

**UNIVERSIDAD TÉCNICA FEDERICO SANTA MARÍA**  
**DEPARTAMENTO DE INGENIERIA COMERCIAL**

**EL CINE COMO SERVICIO DE STREAMING**

**MEMORIA PARA OPTAR AL TÍTULO DE INGENIERO COMERCIAL**

**AUTOR**

**Felipe Alberto Espinoza González**

**VIERNES, 23 DE DICIEMBRE, 2022**

# Contenido

1.	Problema de investigación.....	3
2.	Objetivo general .....	5
2.1	Objetivos específicos .....	5
3.	Marco teórico.....	6
3.1	Cine.....	6
3.2	Cine en Chile .....	8
3.3	Cines chilenos .....	9
3.4	Servicios de streaming .....	10
3.5	Streaming internacional .....	11
4.	Propuesta para los cines.....	14
5.	Mercado objetivo.....	18
6.	Aspectos técnicos .....	19
7.	Análisis de mercado.....	20
8.	Adaptación.....	37
9.	Propuesta final .....	52
10.	Referencias .....	55

## 1. Problema de investigación

Día a día nacen más, y más, avances tecnológicos, de los cuales se desprenden grandes progresos y procesos con mayor eficiencia, dejando un poco de lado lo que sería la eficacia, dejándonos poco ajenos a estos cambios, pues pasaron de ser un lujo a ser una necesidad primordial, un gran ejemplo de aquello se proyecta, de sobremanera, en lo que sería el internet permitiéndonos, si incluyéndonos a todos, globalizarnos hasta el punto de que con un par de clics tengamos a mano la información del otro lado del mundo, o de igual manera en ámbitos comunicativos, permitiéndonos abrir nuestras fronteras cognitivas de sobremanera.

Hasta hace no mucho el mundo entero tuvo un freno total, debido al coronavirus (COVID-19), en donde de manera obligatoria se nos restringió, exponencialmente, a salir de nuestras viviendas por temas de salud, hasta a llegar a un toque de queda total, permitiéndonos salir solo a través de pases diarios, conteo de fases, y entre otras medidas que nos entregó el Estado por temas de abastecimiento y salud.

Realizando una mezcla de ambos ámbitos es que se dieron a conocer un montón de plataformas de streaming con distintos y diversos catálogos en cada biblioteca de cada una, permitiéndole al espectador poder escoger cual contratar y en qué plan en específico. Menciono se dio a conocer porque la mayoría, por no decir más de un 80%, de las plataformas de streaming que generaron un aumento en sus espectadores ya existían anteriormente, como lo es el caso de Netflix, plataforma que nació para el año 1997, siendo una bien conocida, pero no así el caso de, por ejemplo, Disney+ o HBO MAX.

Un gran aporte que realiza, o que realizó en términos de pandemia, la plataforma digital de streaming es llevar el cine a la casa, permitiendo al cliente ver películas, series o documentales con un par de clics. Al existir una gran variedad de plataformas de streaming es que, de igual manera, existe una gran cartera y variedad, tanto de catálogo como de precios se refiere, permitiendo al telespectador tener una gran variedad para escoger cuál es la plataforma, y a qué precio, es la que más le acomoda, tanto para sus gustos como para su bolsillo.

Desde pequeños tenemos la concepción que ir al cine es toda una experiencia, sobre todo para los más cinéfilos, la de disfrutar de esa inmersión que solo ese establecimiento proporciona, luces apagadas, butacas ocupadas, comprar palomitas y bebida, dándoles la opción a los consumidores de ir a los estrenos a películas de sus directores favoritos o de sus sagas favoritas, siendo la palabra más repetida en el paladar de los espectadores “estreno”

Es por esto, y más, que nace este estudio, con el fin de estudiar el comportamiento de los espectadores ante estos cambios generacionales y tecnológicos, y como esto repercute en la industria del sexto arte, generando diversos estudios y, de manera final, generar un aporte a modo resolutivo en favor a esta industria. Sabiendo lo que sabemos, y expuesto anteriormente, ¿la gente prefiere la experiencia o la comodidad?

## 2. Objetivo general

Implementar un servicio de streaming en los cines en donde les permita transmitir los estrenos con el fin de generar un mayor alcance, funcionando como soporte y valor agregado.

### 2.1 Objetivos específicos

Formular cual es cine más a fin para la implementación de este servicio, a través de un análisis las políticas, misión, visión y aspiraciones empresariales de cada cine instaurado en Chile. Y, por consiguiente, realizar una comparativa de dos comunas objetivo.

Crear un catastro, desde lo cuantitativo hasta lo económico, con respecto a la población cinéfila en Chile, a través de recopilación de información de estudios realizados en este país en cuestión.

Identificar los factores que escogen los chilenos sobre si prefieren ir al cine o usar una plataforma de streaming, posterior a ello comenzar a crear el estudio mezclando las herramientas ya adquiridas anteriormente, a través de la generación de una base teórica y conceptual con diversos estudios ya realizados sobre el tema, creando así respaldos más profundos sobre el tema a investigar.

Poder concluir la viabilidad del proyecto, permitiéndolo observar a través de los datos cuantitativos que se puedan recabar a través del estudio la incorporación de una nueva vía resolutive para los cines.

## 3. Marco teórico

### 3.1 Cine.

El cine es una forma de arte y entretenimiento que utiliza imágenes en movimiento y sonido para contar historias y transmitir ideas. Desde su invención a fines del siglo XIX, el cine se ha convertido en una de las formas más populares e influyentes de entretenimiento en todo el mundo.

El cine abarca una amplia gama de géneros y estilos, desde películas de acción y aventuras, hasta dramas, comedias, películas animadas, documentales y más. También ha evolucionado a lo largo de los años en términos de tecnología, con la introducción del cine sonoro, la televisión en color y, más reciente, la tecnología digital.

Además de ser una forma de entretenimiento, el cine también puede ser una forma poderosa de arte y expresión cultural. Las películas pueden abordar temas y cuestiones importantes, como la política, la sociedad, la identidad y la cultura, y pueden transmitir mensajes importantes a la audiencia.

El cine ha dado lugar a muchas estrellas de cine famosas, directores y productores, y ha creado un gran impacto en la cultura popular en todo el mundo.

El cine ha experimentado una gran cantidad de avances de sus primeros días hasta la actualidad. A continuación, se presentan algunos de los más importantes:

El sonido, pues uno de los mayores avances en la historia del cine fue la introducción del sonido sincronizado en 1920. Antes de eso, las películas eran mudas y se reproducían con música en vivo o grabada. La tecnología del sonido permitió a los cineastas agregar diálogo, efectos de sonido y música directamente en la película.

El color, aunque la primera película en color fue hecha en 1908, no fue hasta la década de 1930 cuando se comenzó a utilizar el color de manera generalizada en las películas. El cine a color cambió la forma en que se contaban las historias en la pantalla y permitió a los cineastas crear una mayor sensación de realismo.

Los efectos especiales, la introducción de los efectos especiales permitió a los cineastas crear mundos imaginarios y escenarios increíbles que de otro modo no habrían sido posibles. Desde los primeros efectos mecánicos hasta los efectos generados por computadora de hoy en día, los efectos especiales han sido una parte importante en la historia del cine.

La tecnología digital, la introducción de la tecnología digital en la década de 1990 cambió la forma en que se hacen las películas. Ahora, las películas pueden ser creadas completamente en una computadora, lo que permite a los cineastas crear mundos enteramente digitales y efectos visuales más sofisticados.

La realidad virtual, se ha convertido en una nueva forma de contar historias en el cine. Los espectadores pueden sumergirse en mundos virtuales y experimentar las historias de una forma más inmersiva que nunca.

Estos son algunos de los avances más significativos en la historia del cine, pero hay, y habrá, muchos más.

### 3.2 Cine en Chile

El cine chileno ha experimentado una renovación significativa a partir del año 2000. Factores como la creación de escuelas de cine, la promulgación de fondos institucionales, la aprobación de la ley de cine (instaurada el año 2004), el auge de las multisalas, y un sinnúmero de factores han contribuido para que la cinematografía local haya ido alcanzando continuidad, madurez y consistencia, permitiendo la apertura, o en temas de COVID se refiere, reapertura del mercado de manera gradual, permitiéndose dicho inciso solo dependiendo de la fase en el plan paso a paso en que se encuentre la región o localidad en cuestión, siendo este factor y las vacunas unos que hoy por hoy son trascendentales para el cine en Chile.

Tal y como se mencionó anteriormente la reapertura de cines es algo real, reabriendo carteleras y permitiendo las aperturas de algunas nuevas, por ende, este tema en cuestión está sujeto, de manera preliminar, a las condiciones que se reflejen a través del COVID mismo. La película que logró reunir a millones de personas, nuevamente, en los cines fue “Spiderman No Way Home”, que recaudó 1916 miles de millones de dólares (\$1.612.084.080.000 CLP)

### 3.3 Cines chilenos

Alrededor del país existe una gran gama de cines alrededor de país que se subdividen en dos grandes grupos. El primero de estos corresponden a los de multisala “– la cual agrupa a Cinépolis (ex Cine Hoyts), Cinemark y Cineplanet, y al grupo de salas principalmente ubicadas fuera de la Región Metropolitana (Cine Star, Cine Lido, Cine Mall Plaza del Sol de Quilpué, Cine paso del Valle, Cine Sala Estrella, Cine Pavillion, Cine Antay y Cine Muvix)- y las salas independientes – la cual agrupa a Café Literario Parque Balmaceda, Centro Arte Alameda, Centro Cultural Espacio Matta, Centro Cultura España, Centro Cultural San Antonio, Centro de Extensión Universidad Católica, Cine Arte Arica, Cine Arte de Viña del Mar, Cinespacio Talca –

Con fines analíticos, y por aplicabilidad se tomará en consideración, de manera inicial, a los espacios de multisala de Cinépolis que cuenta con 36 complejos y 217 salas – datos obtenidos de la Cámara de Exhibidores Multisala de Chile (CAEM) – posicionándose como la primera, con mayor cantidad de salas entre sus pares del mercado. ¿Por qué no tomaré en cuenta las salas independientes?, la repuesta va sustentada a que, al ser independientes, tal y como dice el nombre de su categoría, su nicho o público objetivo se limita a los consumidores oriundos de la zona y, por lo general, ofrecen poca variedad en cuanto a su servicio se refiere.

Otro punto para tener en consideración es que se tendrá en cuenta, a modo de estudio, únicamente la región Metropolitana, con las comunas de “Santiago Centro” y “La Reina”, esto con la finalidad de estudiar estos dos nichos para permitir evaluar, de manera prematura, la incurrencia, o no, de este servicio que se desea implementar, todo será evaluado a través de un estudio analítico y cuantitativo.

