

arun kumar

“no se tiene mala suerte en los negocios, se tiene una mala visión”

¿Dónde incursionó en el negocio del cine?

Todo empezó en la India. Aún mantengo negocios allí.

¿Por qué escogió invertir en el Perú?

Cuando llegué al Perú era muy joven; tenía 21 años y recién había culminado mis estudios universitarios. Vine para el negocio del cine. Empecé vendiendo películas hindúes, pues en ese entonces teníamos un mercado muy fuerte en el Perú. A los peruanos les gustaban mucho, por lo que ese tipo de películas fueron un éxito en su tiempo. Luego se creó El Continental, nuestra primera compañía, cuando aún estábamos trabajando con películas hindúes, alrededor del año 1975.

¿Qué lo motivó a trabajar con películas de otros géneros y no solo con las películas hindú?

Un mercado totalmente satisfecho no existe, es decir, siempre, en cualquier parte del mundo, en EEUU, China, India, Perú va a existir alguna necesidad insatisfecha en el mercado, y es ahí donde existe una oportunidad de negocio; pues esto es lo que encontramos en el mercado peruano, había una parte de la población que prefería películas diferentes a las hindú, y es por eso que decidimos incursionar en el negocio de películas de otros géneros.

¿De dónde provienen los principales ingresos?

Los principales ingresos vienen por publicidad, entradas y toda la venta en cafetería. Primero es la boletería, en segundo lugar, el consumo.

¿Sólo tiene a su cargo UVK Multicines?

No, también manejo el negocio de Cine Star Multicines. La idea surgió hace unos treinta años, aproximadamente. En 1990 logramos abrir nuestra primera sala, el cine Excelsior, ubicado en el corazón del Centro de Lima (Jirón de la Unión). Más tarde, nacieron los cines Aviación (San Borja), Benavides (Surco), Las Américas (Jesús María), Porteño (El Callao) y La Victoria, formando así la cadena Cine Star.

¿Por qué fue creado UVK, si ya manejaba Cine Star?

UVK es una sociedad con participación de inversionistas peruanos, pues queríamos crecer en los niveles socioeconómicos A, B y C. Creamos UVK para ingresar al segmento A, donde las inversiones son mucho más altas que para los otros cines.

Considerando que se trata de un mercado pequeño el 7% de nivel A, ¿por qué enfocarse en ellos?

Porque ellos en una semana consumen constantemente, mientras que los de nivel socioeconómico C y D consumen una sola vez a la semana.

¿Cuáles son los criterios para programar películas en cartelera, tanto en UVK como en Cine Star?

Al público del segmento A le gustan mucho las películas sociales y las comedias; sin embargo, a los de nivel socioeconómico C y D les gustan más el terror y las películas picarescas, géneros donde la película te proporciona toda la información que necesitas.

Un drama histórico, una historia de romanos, una película ambientada en el siglo XV, solamente te gusta si conoces la historia de esos tiempos; si tú no conoces de historia, puede resultarte aburrida.

¿Qué valor agregado nos ofrece UVK?

Los multicines UVK presentan un estilo europeo, y esto se demuestra en su arquitectura, en sus luces bajas y colores europeos.

¿Qué tanto está afectando la piratería?

Afectó mucho más a cines UVK, en realidad todos los cines del Perú se están viendo perjudicados. Sin embargo, para los sectores más bajos que no poseen reproductores DVD y a los que se les ofrece entradas bastante cómodas, porque un día lunes la entrada cuesta 3.50 nuevos soles, sale más económico ir al cine que comprar un DVD. Este factor económico, para los sectores más bajos, está ayudando mucho para vencer la piratería.

kapur

15 años de

UVK

¿Qué planes piensa usted aplicar contra la piratería?

Estamos tratando, pero no pasa nada. Creo que el Estado debe intervenir y ayudar un poco, porque Lima y todos los lugares están siendo invadidos por la piratería. Es una dura competencia, ya que obtienes una película por 5 soles y pueden verla 10 personas, en lugar de ir al cine y gastar 100 soles toda la familia.

¿Cree usted que la piratería llegue a eliminar el negocio?

Eliminar no, pero sí perjudicar. Ese es el principal temor que tenemos para invertir, qué pasará de acá a unos años si sigue la piratería. Pienso que puede afectar más.

¿No le parece extraño que haya crecido el negocio del cine y la piratería a la vez?

