

Encuesta del Festival Un desierto para la danza 2009

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

CONTENIDO

Introducción	4
I. Asistencia y conocimiento del Festival	5
I.1 Primera visita	5
I.2 Opinión del Festival	5
I.3 ¿Hubiera venido a este lugar aunque no se hubiese realizado el Festival?	6
I.4 Modo de enterarse	7
I.5 Cuando usted era niño ¿Sus padres lo llevaban a festivales de danza?	7
II. Opiniones y preferencias	8
II.1 ¿Qué géneros de danza prefiere?	8
II.2 ¿Qué géneros de danza practica?	9
II.3 Asistencia a escuela o academia de danza	10
II.4 Lugares de realización de los eventos de danza	10
II.5 Motivos principales para asistir a una presentación de danza	11
II.6 Motivos principales por los que no pudiera asistir a una presentación de danza	12
II.7 Atención en taquilla	12
III. Asistencias a espacios culturales	13
IV. Hábitos de lectura y uso de medios electrónicos	14
IV.1 Tiempo invertido	14
V. Aspectos sociodemográficos	15
V.1 Tamaño de grupo	15
V.2 Tipo de grupo	16
V.3 Procedencia	17
V.4 Pirámide de población y de visitantes (Sexo y Edad)	18
V.5 Escolaridad	19
V.6 Ocupación	20
V.7 Número de focos en domicilio	20
Anexos	22
I. Metodología	22
II. Número de focos vs Nivel de ingresos	23
III. Cuestionario	25

Introducción

El Festival *Un desierto para la danza* se fundó desde 1993 con el propósito de difundir propuestas de vanguardias nacional, regional, e internacional con el objetivo de contribuir a la formación de nuevos públicos y promover el desarrollo de la danza contemporánea. Es organizado por el gobierno del estado a través del Instituto Sonorense de Cultura. En 2009 *Un desierto para la danza* es un conjunto expresiones, espectáculos artísticos, así como de talleres, charlas, diversas actividades lúdicas.

Intrínsecamente todo Festival o conjunto de eventos y espectáculos requieren de elementos fundamentales e imprescindibles que logran ubicarlo, mantenerlo y convertirlo en un hecho trascendental, uno de ellos y de los más importantes y destacables es el público asistente. Por esta razón es que el Instituto Sonorense de Cultura con la colaboración del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes a través de la Coordinación Nacional de Desarrollo Institucional realiza una encuesta que de a conocer las características del público en cuanto a gustos y preferencias, sugerencias y percepciones, así como sus variables sociodemográficas (sexo, edad, escolaridad, ocupación, procedencia). A partir de esto y con el conocimiento pleno de dichos rasgos y particularidades, se establece el ambiente y las condiciones propicias para el adecuado y oportuno estudio de nuevas posibilidades.

Tras identificarlas de manera adecuada, estas cualidades son transformadas en importante y substancial información para localizar oportunidades de avance, inclusión e innovación. De aquí la necesidad de buscar o crear instrumentos estadísticos que permitan conocer a los públicos más allá de sólo números o simples espectadores, dotándolos de expresión, de personalidad, de voz.

En este sentido y como parte medular de esta investigación se ofrece, como instrumento a utilizar, una encuesta diseñada por el equipo de la Coordinación Nacional de Desarrollo Institucional del CONACULTA, herramienta planteada a partir de la experiencia propia adquirida en otros ejercicios como la registrada en la elaboración de encuestas a Festivales en otros lugares del mundo.

Es necesario mencionar que la metodología utilizada es similar a la empleada en el estudio de públicos del FAOT 2009 en el cual se buscó la mayor representatividad y confiabilidad. A continuación se presentan los resultados inmediatos arrojados por la encuesta, a través de la descripción de los mismos.

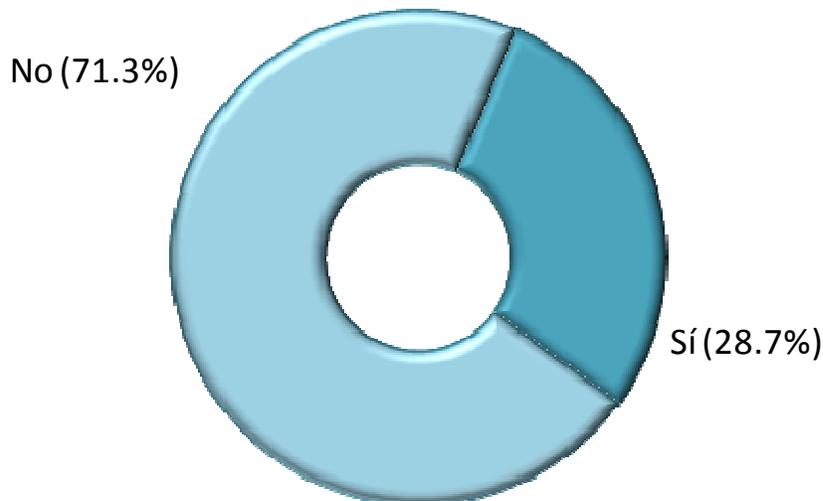
I. Asistencia y conocimiento del Festival

I.1 Primera visita

Es evidente e indudable que el Festival *Un desierto para la danza* es conocido en demasía y sostiene un lugar privilegiado entre sus asistentes, dicha afirmación se sustenta en el reflejo del 71.3% de los encuestados que afirmaron que no era la primera vez que asistían al Festival, referencia que arroja la información de que el 28.7% restante de encuestados, que mencionaron asistir por vez primera al Festival, es público inédito y por lo tanto no sólo asistentes sino también difusores potenciales.

De este modo, al observar este porcentaje de espectadores nuevos, se requiere indagar en sus perfiles y gustos, valorar e investigar técnicas y métodos para cautivarlos y capturarlos, esto por supuesto, sin dejar de lado y mucho menos olvidar a los ya asistentes asiduos y atraídos por la personalidad y naturaleza del Festival.

Gráfica 1. Primera visita

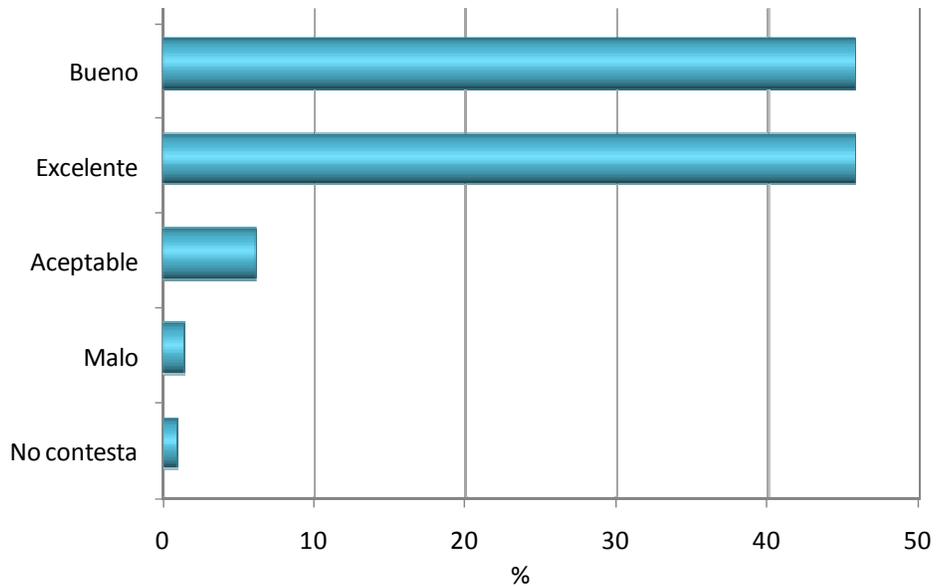


I.2 Opinión del Festival

Tomando en cuenta sólo al 71.3% de los visitantes pretéritos es claramente visible y sobresaliente lo muy bien aceptado que se encuentra el Festival por parte de este sector. La extensa aprobación mencionada se respalda por el público que calificó al Festival de Bueno y Excelente con un 45.8% en cada opción. La calificación de Aceptable obtuvo un 6.1%, mientras que el 1.4% lo estimó como Malo.

Surge y se muestra fundamental indagar y escudriñar en las opiniones de la asistencia que se mostró inconforme o inclinado por calificar o considerar de Aceptable y Malo al Festival ya que demandan una responsabilidad y oportunidad de trabajo e investigación en favor tanto del público como del Festival.

Gráfica 2. Opinión del Festival

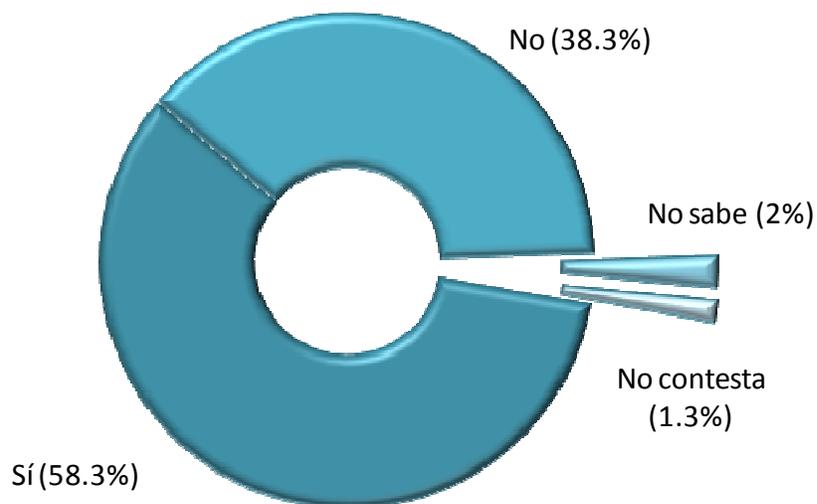


I.3 Hubiera venido a este lugar aunque no se hubiese realizado el Festival

El objetivo, finalidad o intención de asistir a la Casa de la Cultura aunque no se hubiese realizado el Festival se reflejó en un 58.3% de respuestas afirmativas. Esta referencia puntualiza que existe una fuerte aceptación tanto de la práctica o consumo de cultura como del espacio cultural. En otro sentido, la situación de que el 38.3% señalara que no asistiría al lugar sin la realización del Festival muestra tanto la búsqueda y fidelidad de su público como también la posible falta de eventos o actividades de afinidad o seducción para esta fracción de visitantes.

