



El público del Festival Córdoba Diseña 2017

En esta edición del Festival, se realizó un relevamiento del público asistente en el Museo de la Industria (Zona Diseño), datos que nos permiten delinear un perfil del visitante como así también ajustar aspectos del evento para futuras ediciones. A continuación mencionamos los objetivos del presente estudio:

- Definir el **perfil demográfico** de las personas que participan del Festival Córdoba Diseña 2017.
- **Determinar cuál es la procedencia de los asistentes del Festival Córdoba Diseña 2017.**
- Estipular si el público participante del Festival tiene **formación en disciplinas relacionadas al diseño.**
- Definir y caracterizar los **hábitos de consumo de diseño** del público del Festival en lo inherente a:
 - ✓ Frecuencia de adquisición de productos de diseño;
 - ✓ Motivaciones que incentivan la adquisición de productos de diseño;
 - ✓ Espacios que frecuentan e identifican (posicionamiento) para adquirir productos de diseño;
 - ✓ Atributos que identifican sobre el diseño;
 - ✓ Monto que suelen destinar para la adquisición de productos de diseño;
- Conocer la **percepción** que tiene el público sobre el Festival Córdoba Diseña 2017 y qué sugerencias haría para ediciones futuras.

Ficha técnica

Tipo de estudio realizado: Descriptivo. No probabilístico.

Técnica de recolección de datos: Encuesta. (Ver anexo)

Instrumento de recolección de datos: Cuestionario estructurado a partir de 2 ejes:

- Hábitos de consumo de Diseño
- Festival Córdoba Diseña 2017

Tipo de preguntas: cerradas *-de elecciones múltiples y dicotómicas-* y abiertas.

Diseño del relevamiento: casos tomados por conveniencia en el Museo de la Industria (Zona Diseño) durante los 4 días del Festival (15, 16, 22 y 23 de julio de 2017) en los horarios tarde y tarde-noche. Se relevó la misma cantidad de casos por día.

Definición de las unidades de análisis: visitantes del Festival Córdoba Diseña 2017 en el Museo de la Industria (Zona Diseño) mayores de edad.

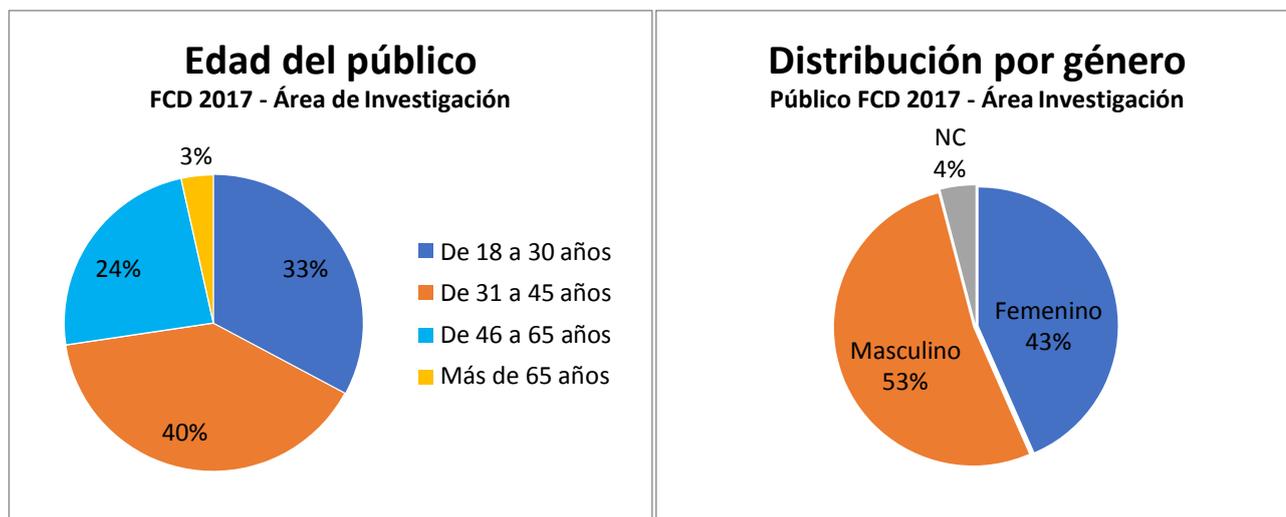
Total a relevar:

- 201 casos sobre un universo estimado de 2000 personas esperadas.

