Consejo Nacional
para la
Cultura y las Artes

Encuesta a públicos de teatros 2009
Informe de resultados

Eliud Silva, Ulises Vázquez y Fernando Hernández
Coordinación Nacional de Desarrollo Institucional
Diciembre 2009

CONTENIDO

I. Introducción 4

II. Características y opiniones sobre los teatros 6

II.1 Asistencia previa 6
II.2 Teatros visitados 7
II.3 ¿Cómo se enteró de la existencia del teatro? 8
II.4 ¿Cómo se enteró de la obra? 9
II.5 Razón principal de asistencia 10
II.6 Visita a teatros en la niñez 12
II.7 ¿Todas las personas que viven en su casa suelen visitar teatros? 13
II.8 Adquisición y tipo de boletos 14
II.9 Opinión del costo de entrada 14
II.10 Medio de transporte 16

III. Asistencia a otros espacios culturales 17

III.1 Cines 17
III.2 Museos 18
III.3 Bibliotecas 19
III.4 Zonas arqueológicas 20
III.5 Librerías 21

IV. Hábitos de uso de medios electrónicos 22

IV.1 Tiempo invertido 22

V. Perfil sociodemográfico 23

V. 1 Tamaño de grupo 23
V. 2 Tipo de grupo 24
V. 3 Procedencia 25
V. 4 Edad y sexo 27
V. 5 Escolaridad 33
V. 6 Ocupación 34
V. 7 Número de focos en domicilio 35

Anexos 37

I. Metodología 37
II. Número de focos vs Nivel de ingresos 38
III. Cuestionario 41

I. Introducción

El Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, mediante la Coordinación Nacional de Desarrollo Institucional, se encuentra desarrollando permanentemente una serie de proyectos orientados a ofrecer mayor información sobre diferentes aspectos de la cultura en México, los cuales permiten orientar la toma de decisiones, formular y evaluar las políticas culturales y rendir cuentas sobre los resultados de la gestión pública.

Con ese propósito se opera el Sistema de Información Cultural (www.sic.gob.mx) y se han elaborado y publicado el *Atlas de infraestructura cultural de México, la Encuesta Nacional de Prácticas y Consumo Cultural y la Encuesta Nacional de Lectura* [1]. Como parte de este esfuerzo, en 2007 se inició un programa de encuestas orientadas a conocer el perfil de los públicos de diferentes recintos y espacios culturales: museos, bibliotecas, teatros, librerías, ferias del libro y festivales de la Ciudad de México, entre otros. En el caso de los teatros se contó con el apoyo y colaboración de distintas instituciones responsables de su operación como el Instituto Nacional de Bellas Artes, el Centro Nacional de las Artes y el Centro Cultural Helénico. En esta encuesta, los teatros participantes fueron: De las Artes, El Galeón, Helénico y Salvador Novo.

Este documento constituye un informe de los resultados obtenidos en 2009 a partir de las preguntas orientadas a conocer si estos públicos son visitantes habituales del teatro, cómo se enteraron de su existencia, la razón de su visita, la opinión sobre costos de entrada, etcétera. Asimismo, ofrece información sobre el lugar de residencia de los visitantes, algunos de sus hábitos de asistencia a recintos culturales y algunas características más sobre consumo cultural. A su vez se complementa con un breve análisis del perfil sociodemográfico de los visitantes: sexo, edad, escolaridad, ocupación y número de focos.

La encuesta se levantó en 2009 y se obtuvieron 1,600 entrevistas en los cuatro teatros. En cada recinto se tomó una muestra aleatoria de tamaño 400 para garantizar un error de muestreo de 5% y un nivel de confianza de 95%. Cada entrevista consistió en 19 preguntas (codificadas, abiertas y compuestas). El levantamiento de la entrevista se realizó al momento en que el público entraba al teatro, considerando para ello los horarios en los que se presentaban las obras respectivas. Las preguntas sobre asistencia a otros recintos culturales se formularon de tal manera que fueran comparables con algunas de la *Encuesta Nacional de Lectura* (2006) y con la *Encuesta Nacional de Prácticas y Consumos Culturales* (2005).

[1] *Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, Atlas de infraestructura cultural de México, México, 2003; Consejo Nacional para la Cultura y las Artes/Universidad Nacional Autónoma de México, Encuesta Nacional de Prácticas y Consumos Culturales, México, 2005; Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, Encuesta Nacional de Lectura, México, 2006.*

Es importante subrayar que el objeto de la encuesta es describir las características del público que visita los teatros seleccionados y no hacer una caracterización o inferencia respecto a los hábitos de asistencia por parte de los habitantes del Distrito Federal o más aún de la Zona Metropolitana de la Ciudad de México, los estados o el propio país, lo cual requeriría otra metodología estadística.

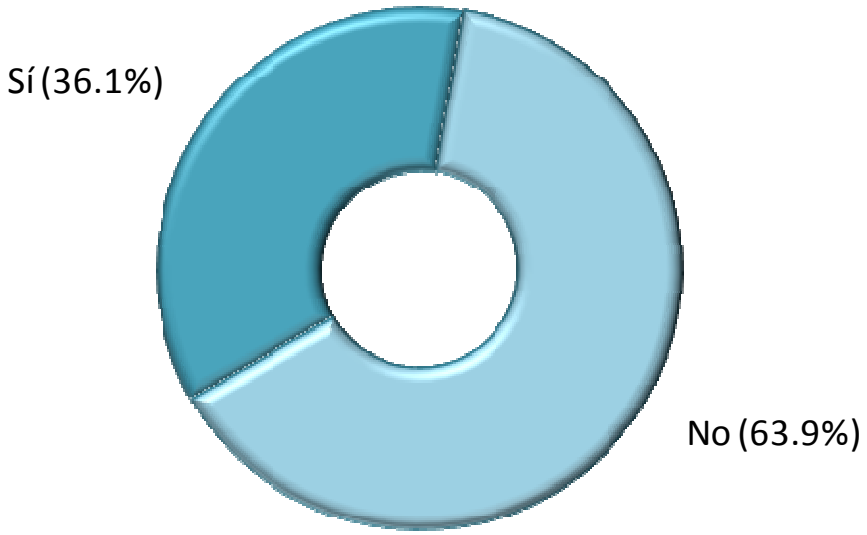
A continuación se presentan los resultados que se obtienen en una primera descripción de las respuestas obtenidas. Se espera que sean de interés y utilidad para los responsables de la operación de los teatros y otros lectores interesados en el tema, para así lograr conocer mejor el perfil de los visitantes y poder definir programas orientados tanto a captar mayores públicos como para hacer más satisfactoria la experiencia de quienes asisten.

La forma en la cual se presentan dichos resultados es a través de distintos tipos de gráficos (pasteles, de barras y pirámides de población) y de tablas cruzadas donde, salvo que se indique lo contrario, los totales se refieren a toda la muestra obtenida. Finalmente, se presenta un anexo metodológico en el cual explica la metodología estadística empleada para la encuesta y se señalan detalles técnicos relacionados con la misma. Asimismo, se incluye el cuestionario aplicado en el levantamiento de la información.

II. Características y opiniones sobre los teatros
II. 1 Asistencia previa

La primera pregunta que se deriva de la encuesta es en cuanto al tema de asistencia. Los entrevistados afirmaron en un 63.9% que no era su primera vez que habían asistido a ese teatro en donde se realizo la entrevista, entre tanto el restante 36.1% expresó Sí visitar por vez primera el lugar.

Gráfica 1. ¿Fue ésta su primera visita a este teatro?



El teatro Helénico resultó tener el mayor porcentaje de público nuevo con 47.8%, el Salvador Novo reflejó ser el espacio con menor asistencia nueva con 25.5% de sus encuestados. La información obtenida muestra una muy buena cantidad de público naciente en los espacios, a la vez que también de manera afortunada, observa y manifiesta un posicionamiento puntual y complaciente de parte de su ya auditorio cautivo.

Por supuesto los datos invitan a una estrategia de difusión mayor y global hacia la población y por supuesto a la planeación y presentación de espectáculos de calidad para contar con el espectador como un medio más de difusión latente, activo y crítico.

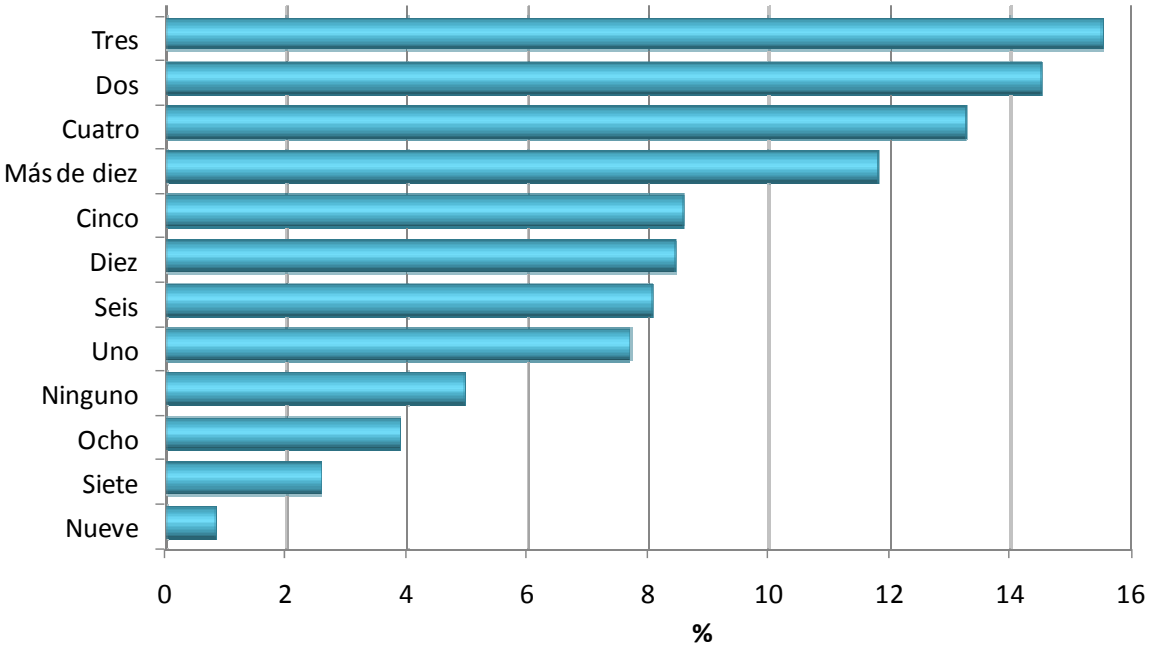
Cuadro 1. ¿Fue ésta su primera visita a este teatro?

Teatro	Sí	No	Total
De las Artes	36.8	63.3	100.0
El Galeón	34.3	65.8	100.0
Helénico	47.8	52.3	100.0
Salvador Novo	25.5	74.5	100.0
Total	36.1	63.9	100.0

II. 2 Teatros visitados

Se torna sumamente importante la necesidad de conocer las características de asistencia del público a los espacios culturales y de esparcimiento, entre estas se incluye la cuestión de cuantos teatros se han visitado en los últimos doce meses. En este sentido, las respuestas se concentran mayoritariamente entre Dos y Cuatros teatros; las respuestas más elevadas globalmente fueron Tres con 15.5%, Dos con 14.5%, Cuatro con 13.3% y Más de Diez con 11.8%, un significativo 4.9% refirió no haber visitado Ninguno en el último año.

Gráfica 2. ¿Cuántos teatros visitó en los últimos doce meses?



Entre los aspectos individuales, sobresalen los casos de El Galeón en el que 30% manifestó haber visitado Más de nueve teatros; en el De las Artes se reflejó en ese mismo rubro un 29.1%. La respuesta de no haber visitado Ninguno varió entre el 3.3% y el 6.8% registrado por el De las Artes y el Helénico respectivamente.

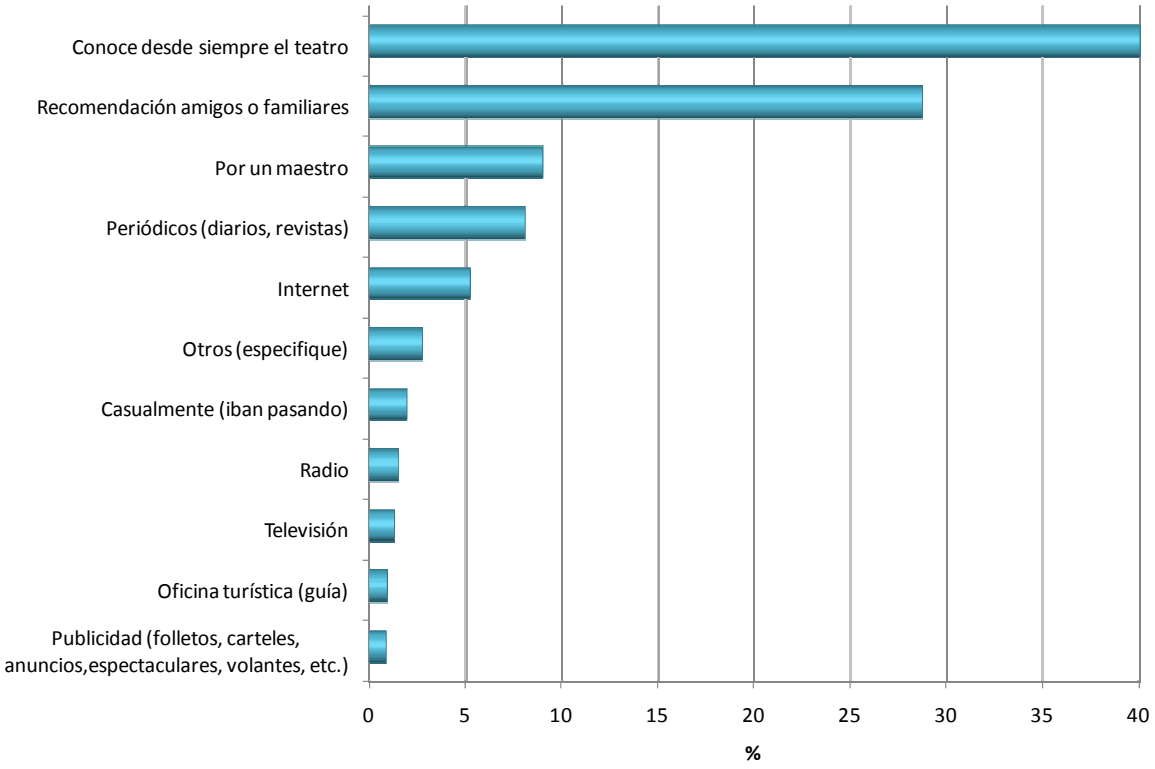
Cuadro 2. ¿Cuántos teatros visitó en los últimos doce meses?

Teatro	Ninguno	Uno	Dos	Tres	Cuatro	Cinco	Seis	Siete	Ocho	Nueve	Diez	Más de diez	Total
De las Artes	3.3	6.8	11.5	11.0	11.0	8.0	8.5	3.3	6.0	1.8	14.8	14.3	100.0
El Galeón	4.0	6.0	9.3	13.8	10.0	11.0	8.3	2.8	4.5	0.5	9.5	20.5	100.0
Helénico	6.8	11.8	24.8	21.0	15.0	5.5	5.5	1.5	1.3	0.3	2.5	4.3	100.0
Salvador Novo	5.8	6.3	12.5	16.3	17.0	9.8	10.0	2.8	3.8	0.8	7.0	8.3	100.0
Total	4.9	7.7	14.5	15.5	13.3	8.6	8.1	2.6	3.9	0.8	8.4	11.8	100.0

II. 3 Cómo se enteró de la existencia del teatro

Las respuestas a la cuestión de la forma de conocer o enterarse de la existencia de los teatros arrojó en forma global una mayor incidencia en las opciones de Conoce desde siempre el teatro con 40% y Recomendación de amigos y familiares con 28.8% de mención. Las menos señaladas resultaron ser Publicidad (folletos, carteles, anuncios, espectaculares, volantes, etc) con 0.8% y Oficina turística (guía) con 0.9% seguidas por medios de comunicación masiva como Televisión y Radio con 1.3% y 1.5% respectivamente.

Gráfica 3. ¿Cómo se enteró de la existencia del teatro?



