Índice

Agradecimientos 7

Prólogo, José María Álvarez Monzoncillo 9

Introducción 13

Capítulo primero. Los «hiperlugares»: de los orígenes de la exhibición a los «megaplexes» 23

1.1. La exhibición y sus constantes reinvenciones 23
1.2. El cine y su recepción en el centro comercial 26
1.3. Las nuevas salas de cine como lugar arquitectónico 28
1.4. La *tematización* de los nuevos espacios cinematográficos 31
1.5. El centro comercial como un «hiperlugar» 33
1.6. El desarrollo de centros comerciales en España 34

Capítulo 2. La economía de la exhibición 41

2.1. El componente inmobiliario de la exhibición 41
2.2. Ventajas/desventajas económicas de invertir en complejos de cine 45
2.3. Pantallas de cine y centros comerciales 48
2.4. La demanda de superficie de multiplexes y megaplexes y la regulación de los precios 53
2.5. El papel de las sociedades de capital riesgo 57
2.6. Relaciones distribución-exhibición 59
2.7. La economía de la distribución 61
2.7.1. Evolución del mercado de la distribución en España ... 65
2.7.2. Estrategias en la distribución de films 68

2.8. La integración vertical entre la distribución y la exhibición 70
2.8.1. Antecedentes: las *majors* 70
2.8.2. La integración vertical entre empresas 73
2.9. Las características diferenciales de la exhibición 75
2.10. El concepto de exhibidor y de sala cinematográfica 76
2.10.1. El concepto de «multiplex», «megaplex» y «cityplex».... 79
2.10.2. Características que debe reunir un multiplex/megaplex 82
2.11. Los costes e ingresos de una empresa de exhibición 84
2.12. El control de taquilla y las obligaciones administrativas: cuota de pantalla y cuota de distribución 89
2.13. Las ayudas a la exhibición 97
2.14. Los contratos exhibidor-distribuidor 98
2.15. La digitalización 102
2.15.1. Los antecedentes 104
2.15.2. Los costes económicos de la migración digital: ventajas y desventajas 106
2.16. El 3D: ¿la gallina de los huevos de oro? 110
2.17. Evolución de salas digitales en España y comparativa con otros países 113
2.18. Cambios tras la implantación digital 120

Capítulo 3. La transformacion del parque de salas de cine en la Unión Europea y Estados Unidos (1960-2013) 127

3.1. La evolución de la asistencia al cine en la Unión Europea y Estados Unidos (1960-1990) 127
3.1.1. Variaciones entre los años ochenta y noventa 130
3.2. La irrupción de los grandes complejos cinematográficos 133
3.3. La exhibición en Estados Unidos (1980-2013) 141
3.4. Etapas en la evolución de los mutiplexes y megaplexes en la Unión Europea 145
3.4.1. Los inicios de los multiplexes y megaplexes (1991-1998) 146
3.4.2. La consolidación de este modelo de negocio (1999-2005) 150
3.4.3. La situación actual 152

Capítulo 4. Cambios en el parque de salas de cine en España entre 1960 y 2013 161

4.1. Algunas precisiones metodológicas sobre el cine de los sesenta 162
4.2. Demografía y pérdida de espectadores en los años sesenta 169
4.3. El retroceso de la exhibición a partir de los años setenta y ochenta 171

4.4. La recuperación de salas en la década de los noventa 177
4.4.1. Primera etapa: 1990-1995 181
4.4.2. Segunda etapa: 1995-1997 182
4.4.3. Tercera etapa: 1998-2000 183
4.5. El parque español de salas en el siglo XXI 189
4.5.1. Un punto de inflexión: la exhibición desde el año 2005 197
4.5.2. La etapa actual 199

CAPÍTULO 5. Modelos de propiedad de salas de cine en España y tipología de los circuitos de exhibición 209

5.1. Modelos y fuentes utilizadas 210
5.2. Modelos de propiedad de salas de cine 211
5.3. Los circuitos españoles de exhibición en las décadas de los ochenta y noventa 216
5.4. Los circuitos españoles de exhibición a comienzos del siglo XXI 226
5.5. Los modelos actuales de propiedad 229
5.6. Fin del *boom* inmobiliario: los operadores extranjeros abandonan el mercado español 230
5.7. Tipología de operadores de cine en España 232
5.8. Tipología de operadores extranjeros 235
5.9. Tipología de operadores españoles 245
5.9.1. Modelos de base nacional 245
5.9.2. Modelos de ámbito regional y local 258
5.9.3. Operadores históricos 268
5.9.4. Modelos de «integración vertical» 269
5.9.5. Modelo de central de compras: ACEC 274
5.9.6. Circuitos inclasificables: Lux Cinemas 274
5.10. Situación actual: la transformación de los circuitos de exhibición 276

CAPÍTULO 6. Los públicos de multiplexes y megaplexes y las barreras que impiden una mayor asistencia al cine 279

6.1. La composición social de los públicos de cine en España 279
6.2. Los públicos de cine entre los sesenta y los ochenta 282
6.3. Los públicos de los años noventa 292
6.4. Los públicos del siglo XXI 296
6.4.1. El público de los multiplexes y megaplexes 298
6.5. Barreras al consumo de cine en salas 308
6.6. Consideraciones sobre la variable precio como barrera de consumo 314

Conclusiones 331

1. La asistencia al cine en España es patrimonio exclusivo de los grandes recintos 331
2. Únicamente es rentable un pequeño porcentaje de multiplexes y megaplexes 333
3. Un mercado cada vez menos «atomizado», aunque con menos atisbos oligopolísticos que en otras industrias culturales 335
4. Con la escasa digitalización de las salas, España ha perdido la oportunidad de seguir siendo una gran potencia en la exhibición europea 337
5. La existencia de multiplexes y megaplexes no ha incidido negativamente sobre la cuota de mercado del cine español 339
6. ¿Es la exhibición un sector maduro para la inversión? 340
7. Análisis DAFO 343
8. Las estrategias futuras del sector de la exhibición 346

Abreviaturas 353

Bibliografía 357