos de Majors con menos dificultad que las Independientes Grandes. Los distribuidores más pequeñas tuvieron una curva ascendente, con un pico notable en el trimestre que los más grandes dejan más liberado, donde consiguen la cifra más alta del año, con 52 estrenos.

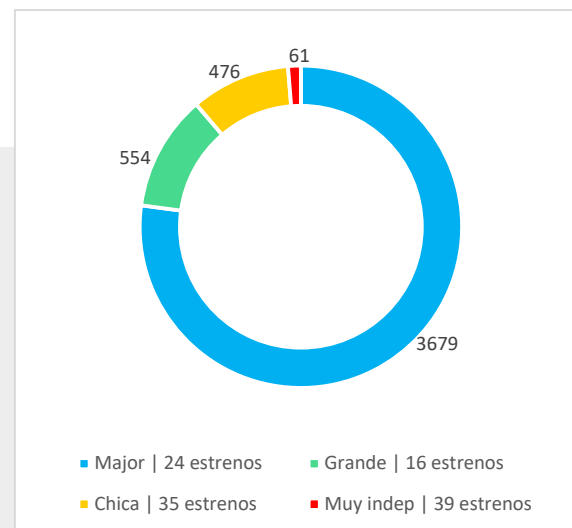
OCUPACIÓN DE ESTRENOS EN SALAS DE TODO EL PAÍS. TRIMESTRAL

Los gráficos expresan el total de salas de estreno, por tipo de distribuidora, por trimestre / 2016

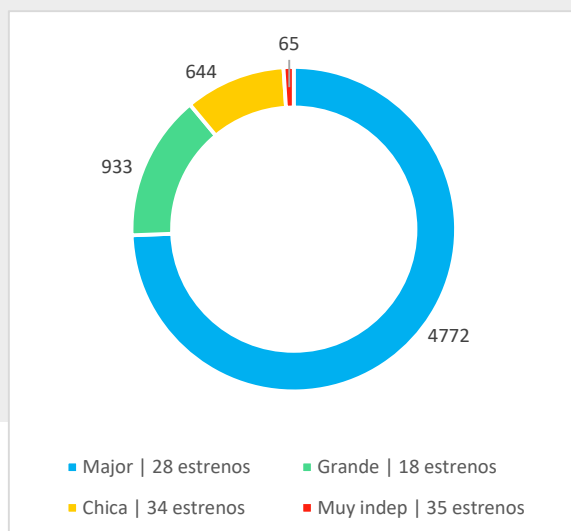
1er trimestre



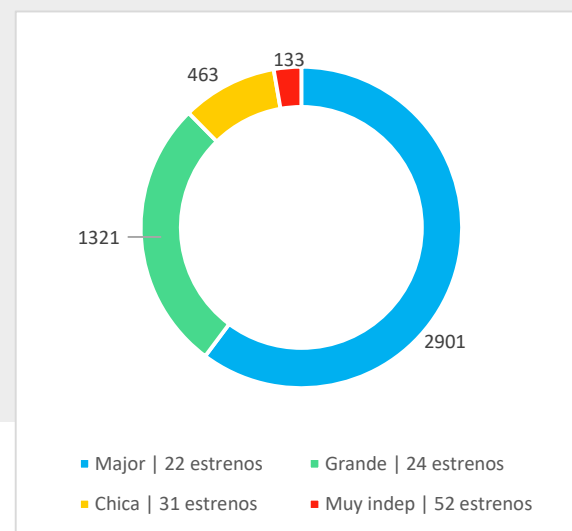
2do trimestre



3er trimestre



4to trimestre



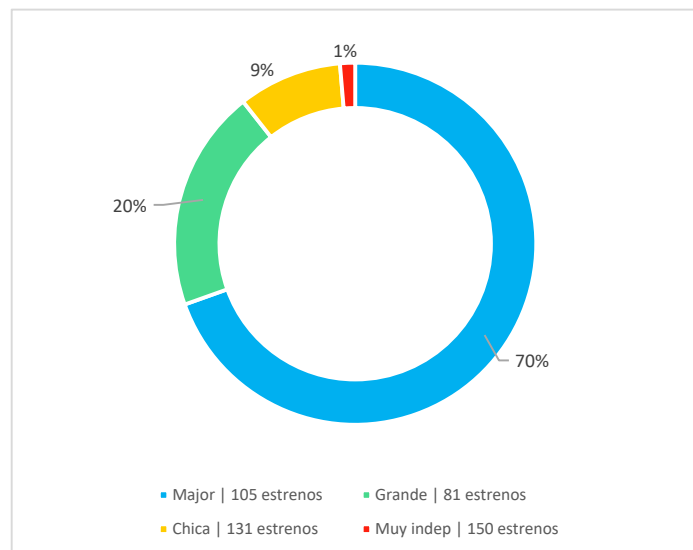
Con una menor cantidad de estrenos que en el primer trimestre, las Majors consiguieron la mayor ocupación en el segundo y tercer trimestre, donde se dieron sus estrenos más importantes [“Capitán América” y “Buscando a Dory”, por ej.]. En el tercer trimestre, mantienen su participación cercana a los tres cuartos del total de salas, aumentando sin embargo en casi mil salas el número total de su ocupación con estrenos.

