

# ESTUDIO DE AUDIENCIAS RED DE SALAS

Enero de 2018



FÁBRICA DE CULTURA



## FICHA TÉCNICA

- **Objetivo General:** Caracterizar a las audiencias de las distintas salas que conforman la Red de Salas de Cine, con especial atención a las dimensiones sociodemográficas, hábitos de consumo cultural y cinematográfico, percepción de calidad de la oferta de la red de salas y niveles de satisfacción de los usuarios.
- **Tipo de Estudio:** Investigación cuantitativa descriptiva mediante cuestionario autoaplicado a la salida de funciones de las salas que conforman la Red.
- **Población Objetivo:** Espectadores de la sala en las funciones muestreadas.
- **Tamaño Muestral:** El tamaño de la muestra fue de 830 casos.
- **Tipo de Selección:** Aleatoria mediante sorteo.
- **Fecha del Trabajo de Campo:** 20 de noviembre al 30 de diciembre.

## ADVERTENCIA METODOLÓGICA

- El estudio representa a los espectadores que visitaron las salas en el período de levantamiento de los datos.
- Los resultados generales de los datos para la Red de Salas muestran una alta homogeneidad entre los resultados de cada sala estudiada. En tal sentido, con altísima probabilidad, los espectadores corresponden a un segmento específico de la población.
- De esta forma, los resultados no pueden ser extrapolados a la población general ni tampoco resulta legítimo arribar a conclusiones sobre audiencias potenciales.