### 3.4 Servicios de streaming

Los servicios de streaming en simples palabras son plataformas que albergan una gran biblioteca, tanto de música, como lo sería la reconocida Spotify o Apple music, como de video, como lo son Netflix o YouTube, en donde el consumidor puede verlos de manera online, permitiéndoles guardar el historial de todo ello, crear sus propias listas y, si así se quiere, descargar dentro de la misma nube un producto o una lista de productos, creada por el mismo consumidor, pudiendo escoger la calidad de video, de subtítulos, de audio. Existe un sinfín de detalles y parámetros que contienen los servicios de streaming que, en comparativa con sus propias competencias, les permiten crear un valor agregado, como lo sería por ejemplo catálogo, y estrenos, exclusivos de cada plataforma, precios de los distintos, y distintivos, planes, calidad de video y audio, permitiendo vitrinear entre la magna cantidad que hoy por hoy existen.

Ahora, hablando específicamente sobre los servicios de streaming de video, referente a películas, series y documentales, tenemos dos grandes que, desde su salida, son vanguardia y usadas por millones de personas alrededor del mundo. Estas, ya mencionadas anteriormente, son Netflix y Disney+.

Uno de los grandes aciertos de estas plataformas es que logran proporcionar estrenos exclusivos con lanzamiento global, vale decir, a una hora sincronizada de manera global, de una manera negando adelantos desde otros países y permitiendo a los espectadores crear comunidades, generando así una especie de contraparte con los cines.

### 3.5 Streaming internacional

Existe una inmensa gama de servicios de streaming alrededor del mundo que cada una por su parte suple una necesidad distinta refiriéndose a la misma, vale decir, todas entregan un servicio que entrega a sus clientes de la mano de permitirles acceder, diferenciándose desde diseño de sus páginas principales hasta las distintas opciones para configurar los subtítulos, existen 5 plataformas que son reconocidas alrededor de todo el mundo, y en este inciso se verán evidenciadas a través de distintos parámetros.

Netflix. Es un sistema pionero, cuenta con una interfaz amigable para navegar y cuenta con contenido exclusivo. Actualmente cuenta con tres planes, que van desde los \$5.940 hasta los \$10.700, estos planes difieren entre sí por la resolución de video - ¿qué es la resolución de video?, en simples palabras es la cantidad de detalles de video entregada por un dispositivo, en otras palabras, el realismo y la nitidez - entregada por cada uno, que va desde los 720p hasta los 4k+HDR (dependiendo tanto de la calidad de dispositivo como de internet). Hasta hace poco, inicios del presente año, comenzó a incorporar un plan de acción que sugiere el cobro adicional por cuentas compartidas, esto con dos aristas, la primera va de la mano con frenar el compartir la cuenta con algún amigo o vecino con el fin de abaratar costes y la segunda va más por el lado de fomentar la contratación de un mayor número de cuentas dentro del núcleo familiar, pues este nuevo plan toma en consideración a núcleo cercano para usar la cuenta a las personas que viven dentro del hogar y en un caso hipotético de que algún miembro familiar ya no viva en esa casa ya no sería considerado por Netflix como núcleo y de querer seguir usando la cuenta se debe pagar una tarifa extra, específicamente \$2.380 (menor a un plan básico), para añadir a un miembro extra, finalmente estos dos vértices convergen en la desincentivación de compartir las cuentas, y de hacerlos

pagar un plus extra, de manera gratuita y, por otro lado, incentivar a la contratación de nuevas cuentas traduciéndose en mayores ingresos, esta medida les otorgó 7,66 millones de suscriptores de pago en comparación a los 4,57 millones previstos. Cabe destacar que hoy en día es la única plataforma que cuenta con la incorporación de este plan de acción. Las ganancias reportadas para el año 2022, por parte de la compañía, fueron de 31.615,55 millones de dólares, traducidas en \$25.510.587.295.000.

Disney+. Lanzado el 2019, en plena pandemia (transformando esta externalidad negativa en una positiva, traducido en sus ingresos), es una de las plataformas más recientes, es el mejor segmento para los televidentes más jóvenes y tiene catálogos exclusivos de Marvel, Star Wars (dos de las franquicias más conocidas, y reconocidas, alrededor de todo el mundo), Disney, Pixar (nuevamente, dos de las empresas más reconocidas en los estudios de animación), y National Geographic. Actualmente cuenta con un único plan, mensual, que tiene un precio de \$6.500, algo a recalcar es que cuenta con dos alianzas en cuanto a planes se refiere, pues por el precio de \$10.500 mensuales se tiene acceso a Disney+ y a Star+ (la segunda plataforma es mayormente conocida por transmitir partidos de futbol y deportes en general, además de contar con una amplia gama de películas y series a su haber) y por el precio de \$12.500, nuevamente por mes, se añade a la lista la plataforma de streaming llamada Lionsgate+ que, nuevamente, posee un nuevo catálogo.

Y, por último, para no extendernos tanto en cuanto a plataformas de streaming se refiere, tenemos a HBO MAX. Esta es una propuesta mixta, pues tiene un catálogo dirigido tanto para adultos, como lo es una serie llamada Euphoria que trata sobre adolescentes y drogas, como lo es el catálogo entero de CartoonNetwork, lleno de dibujos animados. Actualmente su plan tiene un precio de \$6.900 mensuales.

Cabe destacar que todas las plataformas tienen sus propias exclusividades, siendo este un plato fuerte con apellido valor agregado impregnado en la dubitativa de cual contratar, pasando a segundo plano el precio de cada plan, porque por ejemplo alguien reproduce una temporada de su serie favorita en Netflix y sacan una nueva, por ende se crea esa necesidad de la persona de saber que pasó ahora con su protagonista favorito, y así sigue y suma en cuanto a ejemplos se refiere y en todas las plataformas. Lo mismo sucede con los cines, pero esta vez se paga por una entrada que, en retrospectiva, ver una película en donde el precio estándar de dos entradas (actualmente tienen un coste de \$3.400 cada una) se puede costear un mes de servicios de streaming, ¿alarmante? Claro que sí, pero resulta hasta anecdótico ver nuestro filme favorito en una pantalla grande y compartir la experiencia con gente de intereses en común.

Existen servicios de streaming de conciertos en vivo, uno de los ejemplos más claro lo podemos encontrar en “Sala Estelar”, la cual te acerca a los artistas en tiempo real, presenciando así los espectáculos en vivo de tus músicos favoritos, además esta plataforma posee un canal de chat en donde se puede generar una especie de conversación con las personas que, de igual manera, están disfrutando del espectáculo en vivo compartiendo sus apreciaciones. Otro es el caso de “Ticketmaster Live”, con la premisa de “tus eventos en vivo sin salir de casa”, y todo concurre posterior a la cancelación masiva de conciertos, a raíz del covid-19, y la compra de un boleto, mediante esta plataforma, le otorga al cliente una liga con acceso al concierto, el cual se podía disfrutar desde el teléfono, computadora o tableta, moviendo el escenario a la comodidad del hogar.

Como estos existen cientos de servicios de streaming, que van desde series hasta personas interactuando con más personas por medio de un chat en vivo, pero hay que dejar constancia de que hoy por hoy no existe algún tipo de servicio que proyecte en los dispositivos móviles las distintas películas emitidas en los cines si no es de manera ilegal, como lo sería en la reconocida página “Cuevana”, servicio que más que entregarle visibilidad a las películas y a sus respectivos directores (que si lo hace, genera difusión al fin y al cabo) no le permite percibir esas ganancias, traduciéndose en pérdidas cada visita en el film visto dentro dicha página web.

#### 4. Propuesta para los cines

Es bien sabido que los filmes estrenados en la pantalla grande tardan un tiempo en salir a las distintas, y distintivas, plataformas de streaming, un claro ejemplo es lo sucedido con la película “The Batman”, del director Matt Reeves, que se estrenó en cines el 4 de marzo del 2022 y la plataforma, en este caso HBO Max, asociada al filme hizo lo propio para el 19 de abril del 2020. Algo a tener en consideración es justamente eso, muchas industrias del sexto arte tienen un plan de acción mixto generando un espacio de holgura entre que se estrena la película en la pantalla grande hasta que se hace lo propio en la pantalla chica, y es justamente ese espacio el que se busca suplir con este proyecto, no con el fin de acabar con las plataformas de streaming, sino darle otro plus al cine, uno más sobre todos los avances que ha realizado la industria hasta la fecha, que van desde las butacas hasta la calidad de imagen, permitiéndole interactuar de tú a tú con Netflix, con Disney+, con HBO Max, con Sala Estelar, y es que siendo la cuna del sexto arte no puede quedarse atrás. Es esto que surge la idea, permitiendo a los telespectadores ver sus estrenos favoritos en la comodidad de su hogar y así evitar los tan renombrados, y acuñados por la sociedad, “spoilers” (es un

anglicismo usado en el sentido de revelar detalles de una obra de ficción) y accediendo así una experiencia más plena, sobre todo con las personas que viven en periferia o que simplemente no pueden darse el gusto, inclusive para algunos el lujo, de ir a un cine de manera presencial. El cine nunca va a desaparecer porque es algo hasta nostálgico, el primer acercamiento al sexto arte, y hoy en día todos los estrenos importantes siguen siendo a través de esa vía, pero debido a los continuos flujos de avances tecnológicos es que nace la dubitativa de si a futuro seguirá siendo, o tan, rentable como lo es hoy en día.

Es debido a todo el cumulo de información proporcionada que nace mi propuesta hacia los cines, en ofrecerles la oportunidad de unirse a este mercado del servicio de streaming, creando una propia. Otro punto clave, como valor agregado, es la incorporación de un servicio adicional como lo sería realizar envíos de palomitas, todo desde las sucursales más cercanas, permitiéndole disfrutar de los mismos productos que ofrecen los cines en cuestión.

Todo va de la mano del pago de una entrada online permitiendo a los espectadores ver las películas de manera online a una hora coordinada, pudiendo escoger entre las horas disponibles que más le acomoden, siendo monitoreado por un personal de IT empresarial con el fin de, primero evitar que agentes externos accedan con IPs dinámicas – esto hace alusión a la dirección IP (es una dirección que identifica a un dispositivo en Internet o red local, significa “protocolo de Internet” por sus siglas en inglés y son identificadores que permiten el envío de información) que el ISP (proveedor de servicios de internet, vale decir, cuando una empresa le proporciona acceso a internet, normalmente a través de una conexión de acceso telefónico, de banda ancha o conexión directa a cable red) permite utilizar en forma temporal a un usuario, algo similar a lo que ocurre cuando los fugitivos cambian las placas

de patente, siendo en este caso de ejemplo la IP como la placa de patente de cada auto, original del auto por otra que obtienen de manera externa – con fines maliciosos como lo sería el grabar la película en cuestión y divulgarlo en páginas web, ¿qué tiene que ver la IP dinámica? Con ese concepto en uso se le hace más difícil encontrar a la persona que comete la infracción en específico. Y otro punto importante es que pueden funcionar como soporte en caso de cualquier inconveniencia antes, durante y después de la película transmitida, generando una cercanía mayor y una respuesta más rápida, eso se interpreta como mayor confianza y, por ende, mayor uso de la plataforma en cuestión.

