

JOSÉ VICENTE GARCÍA SANTAMARÍA

La exhibición cinematográfica en España

CINCUENTA AÑOS DE CAMBIOS



JOSÉ VICENTE GARCÍA SANTAMARÍA

La exhibición cinematográfica en España

Cincuenta años de cambios

Índice

Agradecimientos

Prólogo

Introducción

Capítulo primero. Los «hiperlugares»: de los orígenes de la exhibición a los «megaplexes»

- 1.1. La exhibición y sus constantes reinenciones
- 1.2. El cine y su recepción en el centro comercial
- 1.3. Las nuevas salas de cine como lugar arquitectónico
- 1.4. La tematización de los nuevos espacios cinematográficos
- 1.5. El centro comercial como un «hiperlugar»
- 1.6. El desarrollo de centros comerciales en España

Capítulo 2. La economía de la exhibición

- 2.1. El componente inmobiliario de la exhibición
- 2.2. Ventajas/desventajas económicas de invertir en complejos de cine
- 2.3. Pantallas de cine y centros comerciales
- 2.4. La demanda de superficie de multiplexes y megaplexes y la regulación de los precios
- 2.5. El papel de las sociedades de capital riesgo
- 2.6. Relaciones distribución-exhibición
- 2.7. La economía de la distribución
 - 2.7.1. Evolución del mercado de la distribución en España
 - 2.7.2. Estrategias en la distribución de films
- 2.8. La integración vertical entre la distribución y la exhibición

- 2.8.1. Antecedentes: las «majors»
 - 2.8.2. La integración vertical entre empresas
 - 2.9. Las características diferenciales de la exhibición
 - 2.10. El concepto de exhibidor y de sala cinematográfica
 - 2.10.1. El concepto de «multiplex», «megaplex» y «cityplex»
 - 2.10.2. Características que debe reunir un multiplex/megaplex
 - 2.11. Los costes e ingresos de una empresa de exhibición
 - 2.12. El control de taquilla y las obligaciones administrativas: cuota de pantalla y cuota de distribución
 - 2.13. Las ayudas a la exhibición
 - 2.14. Los contratos exhibidor-distribuidor
 - 2.15. La digitalización
 - 2.15.1. Los antecedentes
 - 2.15.2. Los costes económicos de la migración digital: ventajas y desventajas
 - 2.16. El 3D: ¿la gallina de los huevos de oro?
 - 2.17. Evolución de salas digitales en España y comparativa con otros países
 - 2.18. Cambios tras la implantación digital
- Capítulo 3. La transformación del parque de salas de cine en la Unión Europea y Estados Unidos (1960-2013)
- 3.1. La evolución de la asistencia al cine en la Unión Europea y Estados Unidos (1960-1990)
 - 3.1.1. Variaciones entre los años ochenta y noventa
 - 3.2. La irrupción de los grandes complejos cinematográficos
 - 3.3. La exhibición en Estados Unidos (1980-2013)
 - 3.4. Etapas en la evolución de los multiplexes y megaplexes en la Unión Europea
 - 3.4.1. Los inicios de los multiplexes y megaplexes (1991-1998)

3.4.2. La consolidación de este modelo de negocio (1999-2005)

3.4.3. La situación actual

Capítulo 4. Cambios en el parque de salas de cine en España entre 1960 y 2013

4.1. Algunas precisiones metodológicas sobre el cine de los sesenta

4.2. Demografía y pérdida de espectadores en los años sesenta

4.3. El retroceso de la exhibición a partir de los años setenta y ochenta

4.4. La recuperación de salas en la década de los noventa

4.4.1. Primera etapa: 1990-1995

4.4.2. Segunda etapa: 1995-1997

4.4.3. Tercera etapa: 1998-2000

4.5. El parque español de salas en el siglo XXI

4.5.1. Un punto de inflexión: la exhibición desde el año 2005

4.5.2. La etapa actual

Capítulo 5. Modelos de propiedad de salas de cine en España y tipología de los circuitos de exhibición

5.1. Modelos y fuentes utilizadas

5.2. Modelos de propiedad de salas de cine

5.3. Los circuitos españoles de exhibición en las décadas de los ochenta y noventa

5.4. Los circuitos españoles de exhibición a comienzos del siglo XXI

5.5. Los modelos actuales de propiedad

5.6. Fin del boom inmobiliario: los operadores extranjeros abandonan el mercado español

5.7. Tipología de operadores de cine en España

5.8. Tipología de operadores extranjeros

5.9. Tipología de operadores españoles

5.9.1. Modelos de base nacional

5.9.2. Modelos de ámbito regional y local

5.9.3. Operadores históricos

5.9.4. Modelos de «integración vertical»

5.9.5. Modelo de central de compras: ACEC

5.9.6. Circuitos inclasificables: Lux Cinemas

5.10. Situación actual: la transformación de los circuitos de exhibición

Capítulo 6. Los públicos de multiplexes y megaplexes y las barreras que impiden una mayor asistencia al cine

