



ALEJANDRO RAMÍREZ:
EM BREVE, NA
AMÉRICA DO SUL

NOVA BILHETERIA

A mexicana Cinépolis olha para o Cone Sul e sonha com o Brasil em busca de novos negócios

ARLY FAUNDES, CIDADE DO MÉXICO

ALEJANDRO RAMÍREZ não é um cinéfilo qualquer. Quando vai ao cinema, presta muita atenção no tamanho da fila para comprar o ingresso e cronometra o tempo da operação. Fica na fila das lanchonetes para avaliar o atendimento e visita os banheiros para ver se estão limpos. E quando está vendo o filme se preocupa mais com a qualidade da imagem e do som e analisa o que fazer com a temperatura das salas.

É que, como presidente da Organizaciones Ramírez, proprietária da Cinépolis, maior operadora exibidora de filmes da América Latina, o mexicano de 37 anos não só mergulha nas histórias dos filmes, mas em todos os detalhes da projeção. "É preciso pensar na experiência completa de ir ao cinema e antecipar as necessidades dos clientes", explica.

Um hábito que foi se desenvolvendo à medida que a Cinépolis começou a dominar o mercado mexicano de exibição de filmes (atualmente, detém 39,7% das salas, que somavam 3.672 no final de 2006, 52,2% dos lucros da indústria nacional e 49,3% do público) e entrou nos mercados de Panamá, Guatemala, Costa Rica e El Salvador. No total, possui 1,7 mil salas, o que a torna a maior rede da América Latina e a quinta maior do mundo, depois de Regal Entertainment Group, AMC Theatres, Cinemark e Carmike Cinemas. Entretanto, para Ramírez, esse é só o primeiro capítulo de seu plano de expansão latino-americana. Em 2008, ele avançará até a América do Sul com sua estréia em Bogotá, Colômbia.

Em abril a Cinépolis instalará nove salas no centro comercial Los Hayuelos, em Bogotá, nas quais investirá US\$ 4,5 milhões na primeira etapa e não descarta abrir novos locais. "A Colômbia está entre os mercados mais atraentes porque está crescendo muito rápido e é um mercado relativamente pouco explorado", explica Ramírez. Segundo dados do Ministério da Cultura da Colômbia, o país tem 487 salas de cinema para 40 milhões de habitantes, com uma frequência de 0,4 vez por ano por pessoa. "Há espaço para o crescimento em Bogotá, bem como em várias cidades do país que não têm salas comerciais", diz David Melo Torres, diretor do Departamento de Cinema do Ministério da Cultura da Colômbia. Lá, a Cinépolis vai concorrer novamente com

a norte-americana Cinemark, mas sua principal rival será a cadeia local Cine Colômbia, que detém 37,8% do mercado em número de salas e mais de 50% em bilheteria. "A chegada da Cinépolis vai dinamizar o mercado", declara Gilberto Gallego, gerente comercial da Cine Colômbia, que confia no potencial da indústria em seu país.

PASSAGEM PARA O BRASIL

A entrada em um mercado novo é um exercício necessário para Ramírez, que ainda obtém a maior parte de seus lucros no mercado mexicano. Não que o México seja um mercado ruim. De acordo com números da distribuidora 20th Century Fox Latin America, o país é seu mercado mais importante, com 40% dos lucros regionais. Além disso, seus espectadores têm a maior frequência de idas ao cinema, com 1,6 vez por ano por habitante, seguidos pelos argentinos, com 0,9. São números minúsculos em comparação com as 4,9 vezes por ano que se vai ao cinema na Islândia e as 4,7 vezes nos EUA, mas é preciso considerar as realidades econômicas e a influência negativa da pirataria na região. "Mas é um mercado limitado: a demanda por salas no México tem um limite de 4.800", afirma Ramírez. Só com as 450 que a Cinépolis quer inaugurar entre este ano e o próximo, o mercado poderia ficar rapidamente saturado.