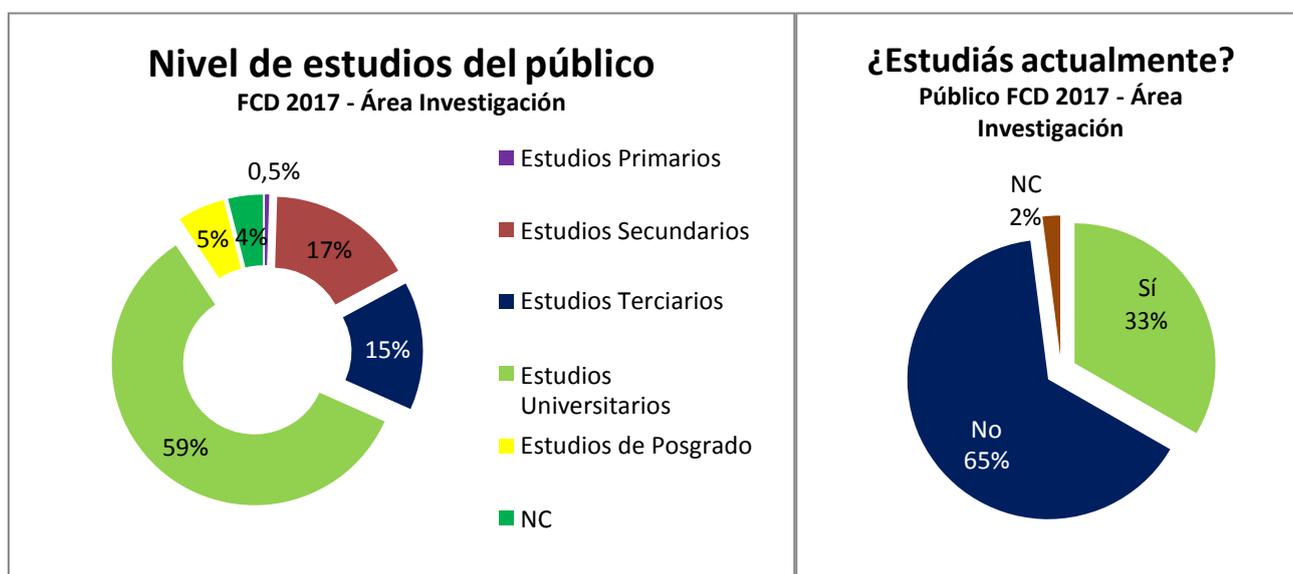
Fecha de realización del trabajo de campo: 15, 16, 22 y 23 de julio de 2017.

Datos demográficos

Según los datos aportados en el relevamiento efectuado, 7 de cada 10 personas que visitaron el Festival tiene entre 31 y 45 años de **edad**, en tanto que la **distribución de la muestra por género** es pareja con una leve preponderancia de hombres asistentes.



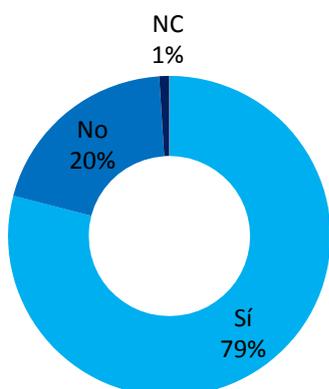
En cuanto al **nivel de estudios**, 8 de cada 10 asistentes tienen estudios superiores terminados, ya sean universitarios, terciarios o de posgrado. Se observa así que el nivel de instrucción del público asistente es elevado, si bien la mayoría no continúan estudiando actualmente.



Otro dato que se desprende del estudio es que 8 de cada 10 visitantes **trabaja**, mayoritariamente en **ocupaciones** relacionadas a la “enseñanza” y actividad “comercial”.

¿Trabaja actualmente?

Público FCD 2017 - Área Investigación



Ocupación del público

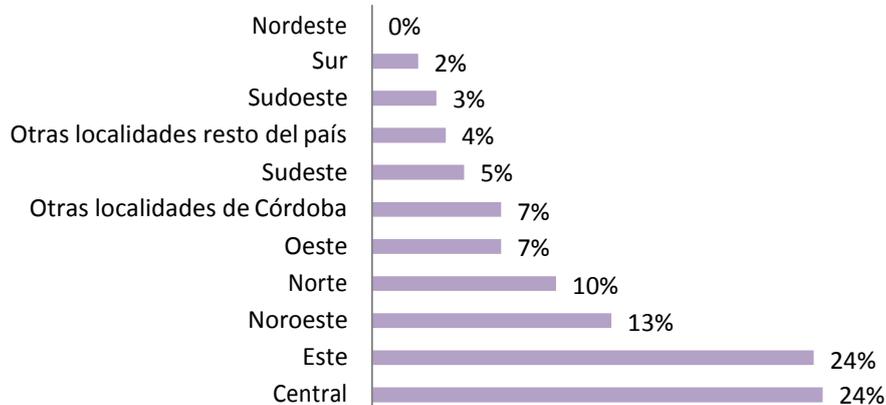
FCD 2017 - Área Investigación



Casi el 50% de los asistentes abordados **provino de barrios** ubicados en la zona “central” y “este” de la ciudad. Esto podría responder a la accesibilidad al Festival a través de transporte público y a la cercanía del Museo de la Industria a los barrios ubicados en tales zonas. Por su parte, no hubo presencia de público de los barrios del “nordeste”, aunque sí de zona “norte” y “noroeste”. Fue baja la participación de público de zona “sur”, “sureste” y “suroeste” de la ciudad, como así también de otras localidades de Córdoba y de otras provincias argentinas.

Procedencia de los asistentes del Festival

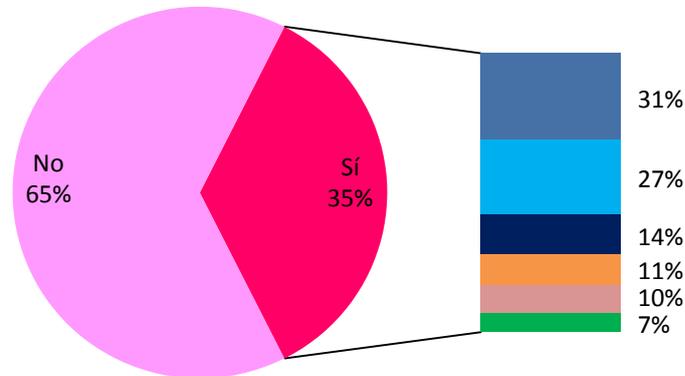
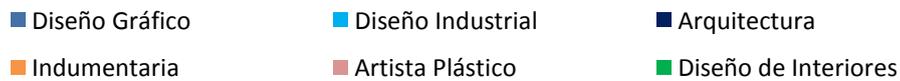
FDC 2017 - Área de Investigación



Se consultó al público **si practica alguna actividad vinculada al diseño**. Si bien el 65% de la muestra señaló que no, los que respondieron afirmativamente señalaron los rubros en los que desarrollan su actividad, siendo casi 6 de cada 10 los que indicaron “diseño gráfico” e “industrial”.

