

## El público del Festival CBA Diseña 2019

Por su parte, se realizó un relevamiento del público que participó del Festival CBAD 2019 en el Museo de la Industria, datos que nos permiten delinear un perfil del público, como así también ajustar aspectos del evento para futuras ediciones. A continuación mencionamos los objetivos del presente estudio:

- Definir el perfil demográfico del público asistente al Festival CBAD 2019.
- Definir y caracterizar los hábitos de consumo cultural, en particular de diseño del público del Festival CBAD 2019 en lo inherente a:
  - ✓ Comportamiento de compra y adquisición de productos de diseño;
  - ✓ Espacios habituales donde adquirieron productos de diseño;
  - ✓ Atributos que identifican sobre el diseño;



- ✓ Monto que suelen destinar para la adquisición de productos de diseño;
- ✓ Participación en actividades culturales.
- Analizar la percepción del público del Festival CBAD sobre la edición 2019 del encuentro.

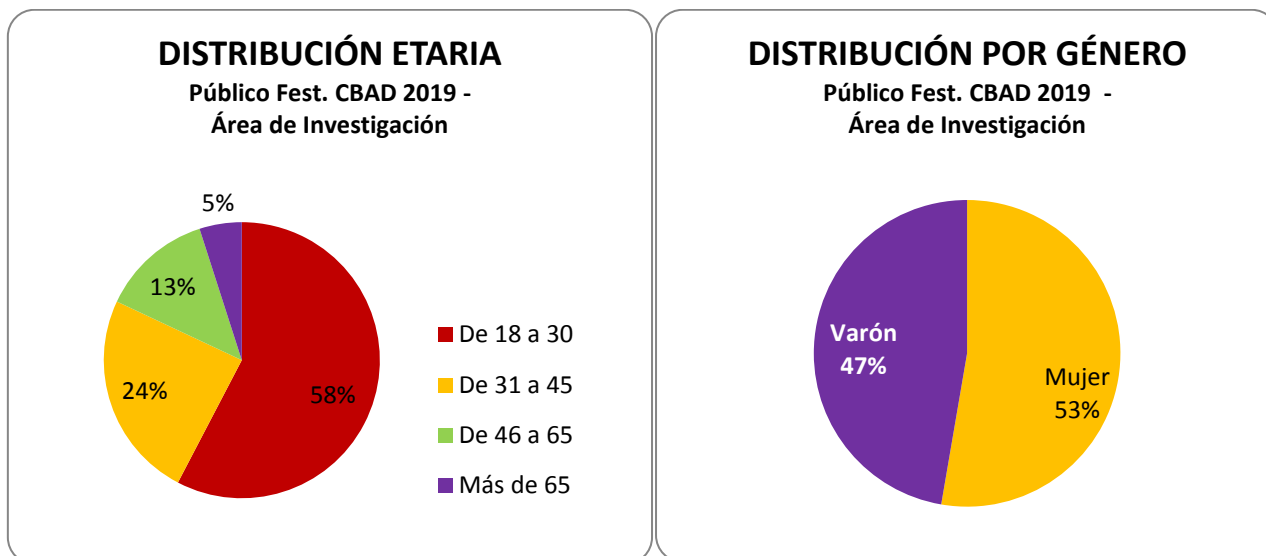
Ficha técnica
<p><b>Tipo de estudio realizado:</b> descriptivo.</p> <p><b>Técnica de recolección de datos:</b> encuesta (ver anexo).</p> <p><b>Instrumento de recolección de datos:</b> Cuestionario estructurado a partir de 4 ejes:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Perfil demográfico</li><li>- Percepción del Festival CBAD 2019</li><li>- Hábitos de consumo de Diseño</li><li>- Hábitos de participación en actividades culturales</li></ul> <p><b>Tipo de preguntas:</b> <i>cerradas</i>, de elecciones múltiples y dicotómicas; y <i>abiertas</i>, de opinión.</p> <p><b>Diseño del relevamiento:</b> casos tomados del 11 y 14 de Julio de 2019 en los horarios de 15 a 21h. El muestreo fue por cuotas, introduciendo como variable de corte el sexo (50% de cada uno).</p> <p><b>Definición de las unidades de análisis:</b> visitantes circulando por los stands del festival y en las actividades desarrolladas dentro del Museo de la Industria, mayores de 18 años.</p> <p><b>Total a relevar:</b> 222 casos.</p> <p><b>Fecha de realización del trabajo de campo:</b> 11 y 14 de julio de 2019.</p>