Los anteriores resultados se inclinan tanto a la generación de espectáculos de danza nuevos, modernos, atractivos e integrantes, como a la instauración de medios y formas de difusión voraces y ambiciosas en fomento y pro de la creación, propagación y goce de la cultura.

Gráfica 3. ¿Hubiera venido a este lugar aunque no se hubiese realizado el Festival?

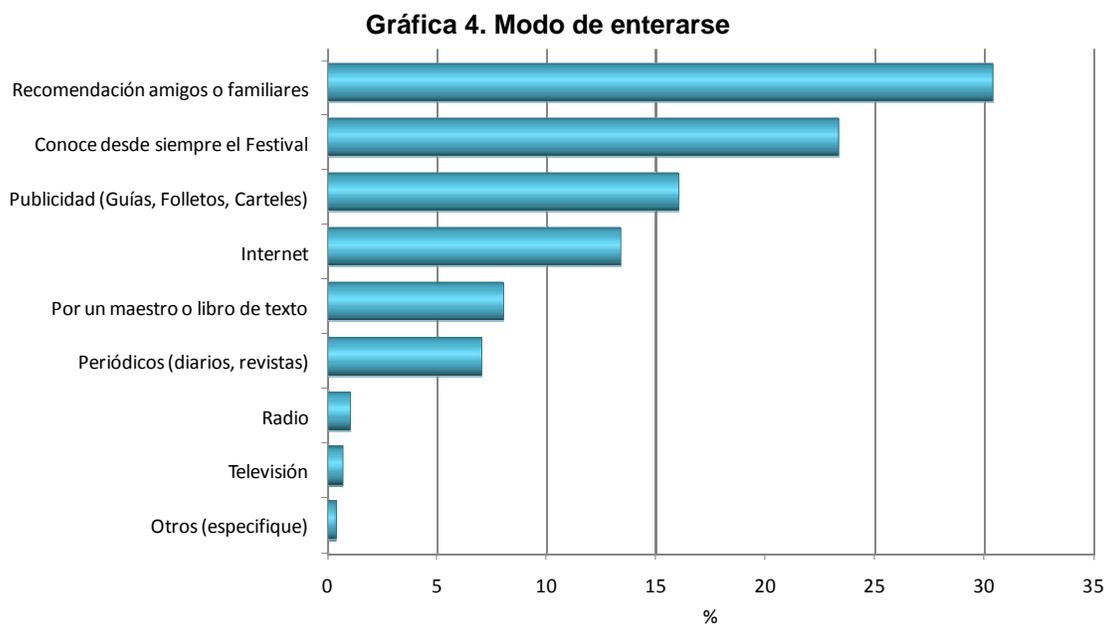


I.4 Modo de enterarse

La forma en que los asistentes se enteran o tienen conocimiento del Festival es un aspecto muy importante para este estudio. Siguiendo este trazo, la Recomendación de amigos y familiares resultó ser el medio de difusión más notable para el Festival, pues 30.3% de los visitantes mencionaron haberse enterado de esa manera. El 23.3% afirmó Conocer de siempre el Festival, característica que los dota de información y los convierte en posibles promotores de voz.

El caso de la Publicidad que integra a las guías, folletos y carteles generó un 16% de los asistentes seguida por la información en Internet que fue referida como forma de enterarse del Festival en un 13.3%. Saber del Festival Por un maestro o libro de texto y por medio de Periódicos (diarios, revistas) generaron datos similares con 8 y 7% respectivamente. Los medios electrónicos como Radio (1%) y Televisión (0.7%) alcanzaron apenas pequeñas menciones de parte del público.

En este aspecto surge la idea de fundar, establecer y reforzar tácticas y formas de difusión dentro de la prensa y los medios electrónicos al igual que la creación de programas y vínculos con instituciones educativas y académicas para un mejor y más global desarrollo de los espectáculos y actividades incluidas en el Festival.



I.5 Asistencia a festivales en la infancia

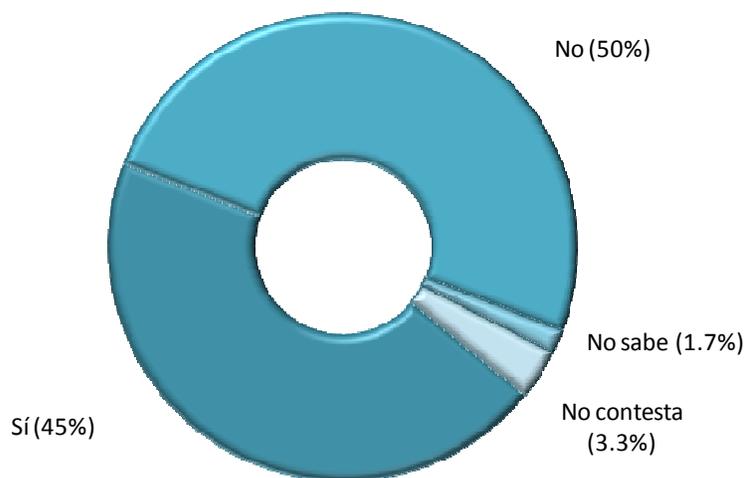
Educación y posibilidades de acceso son factores influyentes para que los padres otorguen a sus hijos formas de recrearse por medio de actividades o espectáculos culturales. Esta situación si bien no es determinante si es responsable en gran parte para sus acciones futuras, de aquí la inquietud de saber en que medida los actuales visitantes fueron instruidos en estas actividades por sus padres.

Si bien el 45% de la muestra declaró sí haber sido llevado por sus padres a Festivales de danza en la infancia, resalta, en contraposición, el 50% de los encuestados que señaló no haber disfrutado de esta actividad por parte de sus padres en su niñez.

De alguna forma se muestra alentador el hecho de que gran cantidad de visitantes que no disfrutaron de Festivales de danza en su niñez lo lleven al cabo ahora en su juventud o edad adulta, pues demuestra un interés propio y hasta cierto punto nato por parte del público que posiblemente

motivo, en medida de sus posibilidades, dentro de la población las acciones no ejercidas para con él.

Gráfica 5. Asistencia a festivales de danza en la infancia



II. Opiniones y preferencias

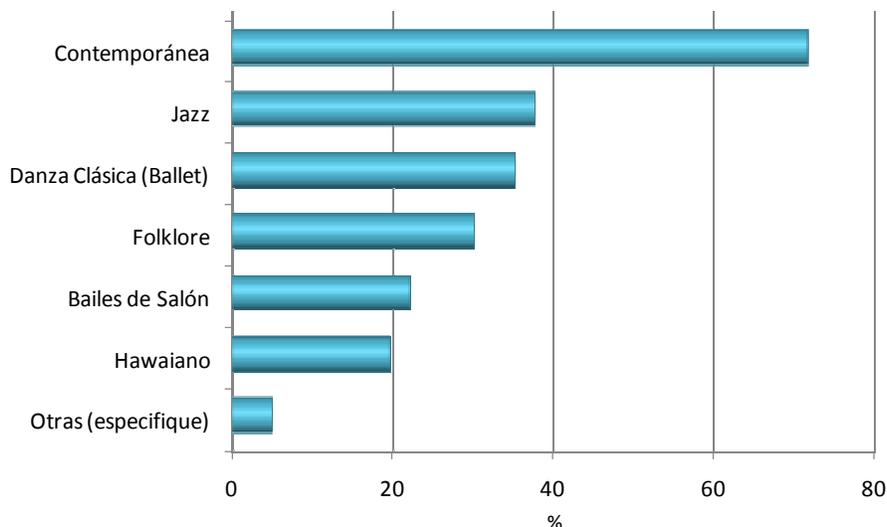
II.1 ¿Qué géneros de danza prefiere?

Al indagar entre las preferencias de los encuestados se encontró que un amplio 71.7% prefiere el género de danza Contemporánea, seguido de 37.7% que mencionó Jazz, muy cercano se ubicó Danza clásica (Ballet) con 35% y Folklore con 30%. Bailes de salón y Hawaiano fueron de los menos pero no pocos mencionados con 22 y 19.7% respectivamente.

Los datos anteriores podrán, en algunos casos, ayudar a crear y solventar espectáculos atractivos para el público, en gran medida gracias a saber sus preferencias y por lo tanto intereses en cuanto a géneros de danza se refiere, aunque también invitarán a los creadores a generar nuevas y atractivas formas de expandir un gusto más amplio por más o por todos los géneros de danza posibles o existentes.

En este caso se debe aclarar que cada encuestado mencionó los géneros de danza de su preferencia y no sólo su preferido o una sola opción.

Gráfica 6. ¿Qué géneros de danza...prefiere?