En sintonía con la cantidad de estrenos, y de alguna manera compensando la ocupación de las Majors, las Independientes Grandes tienen una mayor participación los trimestres uno y cuatro. Solo las Independientes Chicas pudieron conseguir su mejor ocupación durante el trimestre más crítico del año, quizás por su mejor capacidad de adaptarse a los espacios vacíos [y el público desatendido] de las Majors. Las Muy Independientes, cuyos estrenos son en muchos casos mono-pantalla, ven crecer la ocupación de pantallas hacia el cuarto trimestre, junto con el aumento en su cantidad de estrenos. En comparación con el 2015, en el 2016 los estrenos sumaron 1568 salas más [un 8% más]. Esto implica que, con la misma cantidad total de salas, hay una mayor tendencia a la renovación de la cartelera, o una disminución de las continuidades, y por lo tanto, un negocio cinematográfico donde las películas duran menos, y las ventas tienen que hacerse más rápido.

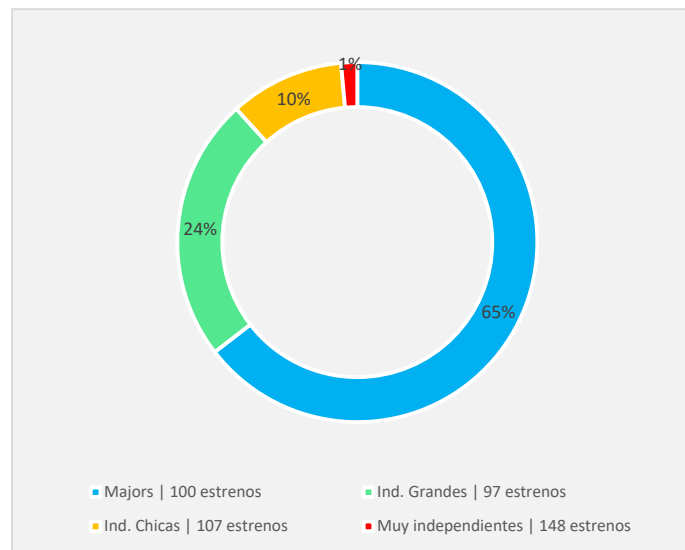
COMPARACIÓN OCUPACIÓN 2015-2016

Porcentaje de salas de estreno, por tipo de distribuidora 2015-2016

2016



2015



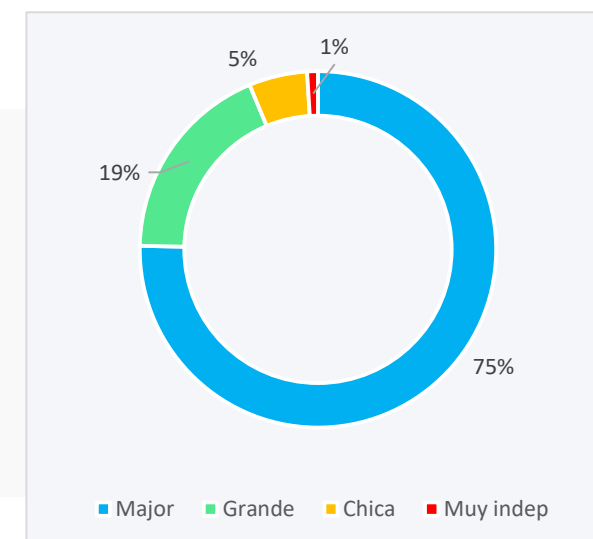
Las Majors siguen conquistando espacios en las salas argentinas, con un aumento del 5% este año, fruto de la pérdida de espacio, sobre todo, de las Independientes Grandes. Estas, con un 80% más de estrenos de las Majors, lograron el 29% de sus pantallas. Las distribuidoras Independientes Chicas cedieron un 1% interanual, pero con 24 estrenos más en todo el año [un aumento de casi el 25%]. Las distribuidoras más chicas mantienen su porcentaje, con casi la misma cantidad de estrenos.

