

EL FIN DE SEMANA PARA HOLLYWOOD, LOS LABORABLES PARA CINE EUROPEO

EL CINE DE PRESTIGIO TRIUNFA EN LOS DÍAS DE ENTRE SEMANA Y SE CONVIERTE EN UN SALVAVIDAS COMERCIAL FRENTE A LA INESTABILIDAD DEL FIN DE SEMANA. COMO MEDIA, EL CINE DE AUTOR RECAUDA UN 54% EN VIERNES, SÁBADOS Y DOMINGOS Y UN 46 EN DÍAS LABORABLES MIENTRAS EL DE CONSUMO MASIVO INVIERTE LOS PORCENTAJES, 72 FRENTE 28. REGRESA EL ESPECTADOR JOVEN Y SÉNIOR A LAS SALAS URBANAS DE PROXIMIDAD

por Pau Brunet

Lo más habitual de toda la vida ha sido que la taquilla de los días de entre semana haya tenido menos relevancia para la industria cinematográfica, excepto durante períodos vacacionales o grandes fenómenos. Durante el año pasado, esta tendencia ha experimentado interesantes cambios que aún se perciben en lo que llevamos de 2024, especialmente en lo que respecta al contenido cinéfilo y las salas de cine urbanas. Estos cambios parecen responder a varios factores relevantes. Por un lado, cambios en las políticas de precios de entradas, marcadas por campañas del Gobierno como los Martes Sénior, y por otro, mutaciones en los comportamientos de la audiencia tanto adulta como joven. Este reportaje explora esta nueva realidad, clave para muchas salas urbanas y de cine independiente y entender el nuevo panorama general. Para ello, se han consultado algunas voces de la exhibición independiente en España, así como hemos analizado datos proporcionados por Comscore. Excluyendo los días de vacaciones de Navidad, entre noviembre de 2023 y marzo de 2024, el ratio entre el fin de semana y los días de entre semana se situaba en 62:38, lo que significa que el 62% de la taquilla se generaba entre el viernes y el domingo. Este dato varía de manera considerable con el del mismo periodo

RECAUDACIÓN SEMANA VS FIN DE SEMANA NOV. 23 A MARZO 24

| SEMANA | FIN DE SEMANA | ENTRE SEMANA | TOTAL SEMANA |
|-----------------------------------|---------------|--------------|--------------|
| 27 - 02 Noviembre 2023 | 4.719.254 € | 5.656.062 € | 10.375.316 € |
| 03 - 09 Noviembre 2023 | 6.197.697 € | 2.268.637 € | 8.466.334 € |
| 10 - 16 Noviembre 2023 | 5.143.621 € | 1.809.612 € | 6.953.233 € |
| 17 - 23 Noviembre 2023 | 5.203.521 € | 1.985.273 € | 7.188.794 € |
| 24 - 30 Noviembre 2023 | 6.734.279 € | 2.510.157 € | 9.244.436 € |
| 01 - 07 Diciembre 2023 | 6.344.806 € | 8.088.309 € | 14.433.115 € |
| 08 - 14 Diciembre 2023 | 7.743.067 € | 2.266.870 € | 10.009.937 € |
| 15 - 21 Diciembre 2023 | 4.835.934 € | 3.200.120 € | 8.036.054 € |
| 22 - 28 Diciembre 2023 | 3.609.043 € | 7.797.639 € | 11.406.682 € |
| 29 Diciembre 2023 - 04 Enero 2024 | 3.907.204 € | 6.626.702 € | 10.533.906 € |
| 05 - 11 Enero 2024 | 3.757.041 € | 1.444.833 € | 5.201.874 € |
| 12 - 18 Enero 2024 | 4.705.301 € | 1.752.963 € | 6.458.264 € |
| 19 - 25 Enero 2024 | 4.880.911 € | 1.966.012 € | 6.846.923 € |
| 26 Enero - 01 Febrero 2024 | 4.913.730 € | 2.209.078 € | 7.122.808 € |
| 02 - 08 Febrero 2024 | 4.597.942 € | 1.937.625 € | 6.535.567 € |
| 09 - 15 Febrero 2024 | 4.667.140 € | 2.706.205 € | 7.373.345 € |
| 16-22 Febrero 2024 | 4.168.115 € | 1.857.400 € | 6.025.515 € |
| 23 - 29 Febrero 2024 | 4.665.080 € | 1.880.984 € | 6.546.064 € |
| 01 - 07 Marzo 2024 | 6.135.541 € | 2.366.692 € | 8.502.233 € |
| 08 - 14 Marzo 2024 | 6.892.531 € | 2.029.448 € | 8.921.980 € |

