

LOS ESPECTADORES Y EL IMPACTO ECONÓMICO DEL FESTIVAL INTERNACIONAL DE CINE DE VALDIVIA, 2016.

Resumen Ejecutivo

Autores: Adriano Rovira; Pablo Szmulewicz, Víctor Figueroa, Susana Coper y Ailín Arriagada,
Colaboración: María José Grego, Universidad Austral de Chile

1.- PRESENTACIÓN.

El Festival Internacional de Cine de Valdivia (FICV) nace al alero de la Universidad Austral de Chile en el año 1993, estando su organización en manos de esta institución, hasta la creación del Centro Cultural de Promoción Cinematográfica de Valdivia, cuando cambia su rol de organizador y ejecutor al de ser parte importante del Consejo Directivo.

En la actualidad la Universidad apoya al FICV. que cuenta además con el Patrocinio de la Municipalidad de Valdivia, el Gobierno Regional de Los Ríos y la Corporación para el Desarrollo de la Región de Los Ríos.

La 23° edición del Festival Internacional de Cine de Valdivia, segundo festival en importancia del país, se celebró entre los días 10 y 16 de octubre de 2016.

Entre sus principales objetivos, están:

- ofertar nuevas propuestas cinematográficas,
- ser un lugar de encuentro de la industria cinematográfica
- realizar una contribución al desarrollo social, cultural y económico de la zona
- desarrollar nuevos espacios y crear nuevos públicos.

Es evidente la importancia económica que un festival de cine puede llegar a tener, tanto para el sector cinematográfico como para la ciudad y región que lo acogen, pero sin duda alguna el elemento fundamental de un evento de estas características es su público, es decir, el apoyo de los espectadores a la propuesta de la organización y la presencia de éstos en las salas de cine.

Los impactos que generan este tipo de actividades en las ciudades anfitrionas son variados. En el trabajo de Devesa, Báez, Figueroa et. al. (2012) se reconocen:

a) Repercusiones económicas: divididos en dos grandes grupos: Los festivales requieren de planificación e inversiones para ser realizados, y luego convocan a espectadores locales y visitantes que gastan tanto en la actividad en sí como en productos que nacen a su alero y servicios relacionados. *“Por otra parte, están los efectos económicos de largo plazo, que hacen referencia a las modificaciones de la estructura productiva, urbana y social del territorio, y están relacionadas a su vez con los efectos culturales, sociales o físicos”.*

b) Repercusiones turísticas: “...los festivales además de contribuir al desarrollo de las artes, también crean la demanda de esas artes, aludiendo a que independientemente de los objetivos iniciales de los festivales, desarrollan inevitablemente perfiles turísticos” (Pérez, 2016). En palabras de Devesa, Báez, Figueroa et. al. (2012) citando a Getz, 1997, “La celebración de un festival puede ser un factor decisivo en la elección de un destino, una razón de peso en la repetición de la visita o un elemento que mejore la satisfacción de los visitantes, lo que permite desarrollar el perfil turístico y la imagen cultural de un lugar.” Las visitas producto de estos eventos “producen a la vez un impacto económico en términos de producción, rentas y empleo”

2.- CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS. (No se incluyen las respuestas en blanco)

2.1.- Edad.

El público que asiste al Festival Internacional de Cine de Valdivia, en su edición de 2016, de acuerdo al público encuestado, es un público joven, con una media de edad de 28,8 años. El tramo de edad más importante entre los asistentes al festival es el situado entre 18 y 24 años (39.6%) seguido de los espectadores de edades comprendidas entre 25 y 34 años (39.2%). Ambos grupos representan más de las dos terceras partes de los asistentes (casi el 80%) (ver Cuadro 1).

Cuadro 1. Encuestados a la 23ª edición del FICV, según rangos de edad.

Categoría	Frecuencia	Porcentaje %
Menos de 18	7	1,5
18 – 24	179	39,6
25 - 34	177	39,2
35 – 44	55	12,2
45 – 59	22	4,9
60 y más	12	2,6
Total	452	100,0

Fuente y elaboración: propia.

2.2.- Género.

La presencia de mujeres es menor que la de hombres, ya que suponen el 46% de los espectadores, frente al 54% de asistentes masculinos.

Cuadro 2. Asistentes a la 23ª edición del FICV según género.

