



Mercado

Cinépolis® es la compañía cinematográfica más grande en América Latina, y la cuarta a nivel mundial. Actualmente opera más de 2,200 salas en más de 230 conjuntos, ubicados en 70 ciudades de México y siete países de Centro y Sudamérica: Guatemala, Costa Rica, Panamá, El Salvador, Honduras, Colombia y Perú.

Cinépolis® ha incursionado en nuevos mercados, traspasando la barrera del idioma: en Brasil y, por primera vez, en el continente asiático, al iniciar operaciones en India.

La compañía, que se mantiene como una de las empresas con mayor participación dentro del mercado de la industria de la exhibición en el mundo, ha generado más de 15 mil empleos, lo cual le ha valido, por tercer año consecutivo, el título de Súper Empresa, y por séptimo, como Empresa Socialmente Responsable.



género, diseñadas para brindar una atención especial y personalizada, con lujo y confort de primera clase, además de una amplia carta de consumo en alimentos y bebidas nacionales e internacionales.

Ha creado Club Cinépolis®, un programa de lealtad pionero en su género con más de 56 mil socios activos hasta el 2010, que siguen a la marca a través de la acumulación de beneficios por consumo.

Para facilitar la compra de boletos y crear un sistema de reservación existe Cineticket®, un servicio vía telefónica que actualmente opera en la Ciudad de México, Monterrey, Guadalajara, Puebla, Morelia y Toluca, mientras que por Internet y dispositivos móviles, la cobertura es a nivel nacional. Así el público tiene la opción de asegurar su lugar en la función de su elección desde la comodidad de su hogar o lugar de trabajo.

Dentro y fuera de las salas, el público puede deleitarse con clásicos y novedosos *snacks*, variados alimentos, productos de dulcería y una extensa gama de bebidas,

para lo cual están: Dulcópolis®, un lugar divertido y con una amplia selección de dulces a granel; Coffee Tree®, cafeterías con un concepto orgánico y de descanso para disfrutar de alimentos y bebidas frías o calientes; Baguis®, especializado en baguettes que reúnen materia prima de calidad y una preparación auténtica y tradicional. También están sus concurridas dulcerías, que ofrecen una variedad única de palomitas, producto que día a día se vuelve un clásico de la marca.

Cinema Park® es un concepto de "edutainment" (educación y entretenimiento) con 6 salas temáticas: Sala 4D, Sala 3D, Sala Musical, Sala Inspiracional, Sala de la Imaginación y Sala Interactiva, en las que el espectador puede aprender y experimentar diversos temas a través de sus sentidos.

nueva era, en que la compañía se concentró en edificar cines de vanguardia para generar una experiencia de confort y funcionalidad de clase mundial. Un ejemplo de ello fue la construcción de Cinépolis® Galerías Guadalajara, el cual, con 22 pantallas, es el conjunto cinematográfico más grande de América Latina.

En 1999, Cinépolis® trascendió más allá de las fronteras territoriales por primera vez en su historia, y comenzó su expansión fuera de México con la inauguración de su primer conjunto en Centroamérica: Cinépolis® Magic Place en la ciudad de Guatemala. De ahí continuó hacia Costa Rica, en el 2003; Panamá y El Salvador, en el 2005. Para el 2008 incursionó en Sudamérica con el primer conjunto en Colombia, y en el 2009, en Perú y Brasil, además del primero en Asia: India.

Historia

Fue hace más de 60 años, en 1947, cuando el Lic. Enrique Ramírez Miguel inauguró el Cine Morelos, en la ciudad de Morelia, Mich. Más adelante conformó Cinematográfica Cadena de Oro, S.A., con la creación de "El Circuito de Oro", en el estado de Guanajuato.

Para 1971 inauguró el cine La Raza, en la Ciudad de México, y el año siguiente introdujo el concepto de salas dúplex bajo la marca Cinemas Gemelos®. Para 1973 abrió sus puertas el primer Multicinemax®, de 4 salas, concepto que creció de manera acelerada durante los siguientes 15 años.