¿Realiza alguna actividad vinculada al diseño? En caso afirmativo, ¿cuál?

Público FCD 2017 - Área de Investigación

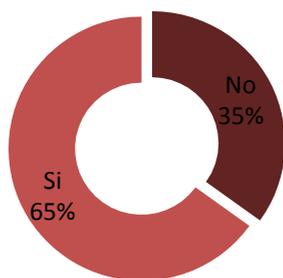


Hábitos de Consumo de Diseño

En relación a los hábitos de consumo de este tipo de expresión artística, el 65% de los encuestados, menciona haber **comprado productos de diseño en el último año**. En cuanto a la **frecuencia de compra**, ocho de cada 10 visitantes compra productos de diseño entre una y tres veces al año.

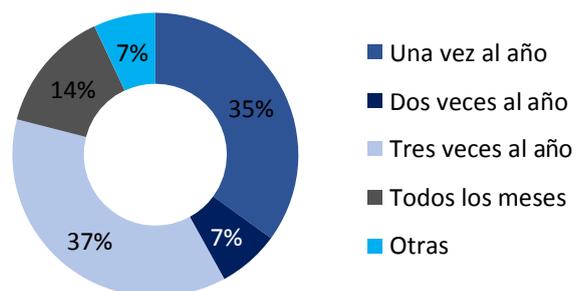
¿Ha comprado productos de diseño en el último año?

Público FCD 2017 - Área de Investigación



Frecuencia de compra de productos de diseño

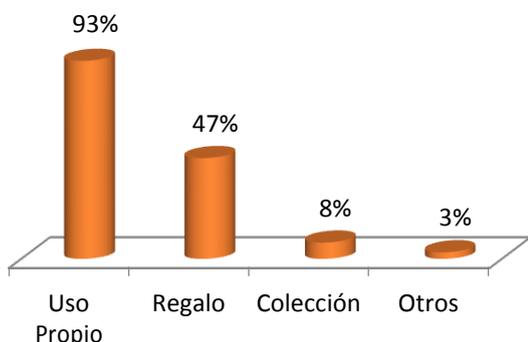
Público FCD 2017 - Área de Investigación



Entre los principales **motivos de compra** 9 de cada 10 indicó para “uso propio” y 5 de cada 10 para hacer un “regalo”. En relación al **espacio de uso o usos más frecuentes de los productos de diseño adquiridos**, 5 de cada 10 señalaron productos para el “living” y “vestimenta/indumentaria”.