Fuente: Comscore

de 2022 y 2023, cuando el ratio se situaba en 69:31. Se puede observar por tanto un importante aumento en la afluencia de estos días laborables en el conjunto de la semana; sin embargo y lo más relevante es que es clave para el aumento de los ingresos totales. Durante el periodo de 2023-2024, el total de la taquilla fue de 139 millones de euros. De este total, 86 millones se recaudaron durante el fin de semana y 53 millones entre semana. Si bien los 86 millones son casi idénticos a los 83 millones de 2022-2023, los 53 millones generados entre lunes y viernes suponen un aumento clave con respecto a los 37.6 millones del periodo anterior. Aunque la diferencia no sea tan grande con los datos anteriores a la pandemia que a lo sucedido el año pasado, sí vemos que no es que se haya vuelto “a lo de antes” ya que en ese período el ratio del fin de semana solía estar entre el 65 y el 70 por ciento. Por tanto, vemos cómo ese 62:38 del tramo temporal que va de noviembre 2023 a marzo 2024 supone un cambio de tendencia en el que destaca el creciente papel de las salas de cine urbanas, las cuales han aumentado considerablemente sus acciones, promociones, y actividades culturales en sus espacios. De hecho, analizando el detalle del producto de corte más autoral o independiente que se proyecta principalmente en estos cines también conocidos como “de proximidad” se observa cómo el ratio de

entre semana se sitúa en 54:46, mientras que un cine más orientado a la familia, acción o comedia romántica proyectado de forma masiva presenta un ratio medio de 72:28.

ÉXITO DE LAS SALAS URBANAS

Esta tendencia, por tanto, se observa mucho más en cines urbanos de cercanía, como los Renoir de Madrid y Barcelona, los Príncipe de San Sebastián, o los Embajadores de Madrid, que en cines periféricos o centros comerciales destinados a un cine más masivo y familiar. Hay una diferencia crucial entre ambos que sirve para entender estos nuevos hábitos, con el tipo de película (de Hollywood o consumo masivo o de tipo más

autoral) como elemento crucial diferenciador. El cine español de prestigio es un buen ejemplo de este comportamiento. Por ejemplo, *O Corno* (Elastica Films), de Jaione Camborda, estrenó en octubre y generó el 51% de sus ingresos entre lunes y jueves, equivalente a 209.000€. *Cerrar los ojos* (Avalon Cine), de Víctor Erice, y *El maestro que prometió el mar* (Filmax), de Patricia Font, generaron el 49% de sus ingresos entre semana. En el caso de la última, esta cifra equivale a 830.000€, y gran parte de este éxito se debe a cómo el filme de Font tuvo fuerza durante los festivos de diciembre y enero, pero también un extraordinario comportamiento en los días laborables. En el cine internacional también se >