El concepto Cinépolis® nació en 1994, con el primer multiplex de 10 salas en la ciudad de Tijuana, B.C., y en 1996 fue la primera empresa exhibidora en introducir al país el concepto de salas tipo estadio, con la apertura de Cinépolis® Querétaro y Cinépolis® Culiacán. Esto marcó una



Producto

Los conjuntos Cinépolis® están diseñados para ofrecer la mejor experiencia en cualquier parte del mundo, con amplios *lobbies*, accesos funcionales, asientos confortables, modernas salas, excelente visibilidad, proyecciones de calidad y la combinación de una gama de productos que enfatizan en el esparcimiento para consentir a sus clientes. Pero Cinépolis® es más que eso... Es la verdadera experiencia del cine.

Precisamente por ello ha creado conceptos tan exclusivos como Cinépolis VIP®, salas únicas en su

Ha incursionado también en contenidos alternativos, como la proyección de eventos de lucha libre con la WWE y los partidos de fútbol de la Copa Mundial Sudáfrica 2010 en tecnología 3D y HD, por citar algunos.

Todos estos esfuerzos confirman el liderazgo de la marca y su compromiso con el público para seguir brindando una experiencia única de entretenimiento con el mejor servicio.

Logros

Para mantener su liderazgo, Cinépolis® ha conservado el

espíritu de vanguardia con el que nació, por lo que fue pionero en introducir negocios de alimentos y bebidas en el cine, como Dulcópolis®, Coffee Tree®, Cinecafé®, Baguis® y productos como Palomitas de Cinépolis®, además de generar el primer y más exitoso programa de lealtad en la industria del cine en México: Club Cinépolis®, con más de un millón de miembros.

En los últimos años, Cinépolis® ha introducido más de 90 Macropantallas de 22 metros de largo, 7 Cinépolis IMAX Theater® y más de 30 conjuntos con casi 120 salas de lujo Cinépolis VIP®.

La innovación constante en los conceptos de exhibición ha sido pieza clave en el éxito de esta marca; una muestra de ello es Cinépolis Digital®, concepto que nació en el 2005 y logró una mayor eficiencia operativa que le permite brindar a sus espectadores la mejor calidad en proyección y audio digital, con nuevas opciones de contenido y todo el realismo de la tecnología 3D.

Como resultado de su plan de expansión, en noviembre del 2003 inauguró su sala número 1,000 en la ciudad de Guadalajara, y tan sólo cinco años después, en marzo del 2008, duplicó este número con la apertura de la sala número 2 mil en Atizapán, Edo. de Méx. Al día de hoy Cinépolis® suma una cantidad de más de 420 mil butacas instaladas.



La incursión de Cinépolis® en la tecnología digital ha permitido a la compañía abrir paso a proyectos relevantes en la industria, como la proyección de contenidos alternativos en vivo: lucha libre y partidos de fútbol, incluso en 3D.

Ante la Crisis

Cinépolis® es una empresa con más de 35 años de presencia en el mercado, de manera que ha pasado por muchos momentos de crisis financiera en el país, a pesar de los cuales ha mantenido un crecimiento constante y continuo, con el incremento de fuentas de empleo. Si bien no es totalmente contra cíclico, en épocas de crisis la gente sustituye ciertas diversiones, como viajes, por entretenimiento local, como es el cine.

Cinépolis® brinda a sus clientes diferentes descuentos en días y horarios, así como paquetes en dulcerías, lo cual les permite disfrutar de la mejor diversión familiar a precios accesibles.

Desarrollos Recientes

A la par de la vanguardia en tecnología de punta, Cinépolis® abrió en el 2010 la primera sala Macro XE®, que, además de una inmersión única en 3D, ofrece proyecciones en más de 140 m² de pantalla y sonido 7.1.

Macro XE® mezcla la comodidad de butacas Premium en sus salas con una excelente nitidez de pantalla y más de 13 mil watts de potencia.

Promoción

El crear un vínculo de comunicación e interacción con sus clientes ha sido una prioridad para Cinépolis®, por lo que desarrolló www.cinepolis.com, su portal oficial en Internet, donde el usuario puede encontrar

información actualizada para la reservación y compra de boletos, además de atractivos y especializados contenidos sobre películas, la industria del cine y promociones. El sitio, que ha tenido gran demanda y reconocimiento, cuenta actualmente con más de 8 millones de visitas y más de 170 millones de páginas vistas mensualmente. Cinépolis® Online cuenta también con nuevos canales de comunicación que se ajustan óptimamente a las necesidades de todos los clientes: e-cartelera para WAP, iPhone y BlackBerry; contenido RSS, podcasts y widgets.



