

Títulos

Transformación del consumo cinematográfico y su impacto en la asistencia a salas de cine en España

¿Crisis en las salas de cine? Cómo están impactando a la industria las nuevas alternativas de consumo audiovisual

Resumen

Propósito:

Analizar cuál ha sido la evolución de las alternativas de consumo cinematográfico en la industria de las salas de cine y su impacto en ésta.

Metodología:

Los datasets tratan sobre eventos reales, por lo que se ha buscado información en fuentes oficiales del ámbito audiovisual. Ha sido posible encontrar parte de los recursos directamente en formato csv, pero con otros ha resultado imposible y se ha tenido que recurrir a transformar a csv gráficos insertados en artículos de webs o en archivos pdf.

Resultados principales:

Los resultados muestran algunos aspectos de la evolución histórica, como que los formatos físicos posiblemente influyeron en la asistencia en una franja limitada de años, pero el mismo se fue diluyendo hasta prácticamente desaparecer, o que el formato de Streaming está creciendo a un ritmo muy rápido y en estos últimos años parece estar condicionando la asistencia a las salas de cine.

Conclusiones:

Se aprecia que la industria de las salas de cine se está defendiendo frente a los cambios de consumo a través de la renovación en forma digital de sus infraestructuras, por lo que podría ser posible que los próximos años experimentara una estabilización de su asistencia. Las salas deben ofrecer un valor añadido respecto a la experiencia doméstica si quieren sobrevivir en estos tiempos de evolución de los formatos de reciente aparición.

Introducción

Años atrás, la única forma de consumo de cine era a través de las salas de cine, pero en las últimas décadas han surgido nuevos métodos de consumo audiovisual que han resultado competencia seria para la industria, primeramente los formatos físicos y años después el Streaming. El propósito de este análisis es comprobar cómo han afectado estas nuevas alternativas de visionado a la asistencia a las salas de cine.

Este estudio es importante, ya que la industria audiovisual se está actualizando muy rápidamente y, como respuesta a los resultados, las salas de cine han necesitado renovarse para combatir la amenaza que suponen, especialmente el Streaming en estos últimos años.

Metodología

La intención inicial era conseguir la información directamente en formato excel o csv para posteriormente limpiar y hacer las operaciones pertinentes de modificación de dataset y ya trabajar sobre ello, pero, salvo por dos csv utilizados en el proyecto, el resto de recursos tuvieron que ser obtenidos de gráficos de fuentes oficiales o datasets incluidos en archivos pdf para posteriormente ser transformados a csv.

Herramientas y técnicas utilizadas:

Se ha trabajado con Power Bi para la realización de los reportes.

Se ha utilizado Power Query para las siguientes tareas:

- Modificación de algunas tablas, en las cuales se tuvieron que realizar tareas de despivote de columnas para poder trabajar correctamente con los años.

- Suprimir información no relevante, como por ejemplo eliminar el primer registro de cada año cuando la información se presentaba por semestres para quedarse con la información del final de año.
- Unir (merge) los datasets “recaudacion_2004_2024” y “precio_medio_entrada_2004_2024”, ya que trabajan con los mismos años.

Resultados

Unidades vendidas: Se observa una fase de crecimiento hasta 2005, posteriormente desciende dentro de cierta estabilidad hasta 2007 para finalmente reducir notablemente las ventas.

Unidades alquiladas: Presenta un valor inicial de cerca de 4 mill. de unidades alquiladas en 2002, para alcanzar su pico máximo al año siguiente superando los 4 mill. y posteriormente experimentar una reducción progresiva hasta descender a 235000 unidades.

Recaudación de venta: Asciende a su pico máximo en 2004 con 300000 € para luego experimentar una reducción notable al año siguiente. Parece haber una recuperación en 2007 para luego volver a bajar los siguientes años, hasta llegar a 58000 €.

Recaudación de alquiler: Alcanza su máximo en 2003 y en los años posteriores desciende hasta llegar a los 4000 € recaudados.

Porcentaje de hogares con servicio de Streaming contratado: En 2016, 1 de cada 10 hogares tenía un servicio de Streaming contratado. El porcentaje subió rápidamente año tras año hasta alcanzar un 63,31 %, lo cual significa que aproximadamente 6 de cada 10 hogares tienen Streaming.

Número de plataformas por hogar: La tendencia de consumo se mantiene estable con dominio de 1 plataforma por hogar durante los dos años.