Ainda que Alejandro Ramírez garanta que não há planos concretos para ingressar em outro país da América do Sul, afirma que o próximo passo natural seria o Brasil. Com 190 milhões de habitantes e cerca de 2 mil salas, a demanda no Brasil está longe de ser preenchida, o que, segundo Ramírez, influi diretamente no pequeno número de público de cinema. "A Cinépolis vende tantas entradas quanto o total que a indústria vende no Brasil", afirma Ramírez, referindo-se aos 87 milhões de entradas que sua companhia vendeu em 2006. "E a frequência no Brasil é de apenas 0,5 vez por ano, a mesma que tinha o México há 14 anos, quando não havia tanta oferta de salas modernas." Patrícia Balvanera, gerente de vendas da 20th Century Fox Latin America, concorda: "O Brasil precisa

de muitas salas."

Mas, como todo bom roteiro, a história de Ramírez também teve fracassos no meio do caminho, como quando em julho a Organización Ramírez tentou adquirir a Cine Hoyts, que atua no Chile, Argentina, Uruguai e Brasil. A licitação foi ganha pelo fundo norte-americano Linzor Capital Partners - dos chilenos Alfredo Irgoin

e Tim Purcell -, que ficou com 85% da Hoyts e se associou à família venezuelana Ulivi, controladora dos Cines Unidos de Venezuela, que possui os 15% restantes. "Analisamos o Chile e a Argentina naquele momento porque apareceu a oportunidade, mas não porque fosse a ordem com a qual queríamos crescer."

Fora da região, Ramírez diz que está analisando a Índia, porque é um mercado muito atraente, mas que por enquanto vai se esforçar nos mercados em que já estão e na Colômbia, ainda que isso signifique atacar os segmentos mais populares e com preços mais baixos, como fará no sul do México. "Pensamos em ir para a base da pirâmide com a mesma tecnologia e poltronas, já que por sua natureza o segmento mais alto é muito menor", diz Ramírez.

Na América do Sul, eles começarão com os setores de mais recursos replicando seus serviços inovadores. Há cinco meses, a Cinépolis lançou o Cineticket Móvil para comprar ingressos pelo telefone celular por intermédio de mensagem SMS com o código de barra da entrada, o que permite ao cliente ir diretamente para as salas, sem passar na bilheteria. Na Cidade do México há também o Cinema Park, um parque de entretenimento e educativo com seis salas de cinema que permite a interação dos usuários com as telas. Além disso, a Cinépolis foi a primeira a trazer as salas VIP para a América Latina, com espreguiçadeiras de couro e mesas laterais, serviço de lanches, sushi, bebidas além das clássicas pipocas, crepes e café gourmet "na poltrona", além de assentos numerados.

Mas Ramírez sabe que as novidades não podem ficar por aí. Por isso, o jovem líder do World Economic Fórum também está muito interessado na transição para o cinema digital e para a tecnologia 3D, que já começou em sua empresa com telas Imax. Ramírez garante que isso marcará o futuro e será o diferencial de sua indústria. Mas ele também sabe que não será fácil por causa dos altos custos da troca dos projetores de 35 milímetros pelos digitais. Seja como for, o roteiro de Ramírez já está definido e tem três dimensões: novos mercados, serviços agregados e digitalização. •

Vamos ao cinema?

SALAS DOS MAIORES EXIBIDORES POR PAÍS

PAÍS	COMPANHIA	Nº. SALAS
ARGENTINA	HOYTS	87
	VILLAGE	79
	CINEMARK	78
	SHOWCASE	74
TOTAL		318
BRASIL	CINEMARK	357
	SEVERIANO RIBEIRO	198
	UCI BRASIL	69
TOTAL		624
CHILE	CINEMARK	91
	HOYTS	49
	CINEMUNDO-CHILEFILMS	31
TOTAL		171
COLÔMBIA	CINE COLOMBIA	184
	PROCINAL	92
	CINEMARK	62
TOTAL		338
MÉXICO	CINÉPOLIS	1,540
	CINEMEX	478
	MMC CINEMAS	801
	CINEMARK	283
TOTAL		3,102
PERU	CINEPLANET	106
	UVK CINEMAS	40
	CINES STAR	57
	CINEMARK DEL PERÚ	37
TOTAL		240
VENEZUELA	CINES UNIDOS	168
	CINEX	134
TOTAL		302

FONTE: 20TH CENTURY FOX