De forma individual los resultados son bastante similares, resaltando el 16.3% de encuestados en el Helénico que refirieron haberse enterado de la existencia del teatro por medio de Periódicos (diarios, revistas) y un 17% de la muestra del Galeón que comentó haberlo hecho Por un maestro. Se exhibe la nula mención de la Televisión por parte de los encuestados del De las Artes como del Galeón al igual que de la Radio en este último.

En cualquier caso se observa la importante y excelente posición de los teatros por parte del público que los Conoce desde siempre, al igual que de aquel espectador que se aproxima por una Recomendación de amigos o familiares.

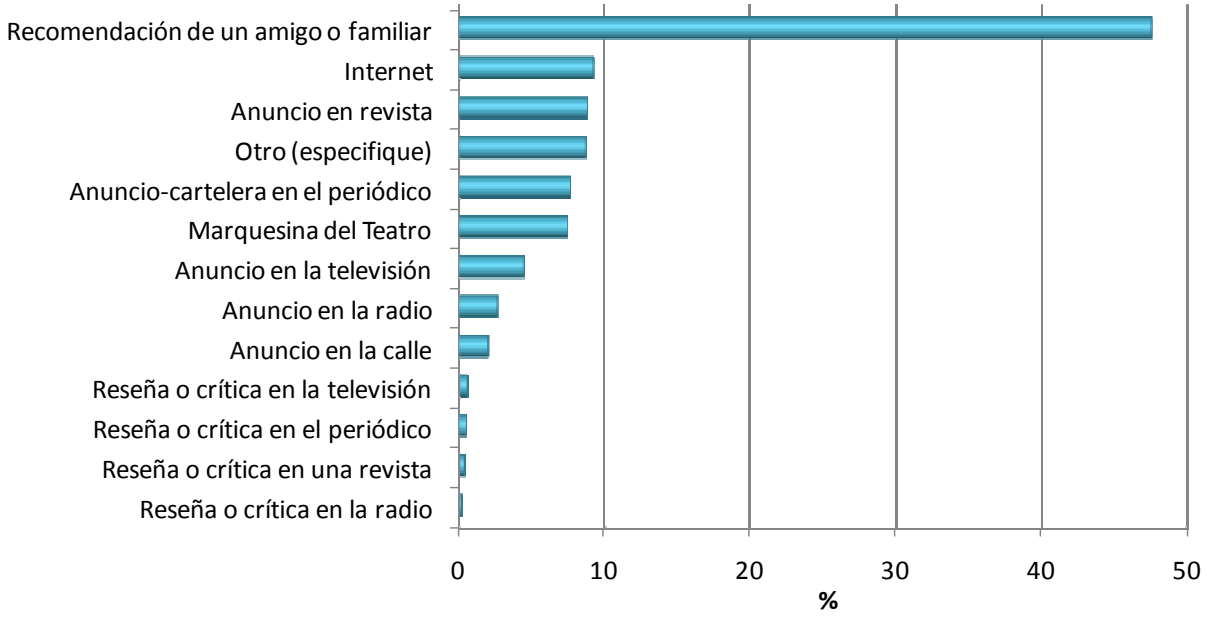
Cuadro 3. ¿Cómo se enteró de la existencia del teatro?

	Teatro				
	De las Artes	El Galeón	Helénico	Salvador Novo	Total
Oficina turística (guía)	1.0	1.0	0.8	0.8	0.9
Recomendación amigos o familiares	31.0	27.8	23.5	32.8	28.8
Periódicos (diarios, revistas)	2.3	5.0	16.3	8.8	8.1
Radio	2.0		2.5	1.5	1.5
Televisión			4.8	0.3	1.3
Conoce desde siempre el teatro	46.3	40.8	36.5	36.5	40.0
Internet	3.0	3.5	7.5	6.8	5.2
Por un maestro	7.5	17.0	3.0	8.3	8.9
Casualmente (iban pasando)	1.8	1.5	3.3	1.3	1.9
Publicidad (folletos, carteles, anuncios, espectaculares, volantes, etc.)	0.8	0.8	0.3	1.5	0.8
Otros (especifique)	4.5	2.8	1.8	1.8	2.7
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

II. 4 Cómo se enteró de la obra

De acuerdo con los datos se observó que la forma máximamente señalada de enterarse de la obra fue por parte de la Recomendación de un amigo o familiar con casi la mitad de la muestra (47.5%), muy de lejos le siguió Internet con 9.3% y Anuncio en revista con 8.8%. Los menos señalados fueron la Reseña o crítica en Televisión, Periódico, Revista y Radio con porcentajes de 0.6, 0.5, 0.4 y 0.2 respectivamente.

Gráfica 4. ¿Cómo se enteró de la obra que se está presentando?



Al igual que se observó globalmente, la situación individual mostró que la opción de Recomendación de un amigo o familiar fue la más señalada, aunque entre todos los teatros resalta el De las Artes (63.8%) seguido por el de El Galeón (50.3%). Se encontró también un 18% de mención de los encuestados en el Salvador Novo que señalaron haberse enterado de la obra por Internet, un 15.5% de el Helénico que lo hicieron por un Anuncio en la televisión y un 12.3% de El Galeón que se enteraron por un Anuncio en revista.

De manera contraria la Reseña o crítica en los medios de comunicación obtuvo porcentajes de mención muy bajos y lamentablemente en algunos casos resultaron ser nulos, esta situación invita y obliga a la creación de vínculos atractivos y de conveniencia para con los medios de comunicación, para así poderlos utilizar no sólo como canal de difusión sino también para poder atraer a su enorme y constante público.

Cuadro 4. ¿Cómo se enteró de la obra que se está presentando?

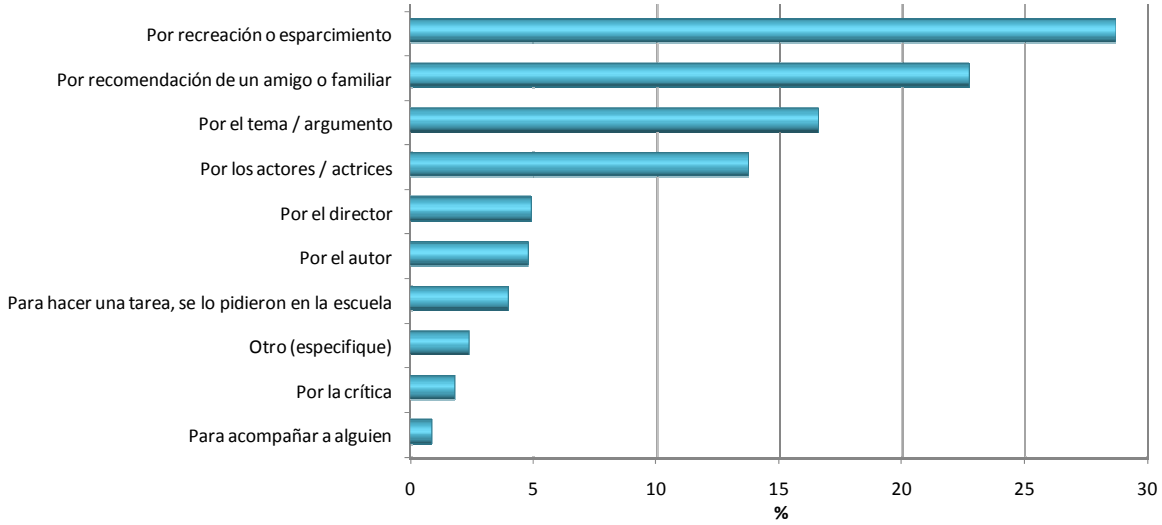
	Teatro				
	De las Artes	El Galeón	Helénico	Salvador Novo	Total
Anuncio-cartelera en el periódico	2.5	4.0	18.0	6.0	7.6
Anuncio en revista	6.5	12.3	6.8	9.8	8.8
Anuncio en la radio	1.8	1.3	5.0	2.5	2.6
Anuncio en la televisión	1.3	1.0	15.5		4.4
Anuncio en la calle	0.3	2.0	5.5	0.3	2.0
Marquesina del Teatro	5.8	5.8	5.3	13.0	7.4
Reseña o crítica en el periódico	0.8	1.0	0.3		0.5
Reseña o crítica en una revista	1.0	0.3	0.3		0.4
Reseña o crítica en la radio	0.5			0.3	0.2
Reseña o crítica en la televisión	1.8	0.3	0.3		0.6
Recomendación de un amigo o familiar	63.8	50.3	35.0	41.0	47.5
Internet	4.0	8.3	6.8	18.0	9.3
Otro (especifique)	10.3	13.8	1.5	9.3	8.7
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

II. 5 Razón principal de asistencia

En cuanto al motivo principal de asistencia a la obra y dentro del aspecto global se destacaron como opciones más señaladas el asistir Por recreación o esparcimiento (28.6%) y Por recomendación de un amigo o familiar (22.7%), en seguida pero con menores porcentajes se encontraron Por el tema / argumento con 16.6% y Por los actores / actrices con 13.7%.

Por la crítica y Por acompañar a alguien, resultaron ser las razones de asistencia menos señaladas con 1.8% y 0.8% respectivamente.

Gráfica 5. ¿Por qué motivo principal asistió a esta obra?



A nivel de teatros los datos obtenidos son semejantes al Total; Por recreación o esparcimiento fue la razón principal de asistencia en todos los teatros a excepción del teatro De las Artes, donde el motivo primordial resultó ser Por recomendación de un amigo o familiar. Se observan también, en el caso contrario, los bajos porcentajes de mención de asistir Por el director, Por el autor y Para hacer una tarea, señalados por parte del público encuestado en el Helénico.

Sin lugar a dudas, el motivo de asistencia a cualquier espectáculo depende de diversas características, entre ellas se pueden mencionar el contenido, su ubicación, la accesibilidad, etc. y por supuesto también depende, en mayor medida, del público mismo, de ahí que unos y otros trabajos teatrales cautiven a determinados y específicos espectadores atraídos en su mayoría por sus necesidades e intereses.

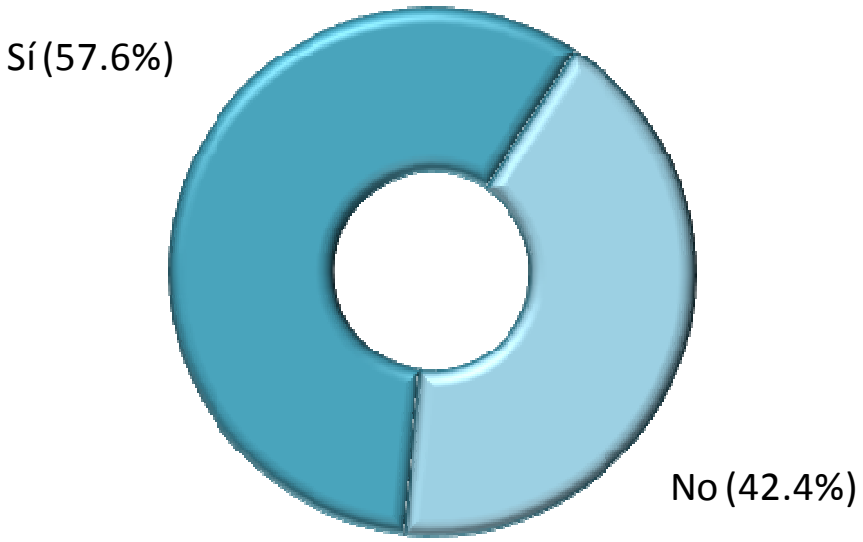
Cuadro 5. ¿Por qué motivo principal asistió a esta obra?

	Teatro				
	De las Artes	El Galeón	Helénico	Salvador Novo	Total
Por el tema / argumento	14.3	20.5	17.8	13.8	16.6
Por el autor	3.8	2.0	0.5	12.8	4.8
Por el director	6.3	7.3	0.8	5.3	4.9
Por los actores / actrices	11.0	12.3	22.5	9.0	13.7
Por recomendación de un amigo o familiar	30.8	19.8	21.0	19.3	22.7
Por la crítica	3.3	1.0	2.0	0.8	1.8
Por recreación o esparcimiento	24.0	24.5	31.8	34.3	28.6
Para hacer una tarea, se lo pidieron en la escuela	3.5	9.5	0.5	2.3	3.9
Para acompañar a alguien		1.3	1.3	0.8	0.8
Otro (especifique)	3.3	2.0	2.0	2.0	2.3
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

II. 6 Visita a teatros en la niñez

El escenario ante la pregunta de si cuando el encuestado era niño sus padres lo llevaban a visitar teatros se mostró un tanto equitativo, el 57.6% de los encuestados aseguró que Sí, mientras que el restante 42.4% señaló que No; de alguna forma la información anterior es favorable en el sentido de un espectador nuevo o, en la mayoría de los casos, de un público con interés propio y natural hacia el espectáculo teatral, ávido y potencial asistente a espacios y puestas en escena nacientes.

Gráfica 6. Cuando usted era niño ¿Sus padres lo llevaban a visitar teatros?



De la misma manera, en aspectos individuales se observó una balanza de respuestas, pues si bien en todos los teatros del estudio se notó una igualdad con respecto a los porcentajes, es de resaltar el caso del teatro Helénico (65.5%) con respuesta afirmativa.

El hecho de remembrar al encuestado hacia las actividades de su niñez lo invita y lo coloca en una posición activa y quizá responsable de participar en dichas acciones para con sus allegados, lo cual de manera indirecta, sirve de factor expansivo para posibles asistencias futuras de nuevos y pequeños espectadores, que como un efecto dominó podrían convertirse en espectadores y difusores dinámicos.

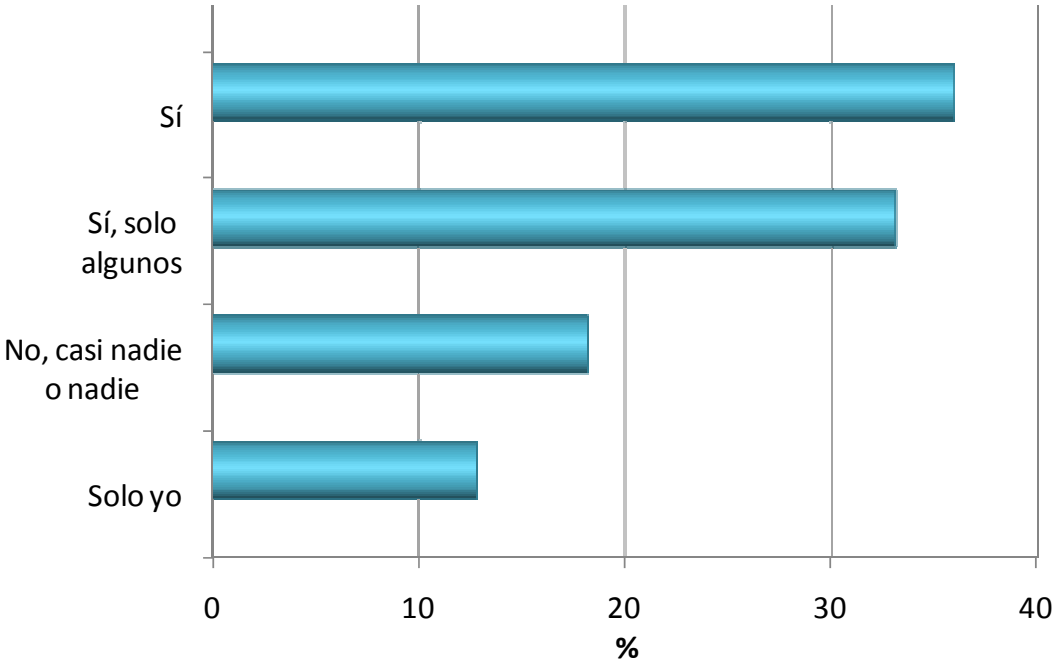
Cuadro 6. Cuando usted era niño ¿Sus padres lo llevaban a visitar teatros?

Teatro	Sí	No	Total
De las Artes	59.8	40.3	100.0
El Galeón	53.5	46.5	100.0
Helénico	65.5	34.5	100.0
Salvador Novo	51.5	48.5	100.0
Total	57.6	42.4	100.0

II. 7 ¿Todas las personas que viven en su casa suelen visitar teatros?

En cuanto a la respuesta sobre la cuestión de si todas las personas que viven en su casa suelen visitar teatros 35.9% del total de los encuestados dijo que Sí, el 33.1% indicó que Sí, sólo algunos y el 18.1% manifestó que No, casi nadie o nadie, el 12.8% eligió la opción Sólo yo.