A mediados del 2009, Cinépolis® evolucionó sus canales digitales de comunicación a Social Media, que abrió sus puertas en Facebook, Twitter y YouTube. La estrategia de crecimiento, basada en informar, escuchar y entender al cliente, ha llevado a la compañía a consolidar su liderazgo en estos foros.

Para el 2010, el canal oficial de Cinépolis® Online en Facebook superó los 450 mil fans, creando así una de las comunidades más grandes de entretenimiento en México. Asimismo, su canal de Twitter rebasó los 70 mil seguidores en este último año.

A la par, la empresa cuenta con una estrategia en medios masivos de comunicación y sinergias publicitarias con diferentes marcas de consumo que posicionan a Cinépolis® en el *top* de la industria del entretenimiento.

Valores

Cinépolis® es una Empresa Socialmente Responsable, como ha sido reconocida por el Centro Mexicano de Filantropía en siete ocasiones consecutivas, con lo que ha demostrado un espíritu humano y filantrópico.

A través de Fundación Cinépolis®, desde el 2008 contribuye al bienestar de las comunidades con sus programas de Salud Visual, Educación a Tráves del



Cine y Acción Comunitaria, que tienen un enfoque especial en los sectores más vulnerables de la sociedad.

Estos tres ejes han sido creados por su alta vinculación con la razón de ser como empresa, para lo cual dispone de activos claves: capacidad instalada, poder de convocatoria, capital humano y filosofía empresarial, con lo que ha creado un gran impacto en el impulso a la justicia social y ha sido reconocida de diferentes maneras por los logros obtenidos.

Con Del Amor Nace la Vista, programa social rector de la Fundación durante cuatro años, se le ha devuelto la vista a más de 6 mil personas en 14 estados de México que padecían ceguera por catarata. La operatividad y eficiencia del programa lo ha llevado a ser reconocido como el Programa Social Corporativo más efectivo de México en los años 2008 y 2009, con dos Effie Sociales de Oro y dos Effie a la Continuidad.

Gracias a programas como Vamos Todos a Cinépolis®, más de 1 millón 800 mil niños han compartido la divertida experiencia del cine, así como cerca de 5 mil damnificados en Michoacán y más de 80 mil refugiados de Haití. Esto le valió a Fundación Cinépolis® el reconocimiento como una de las mejores fundaciones de México por el Centro Latinoamericano de Responsabilidad Social de la Universidad Anáhuac, entre otros.

Asimismo, Fundación Cinépolis® ha asumido un compromiso importante con la educación a través del cine: en el 2008 dio vida al Festival Internacional de Cine en Derechos Humanos "Es de Todos", y en conjunto con Fundación Bancomer, al Concurso Universitario de Cortometrajes "Hazlo en Cortometraje", que promueve una cultura de entendimiento y promoción de los derechos humanos y el medio ambiente.

El cuidado de los recursos naturales ha sido otra práctica común en la construcción de los conjuntos Cinépolis® y en el mantenimiento de sus instalaciones corporativas, donde inculcan en su personal el ahorro de materiales y la convivencia armónica con la naturaleza.



Cosas Que Usted No Sabía Sobre Cinépolis®

- Cinépolis® ha coproducido 8 películas mexicanas: "El Cometa", "El Tigre de Santa Julia", "Un Día sin Mexicanos", "Cero y Van Cuatro", "Así del Precipicio", "Una Película de Huevos y un Pollo", "Paradas Continuas" y "La Última y Nos Vamos".
- El Festival Internacional de Cine de Morelia, impulsado por Cinépolis®, se ha convertido en la junta cinematográfica más importante del país, de proyección internacional, y un foro de expresión para nuevos realizadores de cortometrajes y documentales.
- Cinépolis® es la cuarta empresa exhibidora a nivel mundial, lo cual posiciona el mercado en México por encima de países como Japón, Reino Unido y Alemania.