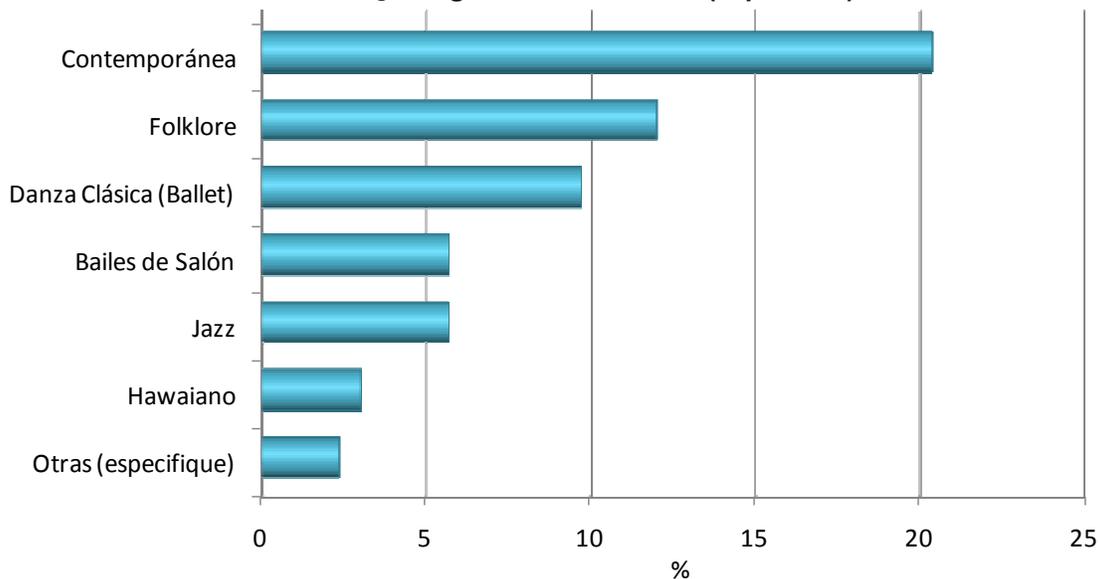


II.2 ¿Qué géneros de danza (si practica)?

Tomando en cuenta todos los géneros de danza anteriormente mencionados, se verificó que porcentaje del total de encuestados declaró practicarlos individualmente. Así el 20.3% aseguró si practicar danza Contemporánea por lo que el 79.7% no la practica. El 12% indicó practicar Folklore a lo que resulta un 88% que no lo practica. Con menor mención 9.7 % de los encuestados expresó practicar Danza clásica (Ballet) por lo que el restante 90.3% no lo hace.

De los menos practicados resultaron el Baile de salón y Jazz con sólo 5.7% de practicantes y Practicar Hawaiano sólo obtuvo 3% de mención.

Gráfica 7. ¿Qué géneros de danza... (sí practica)?

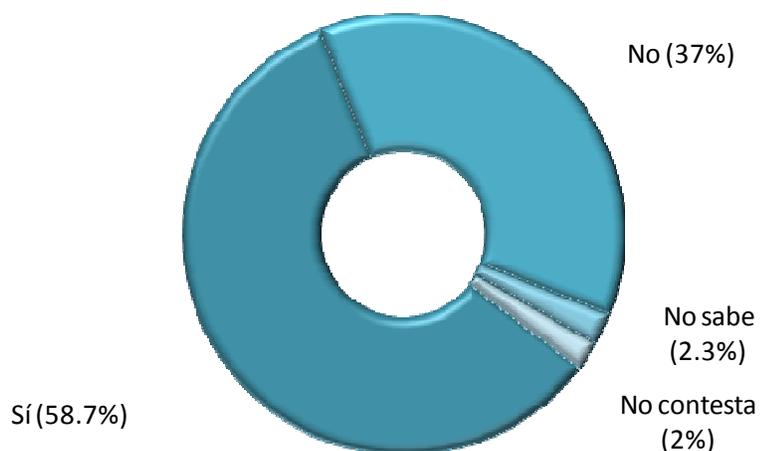


II.3 Asistencia a escuela o academia de danza

Es notable la gran cantidad de público interesado en asistir a alguna escuela o academia de danza en el caso de tener la oportunidad ya que 58.7% de la muestra afirmó su interés y gusto ante esta cuestión. En un aspecto contrario el 37% de los espectadores expresaron no tener la intención de asistir a alguna escuela o academia de danza, al tiempo que el 2.3% declaró que No sabe y el restante 2% No contestó.

Subrayando el conocimiento de los porcentajes de preferencia y práctica de géneros de danza, así como el interés expresado por asistir a alguna escuela o academia, surgen diversas alternativas como la oportunidad de ofrecer espacios de expresión y aprendizaje para la población en cuanto a danza se refiere, de igual forma, como ya se ha mencionado, la creación y expansión de espectáculos y actividades de fomento al esparcimiento y entretenimiento siempre en favor del público y la cultura.

Gráfica 8. Si hubiera alguna escuela o academia de danza ¿Asistiría usted?

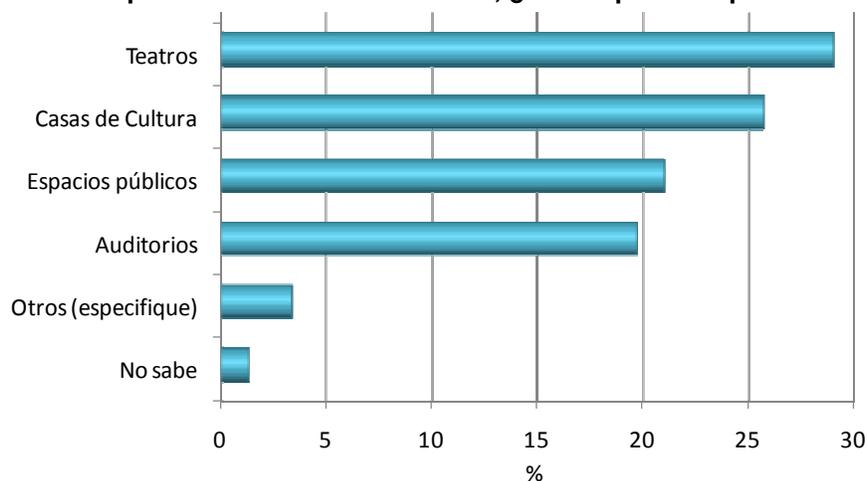


II.4 Lugares de realización de los eventos de danza

En relación a la preferencia de lugares para la realización de los eventos de danza los asistentes reflejaron un balance de respuestas en cuanto a las opciones establecidas. A manera de lista los encuestados refirieron su preferencia por los Teatros en un 29%, las Casas de cultura fueron mencionadas por un 25.7%, en seguida los Espacios públicos alcanzaron el 21% de la muestra y finalmente los Auditorios fueron señalados como espacios preferidos por un 19.7%.

En este sentido se observa una ligera oscilación de preferencia por todo tipo de espacios, lo que invita a dotarlos y aderezarlos de necesidades y servicios o en el mejor de los casos mantenerlos en óptimas condiciones para ponerlos en práctica y funcionamiento en la medida de las posibilidades permitidas y ofrecer actividades y espectáculos de máxima calidad.

Gráfica 9. Respecto a los eventos de danza, ¿Dónde prefiere que se realicen?



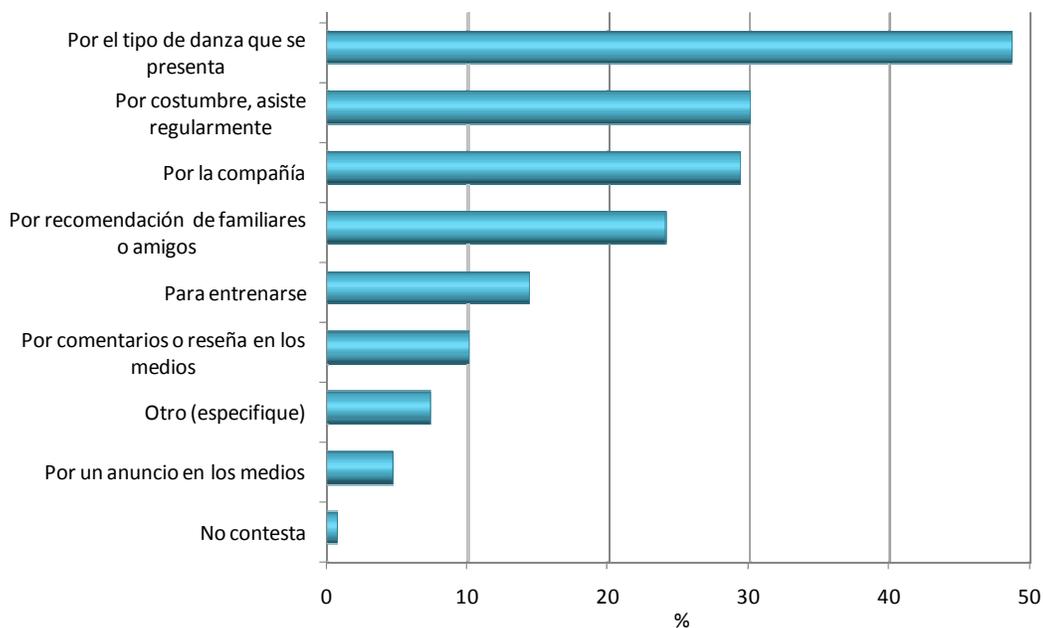
II.5 Motivos principales para asistir a una presentación de danza

Otra característica importante sobre los encuestados requerida en esta investigación es la de conocer los motivos principales por los que asistirían a una presentación de danza. Así se obtuvo que casi la mitad de la muestra (48.7%) asistiría Por el tipo de danza que se presenta, el 30% eligió la opción Por costumbre, asiste regularmente, muy de cerca se mostró Por la compañía con un 29.3%.