6.1. La composición social de los públicos de cine en España

6.2. Los públicos de cine entre los sesenta y los ochenta

6.3. Los públicos de los años noventa

6.4. Los públicos del siglo XXI

6.4.1. El público de los multiplexes y megaplexes

6.5. Barreras al consumo de cine en salas

6.6. Consideraciones sobre la variable precio como barrera de consumo

Conclusiones

1. La asistencia al cine en España es patrimonio exclusivo de los grandes recintos

2. Únicamente es rentable un pequeño porcentaje de multiplexes y megaplexes

3. Un mercado cada vez menos «atomizado», aunque con menos atisbos oligopolísticos que en otras industrias culturales

4. Con la escasa digitalización de las salas, España ha perdido la oportunidad de seguir siendo una gran potencia en la exhibición europea

5. La existencia de multiplexes y megaplexes no ha incidido negativamente sobre la cuota de mercado del ci-

ne español

6. ¿Es la exhibición un sector maduro para la inversión?

7. Análisis DAFO

8. Las estrategias futuras del sector de la exhibición

Abreviaturas

Bibliografía

Créditos

Agradecimientos

Este libro, como no podía ser de otra manera, debe un gran tributo a un buen número de personas: compañeros, colegas, personajes de la industria del cine y del sector inmobiliario y docentes de diferentes universidades españolas.

Un primer y fundamental agradecimiento para mi director de tesis doctoral, José María Álvarez Monzoncillo, quien me ayudó a desarrollar esta investigación, origen de este volumen, y me ha animado siempre con su constante apoyo, inquebrantable amistad y socarronería riojana.

En segundo lugar, a todas aquellas personas que, con sus ideas o sugerencias y aportaciones, han contribuido a que este estudio sobre la exhibición se haya completado satisfactoriamente. Aunque el agradecimiento sea extenso, no puedo por menos que citar, en primer lugar, a Santos Zunzunegui y Manuel Palacio, quienes una noche de hace algún tiempo en Valencia, y tras unas jornadas sobre el cine de Víctor Erice, me animaron a realizar este proyecto y a embarcarme en la docencia universitaria después de una larga temporada en la empresa privada.

A mis compañeros del departamento de Periodismo y Comunicación Audiovisual de la Universidad Carlos III de Madrid y, muy especialmente, a M.^a Pilar Diezhandino, Pepe Fernández-Beaumont y Obdulio Martín Bernal. También a mis queridos amigos de la Universidad Jaime I de Castellón, sobre todo a Javier Marzal, Andreu Casero y Javier Gómez Tarín, a quienes agradezco su inestimable ayuda. Al Instituto Francés de Prensa de París (Mme. Démier) y al departamento de Periodismo de la Universidad de Sheffield (Jairo Lugo-Ocando), que me acogieron durante tres vera-

nos y pusieron a mi disposición una inestimable base de datos.

Al Servicio de Estudios de BBVA. A Ginés Palencia, socio director de CB Richard Ellis, por su valiosa información sobre la economía de los centros comerciales. A Enrique González Macho y a la revista *Cineinforme*. Por supuesto, a Javier López Villanueva y su «cadena de valor». A Enrique Utrera, que sigue enarbolando la bandera del periodismo económico independiente. A Jesús Díaz, que aún continúa en el mundo de la exhibición. A mis amigos Poto y Luis, y Antonio y Macarena. También a mis compañeros de la Junta Directiva de la Asociación Española de Historiadores del Cine (AEHC), encabezada por Julio Pérez Perucha, y a mis antiguos compañeros de la revista *Contracampo*, germen de tantos proyectos. Y, finalmente, como no podía ser de otro modo, a Elena y Guillermo. Mis agradecimientos igualmente a Jenaro Talens, director de la colección, así como a Raúl García, un editor «avant la lettre».

A todos ellos, mi infinito agradecimiento.

Prólogo

Es cada vez menor el número de investigadores en España que se preocupan por las condiciones materiales en que son realizadas las películas y por sus condicionantes económicos y jurídicos. Del mismo modo, los estudios de recepción, tan necesarios, entre otras cosas, para conocer la demanda real del cine, brillan también por su ausencia. Ni siquiera la economía del audiovisual y del cine, en general, una línea de investigación tan fructífera en países como Francia, Reino Unido o en muchos lugares de Iberoamérica, encuentra demasiado eco en muchas universidades españolas y, como es natural, en un buen puñado de publicaciones académicas del mundo de la comunicación.