Otro punto es la incorporación de un chat online desplegable, en el sentido de que el espectador pueda escoger ver el chat al alcance de un clic, generando una especie de comunidad, dándole un espacio a los espectadores de poder dialogar de las posibles teorías que tengan en base a las anteriores entregas o de comentar que es lo que finalmente esperan del film próximo a ver, generando una experiencia aún más grata, dándoles también la posibilidad de desactivar el chat para aquellos que no deseen uso de dicha adición.

El pago de la entrada trae consigo la opción de escoger la calidad de imagen dependiendo netamente de los dispositivos y dándoles el espacio de escoger entre 360p y 1440p, o de manera automática, dependiendo por este apartado de la calidad de internet que tiene el consumidor.

Otro punto importante es generar un hardware que impida a los clientes, de alguna manera, grabar la película a través de grabar su pantalla, tal y como lo hacen los pares del mismo mercado (como Netflix, Amazon prime video, Disney+, HBO Max, entre otros), en donde cuando se intenta hacer uso de distintas aplicaciones para grabar la pantalla esta se

bloquea y se ve en negro, más no el sonido que es lo único que se graba en cuestión, esto más por el lado de automatizar un poco lo que sería el trabajo y generar aún más trabas en cuanto a infractores se refiere.

Otro punto que se debe tener en consideración el horario límite para comprar las butacas online, siendo no más allá a 30 minutos del inicio de la función permitiendo a los consumidores entrar a un enlace y regular las opciones con un video en repetición en bucle para permitirle encontrar la que más le acomode según sus especificaciones, y la cantidad máxima permitida para esto, y la cantidad de butacas online permitidas por función, esto más que nada para no generar una saturación en los servidores y poder entregar un servicio de calidad.

En cuanto a precio, de manera inicial, se estima un coste de entrada de \$7.000, esto considerando que cada función cuenta con una calidad ajustable y que, dentro de una butaca online, o dispositivo usado para ver la película en cuestión, pueden ver la película la cantidad de personas encontradas en la habitación en cuestión.

Un claro ejemplo de lo retratado dentro de este mismo inciso es lo hecho, en tiempos de pandemia específicamente en el año 2020, por la plataforma de Punto Ticket para el filme chileno “Tengo miedo, torero”, en donde se realizó una venta de entradas online permitiéndoles a los telespectadores acceder a un portal online para ver la película a una hora programada con antelación. Algo a tener en consideración es que la preventa de estas entradas se agotó en menos de 24 horas.

## 5. Mercado objetivo

El objetivo principal del servicio de streaming es ofrecer una plataforma de entretenimiento que permita a los usuarios acceder a contenido de video en línea de forma fácil y conveniente. En particular, el objetivo del servicio de streaming es proporcionar una amplia variedad de contenido a los suscriptores en cualquier momento y lugar, siempre que tengan acceso a internet. Además de proporcionar una experiencia de visualización conveniente y personalizable, el objetivo del servicio de streaming es ofrecer una amplia gama de opciones de contenido que atraiga a un público diverso. Los servicios de streaming suelen incluir contenido original, no siendo este el caso pues se buscará proporcionar el mismo catalogo proporcionado por un cine en general sin discriminar la franquicia. Al ofrecer contenido diverso y de alta calidad, el servicio de streaming busca retener y aumentar su base.

Se tiene como mercados objetivos a los actuales consumidores de servicios de streaming, generando una espontaneidad que, hoy por hoy, no existe, llevando a la realidad el eslogan implícito de cada uno de los servicios de streaming que están dentro del mercado del séptimo arte, el cual es llevar el cine a la comodidad de los hogares. Muchas veces se asimiló este servicio tal y como se comentó en un inicio como lo fue con la película “Tengo miedo torero” realizado acá en Chile, pero otros países no son ajenos de esta eventualidad, pues en la plataforma Disney+ hizo lo suyo con su película “Black widow”, que por un pago de \$12.990CLP, permitía desbloquear desde el día uno la película en el catálogo online, permitiendo al espectador ver, y volver a ver, la película en el lugar y en el horario que dispusiese correcto. Actualmente no existe una fuente en donde se logre visibilizar de manera directa sobre las ganancias de Disney+ con su servicio de Premier Access, pero claramente

fue algo positivo, pues Black Widow no fue el único filme en donde se implementó dicho servicio. En simples palabras se buscará adentrarse dentro del mercado del streaming sin quitar oportunidades, sino aprovechar ese espacio vacío entre que se estrena el filme y llega a los servicios proporcionado por cada franquicia.

## 6. Aspectos técnicos

En este apartado se inspeccionará, de manera general, los apartados técnicos con los cuales debería contar esta propuesta.

Uno de los aspectos de suma importancia es la contratación de un grupo de IT empresarial (Information Technology), se refiere a las tecnologías de información y la comunicación que se encargan del manejo de la información que tiene una empresa, relacionada con el internet, la informática y la tecnología. Este inciso es muy relevante con esta propuesta, siendo prácticamente su base primordial, pues sin un buen equipo informático no existiría una plataforma adecuada y menos un soporte con y para los clientes.

Otra ayuda que se puede proporcionar a la empresa es la renovación de sus, ya creadas, páginas web, generando así un mayor dinamismo, un cambio de diseño y un soporte más rápido, con canales de contacto a través de WhatsApp o llamada directa, permitiendo solventar los percances de manera más directa, ayudando así la estructura ya creada.

Otro inciso es la incorporación de un software que imposibilite a los espectadores grabar las pantallas en donde están viendo las transmisiones de las películas de estreno

## 7. Análisis de mercado

Para el análisis de mercado se planteó de manera inicial genera una encuesta, todo esto mediante la plataforma entregada por Google, específicamente Google Forms. En cuanto al contenido de esta encuesta como pie angular no se buscó preguntar sobre el nombre o el género de la persona encuestada, pues no resulta ser relevante para la encuesta, esto del punto de vista del mercado en general, primero el nombre no anuncia ni ayuda en nada para el análisis, integro, y ya en cuanto al género, si bien muchas veces da aristas y especificaciones de lo que resulta ser una inclinación referente al gusto del público en general, no va de la mano con lo buscado en esta encuesta que es una generalización y oportunidad de mejora en cuanto al servicio entregado por los cines, y es bien sabido que esto no discrimina, es por ello que se denotó una relevancia en cuanto a la pregunta de un rango etario, pues es ese factor que permite a los cines, y a las personas, decantarse por un género u otro. Otro punto relevante es la incorporación de una pregunta dirigida al sector en que vive la persona encuestada, pues demuestra a rangos generales la inclinación y las preferencias de estas, de igual manera nos permite genera un mapeo de fuerza de trabajo en cuanto a servidores se refiere, esto en la mira de que se proporcionará un servicio online y en donde se generará un foco mayor, sobre todo lo relacionado a servicios adicionales se refiere. El resto de las preguntas son dirigidas al comportamiento de las personas encuestadas en cuanto a su relación con el cine, generando dos focos, uno en el que la persona asiste regularmente al cine y otro en el que no lo hacen, esto permitiendo generar oportunidades de mejoras en un servicio que busca suplir la demanda no aprovechada por los cines, incorporándolas a este cine generando una especie de dualidad mutuamente beneficiosa, supliendo y generando necesidades, siendo este último el foco principal de la incorporación de este servicio.

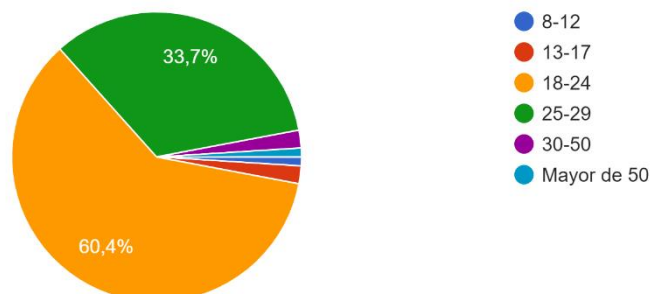
Posterior a un periodo de dos semanas, específicamente desde el lunes 27 de febrero hasta el 9 de enero, se logró recabar un total de 101 respuestas, llegando a un consenso de ser un total apropiado para generar un análisis de la encuesta y llevarlo a cabo dentro de este estudio. Cabe destacar que se hizo de manera anónima, resguardando la integridad del encuestado, siendo lo más relevante sus respuestas sin pensar en verse perjudicado por la información entregada.

A continuación, se realizará un análisis de dicha encuesta, pregunta por pregunta, recabando información relevante que será de gran utilidad para este estudio y permitiendo observar, y analizar, los distintos comportamientos, permitiendo así pulir el servicio propuesto.

#### 1. ¿Cuál es tu rango etario?

En esta pregunta, de manera inicial, se busca encontrar cuál sería el público objetivo inicial, pudiendo dilucidar entre la parrilla inicial del servicio de streaming a modo de piloto.

¿Cuál es tu rango etario?  
101 respuestas

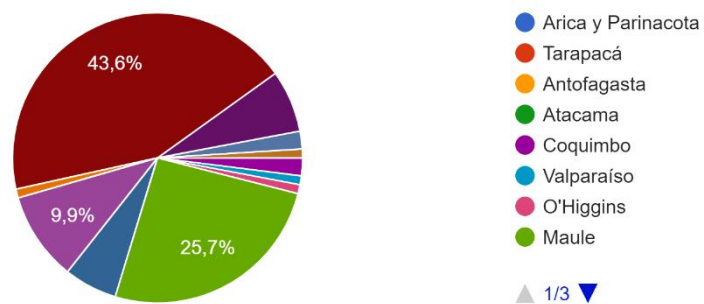


#### 2. ¿En qué región o comuna (RM) vives?

En esta pregunta se buscó, de manera inicial, obtener información sobre la localización de la persona encuestada, esto con el fin de encontrar un nicho y vislumbrar una comparativa entre lo online y lo presencial en cuanto a séptimo arte se refiere. Cabe recalcar que se realizó un análisis completo y complementario, en donde se adjuntaron a modo de respuesta todas las regiones y con la región metropolitana se hizo una separación de comuna, adjuntando una guía, proporcionada por la intendencia de la región metropolitana de Santiago, de provincia en base a la comuna.