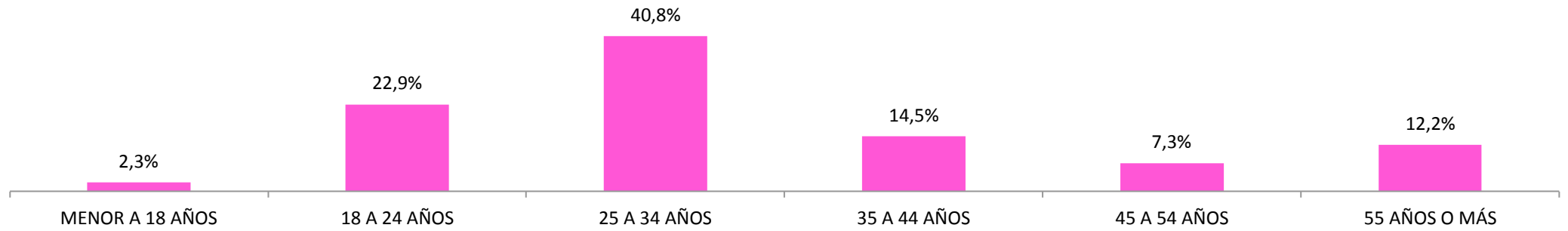


## RESULTADOS

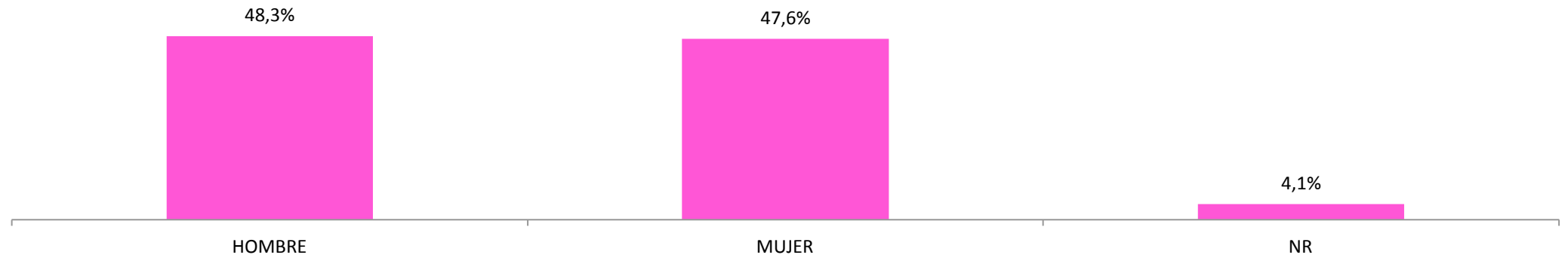


# **CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS**

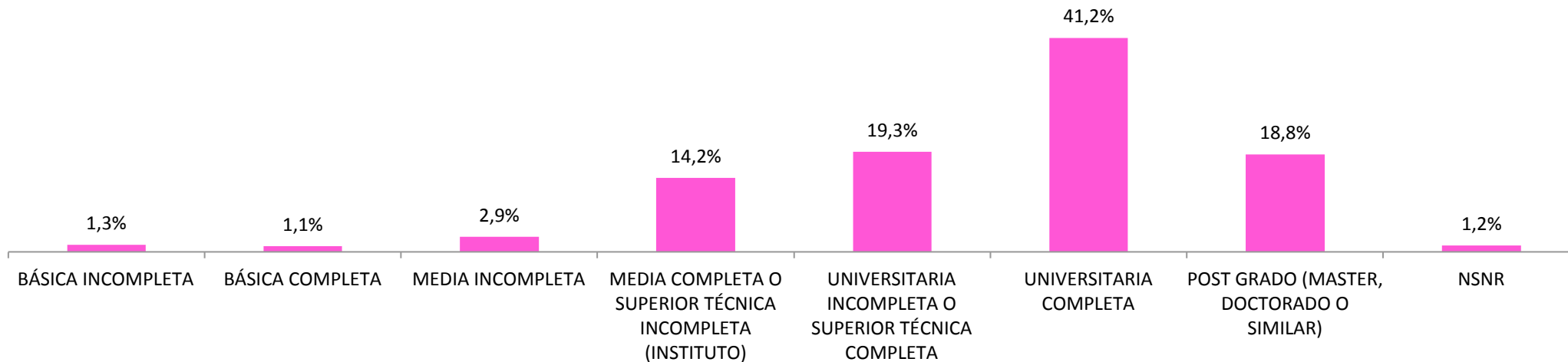
## EDAD



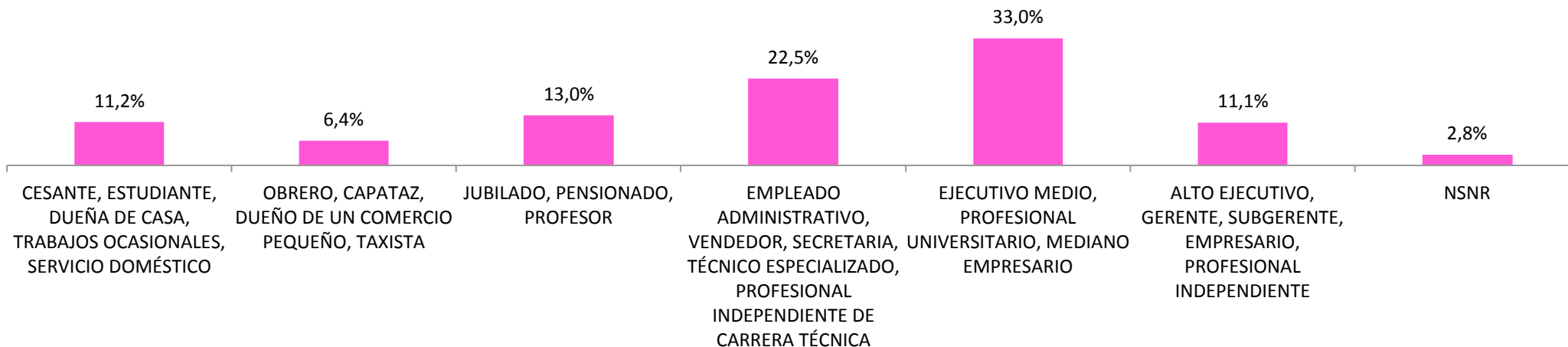
## SEXO



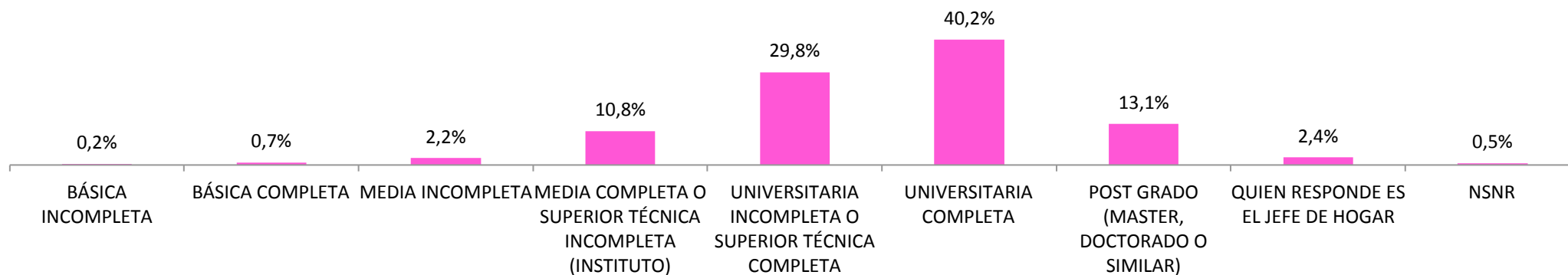
## NIVEL EDUCACIONAL DEL JEFE DE HOGAR



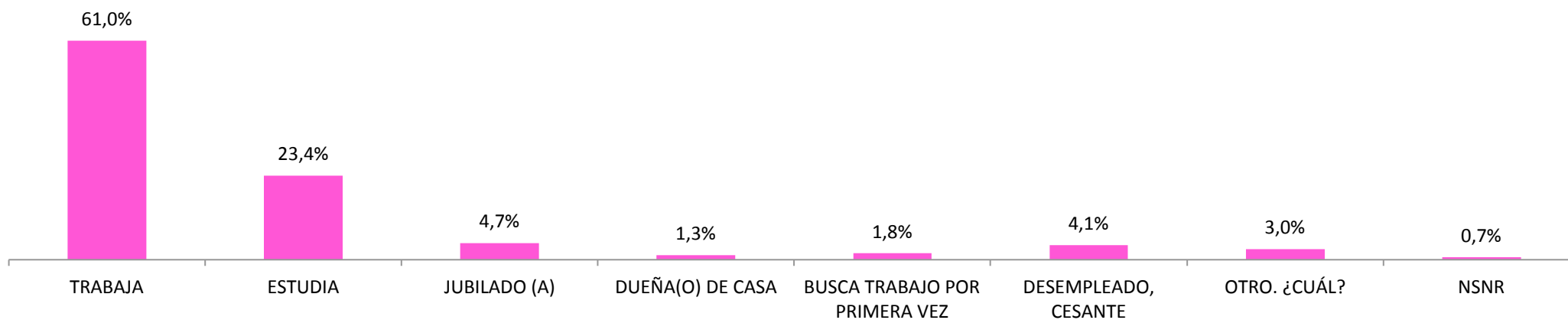
## ACTIVIDAD DEL JEFE DE HOGAR



## NIVEL EDUCACIONAL DEL ESPECTADOR

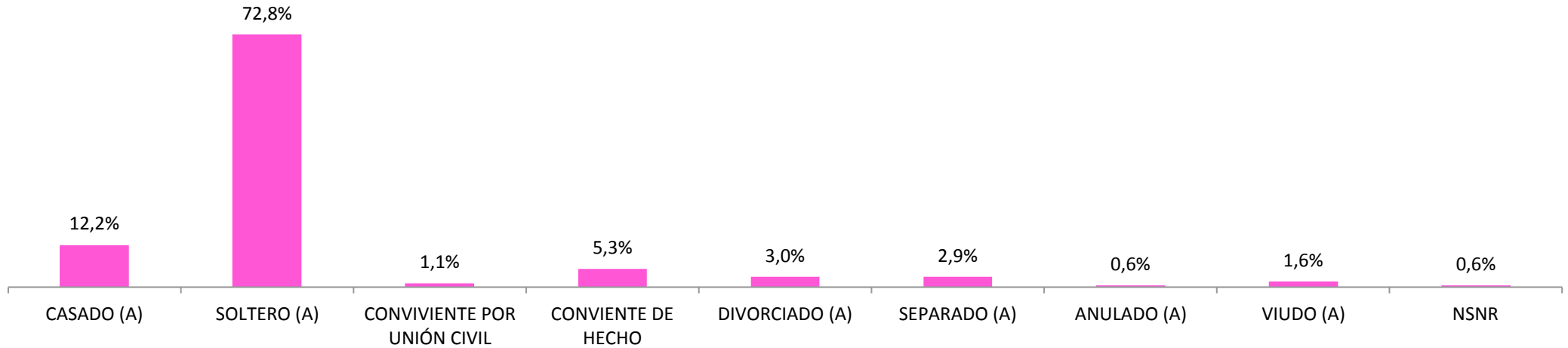


## ACTIVIDAD DEL ESPECTADOR

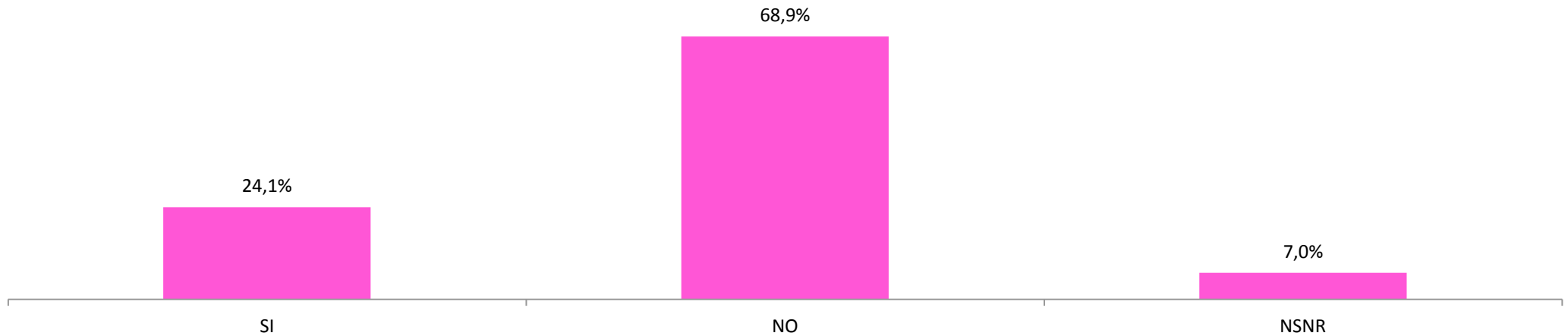




## ESTADO CIVIL DEL ESPECTADOR



## TENENCIA DE HIJOS EL ESPECTADOR



## CONVIVENCIA CON HIJOS

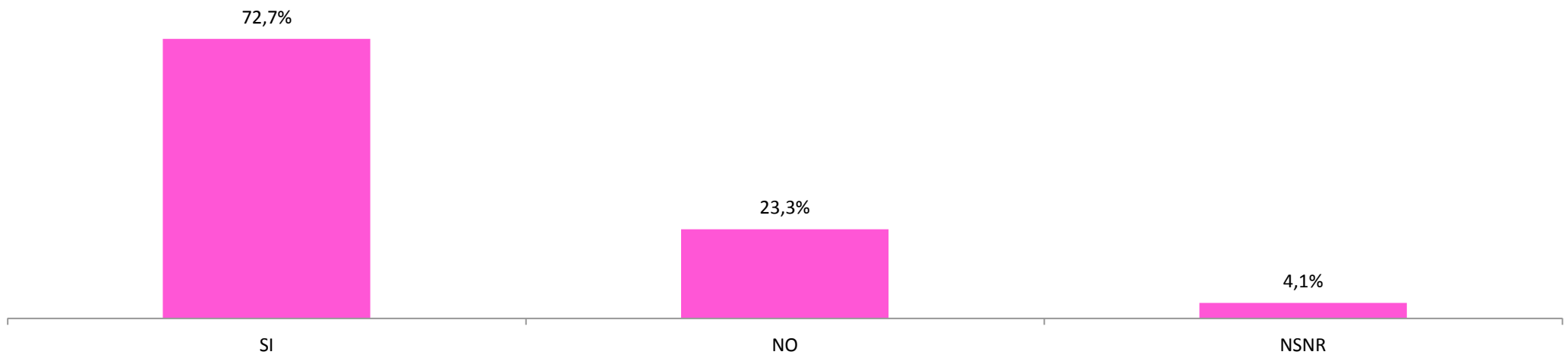


**Promedio de hijos: 1,9**

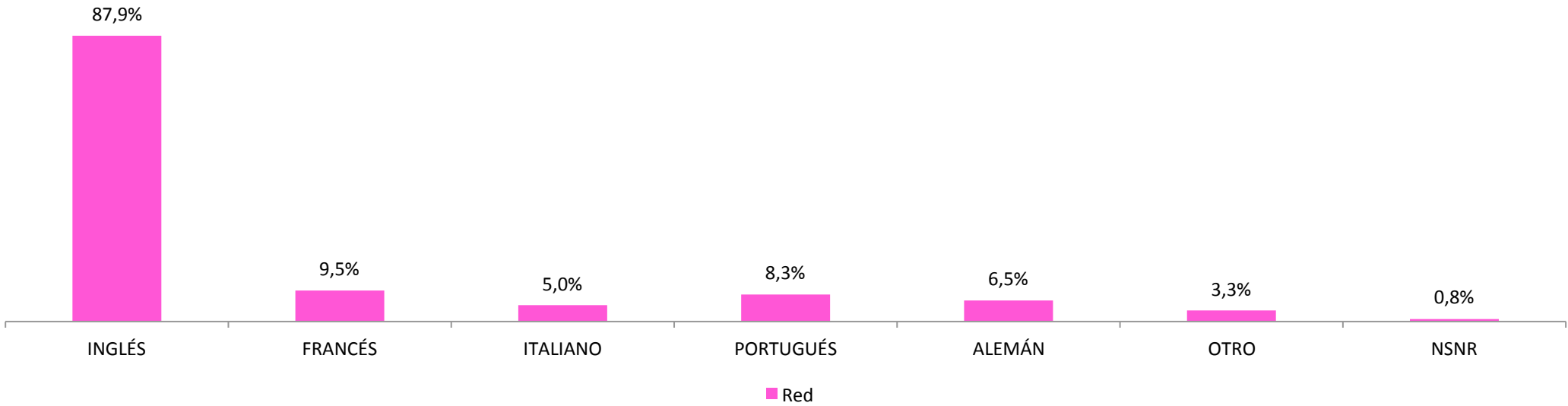
## NACIONALIDAD DEL ESPECTADOR



## MANEJO DE IDIOMA

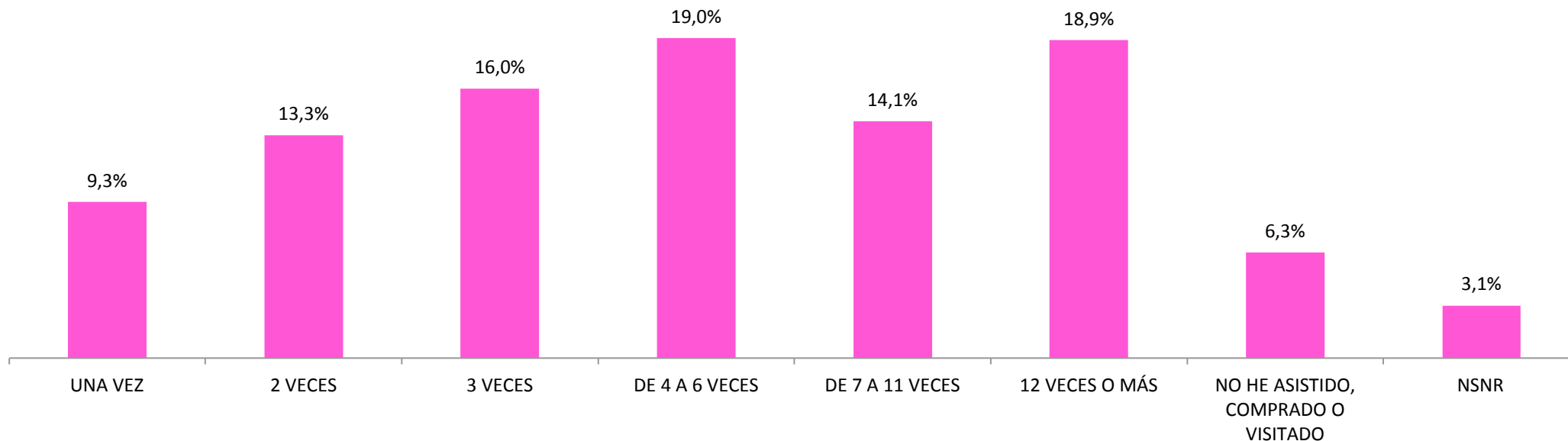


# IDIOMA SOBRE QUIENES DECLARAN HABLAR O ENTENDER OTRO IDIOMA

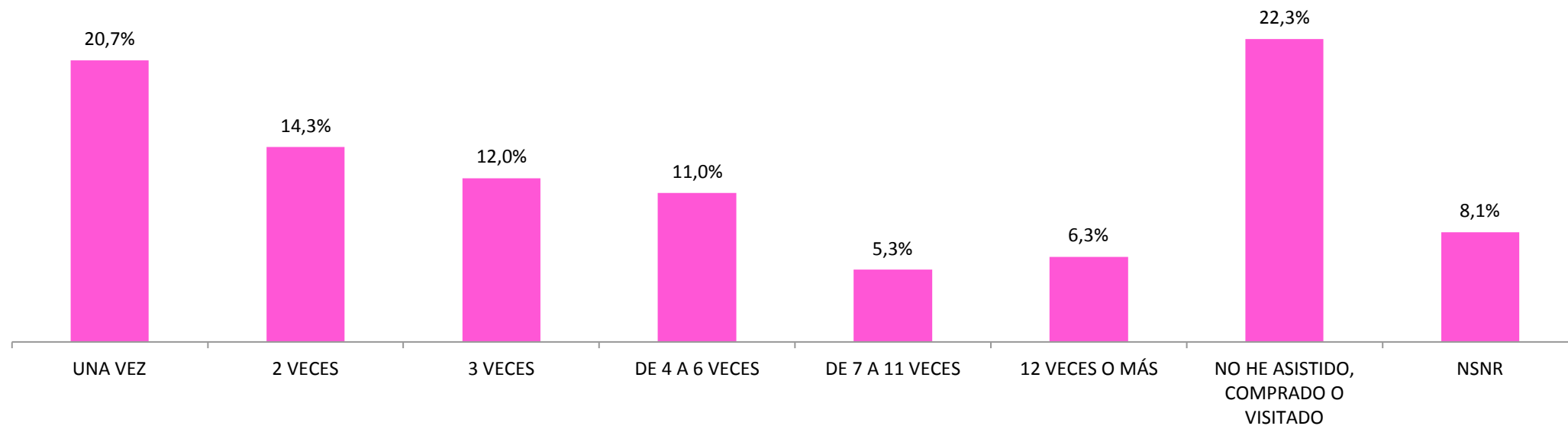


# **HÁBITOS DE CONSUMO CULTURAL**

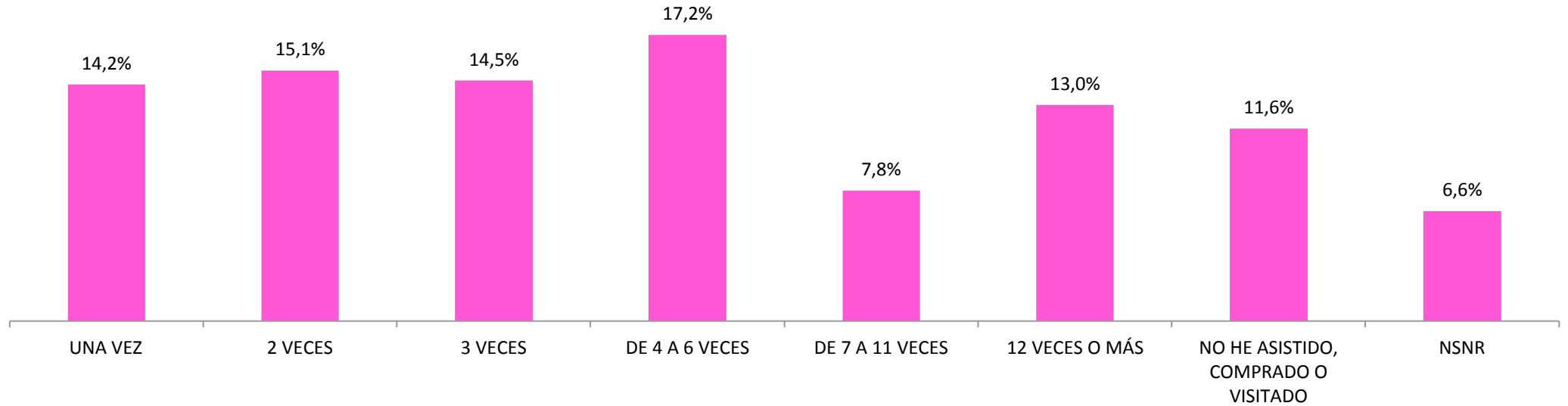
## ASISTENCIA A EXPOSICIONES DE ARTES VISUALES: PINTURA, FOTOGRAFIA, ESCULTURA, GRABADO, INSTALACIONES, PERFORMANCE, ETC. EN LOS ÚLTIMOS 12 MESES



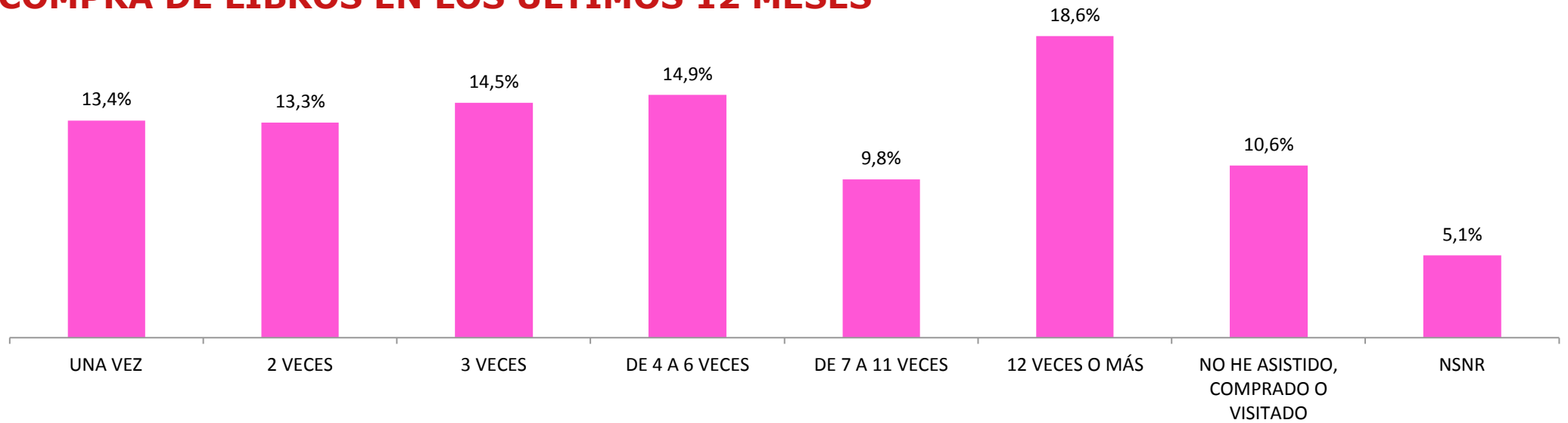
## ASISTENCIA A OBRAS DE TEATRO EN LOS ÚLTIMOS 12 MESES



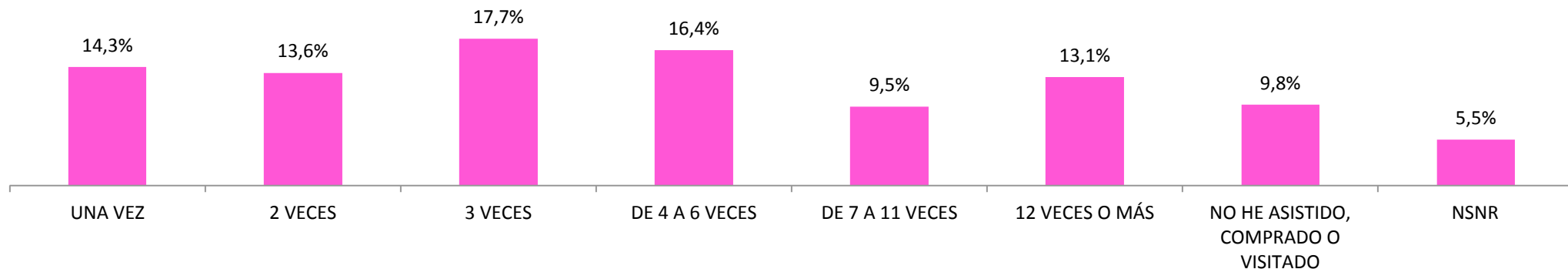
## ASISTENCIA A CONCIERTOS O RECITALES EN VIVO EN LOS ÚLTIMOS 12 MESES



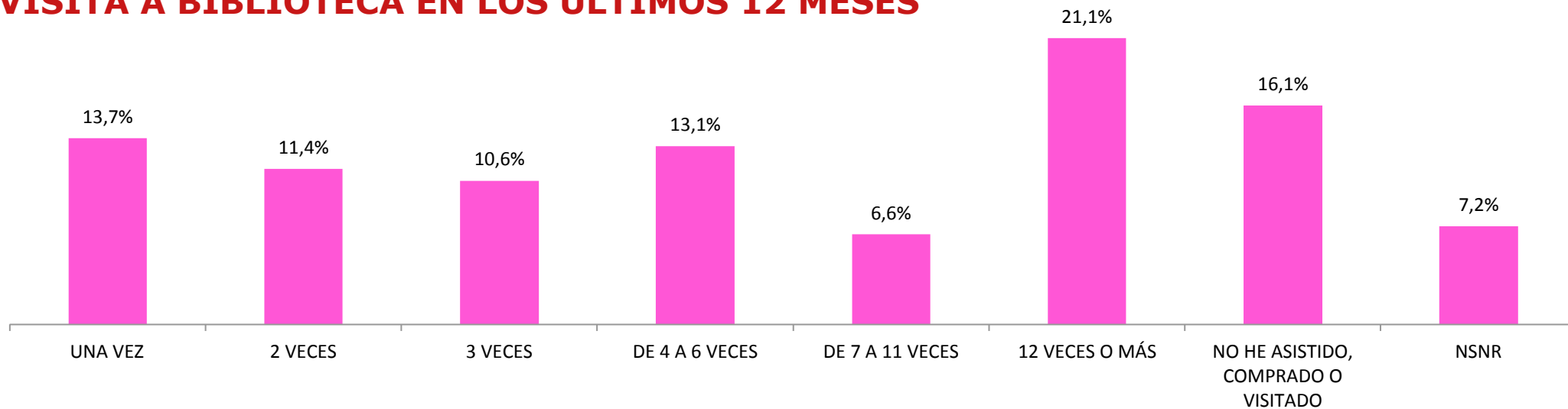
## COMPRA DE LIBROS EN LOS ÚLTIMOS 12 MESES