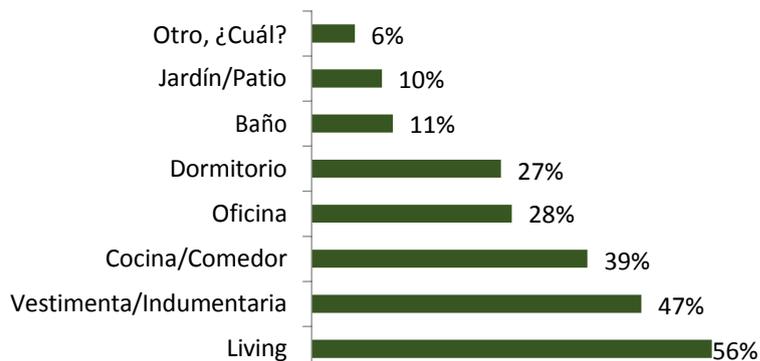
Motivo de compra de productos de Diseño

Público FCD 2017 - Área de Investigación



Espacios de uso / usos más frecuentes de los productos de diseño que se compran

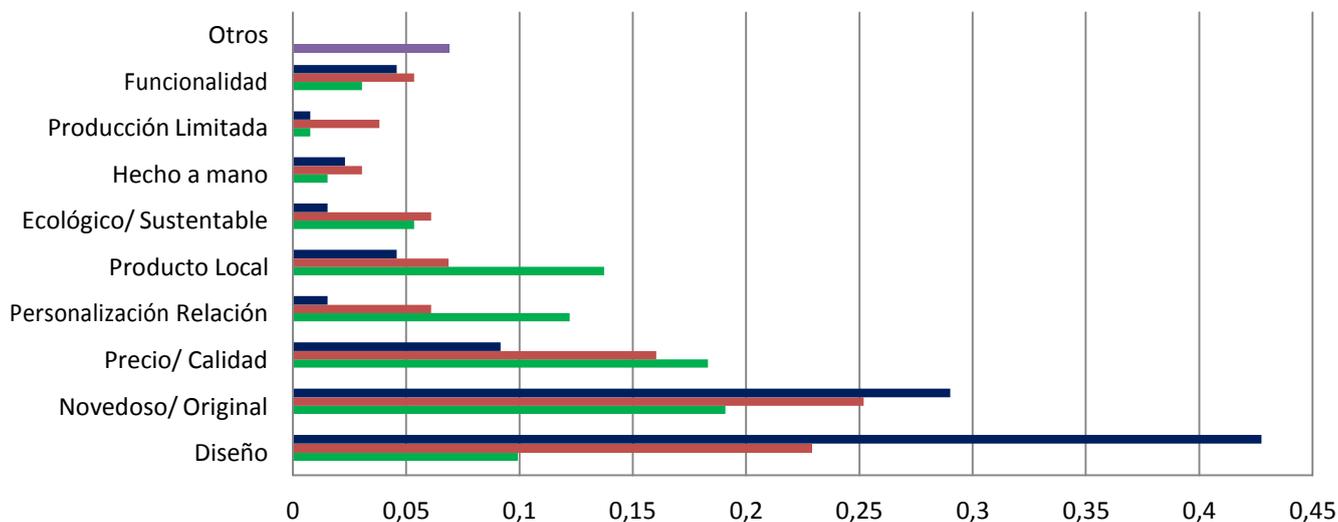
Público FCD 2017 - Área de Investigación



Sobre los atributos que el público del Festival tiene en cuenta para adquirir un producto de diseño, 4 de cada 10 asistentes mencionó en primer lugar el “diseño” y lo “novedoso/original” del artículo (en ese orden). En segundo lugar se indicó primero lo “novedoso/original” del producto y segundo el “diseño”. En tercer lugar apareció nuevamente en primer término lo “novedoso/original” y en segundo la “relación precio/calidad”.

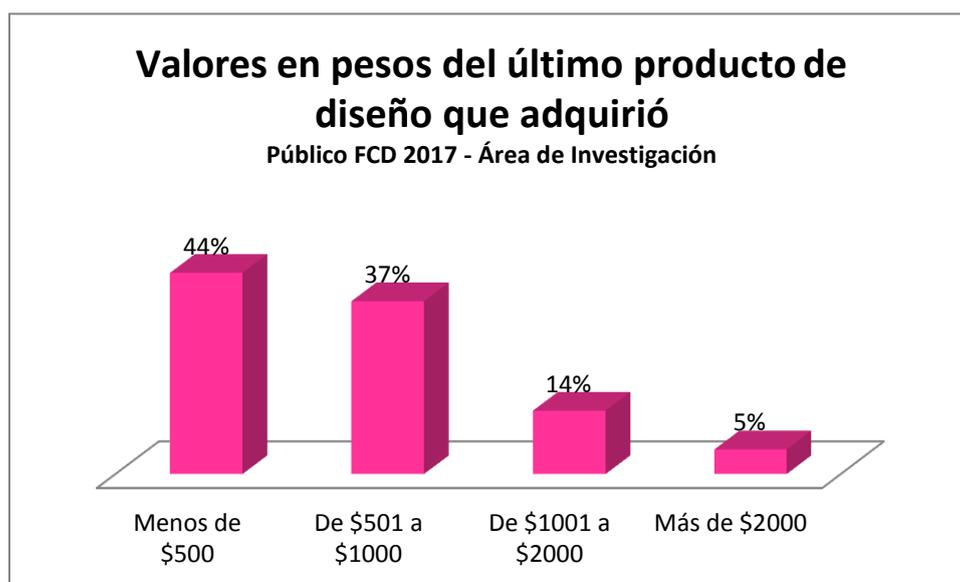
Los 3 atributos tenidos en cuenta para adquirir productos de diseño