De las menores pero importantes menciones se ubicó que un 24% asistiría a alguna presentación de danza Por recomendación de familiares o amigos, un 14.3% lo haría Para entrenarse, mientras que un 10% se cautivaría Por comentarios o reseña en los medios.

Cabe señalar que los encuestados refirieron todos los motivos por los que asistirían a una presentación de danza y no sólo una opción.

Gráfica 10. ¿Cuáles son los motivos principales por los que usted asistiría a una presentación de danza?



II.6 Motivos principales por los que no pudiera asistir a una presentación de danza

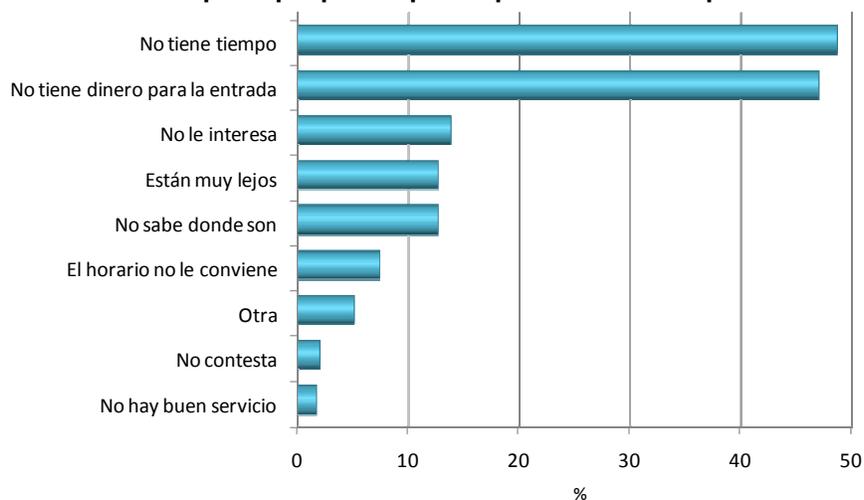
Después de conocer las motivaciones de asistencia, es necesario mostrar también los motivos por los que los encuestados no pudieran asistir a una presentación de danza. Así pues, un amplio 48.7% declaró no asistiría por que No tiene tiempo, otro extenso 47% afirmó que No tiene dinero para la entrada, en tanto que un 13.7% mencionó que No le interesa.

Las razones para no asistir porque Están muy lejos y porque No sabe donde son fueron referidas por un 12.7% cada una. La opción de El horario no le conviene fue expresada por un 7.3% y el hecho de que No hay buen servicio se mostró con 1.7% de mención.

En este aspecto se podría puntualizar en el fomento de espectáculos gratuitos, en horarios, días y espacios accesibles e incluyentes, dotando, por supuesto, de vital importancia y progresos en todo tipo de servicios.

Cabe señalar que los encuestados refirieron todos los motivos por los que no pudieran asistir a presentaciones de danza y no sólo una opción.

Gráfica 11. ¿Cuál es la razón principal por la que no pudiera asistir a presentaciones de danza?



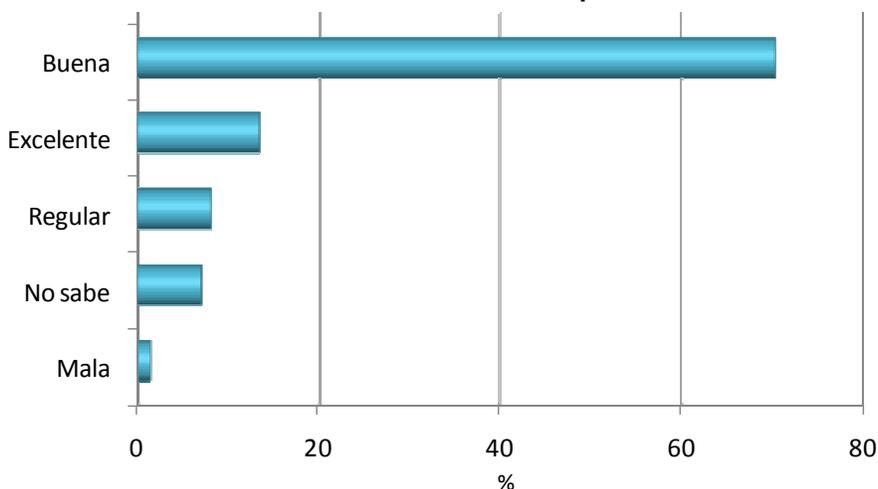
II.7 Atención en taquilla

Si bien la organización, el espacio de presentación y los espectáculos o actividades son lo más importante del Festival, la perfección de los servicios es otra parte fundamental para gozar de una visita complaciente. Por este motivo se cuestionó a los encuestados sobre su opinión en cuanto a la Atención en taquilla.

De esta información se obtuvo que el 70.3% de la muestra considera la atención en taquilla como Buena, a la vez que el 13.3% la valoró de Excelente. Un 8 % la observó Regular y un 1.3% la calificó de Mala.

Por supuesto es conveniente buscar la excelencia en todos los aspectos por lo que se debe explorar en la mejora de este y todos los servicios, indagar en la presencia de las valoraciones regulares y malas para poder, en un futuro próximo, eliminarlas o reducir las al mínimo en favor del público e indudablemente del Festival.

Gráfica 12. Atención en taquilla

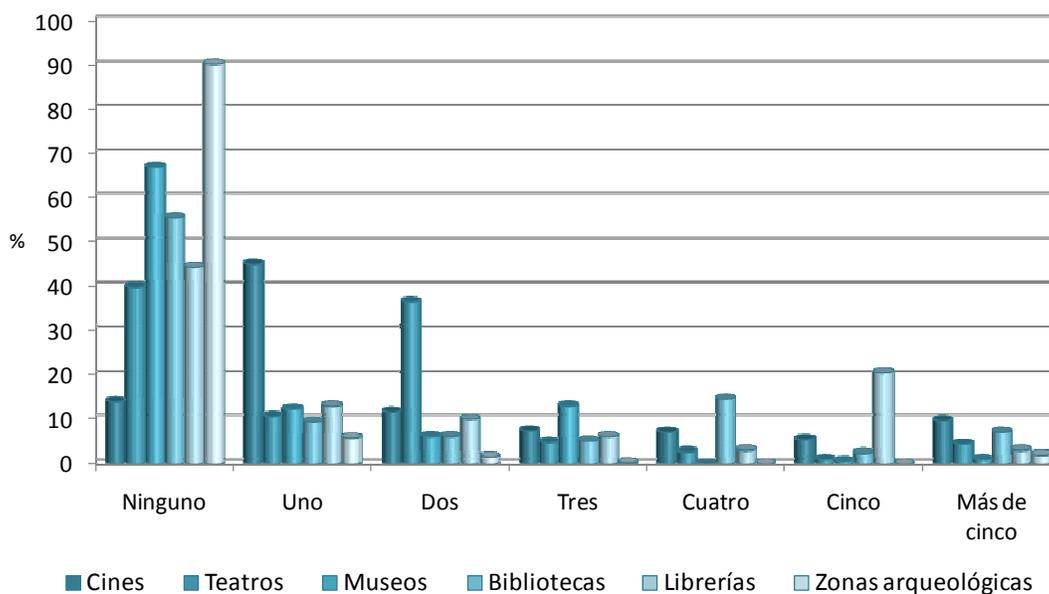


III. Asistencia a espacios y eventos culturales

El conocimiento sobre la asistencia a otros eventos culturales distintos a presentaciones de danza es otro tópico considerado en esta investigación. De esta manera se preguntó a los encuestados cuántas veces habían realizado algunas actividades culturales previamente seleccionadas en los últimos tres meses, en seguida los resultados.

En cuanto a Zonas arqueológicas un inmenso 90.3% refirió no haberlas visitado Ninguna vez, el 5.7% lo hizo Una vez y el 2 % afirmó haberlo hecho Más de cinco veces. En el caso de los Museos otro extenso 67% aseveró no haberlos visitado Ninguna vez, el 13% los visitó en Tres ocasiones y el 12.3% Una vez. En materia de Bibliotecas el 55.7% de los encuestados admitió no haberlas visitado en Ninguna ocasión, el 14.7% lo hizo Cuatro veces y el 9.3% las utilizó sólo Una vez.

Gráfica 13. En los últimos tres meses, ¿Cuántas veces realizó las siguientes actividades culturales?



En la cuestión de los Cines el 45% de la muestra refirió haber asistido en sólo Una ocasión, el 14 % en Ninguna y el 11.7% en Dos ocasiones. Las Librerías reflejaron un amplio 44.3% de los

encuestados que admitieron no haberlas visitado Ninguna vez, el 20.7% expresó haberlo hecho Cinco veces y el 13% Una vez. Los Teatros mostraron también un ancho 40% de menciones que indicaron no haberlos visitado en Ninguna ocasión, el 36.7% lo hizo Dos veces y el 10.7% Una ocasión.