Sexo	Frecuencia	Porcentaje
Hombre	247	53,8
Mujer	212	46,2
Total	459	100,0

Fuente y elaboración: propia.

2.3.- Ocupación.

La juventud de los asistentes se pone de manifiesto, asimismo, en la importante presencia de estudiantes, ya que suponen el 43,6% de los espectadores (Cuadro 3). Les siguen en importancia los empresarios o trabajadores independientes (32,6%) y en menor importancia los empleados y funcionarios dependientes (21,6%).

Cuadro 3. Asistentes a la 23ª edición del FICV según ocupación.

Categoría	Frecuencia	Porcentaje %
Trabajador dependiente	99	21,6
Empresario / Trabajador independiente	150	32.6
Trabajo en casa no remunerado	1	0.2
Desempleado	4	0.9
Jubilado / Retirado	5	1.1
Estudiante	200	43.6
Total	459	100,0

Fuente y elaboración: propia.

2.4.- Nivel educacional.

El 52.3% de los espectadores declara tener estudios universitarios y un 9.1% estudios de postgrado. Ello nos mostraría un elevado nivel educativo de los espectadores, puesto que cerca de dos tercios de los asistentes tienen estudios superiores (Cuadro 4). Un 35% tiene estudios medios, un 2% estudios técnicos y sólo un 1.6% estudios básicos.

Cuadro 4. Asistentes a la 23ª edición del FICV. según nivel de estudios.

Categoría	Frecuencia	Porcentaje %
Básico	7	1,6
Medio	158	35.0
Técnico	9	2.0
Profesional	236	52.3
Postgrado	41	9.1
Total	451	100,0

Fuente y elaboración: propia.

2.5.- Nivel de Ingresos.

De los espectadores que contestan a la pregunta, un 25% señala no tener ingresos (consecuencia seguramente de la gran presencia de estudiantes); un 31% declara tener un ingreso líquido mensual

de menos de 400 mil pesos; un 25% ingresos de más de 400 mil y menos de 800 mil pesos; el 10% entre 800 mil y 1.200.000 y 9% más de 1.200.000 pesos. (Cuadro 5).

Cuadro 5. Asistentes a la 23° edición del FICV. según nivel de ingreso líquido mensual.

Nivel de ingreso líquido mensual (\$)	Frecuencia	Porcentaje %
Sin ingresos	114	25,1
Menos de 400.000	140	30,8
Entre 401.000 y 800.000	112	24,7
Entre 801.000 y 1.200.000	45	9,9
Más de 1.200.000	43	9,5
Total	454	100,0

Fuente y elaboración: propia.

2.6.- Lugar de residencia.

El 95,3% (306 personas) de los asistentes encuestados son chilenos. Los asistentes extranjeros suponen un 4,7% (15) del público total.

De los chilenos encuestados, (306) el 65,4% (200) provienen de la región metropolitana y el 19% (58 personas) de la misma región de Los Ríos.

2.7.- Reiteración de asistencia.

Un 61,5% de los espectadores que participaron en el Festival Internacional de Cine de Valdivia, el año 2016, ha participado en anteriores ediciones (Cuadro 7). De estos, la media corresponde a 3,75 ocasiones anteriores.

Cuadro 7. Asistentes a la 23° edición del FICV. según participación en anteriores ediciones.

Categoría	Frecuencia	Porcentaje %
No ha participado en ocasiones anteriores	177	38,5
Ha participado en ocasiones anteriores	283	61,5
Total respuestas	460	100,0

Fuente y elaboración: propia.

Más concretamente, de los espectadores que ya conocían el festival, un 43.9% participó en una o dos veces anteriormente; 27.9% entre 3 y 4 ediciones anteriores, un 15.2% participó entre 5 y 6 ediciones previas y un 5.6 % de espectadores ha seguido la evolución del festival entre 7 y 8 ocasiones y un 7.4% ha asistido a lo largo de más de 9 años (Cuadro 5), cifras que revelan un importante grado de fidelización.

Cuadro 5. Asistentes a la 23° edición del FICV. según número de ediciones anteriores en las que ha participado.