Público FCD 2017 - Área de Investigación

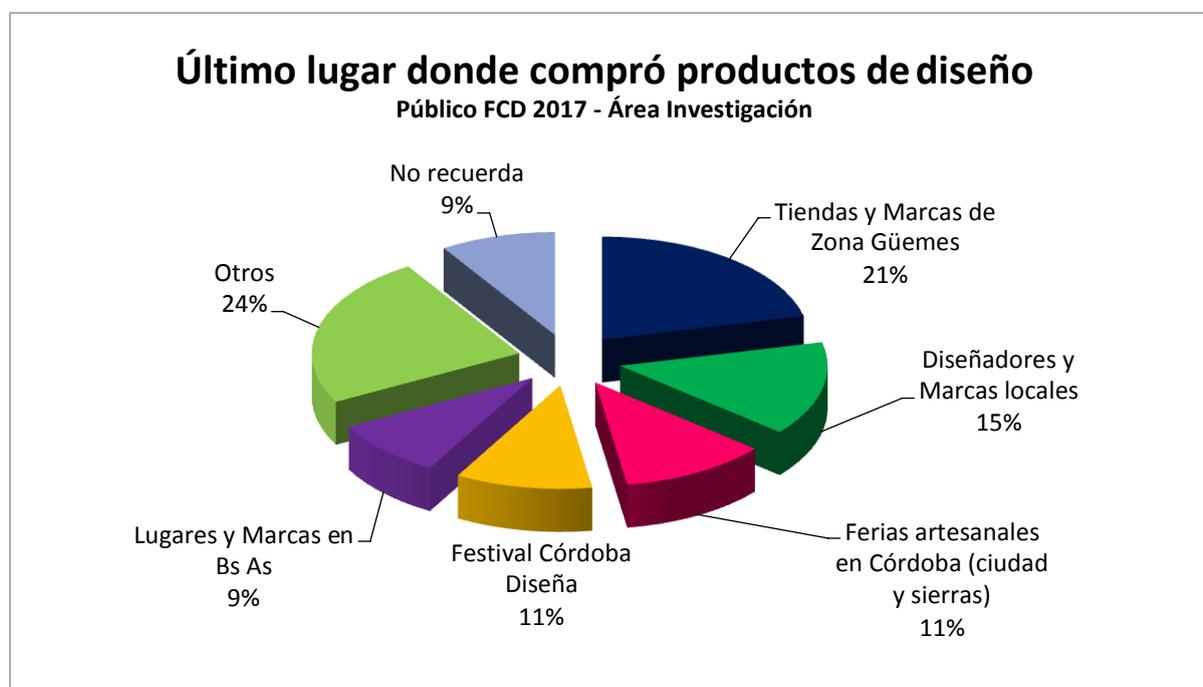


	Diseño	Novedoso/ Original	Relación Precio/ Calidad	Personalización	Producto Local	Ecológico/ Sustentable	Hecho a mano	Producción Limitada	Funcionalidad	Otros
■ 1°	43%	29%	9%	2%	5%	2%	2%	1%	5%	
■ 2°	23%	25%	16%	6%	7%	6%	3%	4%	5%	
■ 3°	10%	19%	18%	12%	14%	5%	2%	1%	3%	
■										7%

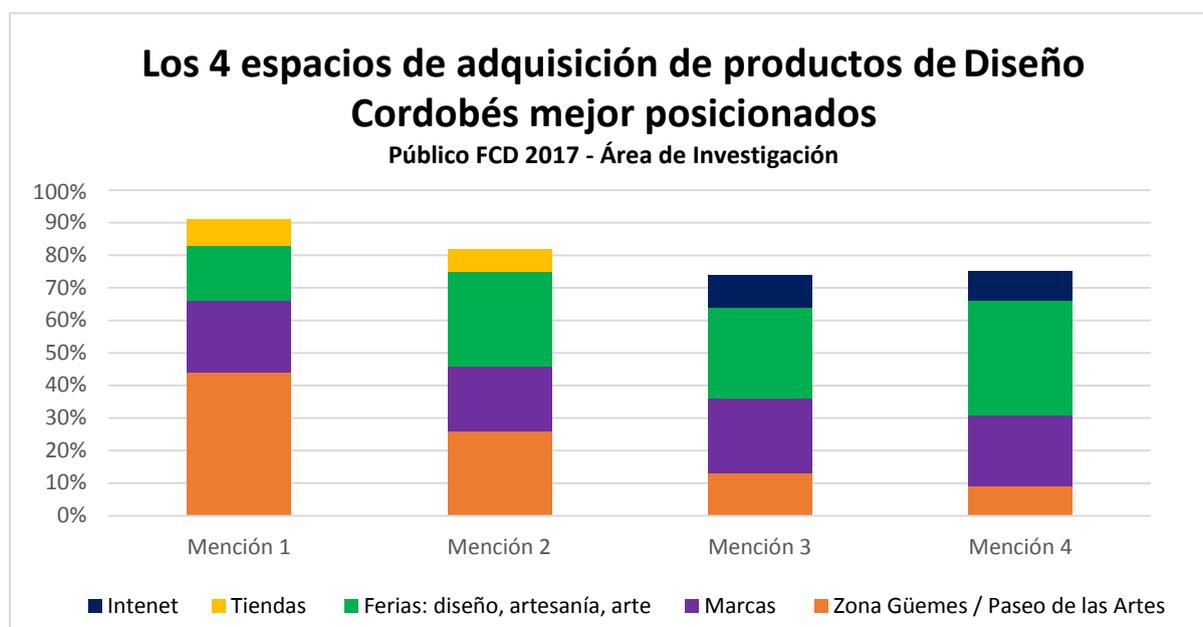
En relación al **precio del último producto de diseño que adquirió**, el 81% de los casos indicó \$1000,00- o menos.



Respecto al **último lugar donde el público del Festival compró productos de diseño**, se destaca “Güemes” como polo de diseño sumamente posicionado para los asistentes. En este sentido se menciona, por un lado, las “tiendas y marcas de Zona Güemes”, y también las “Ferias artesanales de Córdoba” entre las cuales están las de ese barrio, destacadas por la cantidad (la Zona Güemes alberga 7 Ferias Artesanales), magnitud y trayectoria de las mismas, identificadas por el público como espacios de exposición, circulación y venta de productos de diseño. También resalta la alusión a “diseñadores y marcas locales”.