En su mayoría, un 43,6% vivía en la comuna de Santiago Centro de la Región Metropolitana, siguiéndolo la región del Maule, con un 25,7%.

¿En qué región o comuna (RM) vives? Guía de provincia según la comuna (Región Metropolitana)  
101 respuestas



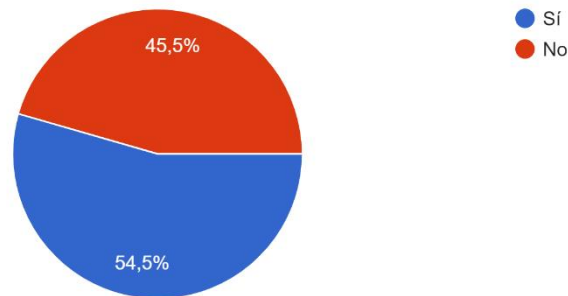
### 3. ¿Visitas regularmente las salas de cine?

En esta pregunta se busca dilucidar, y de alguna manera separar, ambas aristas, de quienes asisten al cine y quienes son más escépticos a respecto, pudiendo desarrollar ambos nichos en las preguntas venideras.

Las respuestas se dividen en un 54,5% de personas que si asisten regularmente al cine (siendo un total de 55 de los encuestados) con respecto a un 45,5% que no asisten regularmente al cine (sumando, por consiguiente, un total de 46 encuestados).

A partir de aquí se desprenden dos aristas a evaluar, una en el que la persona encuestada responde de manera afirmativa y otra en el que lo hace de forma negativa, pudiendo así rescatar distintos ejes ayudando a la comprensión analítica del presente estudio.

¿Visitas regularmente las salas de cine?  
101 respuestas



#### 4. ¿Con qué frecuencia asistes?

Esta pregunta está enfocada en discriminar los plazos de tiempo con que asisten los encuestados al cine, siendo las más populares “una vez por mes” y “una vez al año”, con un 61,8% y 16,4% respectivamente. De aquí logramos recabar que la tendencia de las personas varía del mes al año, siendo extremista y poco elástica.

¿Con qué frecuencia asistes?

55 respuestas

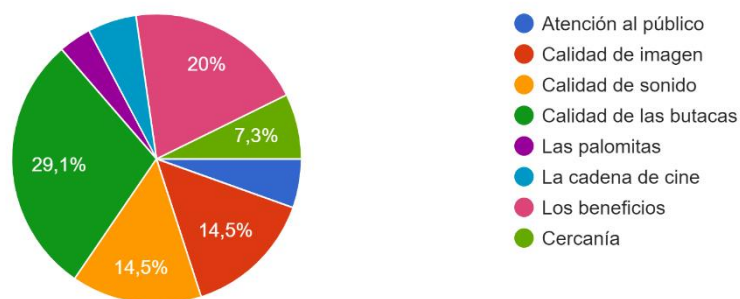


5. ¿Qué es en lo que más te fijas cuando lo haces?

En cuanto a esta pregunta se quería identificar el factor predominante por el cual las personas se inclinan a lo presencial versus lo online, en donde predominó la calidad de las butacas (con un 29,1%), siendo este un factor sumamente relevante llevado de la mano de la comodidad del espectador, permitiéndole asegurar una experiencia de calidad. El factor que le sigue fue el referente a los beneficios que entregan los cines como franquicia, permitiendo la obtención de descuentos asociados a quienes desean formar parte como socios de la franquicia de cines, o promociones, creando así una necesidad donde antes no la había. Le siguen, siendo estos dos puntos unos claves en este estudio, la calidad de sonido e imagen, sumando entre ellas un 29%, siendo este conjunto un factor determinante en cuanto al aprovechamiento de esta experiencia llamada servicio de streaming pueda proporcionar, pues es algo que ahora va más de la mano del espectador, pues es quien sabe que internet y componentes tiene en su posesión para aprovechar los beneficios que la tecnología confiere.

¿Qué es en lo que más te fijas cuando lo haces?

55 respuestas

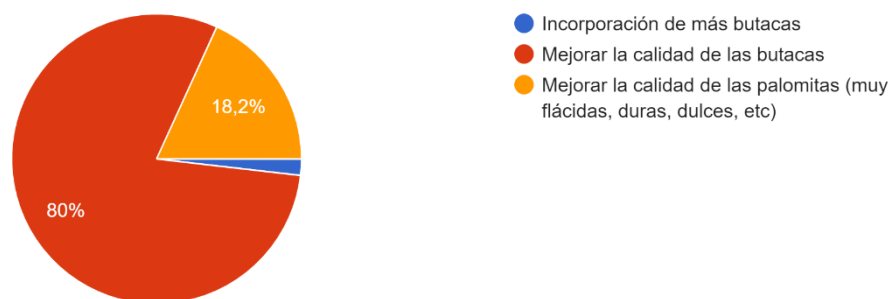


6. ¿Qué crees que hace falta para mejorar la experiencia?

En este inciso se quería tener en consideración que consideraba la persona encuestada en cuanto a opciones para mejorar el servicio ya entregado, en donde su mayoría, específicamente un 80%, plantea que una buena vía sería mejorar la calidad de las butacas. Existen muchas formas y maneras de mejorar las butacas, entre ellas tenemos una mayor comodidad, explicada en que los asientos tengan un acolchado más grueso, apoyabrazos más anchos y una inclinación más amplia, otro punto podría ser tener un espacio idóneo para la cantidad ofrecida, generando una mayor comodidad entre butacas en donde exista espacio suficiente para brazos y piernas, generando una mayor inmersión, otro punto es una tecnología de última generación, pues esta siempre está avanzando y las butacas podrían contar con avances de su parte, no siendo uso exclusivo para servicios de mayor pago, como lo sería el cine 4DX de que ya hemos visto.

### ¿Qué crees que hace falta para mejorar la experiencia?

55 respuestas



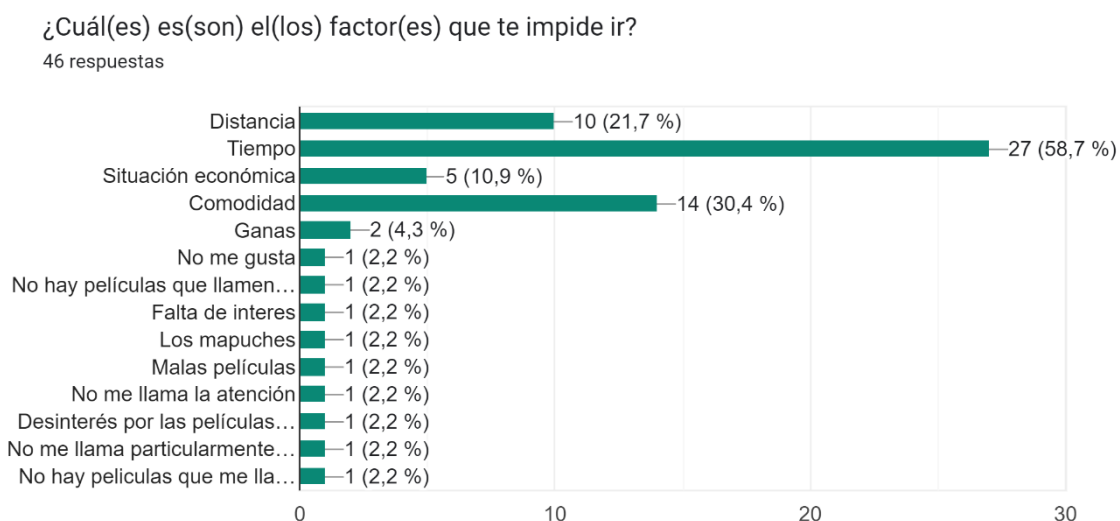
### 7. ¿Cuál(es) es(son) el(los) factor(es) que te impide ir?

En esta pregunta ya se comienza a vislumbrar la siguiente arista, que corresponde a quienes hayan respondido de manera negativa a la pregunta de “¿Visitas regularmente las salas de cine?”, esto para poder hacer uso de la otra cara de la moneda en cuanto al cine y el streaming se refiere.

Un 58,7% de las personas eligen la opción del tiempo, interpretándose como el tiempo tomado desde el tramo de llegar hasta la sucursal del cine a su elección hasta la llegada de sus casas, esto pudiendo ser apaleado por un servicio como el propuesto, pues las personas podrían ver sus estrenos favoritos desde la comodidad de su casa hasta en la incomodidad del metro, pero ambas viables con los fines personales que son considerados como el adquirir la información del filme visto, disminuyendo ese tiempo de recorrido al mínimo, siendo solo la duración de la película como tiempo usado, pudiendo ser mezclado este punto de igual manera con el tercer factor más respondido por los encuestado que corresponde a la distancia, sumándolo junto al tiempo. Otro punto de vista válido es la falta de

horarios en cuanto a películas se refiere, muchas veces sucede que el espectador no logra cuadrar su horario habitual con el propuesto por el cine.

El segundo factor predominante es la comodidad, y es justamente el segundo punto más relevante en cuanto a un servicio de streaming, pues es la necesidad que desea apalear. Antes de la llegada de estos servicios la opción más viable era asistir a un local para arrendar películas, como lo fue en su momento la reconocida marca de “Blockbuster”, generando la opción de ver las películas desde la comodidad de la casa, el servicio propuesto apunta justamente a eso, pues permite a través de dispositivos móviles ver los estrenos favoritos desde la comodidad de donde la persona considere más oportuno, todo esto gracias a la conectividad y globalización que hoy por hoy existe.



#### 8. ¿Qué crees que hace falta para mermar dicho factor?

Esta pregunta iba enfocada en obtener respuesta sobre lo acción que considera pertinente la persona encuestada para apalear el factor que le impide asistir a las salas de cine de manera presencial.

Predominando en la selección de respuesta a esta pregunta tenemos con un 34,8% tenemos la incorporación de más horarios de los ya establecidos, le sigue la respuesta de una baja en los precios con un 23,9% y, como tercer puesto tenemos una mayor cantidad de sucursales. Todas estas respuestas se conectan, tanto de manera directa como indirecta, al servicio propuesto, pues se generaría mayor cantidad de horarios en la transmisión de películas de manera online, pudiendo extender el precedente ya entregado por los cines, por otro lado, tenemos las sucursales apaleadas por salas en línea, permitiendo crear un cine dentro de la comodidad de la casa, y en cuanto al dinero por cobrar es algo que se verá de manera más efectiva y directa en una pregunta venidera.