A la falta de reflexión y de foros donde debatir estas propuestas se une la carencia de una visión profunda de cómo superar ciertos males endémicos que han acompañado a la política cinematográfica española al menos desde el año 1964, en que el cine español comienza a despegarse de una política autárquica y seriamente intervenida. Esta reflexión es cada día más perentoria, puesto que el cine vive un momento dramático de destrucción de empleo y de pérdida de tejido industrial.

La elevación de la cuota de cine español que viene produciéndose en estos últimos tiempos resultará beneficiosa no solamente para el sector de la producción, sino también, y como de manera fehaciente se demuestra en Francia, para atraer más público a las salas de cine. O en el caso español, para permitir una mayor comunión entre los films españoles y su público natural, de tal forma que sea posible superar esa precaria cifra de 30.000 espectadores de media por película o recaudaciones medias no superiores a los 200.000 euros por film.

Este estudio, por tanto, de mi antiguo doctorando viene a cubrir una parcela difícil de rellenar y que nunca hasta el momento se había examinado a fondo. Tal vez porque las lógicas socioeconómicas que presiden el sector de la exhibición, así como la vasta dimensión de la tarea, parece que desanimaron hasta el momento a potenciales estudiosos del fenómeno.

En muy pocos años —como se apunta en el libro— los cines españoles cambiaron radicalmente su fisonomía. Desde mediados de la década de los noventa del siglo pasado, España se aplicó ferozmente en renovar una industria obsoleta, poblada de desvencijadas salas, que generaban el rechazo del público, y comenzó a edificar el mayor número de grandes recintos cinematográficos de toda Europa Occidental. Las malas ratios del pasado se transformaron radicalmente: ya ocupábamos los primeros puestos en número de pantallas por habitante, recaudación o asistentes al cine. España se consagró así no solamente como el país con mayor número de megaplexes, sino también como el cuarto gran mercado de la exhibición europea después de Francia, Alemania y Reino Unido e incluso por delante de Italia.

La explicación pormenorizada de este éxito y del fenómeno «multiplexing» que penetró con fuerza en Europa es uno de los grandes aciertos de este libro, que en sus orígenes pretendía abarcar una extensión mucho mayor, y que ahora da completa respuesta a un buen número de temas de los que solo unos cuantos estudiosos nos habíamos venido ocupando hasta el momento. Por ejemplo, el relativo fracaso de la digitalización de las salas de cine en España; el estudio de las grandes barreras de la asistencia al cine, fundamentalmente de la importancia que ha cobrado la variable precio; la destrucción de las monosalas y su rápida sustitución por modernos complejos cinematográficos; la llegada a España de un buen número de operadores extranjeros y su posterior retirada al convertirse la exhibición española en un mercado «maduro». Y en su vertiente más

histórica, pero absolutamente necesaria, el análisis de la evolución de las salas de cine desde la década de los sesenta hasta hoy, así como la profunda «categorización» de los modelos de circuitos de exhibición que han poblado la exhibición española de los últimos cincuenta años. Y, claro está, un detallado repaso de las consecuencias que para este sector ha tenido una crisis económica que se ha llevado por delante un elevado número de espectadores, alrededor de 50 millones; una disminución en la recaudación de unos 150 millones de euros y, paradójicamente, un escaso número de salas, a pesar de que un nada despreciable porcentaje de ellas no resultan hoy día rentables.

Esta profusión de datos y análisis ofrecidos por el autor se une a las necesarias comparativas que se establecen con otras grandes cinematografías —fundamentalmente, Estados Unidos / Canadá y la UE— y la utilización de una rica y variada documentación proveniente de archivos estadounidenses, franceses, ingleses, italianos o alemanes, con más de un centenar de cuadros y gráficos a disposición del lector. Una visión que encuentra además su perfecto complemento en una bibliografía nacional e internacional con una rigurosa selección de más de trescientas referencias.

Un trabajo tan exhaustivo que, casi necesariamente, debía partir de la realización de una tesis doctoral, que suele ser el mayor esfuerzo investigador que un docente universitario desarrolla a lo largo de su vida profesional. El resultado, por lo que a mí respecta, se ha saldado con la fortuna de haber propiciado la entrada en la academia universitaria de profesionales de dilatada y reconocida trayectoria, y que tan útiles pueden ser para la universidad española.

JOSÉ M.ª ÁLVAREZ MONZONCILLO

Introducción

En poco más de una década, desde comienzos de los noventa hasta los primeros años del siglo XXI, la exhibición española experimentó un cambio radical. Durante muchos años fue el sector más atrasado de la industria cinematográfica; casi impermeable a la inversión extranjera, que no veía razones para invertir en un sector tan fragmentado y en el que los desarrollos tecnológicos apenas desempeñaban un destacado papel. Los propietarios de cines —clanes familiares, en su mayor parte— disponían en la almendra central de las capitales españolas de un modelo de negocio estable y sin sobresaltos: activos inmobiliarios que, con el transcurso del tiempo, se iban revalorizando, mientras que ellos se limitaban a «cortar el cupón», quedándose con los rendimientos que les iba ofreciendo la explotación de las salas. Es decir, llevaban una gestión predecible, en extremo conservadora, y que, en muchos casos, apenas se diferenciaba de la típica gestión «patrimonialista». Pero este modelo de «palacio de cine», de sala de exhibición en barriada o núcleo rural, entró decididamente en crisis a partir de la década de los setenta, e hizo definitivamente aguas a partir de los ochenta y noventa con la irrupción de las televisiones privadas, el vídeo doméstico, las nuevas tecnologías y los cambios de gustos en el público.