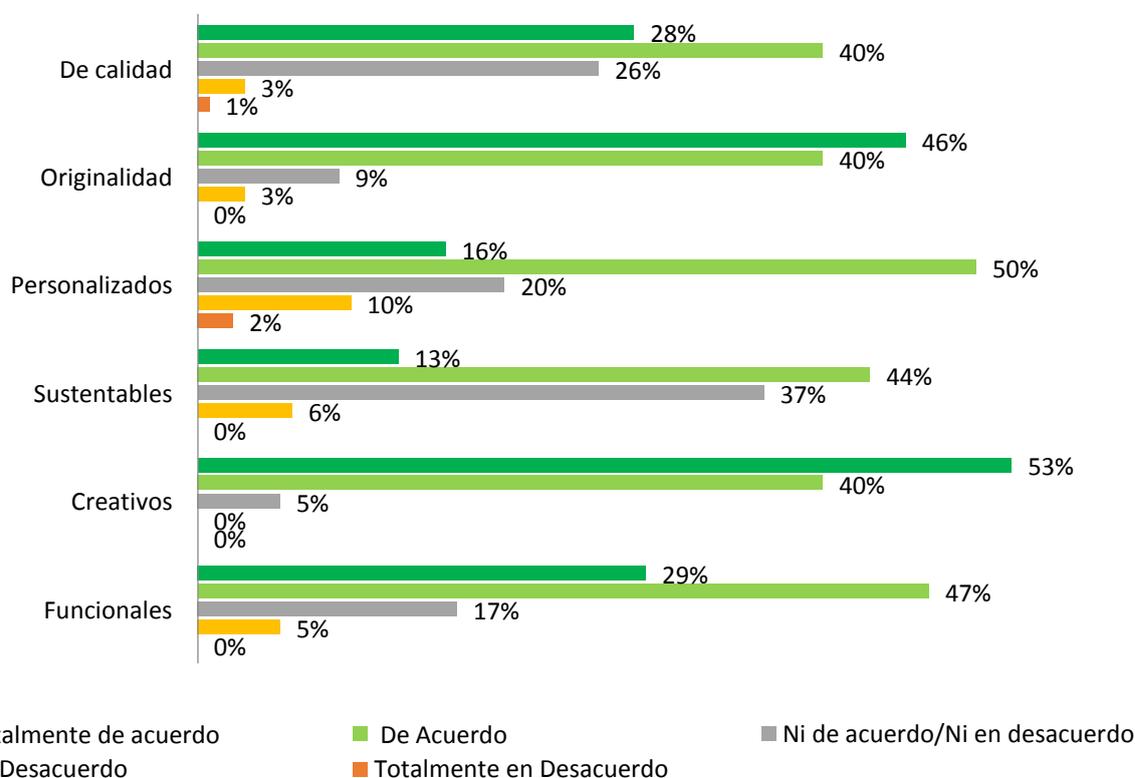
En sintonía con lo anterior, los **cuatro espacios de adquisición de productos de diseño más presentes para el público del Festival al momento de realizar la encuesta** fueron, en orden, “Zona Güemes/ Paseo de las Artes”, “Ferias de diseño, artesanía, arte”, “Marcas” de diseño mencionadas. Cabe mencionar que en la categoría “Ferias de diseño, artesanía, arte”, están incluidas las ya aludidas Ferias Artesanales, más Festival Córdoba Diseña, Mercado de Arte Contemporáneo, entre otras. Esto nos permite inferir que el Diseño abarcaría, para el público asistente al Festival, los subsectores artesanía y artes visuales/ arte contemporáneo.



Se les pidió los encuestados que indicaran si estaban o no de **acuerdo con la correspondencia de ciertos atributos a los productos de diseño**. En general estuvieron “totalmente de acuerdo” en que se trata de artículos “creativos” y “originales”. Estuvieron “de acuerdo” en que son productos “personalizados”, “funcionales”, “sustentables”. Cabe destacar que fueron bajos los niveles de “desacuerdo” sobre los atributos propuestos.

Niveles de acuerdo sobre los atributos de los productos de diseño

Público FCD 2017 - Área de Investigación



Sobre el Festival Córdoba Diseña 2017

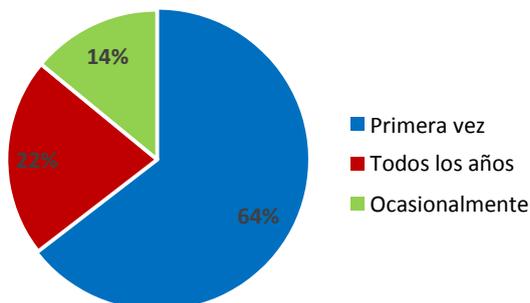
Este año el Festival logró **convocar** a un público renovado: 6 de cada 10 visitantes es la primera vez que vienen a este evento. La mayoría del público asistente se enteró del Festival a través de “web/redes sociales”.

El 64% de los encuestados, **participó por primera vez del Festival** y el 44%, dijo conocer las actividades propuestas, la mayoría **se enteró** de las mismas a través de Redes Sociales.

De manera que la comunicación del Festival a nivel de interpelación de un nuevo público a través de internet fue efectiva. No obstante, resalta la gran porción de casos relevados que señaló **“no conocer las actividades propuestas en el marco del Festival”**. Coincidentemente con esto, el público relevado señaló como principal **sugerencia** “mejorar la difusión”.

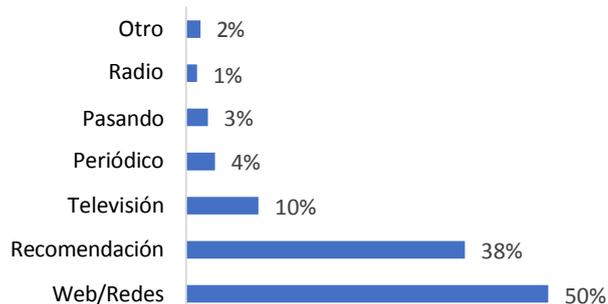
¿Con qué frecuencia participa del Festival Córdoba Diseña?