RECAUDACIÓN SEMANA VS FIN DE SEMANA OCT.22 A MARZO 23

| SEMANA | FIN DE SEMANA | ENTRE SEMANA | TOTAL SEMANA |
|-----------------------------------|---------------|--------------|--------------|
| 28 Octubre - 03 Noviembre 2022 | 4.442.860 € | 3.536.075 € | 7.978.935 € |
| 04 - 10 Noviembre 2022 | 3.955.007 € | 1.541.771 € | 5.496.778 € |
| 11 - 17 Noviembre 2022 | 5.556.064 € | 2.011.007 € | 7.567.071 € |
| 18 - 24 Noviembre 2022 | 4.119.282 € | 1.188.124 € | 5.307.406 € |
| 25 Noviembre - 01 Diciembre 2022 | 2.867.084 € | 1.079.797 € | 3.946.881 € |
| 02 - 08 Diciembre 2022 | 3.766.308 € | 4.683.939 € | 8.450.247 € |
| 09 - 15 Diciembre 2022 | 3.051.139 € | 892.911 € | 3.944.050 € |
| 16 - 22 Diciembre 2022 | 8.720.970 € | 5.535.299 € | 14.256.269 € |
| 23 - 29 Diciembre 2022 | 4.810.873 € | 11.238.637 € | 16.049.510 € |
| 30 Diciembre 2022 - 05 Enero 2023 | 4.655.560 € | 7.915.440 € | 12.571.000 € |
| 06 - 12 Enero 2023 | 8.577.534 € | 2.533.800 € | 11.111.334 € |
| 13 - 19 Enero 2023 | 5.911.435 € | 1.946.884 € | 7.858.319 € |
| 20 - 26 Enero 2023 | 5.329.797 € | 1.798.832 € | 7.128.629 € |
| 27 - 02 Febrero 2023 | 5.096.442 € | 1.892.711 € | 6.989.153 € |
| 03 - 09 Febrero 2023 | 4.599.584 € | 1.546.084 € | 6.145.668 € |
| 10 - 16 Febrero 2023 | 4.411.591 € | 1.941.490 € | 6.353.081 € |
| 17 Febrero - 23 Marzo 2023 | 4.978.143 € | 2.122.749 € | 7.100.892 € |
| 24 - 02 Marzo 2023 | 5.375.977 € | 2.276.766 € | 7.652.743 € |
| 03 - 09 Marzo 2023 | 5.759.176 € | 1.938.669 € | 7.697.845 € |
| 10 - 16 Marzo 2023 | 5.066.405 € | 1.723.340 € | 6.789.745 € |

Fuente: Comscore

observan comportamientos similares, como el caso de *Vidas pasadas* (Elastica Films y Wanda Vision), de Celine Song, que generó el 51% de sus ingresos, 646.000€, entre lunes y jueves. Como en el ejemplo de *El maestro...*, *Vidas pasadas* también se benefició de jornadas festivas que cayeron entre semana como el puente de la Constitución a principios de diciembre. Pero no todo depende de estos festivos. *Perfect Days* (A Contracorriente), de Wim Wenders, o *La zona de interés* (Elastica Films y Wanda Vision), de Jonathan Garner, generaron el 43% de sus ingresos entre semana, un porcentaje que contrasta con el de *Madame Web* (Sony), de S. J. Clarkson, que solo tuvo un 36% de sus ingresos entre semana, en parte gracias a su estreno en festivo, o *Cualquiera menos tú* (Sony), de Will Gluck, que apenas recaudó un 32% de sus espectaculares 6 millones entre lunes y jueves.

EL ESPECTADOR CINÉFILO

Hablar de la diferencia de ingresos entre el fin de semana y los días de entre semana incluye de manera inevitable entender tanto los comportamientos de los espectadores como la sala de cine como centro cultural de una zona o barrio. Para **Octavio Alzola**, responsable de programación de los cines Renoir, los días de entre semana son clave para las actividades cinéfilas como preestrenos o presentaciones especiales como el Proyecto Viridiana, una actividad que también incluye coloquios de cine de autor

nacional e internacional. “Entre semana, tanto distribuidoras como nosotros apostamos por un trabajo directo con la comunidad cinéfila para incentivar el boca oreja de los títulos en cartelera y, sobre todo, los que vienen”, indica Alzola. Por esta razón, es habitual observar cómo algunas películas que se venden directamente al sector cinéfilo mantie-

nen importantes ingresos en estos días. Desde los Cines Embajadores coinciden en esta relación directa con los espectadores como clave de una alta afluencia entre lunes y jueves. Según **Fernando Lobo**, responsable de comunicación y programación de los Embajadores, “tenemos una responsabilidad con el barrio de ofrecer un contenido variado que responda a los intereses cinéfilos”. En este punto, Lobo alude a cómo el espectador habitual de todas las edades es consciente de cuáles son las películas del momento, cada uno a través de los canales de comunicación que usa, y eso crea una demanda que va más allá del fin de semana. Esta audiencia cinéfila y consciente de los precios especiales y las actividades como coloquios que hay entre semana ha respondido de forma importante. Para Lobo, también es importante resaltar la “edad dorada” de un cine independiente que es el que ha estado más presente en medios y redes y, como consecuencia, en los días de entre semana llegaban sorprendentemente a ocupar la mitad de los diez primeros puestos del ranking de Comscore.