OCUPACIÓN DE ESTRENOS SALAS INTERIOR

El gráfico expresa el total de salas de estreno en el interior del país, por tipo de distribuidora / 2016

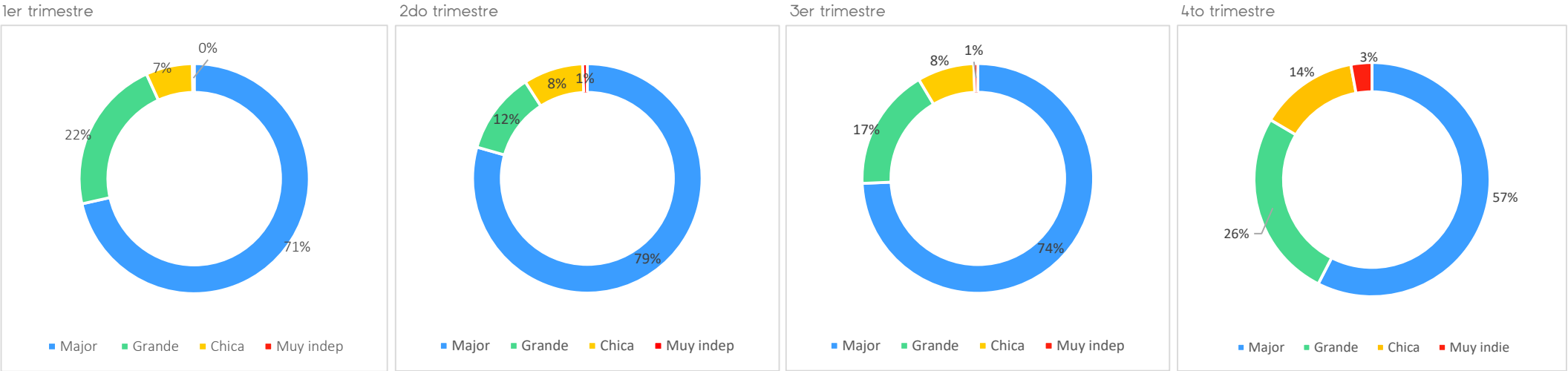
En las salas del interior del país la concentración en contenido de Majors aumenta un 5% con respecto al share nacional, privando aún más a un público naturalmente desfavorecido en el acceso a la cine-diversidad, de una gran parte del cine independiente, nacional y de otros países del mundo, que se estrena en nuestro país.

Esos cinco puntos extra los pierden, por un lado las Independientes Chicas [4 %] y por el otro las Ind. Grandes [1%]. La única compensación a esta tendencia, en el caso del cine argentino, son los Espacios INCAA, que aportan federalización al material menos comercial, aunque sus resultados no son públicos y por lo tanto no pueden sumarse a este reporte.



FUNCIONES DE ESTRENO. TRIMESTRAL

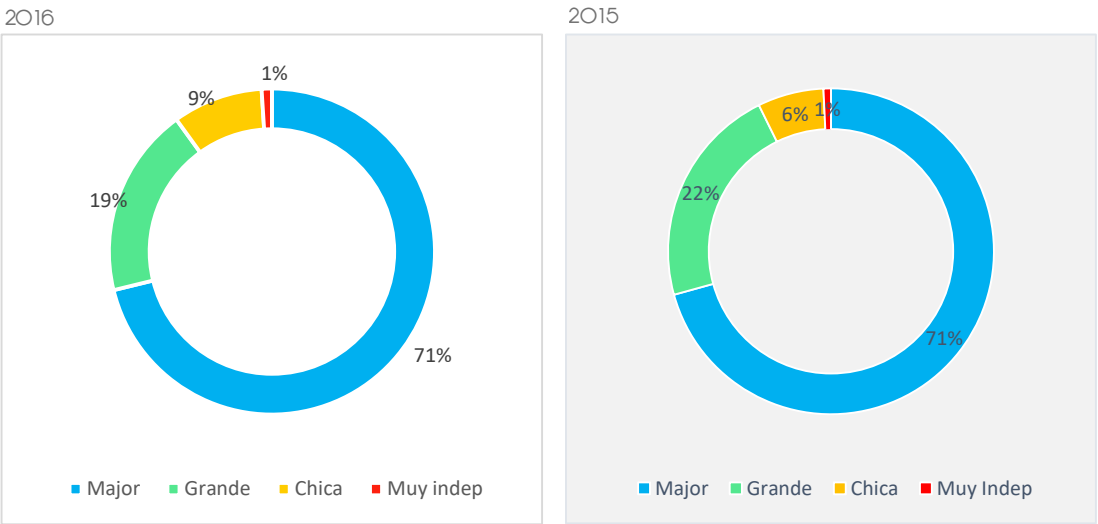
Porcentajes sobre el total de funciones de estreno, por tipo de distribuidora, por trimestre / 2016