## VISITA A MUSEO EN LOS ÚLTIMOS 12 MESES

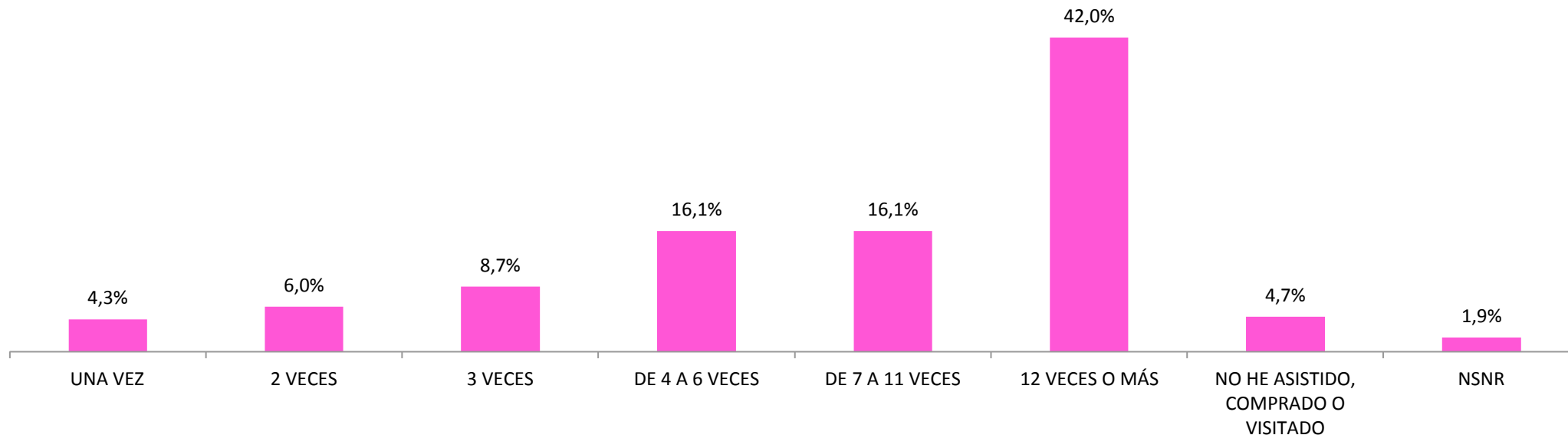


## VISITA A BIBLIOTECA EN LOS ÚLTIMOS 12 MESES

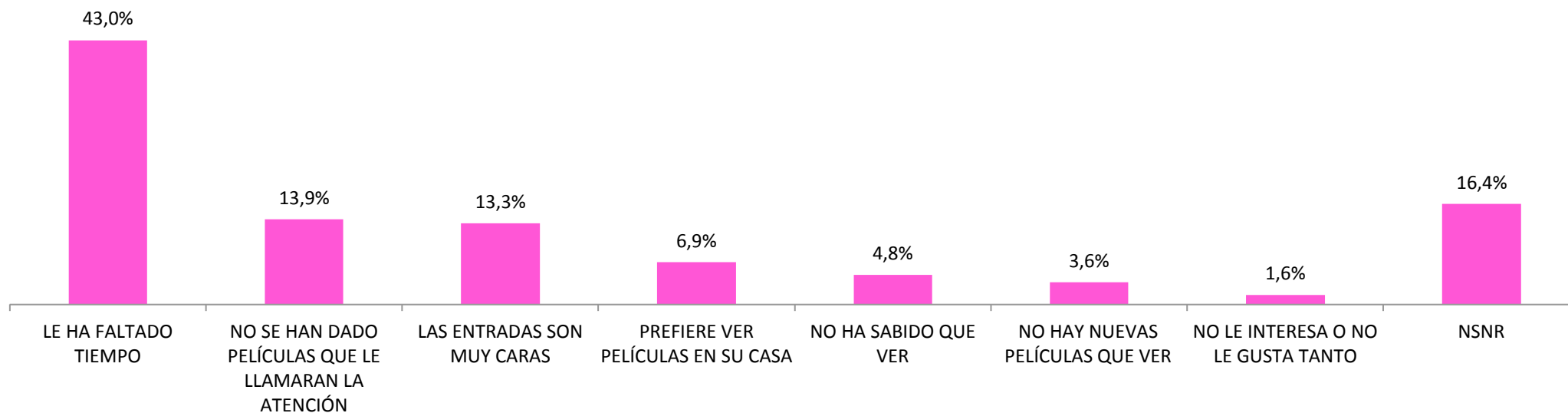




## ASISTENCIA AL CINE EN LOS ÚLTIMOS 12 MESES

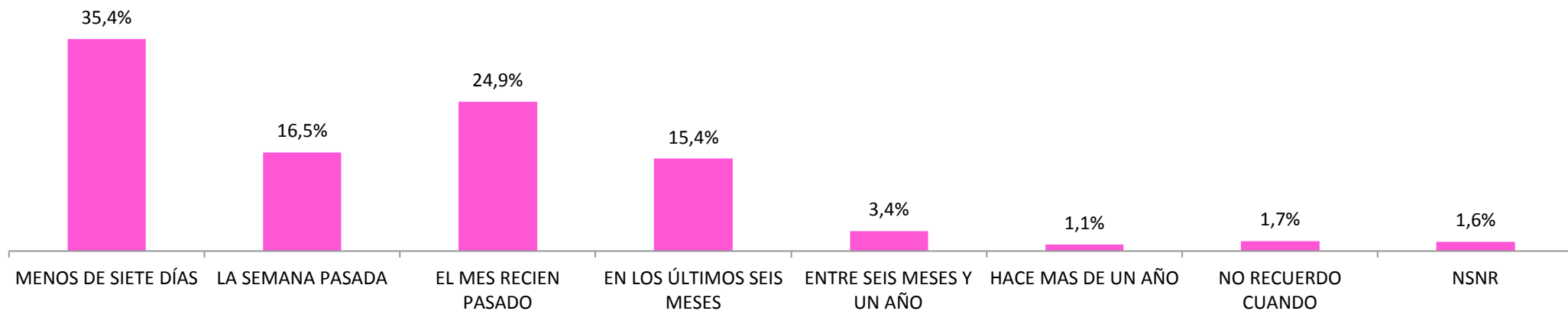


## RAZONES POR LAS QUE NO HA ASISTIDO MÁS AL CINE EN LOS ÚLTIMOS 12 MESES

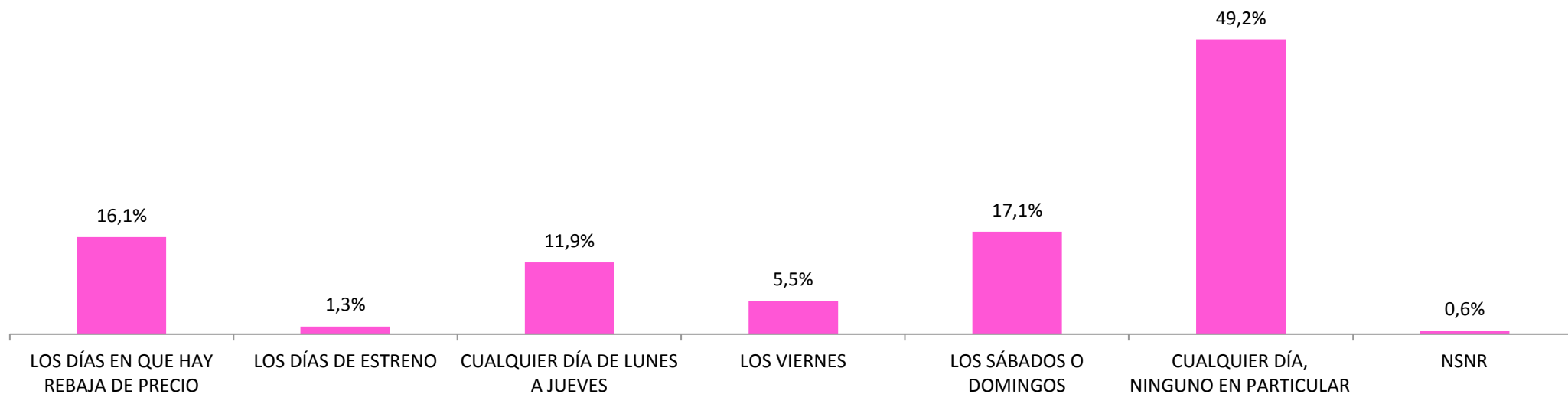


# HÁBITOS DE CONSUMO DE CINE

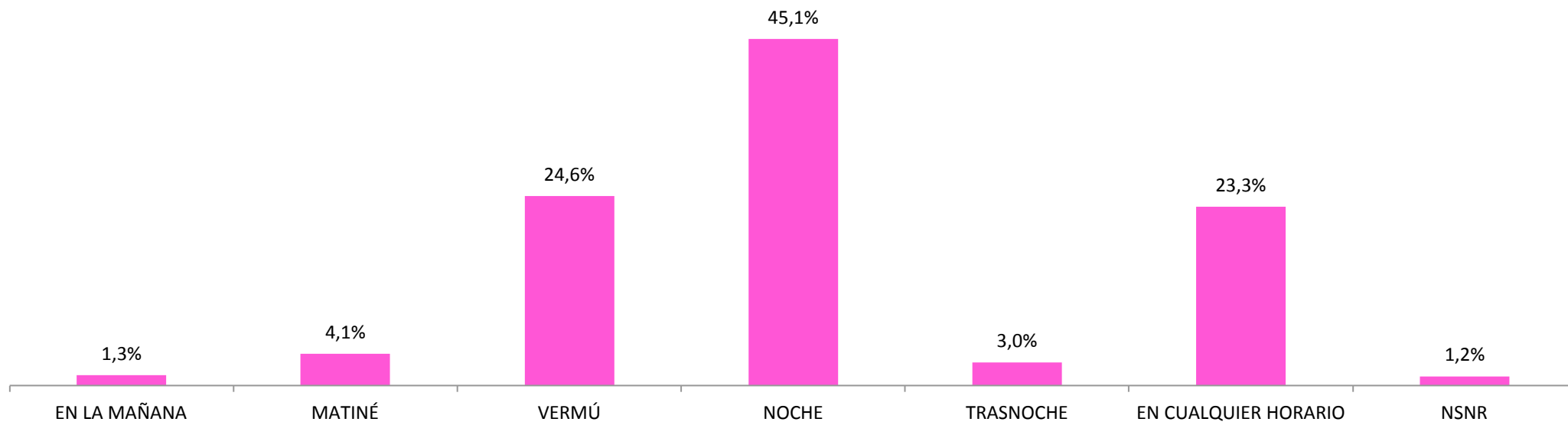
## ÚLTIMA VEZ QUE ASISTIÓ AL CINE



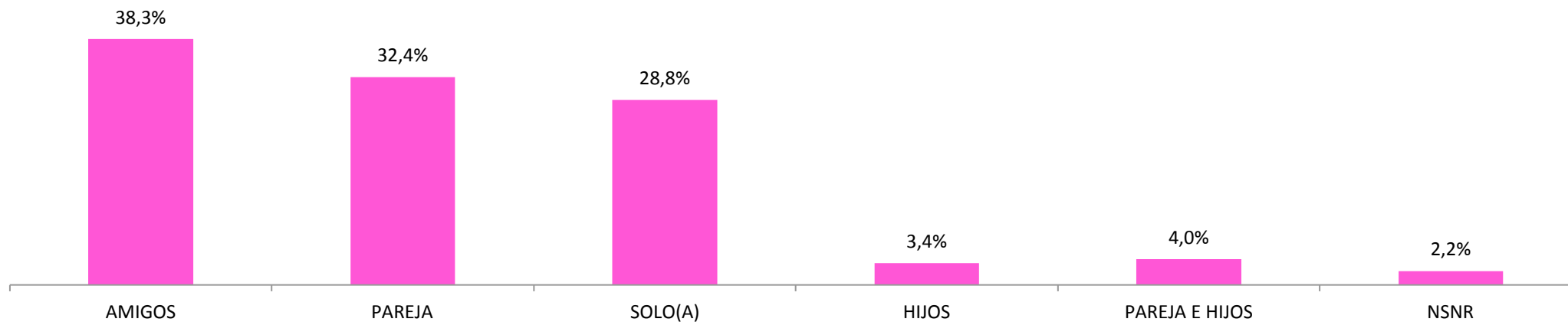
## DÍA DE LA SEMANA EN QUE ACOSTUMBRA IR AL CINE



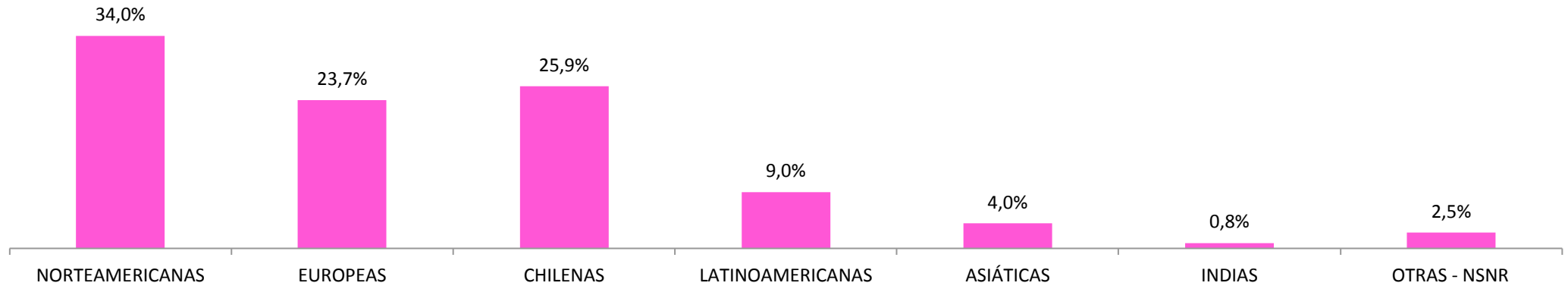
## HORARIO EN QUE PREFIERE IR AL CINE



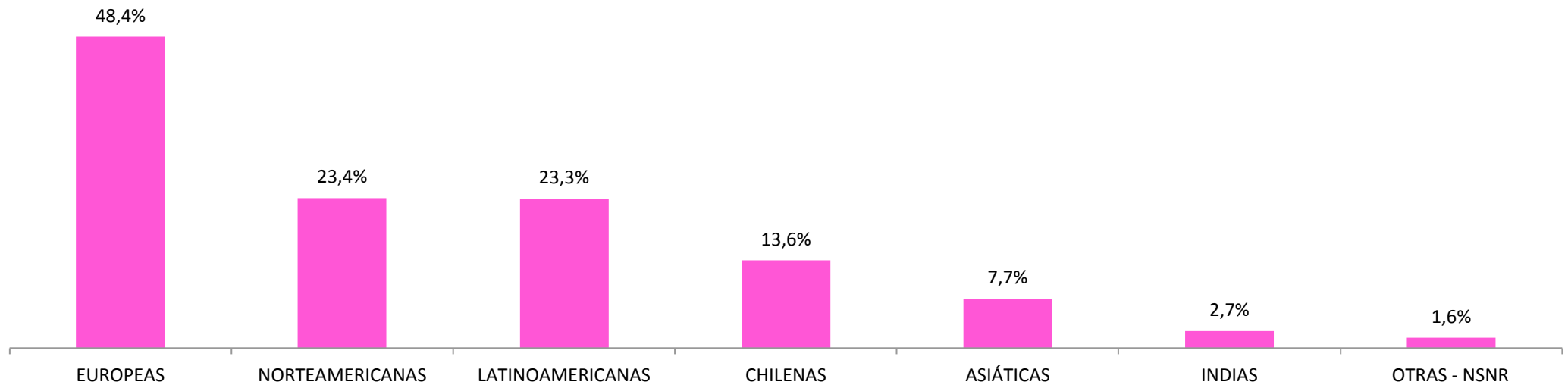
## CON QUIÉN ASISTE HABITUALMENTE AL CINE