## RESULTADOS

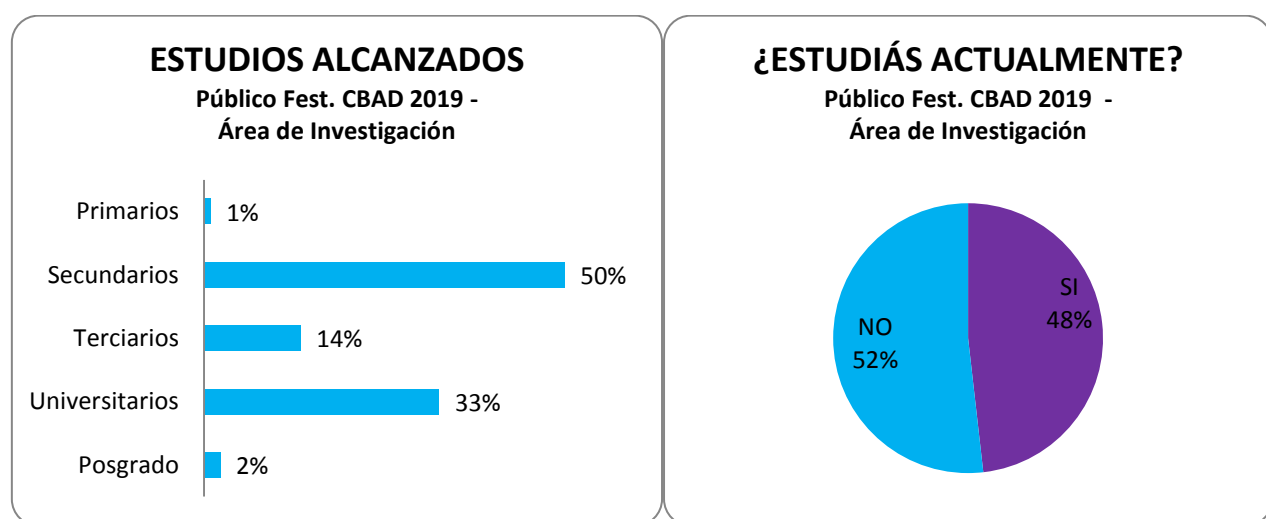
### Datos demográficos

Según los datos aportados en el relevamiento efectuado, 6 de cada 10 personas que visitaron el festival, tienen “entre 18 y 30 años” de **edad**. En comparación a la edición 2018, se incrementó la cantidad de asistentes menores de 30 años.