Con leves variaciones, la ocupación por funciones muestra los mismos porcentajes que la ocupación de pantallas: las Majors mantienen entre un 60 y un 75% de ocupación promedio, mientras que las distribuidoras independientes se reparten entre un 40% y un 25% [el porcentaje es mayor en los trimestres de menor facturación].

COMPARACIÓN FUNCIONES DE ESTRENO 2015-2016

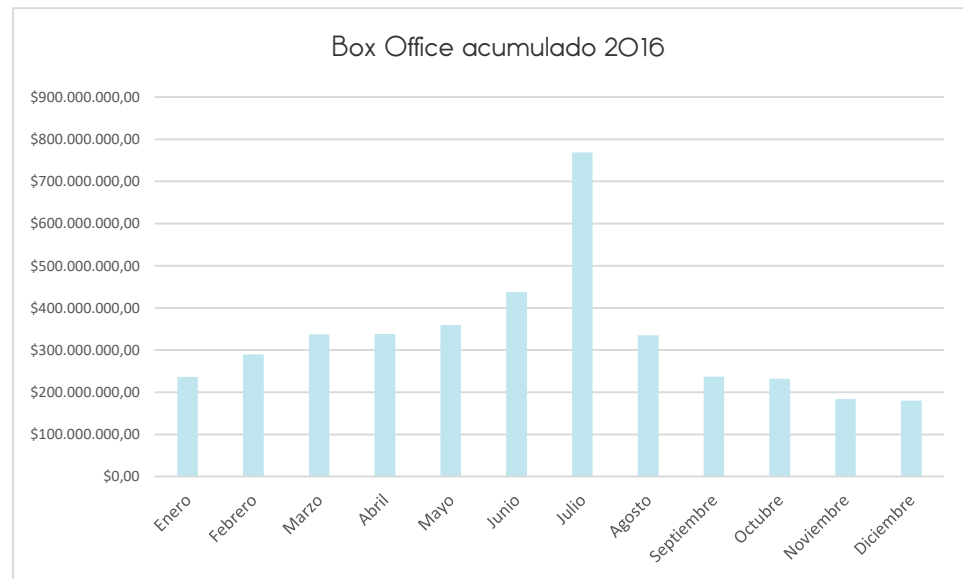
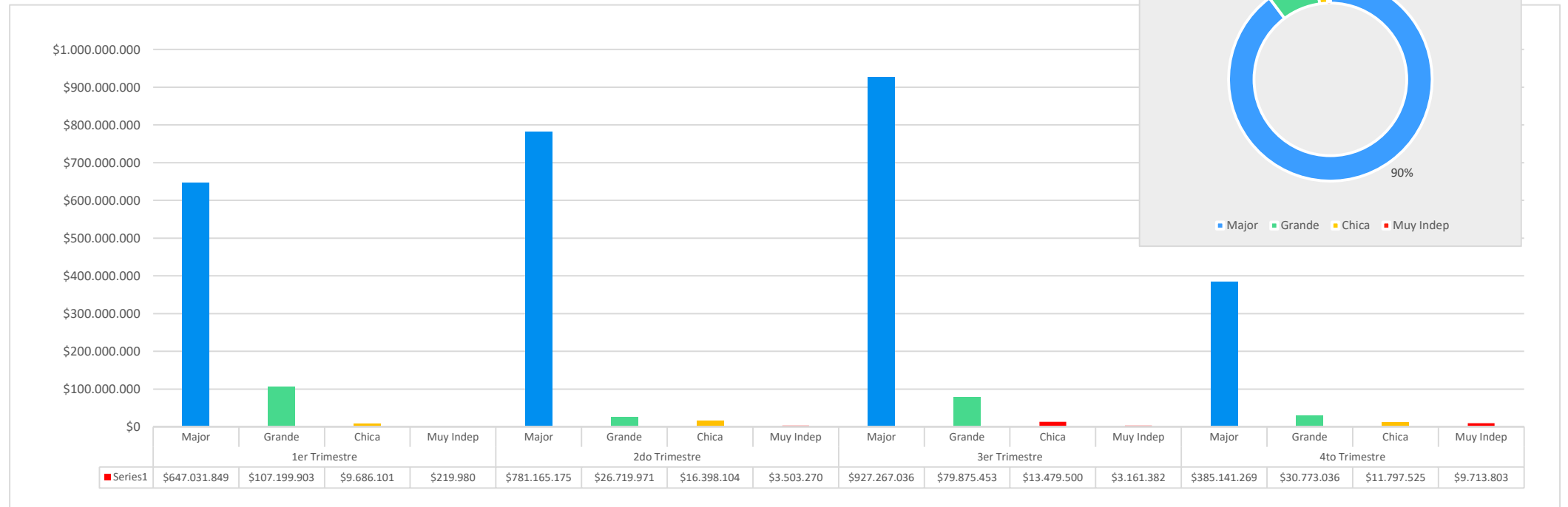
Porcentaje de funciones de estreno, por tipo de distribuidora 2015-2016