Gráfica 7. ¿Todas las personas que viven en su casa suelen visitar teatros?



Particularmente se distingue El Galeón y el De las Artes donde el 53.3% y el 45.8% afirmaron que Sí, todas las personas que viven en su casa suelen visitar teatros; en el caso contrario también es notable el 28.3% y el 19.5% de los encuestados en el Helénico y en el Salvador Novo que señalaron la respuesta No, casi nadie o nadie.

Indudablemente se advierte la necesidad de conocer los motivos o razones por las que determinados sectores no asisten a los teatros para de esa forma trabajar en la búsqueda y creación de espectáculos, promociones y formas de acercamiento y seducción a esos y otros públicos no captados en los espacios.

Cuadro 7. ¿Todas las personas que viven en su casa suelen visitar teatros?

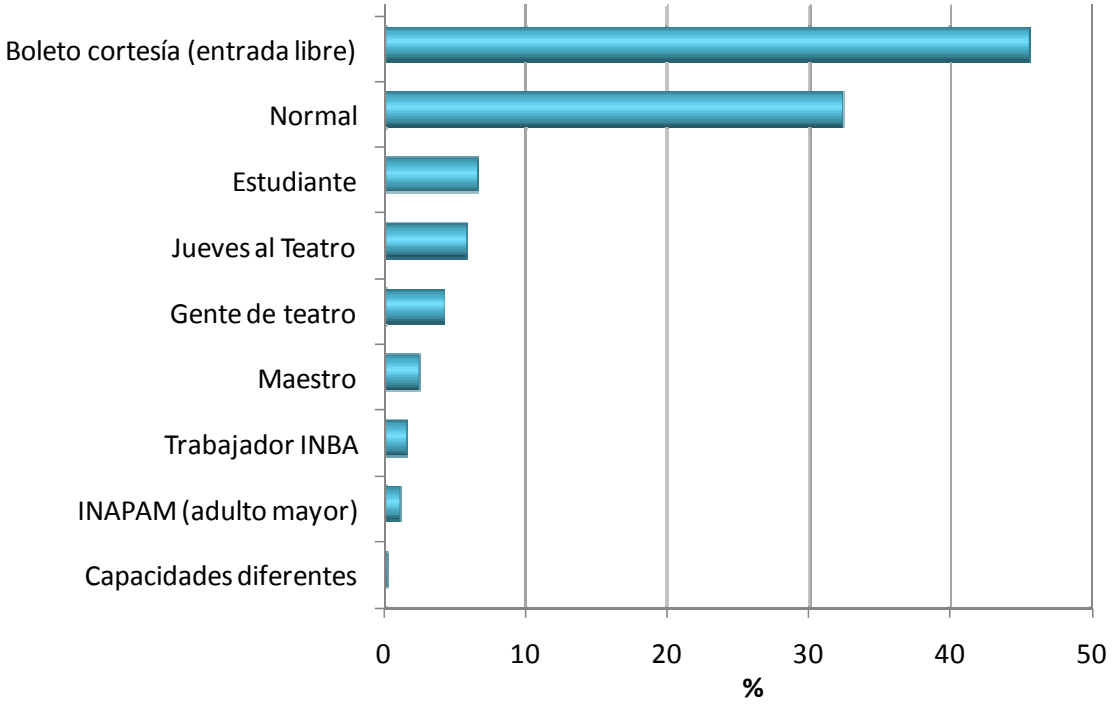
Teatro	Sí	Sí, solo algunos	No, casi nadie o nadie	Solo yo	Total
De las Artes	45.8	28.3	12.5	13.5	100.0
El Galeón	53.3	23.0	12.3	11.5	100.0
Helénico	24.8	38.5	28.3	8.5	100.0
Salvador Novo	20.0	42.8	19.5	17.8	100.0
Total	35.9	33.1	18.1	12.8	100.0

II. 8 Adquisición y tipo de boletos

En el rubro dedicado a la adquisición de entradas se plantearon dos cuestiones, la cantidad y el tipo de boletos adquiridos. También cabe aclarar que un encuestado pudo referir diferentes tipos y cantidades de boletos adquiridos dependiendo del tamaño de grupo al que pertenece. En este sentido, en general por los 4 teatros los Boletos cortesía (entrada libre) representaron 45.5%, seguido de la entrada Normal (32.4%) y de Estudiante (6.6%).

De los menos adquiridos se señalaron Capacidades diferentes 0.2%, seguido de INAPAM (adultos mayor) 1.2% y en tercer lugar Trabajador del INBA (1.7%). Las promociones de Jueves al Teatro, Gente de teatro, o descuento de Maestro, se mostró que de cada 10 boletos uno es comprado por algunas de estas tres categorías mencionadas.

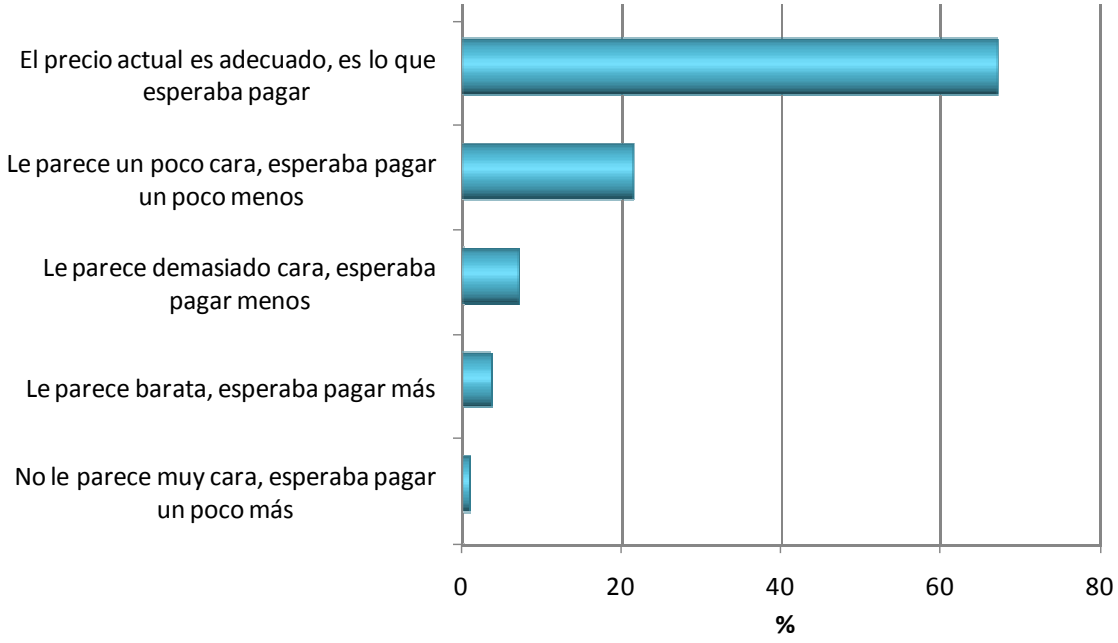
Gráfica 8. ¿Cuántos boletos compró y de qué tipo?



II. 9 Opinión del costo de entrada

En cuanto al tema sobre la opinión del costo de entrada a los teatros se exceptuó el Salvador Novo, esto dada su característica de gratuidad. Así, el 67.2% del total de los encuestados en todos los teatros señaló que El precio actual es adecuado, es lo que esperaba pagar; a su vez al 21.3% Le parece un poco cara, esperaba pagar poco menos; mientras que al 7% Le parece demasiado cara, esperaba pagar menos; en el caso contrario al 3.6% Le parece barata, esperaba pagar más.

Gráfica 9. ¿Qué opina del costo del boleto normal de teatro?



En el ámbito individual los porcentajes se presentan casi idénticos. Se destaca que 75% de los entrevistados del Teatro De las Artes que opinó que El precio actual es adecuado, es lo que esperaba pagar; también que al 6.5% Le parece barata, esperaba pagar más; en contraposición del público encuestado en el Galeón manifestó que Le parece demasiado cara, esperaba pagar menos (9%).

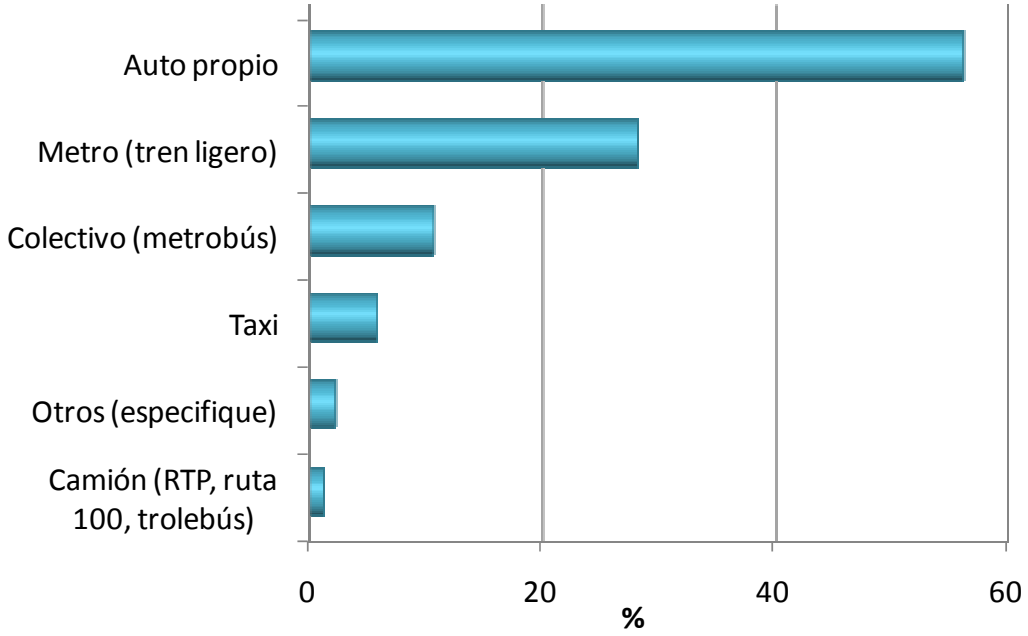
Cuadro 8. ¿Qué opina del costo del boleto normal de teatro?

Teatro	Le parece demasiado cara, esperaba pagar menos	Le parece un poco cara, esperaba pagar un poco menos	El precio actual es adecuado, es lo que esperaba pagar	No le parece muy cara, esperaba pagar un poco más	Le parece barata, esperaba pagar más	Total
De las Artes	4.8	12.8	75.0	1.0	6.5	100.0
El Galeón	9.0	23.8	62.5	1.8	3.0	100.0
Helénico	7.3	27.5	64.0		1.3	100.0
Total	7.0	21.3	67.2	0.9	3.6	100.0

II. 10 Medios de transporte

Dentro del asunto del medio de transporte utilizado para trasladarse a los teatros se ubicó muy por encima de los demás el uso del Auto propio con una mención del 56.3%; el Metro (tren ligero) ocupó el segundo lugar de señalamiento con 28.2%; mientras que Colectivo (metrobús) y Taxi alcanzaron 10.6% y 5.8% respectivamente.

Gráfica 10. ¿Qué medio(s) de transporte(s) utilizó para llegar a este teatro? (desde su casa o desde donde está hospedado)



Si bien, marcadamente se situó el uso de Auto propio en espacios como el Helénico (87.8%), el De las Artes (56.8%) y El Galeón (48.3%), resalta también la usanza del Metro (tren ligero) en el Salvador Novo (45.5%), El Galeón (38.3%) y el De las Artes (26.5%) al igual que el uso del Colectivo (metrobús) en el Salvador Novo (20.8%) y el De las Artes (10.8%). Del mismo modo son notables los bajos porcentajes de mención obtenidos por el Camión (RTP, ruta 100, trolebús) el cual en el Helénico fue prácticamente nulo.

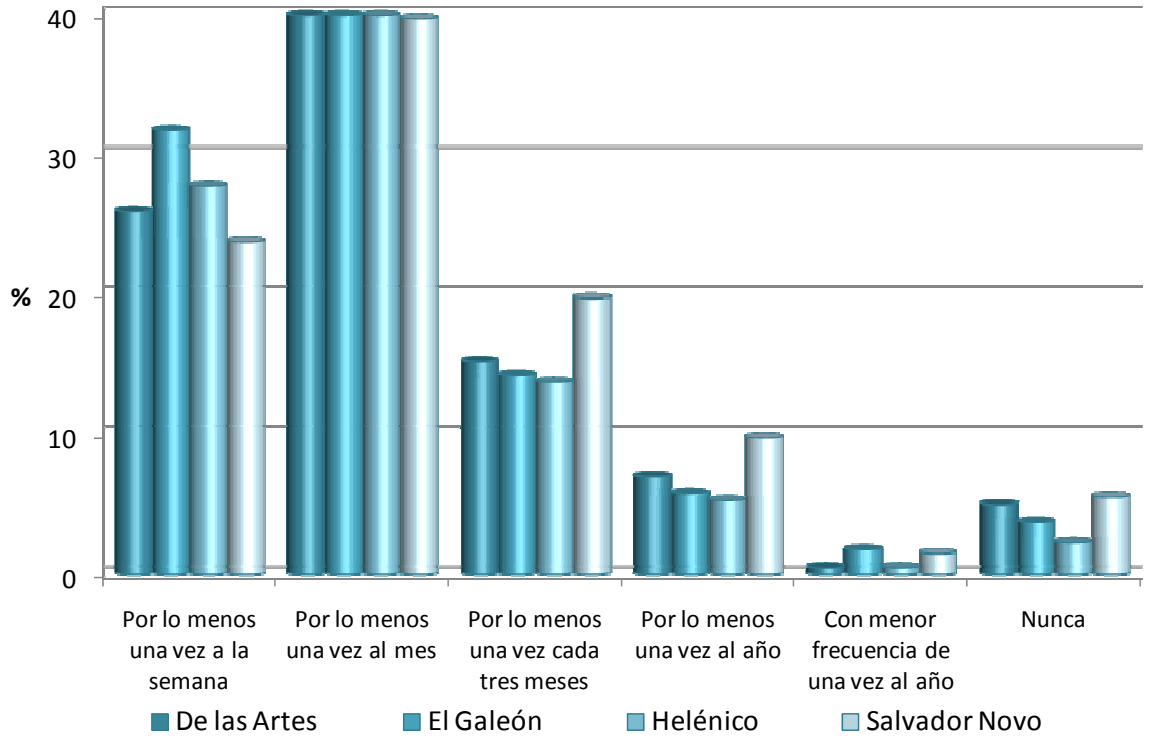
Cuadro 9. ¿Qué medio(s) de transporte(s) utilizó para llegar a este teatro? (desde su casa o desde donde está hospedado)

Teatro	Metro (tren ligero)	Colectivo (metrobús)	Camión (RTP, ruta 100, trolebús)	Taxi	Auto propio	Otros (especifique)
De las Artes	26.5	10.8	1.3	6.8	56.8	3.3
El Galeón	38.3	6.3	2.5	6.8	48.3	1.8
Helénico	2.5	4.8		6.0	87.8	
Salvador Novo	45.5	20.8	1.5	3.5	32.3	4.0
Total(promedio)	28.2	10.6	1.3	5.8	56.3	2.3

III. Asistencia a otros espacios culturales
III. 1 Cines

Respecto a la frecuencia de asistencia a cines por parte de los encuestados se observó de manera global que el 44.8% los visitan Por lo menos una vez al mes, el 27.3% Por lo menos una vez a la semana y de forma menos nutrida el 6.9% realizándolo Por lo menos una vez al año y el 4.1% afirmando Nunca asistir a cines.

Gráfica 11. ¿Cada cuándo visita cines?



De manera particular se captó el 50.5% de los encuestados en el Helénico que señalaron frecuentar cines Por lo menos una vez al mes; muy cercanos y en la misma frecuencia se notaron el De las Artes con 46.3% y El Galeón con 42.8%. Asistir Por lo menos una vez a la semana se ubicó entre el 23.8% y el 31.8% asignados al Salvador Novo y a El Galeón respectivamente. No visitar Nunca cines alcanzó el 5% de mención de los encuestados en el De las Artes y el 5.5% en el Salvador Novo.