Categorías	Frecuencia	Porcentaje %
Una o dos veces	118	43,9
Tres o cuatro versiones	75	27,9
Cinco o seis ocasiones	41	15,2
Siete u ocho veces	15	5,6
Nueve o más versiones	20	7,4
Total	269	100,0

Fuente y elaboración: propia.

2.8.- Valoración.

En cuanto al interés por participar nuevamente y recomendar la asistencia de amigos, familiares o colegas, un 95.9% declara que participaría nuevamente y un 99% que recomendaría el festival.

Cuadro 6. Interés por participar nuevamente entre los asistentes a la 23° edición del FICV.

Participaría nuevamente		Frecuencia	Porcentaje %
No		19	4,1
Sí		439	95,9
Total		458	100,0

Fuente y elaboración: propia.

Cuadro 7. Interés por recomendar el Festival entre asistentes a la 23° edición del FICV.

Recomendaría		Frecuencia	Porcentaje %
No		2	0,4
Sí		457	99,6
Total		459	100,0

Fuente y elaboración: propia.

3.- PERCEPCIÓN DEL IMPACTO DEL FESTIVAL.

A continuación, se presentan un conjunto de percepciones acerca del impacto del festival, por parte de los asistentes.

Imagen pública del Festival.

Un 78,5% califica con nota entre 6 y 7 la imagen pública del festival (escala de 1 a 7) así como un 76% el valor como atracción turística y un 86% la imagen de la ciudad y la región.

Cuadro 10. **Imagen pública general del FICV por parte de los asistentes a la versión 23°.**

Imagen pública del FICV	Frecuencia	Porcentaje %
Menos de 3	3	0,7
3	2	0,4
4	18	3,9
5	76	16,5
6	154	33,5
7	207	45,0
Total	460	100,0

Fuente y elaboración: propia.

Cuadro 11. **Importancia del FICV en la atracción turística de la ciudad.**

FICV en la atracción de Turismo	Frecuencia	Porcentaje %
Menos de 1	2	0,4
1	2	0,4
2	0	0,0
3	8	1,7
4	22	4,8
5	78	17,0
6	137	29,8
7	211	45,9
Total	460	100,0

Fuente y elaboración: propia.

Cuadro 11. **Impacto del FICV. sobre la imagen de la ciudad y región.**

Incidencia del FICV en la Imagen de la ciudad y la región	Frecuencia	Porcentaje %
	1	0,2
2	1	0,2
3	2	0,4
4	14	3,0
5	51	11,1
6	136	29,6
7	256	55,5
Total	461	100,0

Fuente y elaboración: propia.

4.- REPERCUSIONES ECONOMICAS DEL FICV.

1.- Ingresos directos.

En cuanto al gasto en alojamiento, un 42% declara no gastar dinero en el ítem, un 27% menos de 15 mil pesos. Un 34% declara gastar entre 7 mil y 12 mil pesos en comidas, así como un 34% declara gastar entre 5 mil y 10 mil en entretenimiento.

Cuadro 13. Gasto diario en alojamiento en asistentes a la 23° edición del FICV.

Alojamiento	Frecuencia	Porcentaje %
Sin información	59	13,0
Nada	194	42,0
<15.000	122	27,0
15.001 – 35.000	67	15,0
35.001 – 60.000	16	3,0
>60000	2	0,0
Total	460	

Fuente y elaboración: propia.

Cuadro 14. Gasto en comidas entre asistentes a la 23° edición del FICV.

Comidas	Frecuencia	Porcentaje %
Sin información	57	12,0
Nada	49	11,0
<7.000	139	30,0
Entre 7.001 – 12.000	156	34,0
Entre 12.001 – 20.000	50	11,0
>20000	9	2,0
Total	460	100,0

Fuente y elaboración: propia.

Cuadro 15. Gasto en entretenimiento por parte de Asistentes a la 23° edición del FICV.

Entretenimiento \$	Frecuencia	Porcentaje %
Sin información	59	13,0
Nada	64	14,0
<5.000	112	24,0
Entre 5.001 y 10.000	157	34,0

Engtre 10.001 y 15.000	43	9,0
>15.000	25	6,0
Total	460	100,0

Fuente y elaboración: propia.

Cuadro 16. Gasto en Transporte por parte de los asistentes a la 23ª edición del FICV.

