

# Tabla de Contenido

<b>CAPÍTULO 1: INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>7</b>
<b>1 Antecedentes generales</b> .....	<b>7</b>
1.1 Antecedentes de la Industria .....	7
1.2 Antecedentes de la empresa .....	8
<b>2 Descripción del proyecto y justificación</b> .....	<b>9</b>
<b>3 Objetivos</b> .....	<b>9</b>
3.1 Objetivo general.....	9
3.2 Objetivos específicos.....	9
<b>4 Metodología</b> .....	<b>10</b>
<b>5 Alcances</b> .....	<b>10</b>
<b>CAPITULO 2: MARCO CONCEPTUAL</b> .....	<b>12</b>
<b>1 Ciclo de vida del producto</b> .....	<b>12</b>
<b>2 Modelo de segmentación, Targeting y Posicionamiento (STP)</b> .....	<b>12</b>
<b>3 Investigación de mercados</b> .....	<b>13</b>
<b>4 Marketing mix</b> .....	<b>15</b>
<b>5 Herramientas de marketing para el desarrollo de productos</b> .....	<b>15</b>
<b>6 Buzz marketing</b> .....	<b>16</b>
<b>7 Marketing viral</b> .....	<b>16</b>
<b>8 Cine y Marketing</b> .....	<b>17</b>
<b>9 Publicidad Impresa y en Televisión</b> .....	<b>17</b>
<b>10 Social Media Marketing</b> .....	<b>18</b>
<b>CAPITULO 3: INDUSTRIA CINEMATOGRAFICA CHILENA</b> .....	<b>19</b>
<b>1 Cadena de Valor</b> .....	<b>19</b>
1.1 Producción .....	19
1.2 Distribución .....	22
1.3 Exhibición.....	25
<b>CAPITULO 4: ANÁLISIS SECTORIAL</b> .....	<b>28</b>
<b>1 Competencia</b> .....	<b>28</b>
<b>2 Compañía</b> .....	<b>32</b>
2.4 Organigrama .....	32
<b>3 Consumidores</b> .....	<b>33</b>
<b>CAPÍTULO 5: INVESTIGACIÓN DE MERCADO</b> .....	<b>37</b>
<b>1 Investigación Exploratoria:</b> .....	<b>37</b>
<b>2 Investigación Descriptiva:</b> .....	<b>39</b>
<b>CAPITULO 6: STP</b> .....	<b>53</b>
<b>1 Segmentación:</b> .....	<b>53</b>
<b>2 Targeting</b> .....	<b>53</b>
<b>3 Posicionamiento</b> .....	<b>55</b>
<b>Capítulo 7: 4P del marketing</b> .....	<b>56</b>
<b>1 Producto</b> .....	<b>56</b>
<b>2 Promoción</b> .....	<b>58</b>
<b>3 Precio</b> .....	<b>70</b>
<b>4 Plaza</b> .....	<b>71</b>
<b>CAPITULO 8: ANÁLISIS FINANCIERO</b> .....	<b>75</b>

<b>CAPITULO 9: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....</b>	<b>80</b>
<b>CAPITULO 10: BIBLIOGRAFÍA .....</b>	<b>82</b>
<b>CAPITULO 11: ANEXOS.....</b>	<b>84</b>
<b>Anexo A: Trabajos Cinestación .....</b>	<b>84</b>
<b>Anexo B: Encuesta - Comportamiento público de salas.....</b>	<b>87</b>
<b>Anexo C: Detalle - Preguntas y principales resultados investigación descriptiva .....</b>	<b>91</b>
<b>Anexo D: Principales Puntos del Convenio de colaboración para el desarrollo y fortalecimiento de la industria cinematográfica .....</b>	<b>101</b>