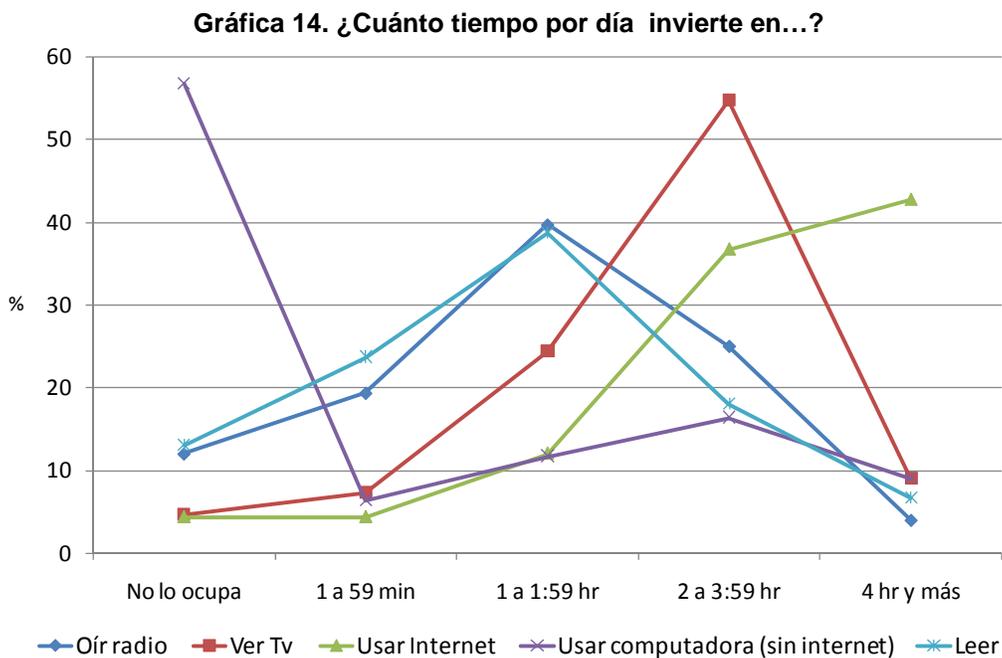
Si bien es notable que la frecuencia y las ocasiones de visitas a los espacios culturales mencionados no siguen una línea uniforme y son bastante heterogéneas, sí es preciso mantener y crear diferentes formas de difusión y proyección para los distintos eventos y espacios, para los distintos públicos y expresiones, de manera que pueda lograrse la asistencia masiva no sólo a algunas sino a todas las creaciones y espacios culturales.

IV. Hábitos de lectura y uso de medios electrónicos

IV.1 Tiempo invertido

Una más de las cuestiones planteadas a los encuestados fue la dirigida a sus hábitos o frecuencia tanto de lectura como de uso de medios electrónicos de información y comunicación. Dentro de este tema el 39.7% de los encuestados mencionó Oír radio de 1 a 1:59hr. al día, el 25% declaró escucharlo de 2 a 3:59hr., 12% aseveró que No lo escucha. En el caso de Ver Tv el 54.7% dijo hacerlo de 2 a 3:59 hr. por día, 24.3% la ve de 1 a 1:59hr. y 4.7% declaró No verla.

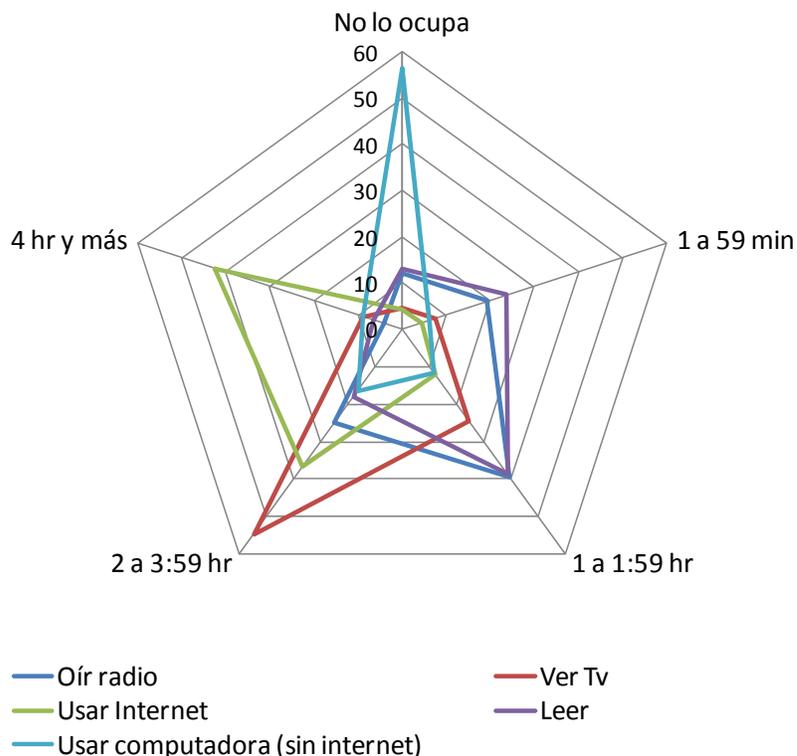
El Uso de internet por 4hr. y más al día fue mencionado por el 42.7%, utilizarlo de 2 a 3:59hr. fue referido por un 36.7% mientras que el 4.3% No lo ocupa. El Usar computadora (sin internet) de 2 a 3:59hr., se mostró con 16.3%, a la vez que el 11.7% señaló ocuparla de 1 a 1:59hr., sin embargo y contrario a esto un enorme 56.7% afirmó No utilizarla. En el aspecto de la lectura el 38.7% de los encuestados garantizó Leer de 1 a 1:59hr., 23.7% de 1 a 59 min. y 13 % comentó No hacerlo.



Aunque no se puede decir que los datos sean negativos, si cabe señalar y puntualizar la información de los visitantes que No ocupan determinados medios o que no gustan o experimentan del placer de la lectura, quizá estas cuestiones no se deban solamente a temas de preferencia y atracción sino a factores de oferta y acceso, los cuales deben ser los más y los mejores para todas las capas y

estratos de la población siempre en favor del avance personal y cultural de la sociedad y sin importar ni tomar en cuenta condición y posición económica y social.

Gráfica 14.1 ¿Cuánto tiempo por día invierte en...?



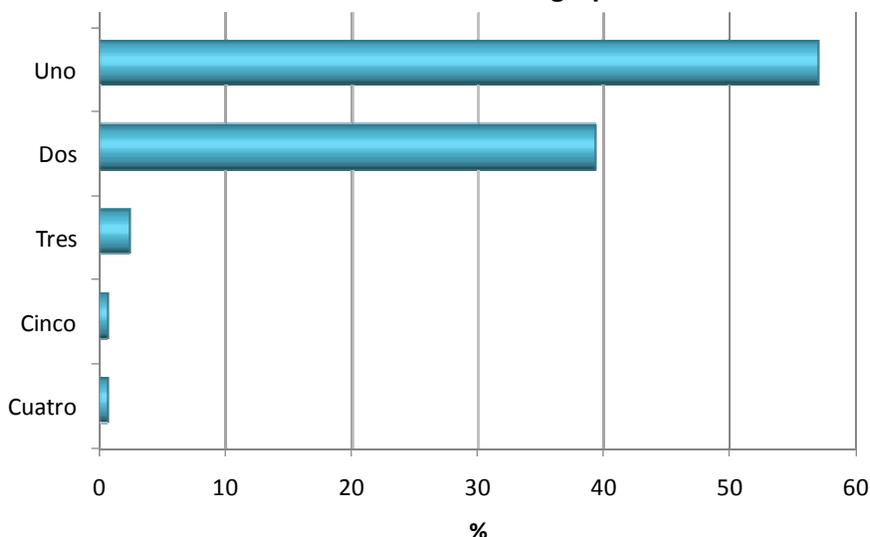
V. Aspectos sociodemográficos

V.1 Tamaño de grupo

Basado en las observaciones y de acuerdo a los datos conseguidos por parte de los encuestados, el tamaño de los grupos o la forma de asistencia con mayor recurrencia fue la de acudir al Festival solo o en el denominado grupo de Uno con 57% de la muestra, seguido por el grupo de Dos con 39.3%, posteriormente y con mucho menor porcentaje (2.3) se encuentra el grupo de Tres y los grupos de Cuatro y Cinco que apenas alcanzaron el 0.7% de mención individualmente.

Tomando en cuenta los resultados se descubre la visible y poca presencia de grupos amplios o numerosos, de tal manera que se antoja el fomento a invitar o atraer a este tipo de grupos entre los que podrían destacarse las familias o los grupos escolares, quizá creando vínculos e incluyendo espectáculos específicos y atractivos para estos sectores.

Gráfica 15. Tamaño de grupo

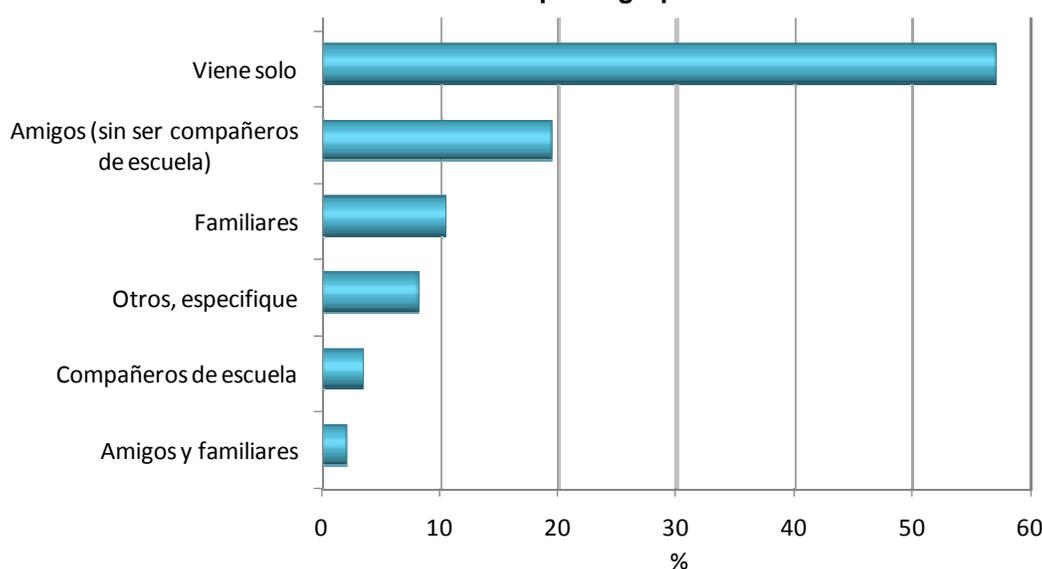


V.2 Tipo de grupo

Presentarse Solo resultó ser la forma más recurrente de visita al Festival mostrándose con más de la mitad (57%) de mención por parte de la muestra. Con menores pero relevantes porcentajes se ubicaron el asistir en compañía de Amigos (sin ser compañeros de escuela) con 19.3% y llegar con Familiares con 10.3%. La asistencia con Compañeros de escuela fue señalada por un 3.3% los encuestados, mientras que el acudir con Amigos y familiares en conjunto sólo alcanzó el 2%.