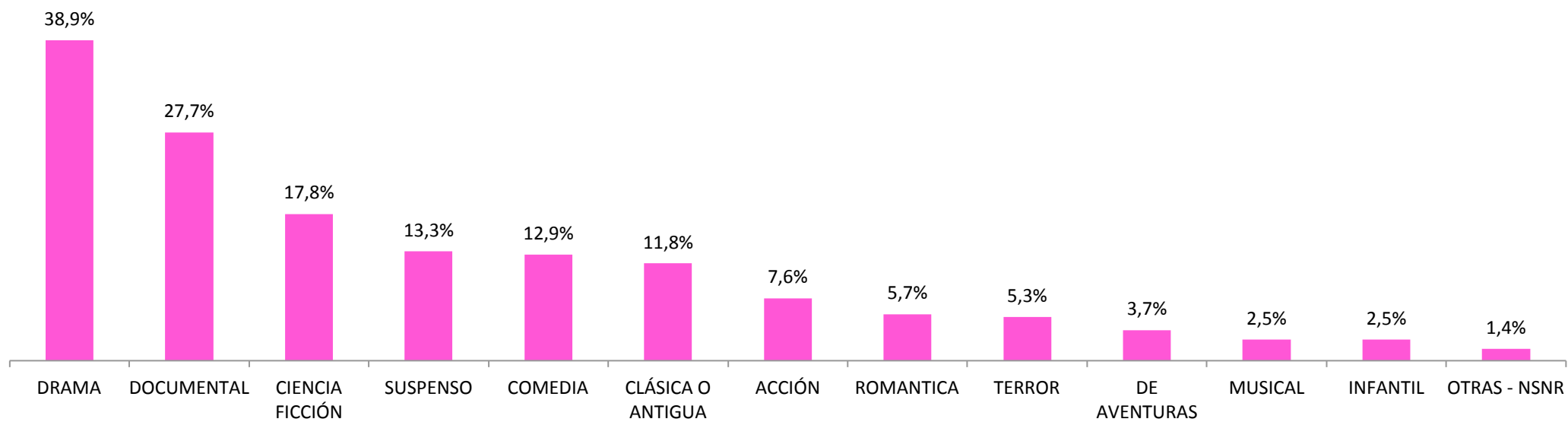
## ORIGEN DE LA ÚLTIMA PELÍCULA QUE VIÓ



## ORIGEN DE LAS PELÍCULAS QUE PREFIERE

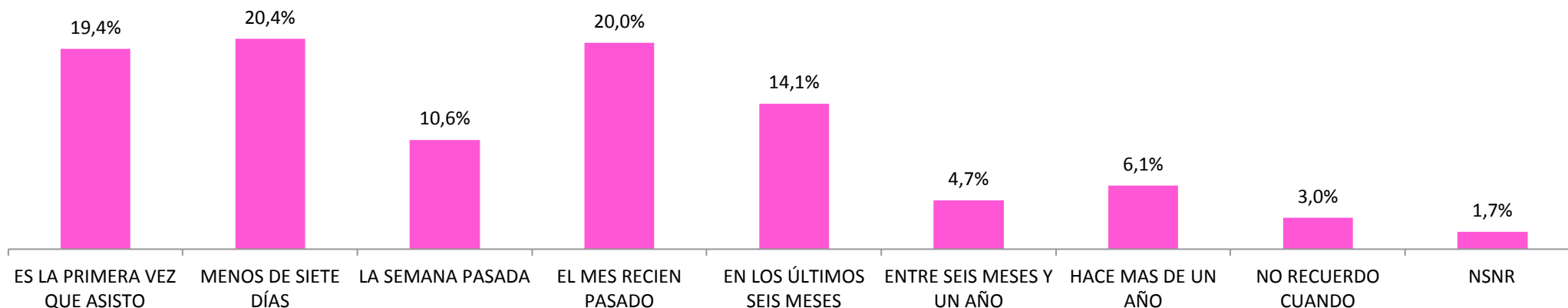


## GÉNERO QUE PREFIERE

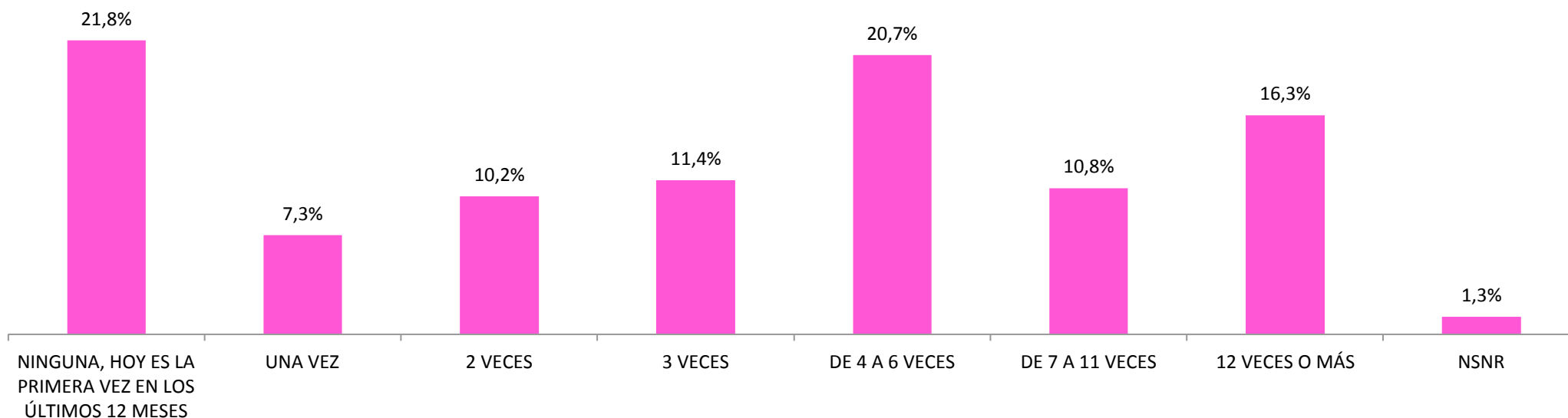


## **HÁBITOS DE CONSUMO RED DE SALAS**

## ÚLTIMA VEZ QUE VIÓ UNA PELÍCULA EN ESTE CINE



## CANTIDAD DE VECES QUE HA VISITADO ESTE CINE DURANTE EL ÚLTIMO AÑO

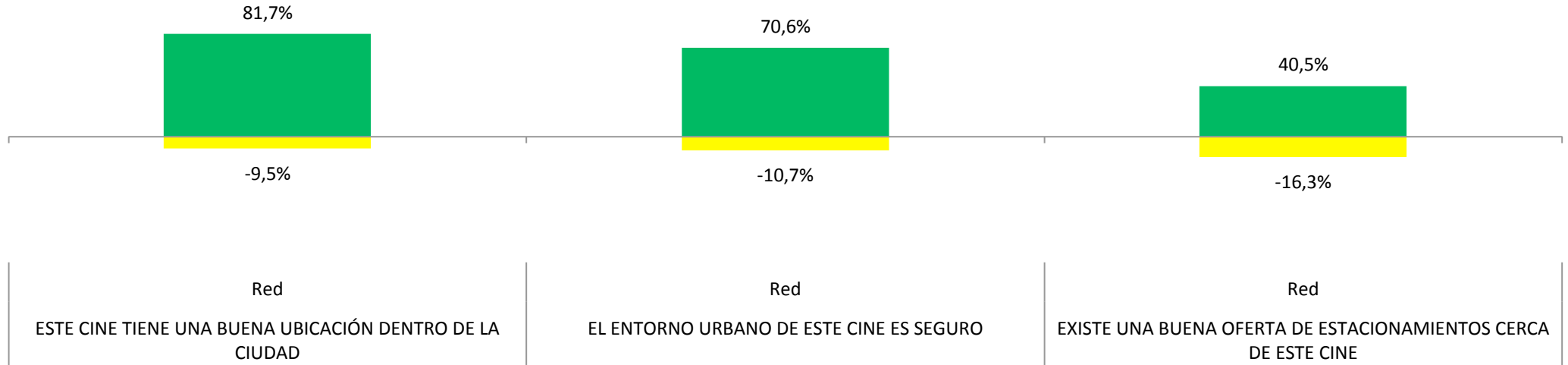




# **EVALUACIÓN DE DIMENSIONES DE SERVICIO**

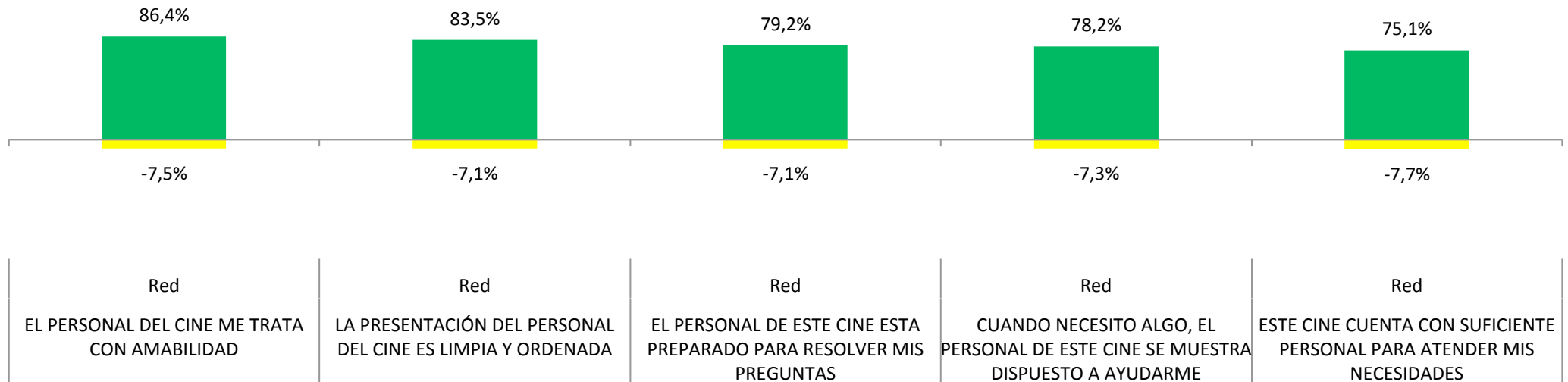
# UBICACIÓN

■ MUY DE ACUERDO / DE ACUERDO ■ MUY EN DESACUERDO / EN DESACUERDO

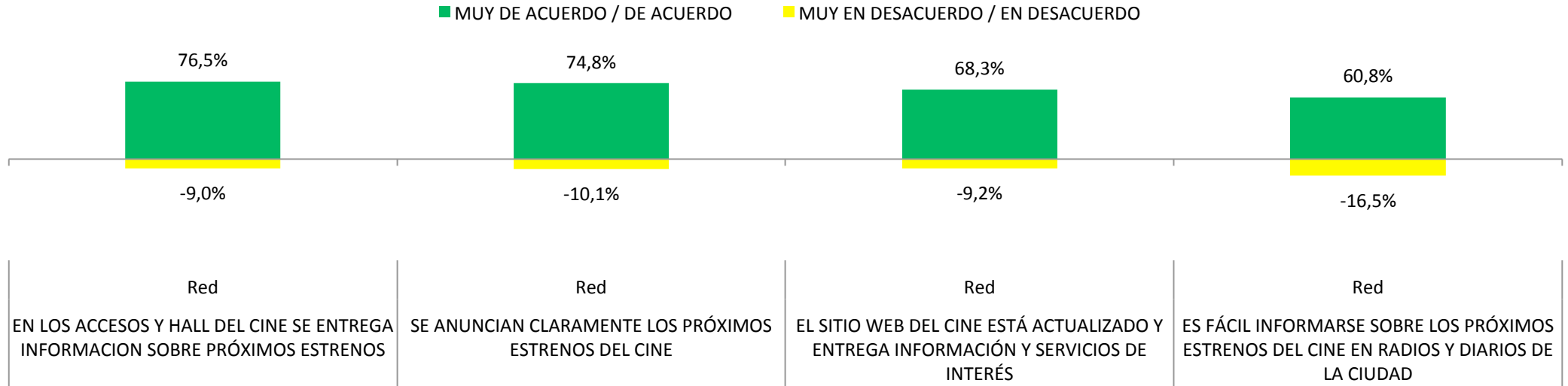


# PERSONAL

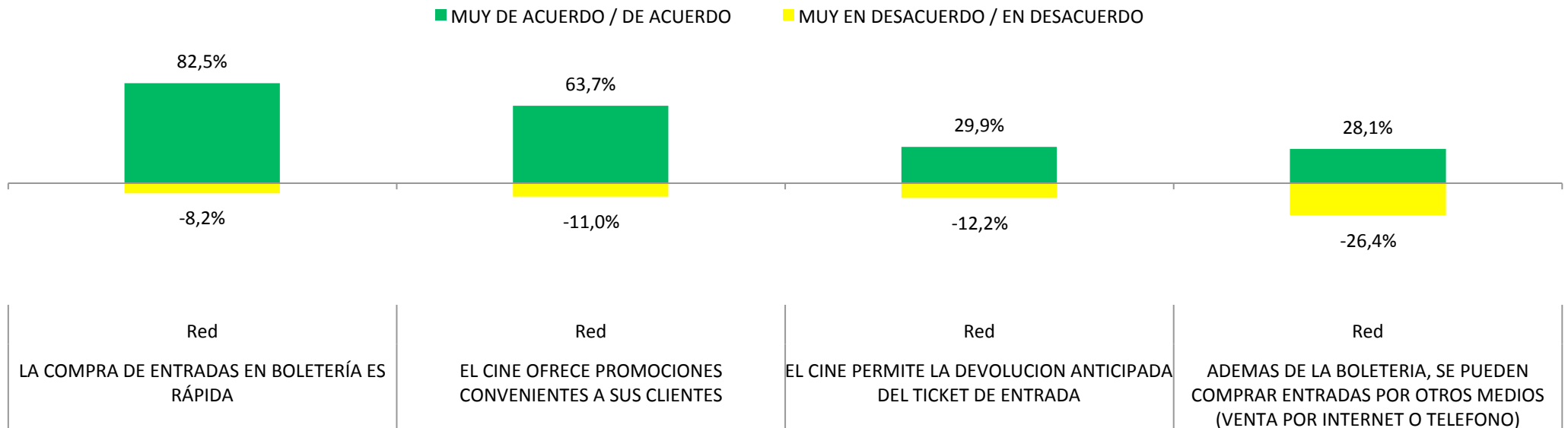
■ MUY DE ACUERDO / DE ACUERDO ■ MUY EN DESACUERDO / EN DESACUERDO