Evolución de la asistencia a salas de cine: De 1968 a 1988 hay un descenso drástico de la asistencia, para posteriormente iniciar una estabilización con tendencia a la subida hasta 2004, donde inicia nuevamente una bajada que culmina en 2013 para posteriormente volver a estabilizarse. En 2020 presenta un descenso marcado para luego volver a ascender hasta 2024.

Precio de la entrada: Se observa una subida constante hasta 2010 y posteriormente se estabiliza durante 4 años. En 2014 experimenta un descenso bastante acusado y permanece en ese rango hasta 2019, para después iniciar de nuevo un incremento gradual hasta 2024.

Recaudación: El primer pico de recaudación se aprecia en 2007, para posteriormente descender levemente hasta 2009, momento en el que vuelve a iniciar una subida que culmina en 2014 para después bajar nuevamente de manera más sutil. En 2019 alcanza su máximo en esta franja de años, pero el siguiente año desciende dramáticamente (un 46%).

Gráfico de dispersión: Se aprecia que hay una correlación negativa leve entre el precio de la entrada y la recaudación.

Número de pantallas por año: Hay una subida drástica hasta 2005, con 4440 pantallas, para descender dramáticamente los años posteriores hasta llegar a 3820 pantallas, una bajada aproximada del 14%.

Pantallas digitales: Entre 2014 y 2019, las pantallas se estabilizan a aproximadamente 3500, mientras que el porcentaje de pantallas digitalizadas asciende en esta franja de años de aproximadamente un 85% a un 99%, es decir, prácticamente la totalidad de pantallas.

Relación entre la digitalización de las salas y la asistencia al cine: Se observa una correlación positiva, con unos ligeros outliers los años 2017 y 2018

Pantallas habilitadas para proyección 3D: En 2014, el total de pantallas a nivel nacional habilitadas para este sistema asciende a 850, cantidad que asciende año tras año hasta alcanzar en 2019 una cifra de 963 pantallas.

Discusión

Las **unidades vendidas (DVD y Bluray)** ascienden en 2005, posiblemente debido a que los reproductores de DVD comenzaban a ser asequibles, lo que podría haber favorecido un aumento en la adquisición de películas. Posteriormente llegó el auge de la piratería, y ésto junto con la crisis económica de 2008, podría haber contribuido la caída que se aprecia hasta 2013. En cuanto a las **unidades alquiladas**, la tendencia es la misma, afectada por los mismos factores que las unidades vendidas.

La **recaudación** alcanza su máximo en 2004, posiblemente debido a un encarecimiento de las copias, ya que no es el año con mayores ventas, como muestra el gráfico anterior. En 2005 se observa un descenso, pese a que se trata del año con más unidades vendidas, lo que sugiere que pudo haber una bajada de precio de los formatos físicos. Posteriormente la recaudación también se pudo ver afectada por los mismos factores que las unidades vendidas (piratería y crisis), lo que provocó su caída. Los mismos motivos aplican a la recaudación del alquiler.

En 2016, la **adopción del Streaming** todavía no era significativa, probablemente porque aún existían pocas plataformas y no eran muy populares en ese momento. Conforme pasan los años y aparecen plataformas nuevas y se consolidan las ya establecidas, se observa una subida drástica año tras año, pasando de un 12% a un 63%, lo cual significa que la adopción final se establece en 6 de cada 10 hogares, lo cual representa un crecimiento notable en apenas 8 años.

El número de **plataformas por hogar** se mantiene estable en todo el período de 2023 y 2024, sugiriendo que la población se encuentra satisfecha con solo una plataforma, ya que el catálogo de entretenimiento de un solo servicio es extenso. Por este motivo, realmente no marca la diferencia si se contratan 1 o más plataformas por hogar, lo verdaderamente importante es que la adopción de este sistema es amplia.

Desde 1968 hasta aproximadamente 1988 la **asistencia a salas de cine** cayó drásticamente, probablemente debido a una combinación de al menos dos factores: por una parte, la población comenzaba a adquirir televisores y las salas dejaron de convertirse en formato único de visionado de cine, y por otra parte, aparecieron nuevos formatos, como los reproductores BETA y VHS, los cuales provocaron el auge de los videoclubs. Durante los 90 la asistencia se estabilizó debido a la apertura masiva de centros comerciales por todo el país, un fenómeno que se extendió hasta mediados de la década de los 2000. A principios de los 2000 apareció la piratería digital, la cual se fue popularizando en los siguientes años y, junto con la crisis económica, pudo contribuir al descenso observado de 2005 a 2013. De 2013 a 2019 se observa un ligero repunte, posiblemente causado por la implementación masiva de experiencias premium (salas digitales, sistema 3D más sofisticado, mejor calidad de sonido...) las cuales pudieron servir de claro reclamo para el espectador. En 2020 se observa una caída en la asistencia de aproximadamente el 74% respecto al año anterior, un hecho claramente provocado por la pandemia de COVID-19. A partir de este año, la asistencia ha recuperado cierta estabilidad pero no ha alcanzado los niveles pre-pandemia.