Bien es cierto que, aunque la recesión cinematográfica ha durado más de treinta años, un período de crisis tan prolongado que, probablemente, no tiene parangón en ninguna industria del siglo XX (Palacio, 2005), los exhibidores de cine —al menos, los grandes núcleos familiares, no así los del medio rural— dispusieron de bastantes años para modificar ese obsoleto modelo de negocio. Pero ampa-

rados en la propiedad de las salas hicieron caso omiso de esta amenaza. A comienzos de los setenta, unos pocos reconvirtieron sus salas en multicines. Con la aparición del centro comercial La Vaguada-Madrid 2 (Familia Edeline) empezaron también a darse cuenta de que se abría una nueva vía de exhibición, y ya en la década de los noventa, las nuevas salas se trasladaron mayoritariamente a la periferia de las ciudades y los grupos familiares comenzaron, en su mayor parte, a desaparecer o a perder el protagonismo de antaño. Es decir, se produjo al fin la acomodación de oferta y demanda, que llevó aparejada una profunda transformación de la exhibición en España.

El rescate de las pantallas vino propiciado, precisamente, por la reconversión de los grupos de exhibición, justo a partir del año 1995, en el que comenzaron a entrar en crisis estos grupos familiares y el capital extranjero decidió recalar en España, ya fuese en forma de inversores institucionales, cadenas internacionales de exhibición o sociedades de capital riesgo. Pero ese hundimiento de la exhibición durante casi treinta años no resultó un fenómeno aislado, sino que fue debido a la nueva posición del cine en la estructura del ocio, «pues abandonó su lugar de predominio para convertirse en otra actividad más del mercado de ocio de masas» (Fernández Blanco, 1998).

Ahora bien, aun con ser ciertas estas afirmaciones, no existen estudios pormenorizados sobre los cambios de propiedad ocurridos en los circuitos españoles ni sobre las razones reales de la rápida desaparición de multitud de cines, ya que son pocas las *monosalas* que han logrado sobrevivir desde la época de los ochenta hasta hoy. Ni tampoco se explica en todas las publicaciones realizadas hasta la fecha por qué algunos grupos empresariales españoles, hasta hace pocos años muy capitalizados (Sánchez-Ramade, Reyzábal o Bautista Soler), decidieron diversificar sus negocios invirtiendo en otros sectores de actividad, cuando su dimen-

sión empresarial les hubiera permitido conseguir una posición clara de liderazgo en el sector de la exhibición.

Volumen de recaudación y número de espectadores descendieron durante casi treinta años de manera dramática, por lo que muchos locales de cine tuvieron que abandonar su actividad. Pero esta tendencia comenzó a invertirse, justo a comienzos de la década de los noventa, con la aparición de los grandes complejos de salas, lo que condujo a una rápida recuperación de la recaudación; de tal manera que, en 1995, los ingresos habían crecido ya un 31 por 100, y no dejarían de experimentar incrementos anuales continuos hasta el año 2004.

En cualquier caso, el hecho evidente es que, con la llegada de los multiplexes y megaplexes¹, la respuesta del público español y, en general, la de los públicos mundiales resultó muy positiva para la asistencia al cine. El público —aunque fuese ya muy diferente al de décadas pasadas— regresó de nuevo a las salas a lo largo de los noventa, y, en nuestra opinión, una de las razones evidentes —como trataremos de demostrar— que propiciaron esta vuelta fue la llegada de los complejos de cine a los centros comerciales, que ayudaron a desarrollar un nuevo tipo de espectador cinematográfico y una nueva oferta de ocio.

La implantación de complejos en centros comerciales ha sido tan decisiva para el sector que, según datos de la Asociación Española de Centros Comerciales (AECC), supuso un crecimiento de 2.213 pantallas entre los años 1993 y 2004, o lo que es lo mismo, la mitad de las pantallas existentes en el cine español.

Pero ¿cuáles fueron las causas fundamentales que se encuentran en este incremento de la asistencia al cine en España y en otros lugares del mundo? ¿Ha sido la irrupción de los megaplexes, situados en grandes centros comerciales, la causa directa de ello? O bien, ¿han existido también otra serie de factores (cambios en los gustos del público, nuevos *players* en la exhibición, mejores desarrollos tecno-