Las películas que estrenamos al mismo tiempo que EE.UU. se salvan, porque no tienen tiempo de sacarle una copia, como por ejemplo las películas de Superman o Spiderman. Esa semana de estreno asiste muchísimo público. Este tipo de películas, que son ocho aproximadamente, nos salvan en el año.

Hay mucha gente de nivel socioeconómico A que no le gusta quedarse en casa, ya que para ellos ir al cine es una forma de pasar el tiempo. Las personas mayores de 60 años, quienes generalmente pasan mucho tiempo en casa y les sale muy caro salir a comer, consideran un buen entretenimiento visitar Larcomar e ir al cine. Este gente es bastante fiel con nuestro negocio, les gusta ir a ver películas todas las semanas, hasta dos o tres veces a la semana.

Otro público fiel son los niños, a quienes no les gusta ver películas en su casa; ellos prefieren ir al cine porque allí encuentran todo: canchita, gaseosa, amigos.

El grupo que está asistiendo menos al cine son los universitarios, por no tener mucho dinero. Prefieren juntarse seis u ocho parejas, comprar la pizza y una botella de ron, y disfrutar de una película pirata.

Entonces, ¿la piratería está atacando más al público universitario?

La mayoría de las películas piratas están dirigidas a los jóvenes de 16 a 22 años. Esta es la gente que tiene más tiempo para adquirirlas, ya que no trabaja y como consecuencia de esto mismo siempre busca cosas baratas.

Tratando de ahorrar unos soles, porque la propina de casa no les alcanza y no pueden darse sus gustos, se juntan entre ellos y ven las películas piratas.

En los años 1982 y 1985 los universitarios fueron bastante fieles al cine. La entrada costaba 25 centavos de dólar en ese entonces y cualquiera podía pagar.

Sin embargo, hoy los universitarios de los conos nos siguen siendo fieles por el precio; como la mayoría de ellos viven en casas muy pequeñas, no tienen espacio para ver los DVD y tampoco pueden llevar mucha gente a su casa, lo que enfoca su preferencia por ir al cine y ver las películas en grandes pantallas y con aire acondicionado.

¿Qué medidas están tomando para atraer nuevamente a los universitarios?

Tarjetas UVK, promociones 2 x 1 los días martes; en realidad siempre hay promociones.

Ya arrancamos la promoción una entrada más dos soles, de lunes a viernes, con tus dos chapitas. (risas).

¿Nos puede dar un alcance de los planes a corto y mediano plazo que tiene en mente?

En Comas, vamos a arrancar la próxima semana. También en Breña, en el Metro de Alfonso Ugarte (trabajamos mucho con Metro, seguimos creciendo con ellos). De ahí pensamos ir a Cuzco, Arequipa, queremos seguir creciendo.

¿Siempre en el rubro del cine o ha pensado en diversificarse?

En provincias, pensamos hacer un pequeño centro comercial donde haya cines y tiendas.

¿Todos bajo el mismo nombre UVK?

Eso está aún por decidirse, pues según nuestros estudios de mercado, en las provincias donde pensamos invertir predomina la clase social C y D, entonces no se le puede vender una entrada de entre S/. 10.00 y S/. 15.00, se le tiene que cobrar entre S/. 4.00 y S/. 5.00; es decir, primero estamos conociendo el mercado, para luego decidir el tipo de inversión que vamos a realizar.

¿Algun consejo a nuestros futuros empresarios?

Decirles que son jóvenes con nuevas ideas y conocimiento y deben aprovechar esto porque hoy en día no hay nada que se pueda crear, sin embargo si se puede presentar de diferentes maneras.

En el mundo del cine las películas siempre serán las mismas, pero puedes innovar cambiando las butacas, el diseño, el sistema, y de esta manera dar un valor agregado con un mejor servicio.

El público siempre busca cosas nuevas y es ahí donde esta el mercado. El mercado siempre existe para todos pero la innovación la agregamos nosotros. El servicio es un factor bastante importante en el mercado.