Uno de los cambios que ha potenciado este cambio de forma más decisiva ha sido la iniciativa de los Martes Sénior que el Instituto de Ciencias Cinematográficas y Audiovisuales, ICAA, inició el pasado verano. El programa de entradas de cines a 2€ para mayores de 65 años se puso en marcha para recuperar a una audiencia que tradicionalmente llenaba las salas de cine entre semana. La medida fue un relevante éxito que vendió casi un millón de entradas entre junio y diciembre, pero más importante es que realmente generó un hábito. Durante los primeros meses de 2024, se ha podido observar un mantenimiento de los espectadores “sénior”, como indican desde los cines Renoir y Embajadores, algo que se ha traducido en el fuerte impacto de productos de autor y prestigio como *Perfect Days*, *La zona de interés* o *Los niños de Wilton* (Diamond Films), de James Hawes. En parte, el mantenimiento se ha podido generar por otras ofertas y formas de fidelización, pero se espera que la vuelta del Martes Sénior refuerce aún más esta tendencia. Esta recuperación es clave no solo para una audiencia im-



portante de las salas, sino para muchas distribuidoras que han seguido apostando por un producto muy diseñado para estos sectores de la población.

EL REGRESO DE LOS JÓVENES

Otro factor que han destacado algunos de los cines y distribuidores contactados es la presencia de un público joven en las salas de cine de autor. “El repunte del sector menor de 30 años ha sido una gran noticia”, indica Alzola. “De repente, vemos una nueva corriente de *influencers* en las redes sociales que defienden un cine de calidad y de autor”. Esta nueva generación de cinéfilos está muy influenciada por un nuevo ecosistema cinematográfico en el que la experiencia cinematográfica convive con las redes sociales y el consumo doméstico desde plataformas. Lobo, por ejemplo, señala que el sector joven consume mucho contenido pero es consciente de lo que está de moda más allá del gran producto comercial y esa marca fuerte en redes sociales hace que haya habido tantos jóvenes viendo películas como *Anatomía de una caída* o *Desconocidos*. En esto último, es muy interesante especular sobre lo que se podría denominar la “Generación Filmin”.

El impacto en años recientes de Filmin hacia buscar un consumidor joven podría ser una de las claves para haber generado una audiencia antagonista al consumidor Netflix, más familiar y centrado en una relación cinematográfica basado en el esquema de “estreno-evento”. Por ejemplo, Avalon Cine vivió un éxito sin precedentes con el nuevo filme de Aki Kaurismaki, *Fallen Leaves*. La película alcanzó los 773.000€, de los cuales 388.000€ (el 50% del total) se generó entre lunes y jueves. En gran parte, las vacaciones de Navidad fueron

clave, pero el impacto en redes sociales de la película fue muy relevante y poco común en el cine de este director. La película de Alexander Payne, *Los que se quedan* (Universal), también fue un éxito entre semana, generando un 40% de sus ingresos, lo que algunas salas reconocen identificar con una audiencia más joven de lo esperado. Además, tanto Renoir como Embajadores aseguran que la carrera de los premios de este 2023-2024, desde los Goya a los Oscar, ha sido muy seguida e influyente en la taquilla, y el peso en redes sociales ha generado un ruido que no se veía en años.

Gracias a estos cambios de tendencia que influyen la recuperación del sector adulto y la aparición de un nuevo perfil de cinéfilo joven, algunos títulos gozaron de una segunda oportunidad durante el martes y el miércoles para remediar flojos ingresos durante el fin de semana. Algunos ejemplos son los casos de *Creatura* (Avalon Cine), de Elena Martín, o *Teresa* (Bteam Pictures), de Paula Ortiz. La primera generó más de la mitad de su total durante los días de entre semana, lo que fue clave para su cifra final, ya que pese a los no gloriosos 44.700€ de su estreno, terminó multiplicando por más de cuatro gracias a los 114.000€ que recaudó entre semana. En el caso de *Teresa*, el dato del lunes a jueves le permitió añadir un 46% de su total, 87.000€, dejando un sabor de boca menos amargo que el que generó su estreno. Es resaltable que este cambio de tendencia se debe al enorme esfuerzo que han hecho tanto cineastas como distribuidoras y salas de cine para fomentar los pases con coloquio, un elemento crítico para llenar salas y, de forma colateral, seguir fomentando y alimentando una comunidad cinéfila necesaria para los cines.



©Sony Pictures (1); A24 (1)