Al igual que en la mayoría de los espacios culturales la composición de los grupos asistentes puede depender (aunque no necesariamente) de los espectáculos o actividades específicas para determinados sectores de la población. De esta situación surgen, entonces, posibilidades de inclusión de eventos y acciones para la posible inserción y colocación de todos los públicos posibles, tomando en cuenta la ubicación, difusión y calidad de los espacios y espectáculos que serán, continuamente, características de las que dependerá en gran medida su valorización y en el mejor de los casos su entera aceptación.

Gráfica 16. Tipo de grupo



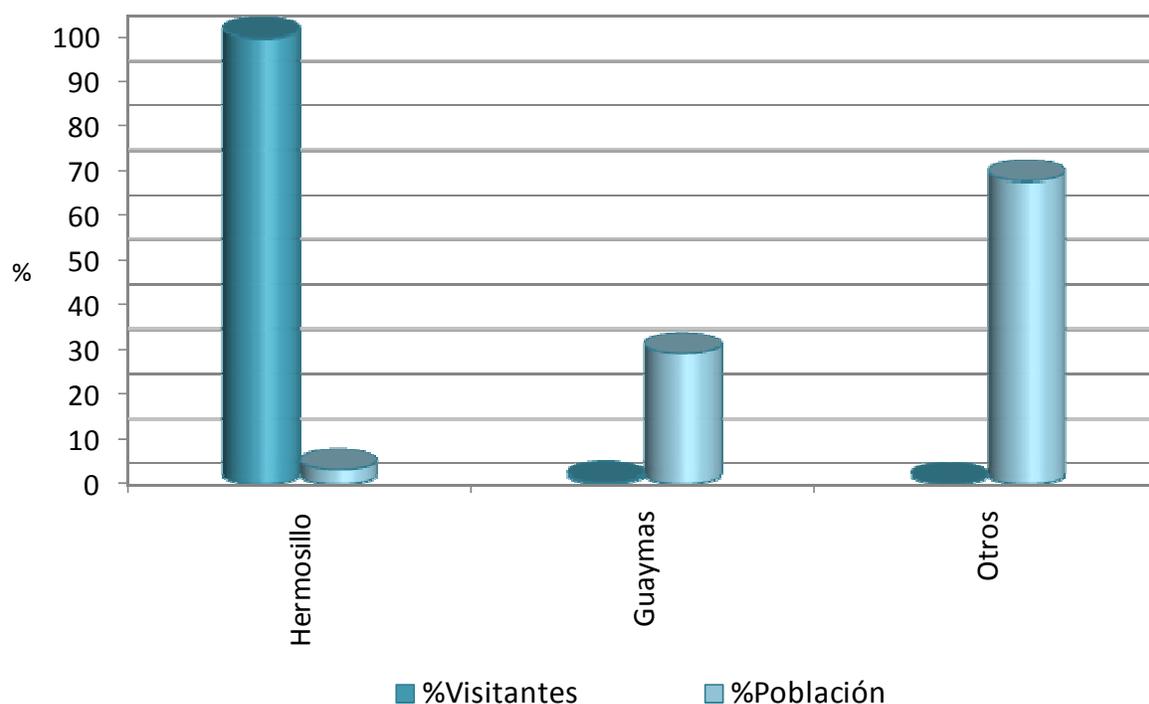
V.3 Procedencia

Con la intención y el objetivo de conocer el impacto y la zona de influencia del Festival *Un desierto para la danza* se realizó una pregunta sobre el lugar de procedencia de los visitantes. En este caso todos los asistentes pertenecen a la sede del Festival, es decir al Estado de Sonora. Es importante tomar en cuenta la ubicación de los espectáculos y actividades pues en muchos casos puede constituir un factor decisivo para la frecuente, inusual o nula visita desde los diferentes municipios del Estado.

En el caso de la procedencia de los encuestados según su municipio encontramos que casi en su totalidad, es decir un 99.7%, pertenecen a Hermosillo, contando además a Guaymas con sólo 0.3% de origen de la muestra.

Por supuesto, ante esta incógnita brota la necesidad de persuadir públicos y propagar eventos y actividades del Festival, así como el ofrecer y difundir tanta información como sea posible a la mayor o en el mejor caso, a la totalidad de la población.

Gráfica 17. Procedencia por municipio



Por otra parte, se estableció un índice que consiste en el cociente $[(1) / (2)]$ entre el porcentaje de visitantes $[(1)]$ de los municipios respecto al porcentaje de su población $[(2)]$. De acuerdo a este índice el municipio de Hermosillo obtuvo (32.7) en correspondencia a su población, a la vez que mediante el mismo método Guaymas generó (0.0).

Cuadro 1. Procedencia por municipio

Municipios	(1) % Visitantes	(2) % Población ¹	(1) / (2) Cociente
Hermosillo	99.7	3.0	32.7
Guaymas	0.3	29.2	0.0
Otros	0.0	67.7	0.0
Total	100.0	100.0	1.0

¹ Cálculos propios con base al II Censo de Población y Vivienda 2005

V.4 Pirámide de población y de visitantes (Sexo y Edad)

Dentro de las características sondeadas entre los visitantes se encuentran la edad y el sexo, la forma utilizada para describir conjunta y simultáneamente ambos datos es por medio de la denominada pirámide de población, dicha herramienta permite representar tanto datos estadísticos básicos como realizar comparaciones entre distintas estructuras demográficas.

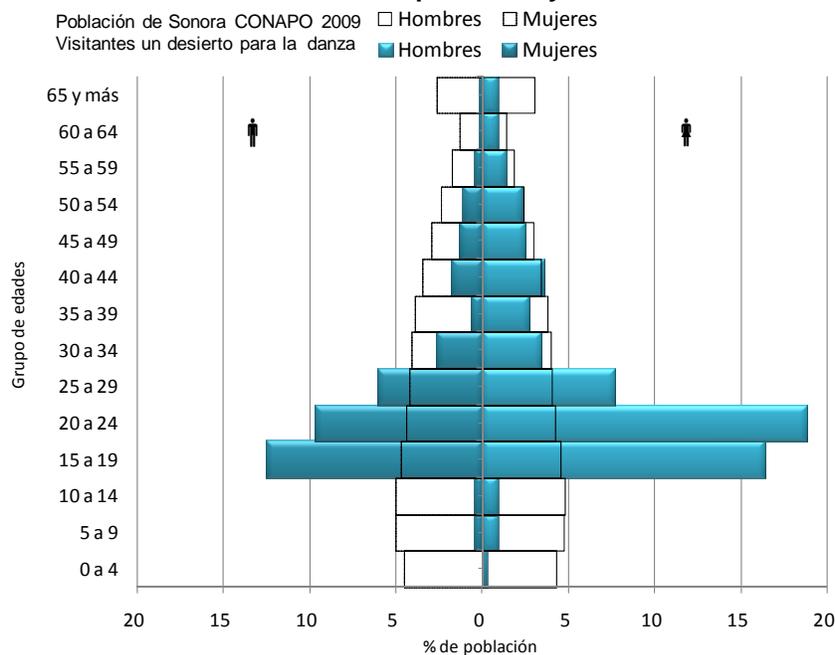
Se pueden observar dos gráficas, la de tono transparente representa en porcentajes relativos a la población del Estado de Sonora, mientras que la que está de color se refiere a los visitantes encuestados en el Festival. Las diferencias existentes entre ambas estructuras indican al público que no se está captando 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).

La pirámide muestra, sin lugar a dudas, la magnífica aprobación de públicos de 15 a 29 años tanto de visitantes masculinos como femeninos aunque en el caso de las mujeres es mucho más notorio sobre todo en el rango de 15 a 24 años. En los casos consecuentes se observa una baja considerable de visitantes en correspondencia a la población en ambos sexos la cual es sumamente visible en el caso masculino y sobre todo mucho más evidente en el caso de los adultos mayores. También es bastante perceptible la baja afluencia del público infantil de los 5 a los 14 años tanto en niños como en niñas.

Por supuesto e indiscutiblemente se manifiesta la oportunidad de atraer a estos públicos poniendo especial énfasis en distintas herramientas como la difusión, las actividades y eventos atractivos, los programas de inclusión y accesibilidad, la apertura de espacios y expresiones, en fin acciones atrayentes, interesantes y seductoras las cuales podrían ayudar y favorecer a la afinidad tanto de los alejados, los no captados y los ya logrados públicos.