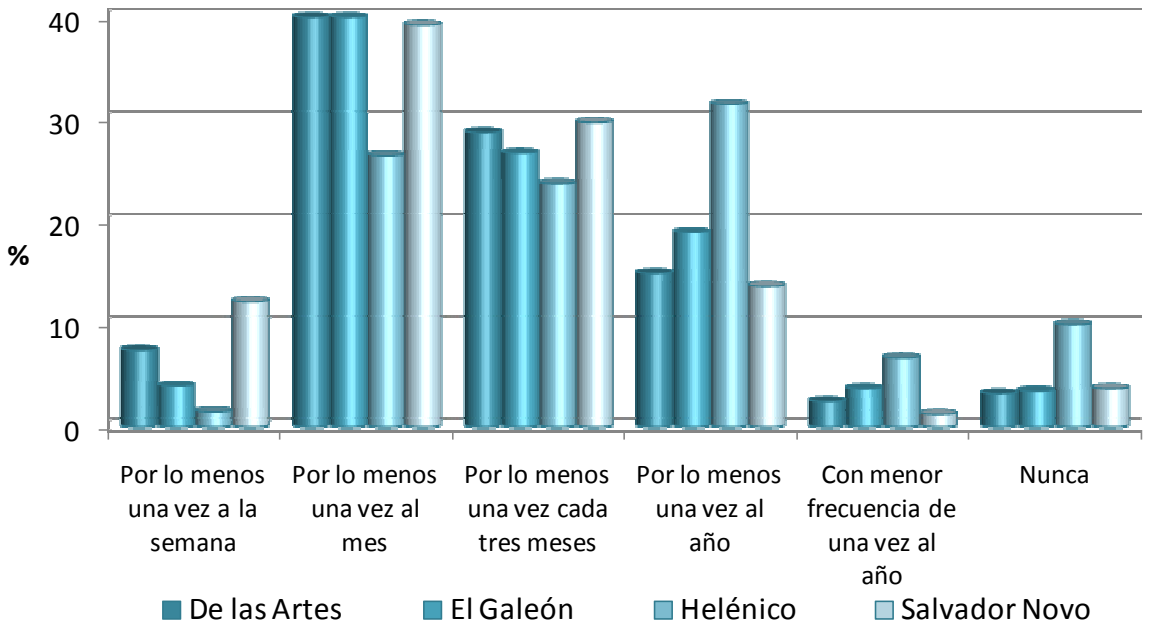
Cuadro 10. ¿Cada cuándo visita cines?

Teatro	Por lo menos una vez a la semana	Por lo menos una vez al mes	Por lo menos una vez cada tres meses	Por lo menos una vez al año	Con menor frecuencia de una vez al año	Nunca	Total
De las Artes	26.0	46.3	15.3	7.0	0.5	5.0	100.0
El Galeón	31.8	42.8	14.3	5.8	1.8	3.8	100.0
Helénico	27.8	50.5	13.8	5.3	0.5	2.3	100.0
Salvador Novo	23.8	39.8	19.8	9.8	1.5	5.5	100.0
Total	27.3	44.8	15.8	6.9	1.1	4.1	100.0

III. 2 Museos

La cuestión de visita a museos proyectó al 37.9% del total de los encuestados que aseguraron asistir Por lo menos una vez al mes; 27.3% que lo hacen Por lo menos una vez cada tres meses; el visitarlos Por lo menos una vez al año alcanzó un alto 19.8% de mención mientras que no asistir (Nunca) obtuvo el 5.1%.

Gráfica 12. ¿Cada cuándo visita museos?



En el aspecto individual sobresalen el De las Artes y El Galeón en los que el 43% de sus encuestados señalaron visitar museos Por lo menos una vez al mes, con la misma frecuencia refirieron la visita el 39.3% de los encuestados en el Salvador Novo, espacio donde el 12.3% afirmó asistir a museos Por lo menos una vez a la semana. Resalta el Helénico a diferencia de los otros con un 10 % que aseveró no visitarlos Nunca.

Si bien la cantidad de museos existentes es amplia, el visitarlos o no con periodicidad depende de varios factores, entre ellos su ubicación, su accesibilidad, su colección o exposiciones temporales y por supuesto su difusión entre la población e instituciones.

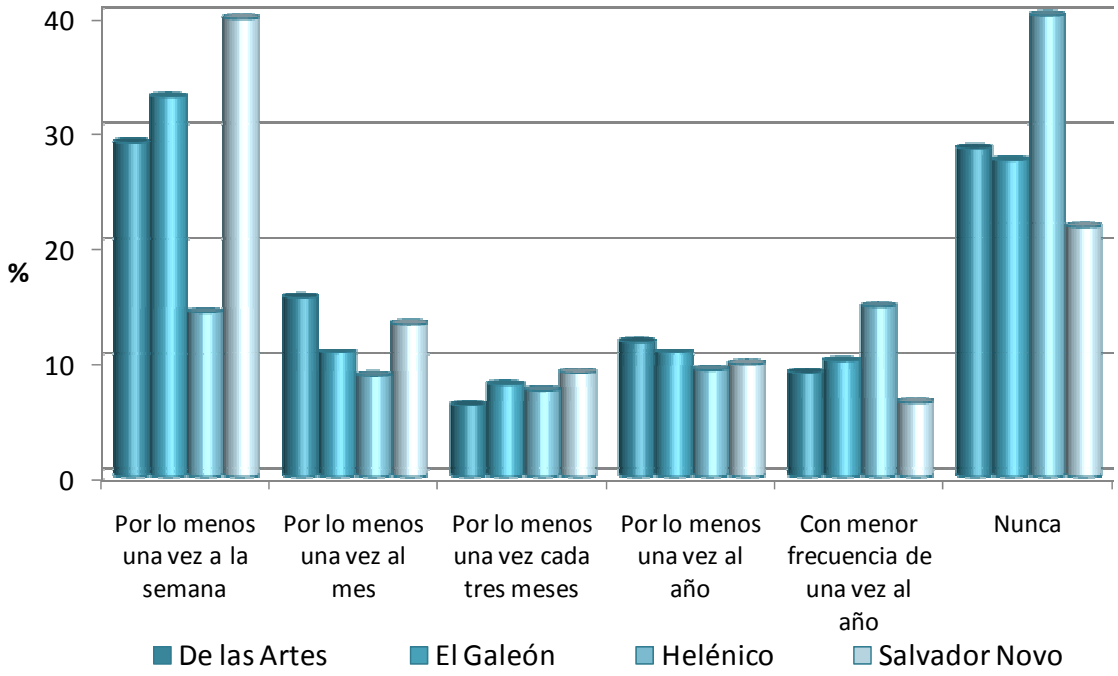
Cuadro 11. ¿Cada cuándo visita museos?

Teatro	Por lo menos una vez a la semana	Por lo menos una vez al mes	Por lo menos una vez cada tres meses	Por lo menos una vez al año	Con menor frecuencia de una vez al año	Nunca	Total
De las Artes	7.5	43.0	28.8	15.0	2.5	3.3	100.0
El Galeón	4.0	43.0	26.8	19.0	3.8	3.5	100.0
Helénico	1.5	26.5	23.8	31.5	6.8	10.0	100.0
Salvador Novo	12.3	39.3	29.8	13.8	1.3	3.8	100.0
Total	6.3	37.9	27.3	19.8	3.6	5.1	100.0

III. 3 Bibliotecas

La visita a bibliotecas marcó dos polos fuertemente opuestos, por un lado el 29 % de el total de los encuestados aseguró visitarlas Por lo menos una vez a la semana; a la vez que en el caso contrario el 30.8% señaló no visitarlas Nunca, solo una diferencia de 1.8% puntos porcentuales a favor de los que nunca van.

Gráfica 13. ¿Cada cuándo visita bibliotecas?



Individualmente Por lo menos una vez a la semana marcó los elevados 39.8%, 33% y 29% en el Salvador Novo, El Galeón y el De las Artes respectivamente; al tiempo que Nunca alcanzó también los altos 45.5%, 28.5% y 27.5% en el Helénico, el De las Artes y El Galeón.

Sin lugar a dudas un factor realmente influyente en estos datos es el uso cada vez más común de las nuevas tecnologías, si bien las formas y métodos de uso difieren completamente en la mayoría de los casos, la practicidad y facilidad de acceso a la internet es mucho más atractiva en cuestiones de tiempo y traslado, aunque cabe aclararlo no necesariamente en aspectos de calidad.

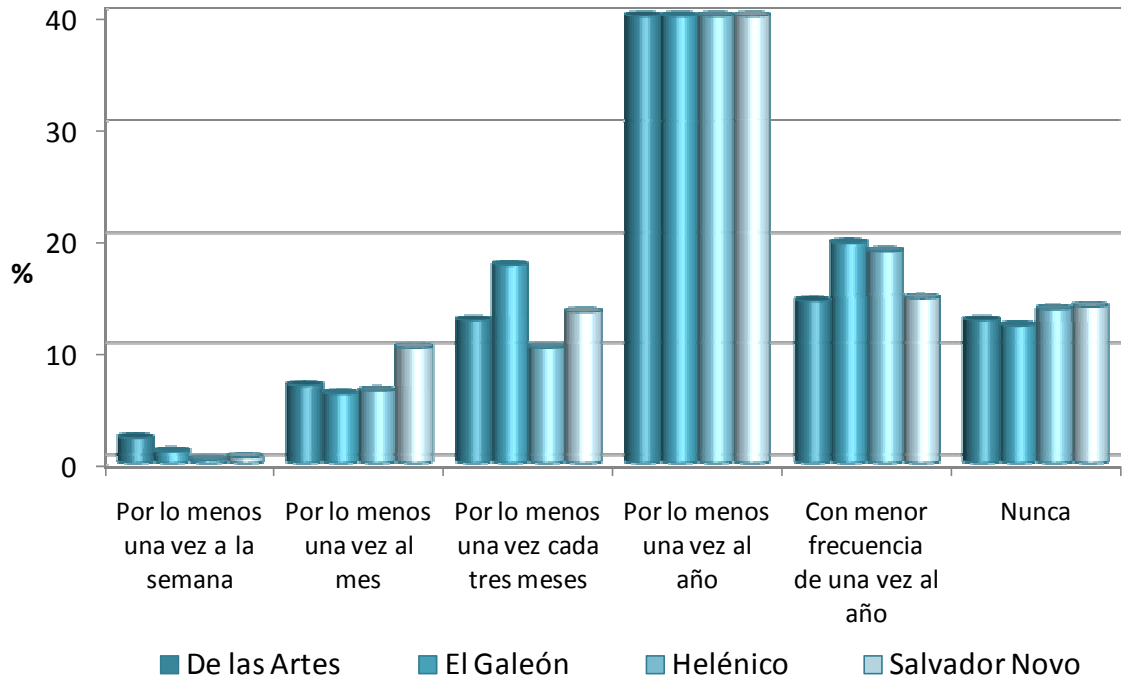
Cuadro 12. ¿Cada cuándo visita bibliotecas?

Teatro	Por lo menos una vez a la semana	Por lo menos una vez al mes	Por lo menos una vez cada tres meses	Por lo menos una vez al año	Con menor frecuencia de una vez al año	Nunca	Total
De las Artes	29.0	15.5	6.3	11.8	9.0	28.5	100.0
El Galeón	33.0	10.8	8.0	10.8	10.0	27.5	100.0
Helénico	14.3	8.8	7.5	9.3	14.8	45.5	100.0
Salvador Novo	39.8	13.3	9.0	9.8	6.5	21.8	100.0
Total	29.0	12.1	7.7	10.4	10.1	30.8	100.0

III. 4 Zonas arqueológicas

No necesariamente, el visitar zonas arqueológicas se relaciona en la mayoría de los casos con salir de vacaciones o trasladarse a grandes distancias. De ello que los encuestados refieran o señalen respuestas bastante englobadas, en este sentido se encontró que casi la mitad de los encuestados (47.8%) dijeron visitarlas Por lo menos una vez al año; la opción de visita Por lo menos una vez cada tres meses alcanzó el 13.6 %; poco más que Nunca, referido por el 13.2%.

Gráfica 14. ¿Cada cuándo visita zonas arqueológicas?



Definitivamente los datos más sobresalientes en todos los teatros incluidos en el estudio son los referidos a visitar zonas arqueológicas Por lo menos una vez al año pues oscilan entre El Galeón con el 43% y el De las Artes con 50.8%; el no visitarlas Nunca también ocupa un porcentaje importante el cual se centra entre El Galeón con 12.3 y el Salvador Novo con 14%.

Difusión, actividades y espectáculos lúdicos y atractivos podrían ser opciones para captar a aquellos públicos dispersos.

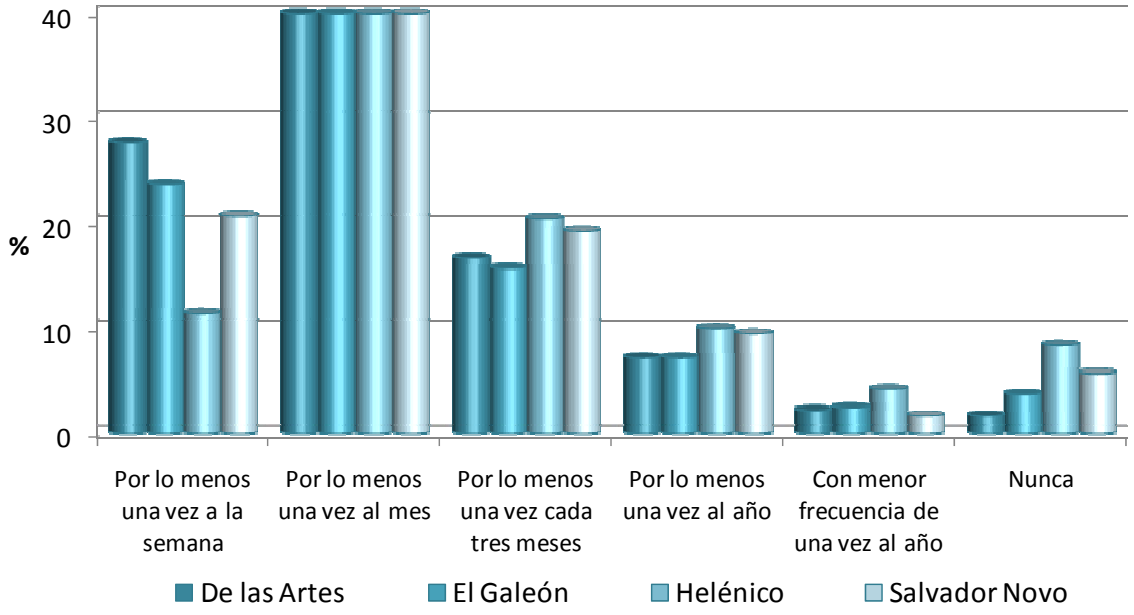
Cuadro 13. ¿Cada cuándo visita zonas arqueológicas?

Teatro	Por lo menos una vez a la semana	Por lo menos una vez al mes	Por lo menos una vez cada tres meses	Por lo menos una vez al año	Con menor frecuencia de una vez al año	Nunca	Total
De las Artes	2.3	7.0	12.8	50.8	14.5	12.8	100.0
El Galeón	1.0	6.3	17.8	43.0	19.8	12.3	100.0
Helénico	0.3	6.5	10.3	50.3	19.0	13.8	100.0
Salvador Novo	0.5	10.3	13.5	47.0	14.8	14.0	100.0
Total	1.0	7.5	13.6	47.8	17.0	13.2	100.0

III. 5 Librerías

La periodicidad de visitar librerías arrojó información muy alentadora, si bien existe un 4.9% de encuestados que señaló no visitarlas Nunca, el 44.9% afirmó hacerlo Por lo menos una vez al mes, combinado con otro 20.9% que aseveró visitarlas Por lo menos una vez a la semana. Estaríamos afirmando que de cada diez personas por lo menos seis, suelen ir por lo menos una vez al mes a las librerías.

Gráfica 15. ¿Cada cuándo visita librerías?



La opción de visita Por lo menos una vez al mes ondula entre el 43% de mención por parte de los encuestados de el Salvador Novo y el 47% de la muestra obtenida en El Galeón; asistir Por lo menos una vez a la semana sobresale en el De las Artes con 27.8% y en El Galeón con 23.8% seguido de cerca por el Salvador Novo con el 20.8%. La aseveración de no visitar Nunca librerías se notó tanto en el público de el Helénico con 8.5% como en el del Salvador Novo con 5.8%.