¿Qué crees que hace falta para mermer dicho factor?  
46 respuestas

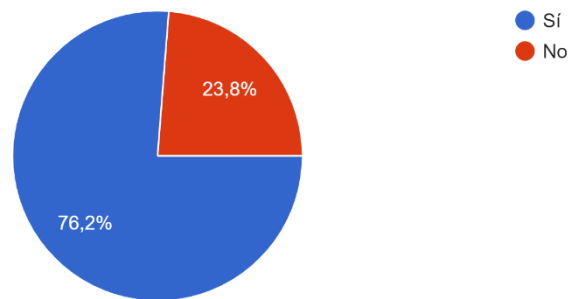


#### 9. ¿Te llamaría la atención consumir dicho servicio?

En cuanto a esta pregunta, se le realiza una propuesta a la persona encuestada que relata lo siguiente: “De existir una plataforma de streaming creada por los cines, en donde se proyecten los mismos estrenos de las películas que en las multisalas, respetando sus respectivas fechas (ejemplo, “Ant-man and the wasp: Quantumania” se estrena el 16 de febrero del 2023, este nuevo servicio transmitiría

el filme la misma fecha a través de la plataforma con la compra de butacas online)” y es ahí en donde se le pregunta directamente si estaría interesada en ser partícipe de manera activa del servicio presentado, a lo cual un 76,2% le llamó la atención y solo un 23,8% optó por quedarse al margen.

¿Te llamaría la atención consumir dicho servicio?  
101 respuestas



#### 10. ¿Cuánto es lo que estarías dispuesto(a) a pagar por una butaca online?

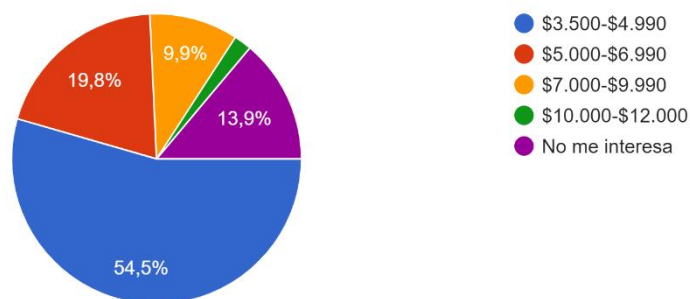
En esta pregunta se hace un énfasis sobre cuanto estaría dispuesto a pagar la persona encuestada por el servicio de una butaca online, permitiéndole ver la película de manera remota y disfrutar de los beneficios que esto implica.

Un 54,5% indicó que estaría dispuesto a pagar entre \$3.500 y \$4.990, precios promedios a los entregados hoy por hoy por los distintos, y diversos, cines por una butaca presencial.

Luego, un 19,8% indica que estaría dispuesta a pagar entre \$5.000 y \$6.990, precio llevado de cara a lo visto en el anterior inciso, siendo un precio no menor, pero no deja de estando la posibilidad de pagar una entrada y ver la película de manera comunitaria, medida adoptada y usada por la mayoría de las personas en los tiempos de Blockbuster.

¿Cuánto es lo que estarías dispuesto(a) a pagar por una butaca online?

101 respuestas



#### 11. ¿Qué servicio adicional te llama más la atención?

Finalmente se tiene la pregunta que hace alusión a que servicio, adicional, le llama más la atención a la persona encuestada con fines de generar un valor agregado y aprovechando un costo de oportunidad oculto.

El 34,7% opina que sería un buen punto generar un descuento en la siguiente compra por el pago de una butaca online, dando a pie a fidelizar a los consumidores a, valga la redundancia, seguir consumiendo el servicio, generando esa necesidad de querer usar ese porcentaje de descuento válido en la siguiente compra.

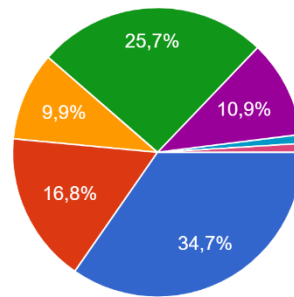
Por otro lado, un 25,7% de las personas encuestada opina que se estaría bueno generar un 50% de descuento en la siguiente compra de la película ya solicitada o vista por el espectador, esto explicado de la base de aquel consumidor que gusta de repetirse la parrilla y generar una revisita en cuanto al contenido de filme se refiere, ya sea por alguna externalidad no le permitiese disfrutar un 100% de la película o simplemente le gustó tanto que quiere verla por segunda vez. Es una opción que hoy por hoy los cines no otorgan a sus clientes y sería un buen

aditivo ofrecerles esa opción antes que la película deje de estar en cartelera, generando un nuevo costo de oportunidad no aprovechado.

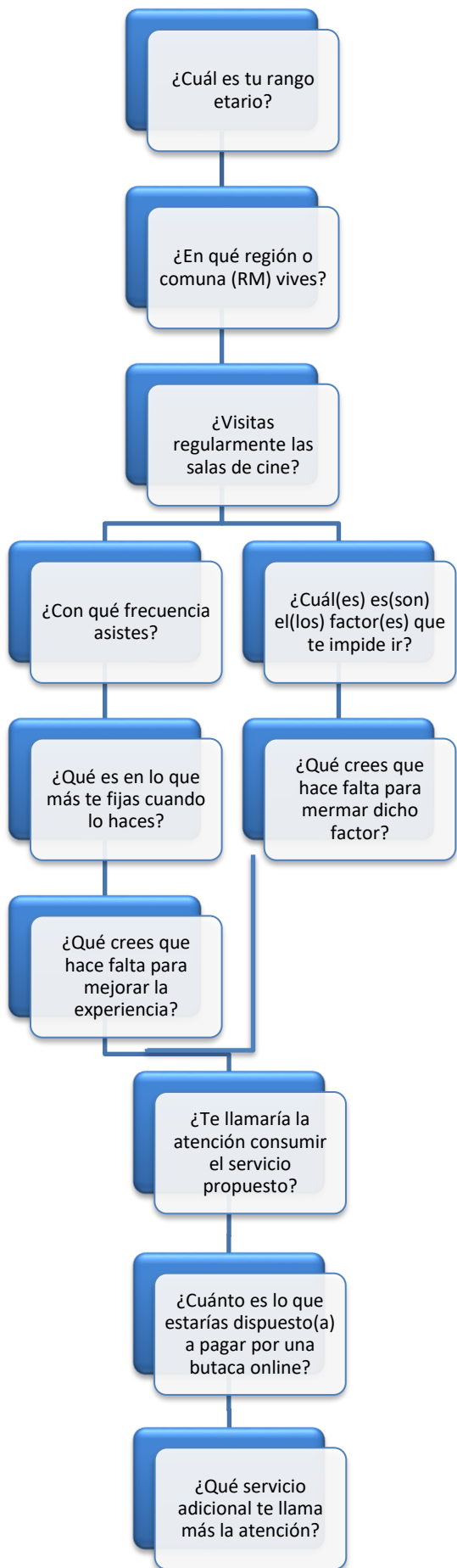
Y, finalmente, tenemos un envío de palomitas a domicilio con un 16,8% de respuestas, esto de la mano de algún servicio de delivery, pudiendo proporcionar la misma, o mejor, calidad de las palomitas proporcionadas por las sucursales de cines. Un punto fuerte acá sería la innovación, pues estamos acostumbrados a que la parrilla completa son las palomitas saladas y dulces.

¿Qué servicio adicional te llama más la atención?

101 respuestas



- Descuento en la siguiente compra por el pago de una butaca online
- Envío de palomitas a domicilio
- Por el pago anticipado de la butaca online exista un periodo de gracia par...
- Generar un descuento de un 50% por ver nuevamente la película
- Retirar los adelantos iniciales por un r...
- Que por ver online también hagan un...
- Tener disponible la película 12 horas...



### Síntesis.

- El rango etario canalizado en las personas que respondieron la encuesta se encuentra entre los 18 y 24 años (con un 60,45%). Este rango etario coincide con el público objetivo de los servicios de streaming, pues este mercado apunta a aquellos que tienen edades entre 18 y 35 años, que, por lo general, está enfocado en personas que tienen acceso a una conexión a internet estable y que buscan una alternativa a la televisión tradicional. Esto nos aporta con fines de encontrar una preferencia tendencial de la parrilla inicial de este servicio, teniendo a disposición 5 géneros que son más frecuentados en esos rangos, lo cuales son: acción, comedia, ciencia ficción, drama y terror.
- En la encuesta cuando se hizo la pregunta sobre si la persona encuestada está interesada en ser partícipe de manera activa del servicio presentado, a lo cual un 76,2% le llamó la atención y solo un 23,8% optó por quedarse al margen, números que, a pesar de ser una encuesta a 101 personas, resulta beneficioso y da a priori luz verde, denotando un interés por la participación, generando la especulación de que la idea tiene buen puerto.
- Sobre la pregunta de cuanto estaría dispuesto a pagar la persona encuestada por el servicio de una butaca online un 54,5% indicó que estaría dispuesto a pagar entre \$3.500 y \$4.990, precios promedios a los entregados hoy por hoy por los distintos, y diversos, cines por una butaca presencial, con la particularidad de que, si lo desea el consumidor, pueden ver esta película no solo una persona, sino las que deseen, proyectando el filme, por ejemplo, en una pantalla LED. Esto nos da indicios del precio que se implementará a medida de cobro por entrada de manera inicial.

- En cuanto a la pregunta que hace alusión a que servicio, adicional, le llama más la atención a la persona encuestada con fines de generar un valor agregado y aprovechando un costo de oportunidad oculto. El 34,7% opina que sería un buen punto generar un descuento en la siguiente compra por el pago de una butaca online, dando a pie a fidelizar a los consumidores a, valga la redundancia, seguir consumiendo el servicio, generando esa necesidad de querer usar ese porcentaje de descuento válido en la siguiente compra. Por otro lado, un 25,7% de las personas encuestada opina que se estaría bueno generar un 50% de descuento en la siguiente compra de la película ya solicitada o vista por el espectador, esto explicado de la base de aquel consumidor que gusta de repetirse la parrilla y generar una revisita en cuanto al contenido de filme se refiere, ya sea por alguna externalidad no le permitiese disfrutar un 100% de la película o simplemente le gustó tanto que quiere verla por segunda vez. Es una opción que hoy por hoy los cines no otorgan a sus clientes y sería un buen aditivo ofrecerles esa opción antes que la película deje de estar en cartelera, generando un nuevo costo de oportunidad no aprovechado. Este punto nos da indicios sobre la implementación de un servicio adicional, todos implementables, permitiéndole al servicio otorgar un valor agregado que el cine, por los costos incurrido por función, le es difícil llevar a cabo.
- Otro punto a tener en consideración es que varias de las preguntas realizadas alrededor de la encuesta se genera en base de una contraposición entre un servicio de streaming y un servicio presencial, en este caso el cine como tal, permitiendo vislumbrar puntos a favor que entrega el primero de los mencionados, tales como serían las butacas, tanto en su calidad como en su comodidad, como lo sería en el

tiempo invertido para ver el filme, todos estos puntos aminorados y controlados por un servicio de streaming.