# INFORMACIÓN



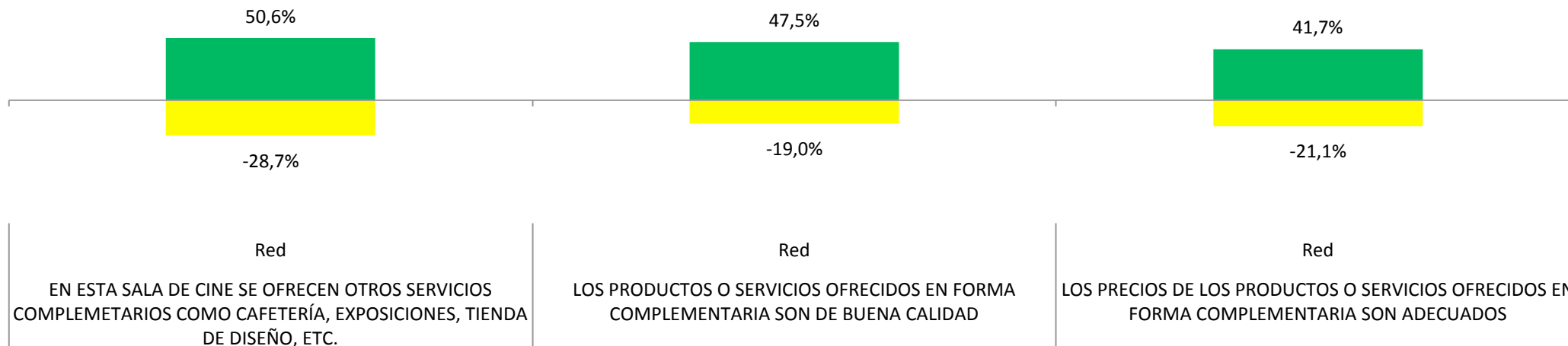
# BOLETERIA Y COMERCIALIZACIÓN



## SERVICIOS COMPLEMENTARIOS

■ MUY DE ACUERDO / DE ACUERDO

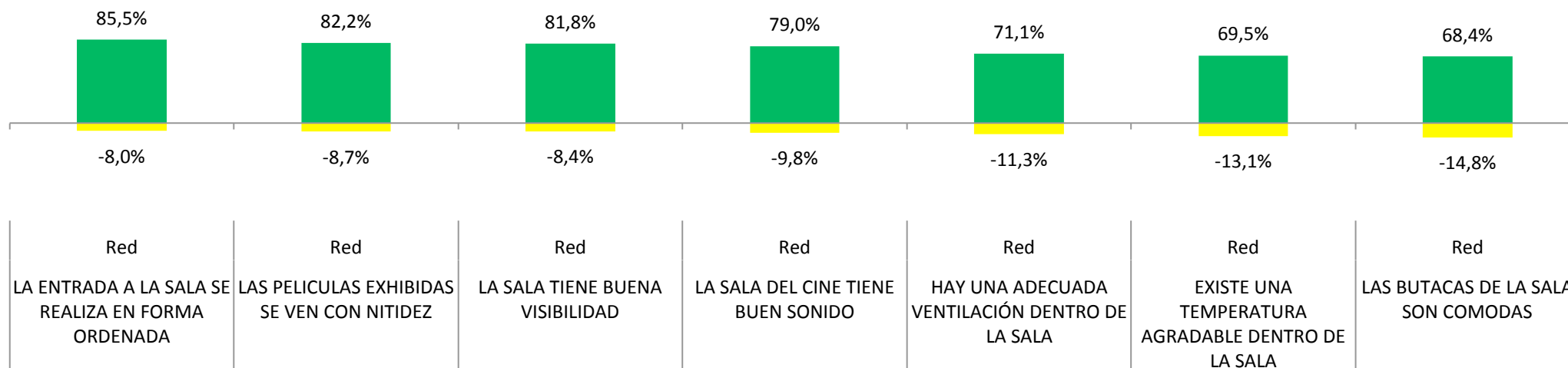
■ MUY EN DESACUERDO / EN DESACUERDO



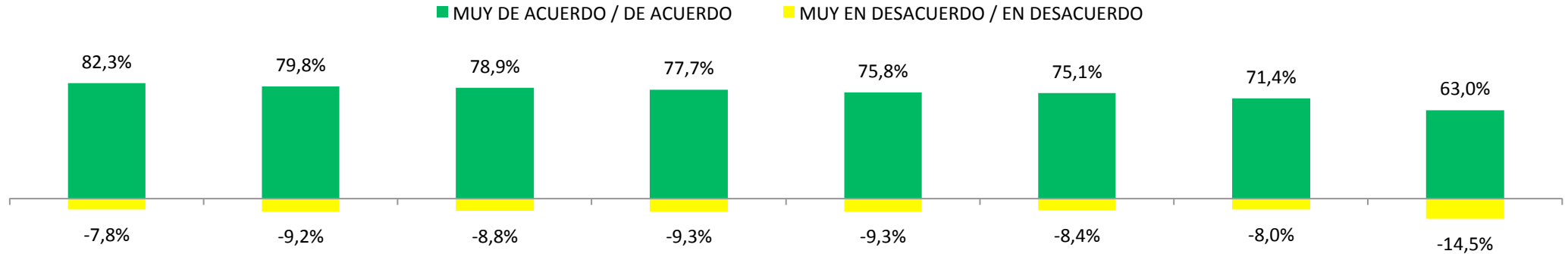
## SALA DE CINE

■ MUY DE ACUERDO / DE ACUERDO

■ MUY EN DESACUERDO / EN DESACUERDO



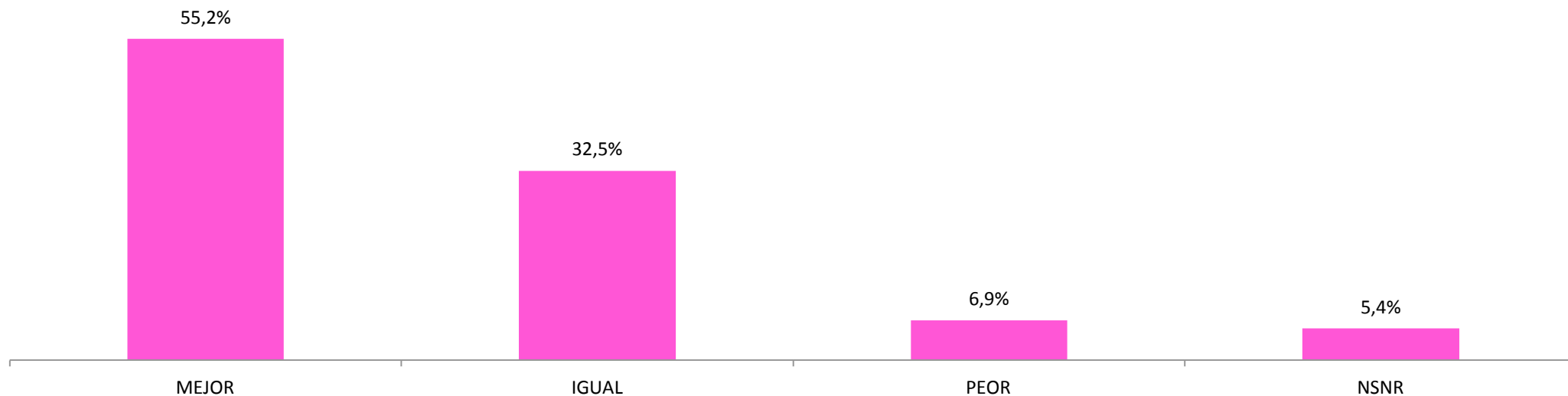
# ASPECTOS GENERALES



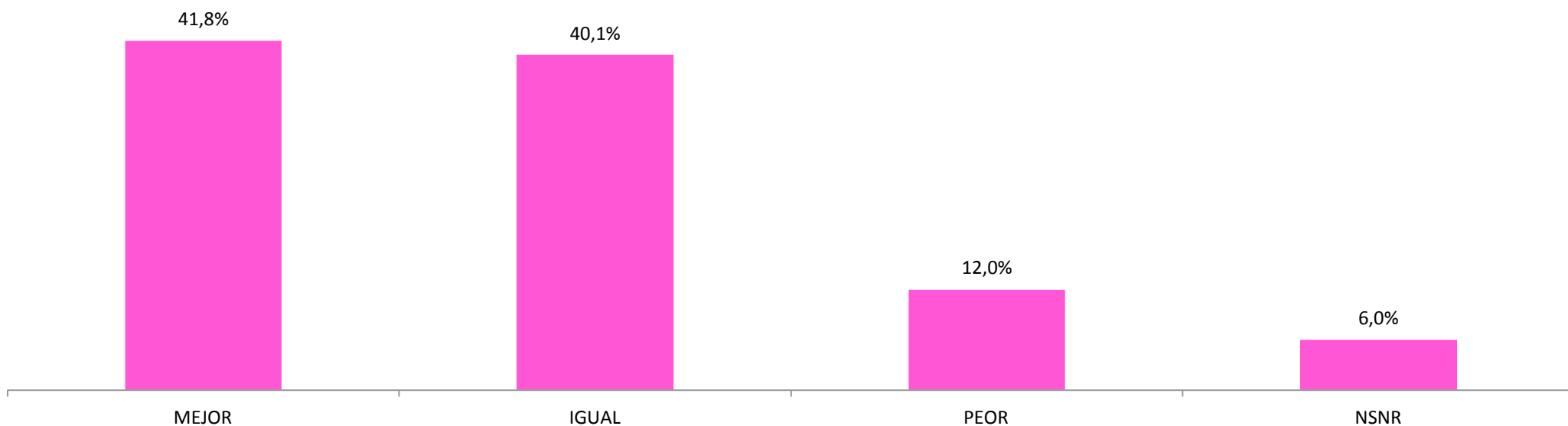
Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red
El cine funciona sin mayores problemas	Las funciones comienzan a la hora indicada	Los colores y decoración del cine son agradables	Las instalaciones del cine son higiénicas	El cine ofrece una amplia variedad de películas	Las condiciones ambientales del cine son agradables (aroma, música ambiental, iluminación)	En general, el cine entiende las necesidades de clientes como yo	El cine ofrece diferentes alternativas de horario

# **SALA VERSUS MULTICINE**

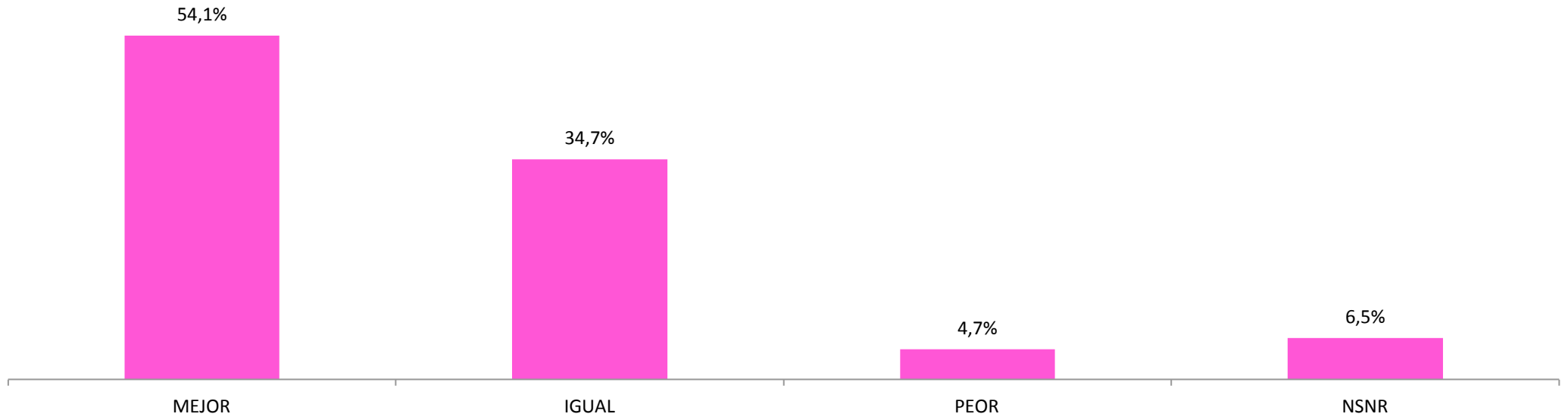
## UBICACIÓN Y ENTORNO URBANO (respecto a Multisala)



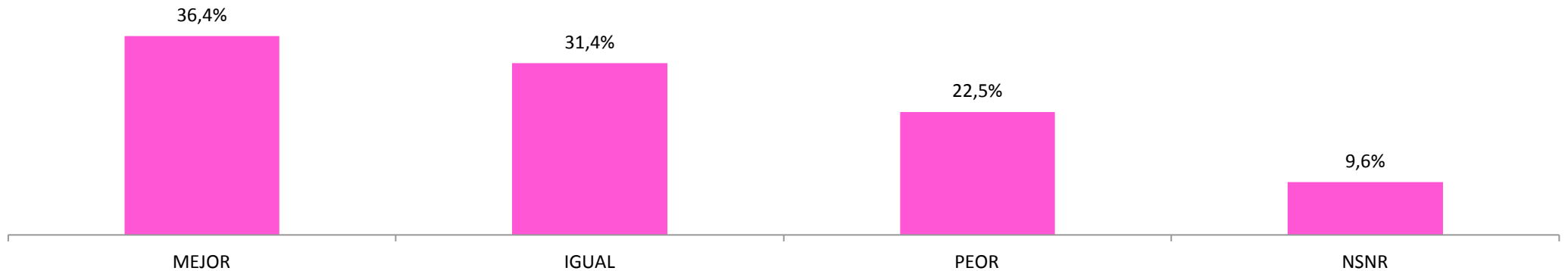
## INFORMACIÓN SOBRE LAS PELÍCULAS ENTREGADAS POR EL CINE (respecto a Multisala)



## SERVICIO DE BOLETERÍA (respecto a Multisala)

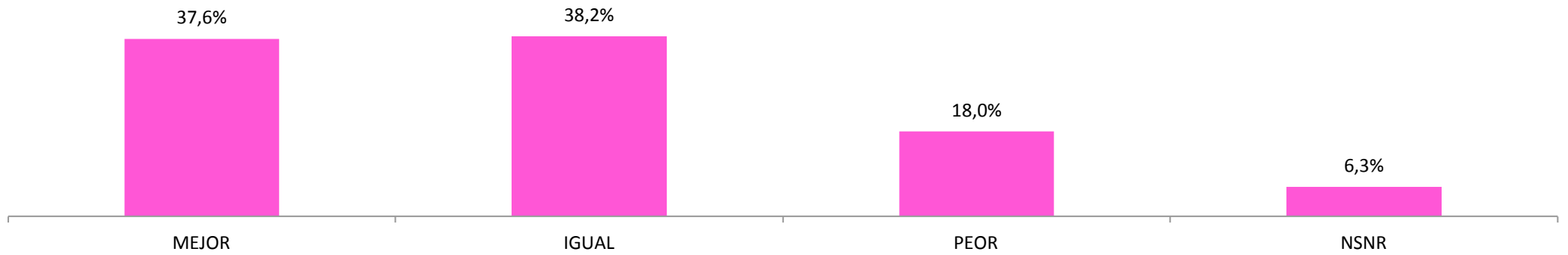


## SERVICIOS COMPLEMENTARIOS OFRECIDOS (respecto a Multisala)

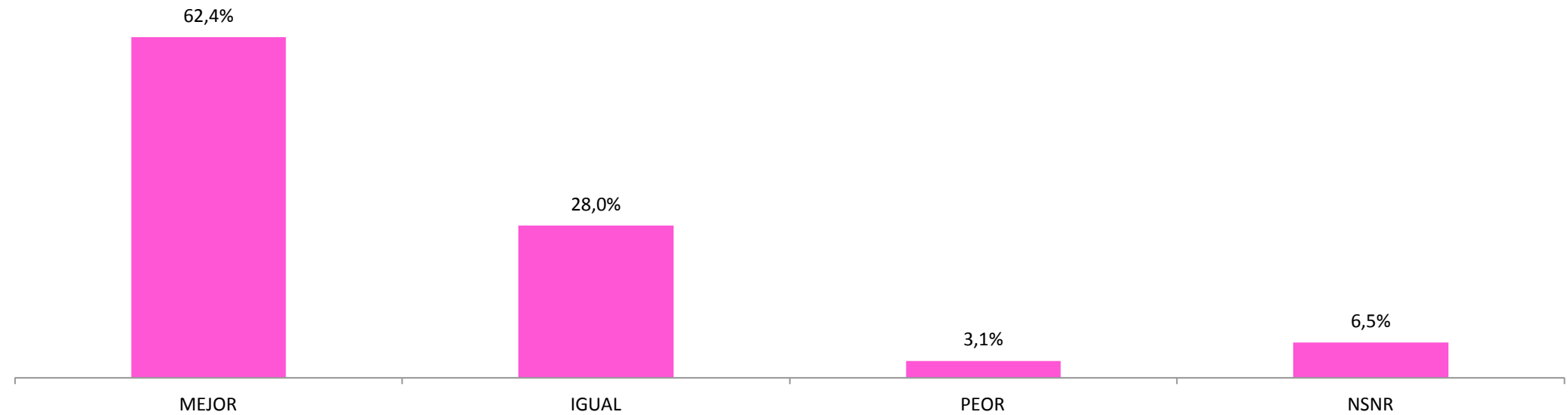




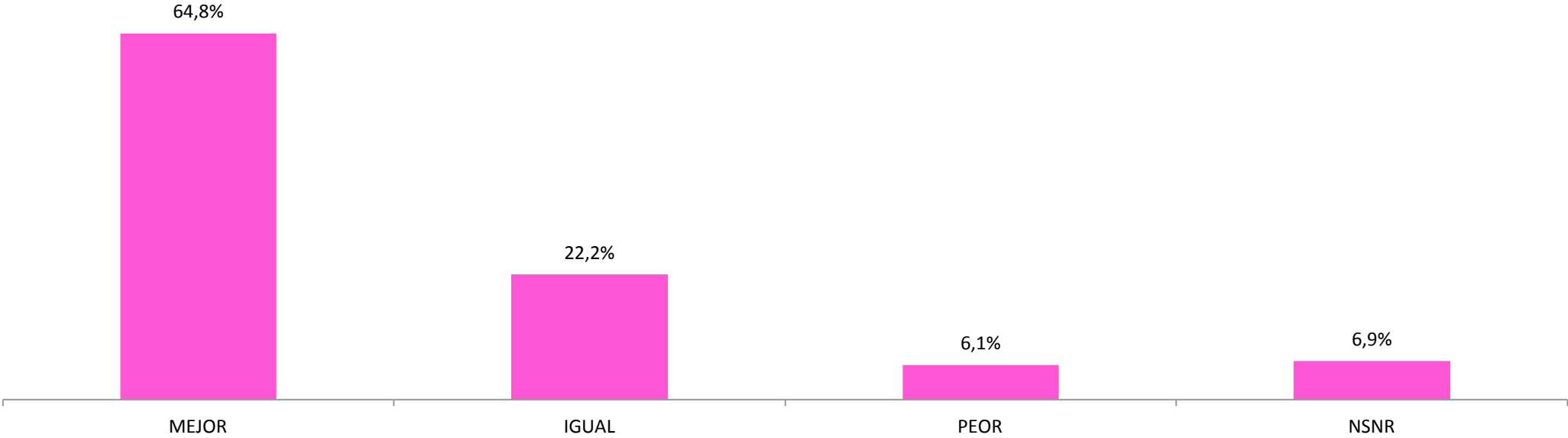
## CALIDAD DE LA SALA DE CINE (respecto a Multisala)