Cuadro 14. ¿Cada cuándo visita librerías?

Teatro	Por lo menos una vez a la semana	Por lo menos una vez al mes	Por lo menos una vez cada tres meses	Por lo menos una vez al año	Con menor frecuencia de una vez al año	Nunca	Total
De las Artes	27.8	44.3	16.8	7.3	2.3	1.8	100.0
El Galeón	23.8	47.0	15.8	7.3	2.5	3.8	100.0
Helénico	11.5	45.3	20.5	10.0	4.3	8.5	100.0
Salvador Novo	20.8	43.0	19.3	9.5	1.8	5.8	100.0
Total	20.9	44.9	18.1	8.5	2.7	4.9	100.0

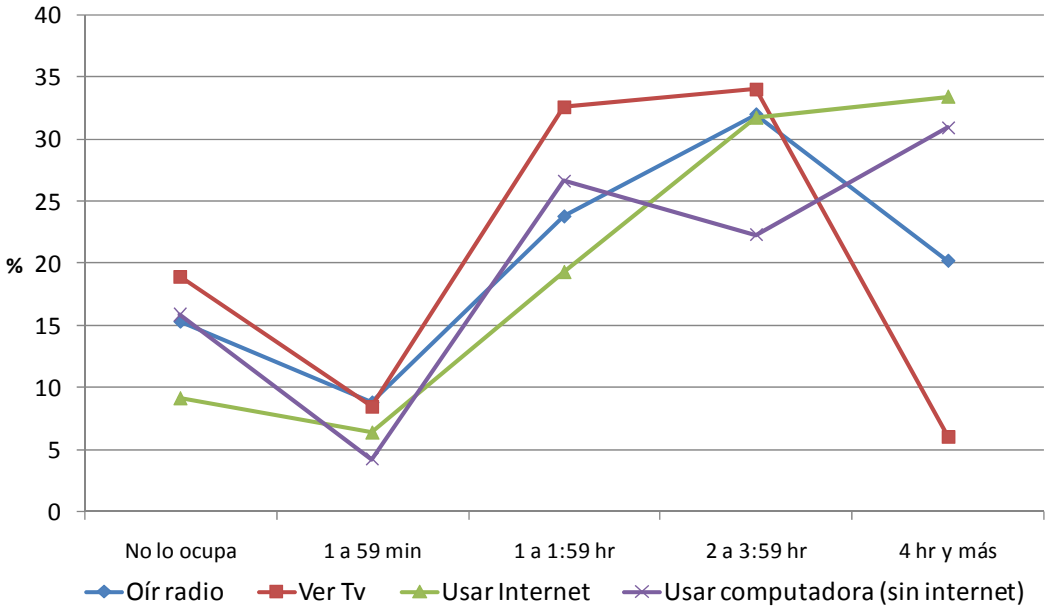
IV. Hábitos de uso de medios electrónicos

IV. 1 Tiempo invertido

Indiscutiblemente el uso de los medios de comunicación electrónicos se torna primordial para una gran parte de la población, así mismo el uso de las llamadas nuevas tecnologías se encuentra cada vez más posicionado no sólo dentro de las necesidades si no también de los gustos tanto de usuarios jóvenes como adultos. Por estas razones y para el mejor conocimiento del perfil de los encuestados, el presente estudio incluyó tópicos de tiempo de uso al día de radio, tv, internet y computadora (sin internet).

De esta forma el 31.9% de todos los encuestados señaló Oír radio en un periodo de 2 a 3:59 hrs., mientras que tan solo un 15.3% manifestó No escucharlo: en otro caso el 34% y el 32.6% aseguró Ver Tv de 2 a 3:59 hrs. y de 1 a 1:59 hrs. Respectivamente, a la vez que el 18.9% expresó no verla. Usar Internet 4 hrs. y más, fue declarado por el 33.4% de la muestra, al tiempo que el 31.7% dijo usarlo de 2 a 3:59 hrs., el 9.2% afirmó No usarlo. El 30.9% aseveró Usar computadora (sin internet) 4 hrs. y más, a la vez que el 15.9% reveló no utilizarla.

Gráfica 16. ¿Cuánto tiempo por día invierte en…?



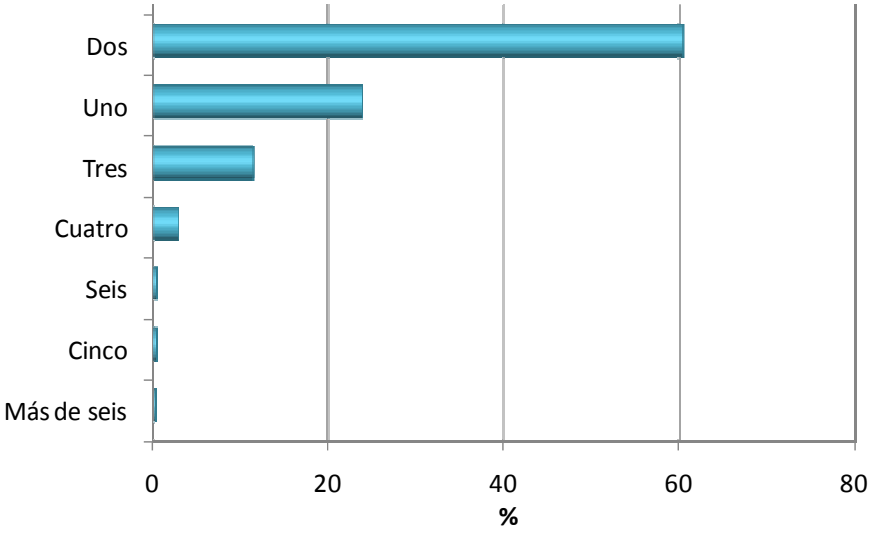
El porcentaje mayor en donde el publico declaró no ocupar ese medio electrónico se lo llevó la televisión (18.9%) y en si ocuparlo el Internet (90.8%).

V. Perfil sociodemográfico

V. 1 Tamaño de grupo

Independientemente del tipo de espectáculo, el público suele asistir acompañado, sin embargo también es notable y significativo aquel que acude solo, de esta forma se observó que el 60.4% del total de los encuestados en todos los teatros asistió acompañado de otra persona, es decir en grupo de Dos, en tanto que la asistencia del espectador en solitario obtuvo el 23.9% de mención, el grupo de Tres fue señalado por el 11.4% a la vez que los grupos de más integrantes mostraron poca asistencia.

Gráfica 17. Tamaño de grupo



En los casos particulares la información recabada arrojó datos similares al total, entre ellos resalta el alto 76% de los encuestados en el Helénico que asistieron en grupo de Dos y en caso contrario su bajo 5% de asistentes solos, en este mismo espacio se observó también un 4.3% de espectadores en grupo de Cuatro y un 1% en grupo de Seis.

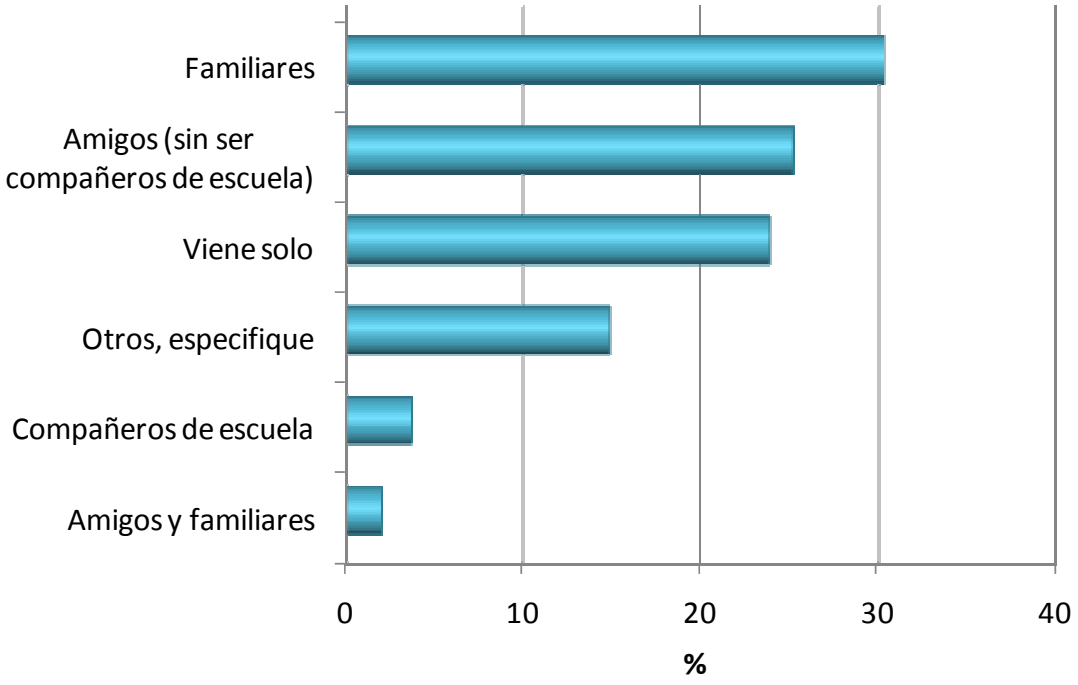
Cuadro 15. Tamaño de grupo

Teatro	Uno	Dos	Tres	Cuatro	Cinco	Seis	Más de seis	Total
De las Artes	33.5	52.3	10.8	2.8	0.3	0.5		100.0
El Galeón	27.5	55.3	12.0	3.5	0.8	0.3	0.8	100.0
Helénico	5.0	76.0	12.5	4.3	0.8	1.0	0.5	100.0
Salvador Novo	29.5	58.3	10.5	1.3	0.3	0.3		100.0
Total	23.9	60.4	11.4	2.9	0.5	0.5	0.3	100.0

V. 2 Tipo de grupo

La integración de los grupos fue otro tópico requerido, en este sentido globalmente se encontró que el 30.4% de los encuestados asistieron con Familiares, el 25.3% con Amigos (sin ser compañeros de escuela), el 3.6% con Compañeros de escuela y el 2% con Amigos y familiares.

Gráfica 18. Tipo de grupo



La asistencia con Familiares se mostró en el Helénico con 46% en el De las Artes con 26.8% y en El Galeón con 26.5%. En el caso de asistir con Amigos el rango en todos los teatros varía entre el 22.3% y el 28% mostrándose el menor en el Salvador Novo y el mayor en El Galeón. Los Compañeros de escuela manifestaron una notable asistencia en el Salvador Novo con el 8% de sus encuestados mientras que en El Galeón su mención fue del 4.3%.

Cuadro 16. Tipo de grupo

Teatro	Amigos (sin ser compañeros de escuela)	Compañeros de escuela	Familiares	Amigos y familiares	Viene solo	Otros, especifique	Total
De las Artes	27.5	1.5	26.8	1.5	33.5	9.3	100.0
El Galeón	28.0	4.3	26.5	1.3	27.5	12.5	100.0
Helénico	23.3	0.8	46.0	2.5	5.0	22.5	100.0
Salvador Novo	22.3	8.0	22.3	2.8	29.5	15.3	100.0
Total	25.3	3.6	30.4	2.0	23.9	14.9	100.0

V. 3 Procedencia

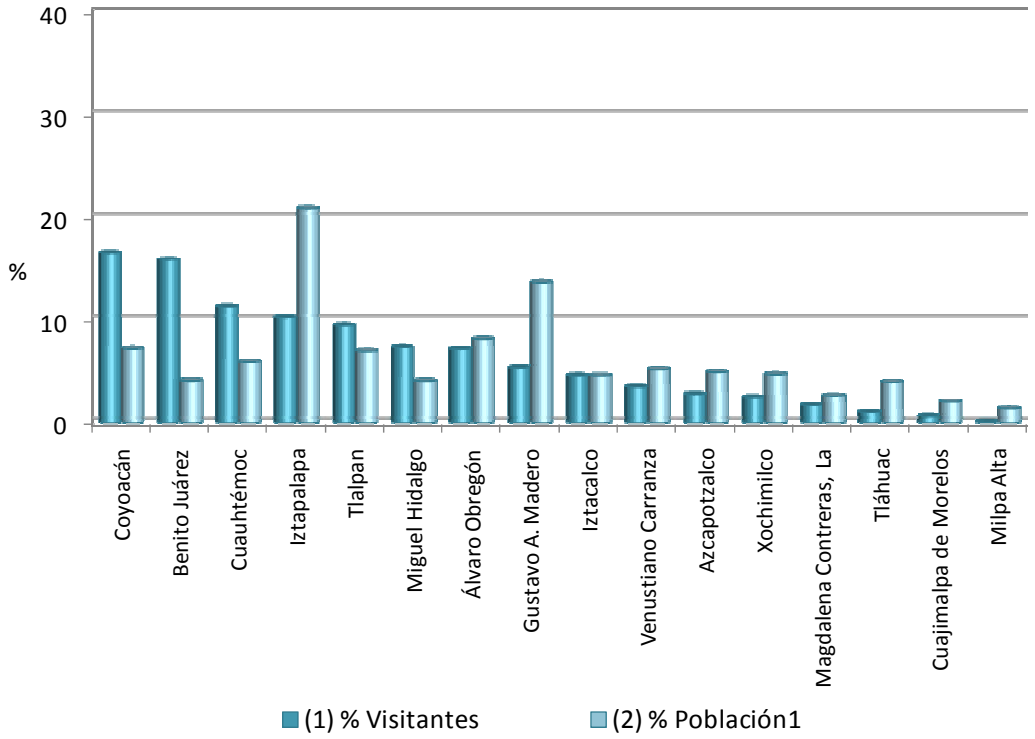
Con la intención y el objetivo de conocer el impacto y la zona de influencia de los teatros se realizó una pregunta sobre el lugar de procedencia de los visitantes. En este sentido el Distrito Federal captó el 82.6% del porcentaje total de procedencia, le siguió México con el 13% y con porcentajes muy menores los estados de Jalisco y Morelos con 0.8% y 0.5%, otras entidades como Chihuahua, Veracruz, Hidalgo, Oaxaca y Tlaxcala alcanzaron el 0.3% seguidos por otros con 0.2% y 0.1%. Es importante, por supuesto, tomar en cuenta la ubicación de los teatros (situados en el Distrito Federal) pues en muchos casos puede constituir un factor decisivo para la frecuente, inusual o nula visita de los espacios.

Cuadro 17. Procedencia de los visitantes

Lugar de procedencia	%	Lugar de procedencia	%
Distrito federal	82.6		
México	13.0	Quintana Roo	0.1
Jalisco	0.8	Yucatán	0.1
Morelos	0.5	Baja California Sur	0.1
Chihuahua	0.3	Coahuila de Zaragoza	0.1
Veracruz	0.3	Colima	0.1
Hidalgo	0.3	Guerrero	0.1
Oaxaca	0.3	Nayarit	0.1
Tlaxcala	0.3	Nuevo león	0.1
Guanajuato	0.2	Puebla	0.1
Michoacán de Ocampo	0.2	San Luis Potosí	0.1
Querétaro de Arteaga	0.2	Sonora	0.1
Aguascalientes	0.1	Tabasco	0.1
Baja California	0.1	Tamaulipas	0.1
Total	99.1	Total	0.9

Al desglosar el porcentaje de encuestados procedentes del Distrito Federal encontramos que las delegaciones con mayor mención de asistencia fueron Coyoacán (16.6%), Benito Juárez (15.9%), Cuauhtémoc (11.3%), Iztapalapa (10.3%) y Tlalpan (9.5%). Aquellas con menor incidencia de visita resultaron ser Magdalena Contreras (1.7%), Tláhuac (1%), Cuajimalpa de Morelos (0.6%) y Milpa Alta (0.1%).

Gráfica 19. Visitantes y población del Distrito Federal



Por otra parte, se estableció un índice que consiste en el cociente [(1) / (2)] entre el porcentaje de visitantes [(1)] de las delegaciones respecto al porcentaje de su población [(2)] basado por el II Conteo de Población y Vivienda 2005 en porcentajes relativos. De acuerdo a este índice las delegaciones con mayor aportación de visitantes en relación a su población fueron Benito Juárez (3.9%), Coyoacán (2.3%), Cuauhtémoc (1.9%) y Miguel Hidalgo (1.8%). Del mismo modo las de menor tasa en correspondencia a su población resultaron ser Gustavo A. Madero (0.4%), Cuajimalpa de Morelos (0.3%), Tláhuac (0.2%) y Milpa Alta (0.1%).

