

Ir al cine por menos 10 dólares al mes podría ser posible, según Aficionarts

Las salas de cine se ven cada vez más vacías y han sufrido una caída de espectadores de un 11% respecto al año anterior, estadística que va en aumento cada vez más ya que el año pasado esta estadística era de un 5%. Algunos dicen que es por el streaming, otros porque los espectadores son cada vez más cómodos y prefieren quedarse en casa para ver una película, otros dicen que los precios de las entradas son demasiado altos y que ir al cine hoy en día es darse un lujo

Una empresa productora ha dado con la solución y Aficionarts quiere hablar de ello. Una famosa compañía cofundadora de Netflix, llamada MoviePass, ha dado con la solución que posiblemente levante al séptimo arte de la caída descomunal que ha sufrido últimamente. La idea que ha tenido esta corporación es crear una suscripción mensual. Aunque es una opción de momento pensada para Estados Unidos, esta compañía no descarta que se pueda realizar en el resto del mundo.

Mitch Lowe, cofundador de esta empresa, está luchando al máximo para devolver al cine sus espectadores. Esta propuesta se basa en bajar los precios del cine pagando todas las entradas cuando los usuarios y suscriptores de esta plataforma acuden al cine a ver una película. Quizás pueda sonar descabellado y sin algún beneficio destacable, pero Moviepass asegura que a la larga los beneficios serían muy altos. Si bien es cierto que la suscripción es a un precio muy bajo, no todos los usuarios acuden diariamente al cine, por lo que los costes de los boletos se acabarían pagando.

Aficionarts piensa que es una buena idea para que los usuarios puedan acudir a ver sus películas favoritas y las salas de cine puedan obtener más beneficios ya que todas las entradas serían abonadas completamente por la compañía. La compañía obviamente tendría sus beneficios a largo plazo, pero además, hay una ganancia muy inteligente que puede aportarles mucho beneficio a largo plazo: los datos de los espectadores. Mediante esta iniciativa se pueden recopilar múltiples datos sobre los usuarios de esta plataforma y los amantes del cine: sus datos demográficos y sus preferencias cinematográficas.

De esta manera y con fines publicitarios, esta compañía obtiene información sobre los espectadores que se suscriban. Hasta Netflix tiene las de ganar, ya que al saber los gustos de los suscriptores pueden crear más contenido que guste a los usuarios de su plataforma. Además, hay un punto que no se debe olvidar o dejar de lado: la venta de datos. Los datos de consumo de los usuarios son muy importantes y son un dato esencial para la creación de anuncios.

Datos de contacto:

Asier

Calle Zurita 23, 28012 - Madrid (España)

91 298 19 78

Nota de prensa publicada en: [España](#)

Categorías: [Internacional](#) [Cine](#) [Artes Visuales](#) [Entretenimiento](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>