## Índice de tablas

TABLA 1 PARTICIPACIÓN DE CADENAS 2013 .....	26
TABLA 2 PARTICIPACIÓN CADENAS INDEPENDIENTES 2013.....	26
TABLA 3 VALOR ACTIVIDADES PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL CINESTACIÓN .....	27
TABLA 4 TOP 10 PELÍCULAS CHILENAS ESTRENADAS SEGÚN ORDEN DE ESPECTADORES.....	28
TABLA 5 PELÍCULAS EXHIBIDAS 2013 SEGÚN PROCEDENCIA .....	29
TABLA 6 RANKING POR ESPECTADORES DE LAS 10 PRIMERAS PELÍCULAS ESTRENADAS 2013.....	29
TABLA 7 PARTICIPACIÓN EN TAQUILLA TOP 10 2007-2013 .....	30
TABLA 8 PELÍCULAS EXHIBIDAS 2007-2013 .....	30
TABLA 9 TOTAL PELÍCULAS NACIONALES ESTRENADAS 2007-2013.....	31
TABLA 10 PARTICIPACIÓN EN TAQUILLA TOP 1 CINE CHILENO 2007-2013 .....	31
TABLA 11 PRIMEROS 10 COMPLEJOS CINEMATOGRAFICOS ORDENADOS POR N° DE ESPECTADORES.....	34
TABLA 12 COMPORTAMIENTO DE CONSUMO MENSUAL 2013 .....	35
TABLA 13 ASISTENCIAS POR DÍA DE SEMANA 2010-2012.....	35
TABLA 14 POBLACIÓN QUE ASISTE A CINES NACIONALES .....	37
TABLA 15 RAZONES POR LAS QUE NO ASISTIÓ AL CINE EN LOS 12 MESES PREVIOS A LA CONSULTA .....	37
TABLA 16 PARTICIPACIÓN 10 PRIMEROS COMPLEJOS MULTISALA SANTIAGO 2013 .....	40
TABLA 17 TAMAÑO MUESTRA POR COMPLEJO .....	41
TABLA 18 SEGMENTACIÓN .....	53
TABLA 19 CAMPAÑA GOOGLE ADWORDS.....	67
TABLA 20 CAMPAÑA PUBLICIDAD FACEBOOK.....	68
TABLA 21 CARTA GANTT .....	69
TABLA 22 PRECIO MEDIO ENTRADAS TOP 10 ASISTENCIA RM.....	71
TABLA 23 CIRCUITO DE SALAS INDEPENDIENTES - TARDE PARA MORIR JOVEN.....	72
TABLA 24 CIRCUITO CENTROS CULTURALES Y UNIVERSIDADES - TARDE PARA MORIR JOVEN .....	72
TABLA 25 CIRCUITOS CONVENIO DE COLABORACIÓN 2014.....	73
TABLA 26 NÚMERO DE ESPECTADORES Y RECAUDACIÓN CINES RM POR CIRCUITOS.....	73
TABLA 27 PRESUPUESTO MARKETING .....	75
TABLA 28 PRESUPUESTO MARKETING, RECAUDACIÓN Y ESPECTADORES CINE CASOS CHILENO 2012-2013 .....	76
TABLA 29 PELÍCULAS SIMILARES TPMJ.....	77
TABLA 30 RECAUDACIÓN POR ESCENARIOS.....	78
TABLA 31 LISTA DE ALTERNATIVAS POR PREGUNTA.....	93
TABLA 32 RESULTADOS ENCUESTA POR SEGMENTO.....	100

## Índice de figuras

FIGURA 1: DURACIÓN DEL PROCESO PRODUCTIVO DEL AUDIOVISUAL CHILENO .....	20
FIGURA 2 PARTICIPACIÓN PRIMERAS 10 PELÍCULAS EXHIBIDAS 2007-2013 .....	30
FIGURA 3 PARTICIPACIÓN PRIMERA PELÍCULA CHILENA ESTRENADA 2007-2013 .....	31
FIGURA 4 FRECUENCIA DE ASISTENCIA .....	43

FIGURA 5 FRECUENCIA DE ASISTENCIA A CINE CHILENO.....	44
FIGURA 6 INTENSIDAD DE USO DE INTERNET.....	44
FIGURA 7 MEDIOS UTILIZADOS PARA INFORMARSE.....	45
FIGURA 8 INFORMACIÓN REQUERIDA POR PÚBLICO CHILENO.....	46
FIGURA 9 FACTORES QUE INFLUYEN EN DECISIÓN DE VER UNA PELÍCULA.....	47
FIGURA 10 PRINCIPAL RED SOCIAL UTILIZADA PARA COMENTAR O COMPARTIR INFORMACIÓN DE PELÍCULAS.....	48
FIGURA 11 IMPACTO DE COMENTARIOS POSITIVOS EN PÚBLICO CHILENO.....	48
FIGURA 12 IMPACTO DE COMENTARIOS NEGATIVOS EN PÚBLICO CHILENO.....	49
FIGURA 13 IMPACTO DE PREMIOS EN PÚBLICO CHILENO.....	50
FIGURA 14 PRIMERA DECISIÓN ANTES DE ASISTIR A VER UNA PELÍCULA.....	51
FIGURA 15 PERCEPCIÓN CINE CHILENO.....	51
FIGURA 16 RECAUDACIÓN VS MONTO ASIGNADO CINE CASOS CHILENO 2012-2013.....	77

## Índice de ilustraciones

ILUSTRACIÓN 1 DISTRIBUCIÓN DE COMPLEJOS SELECCIONADOS.....	40
ILUSTRACIÓN 2 POSTER Y CAPTURAS DE TRAILER DE JUEVES A DOMINGO.....	60
ILUSTRACIÓN 3 EJEMPLO POSTER TARDE PARA MORIR JOVEN.....	61