- Es difícil encontrar a cinéfilos ajenos con una buena calidad de imagen y sonidos, o incluso con una buena calidad de internet, esto potenciado por la pandemia que se ha apaleado hasta hace poco, siendo antes de este suceso un lujo para algunos hasta una necesidad, en su mayoría laborales, pero existió un avance forzado en cuanto a temas tecnológicos se refiere, apaleando así el impedimento generado por un desconocimiento y sobre todo para el rango etario del cual forma parte el nicho que hace uso de forma frecuente de un servicio de streaming.

Tomando en cuenta las respuestas de la encuesta se genera una nueva propuesta, siendo más bien una modificación de la ya entregada, permitiendo acotar y acortar la brecha entre lo teórico y lo práctico.

Más de la mitad de los encuestados pertenecen a la región metropolitana, específicamente un 52.4%, es que se propone la incorporación del servicio principal en la Región Metropolitana, potenciándola y partiendo como piedra angular. Por otro lado, alrededor de la encuesta se generó una oscilación mayor entre los 18 y 24 años, permitiendo crear una parrilla inicial de 5 géneros, siendo los que más les llama la atención, generando una intención de enganche y permitiendo probar el servicio de una manera más cercana y efectiva con los consumidores, estos géneros serían acción, comedia, ciencia ficción, drama y terror. Algunos servicios adicionales que se pudieron captar son el generar un descuento en la siguiente compra por el pago de una butaca online y generar un 50% de descuento en la siguiente compra de la película ya solicitada o vista

por el espectador, esto de manera inicial no genera más gastos a la empresa que proyecta el filme, sino más bien la preocupación de generarle un servicio de calidad a la cantidad correcta, sin saturar. Otro punto para tener en consideración sería el cobro del servicio a entregar, generando una venta de dos tipos de butacas, una en la que la calidad de video sea de 1080p y calidad de audio de 128 kbps, teniendo un precio de \$3.500 por butaca online, y otra en que la calidad de video sea de 4K y la calidad de audio sea de 320kbps, siendo en este caso el precio de \$4.990 por butaca online. Cabe recalcar que estas calidades entregadas por precio son las máximas, pudiendo el cliente oscilar desde las siguientes calidades de video: 144p, 240p, 360p, 480p, 720p, 1080p y 1044p, 4K, adaptándose a la calidad de video e internet que tiene el consumidor, de igual manera va dirigida la calidad de audio, resultando no ser un impedimento para disfrutar del servicio.

Algo que podría ser un gran plus, viéndolo de manera idílica y muy a futuro, uno en el que el servicio ya esté implementado y sea sustentable, es generar alianzas con servicios de internet y de electrónica, generando una dualidad de mutua beneficencia.

Se mantiene la idea de tener un servicio de calidad en cuanto a generar cortafuego contra los hackers y aquellas personas que graben sus pantallas con la finalidad de no fomentar la piratería, siendo este un plus del servicio y permitiendo a la empresa en cuestión a ofrecer un mejor servicio, supliendo necesidades que antes no existían o no se habían visto.

## 8. Adaptación

Los 3 cines más visitados en Chile son Cine Hoyts, actualmente llamado Cinépolis, esta cadena de cines tiene varios complejos en distintas ciudades de Chile, y es una de las más populares de país. El segundo es Cineplanet, otra cadena de cines presentes en varias ciudades de Chile, y que cuenta con una amplia variedad de salas y películas. La tercera cadena corresponde a Cinemark, una con complejos en varias ciudades de Chile, y que ofrece una amplia variedad de películas en distintos formatos. Es importante tener en cuenta que estos datos pueden cambiar con el tiempo y que la popularidad de los cines puede variar según la región del país.

Cineplanet es una cadena de cines que fue fundada en Perú en el año 1999 y que actualmente cuenta con complejos en varios países de América Latina, incluyendo Chile. En Chile, Cineplanet tiene presencia en las ciudades de Santiago, Antofagasta, Copiapó, Viña del Mar y Concepción.

La cadena de cines ofrece una amplia variedad de salas y formatos de proyección, desde salas convencionales hasta salas VIP y 4D. Además, cuenta con una amplia oferta de películas de estreno, tanto nacionales como internacionales, así como eventos especiales como funciones de ópera, balé y conciertos.

Entre los servicios que ofrece Cineplanet, se encuentran las compras de entradas en línea, la venta de combos de comida y bebida, y la posibilidad de realizar eventos privados y funciones especiales para empresas y grupos.

Cineplanet se ha destacado por su compromiso con la calidad y la innovación, y ha recibido diversos reconocimientos en la industria del cine.

Cinemark es una cadena de cines con presencia en varios países del mundo, incluyendo Chile. En Chile, Cinemark tiene complejos en Santiago, Viña del Mar, Antofagasta, Rancagua, Talcahuano y otras ciudades.

La cadena ofrece una amplia variedad de salas de cine, que van desde salas convencionales hasta salas VIP y salas con tecnología de proyección en 3D y 4D. Además, cuenta con una amplia oferta de películas de estreno, tanto nacionales como internacionales, y también realiza eventos especiales como funciones de ópera y conciertos.

Entre los servicios que ofrece Cinemark, se encuentran la compra de entradas en línea, la venta de combos de comida y bebida, y la posibilidad de realizar eventos privados y funciones especiales para empresas y grupos.

Cinemark es una cadena de cines reconocida por su calidad y tecnología de vanguardia, y ha recibido diversos premios y reconocimientos en la industria del cine. Además, la cadena se ha destacado por su compromiso con la responsabilidad social y el medio ambiente, implementando diversas iniciativas sostenibles en sus complejos de cine.

Cinépolis nace en el año 1971 en Moleria, Michoacán. A fines del año 2020 contaba con 862 cines y 6664 salas en total. La clave de éxito, que los destaca, son sus salas VIP, que ofrecen asientos más cómodos y reclinables, menos personas por sala y servicio de alimentos, y bebidas, dentro de la sala durante toda la proyección de la película, todo esto adicionando a su tecnología de punta en sus proyecciones, entregando una experiencia de calidad con

diversas, y de excelente calidad, tales como las salas con pantallas IMAX y 4DX (*IMAX se adhiere a pantallas con calidad 4K y dos proyectores con 6.500 watts cada uno. 4DX experiencia aún más inmersiva, complementando todo con los asientos, sintiendo vibraciones y con lentes 3D, rompiendo así con la cuarta pared de algún modo*).

¿Cuál ha sido la clave del éxito de Cinépolis? Uno de los mayores atractivos de esta empresa son las salas *VIP* que ofrecen asientos más cómodos y reclinables, menos personas por sala y servicio de alimentos y bebidas dentro de la sala durante toda la proyección de la película. También, la venta de golosinas dentro de estos cines es muy relevante, siendo sus palomitas reconocidas como las mejores de los cines en México. Por otro lado, la tecnología de las proyecciones en Cinépolis y la diversidad de pantallas y experiencias que ofrece (como la pantalla IMAX y las salas 4DX) le dan una ventaja comparativa con otras cadenas de la industria.

**Misión de Cinépolis:** Cinépolis tiene como misión brindar el mejor entretenimiento ofreciendo innovación en un servicio que supere las más altas expectativas y mucha diversión, todo mientras fortalece su liderazgo como empresa cinematográfica a nivel global.

**Misión de Cinépolis:** La empresa entiende lo que representa dentro de la industria y lo que es para los clientes, una excelente opción de entretenimiento no solo por ofrecer un servicio completo de alta calidad, sino que garantiza una experiencia inolvidable.

Teniendo en consideración tanto su visión como misión es que se logra evidenciar que todo este nuevo servicio está impregnado en ambas, pues es uno que busca innovar con la finalidad de supere las expectativas, siendo una opción de alta prioridad, generando una experiencia de alta calidad. Estos dos puntos se incorporan y acoplan de sobremanera sobre lo que se desea proyectar, siendo puntos fuertes en la decisión.

Realizando una comparativa entre los tres cines, con toda la información ya detallada, es que se genera una inclinación por realizar un trabajo en conjunto con Cinépolis, debido a su amplia gama de opciones a la hora de proyectar sus filmes en la pantalla grande, creando así una comparativa con la implementación de una plataforma de streaming con butacas online. Esto en otras palabras permite cerrar la brecha entre lo posible y lo contrario, esto por todos los recursos que tiene dicha cadena y la historia, generando otro eslabón en cuanto a la implementación de innovación se refiere. Otro punto fuerte en esta selección guarda fuerte relación con su visión y misión, pues se acoplan de sobremanera a la propuesta de este servicio, siendo un gran puntapié inicial y generando así un nuevo superávit.

Son por estas razones que he escogido como cine objetivo a Cinépolis, debido a su amplia gama de opciones a la hora de proyectar sus filmes en la pantalla grande, creando así una comparativa con la implementación de una plataforma de streaming con butacas online, dando a entender la capacidad y amplia gama con la que cuenta esa empresa, permitiendo crear nuevos horizontes y tener los medios necesarios para generar una innovación de esta magnitud infiere. Otro punto importantísimo es, como ya recalqué, su alcance operando actualmente en Estados Unidos, Brasil, India, España, Panamá, Chile, Perú, Honduras, Costa Rica, Guatemala, El Salvador, Argentina y Colombia. ¿Por qué esto es relevante?, aparte de un gran alcance son los recursos de los cuales se pueden hacer uso (todo en la mira desde una

vez implementado el servicio o en el desarrollo del mismo), un ejemplo de manera muy superficial es aprovechar el alcance que se puede generar entre Estados Unidos y México, potenciando de sobremanera el servicio y la llegada, otro punto clave es el personal de la India, pues son reconocidos por sus avances tecnológicos, permitiendo arreglar y mejorar los ya propuestos, generando un potenciamiento gigantesco. Esto son solo ideas y conjeturas que surgen bajo el manto de la implementación del servicio y el de la alianza generada con Cinépolis.

Uno de los principales desafíos para ofrecer este servicio es cómo ofrecer una experiencia de visualización satisfactoria para los usuarios, lo cual puede requerir una conexión de alta velocidad y una calidad de imagen y sonido adecuadas. Además, también podría ser necesario implementar medidas de seguridad para prevenir la piratería y el acceso no autorizado de las películas.

Otro desafío es cómo ofrecer una experiencia de cine auténtica que incluya elementos como la pantalla grande, el sonido envolvente y la atmósfera de un cine tradicional. Para superar estos desafíos, algunas empresas están experimentando con la transmisión de películas en salas de cine específicas y ofreciendo experiencias inmersivas que incluyen elementos como iluminación ambiental y los efectos especiales.

A continuación, se presentarán algunas estrategias que pueden ayudar a reducir la piratería para este servicio de streaming en particular.