Público FCD 2017 - Área de Investigación



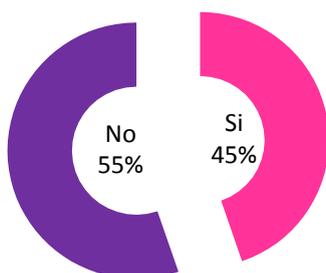
¿Por qué medio se enteró del Festival Córdoba Diseña 2017?

Público FCD 2017 - Área Investigación



¿Conoce las actividades propuestas en el marco del Festival?

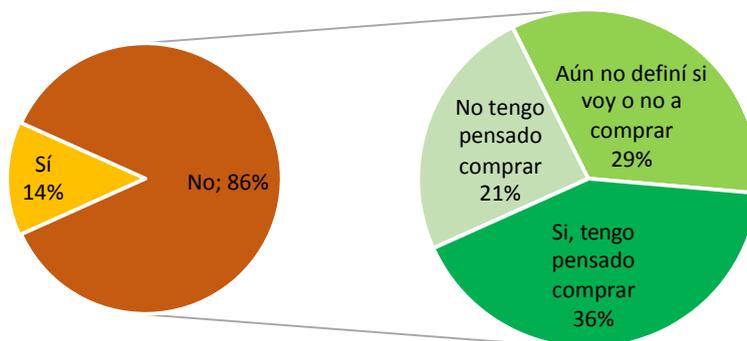
Público FCD 2017 - Área Investigación



Respecto al **comportamiento de compra durante el Festival**, se destaca que casi 9 de cada 10 personas “no compraron” productos en el evento, al momento de realizar la encuesta. No obstante, casi 4 de cada 10 personas que no compraron “tenían pensado hacerlo”, mientras que 3 de cada 10 señaló que “aún no lo tenía definido”. Sólo 2 de cada 10 personas afirmaron que “no comprarían productos” en el Festival. Éste último dato tal vez tenga relación con el 15% de los casos que afirmó que los precios “no son accesibles”, cuestión que podría tener influencia en la decisión de no comprar. En contraste, el 85% de los casos señaló que los precios eran “accesibles” o “muy accesibles”.

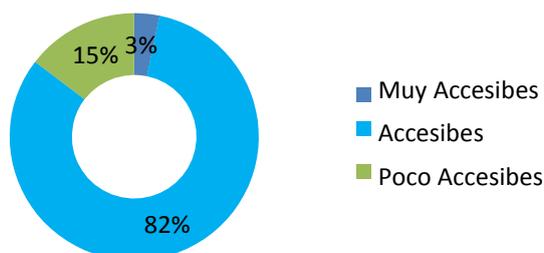
¿Ha comprado algún producto del Diseño Cordobés en el Festival?

Público FCD 2017 - Área de Investigación



¿Cómo calificaría los precios de los productos de diseño en esta edición del Festival?

Público FCD 2017 - Área Investigación



En general, la **valoración de diferentes aspectos del Festival** fue positiva, siendo lo mejor ponderado la “organización” y “ambientación” del lugar.

Calificación sobre aspectos del Festival

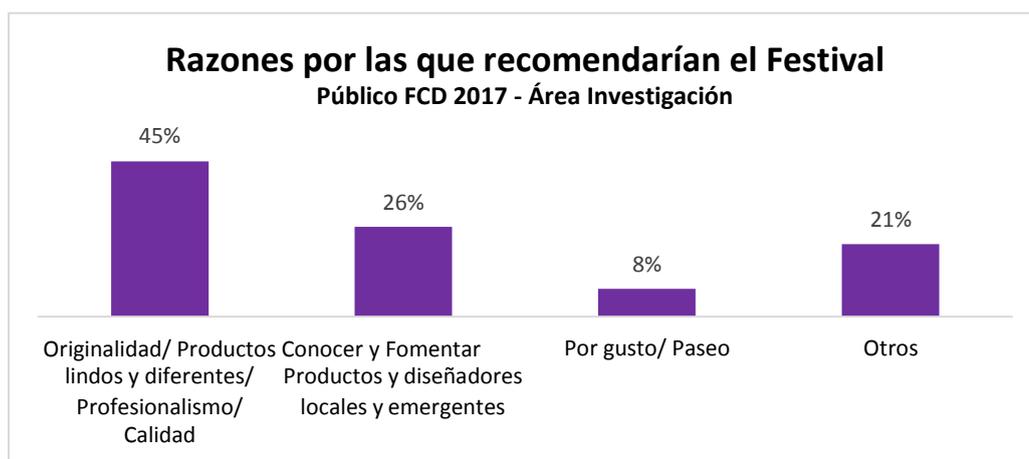
(1= muy mal; 10=Muy Bien)

Público FCD 2017 - Area de Investigación



Por su parte, el 99% de los casos **recomendarían el Festival Córdoba Diseña**, por diversos motivos entre los cuales la mayoría mencionó la “originalidad, productos lindos y diferentes, profesionalismo, calidad”. Transcribimos algunos de los motivos expuestos a continuación:

“Fomentar diseñadores, bien organizado, verdadero diseño, profesionales, me gusta la onda, la iniciativa, proyección a futuro, son productos de buena calidad y locales es importante apoyarlos, es un buen lugar donde conocer los productos locales si no sabes dónde buscarlos, hay que fomentar el consumo y valoración de lo local, gente joven, marcas locales, calidad, interesante, hay más cosas originales, no de las marcas tradicionales.”