Transporte	Frecuencia	Porcentaje %
Sin información	61	13,0
Nada	159	35,0
<2000	111	24,0
2000 - 3500	71	16,0
3501 - 5000	38	8,0
>5000	20	4,0
Total	460	100,0

Fuente y elaboración: propia.

Cuadro 17. Gasto en compras por parte de los Asistentes a la 23ª edición del FICV.

Compras	Frecuencia	Porcentaje %
Sin información - nulo	62	14,0
Nada	236	51,0
<5.000	68	15,0
Entre 5.001 y 10.000	48	10,0
Entre 10.001 y 15.000	22	5,0
>15000	24	5,0
Total	460	100,0

Fuente y elaboración: propia.

Cuadro 18. Importancia del FICV. En la Motivaciones del viaje.

Motivos	Frecuencia	Porcentaje %
Sin comentario	8	2,0
Principal motivo	331	84,0
Uno de los motivos	41	11,0
No ha influido	12	3,0
Total	392	100,0

Fuente y elaboración: propia.

5.- VALORACIÓN DEL FESTIVAL

Los espectadores del Festival Internacional de Cine de Valdivia valoran de manera favorable el festival, puesto que otorgan, en una escala de 1 a 7, un $6,09 \pm 0,49$ de media al evento en su conjunto. Se trata, por tanto, de una calificación de “Muy Buena”. Destaca que el 85% de espectadores da una calificación entre 6 y 7.

Cuadro 19. Evaluación general del FICV por parte de Asistentes a la 23° edición.

Evaluación general	Frecuencia	Porcentaje (%)
2,0	2	0,5
3,0	2	0,5
4,0	2	0,5
5,0	60	13,6
5,5	1	0,2
6,0	248	56,4
6,5	8	1,8
7,0	117	26,6
Total	440	100,0

Fuente y elaboración: propia.

Un 89,1% considera muy importante (entre nota y nota 7) tener la posibilidad de ver cine alternativo al habitual.

Un 77,4% sostiene que el FICV anima la vida cultura de Valdivia.

Cuadro 20. Valoración del cine alternativo entre asistentes a la 23° edición del FICV.

Posibilidad de ver cine alternativo	Frecuencia	Porcentaje %
1,0	1	0,2
2,0	1	0,2
3,0	3	0,7
4,0	14	3,0
5,0	31	6,7
6,0	94	20,4
7,0	316	68,7
Total	460	100,0

Fuente y elaboración: propia.

Cuadro 21. Valoración de la animación de la vida cultural de Valdivia entre asistentes a la 23 FICV.

Animación de la vida cultural de Valdivia	Frecuencia	Porcentaje %
Menos de 1	2	0,4
1,0	3	0,7
2,0	1	0,2
3,0	11	2,4
4,0	14	3,0
5,0	73	15,9
6,0	137	29,8
7,0	219	47,6
Total	460	100,0

Fuente y elaboración: propia.

Un 77% califica entre un 6 y un 7 la organización y logística del festival. Un 80,7% la calidad de la proyección y un 76,1% la calidad de la programación.

Cuadro 22. Evaluación de la organización y logística del FICV. entre asistentes a la 23ª edición

Organización y logística	Frecuencia	Porcentaje %
Menos de 1	5	1,1
1,0	0	--
2,0	1	0,2
3,0	1	0,2
4,0	18	3,9
5,0	81	17,6
6,0	177	38,5
7,0	177	38,5
Total	460	100,0

Fuente y elaboración: propia.

Cuadro 23. Asistentes a la 23° edición del Festival Internacional de Cine de Valdivia, según nota sobre la calidad de proyección.

Calidad de la proyección	Frecuencia	Porcentaje %
Menos de 1	11	2,4
1,0		---
2,	1	0,2
3,0	4	0,9
4,0	6	1,3
5,0	67	14,6
6,0	151	32,8
7,0	220	47,8
Total	460	100,0

Fuente y elaboración: propia.

Cuadro 24. Asistentes a la 23° edición del Festival Internacional de Cine de Valdivia, según nota sobre la calidad de la programación.

Calidad de la programación	Frecuencia	Porcentaje
Menos de 1	8	1,7
1,0	0	---
2,0	1	0,2
3,0	4	0,9
4,0	22	4,8
5,0	75	16,3
6,0	160	34,8
7,0	190	41,3
Total	460	

Fuente y elaboración: propia.