El porcentaje anual de funciones por tipo de distribuidora se mantiene estable con respecto al año pasado. Las Majors sostienen un 71% del total. Hay un aumento del 3% entre las distribuidoras Independientes Chicas, en detrimento de las Grandes, un retroceso similar a su pérdida de pantallas.

BOX OFFICE TRIMESTRAL

Taquilla de estrenos por trimestre, expresado en millones de pesos argentinos.

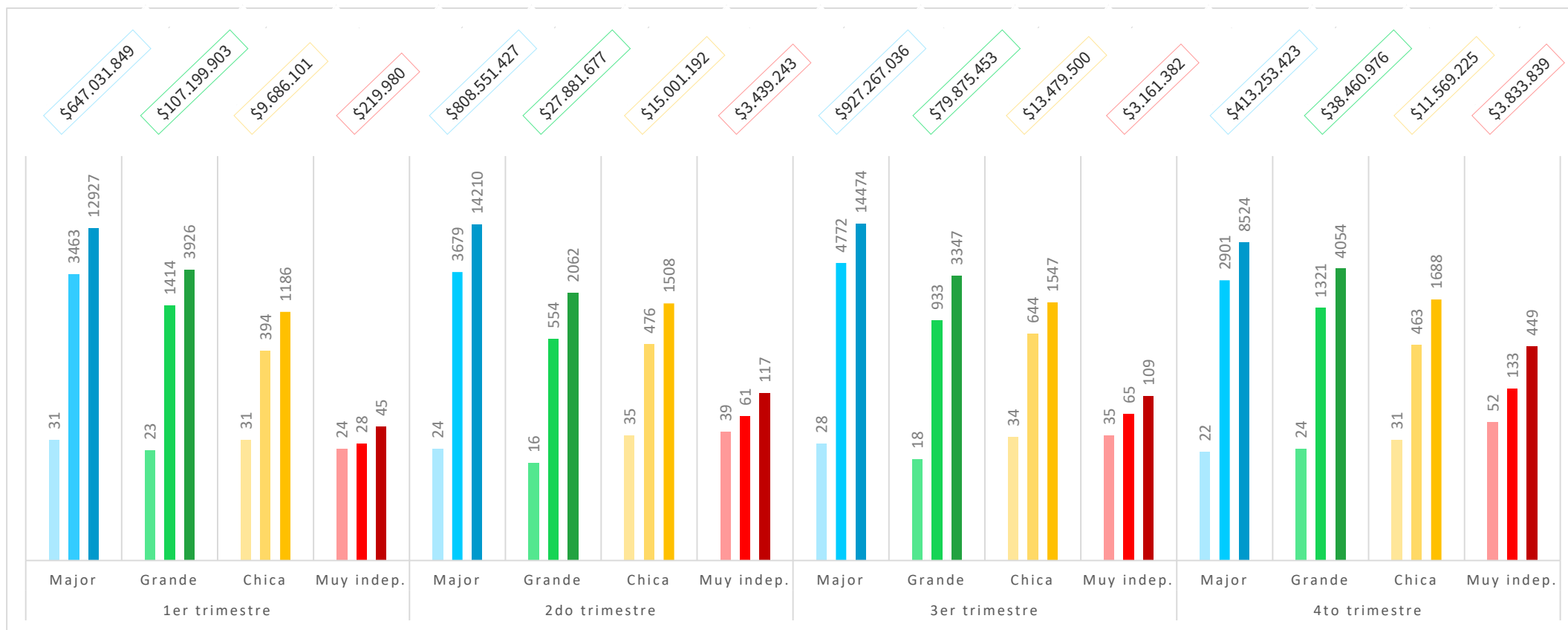


Las ventas del producto de las Majors fueron incluso superiores a la ocupación de pantallas por esas mismas películas, con un promedio de 90% durante el año, contra un 70% de ocupación [2% de B.O. más que el año anterior, perdidos por las distribuidoras Independientes Grandes].