- Ofrecer un contenido exclusivo de alta calidad, esto puede ser un incentivo para que los usuarios se suscriban y paguen por el servicio en lugar de buscar versiones piratas
- El otro punto sería implementar medidas de seguridad, como la encriptación de datos y el uso de sistemas de autenticación, pueden ayudar a prevenir la piratería al limitar el acceso a los contenidos y hacer que sea más difícil para los piratas informáticos robar y compartir el contenido. También teniendo en cuenta la incorporación de un servidor local que, de soporte al servicio, generando el efecto de red.
- También está el monitorear y tomar medidas enérgicas contra la piratería, esto debido a que las empresas tienen la opción de monitorear sus propios sitios web y redes sociales en busca de enlaces o publicaciones que ofrezcan contenido pirateado y tomar medidas legales contra los infractores.
- El colaborar con un autoridades y organismos de protección de derechos, esto para monitorear y abordar la piratería en línea. Esto puede incluir medidas como la identificación y el cierre de sitios web de piratería, así como la colaboración con proveedores de servicios de internet para detectar y abordar la infracción de derechos de autor.

El costo de implementar un buen sistema de encriptación de datos y sistemas de autenticación varía dependiendo de varios factores, como el tamaño y complejidad de la empresa, los requerimientos de seguridad, los proveedores de tecnología y la cantidad de usuarios.

En general, la implementación de un buen sistema de encriptación de datos y autenticación puede requerir la inversión de un software especializado y hardware, así como la contratación de expertos en seguridad informática para su implementación y mantenimiento. Además, puede haber costos asociados con la capacitación de los usuarios en el uso de los sistemas de seguridad.

El costo de un buen sistema de seguridad en línea con un tamaño pequeño de empresa, usuarios limitados, nivel de seguridad alta, tipo de dato películas y mantenimiento oscila entre los cientos y los varios miles de dólares al año, esto es variable porque dependerá de factores como el proveedor de tecnología, la cantidad de usuarios, la ubicación geográfica, el nivel de personalización, entre otros. Este costo puede incluir el software y hardware necesario para la implementación del sistema, la capacitación de los empleados, la configuración del sistema, la integración con otros sistemas, la supervisión y monitoreo del sistema, y el mantenimiento regular.

Es importante tener en cuenta que el costo de un buen sistema de seguridad en línea puede ser alto, pero la inversión puede ser crítica para la protección de los datos sensibles de la empresa y evitar posibles ciberataques, violaciones de datos y pérdida de la confianza del cliente.

Ahora, en cuanto a las consideraciones legales que deben ser tomadas en cuentas tenemos las siguientes:

- Derechos de autor, pues es necesario asegurarse de contar con las licencias y autorizaciones necesarias para la transmisión en línea de películas y otros contenidos audiovisuales. Los titulares de los derechos de autor deben ser compensados adecuadamente por el uso de sus obras.
- Protección de datos, la empresa debe cumplir con la ley de protección de datos personales de Chile, que establece las condiciones para el tratamiento de datos personales y su protección.
- Impuestos, es importante cumplir con las obligaciones fiscales correspondientes a la venta de servicios de streaming. Esto incluye el pago de impuestos sobre el valor agregado (IVA) y la presentación de declaración de impuestos.
- Competencia desleal, es importante evitar prácticas que puedan considerarse competencia desleal, como el uso de marcas o nombres comerciales similares a los que otras empresas del mismo rubro.
- Protección al consumidor, la empresa debe cumplir con las normas que protegen a los consumidores en relación con la publicidad, información, precios y calidad de los productos y servicios ofrecidos.
- Propiedad intelectual, además de los derechos de autor, es importante asegurarse de respetar otras formas de propiedad intelectual, como marcas, patentes y diseños industriales.

No tengo información específica sobre el costo de incorporar un nuevo servicio de streaming en Chile, ya que esto puede variar dependiendo de varios factores, como el tamaño y el alcance del servicio, la infraestructura necesaria para su funcionamiento, los acuerdos de licencias de contenido.

El costo de incorporar un nuevo servicio de streaming en Chile puede incluir gastos como la inversión en la creación de una plataforma de streaming, la contratación de personal y la adquisición de licencias de contenido. También se deben considerar los costos de marketing y publicidad para promocionar el servicio y atraer a los usuarios.

Además, es importante tener en cuenta que la creación de una plataforma de streaming no es un proceso único, sino que requiere una inversión continua en tecnología, contenido y marketing para mantener y hacer crecer el servicio.

En cualquier caso, el costo de incorporar un nuevo servicio de streaming en Chile puede ser significativo, especialmente si se busca competir con los servicios ya establecidos en el mercado. Sin embargo, es importante tener en cuenta que los servicios de streaming pueden tener un gran potencial de crecimiento y rentabilidad en el mercado actual, por lo que la inversión puede valer la pena a largo plazo.

Se estima que Disney ha invertido alrededor de \$1.000 millones de dólares en la creación de Disney+. Esta inversión incluyó el desarrollo de la plataforma tecnológica, la adquisición de nuevos contenidos y la adaptación de contenido existente para la plataforma. También se ha informado que Disney ha invertido alrededor de \$2.5 mil millones de dólares en contenido original para Disney+.

A pesar de la inversión inicial, Disney+ ha tenido un gran éxito desde su lanzamiento en noviembre de 2019, con más de 100 millones de suscriptores en todo el mundo a partir de marzo de 2021.

Para la búsqueda de costos y beneficios se realizarán los siguientes supuestos (esto bajo la mirada analítica, debido a que no existe un conceso de cuanto saldría en concreto armar y mantener una plataforma de esta envergadura):

- ❖ Todo se hará bajo la mirada de un servicio de streaming convencional, o promedio, esto bajo el punto de no generar un servicio potente y permitiéndonos observar uno estándar y promedio del mercado, observando así las fluctuaciones que conllevarían la instauración y la mantención de esta.
- ❖ Se revisarán los costos y beneficios en un plazo de un año, por ejemplo, todo 2024, desde el 01/01/2024 hasta el 31/12/2024. Esto para generar números cerrados y permitirnos analizar de manera más directa los costos vs los beneficios.
- ❖ Se tendrá en cuenta un servicio de streaming con tamaño pequeño, cantidad ofrecida (o catalogo) pequeña, cantidad de usuarios mediana y nivel de calidad de transmisión alta. Esto para comenzar a generar estándares de un servicio emergente, sin ir más allá de objetivo gigante e inalcanzable.
- ❖ Durante todo este inciso se hablará de la tasa de cambio pesos chilenos.
- ❖ Se tendrán en consideración 10 estrenos de películas al mes, de los cuales las personas participarán en solo en tres de estos, dependiendo de sus gustos y de los géneros. Esto con la finalidad de generar un estándar.

En cuanto a la creación del servicio, para un proyecto pequeño, el costo de desarrollo del software y la infraestructura para la transmisión de contenido puede oscilar entre los \$7,900,000 y los \$39,500,000. Además, se deberá considerar el costo de adquirir licencias y derechos de contenido, que podría oscilar entre los \$3,950,000 y los \$15,800,000. Este costo incluiría el alojamiento web, la actualización de software, el soporte técnico y el pago de derechos de contenido.

Ahora, en cuanto al hardware y software, esto incluye la compra, actualización y mantenimiento de computadoras, servidores, dispositivos móviles, software, licencias de software, etc. Para el servicio propuesto, el costo de hardware y software puede oscilar entre los \$7,900,000 y \$23,700,000.

En cuanto al soporte técnico, para una empresa de las especificaciones requeridas, es necesario contar con un equipo de soporte técnico de IT calificado y experimentado. El costo anual de un equipo de soporte técnico puede oscilar entre los \$7,900,000 y los \$31,600,000.

Si la empresa ya cuenta con un equipo de IT interno, es necesario considerar los costos de los empleados de IT, incluyendo salarios, beneficios, impuestos, capacitación y desarrollo. Los costos anuales pueden oscilar entre los \$7,900,000 y los \$23,700,000.

Ahora, en cuanto a la campaña de marketing, esta tiene que ser una intensa, debido a que este servicio estará dentro de dos mercados, como lo es el servicio de streaming y el cine, respaldando eso su intensidad, traduciéndose en \$1.580.000.000. Esto incluye una campaña de marketing intensa por un año para un servicio de streaming ya establecido en Chile con 6 canales de marketing y varios tipos de contenido producido. Además, el costo de producción

para la campaña, como videos, anuncios gráficos y folletos, también son un factor importante en el presupuesto.

Como el servicio requiere servicios en la nube, como almacenamiento, correo electrónico o software como servicio, es necesario considerar los costos de suscripción o uso de estos servicios. Estos costos pueden oscilar entre los \$3,950,000 y los \$7,900,000

Ahora, en cuanto a los beneficios se tendrá en cuenta la encuesta ya realizada, generando una comparativa con las 101 personas que respondieron y el total de la población en Chile.

Según las últimas estimaciones del Instituto Nacional de Estadísticas (INE) de Chile, la población total del país al 31 de diciembre de 2022 era aproximadamente 19,668,000 personas. Es importante tener en cuenta que esta cifra es una estimación y puede variar debido a factores como la migración y el crecimiento natural de la población.

A modalidad de análisis, para la obtención de los beneficios, podemos mezclar la encuesta con la población total en Chile, generando un cambio entre los distintos N. La encuesta arrojó que un 70,2% le interesaría ser parte del servicio de streaming, reflejándose en 13,806,936 personas, siendo esta la base. Ahora, teniendo en cuenta el último supuesto, referente a la cantidad de estrenos existentes por mes y la cantidad en la cual las personas están dispuestas a ser partícipes, siendo un total de 3 películas por mes. Otro punto para tener en consideración es el servicio para usar por los usuarios, pues un 14,5% consideró que es relevante la calidad de imagen a la hora de hacer uso del servicio, traducándose en 2,851,860 personas y, el resto del total quedaría en 11,804,930. Esto es sumamente relevante según la información de la propuesta, pues el precio del servicio sería de \$3.500, por butaca online

con la calidad de video de 1080p y calidad de audio de 128kbps, y en el otro servicio sería un precio de \$4.990, en donde la calidad de video es de 4K y la calidad de audio sea de 320kbps.

Ahora, teniendo en consideración todo lo anteriormente mencionado se logra obtener que por mes el servicio genera unas ganancias de \$153.921.793.568 por mes, y por año (con la finalidad de generar un estándar debido a los costos) una ganancia de \$1.847.061.522.821.

Los costos totales, tomando en consideración el peor de los casos, es decir, el último de los dos casos entregados sería de \$142.200.000. Finalmente, las ganancias anuales se traducen en \$1.845.197.122.821.