Cuadro 18. Visitantes y población del Distrito Federal

Municipios	(1) % Visitantes	(2) % Población[1]	(1) / (2) Cociente
Álvaro Obregón	7.2	8.1	0.9
Azcapotzalco	2.8	4.9	0.6
Benito Juárez	15.9	4.1	3.9
Coyoacán	16.6	7.2	2.3
Cuajimalpa de Morelos	0.6	2.0	0.3
Cuauhtémoc	11.3	6.0	1.9
Gustavo A. Madero	5.3	13.7	0.4
Iztacalco	4.5	4.5	1.0
Iztapalapa	10.3	20.9	0.5
Magdalena Contreras, La	1.7	2.6	0.6
Miguel Hidalgo	7.3	4.1	1.8
Milpa Alta	0.1	1.3	0.1
Tláhuac	1.0	3.9	0.2
Tlalpan	9.5	7.0	1.4
Venustiano Carranza	3.5	5.1	0.7
Xochimilco	2.5	4.6	0.5
Total	100.0	100.0	1.0

[1] Cálculos propios con base al II Conteo de Población y Vivienda 2005

V. 4 Edad y sexo

Dentro de las características sondeadas entre los espectadores se encuentran la edad y el sexo, la forma aquí utilizada para describir conjunta y simultáneamente ambos datos es por medio de las denominadas pirámides de población, dicha herramienta permite representar tanto datos estadísticos básicos como realizar comparaciones entre distintas muestras.

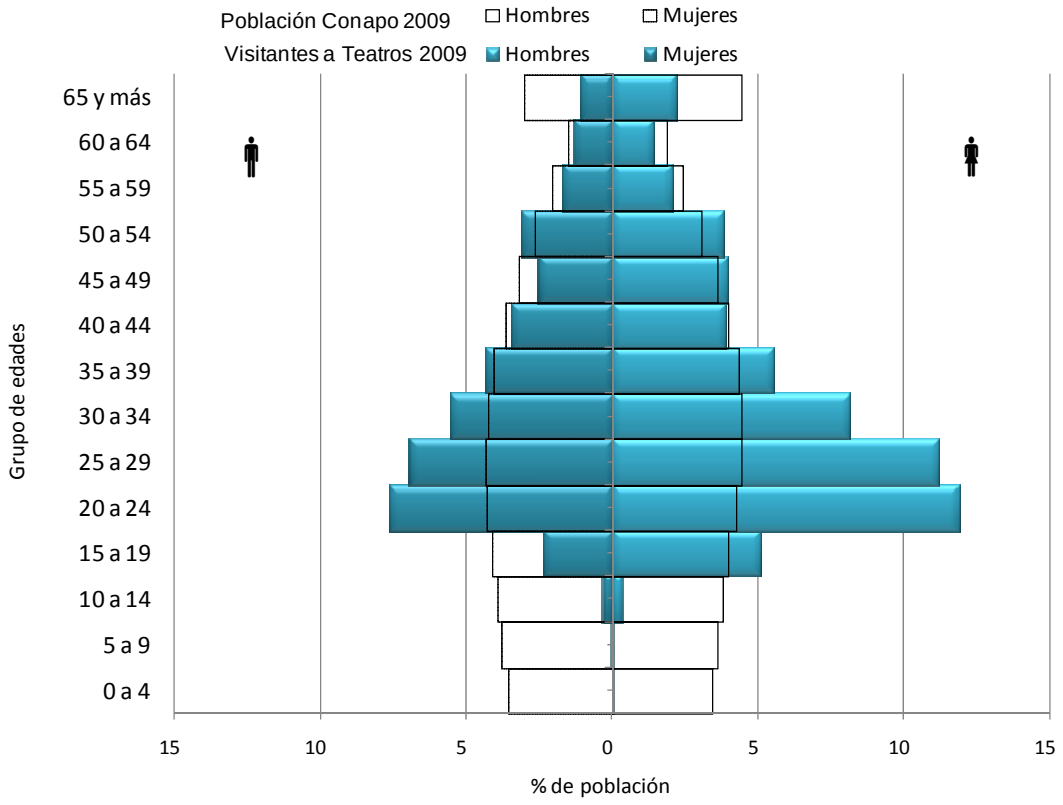
Se pueden observar dos gráficas, la de tono trasparente representa en porcentajes relativos a la población del Distrito Federal mientras que la que está de color se refiere a los asistentes captados en los teatros. Las diferencias existentes entre ambas estructuras indican al público que no se está captando en los espacios o que de otra forma tiene una sobre demanda de asistencia. Al mismo tiempo, describen el equilibrio o desequilibrio entre sexos para los diferentes grupos de edad.

Los grupos de edad se encuentran determinados de manera quinquenal (a excepción de el último de 65 y más años de edad) y se representan en forma de barras horizontales que parten de un eje común (a la izquierda se ubican los visitantes masculinos y a la derecha los femeninos).

Inicialmente el análisis obedecerá a la muestra total de encuestados en todos los teatros, más adelante se desglosará la información individualmente, es decir que se analizará por separado al público encuestado en cada uno de los espacios. Es necesario mencionar que debido a la naturaleza de las puestas en escena o a las normas de acceso a los teatros el público de 0 a 9 años es prácticamente nulo en todos los casos.

Comparativo de estructuras poblacionales de Visitantes vs Población Distrito Federal

Gráfica 20. Pirámide de población - Visitantes a teatros

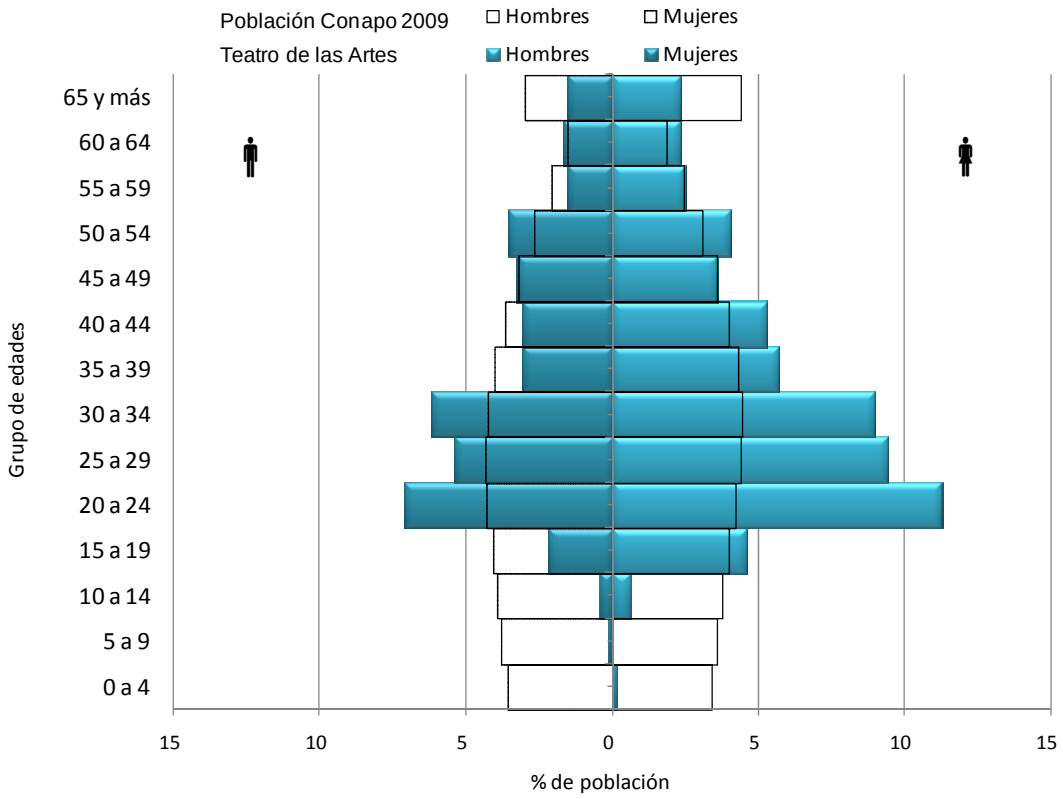


Es destacable la poca afluencia de asistentes de 10 a 14 años en contraste con la población existente, quizá esto debido a las cuestiones de costos o intereses o también a la poca difusión de espacios y espectáculos teatrales dentro de los recintos educativos a los que estos segmentos de edades pertenecen; en el rango de 15 a 19 se muestra un mayor porcentaje por parte del público femenino, en el aspecto masculino la aprobación no es tan grande, aunque alcanza a poco más de la mitad de la muestra captada.

En el rango de 20 a 64 años se puede notar una aceptación prácticamente total, salvo algunos pequeños segmentos de las edades de 45 a 49 en el público masculino y de 55 a 64 en el caso del público femenino, el rango de 20 a 44 observa, no sólo una vasta aceptación sino una sobre demanda por parte de ambos sexos. La asistencia de visitantes de 65 y más se muestra un tanto desfavorecida tanto en hombres como en mujeres, debido, expresado directamente por parte de los encuestados, en algunos casos a la ubicación, comodidad, horarios y hasta inseguridad.

Comparativo de estructuras poblacionales de visitantes por Teatro vs Población Distrito Federal

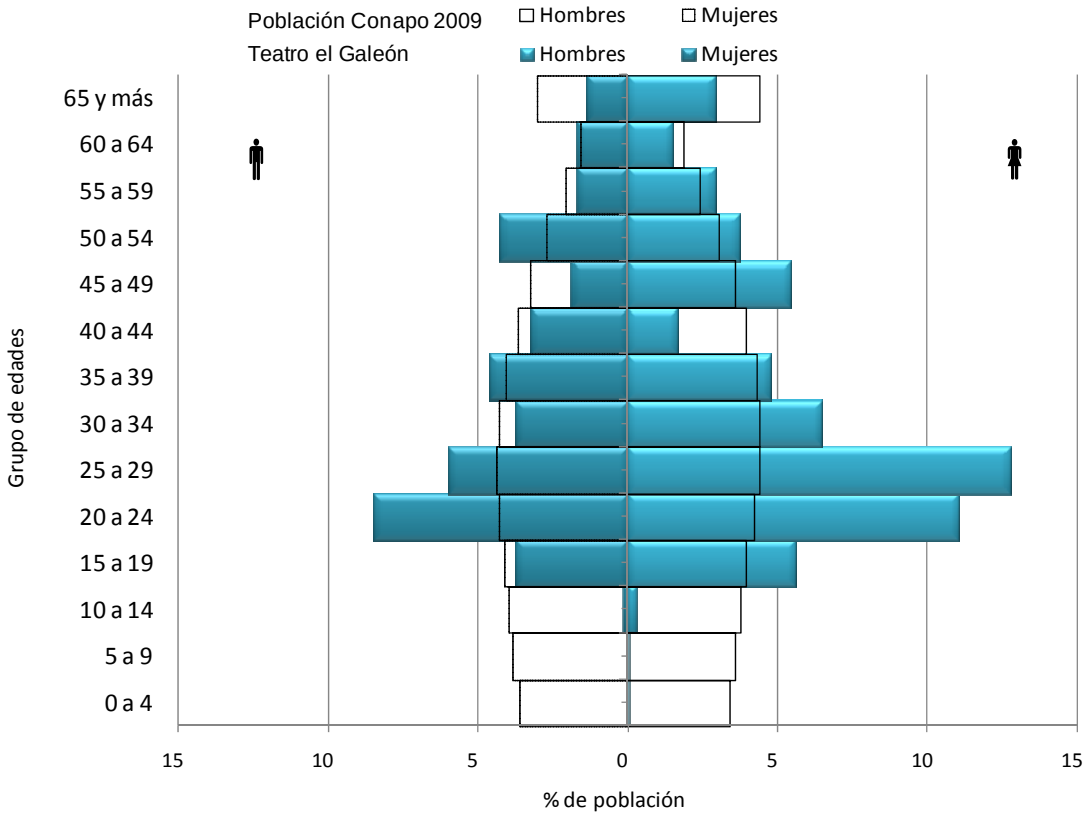
Gráfica 21. Pirámide de población – Teatro De las Artes



El teatro De las Artes indica una aceptación bastante favorable por parte del público de 20 a 34 años, pues muestra excedentes por parte tanto de hombres como de mujeres, las categorías de 35 a 64 captaron también gran aprobación salvo algunos casos por parte de los espectadores masculinos. Los asistentes de 65 y más alcanzan la mitad de asistencia en relación a su población en ambos sexos, lo destacable es que superan por mucho al espectador de 10 a 14 años que se muestra también muy reducido en comparación con el rango de 15 a 19 años.

En este caso se tiene oportunidad de atender y buscar mecanismos de atracción para público masculino de 15 a 19, de 35 a 44 y de 55 a 59 años al igual que de los espectadores de 65 y más en ambos sexos.

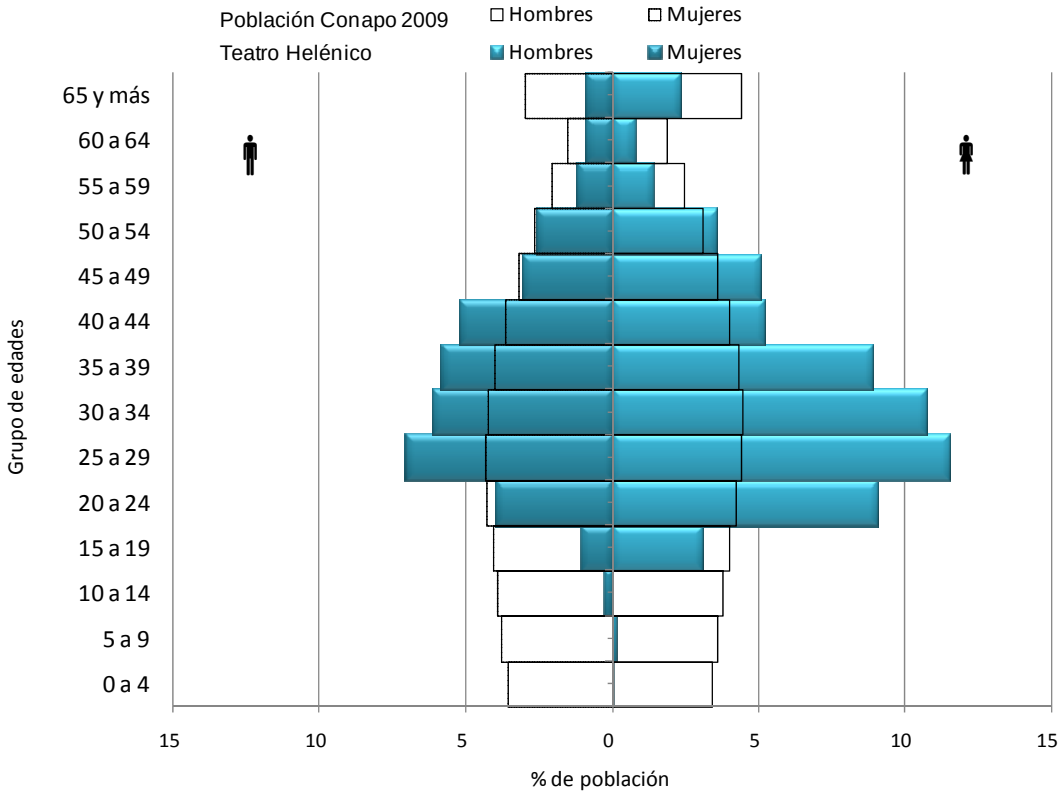
Gráfica 22. Pirámide de población – Teatro El Galeón



En el caso de El Galeón se observa una fuerte aprobación por parte del público masculino y femenino de 20 a 29 y de 50 a 64 años, el espectador de 40 a 44 mostró una muy buena aceptación en comparación a su equivalente que no alcanzó la mitad de su asistencia relacionada a su población, en el caso contrario la categoría de 45 a 49 años reveló un excedente de aceptación femenina. En cuanto a la asistencia del público femenino de 65 y más, este marcó, aunque con mayor población, el equivalente a la asistencia de las mujeres de 55 a 59 años.