La curva del Box Office mensual de todo el negocio es por lo tanto similar a la curva de ventas de las Majors, con un claro pico en julio, y caídas hacia el inicio y fin de año. Tanto las distribuidoras Independientes Grandes, como las Muy Independientes, respetan el crecimiento de su ocupación con un mayor Box Office, mientras que las Independientes Chicas logran un mejor Box Office en los primeros trimestres, al tiempo que encuentran más espacio durante la segunda mitad del año.

COMPARATIVOS.

Relación entre Cantidad de películas, Ocupación de salas, Funciones y Box Office por trimestre / 2016

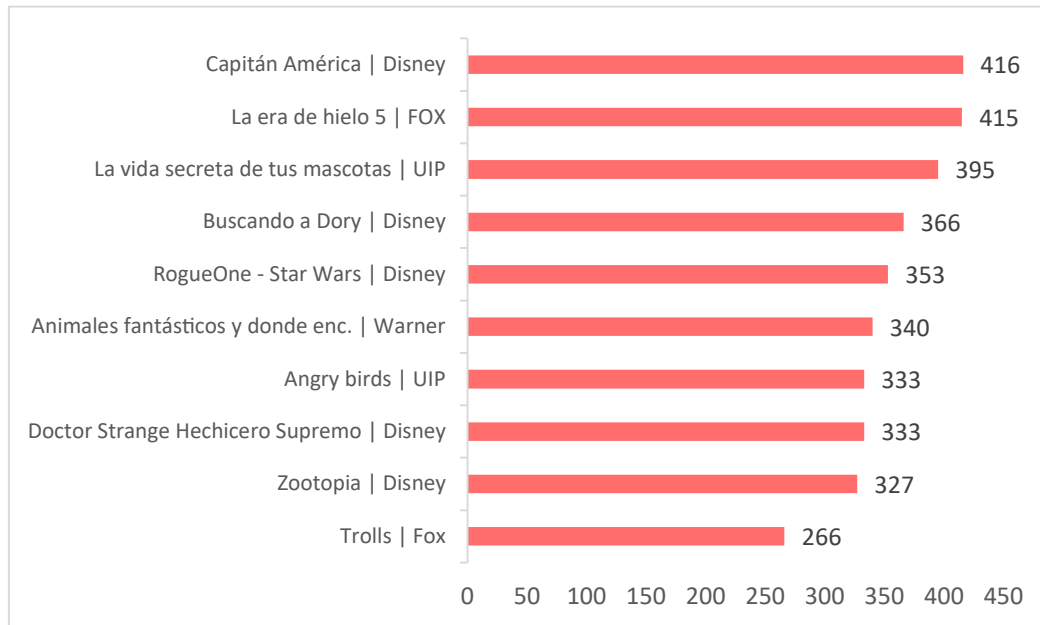


La cantidad de estrenos por tipo de distribuidora es, con alguna excepción, pareja en cada trimestre. Sin embargo, la cantidad de pantallas que obtienen esas películas cambia y, consecuentemente afecta [como vimos en gráficos anteriores no sólo gracias al espacio disponible], su venta de entradas en salas. En promedio anual, las Majors consiguen para cada estreno 141 pantallas, con 3.4 funciones por pantalla, y generan con cada estreno un box office promedio de \$25.615.000. En el caso de las Independientes Grandes, son 51 pantallas, con 3.3 funciones por pantalla y un B.O de \$3.111.000. Las Independientes Chicas, por su parte, estrenan con 15.1 pantallas promedio, con 3 funciones por pantalla, y una recaudación promedio de \$378.000. Las Muy Independientes consiguen 1.7 pantallas, con 2.2 proyecciones, y \$66.000 de promedio por estreno.