Este análisis se hizo a través de una mirada analítica totalmente optimista y guiada a través de las respuestas de la encuesta, pero ¿qué pasa si solo un 30% de la población está interesada en participar en la encuesta y con una visita unitaria en cuanto a películas por mes? Los beneficios totales anuales serían de \$261.391.997.040.

Es cierto que estos beneficios resultan alarmantes, siendo sumamente optimistas, pero están bajo la mirada de una visión ultra optimista, pues se tomo como premisa inicial el total de la población que reside en Chile y se hizo un match con los resultados de la encuesta, siendo este el prisma angular de este estudio, y aparte se tomo en consideración que cada persona va al menos 3 veces al mes, siendo el segundo caso en el que solo asiste un 30% de la población a este servicio y con una vez al mes, generándose así la siguiente fórmula, en donde, se discriminó conforme a los resultados de la encuesta de si estaban, o no, interesados en cuanto a la calidad de imagen del filme como tal.

$$G = N * V * P$$

En donde...

G: Las ganancias.

N: Número total de personas a considerar.

V: Veces en que cada persona hace uso de este servicio.

P: Precio del servicio, existiendo dos dependiendo de la calidad de imagen y sonido.

En el caso más pesimista, en el que solo asista un 10% de la población total, que todos sean indiferentes a la calidad de imagen y sonido, y que cada persona asista una vez cada dos meses, vale decir, durante el año asiste un total de 6 veces, los beneficios se traducen en: \$39,580,600,000

Algo a tener en consideración es que los costos no se ven reflejados de manera progresivas con fines de mejoras, vale decir, no se toman en consideración costes como mejoras en los equipos implementados, en mejoras del servicio de streaming como la plataforma, en la contratación de nuevos filmes (es decir, ampliar la biblioteca), en la incorporación de nuevos géneros, entre otros puntos. Esto deja a relucir lo rentable que es el servicio y todo el margen de error que existe en su incorporación, siendo el mismo margen de cual se pueden desprender mejoras e inversiones que solo una empresa consolidada podría llevar en la marcha, agilizando procesos como adquirir las licencias necesarias o el manejo idóneo de las ganancias para retribuir las en más, y en brindar un servicio de calidad, esto debido a poder entregar un servicio de apoyo necesario.

Por ejemplo para el uso de este servicio para quienes no están interiorizados en el mundo digital o en posibles complicaciones durante el proceso de conectarse. Existen una infinidad de hilos que se desprenden de este servicio como lo sería una alianza con una empresa que brinde internet móvil como lo es Movistar, en donde por la contratación de un plan de esa empresa puedan llevarse gratis una prueba de este servicio, siendo esta una idea entre miles como lo es de este terreno inexplorado.

Un último escenario, en el que participa solo un 3% de la población total, que asiste dos veces al año y que es indiferente a la calidad de imagen y video, se traduce en los siguientes beneficios: \$2,408,080,000. ¿Siguen siendo altos? Claro que sí, son consideradas como partícipes 590.040 personas de un total de 19.668.000 residentes en Chile. Siendo este el peor de los casos en una cultura conservadora y escéptica a los cambios, quedándose al margen de esta nueva incorporación. Otro punto para tener en consideración para este pesimista escenario es que demoren los trámites para conseguir las licencias de proyección y distribución de los filmes, y que, ya instaurado el servicio, el flujo sea lento, debido a generar un periodo de prueba de al menos un mes, todo con fines de consagrar un servicio de calidad y poder soportar una cantidad adecuada de consumidores en una función, soportando los servidores de manera idónea.

En una situación normal todo ocurriría según lo planeado, vale decir, existiría un periodo de gracia de un mes para instaurar el servicio, este soporta a la cantidad adecuada de consumidores por función, el soporte sea uno de atención durante el día y no haya puntos de fuga para los hackers. En el fondo, la instauración del servicio en un conducto regular y flujo normal.

## 9. Propuesta final

La propuesta se extiende a dos puntos, uno en el que se implemente el cine como servicio de streaming, compitiendo así con los cines y servicios de streaming de manera directa, y el otro punto es partir de la base de ser un servicio adicional del cine elegido, Cinépolis, generándoles un valor agregado al presente.

En cuanto al primer punto, de partida es un sumamente complejo, entrar no a un mercado, sino a dos, uniéndolos y compitiendo con tantas compañías que ya están consolidadas y tienen todos sus puntos suplidos. Además de tener en cuenta en los costos iniciales, ya que el solo servicio de protección varía desde los cientos a miles dólares anuales, existen muchos costos más, como lo sería por ejemplo el de marketing, los legales, el personal, el de la instauración de un servidor funcional, el de la creación de la página, con todo lo que este concepto conlleva, entre otros. Esto aparte de los apartados legales con los que debe incurrir, ralentizando así la efectividad y velocidad de tiempo en que se pueda implementar el servicio como tal. Traduciéndose todo en un gasto de tiempo y dinero excesivo para prácticamente una pyme. Sin dejar de lado los beneficios a largo plazo que traería un servicio como este consigo, pero es tremendamente dificultoso entrar en dos mercados simultáneos y encima conseguir los permisos necesarios para el uso y distribución de distintas licencias.

Un gran punto para tener en consideración es justamente esto, que la razón de que ninguna empresa haya querido siquiera incursionar en la incorporación de este servicio sea las licencias, siendo hoy por hoy la prima de las franquicias, como lo es Disney, la incorporación de sus estrenos, posterior de un periodo de estreno en los cines, a sus

respectivas plataformas de streaming, siendo este un punto de quiebre entre que sea, o no, posible su realización. Otro punto para tener en consideración es en el escenario en que el servicio efectivamente se logre implementar, en donde existirán hackers que busquen bajar las películas para posteriormente distribuirlas en páginas ilegales, significando no solo en pérdidas para la empresa que incorpore este servicio, sino también para las mismas franquicias, pero es uno de los tantos desafíos que se plantean y pretenden apalear durante el desarrollo y que en el fondo sea sustentable para ambas partes. Otro punto de quiebre para tener en consideración es que el servicio sea poco llamativo para las personas, priorizando la inmersión que se genera al asistir a un cine por sobre un servicio de streaming, es por esto que es necesario constantemente innovar con nuevos servicios adicionales, como lo sería por ejemplo el poner en arriendo proyectores en las distintas cedes con periodos cortos, y sobre la misma generar descuentos si se llevan un proyector y palomitas, son servicios que tienen que surgir durante la marcha y es sumamente relevante hacer un seguimiento a las necesidades de los consumidores.

Ahora, en cuanto al segundo punto en cuestión, el de la implementación de este servicio adicional, lo veo totalmente viable, esto en la base de que la empresa cuenta con el sustento necesario para la implementación, siendo este un plato bien fuerte. Otro punto para tener en consideración es que cuentan con los requerimientos legales para la distribución de los distintos filmes, independiente de la franquicia a la que pertenecen, requiriendo adicionar a los suyos los del lado online, generando una mezcla. Además de que es una empresa reconocida por tener los servicios con mejor calidad dentro de la industria de cine, contando con los necesarios para esta implementación. Con esta implementación no solo participarían

en un mercado, sino en dos, pero en uno son los líderes y nada podría impedir que sea similar el caso en el segundo.

Como resultado final se tiene como propuesta final a la adición de este servicio dentro de la extensa gama de herramientas que proporciona Cinépolis a sus clientes con el fin de otorgar un servicio completo y una experiencia única y auténtica con sus clientes, permitiéndoles llegar a usuarios que antes no, generando necesidad donde antes no, percibiendo bajas en los primeros periodos, pero a largo plazo ganancias. Un punto a favor de ellos sería el comenzar a jugar entre sus productos, como lo sería el aprovechamiento, y creación, de beneficios entre ambas plataformas, aprovechando lo que la tecnología y necesidades otorgan.

En este plan se estima la instauración del servicio, con todos los costos asociados ya analizados, entregando de manera inicial un periodo de prueba con los 5 géneros más consumidos por el rango etario analizado (acción, comedia, ciencia ficción, drama y terror), siendo esta una estrategia de marketing y permitir acoplar a los espectadores a correr la voz de este nuevo servicio, acoplando un enganche. Y esporádicamente sumar más géneros y el cobro del servicio con los precios ya propuestos, generando consigo servicios adicionales como lo sería el cobro de un 50% de descuento para ver la película nuevamente, y servicios como el reemplazo de adelanto de próximos filmes por resúmenes de películas de la misma saga, permitiendo al cliente aclimatarse. Si bien los beneficios son altísimos, solo una empresa, como lo es Cinépolis, es capaz de manejarla y reinvertirla a su propio beneficio, permitiendo redistribuirla en mejoras del servicio, costo que no se reflejó durante el análisis, pues se generaron estándares anuales.

## 10. Referencias

Ministerio de las culturas, artes y patrimonio. 2019. Análisis del cine en Chile y sus audiencias.

Arias Castilla, C.A., Ayala Cardona, J. A., & Acosta Pineda, D. J. (2017). Antecedentes en atención pedagógica a la población sorda: una revisión contextual. Revista Iberoamericana de Psicología, 8(1), 7-15

[http://www.profesores.elo.utfsm.cl/~agv/elo322/1s15/projects/reports/Analisis\\_del\\_funcionamiento\\_de\\_servicio\\_Streaming.pdf](http://www.profesores.elo.utfsm.cl/~agv/elo322/1s15/projects/reports/Analisis_del_funcionamiento_de_servicio_Streaming.pdf)

<https://www.cultura.gob.cl/wp-content/uploads/2020/09/analisis-del-cine-en-chile-y-sus-audiencias-2019.pdf>

<https://es.statista.com/estadisticas/1200524/numero-salas-cine-en-operacion-chile/#:~:text=En%202019%2C%20el%20número%20de,de%20pesos%20chilenos%20en%202019>

.

<http://pueaa.unam.mx/blog/cinopolis-india-expansion-asia#:~:text=Cinépolis%20nació%20en%201971%20como,cines%3B%206%2C664%20salas%20en%20total.>

<https://www.cinopolis.com.ar/quienes-somos>

<https://www.cinemark.cl/conocenos>

<https://cineplanet.evaluar.com/quienes-somos>

<https://www.cultura.gob.cl/publicaciones/analisis-del-cine-en-chile-y-sus-audiencias-2019/>



Punto Ticket

14 de agosto de 2020 · 🌐



"Tengo miedo, torero", la esperada película basada en la novela de Pedro Lemebel, se estrenará en Chile en una función única en septiembre de 2020. ¿Dónde podrás verla? Por supuesto que en #PuntoPlay, nuestra nueva plataforma de streaming. La venta de entradas comenzará este 18 de agosto al mediodía aquí: <https://bit.ly/TMT-20F> ¡Te esperamos!