De esta forma es necesario indagar en las causas de la baja asistencia del público femenino de 40 a 44 años al igual que del masculino de 45 a 49, simultáneamente es preciso atraer en mayor medida a los hombres y mujeres ubicados en el rango de 65 y más.

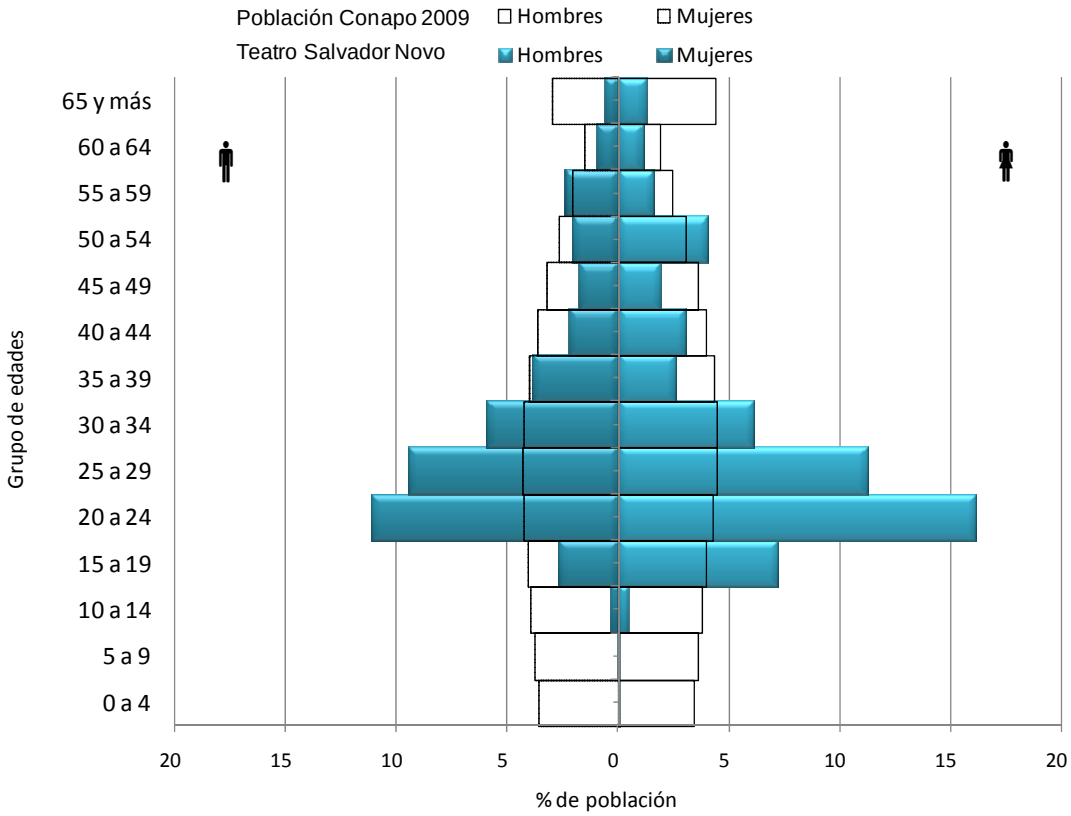
Gráfica 23. Pirámide de población – Teatro Helénico (El Teatro)



Definitivamente El Teatro Helénico goza de una generosa aceptación por parte de los públicos de 20 a 54 años, en especial por parte del genero femenino que muestra excedentes en algunos de los rangos por el doble o poco más del doble de asistencia en relación a su población. En otro sentido el público de 15 a 19 mostró poca afluencia en el caso masculino a diferencia del femenino que se acercó a la marca de su población, los públicos de 55 años en adelante alcanzaron o se acercaron en asistencia al 50% de su población aunque no lograron superarla.

En este caso surge el reto de atraer en mayor medida a los públicos de 15 a 19 años al igual que a los de 55 en adelante tanto en el género masculino como femenino, sin dejar de lado a los espectadores ya conseguidos para poder lograr dentro del espacio una asistencia más uniforme en cuando a grupos etarios.

Gráfica 24. Pirámide de población – Teatro Salvador Novo



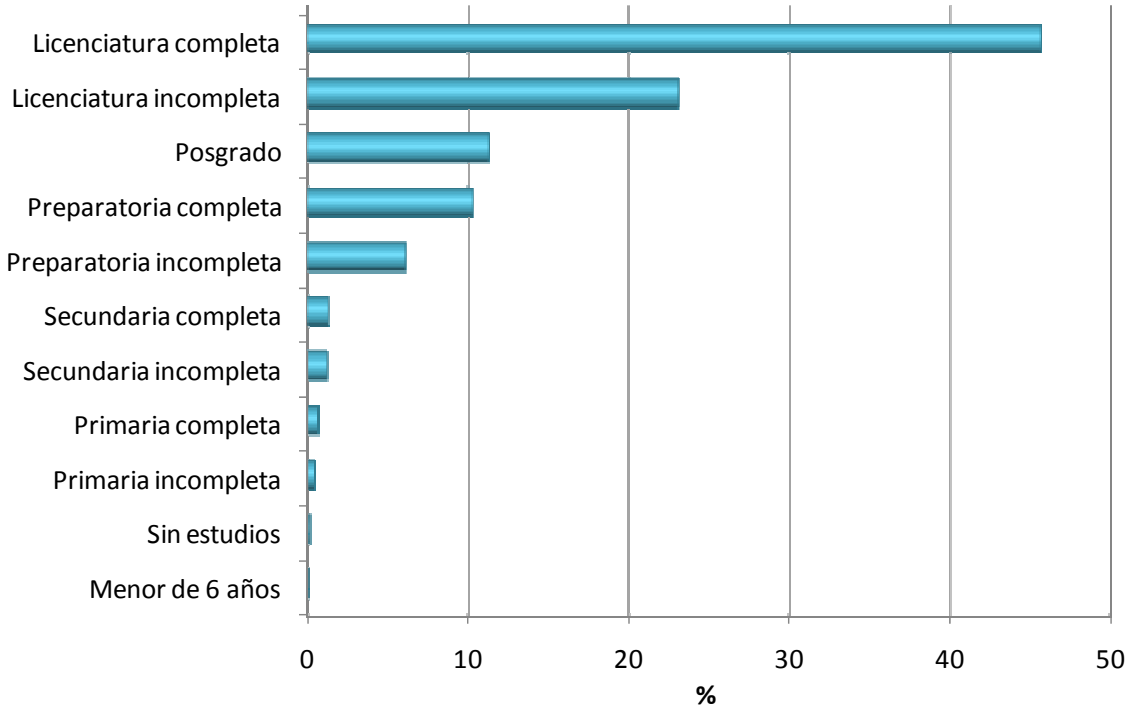
El teatro Salvador Novo mostró un resultado favorable, debido quizá en gran medida a su ubicación y naturaleza, con la aceptación del público de 20 a 34 años, pues dentro de esos rangos marca un excedente notorio y el cual en algunos casos se vuelve extraordinario. En ese mismo sentido se observa bien posicionado en el gusto del público femenino de 15 a 19 al igual que del masculino y femenino de 50 a 54 años. Como lo muestra la gráfica se tiene poca concordancia entre la asistencia relativa y la población existente.

Sin lugar a dudas aquí emerge el desafío de atraer a espectadores masculinos de 15 a 19 años al igual que existe la posibilidad de cautivar a públicos de 35 años en delante de ambos sexos pues se muestran como un terreno ávido, fértil e interesante.

V. 5 Escolaridad

En cuanto al aspecto del nivel de estudios se encontró que de manera global, cerca de la mitad de la población encuestada (45.6%) señaló tener la Licenciatura completa, a la vez que el 23.1% ratificó contar con Licenciatura incompleta, a esto se le sumó el 11.2% que afirmó haber cursado un Posgrado y el 10.3% que manifestó la Preparatoria concluida. Los niveles de estudio con menor porcentaje mencionado fueron Primaria completa con 0.6%, Primaria trunca con 0.5% y Sin estudios con 0.1%.

Gráfica 25. Escolaridad



Asimismo se observó que de manera unitaria, la Licenciatura completa fue el nivel de estudios mayormente indicado por los encuestados, la Licenciatura incompleta alcanzó porcentajes de mención por más de la quinta parte de la muestra en El Galeón y el De las Artes, en el Salvador Novo la sobrepaso con el 33.6% y en el Helénico sólo obtuvo el 12.3%, caso mostrado al contrario con la opción de Posgrado donde el De las Artes y El Galeón lograron 12.8% y 12.5% respectivamente, El Helénico 13.8% y el Salvador Novo sólo el 5.3%.

En relación a los niveles de estudios menos señalados se encontró que el teatro Helénico no llegó a tener ningún caso de visitantes Sin estudios, en esa misma categoría el Salvador Novo obtuvo el porcentaje mayor llegando a un 0.4%. El nivel de estudios más alto en las categoría de escolaridad es Posgrado en donde el teatro Helénico (13.8%) obtuvo el porcentaje mayor a diferencia del Salvador Novo (5.3%) que obtuvo la menor a diferencia de los de más.

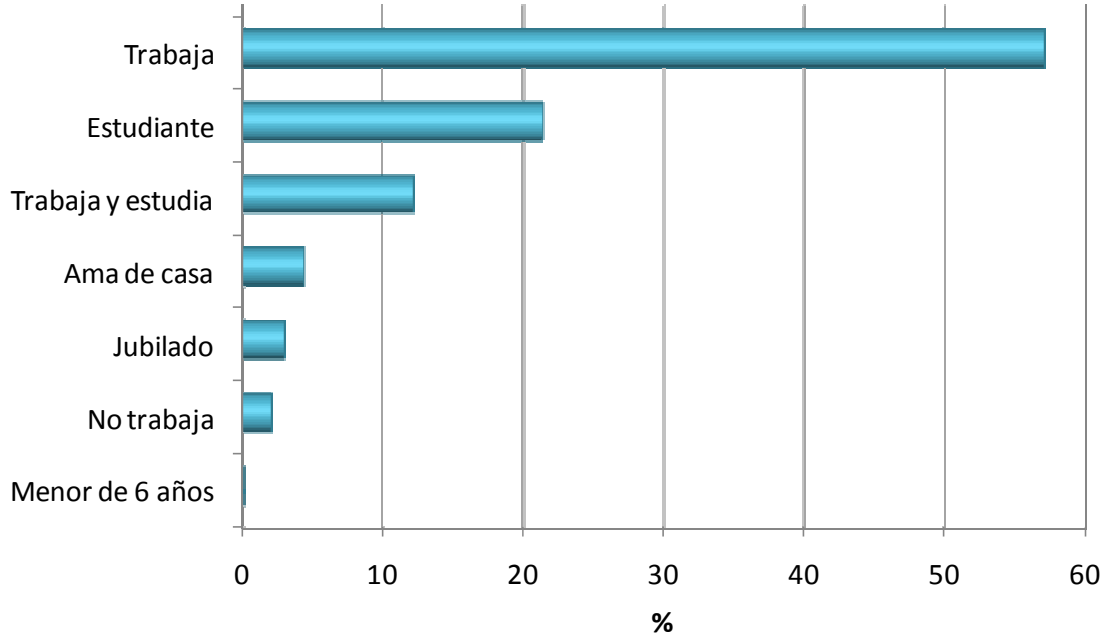
Cuadro 19. Escolaridad

Teatro	Sin estudios	Primaria incompleta	Primaria completa	Secundaria incompleta	Secundaria completa	Preparatoria incompleta	Preparatoria completa	Licenciatura incompleta	Licenciatura completa	Posgrado	Menor de 6 años	Total
De las Artes	0.1	0.4	0.6	1.7	0.8	5.8	8.7	23.2	45.7	12.8	0.3	100.0
El Galeón		0.1	0.3	1.2	1.2	8.1	10.2	25.2	41.2	12.5	0.1	100.0
Helénico		0.5	0.7	0.9	1.4	2.8	9.7	12.3	57.9	13.8		100.0
Salvador Novo	0.4	0.8	1.1	1.0	1.6	7.8	12.6	33.6	35.8	5.3		100.0
Total	0.1	0.5	0.6	1.2	1.3	6.0	10.3	23.1	45.6	11.2	0.1	100.0

V. 6 Ocupación

Respecto a la ocupación desarrollada por los encuestados, se manifestó con mayor abundancia la opción Trabaja con el 57%, en seguida se encontró la de Estudiante con 21.3% y después Trabaja y estudia con 12.2% de menciones. Se distingue, aunque entre las menos señaladas, la ocupación de Ama de casa con 4.3%, superando a las de Jubilado y No trabaja con 2.9% y 2% respectivamente.

Gráfica 26. Ocupación



En materia individual destaca el Helénico donde sus encuestados afirmaron, en abundancia, la ocupación de Trabaja en un 72.3%, la de Estudiante se mostró con mayor frecuencia en el Salvador Novo alcanzando el 31.1%. Las Amas de casa se manifestaron mayormente en el Helénico (5.6%) y en el Salvador Novo (5.5%), a la vez que No trabaja fue la de menor mención en especial en El Galeón con 1.2%.

Cuadro 20. Ocupación

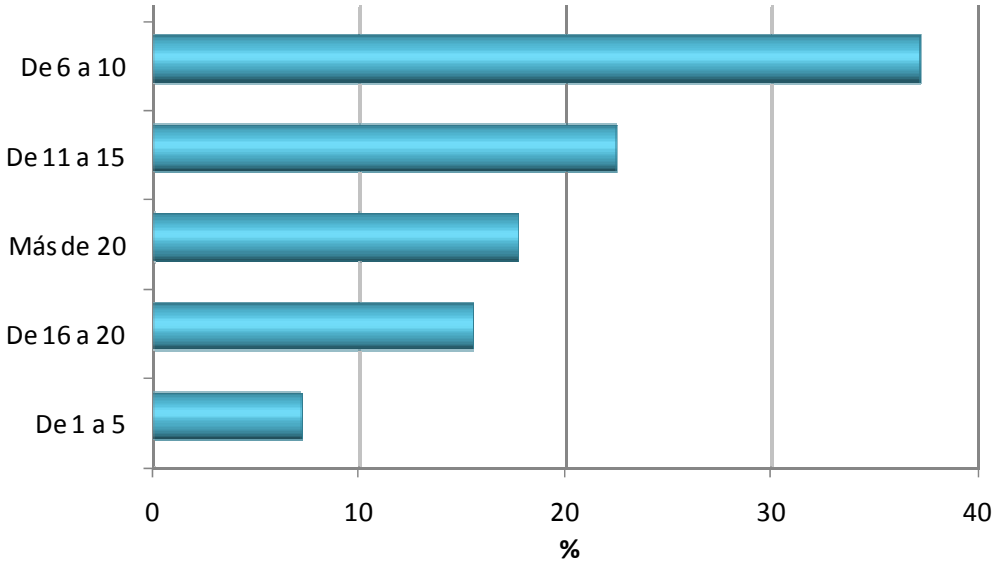
Teatro	Trabaja	Trabaja y estudia	No trabaja	Ama de casa	Estudiante	Jubilado	Menor de 6 años	Total
De las Artes	54.9	15.3	1.8	3.0	21.5	3.2	0.3	100.0
El Galeón	56.2	12.1	1.2	3.1	24.4	2.9	0.1	100.0
Helénico	72.3	8.0	1.6	5.6	10.2	2.3		100.0
Salvador Novo	42.1	14.3	3.6	5.5	31.1	3.4		100.0
Total	57.0	12.2	2.0	4.3	21.3	2.9	0.1	100.0

V. 7 Número de focos en domicilio

El nivel socioeconómico de los visitantes es otro de los factores citados en este estudio, para este fin y con el propósito de no incomodar o perturbar al encuestado con preguntas directas sobre sus ingresos se utilizó como estimador indirecto el número de focos existentes en su vivienda lugar de residencia.

De esta forma y de manera global, se encontró que la mayor incidencia en cuanto a la posesión de focos en los hogares de los encuestados se ubicó en el rango de 6 a 10 con el 37.2% seguido por el rango de 11 a 15 con 22.4%, Más de 20 también generó una fuerte inserción en la gráfica con 17.7 %. Tener de 1 a 5 focos en su hogar fue la de menor recurrencia con 7.2%.