Top 10

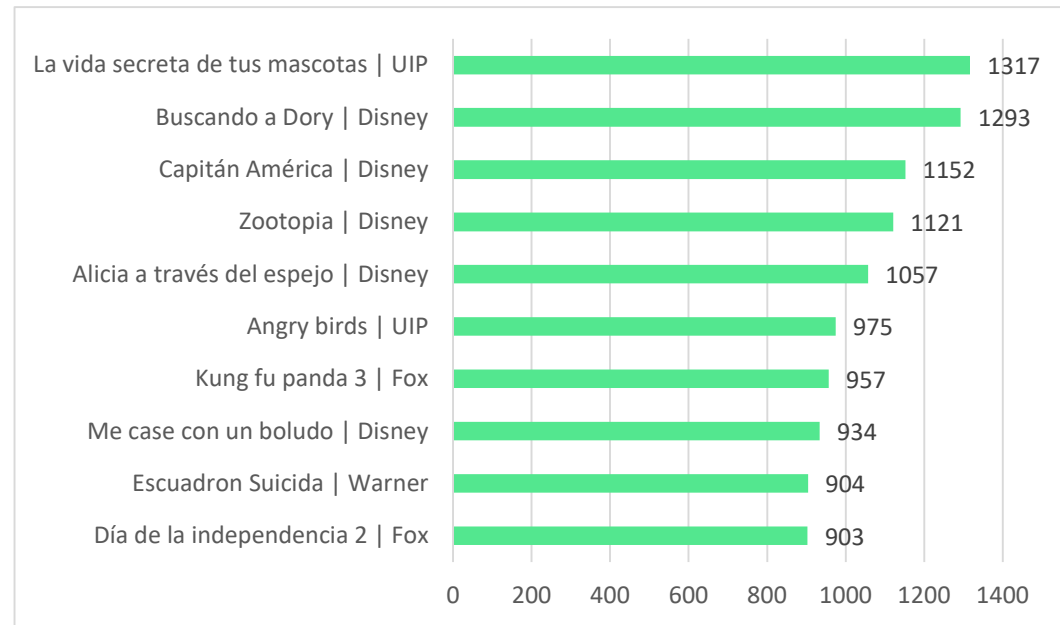
Top 10 Pantallas

Las 10 películas con más pantallas en su estreno.



Top 10 Funciones

Las 10 películas con más funciones en su estreno.