En relación a las **sugerencias**, como se mencionó anteriormente “mejorar la difusión” fue la más mencionada, seguida de “más/ mejor oferta de diseño”



ANEXOS

Nº: Encuestador: Fecha: Horario: Actividad y Lugar:

ENCUESTA voluntaria y anónima sobre Festival Córdoba Diseña 2017

El presente cuestionario forma parte del Balance Final del Festival Córdoba Diseña 2017 llevado a cabo por la Secretaría de Cultura de la Municipalidad de Córdoba; solicitamos su participación, respondiendo cada pregunta de manera veraz. Los datos aportados serán tomados en consideración para llevar adelante propuestas de mejora en futuras ediciones del evento. Anticipadamente, le agradecemos por su tiempo.

DATOS DEMOGRÁFICOS

1- Edad:		2- Género:	Femenino		Masculino		Otro	
-----------------	--	-------------------	----------	--	-----------	--	------	--

3- ¿Qué estudios tiene? (indicar el máximo alcanzado)	Sin estudios		Terciarios completos	
	Primarios completos		Universitarios completos	
	Secundarios completos		Estudios de Posgrado completos	

4-¿Estudia actualmente?	Sí		No		5-¿Trabaja?	Sí		No	
--------------------------------	----	--	----	--	--------------------	----	--	----	--

Si respondió sí a la pregunta 5 continúe con la 5.1- ¿Qué tipo de actividad desarrolla?

Administrativa		Comercial		Enseñanza		Salud y servicios sociales		Jurídica	
Información y comunicaciones				Artística, cultural, deportiva		Investigación		Industrial	
Otra, ¿Cuál?									
6-¿En qué barrio vive?									

7- ¿Realiza alguna actividad relacionada al diseño? (gráfico, indumentaria, industrial o interiores)									
No		Sí		Si responde SI, ¿Cuál?					

8- ¿En el último año, compró productos de Diseño?						No		Si	
--	--	--	--	--	--	----	--	----	--

En caso de responder SI continúe, sino salte a la pregunta 17.

9- ¿Con que frecuencia compra productos de Diseño?									
Una vez al año		Tres veces al año		Todos los meses		Otra, ¿Cuál?			

10- ¿Cuál es el motivo de compra de productos de Diseño?									
Regalo		Uso propio		Colección		Otro, ¿Cuál?			

11- ¿Cuáles son las áreas de su casa/oficina o uso personal para las que compra artículos de diseño con mayor frecuencia? (Múltiple Opción)									
Jardín/Patio		Cocina/Comedor		Dormitorio		Baño		Living	
Oficina		Vestimenta/Indumentaria			Otro, ¿cuál?				

12- Enumere en orden de importancia los tres <u>atributos que tenga en cuenta a la hora de adquirir un producto de diseño.</u> (opción múltiple de 3 aspectos, clasificar en 1°, 2° y 3°)			
Diseño		Ecológico/Sustentable	
Novedoso/original		Hecho a mano	
Relación precio/calidad		Producción limitada	
Personalización		Producción local	
Otro, ¿cuál?			

13- Nombre el último lugar donde compró un producto de Diseño. (Local y Ciudad)	
---	--

14- A continuación, elija cuán de acuerdo o desacuerdo está con las afirmaciones que le formularemos sobre los diversos atributos de los productos de Diseño. Puede elegir entre: Totalmente de acuerdo, De acuerdo, Ni de acuerdo ni en desacuerdo, En desacuerdo y Totalmente en desacuerdo.
Marque con una cruz la casilla que corresponda.

Los productos de diseño son:	Totalmente en Desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo/Ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de Acuerdo
FUNCIONALES					
CREATIVOS					
SUSTENTABLES					
PERSONALIZADOS					
ORIGINALES					
DE CALIDAD					

15- Nombre los primeros cuatro espacios que le vienen a la mente donde se pueda adquirir productos de Diseño Cordobés			
1°		3°	
2°		4°	

16- En base al último producto que compró, ¿dentro de qué valor se ubicó?							
Menos de \$500		De \$501 a \$1000		De \$1001 a \$2000		Más de \$2000	

FESTIVAL CORDOBA DISEÑA 2017

17-¿Con qué frecuencia participa del Festival Córdoba Diseña 2017?					
Primera vez		Todos los años		Ocasionalmente	

18- ¿De qué manera se enteró del Festival? (Múltiple opción)										
Radio		Televisión		Periódico		Web /Redes		Recomendación		Otro, ¿Cuál?

19- ¿Conoce las actividades propuestas en el marco del Festival?			
Sí		No	<i>Si responde SI, ¿Cómo se entero de las mismas?</i>

20- ¿Califique los siguientes aspectos del Festival Córdoba Diseña 2017? (1=Muy malo y 10=Muy bueno)									
Stands/ Diseñadores		Organización		Ambientación		Programación General del Festival		Actividades paralelas	

21- ¿Ha comprado algún producto de Diseño Cordobés en el Festival?										
No		21.1- ¿Tiene pensado hacerlo?			Sí		No		Aún no lo definí	
Sí		21.2- ¿Cómo calificaría los precios de los productos ofrecidos?								
		Muy accesibles		Accesibles		Poco Accesibles				

22- ¿Recomendaría a sus conocidos el Festival Córdoba Diseña 2017?			
Sí		No	¿Porque?

23- ¿Qué sugerencias le haría a los organizadores para el próximo Festival Córdoba Diseña?