## CALIDAD DE LAS PELÍCULAS EXHIBIDAS (respecto a Multisala)

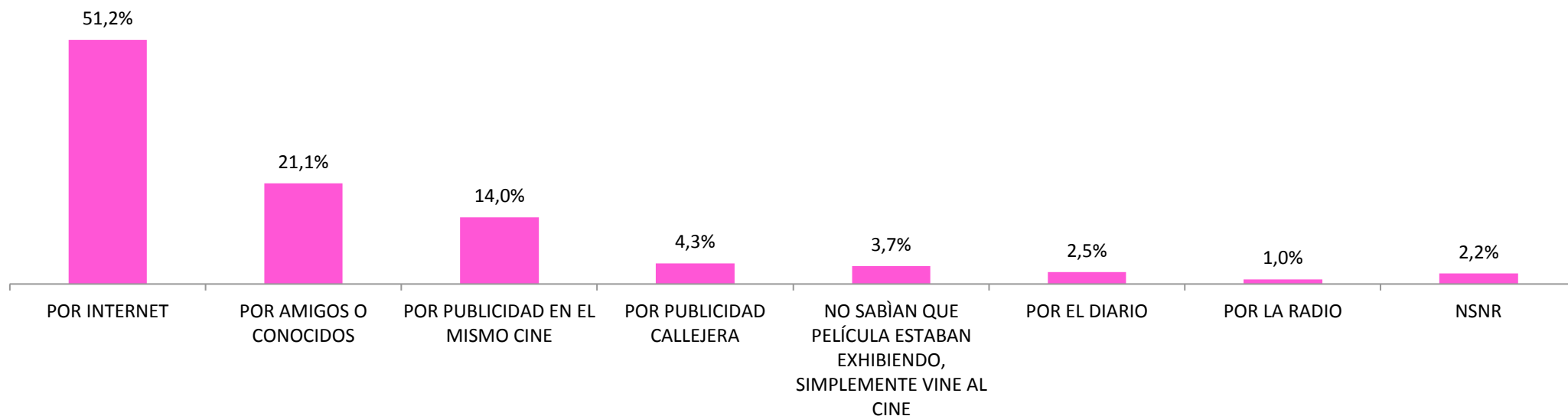


# VARIEDAD DE LAS PELÍCULAS EXHIBIDAS (respecto a Multisala)

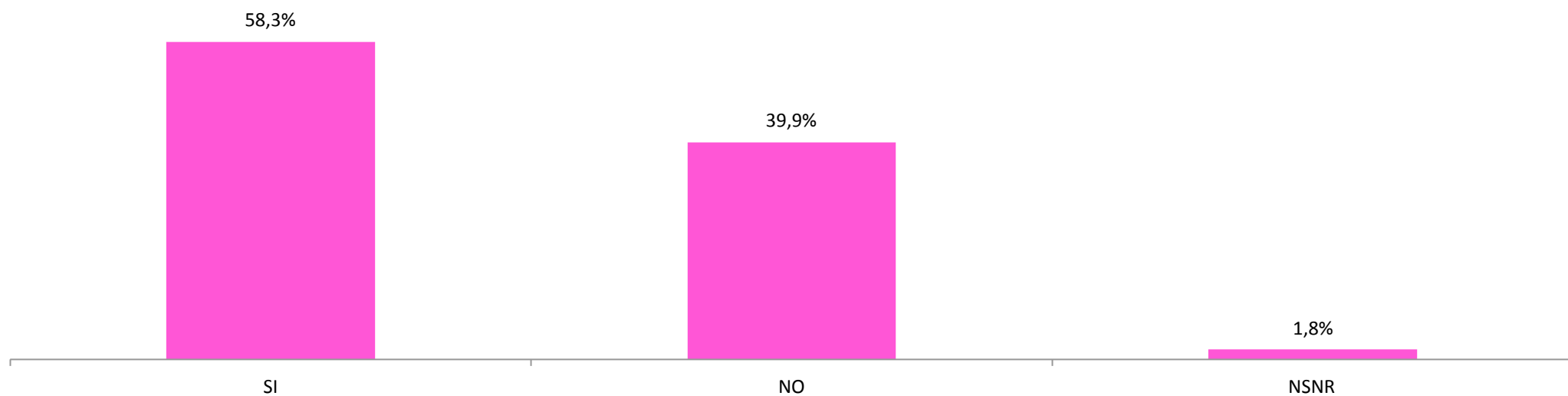


## **INFORMACIÓN SOBRE LA SALA**

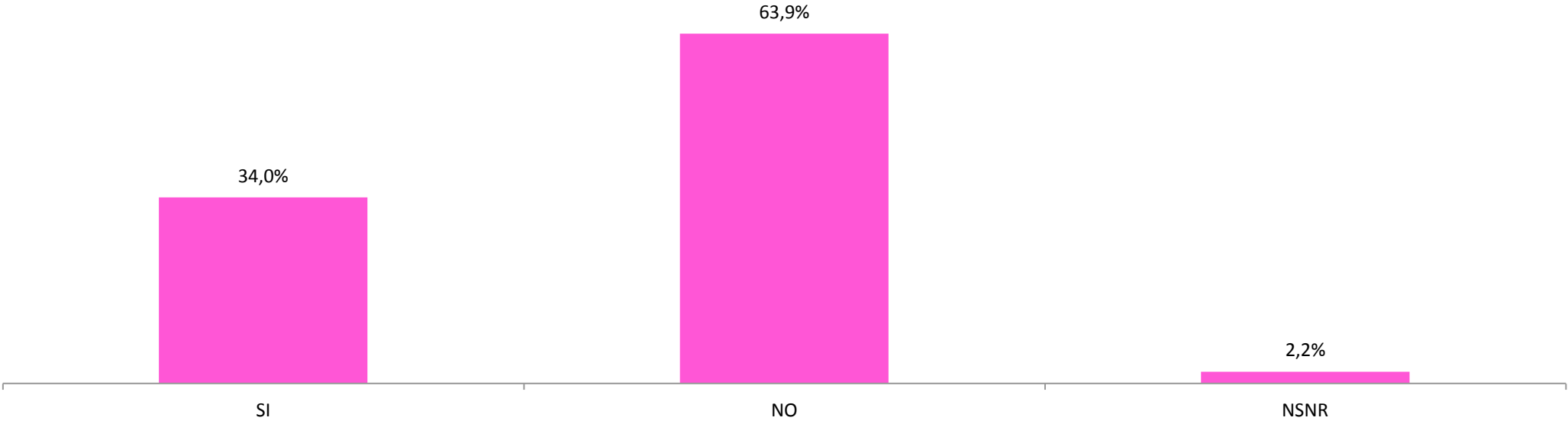
## FORMA COMO SE ENTERÓ DE LA PELÍCULA QUE ACABA DE VER EN LA SALA



## CONOCIMIENTO DE REALIZACIÓN DE OTRAS ACTIVIDADES EN EL CINE

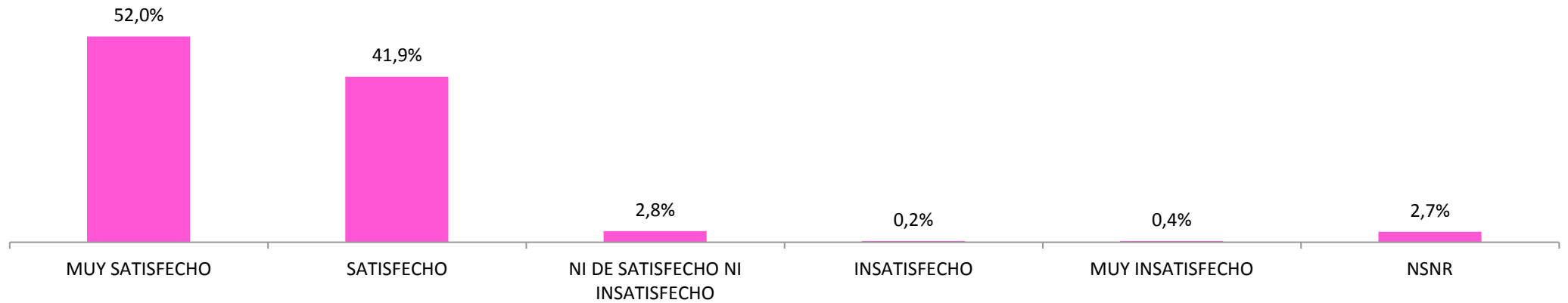


**HA ASISTIDO A OTRAS ACTIVIDADES EN EL CINE (% SOBRE QUIENES CONOCEN ACTIVIDADES)**



# **SATISFACCIÓN, RECOMENDACIÓN Y RECOMPRA**

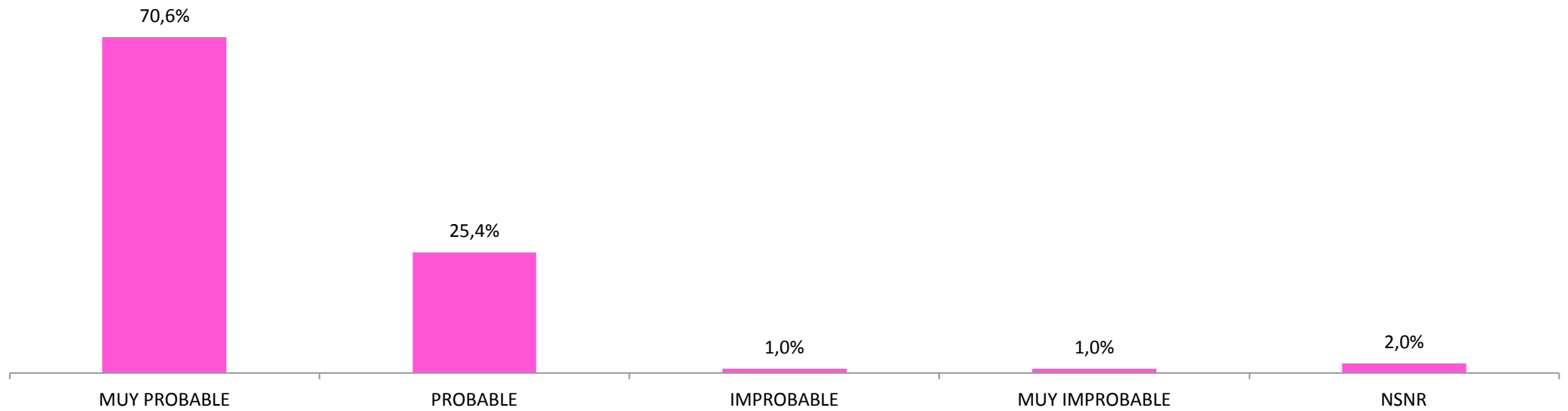
## SATISFACCIÓN CON LA SALA DE CINE



## PROBABILIDAD QUE VUELVA A VISITAR ESTA SALA DE CINE



## PROBABILIDAD DE RECOMENDAR ESTA SALA DE CINE



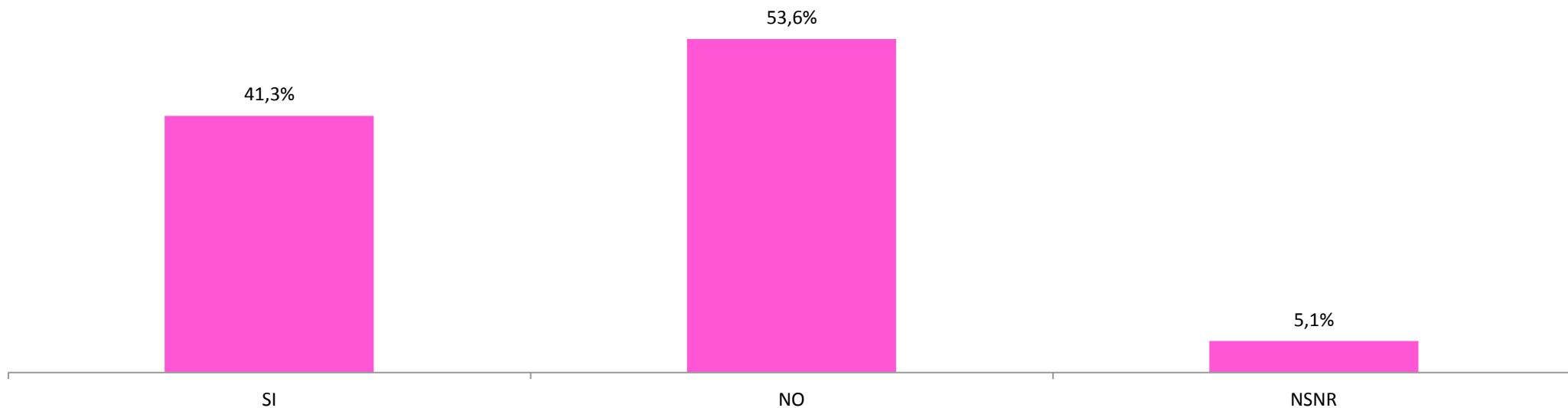


**IMPACTO DE DIMENSIONES SERVICIO SOBRE SATISFACCIÓN**  
**(ordenadas según peso) / varianza explicada: 84%**

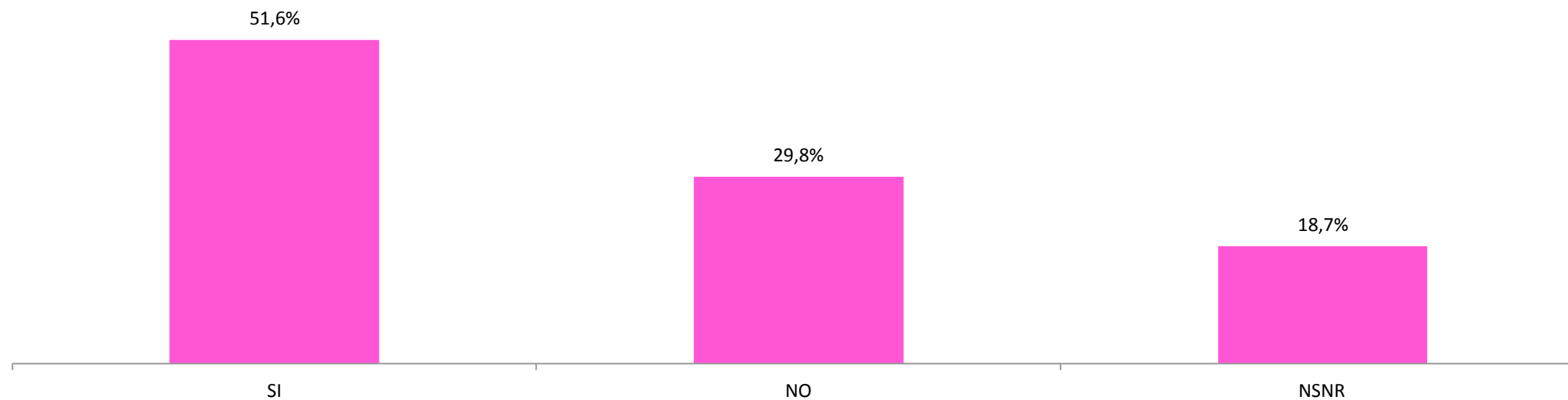
<b>DIMENSION</b>	<b>Significación</b>	<b>Exp (B)</b>
EI CINE FUNCIONA SIN MAYORES PROBLEMAS	0,003	3,393
ES FÁCIL INFORMARSE SOBRE LOS PRÓXIMOS ESTRENOS DEL CINE EN RADIOS Y DIARIOS DE LA CIUDAD	0,001	3,368
EI CINE OFRECE UNA AMPLIA VARIEDAD DE PELICULAS	0,011	2,695
EXISTE UNA BUENA OFERTA DE ESTACIONAMIENTOS CERCA DE ESTE CINE	0,021	2,422
HAY UNA ADECUADA VENTILACIÓN DENTRO DE LA SALA	0,094	2,086
LAS BUTACAS DE LA SALA SON COMODAS	0,071	2,048
ESTE CINE TIENE UNA BUENA UBICACIÓN DENTRO DE LA CIUDAD	0,046	1,965
EL ENTORNO URBANO DE ESTE CINE ES SEGURO	0,074	1,843
EL CINE OFRECE PROMOCIONES CONVENIENTES A SUS CLIENTES	0,05	0,461
EXISTE UNA TEMPERATURA AGRADABLE DENTRO DE LA SALA	0,007	0,28