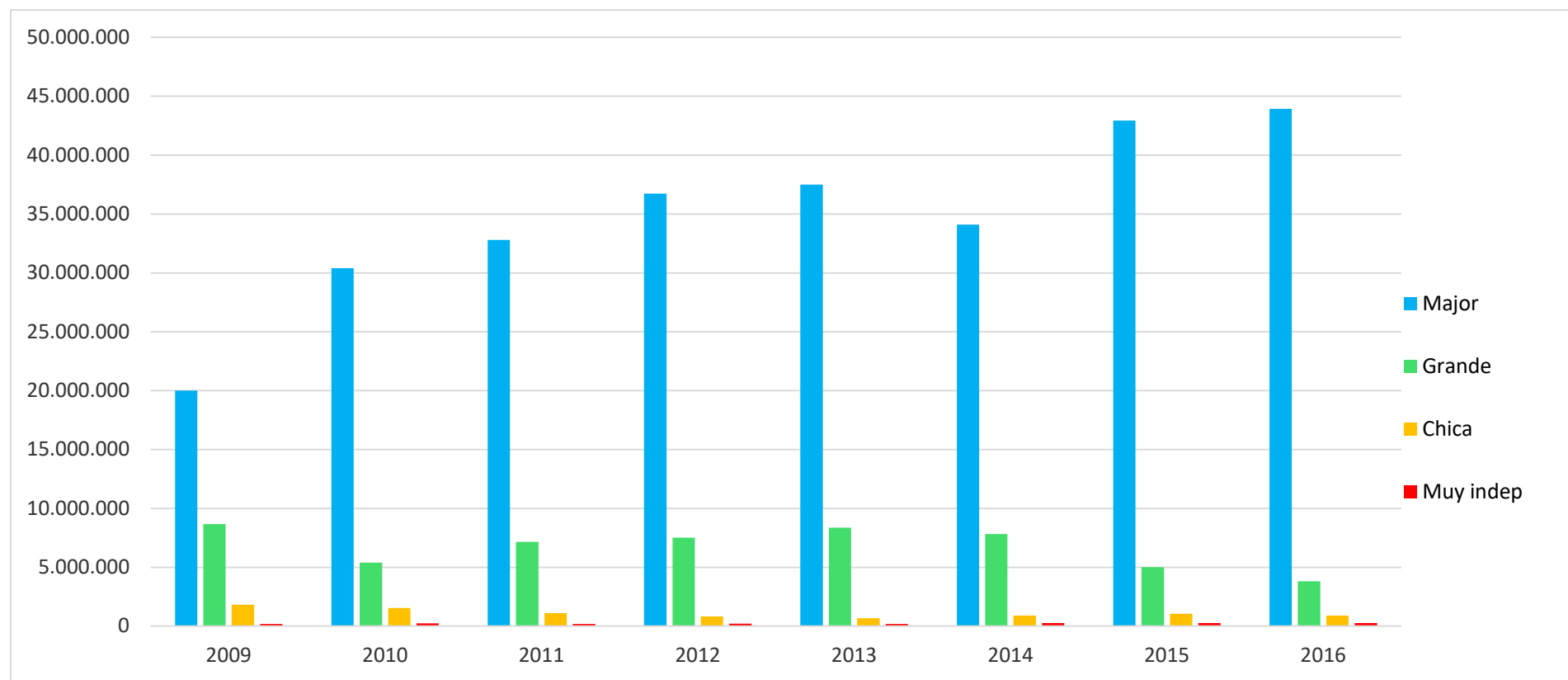


Entre las diez películas que tuvieron más pantallas y funciones en el año, ninguna pertenece a una distribuidora independiente. Entre las dos listas, además, hay sólo un estreno argentino [“Me Casé con un Boludo”], mayoría de animaciones y películas que pueden programarse en más de un formato [2D y 3D, subtitradas y dobladas, etc...].

Si bien los lanzamientos de mayor alcance se concentran en el tercer trimestre [vacaciones de invierno] la presencia de estos estrenos con multicopiado se da de manera uniforme durante todo el año [de estas listas: 3 en primer trimestre, y 4 en los otros tres periodos]

ESPECTADORES POR TIPO DE DISTRIBUIDORA

Espectadores por año, por tipo de distribuidora. Período 2009 a 2016.



La tendencia, casi uniforme de los últimos años, se confirmó en 2016, con un aumento en la cantidad de espectadores para las distribuidoras Majors y sus películas, mientras retroceden las Independientes Grandes y Chicas. En tres años las distrib. Ind. Grandes perdieron 4,5 millones de entradas, mientras que las Independientes Chicas cedieron un 10% de su attendance del año anterior, y las Muy Ind. se mantienen estables.

En sólo siete años, y coincidiendo con la digitalización en nuestro país, las Majors aumentaron un 120% su venta de entradas, mientras que las Independientes Grandes cayeron un 56%. Las Independientes Chicas cayeron un 51%, lo cual pone en grave riesgo a compañías históricas de capital nacional, y a la supervivencia de todo el contenido de diversidad cultural nacional e internacional en nuestra cartelera.

CONCLUSIONES

- ✗ El promedio de estrenos por semana se mantiene en 9, cuando más de 5 implican ya dificultades de programación.
- ✗ Un 8% más de salas estrenaron películas, comparado con el año anterior. Esto significa que muchas películas duraron menos en cartel, y que por lo tanto se profundiza la tendencia a hacer el mismo negocio en menos tiempo, algo lógico para el cine comercial, pero antinatural para el cine independiente o de autor.
- ✗ Las Majors consiguieron un 5% más de pantallas que el año anterior, a expensas sobre todo de las Distribuidoras Independientes Grandes [DC, Alfa, Energía, Diamond]. En el interior del país la concentración aumenta otro 5%.
- ✗ Las Distribuidoras Ind. Grandes también retroceden en cantidad de funciones [o la cantidad de espacio real que ocupa cada película en cada pantalla], en este caso a manos de las Independientes Chicas.
- ✗ Las Majors, con un 70% de las pantallas, lograron un 90% del Box Office.
- ✗ En promedio, las Majors estrenaron durante el 2016 con 141 pantallas, las Ind. Grandes con 51, las Ind. Chicas con 15, y las Muy Independientes con 1.7 pantallas.
- ✗ En los TopTen de estrenos con mas pantallas y más funciones todas las películas son de Majors, y sólo una es argentina [“Me casé con un boludo”]
- ✗ Durante los años de la digitalización de salas [2009-2016] las Majors aumentaron en un 120% su venta de entradas, mientras que las distribuidoras independientes [y por lo tanto las películas de diversidad cultural] perdieron más de un 50% de espectadores.

NOTAS

✗ La información sobre cantidad de estrenos, ocupación 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. 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.

✗ 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, Mont Blanc]

Muy independientes [Películas autodistribuidas, Ciclos y Festivales]

EQUIPO CINETREN

INVESTIGACIÓN Y GRÁFICOS

Erica Goldemberg

COORDINACIÓN Y ANÁLISIS

Manuel García