Gráfica 18. Pirámide de población y de visitantes



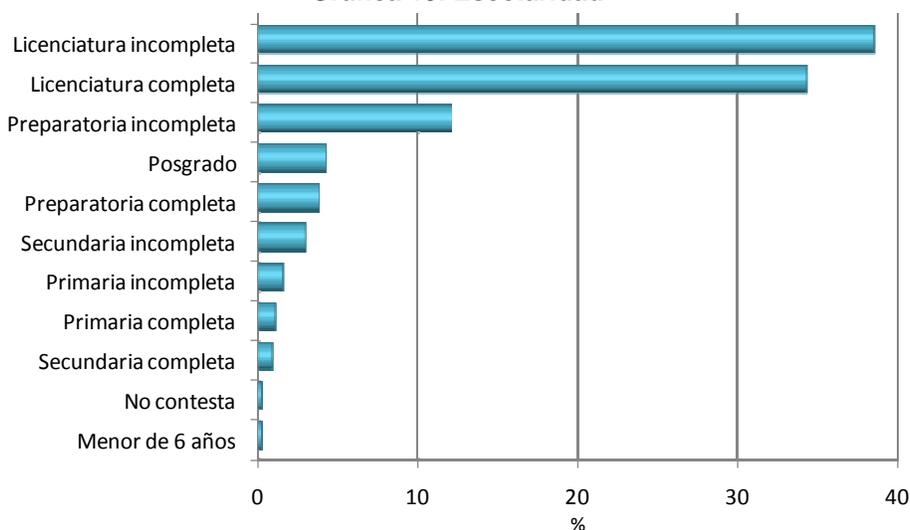
*Nota: Se asume que la procedencia del encuestado líder es la misma que la de sus acompañantes, es decir el grupo en su totalidad mantiene la misma procedencia del encuestado líder.

V.5 Escolaridad

La escolaridad de los visitantes al Festival es otra característica y elemento incluido en la investigación. Según la información levantada el nivel de estudios con mayor mención fue la Licenciatura incompleta con 38.6%, le siguió la Licenciatura completa con 34.3 % y Preparatoria incompleta con 12.1% de la muestra. El 4.3% de los encuestados afirmaron contar con un Posgrado a la vez que los niveles de estudio con menor porcentaje fueron Primaria incompleta, Primaria completa y Secundaria completa con 1.6, 1.1 y 0.9% respectivamente.

Como ya se ha mencionado en apartados anteriores es prudente el desarrollo y la aplicación de programas y convenios con instituciones escolares y académicas para la integración de sus estudiantes o poblaciones al ámbito cultural ya sean estas de forma individual o grupal en los aspectos educativos o recreativos.

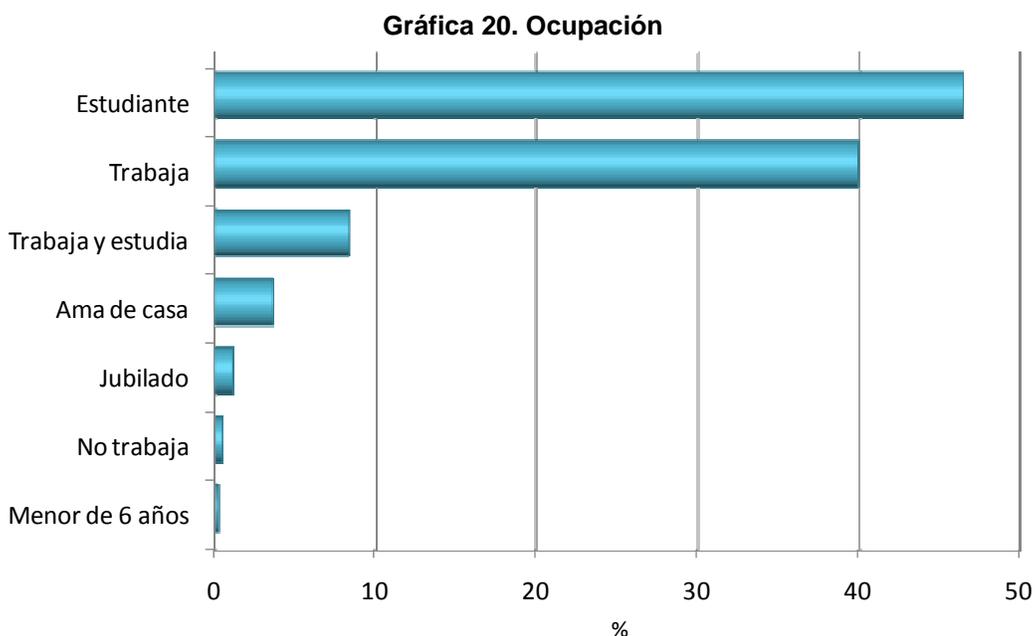
Gráfica 19. Escolaridad



V.6 Ocupación

Correspondiente a la información captada se observó que un amplio 46.4% de los encuestados dijeron tener como ocupación Estudiante, otro extenso 39.9% refirió que Trabaja. La opción de Trabaja y estudia en conjunto alcanzó el 8.3% de la muestra y las Amas de casa se mostraron con un 3.6%. Los menores porcentajes correspondieron a los Jubilados que obtuvieron el 1.1% y a asistentes que en ese momento refirieron que no Trabajan con 0.4%.

Una vez más se muestran latentes las oportunidades de capturar públicos potenciales. En el caso de los estudiantes se puede buscar abarcar un volumen mayor, no sólo en niveles medios y superiores sino en primarios pues al adentrarse en dichos espacios educativos se puede cautivar y atraer tanto a estudiantes como, quizá en algunos o muchos casos, a las Amas de casa.

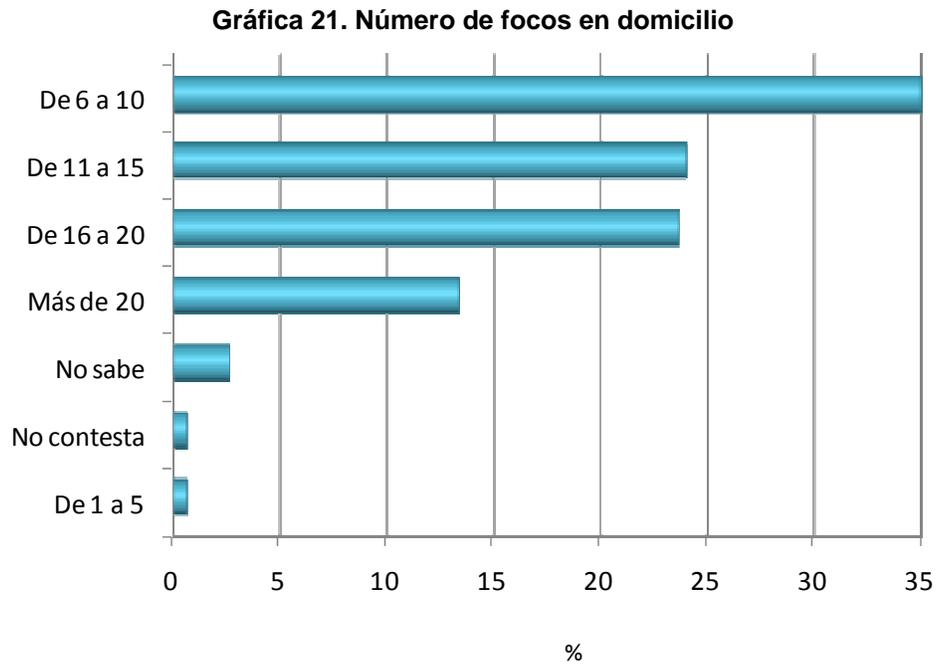


V.7 Número de focos en domicilio

El nivel socioeconómico de los encuestados es otro factor requerido en este estudio, con este objetivo 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 domicilio.

Dentro de esta materia se encontró que la mayor incidencia en cuanto al número de focos en los hogares de los encuestados se ubicó en el rango de 6 a 10 con 35%, muy de cerca se encontraron las categorías de 11 a 15 y de 16 a 20 focos con 24% y 23.7% respectivamente. Destaca en medio de los porcentajes un visible 13.3% de encuestados que afirmaron tener Más de 20 focos. Se acentúa también un 2.7% de la muestra que decidió contestar que No sabe la cantidad de focos que tiene en su domicilio.

Los datos arrojados por la encuesta demuestran que la categoría de 6 a 10 focos fue la de mayor mención por parte de los asistentes, sin embargo como lo muestra la gráfica se puede observar la frecuencia de altos porcentajes en los casos de 11 a 15, de 16 a 20 y de Más de 20 focos.



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 Québec, Canadá¹. A continuación se proporciona la metodología empleada acorde al contexto de los visitantes y el Festival donde se levantó la encuesta. Antes de su levantamiento formal, se tuvo una etapa de desarrollo, análisis y crítica lo que permitió que se pudieran detectar oportunidades de mejora en el cuestionario y lo cual aseguró avanzar en la dirección deseada.

Población objetivo

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

Marco muestral

Con el objetivo de obtener resultados 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 realización, horario de eventos y actividades y vías de circulación de los visitantes.

Unidad de muestreo

La encuesta realizada comprendió preguntas personales referidas al motivo de la visita, al grado de satisfacción, hábitos de prácticas y consumo cultural, etcétera. 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. Se emplearon preguntas dirigidas a recabar información sobre el grupo que acompañaba al encuestado, como lo fueron su edad, sexo, ocupación y nivel de estudios. Con ello se considera que se tiene un panorama más amplio de la composición sociodemográfica de los visitantes. Esta fue la única pregunta que respondió el informante a nombre de terceros.