# **INFORMACIÓN SOBRE LA RED SALAS DE CINE**

## CONOCE O HA ESCUCHADO DE LA "RED SALAS DE CINE"

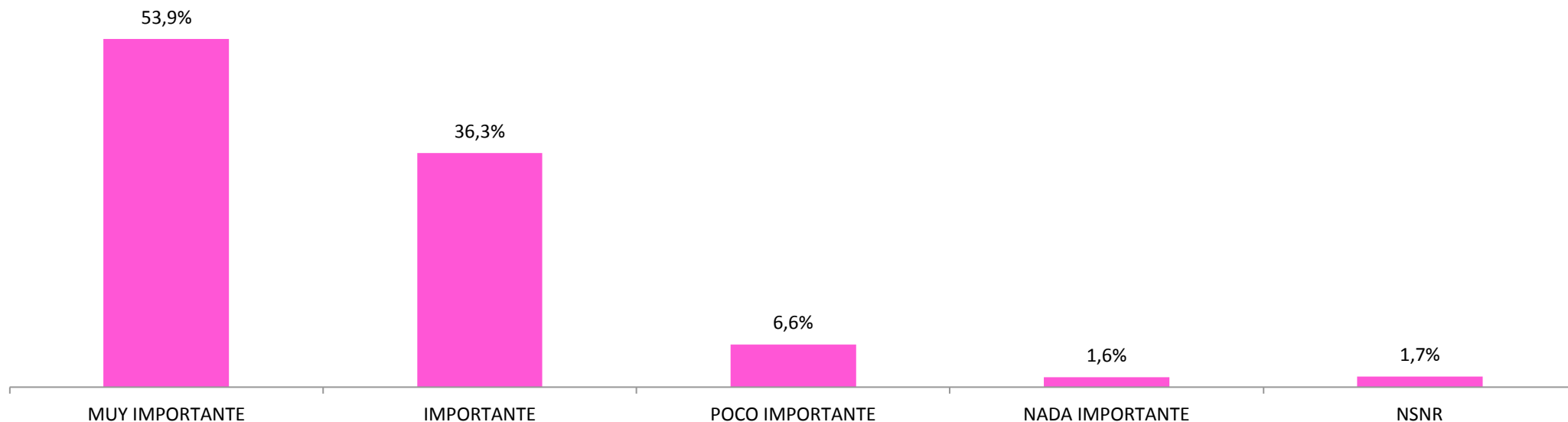


## CONOCIMIENTO QUE LA SALA PERTENECE A LA "RED SALAS DE CINE"

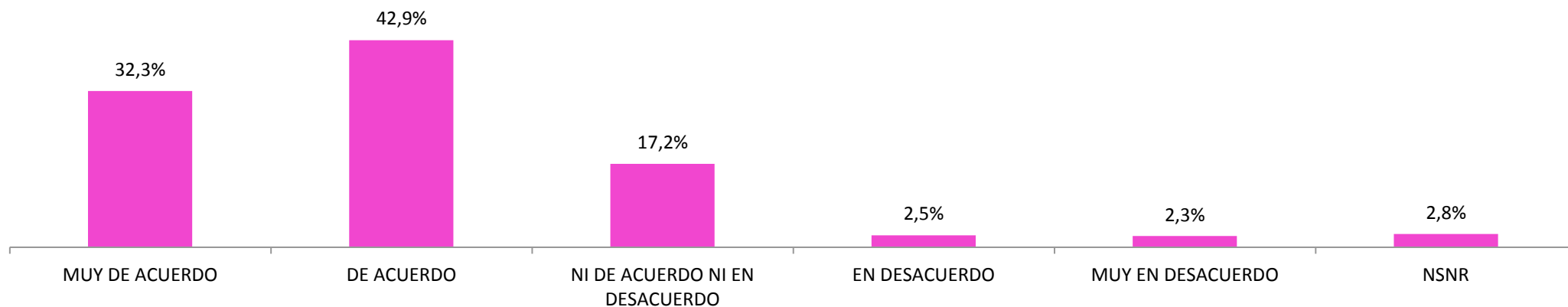


**CINE CHILENO**

# IMPORTANCIA DE QUE UNA SALA DE CINE PROGRAME CINE CHILENO

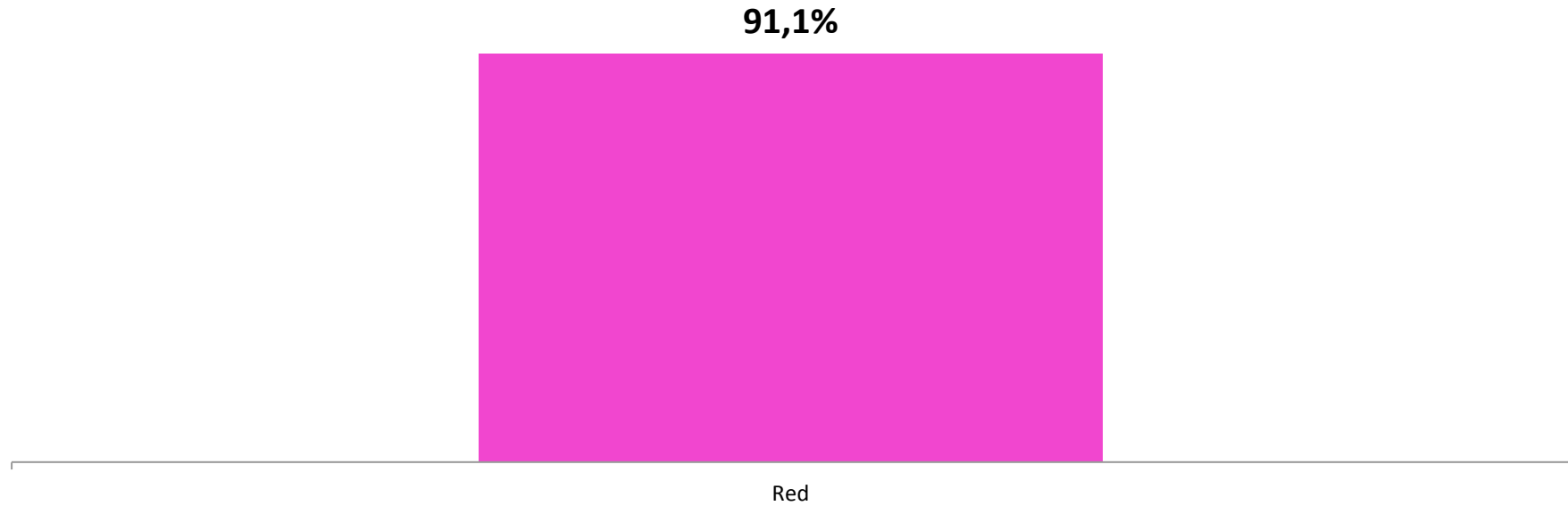


## GRADO DE ACUERDO CON: "ESTE CINE TIENE UN ESPECIAL INTERÉS POR EXHIBIR PELÍCULAS CHILENAS"



**FIDELIDAD**

**FIDELIDAD: PERSONAS SATISFECHAS CON EL CINE, QUE PROBABLEMENTE ASISTAN DE NUEVO Y QUE PROBABLEMENTE LO RECOMIENDEN**



# **RESUMEN CARACTERIZACIÓN POR SALA**



## CARACTERIZACIÓN DEL ESPECTADOR DE CINETECA NACIONAL

<b>Sexo</b>	Los espectadores de Cineteca tienden a ser principalmente hombres que mujeres.
<b>Edad</b>	Mayoritariamente poseen edades entre 25 y 34 años. También son relevantes los espectadores con edades entre 18 y 24 años y los mayores de 55 años.
<b>Nivel Educativo</b>	Mayoritariamente tienen educación universitaria completa y, secundariamente, universitaria incompleta . No es despreciable la proporción de espectadores con estudios de postgrado (más de un 10%).
<b>Habitualidad de asistencia al cine</b>	Una alta proporción declara haber asistido 12 veces o más al cine durante el último año. Cerca del 80% de los espectadores declara haber asistido al cine en el último mes.
<b>Hábitos en el consumo de cine</b>	Mayoritariamente no informan de algún día en especial para asistir al cine. Tienden a asistir con sus amigos y casi en partes iguales con sus parejas o solos.
<b>Preferencias</b>	Declaran preferir películas de origen europeo, con un abanico amplio de géneros de preferencia: drama, documental, ciencia ficción y comedia.
<b>Barreras declaradas para mayor consumo</b>	La falta de tiempo es la principal barrera de consumo declarada por los espectadores. Un 13% declara como barrera el costo de las entradas y un 15% indica que no se han programado películas que le llaman la atención.
<b>Habitualidad en el uso de la sala</b>	Desde la perspectiva de la habitualidad de uso de la sala se conforman cuatro segmentos: visitantes por primera vez (19%); asistentes esporádicos, que asistieron hace seis meses (13,5%), visitantes mensuales (16,7%) y espectadores intensivos: visitantes que han asistido hace menos de siete días (26,2%) y visitantes semanales (11,9%) .
<b>Satisfacción, recompra y recomendación de la sala</b>	La Cineteca cuenta con altos niveles de satisfacción, recompra y recomendación. Esto hace que alcance un alto nivel de fidelidad declarada por sus espectadores.
<b>Información y uso/participación de actividades complementarias</b>	Un poco más de la mitad de los espectadores declara conocer que se realizan actividades anexas en la sala pero poco más de un tercio de quienes conocen la realización de actividades, declara haber asistido a alguna de ellas.
<b>Importancia asignada al cine Chileno</b>	Los espectadores de la Cineteca consideran que es importante o muy importante que se programe cine chileno.

## CARACTERIZACIÓN DEL ESPECTADOR CINE ALAMEDA

<b>Sexo</b>	Los espectadores de cine Alameda tienden a ser más hombres que mujeres.
<b>Edad</b>	Se caracterizan por tener principalmente edades entre 25 y 34 años . No obstante, no es despreciable el segmento entre los 35 y 44 años.
<b>Nivel Educativo</b>	Mayoritariamente tienen educación universitaria completa y secundariamente universitaria incompleta o técnica superior.
<b>Habitualidad de asistencia al cine</b>	Casi la mitad declara haber asistido 12 veces o más al cine durante el último año. Un poco más de un tercio de los espectadores también declara haber asistido al cine en los última semana.
<b>Hábitos en el consumo de cine</b>	Casi la mitad de los espectadores declara no tener un día especial para ir al cine. Un 20% lo hace durante el fin de semana y un 12% en algún día de lunes a jueves. Una proporción equivalente declara asistir al cine en los días en que se ofrece alguna rebaja en el precio. Mayoritariamente el horario preferido es la noche y, secundariamente, la función de tarde. Asisten en partes iguales con amigos o con pareja. No obstante, los espectadores que asisten solos son una proporción relevante.
<b>Preferencias</b>	Tienden a preferir las películas de origen europeo y declaran preferir los dramas y documentales.
<b>Barreras declaradas para mayor consumo</b>	La falta de tiempo es la principal barrera de consumo declarada por los espectadores.
<b>Habitualidad en el uso de la sala</b>	Desde la perspectiva de la habitualidad de uso de la sala se conforman cuatro segmentos: visitantes por primera vez (21,6%); visitantes esporádicos que asistieron a la sala hace seis meses (13,6%), visitantes mensuales (15,2%) y espectadores intensivos: hace menos de siete días (20%) y la semana pasada (9,6%).
<b>Satisfacción, recompra y recomendación de la sala</b>	El cine cuenta con altos niveles de satisfacción, recompra y recomendación. Esto hace que alcance un alto nivel de fidelidad declarada por sus espectadores.
<b>Información y uso/participación de actividades complementarias</b>	Casi la mitad de los espectadores declara que conocer que se realizan actividades anexas en la sala pero sólo un tercio de quienes conocen la realización de actividades declara haber asistido a alguna de ellas.
<b>Importancia asignada al cine Chileno</b>	Los espectadores de cine Alameda consideran que es importante que una sala programe cine chileno.

## CARACTERIZACIÓN DEL ESPECTADOR ARTECON

<b>Sexo</b>	Los espectadores de Artecon son principalmente mujeres. En segundo lugar se ubican los hombres.
<b>Edad</b>	Mayoritariamente poseen edades entre 25 y 34 años. También son relevantes los espectadores con edades entre 18 y 24 años.
<b>Nivel Educativo</b>	Mayoritariamente tienen educación universitaria incompleta y, secundariamente, universitaria completa. También es relevante la proporción de espectadores con educación media completa o superior técnica incompleta.
<b>Habitualidad de asistencia al cine</b>	Una altísima proporción declara haber asistido 12 veces o más al cine durante el último año. Más del 70% de los entrevistados declara haber asistido al cine en el último mes.
<b>Hábitos en el consumo de cine</b>	Casi un tercio de los entrevistados indican que acostumbra ir al cine los días que hay rebajas. No obstante, mayoritariamente no informan de algún día en especial para asistir al cine. Tienden a asistir con sus parejas y con amigos. No obstante no es nada de despreciable la proporción de personas que habitualmente asisten solas.
<b>Preferencias</b>	Tienden a preferir las películas de origen europeo y norteamericanas. Declaran preferir los dramas, documentales y películas clásicas o antiguas.
<b>Barreras declaradas para mayor consumo</b>	La falta de tiempo es la principal barrera de consumo declarada por los espectadores. No obstante, cabe destacar que más de un 20% de los entrevistados señala que no se han programado películas que le llamaran la atención.
<b>Habitualidad en el uso de la sala</b>	Desde la perspectiva de la habitualidad de uso de la sala se conforman cuatro segmentos: visitantes por primera vez (19%); visitantes que asistieron a la sala hace un mes (26,2%) y espectadores intensivos: con asistencia hace menos de siete días (16,7%) y hace una semana (14,3%).
<b>Satisfacción, recompra y recomendación de la sala</b>	El cine cuenta con altos niveles de satisfacción, recompra y recomendación. Esto hace que alcance un alto nivel de fidelidad declarada por sus espectadores.
<b>Información y uso/participación de actividades complementarias</b>	Casi dos tercios de los espectadores declara que conocer que se realizan actividades anexas en la sala pero sólo un tercio de quienes conocen la realización de actividades declara haber asistido a alguna de ellas.
<b>Importancia asignada al cine Chileno</b>	Los espectadores de Artecon consideran que es importante o muy importante que una sala programe cine chileno.