El **precio de la entrada** experimentó un crecimiento de 2004 a 2010, estabilizándose en máximos durante los siguientes 4 años. Toda esta franja de años (2004 a 2013) coincide con un declive en la asistencia a las salas, por lo que el precio puede ser un gran condicionante en ésta. En 2014 hay una bajada del precio bastante acusada, hecho que coincide con un repunte en la asistencia. El precio se mantiene estabilizado hasta 2019, período en el que se observa otra ligera subida en la asistencia. Los siguientes años el precio asciende hasta llegar, en 2024, al precio máximo del período del dataset. La subida de precio post-pandemia puede haber influenciado en la imposibilidad de alcanzar niveles de asistencia pre-pandemia. En 2024, año del máximo precio, se observa un declive en la asistencia. La **recaudación** se mantiene al alza hasta 2014, momento en el que alcanza un máximo, el cual coincide con una bajada drástica de precio. El segundo pico de recaudación se produce en 2019, año en el que también se experimenta una bajada de precio. Este fenómeno sugiere que la bajada del precio de la entrada es un gran aliciente para el público a la hora de asistir a las salas de cine. En cuanto a la relación del precio de la entrada con la recaudación, se puede ver una correlación negativa débil, indicando que cuanto mayor es el precio, menor es la recaudación, fenómeno que corrobora los aspectos previamente mencionados.

El **número de pantallas** totales alcanza su máximo en 2005, posiblemente debido a la expansión y consolidación de los centros comerciales. Posteriormente desciende dramáticamente hasta llegar a una cifra de 3820, un 14% menos que en

su pico más alto, probablemente debido a que se trata de la época de transformación digital y había que reducir pantallas para poder asumir los gastos que suponía este proceso.

De 2014 a 2019, el número de pantallas se estabiliza alrededor de 3500 y se puede observar claramente que el número de **salas digitales** asciende drásticamente hasta que en 2019 alcanza prácticamente el 100% de salas digitalizadas. La relación entre la digitalización de las salas y la asistencia al cine muestra una correlación positiva, por lo que, aunque este factor no implica causalidad, sí que podría ser uno de los motivos por los que se observa un ascenso en la asistencia durante este período.

Durante el mismo rango de años que el gráfico anterior, se refleja un ascenso acusado del número de **salas habilitadas para proyección 3D**, aumentando en sólo 5 años un 13% aproximadamente, lo cual deja ver una adaptación y actualización de la industria como método para combatir la competencia surgida.

Conclusión

Se observa un descenso en la asistencia a las salas de cine influenciado por cambios en los hábitos de consumo audiovisual, especialmente el Streaming, cuya aceleración en su adopción se vio claramente influenciada por la pandemia.

Para defenderse del desafío real que supone este formato para la industria, ésta ha optado por digitalizar sus infraestructuras y establecer alternativas premium para ofrecer una experiencia diferenciada respecto al consumo doméstico.

Otro factor que ha influido en la asistencia ha sido el precio de la entrada, ya que se observa que en la franja de años donde el precio sube, la asistencia baja, y, por el contrario, cuando el precio desciende y se estabiliza, la asistencia vuelve a ascender. También se percibe un fenómeno muy revelador, y es que los años en los que el precio desciende, la recaudación sube, lo que sugiere que es un factor que condiciona claramente al consumidor.

En definitiva, los resultados reflejan una transformación del modelo de consumo audiovisual que no implica la desaparición de las salas de cine, sino su adaptación a un entorno en constante evolución.

Referencias bibliográficas

- Fundación SGAE. (2020). Anuario SGAE de las Artes Escénicas, Musicales y Audiovisuales. [05_CINE.pdf](#)
- Ministerio de cultura y deporte. (2025). Anuario de estadísticas culturales. [Anuario de Estadísticas Culturales 2025](#)
- Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia. (2024). Histórico del Panel de Hogares. [CNMC Data](#)
- Cine&Tele. Información sociocultural. <https://www.cineytele.com>