Gráfica 27. ¿Cuántos focos hay en su vivienda?



El De las Artes y El Galeón obtuvieron porcentajes muy similares, su público encuestado se situó mayormente en el rango de 6 a 10 focos con 36% y 39.5 %, la categoría menos señalada fue la de 1 a 5 con 5.8% y 8.3% respectivamente en ambos casos.

En el Helénico su mayoría se emplazó en dos rangos, Más de 20 con el 29.3 % y de 6 a 10 con 27.5 %, el porcentaje más bajo en este espacio fue de 2.3 % en el rango de 1 a 5 focos.

El Salvador Novo resultó ser el más heterogéneo en el sentido de sus distribuciones: 6 a 10 fue la marca más mencionada por parte de su público encuestado con el 45.8 %, la de menor incidencia, Más de 20, con 9.8 %, aunque no tan alejada de las categorías de 1 a 5 y de 16 a 20 que obtuvieron 12.5 y 12.3 %.

Cuadro 21. ¿Cuántos focos hay en su vivienda?

Teatro	De 1 a 5	De 6 a 10	De 11 a 15	De 16 a 20	Más de 20	Total
De las Artes	5.8	36.0	25.0	17.0	16.3	100.0
El Galeón	8.3	39.5	21.8	15.0	15.5	100.0
Helénico	2.3	27.5	23.3	17.8	29.3	100.0
Salvador Novo	12.5	45.8	19.8	12.3	9.8	100.0
Total	7.2	37.2	22.4	15.5	17.7	100.0

Anexos

I. Metodología

La metodología aplicada para la realización de esta encuesta tomó como referencia la realizada en el Museo de la Civilización de la ciudad de Quebec, Canadá [2]. A continuación se proporciona la metodología empleada acorde al contexto de los visitantes y teatros donde se levantó la encuesta.

Población objetivo

La población objetivo se definió como las personas mayores de 15 años que realizaron la visita al teatro. En caso de haber seleccionado a un visitante menor de 15 años, de acuerdo con el criterio de selección abajo expuesto, la encuesta se dirigía al tutor o acompañante de edad mayor (si fuere el caso).

Marco muestral

Para que los resultados fueran válidos, cada visitante que formó parte de la población objetivo tuvo la misma probabilidad de ser seleccionado para responder la encuesta. Con ello se aseguró el control de los siguientes parámetros: días de apertura, horario de servicio, vías de circulación e idioma hablado por los visitantes.

Unidad de muestreo

La encuesta realizada comprendió, entre otras, preguntas personales referidas al motivo de la visita, así como a los hábitos de prácticas y consumo cultural. Así pues, la unidad de muestreo de esta encuesta fue el individuo. De hecho, la persona que respondió a las preguntas de la encuesta lo hizo a título personal y no en nombre de un grupo. En este sentido se emplearon preguntas dirigidas a recabar información sobre el grupo que acompañaba al encuestado, como lo fueron su edad y sexo, ocupación y nivel de estudios. Con ello se considera que se tiene un panorama más amplio de la composición sociodemográfica de los visitantes.

Método de muestreo

Primero, se seleccionaron dos distintos tipos de días para la recolección de los datos que representaban diferentes niveles de afluencia: entre semana y fines de semana. En segundo lugar, la aplicación de la encuesta fue con base en los horarios de apertura y cierre de los teatros seleccionados. Como se trató de una encuesta de entrada, se previó iniciar las encuestas al menos una hora antes del inicio de la función.

[2] *Véase Musée de la Civilisation (2001), Conozca a sus visitantes, guía de encuesta por sondeo, Sociedad de Museos Quebequenses*

La selección del entrevistado se hizo con la denominada estrategia de punto de referencia. Ésta consiste en fijar un punto dentro del espacio de circulación (por ejemplo un elemento arquitectónico, una escultura, una pintura, un diseño en el suelo o una línea imaginaria) e interceptar a toda persona que se atravesara, tocara o hubiera rebasado dicho punto. Esto garantizó que la selección de la muestra fuese aleatoria.

Tamaño muestral

Para lograr un grado de precisión aceptable de los resultados, se estableció un nivel de confianza de 95 % y un margen de error de 5 %. Esto conlleva a un total de 400 encuestas por teatro. Para una población infinita o desconocida los márgenes de error asociados a diferentes tamaños de muestra y niveles de confianza se tiene la relación del Cuadro A 1.

Cuadro A 1.

Tamaño muestral	Nivel de confianza		
	90%	**95%**	99%
	Margen de error		
100	8.2	9.8	12.9
150	6.7	8.0	10.5
200	5.8	6.9	9.1
250	5.2	6.2	8.1
300	4.7	5.7	7.4
400	4.1	**4.9**	6.4
500	3.7	4.4	5.7
1000	2.6	3.1	4.1

II. Número de focos vs Nivel de ingresos

Para intentar conocer el nivel de ingresos de los visitantes encuestados, se incluyó en el cuestionario una pregunta respecto a la cantidad de focos existentes en su domicilio. Es claro que si se hubiese preguntado directamente el nivel de ingresos de los encuestados, se hubiese expuesto al estudio a una gran cantidad de no respuestas.

Por otra parte, en la Encuesta Nacional de Ingreso y Gasto de los Hogares (ENIGH, 2005) del INEGI, además de entre otros captar los ingresos, se hace la misma pregunta en su sección de Características de vivienda. Al considerarse en la ENIGH estas cuestiones, es decir ingreso y número de focos, es factible describir la asociación de dependencia existente entre ellas y posteriormente, dada la representatividad de la encuesta, extrapolar los resultados para el contingente de visitantes a los teatros.

Con base en los resultados y estructura de la ENIGH se utilizaron sus módulos de Hogares y de Ingresos. De la sección de Hogares se extrajo el factor de expansión que permitió que los datos de la muestra representaran al contexto nacional; posteriormente se seleccionaron exclusivamente viviendas utilizando el último dígito indicador de este atributo de la clave de folio de la ENIGH (pues la pregunta de focos es claramente dirigida a las viviendas en nuestra encuesta); asimismo se consideró, dado los lugares de procedencia mayoritariamente de los visitantes encuestados de la Zona Metropolitana de la Ciudad de

México, los estratos donde hubiesen 100 000 habitantes y más (definido en la ENIGH como estrato 1).

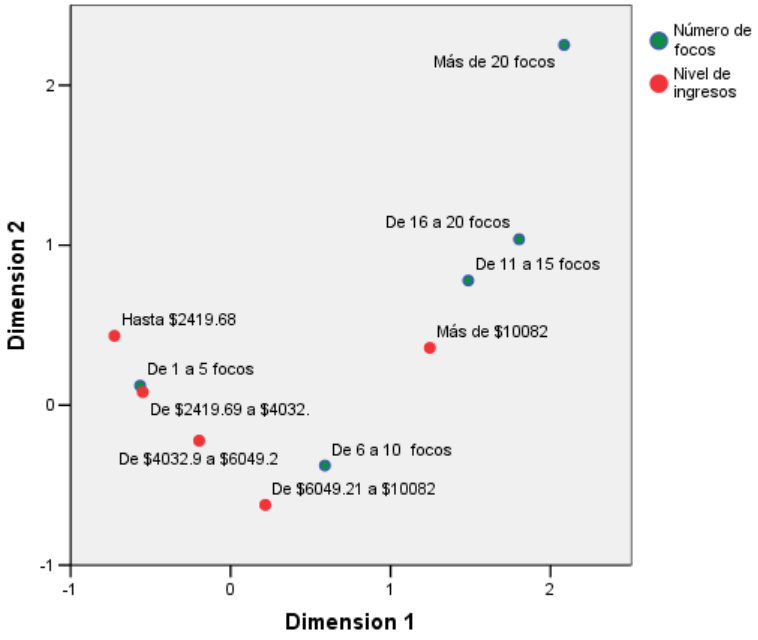
De la sección de Ingresos, se agregaron aquellos correspondientes a los distintos miembros de los hogares y el ingreso trimestral, que luego se dividió entre tres para obtener un promedio mensual de ingreso (pesos corrientes). Una vez aplicados los criterios referidos, se generan cinco niveles tanto en la variable de ingreso como en la variable del número de focos, donde en esta última se toma la misma categorización que la empleada en nuestro cuestionario. Con ello, cada uno de los niveles de ingreso cuenta con aproximadamente 20% del total de las observaciones (técnicamente, se formaron quintiles). La tabla siguiente muestra, en porcentajes, la concentración de las viviendas respecto al número de focos y los niveles de ingreso.

Tabla Número de focos.

Número de focos	Hasta 2419.68	De $2419.69 a $4032.8	De $4032.9 a 6049.2	De $6049.21 a $10082	Más de 10082
De 1 a 5	83.3	75.2	61.7	45.6	19.3
De 6 a 10	15.0	23.7	35.5	50.0	58.7
De 11 a 15	0.9	0.9	2.2	3.2	12.2
De 16 de 20	0.3	0.1	0.5	1.2	5.3
Más de 20	0.5	0.1	0.1	0.0	4.5
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

A través de la técnica estadística denominada análisis de correspondencias, se puede traducir la tabla anterior en un mapa de asociaciones como lo ilustra la gráfica A 1. La idea básica de la técnica es ubicar proximidades entre puntos correspondientes a los distintos niveles definidos para ambas variables. En la gráfica A 1, los puntos verdes denotan las distintas categorías del número de focos y los rojos los niveles de ingreso. Se puede interpretar, de acuerdo a esta evidencia empírica, que tener hasta cinco focos se asocia fuertemente con un ingreso promedio mensual de entre $2 419.69 hasta $4 032.8; tener de seis hasta 10 focos con un ingreso promedio mensual de entre $6 049.21 hasta $10 082; por último tener más de 10 focos se asocia con tener por lo menos un ingreso promedio mensual de $10 082.

Gráfica A 1.



III. Cuestionario.

A continuación se presenta el cuestionario utilizado en la realización de la encuesta.

Consejo Nacional para la Cultura y las Artes

ENCUESTA A ASISTENTES A OBRAS DE TEATRO

¡Buenos días/tardes! Mi nombre es (nombre del encuestador). En el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes y el Centro Nacional de las Artes estamos realizando una encuesta a los visitantes de este Teatro con el objeto de conocer los intereses y grado de satisfacción para identificar oportunidades de mejoras en el servicio. Su participación es muy importante.

Datos generales

Folio: ☐☐☐ Encuestador: ☐☐ Teatro: ☐☐☐☐

Fecha: ☐☐☐ (D M A) Horário: ☐☐☐☐ (H H M M) hrs. Tamaño de Grupo: ☐☐

Nombre de la obra: _____

Datos del entrevistado (solo para visitantes mexicanos de 15 años o más):

Entidad federativa de residencia: _____ ☐☐ (clave INEGI)

Municipio/Delegación de residencia _____ ☐☐☐ (clave INEGI)

Código Postal: ☐☐☐☐☐

P.1 Tipo de grupo

☐

Amigos (sin ser compañeros de escuela)	1
Compañeros de escuela	2
Familiares	3
Amigos y familiares	4
Viene solo	5
Otros, especifique_____	6

Perfil sociodemográfico de los visitantes

	V.1	V.2	V.3	V.4	V.5	V.6
P.2 Sexo						
P.3 Edad						
P.4 Escolaridad						
P.5 Ocupación						

Códigos			
Escolaridad		Ocupación	
No estudió nada	1	Trabaja	1
Primaria incompleta	2	Trabaja y estudia	2
Primaria completa	3	No trabaja	3
Secundaria incompleta	4	Ama de casa	4
Secundaria completa	5	Estudiante	5
Preparatoria incompleta	6	Jubilado	6
Preparatoria completa	7	Menor de 6 años	7
Licenciatura incompleta	8	No contesta	99
Licenciatura completa	9		
Posgrado	10	Sexo	
Menor de 6 años	11	Hombre	1
No contesta	99	Mujer	2

P.6 ¿Fue ésta su primera visita a este teatro?

☐

Sí	1
No	2
No sabe	98
No contesta	99

P. 7 ¿Cuántos teatros visito en los últimos doce meses?

☐

No sabe	98
No contesta	99

1

Consejo Nacional para la Cultura y las Artes

P.8 ¿Todas las personas que viven en su casa suelen visitar teatros? ☐

Sí	1
Sí, solo algunos	2
No, casi nadie o nadie	3
Solo yo	4
No contesta	99

P.9 ¿De los siguientes espacios culturales que le voy a mencionar, me puede decir Cada cuándo visita…?

Espacios	Frecuencia
Cines	
Museos	
Biblioteca	
Zona arqueológicas	
Librerías	

Frecuencia	Códigos
Por lo menos una vez a la semana	1
Por lo menos una vez al mes	2
Por lo menos una vez cada tres meses	3
Por lo menos una vez al año	4
Con menor frecuencia de una vez al año	5
Nunca	6
No contesta	99

P.10 ¿Cuánto tiempo por día invierte en…?

	Horas (o minutos) invertidas
Oír radio	
Ver TV	
Usar Internet	
Usar computadora (sin internet)	

No lo ocupa 0:00

P.11 ¿Qué medio(s) de transporte(s) utilizó para llegar a este teatro? (desde su casa o desde donde está hospedado)

Metro	1 ☐
Colectivo (metrobús)	2 ☐
Camión (RTP, ruta 100, trolebús)	3 ☐
Taxi	4 ☐
Auto propio	5 ☐
Otros (especifique)	6 ☐

_____

P.12 Cuando usted era niño ¿Sus padres lo llevaban a visitar teatros? ☐

Sí	1
No	2
No sabe	98
No contesta	99

Consejo Nacional
para la
Cultura y las Artes

P. 13 ¿Cómo se enteró de la existencia del teatro? ☐

Oficina turística (guía)	1
Recomendación amigos o familiares	2
Periódicos (diarios, revistas)	3
Radio	4
Televisión	5
Conoce desde siempre el teatro	6
Internet	7
Por un maestro	8
Casualmente (iban pasando)	9
Publicidad (folletos, carteles, anuncios, espectaculares, volantes, etc.)	10
Otros (especifique)_____	11
No contesta	99

P. 14 ¿Cómo se enteró de la obra que se está presentando? ☐

Anuncio-cartelera en el periódico	1
Anuncio en revista	2
Anuncio en la radio	3
Anuncio en la televisión	4
Anuncio en la calle	5
Marquesina del Teatro	6
Reseña o crítica en el periódico	7
Reseña o crítica en una revista	8
Reseña o crítica en la radio	9
Reseña o crítica en la televisión	10
Recomendación de un amigo o familiar	11
Internet	12
Otro (especifique)	13
_____	
No contesta	99

P. 15 ¿Por qué motivo principal asistió a esta obra? ☐

Por el tema / argumento	1
Por el autor	2
Por el director	3
Por los actores / actrices	4
Por recomendación de un amigo o familiar	5
Por la crítica	6
Por recreación o esparcimiento	7
Para hacer una tarea, se lo pidieron en la escuela	8
Para acompañar a alguien	9
Otro (especifique)	10
_____	
No contesta	99

Consejo Nacional
para la
Cultura y las Artes

P. 16 ¿Cuántos boletos compró y de qué tipo?

Niño	1	
Estudiante	2	
Maestro	3	
INAPAM (adulto mayor)	4	
Trabajador INBA	5	
Capacidades diferentes	6	
Boleto cortesía (entrada libre)	7	
Gente de teatro	8	
Normal	9	
Jueves al Teatro	10	
No sabe	98	
No contesta	99	

P. 17 ¿Qué opina del costo del boleto normal de teatro?

Le parece demasiado cara, esperaba pagar menos	1
Le parece un poco cara, esperaba pagar un poco menos	2
El precio actual es adecuado,es lo que esperaba pagar	3
No le parece muy cara, esperaba pagar un poco más	4
Le parece barata, esperaba pagar más	5
No sabe	98
No contesta	99

P. 18 ¿Le gustaría recibir en su e-mail el boletín electrónico de e-cultura?

Sí	1
e-mail:_____	
No tengo	2
No me interesa, muchas gracias	3
No contesta	99

P. 19 ¿Cuántos focos hay en su vivienda?

No sabe	98
No contesta	99

(La encuesta ha concluido).

¡MUCHAS GRACIAS
POR SU COLABORACION!