## CARACTERIZACIÓN DEL ESPECTADOR DE CINE CLUB

<b>Sexo</b>	Los espectadores de Cine Club tienden a ser principalmente más mujeres (casi dos tercios) que hombres.
<b>Edad</b>	En proporciones semejantes tienen más de 55 años y entre 25 y 34 años.
<b>Nivel Educativo</b>	Mayoritariamente tienen educación universitaria completa y, secundariamente, universitaria incompleta. No es despreciable la proporción de espectadores con estudios de postgrado.
<b>Habitualidad de asistencia al cine</b>	Una proporción importante declara haber asistido 12 veces o más al cine durante el último año. Cerca del 80% de los espectadores declara haber asistido al cine en el último mes.
<b>Hábitos en el consumo de cine</b>	Mayoritariamente no informan de algún día en especial para asistir al cine. Tienden a asistir con sus amigos o con su pareja.
<b>Preferencias</b>	Más de la mitad declara preferir películas de origen europeo, con una especial predilección por el drama y -en segundo lugar- documentales.
<b>Barreras declaradas para mayor consumo</b>	La falta de tiempo es la principal barrera de consumo declarada por los espectadores. Casi un 20% declara como barrera el costo de las entradas y un 14% indica que no se han programado películas que le llamaran la atención.
<b>Habitualidad en el uso de la sala</b>	Desde la perspectiva de la habitualidad de uso de la sala se conforman cuatro segmentos: visitantes por primera vez (19,8%); visitantes mensuales (22,2%); asistentes esporádicos, que asistieron hace seis meses (15,1%) y espectadores intensivos con visita hace menos de 7 días (19%) o la semana pasada (10,3%).
<b>Satisfacción, recompra y recomendación de la sala</b>	Cine Club cuenta con altos niveles de satisfacción, recompra y recomendación. Esto hace que alcance un alto nivel de fidelidad declarada por sus espectadores.
<b>Información y uso/participación de actividades complementarias</b>	Un poco más de la mitad de los espectadores declara conocer que se realizan actividades anexas en la sala pero sólo un tercio de quienes conocen la realización de actividades declara haber asistido a alguna de ellas.
<b>Importancia asignada al cine Chileno</b>	Los espectadores de la Cine Club consideran que es importante o muy importante que se programe cine chileno.

## CARACTERIZACIÓN DEL ESPECTADOR DE INSOMNIA

<b>Sexo</b>	Los espectadores de Insomnia tienden a ser más hombres que mujeres.
<b>Edad</b>	La mayor proporción de espectadores se encuentra entre los 25 a 34 años y, secundariamente, entre los 18 a 24 años.
<b>Nivel Educativo</b>	Mayoritariamente tienen educación universitaria completa y universitaria incompleta.
<b>Habitualidad de asistencia al cine</b>	Una proporción importante declara haber asistido 12 veces o más al cine durante el último año. Cerca del 80% de los espectadores declara haber asistido al cine en el último mes.
<b>Hábitos en el consumo de cine</b>	Más de la mitad no informa de algún día en especial para asistir al cine. Casi en proporciones semejantes asisten con sus amigos, pareja y solos. Prefieren asistir a la función de noche.
<b>Preferencias</b>	Declaran preferir películas de origen europeo y latinoamericanas, con una especial predilección por el drama y -en segundo lugar- documentales.
<b>Barreras declaradas para mayor consumo</b>	La falta de tiempo es la principal barrera de consumo declarada por los espectadores. Un 14% declara como barrera el costo de las entradas y un 16% indica que no se han programado películas que le llamaran la atención.
<b>Habitualidad en el uso de la sala</b>	Desde la perspectiva de la habitualidad de uso de la sala se conforman cuatro segmentos: visitantes por primera vez (19,4%); asistentes esporádicos, que asistieron hace seis meses (15,3%); visitantes mensuales (27,4%) y espectadores intensivos: con visita anterior menor a los 7 días (13,7%) o hace una semana (6,5%).
<b>Satisfacción, recompra y recomendación de la sala</b>	Insomnia cuenta con altos niveles de satisfacción, recompra y recomendación. Esto hace que alcance un alto nivel de fidelidad declarada por sus espectadores.
<b>Información y uso/participación de actividades complementarias</b>	Casi dos cuartos de los espectadores declara conocer que se realizan actividades anexas en la sala y un 39% de quienes conocen la realización de actividades declara haber asistido a alguna de ellas.
<b>Importancia asignada al cine Chileno</b>	Los espectadores de Insomnia consideran que es importante o muy importante que se programe cine chileno.

## CARACTERIZACIÓN DEL ESPECTADOR DE SALA -1 CINE

<b>Sexo</b>	Los espectadores de -1 Cine tienden a ser más mujeres que hombres.
<b>Edad</b>	La mayor proporción de espectadores se encuentra entre los 25 a 34 años, seguidos por los espectadores entre 35 a 44 años.
<b>Nivel Educativo</b>	Mayoritariamente tienen educación universitaria completa y, secundariamente, estudios de post grado. Aún cuando se observa la presencia de personas con estudios universitarios incompletos.
<b>Habitualidad de asistencia al cine</b>	En forma dominante los espectadores declaran haber asistido 12 veces o más al cine durante el último año.
<b>Hábitos en el consumo de cine</b>	Casi la mitad no informa de algún día en especial para asistir al cine. Tienden a asistir al cine con amigos, parejas o solos en proporciones equivalentes. Prefieren asistir a la función de noche.
<b>Preferencias</b>	Declaran preferir películas de origen europeo, con una especial predilección por el drama, documentales y ciencia ficción.
<b>Barreras declaradas para mayor consumo</b>	La falta de tiempo es la principal barrera de consumo declarada por los espectadores (44%). Un 15% declara como barrera el costo de las entradas y un 18% señala que no se han programado películas que le llamaran la atención.
<b>Habitualidad en el uso de la sala</b>	Desde la perspectiva de la habitualidad de uso de la sala se conforman cuatro segmentos: visitantes por primera vez (15,8%); asistentes esporádicos, que asistieron hace seis meses (17,1%); visitantes mensuales (18,4%) e intensivos: que han asistido hace menos de 7 días (18,4%) o hace una semana (11,8%).
<b>Satisfacción, recompra y recomendación de la sala</b>	-1 Cine cuenta con altos niveles de satisfacción, recompra y recomendación. Esto hace que alcance un alto nivel de fidelidad declarada por sus espectadores.
<b>Información y uso/participación de actividades complementarias</b>	Casi dos tercios de los espectadores declara conocer que se realizan actividades anexas en la sala y un poco menos de 40% de quienes conocen que se realizan actividades declara haber asistido a alguna de ellas.
<b>Importancia asignada al cine Chileno</b>	Los espectadores de -1 Cine consideran que es importante o muy importante que se programe cine chileno.

## CARACTERIZACIÓN DEL ESPECTADOR DE SALA K

<b>Sexo</b>	Los espectadores de Sala K tienden a ser más hombres que mujeres.
<b>Edad</b>	La mayor proporción de espectadores se encuentra entre los 25 a 34 años, seguidos por los espectadores entre 35 a 44 años.
<b>Nivel Educativo</b>	Mayoritariamente tienen educación universitaria completa y, secundariamente, estudios de post grado.
<b>Habitualidad de asistencia al cine</b>	En forma dominante los espectadores declaran haber asistido 12 veces o más al cine durante el último año. No obstante, hay un segmento relevante que declara haber asistido de 7 a 11 veces (más del 20%).
<b>Hábitos en el consumo de cine</b>	Más del 50% no informan de algún día en especial para asistir al cine. Tienden a asistir al cine con amigos o solos. Prefieren asistir a la función de noche.
<b>Preferencias</b>	Declaran preferir películas de origen europeo, con una especial predilección por el drama, documentales y ciencia ficción.
<b>Barreras declaradas para mayor consumo</b>	La falta de tiempo es la principal barrera de consumo declarada por los espectadores (44%). Un 16% declara como barrera el costo de las entradas.
<b>Habitualidad en el uso de la sala</b>	Desde la perspectiva de la habitualidad de uso de la sala se conforman cuatro segmentos: visitantes por primera vez (18,4%); esporádicos con asistencia en los últimos seis meses (14,3%), mensuales (16,3%) e intensivos: con visita hace menos de 7 días (20,4%) y hace una semana (16,3%).
<b>Satisfacción, recompra y recomendación de la sala</b>	Sala K cuenta con altos niveles de satisfacción, recompra y recomendación. Esto hace que alcance un alto nivel de fidelidad declarada por sus espectadores.
<b>Información y uso/participación de actividades complementarias</b>	Una proporción relevante de los espectadores declara conocer que se realizan actividades anexas en la sala (59%) y sólo un 24% de quienes conocen que se realizan actividades declara haber asistido a alguna de ellas.
<b>Importancia asignada al cine Chileno</b>	Los espectadores de Sala K consideran que es importante o muy importante que se programe cine chileno.

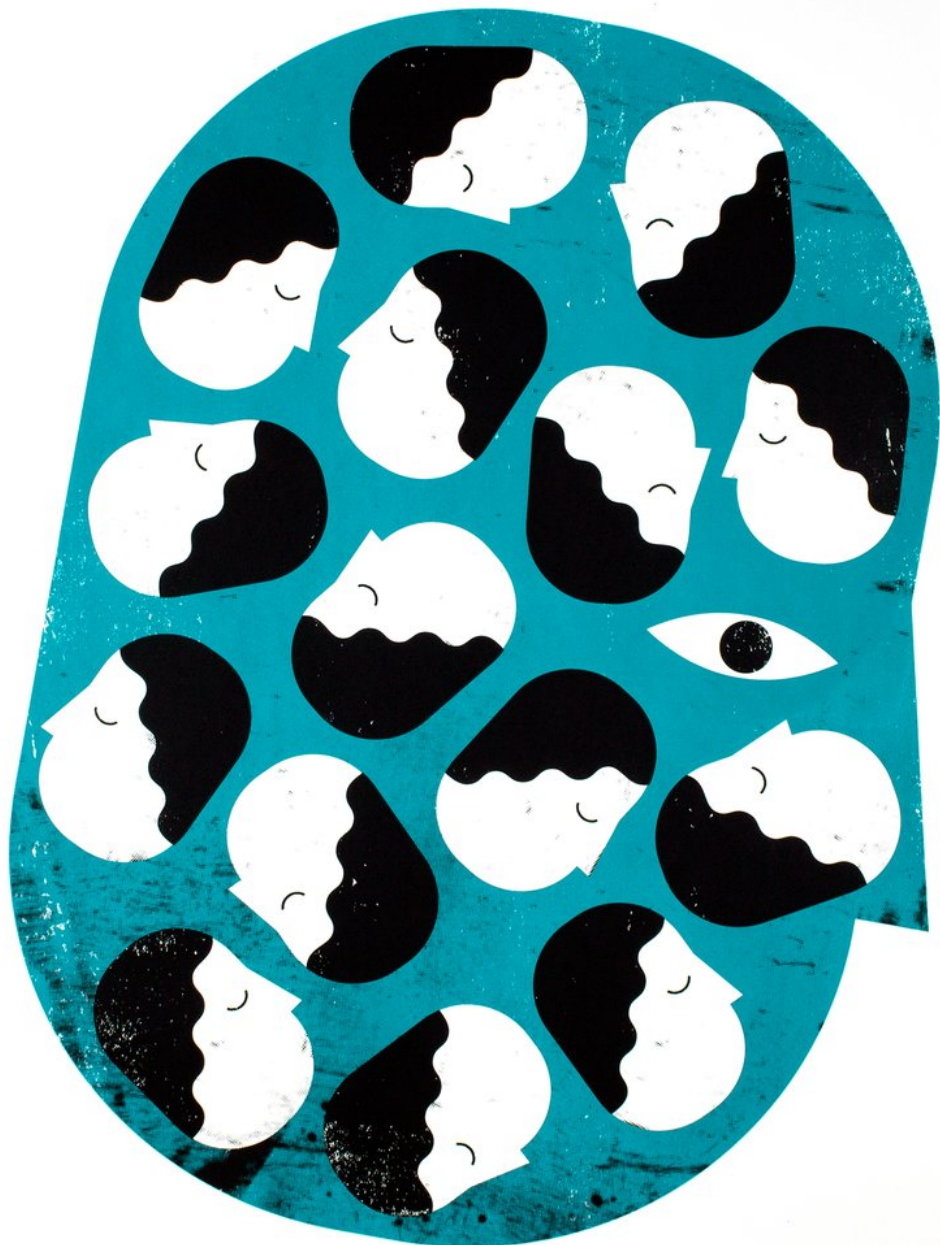
## CARACTERIZACIÓN DEL ESPECTADOR DE SALA THE OZ

<b>Sexo</b>	Los espectadores de The Oz tienden a ser más mujeres que hombres.
<b>Edad</b>	La mayor proporción de espectadores se encuentra entre los 25 a 34 años, seguidos por los espectadores entre 18 a 24 años.
<b>Nivel Educativo</b>	Mayoritariamente tienen educación universitaria completa y, secundariamente, educación universitaria incompleta.
<b>Habitualidad de asistencia al cine</b>	En forma dominante los espectadores declaran haber asistido 12 veces o más al cine durante el último año.
<b>Hábitos en el consumo de cine</b>	No informan de algún día en especial para asistir al cine. Tienden a asistir al cine con su pareja o con amigos. Prefieren asistir a la función de noche.
<b>Preferencias</b>	Declaran preferir películas de origen europeo, con una especial predilección por el drama y en forma equivalente por los documentales y la ciencia ficción.
<b>Barreras declaradas para mayor consumo</b>	La falta de tiempo es la principal barrera de consumo declarada por los espectadores. Muy atrás le sigue el que no se han programado películas de su interés (10%). Solo un 4% declara como barrera el costo de las entradas.
<b>Habitualidad en el uso de la sala</b>	Desde la perspectiva de la habitualidad de uso de la sala se conforman cuatro segmentos: visitantes por primera vez (16%); mensuales (24%); esporádicos con visita en los últimos seis meses (12%) e intensivos que han asistido en los últimos 7 días (16%) o la semana pasada (14%).
<b>Satisfacción, recompra y recomendación de la sala</b>	The Oz cuenta con altos niveles de satisfacción, recompra y recomendación. Esto hace que alcance un alto nivel de fidelidad declarada por sus espectadores.
<b>Información y uso/participación de actividades complementarias</b>	Casi dos tercios de los espectadores declara conocer que se realizan actividades anexas en la sala y sólo un 32% de quienes conocen que se realizan actividades declara haber asistido a alguna de ellas.
<b>Importancia asignada al cine Chileno</b>	Los espectadores de The Oz consideran que es importante o muy importante que se programe cine chileno.



## CARACTERIZACIÓN DEL ESPECTADOR DE RADICALES

<b>Sexo</b>	Los espectadores de Radicales tienden a ser más hombres que mujeres.
<b>Edad</b>	La mayor proporción de espectadores se encuentra entre los 18 a 24 años y entre los 25 a 34 años.
<b>Nivel Educativo</b>	Mayoritariamente tienen educación universitaria incompleta y, secundariamente, universitaria completa.
<b>Habitualidad de asistencia al cine</b>	En forma dominante los espectadores declaran haber asistido 12 veces o más al cine durante el último año. Un poco más del 70% de los espectadores declara haber asistido al cine en el último mes.
<b>Hábitos en el consumo de cine</b>	Casi la mitad no informa de algún día en especial para asistir al cine. Tienden a asistir al cine con amigos o solos. Prefieren asistir a la función de noche.
<b>Preferencias</b>	Declaran preferir películas de origen europeo, con una especial predilección por el drama y -en segundo lugar- documentales.
<b>Barreras declaradas para mayor consumo</b>	La falta de tiempo es la principal barrera de consumo declarada por los espectadores. Un 12% declara como barrera el costo de las entradas y en igual proporción indica que no se han programado películas que le llamaran la atención.
<b>Habitualidad en el uso de la sala</b>	Desde la perspectiva de la habitualidad de uso de la sala se conforman cuatro segmentos: visitantes por primera vez (21,4%); intensivos que han asistido hace menos de siete días (27,7%) o hace una semana (8,9%); visitantes mensuales (17%) y asistentes esporádicos, que asistieron hace seis meses (15,2%).
<b>Satisfacción, recompra y recomendación de la sala</b>	Radicales cuenta con altos niveles de satisfacción, recompra y recomendación. Esto hace que alcance un alto nivel de fidelidad declarada por sus espectadores.
<b>Información y uso/participación de actividades complementarias</b>	Una proporción relevante de los espectadores declara conocer que se realizan actividades anexas en la sala (57%) y un 40% de quienes conocen que se realizan actividades declara haber asistido a alguna de ellas.
<b>Importancia asignada al cine Chileno</b>	Los espectadores de Radicales consideran que es importante o muy importante que se programe cine chileno.



# ESTUDIO DE AUDIENCIAS RED DE SALAS

Enero de 2018



FÁBRICA DE CULTURA