Método de muestreo

El levantamiento de la información se llevo al cabo tanto en días entre semana como en fin de semana. La selección de las horas para la aplicación de la encuesta se realizó en base a los horarios de inicio de distintos eventos del Festival. Cabe mencionar que por razones de logística la encuesta fue de entrada.

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. Sin faltar a la estrategia, pero adecuándose a las situaciones, en algunos casos la selección obedeció a las características de los espacios o a el flujo de asistentes de los eventos.

¹ Véase *Musée de la Civilisation (2001), Conozca a sus visitantes, guía de encuesta por sondeo, Sociedad de Museos Québécois*.

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 5.7 %. Esto conlleva a un total de 300 encuestas del Festival. Debe señalarse que la muestra se sujetó y adecuó a la información obtenida, la cual dependió de algunas contingencias y circunstancias ajenas tanto a la organización del Festival como al equipo de investigación. 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 A1.

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 deducir el nivel de ingresos de los visitantes encuestados, se incluyó dentro del cuestionario una pregunta respecto a la cantidad de focos existentes en su hogar. Es franco aceptar que de haber preguntado directamente el nivel de ingresos de los encuestados, se hubiese expuesto al estudio a gran cantidad de no respuestas. Por otra parte, en la Encuesta Nacional de Ingreso y Gasto de los Hogares (ENIGH, 2006) del INEGI, además de 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 posible describir la dependencia existente entre ambas variables y posteriormente, dada la representatividad de la encuesta, extrapolar los resultados para el contingente de visitantes captados en el presente estudio de público.

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). 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 3 para obtener un promedio mensual de ingreso (pesos corrientes).

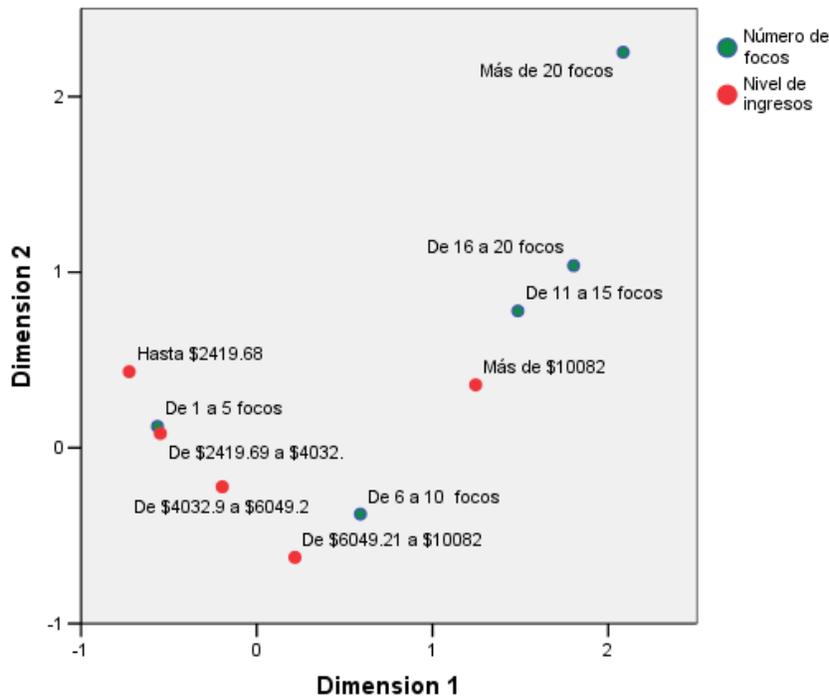
Una vez aplicados los criterios referidos, se generan cinco niveles tanto en la variable de ingreso como en la variable del número de focos, donde en esta última se toma la misma categorización que la empleada en nuestro cuestionario. Con ello, cada uno de los niveles de ingreso cuenta con aproximadamente un 20% del total de las observaciones (técnicamente, se formaron quintiles). El Cuadro A 2 muestra, en porcentajes, la concentración de las viviendas respecto al número de focos y los niveles de ingreso.

Cuadro A 2

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 \$2419.69 hasta \$4032.8; tener de 6 hasta 10 focos con un ingreso promedio mensual de entre \$6049.21 hasta \$10082; por último tener más de 10 focos se asocia con tener por lo menos un ingreso promedio mensual de \$10082.

Gráfica A 1



III. Cuestionario

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

ENCUESTA A VISITANTES AL FESTIVAL UN DESIERTO PARA LA DANZA

¡Hola! Mi nombre es (nombre del encuestador). En el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes estamos realizando una encuesta a los visitantes del festival de danza con el objeto de brindar un mejor servicio. Su opinión es muy importante.

Datos generales						P.1 Tipo de grupo <input type="checkbox"/>	
Folio:		<input type="text"/>	Encuestador:		<input type="text"/>	Amigos (sin ser compañeros de escuela) 1	
Fecha:	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	Horario:	<input type="text"/>	<input type="text"/>	Compañeros de escuela 2
	D	M	A		H	H	Familiares 3
					M	M	Amigos y familiares 4
Datos del entrevistado (solo para visitantes de 15 años o más):							
Entidad federativa de residencia:				Sede _____			
Municipio/de residencia (ciudad) _____							
Código Postal:		<input type="text"/>	Otros, especifique _____ 6				

Perfil sociodemográfico de los visitantes							P.6 ¿Fue ésta su primera visita al Festival? <input type="checkbox"/>	
	V.1	V.2	V.3	V.4	V.5	V.6	Si 1	
P.2 Sexo							No 2	
P.3 Edad							No sabe 98	
P.4 Escolaridad							No contesta 99	
P.5 Ocupación							<p>*Encuestador si la respuesta de la pregunta 6 fue No (código 2) realiza la pregunta 7 o si no pasa a la pregunta 8</p>	
							P.7 ¿Qué opinión tiene del Festival?	
							<input type="checkbox"/>	
							Excelente 1, Bueno 2, Aceptable 3, Malo 4, No contesta 99	

Códigos		
Categoría	Código	Descripción
No estudió nada	1	Trabaja
Primaria incompleta	2	Trabaja y estudia
Primaria completa	3	No trabaja
Secundaria incompleta	4	Amo de casa
Secundaria completa	5	Estudiante
Preparatoria incompleta	6	Jubilado
Preparatoria completa	7	Mayor de 65 años
Universidad incompleta	8	No contesta
Universidad completa	9	
Retirado	10	Señal
Mayor de 65 años	11	Hombre
No contesta	99	Mujer

P.8 ¿Hubiera venido a este lugar aunque no se hubiese realizado el Festival?

Si	1
No	2
No sabe	98
No contesta	99

P.9 ¿Cómo se enteró de la existencia del Festival?

Oficina turística (guía)	1
Recomendación amigos o familiares	2
Periódicos (Diarios, Revistas)	3
Radio	4
Televisión	5
Conoce desde siempre el Festival	6
Internet	7
Por un maestro o libro de texto	8
Publicidad (Guías, Folletos, Carteles)	9
Otros (especifique) _____	10
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)	
Leer	

No sabe 0:00

P.11

Actividad cultural	En los últimos 3 meses, ¿Cuántas veces realizó las siguientes actividades culturales?
1. Ir al cine	
2. Ir al teatro	
3. Ir a museos	
4. Ir a bibliotecas	
5. Ir a librerías	
6. Ir a zonas arqueológicas	

Ninguna 0
No sabe 98
No contesta 99

P.12 Cuando usted era niño ¿Sus padres lo llevaban a Festivales de danza?

Si	1	No	2
No sabe	98	No contesta	99

P.13 ¿Qué géneros de danza... prefiere, practica*?

Danza Clásica (Ballet)	1		
Contemporánea	2		
Folklore	3		
Jazz	4		
Hawaiano	5		
Baliles de Salón	6		
Otras (especifique)	7		

*Códigos

Si	1
No	2

P.14 Si hubiera alguna escuela o academia de danza ¿Asistiría usted?

Sí	1
No	2
No sabe	98
No contesta	99

P.15 Respecto a los eventos de danza, ¿Dónde prefiere que se realicen?

Teatro	1
Auditorios	2
Casa de Cultura	3
Espacios públicos	4
Otros (especifique) _____	5
No sabe	98

P.16 ¿La atención en la taquilla como la considera?

Mala	1
Regular	2
Buena	3
Excelente	4
No sabe	98

P.17 ¿Cuáles son los motivos principales por los que usted asistiría a una presentación de danza?

Por el tipo de danza que se presenta	1	<input type="checkbox"/>
Por la compañía	2	<input type="checkbox"/>
Por un anuncio en los medios	3	<input type="checkbox"/>
Por recomendación de familiares o amigos	4	<input type="checkbox"/>
Por comentarios o reseña en los medios	5	<input type="checkbox"/>
Por costumbre, asiste regularmente	6	<input type="checkbox"/>
Para entrenarse	7	<input type="checkbox"/>
Otro (especifique) _____	8	<input type="checkbox"/>
No contesta	99	<input type="checkbox"/>

P.18 ¿Cuál es la razón principal por la que no pudiera asistir a presentaciones de danza?

No tiene tiempo	1	<input type="checkbox"/>
No le interesa	2	<input type="checkbox"/>
No tiene dinero para la entrada	3	<input type="checkbox"/>
No sabe donde son	4	<input type="checkbox"/>
Están muy lejos	5	<input type="checkbox"/>
No hay buen servicio	6	<input type="checkbox"/>
El horario no le conviene	7	<input type="checkbox"/>
Otra	8	<input type="checkbox"/>
No contesta	99	<input type="checkbox"/>

P.19 ¿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.20 ¿Me podría decir cuántos focos hay en su vivienda?

No sabe	98
No contesta	99

**¡Muchas gracias por su participación!
(la Encuesta ha concluido)**