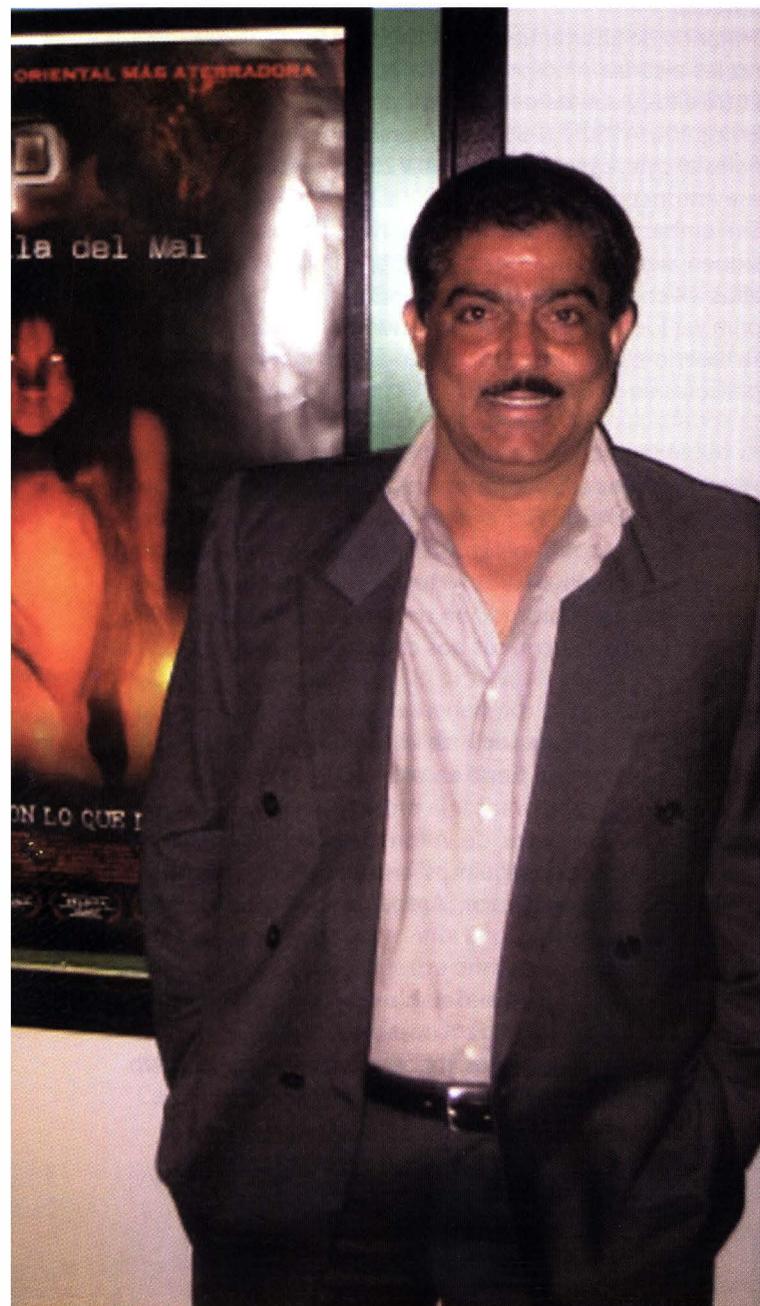
El público quiere vivir renovando, y nosotros debemos atender a estas exigencias. Las cosas que hay en el mercado hay que modernizarlas y adaptarlas mejor al público. Constantemente se tiene que cambiar.

¿Qué tanto está usted aplicando todo esto en el mundo del cine?

El mundo de los cines subió en los años 80, 85. Yo fui el primero en implementar cines de 6 salas; la renovación es lo que lo hizo crecer. Lo que siempre buscamos es poder renovar, antes en UVK se tenían alfombras y ahora hemos puesto mayólicas, se ha hecho un nuevo cinebar y así estamos buscando nuevas cosas que presentarle a nuestro público.

El consumidor busca calidad, economía, servicio y las mejores promociones (risas).

Ahora todos son consumidores, ya no ahorradores y esto nos da más oportunidades de crear más cosas que antes. No se tiene mala suerte en el mundo de los negocios, lo que se tiene es una mala visión del mercado. la mala suerte no existe.



NOMBRE Y/O RAZÓN SOCIAL

UVK Multicines

FUNDACIÓN

Aproximadamente hace 15 años

PARTICIPACIÓN DEL MERCADO

Nuestra empresa tiene 30%

NOMBRE COMPLETO

Arun Kumar Kapur

LUGAR DE NACIMIENTO

Nueva Delhi, India

EDAD

54 años

ESTUDIOS REALIZADOS

Administración de Empresas

HOBBIES

Frontón, tenis, squash

.ficha técnica