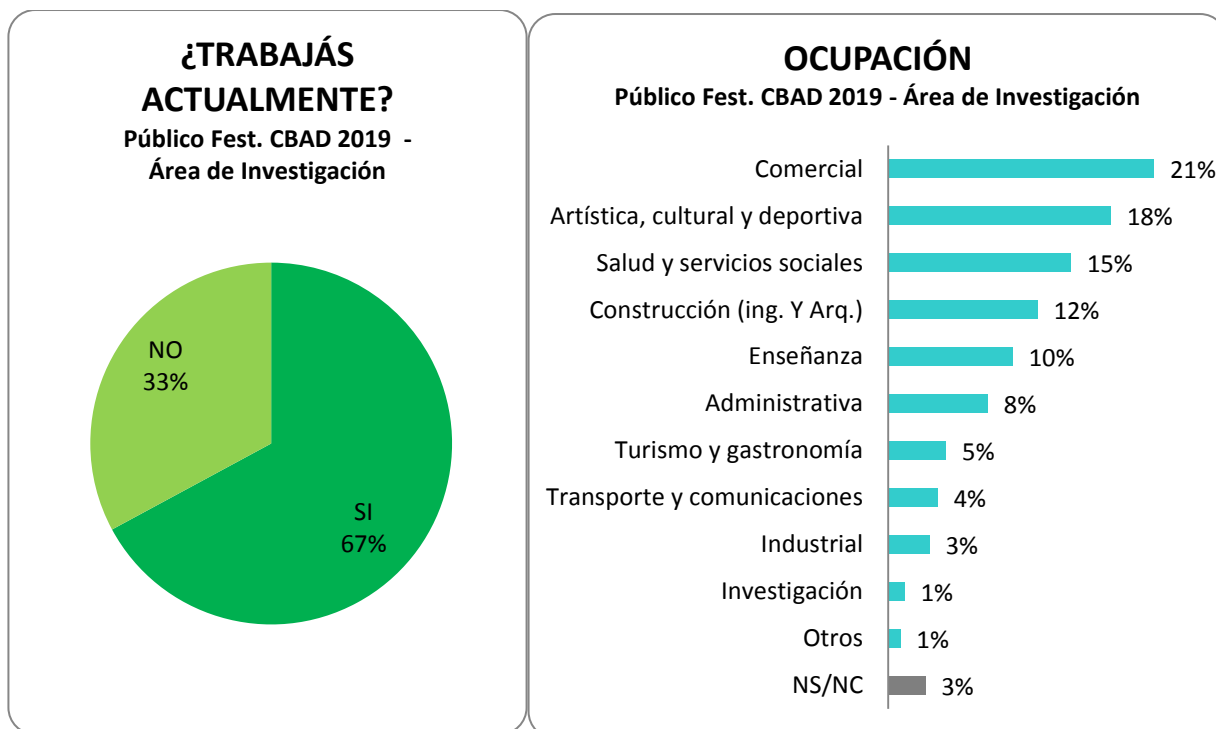
En tanto, la **distribución de la muestra por género** es pareja. Como aclaramos en la ficha técnica fue intencional.



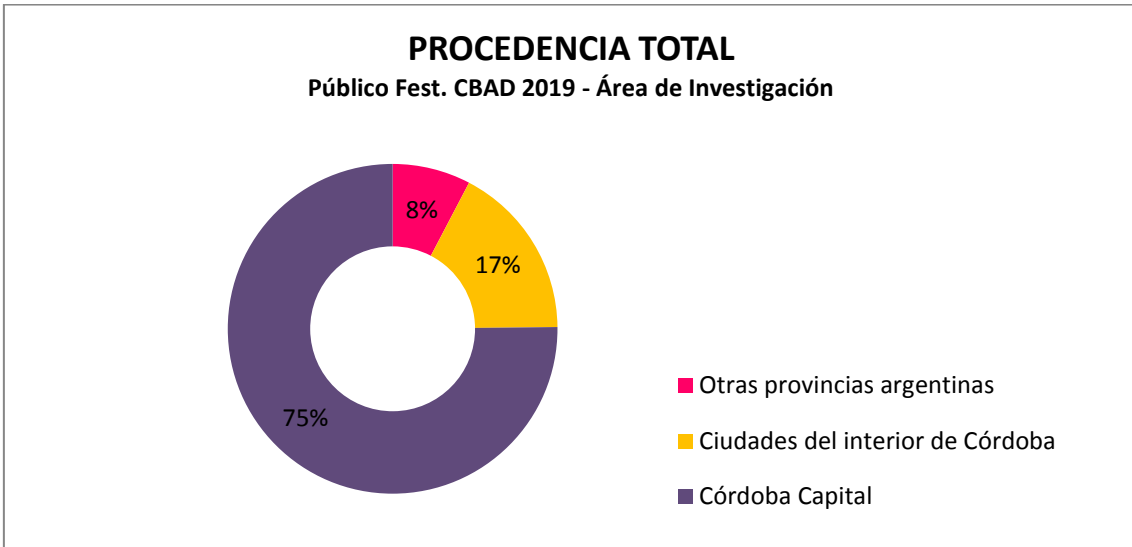
En cuanto al **nivel de estudios**, el 99% del público terminó estudios secundarios y 5 de cada 10 asistentes tienen sus estudios superiores terminados, ya sean universitarios, terciarios o de posgrado. Se observa así, que el nivel de instrucción del público asistente es similar a la edición pasada. Como todos los años, se mantiene la proporción de público que continúa **estudiando en la actualidad**.



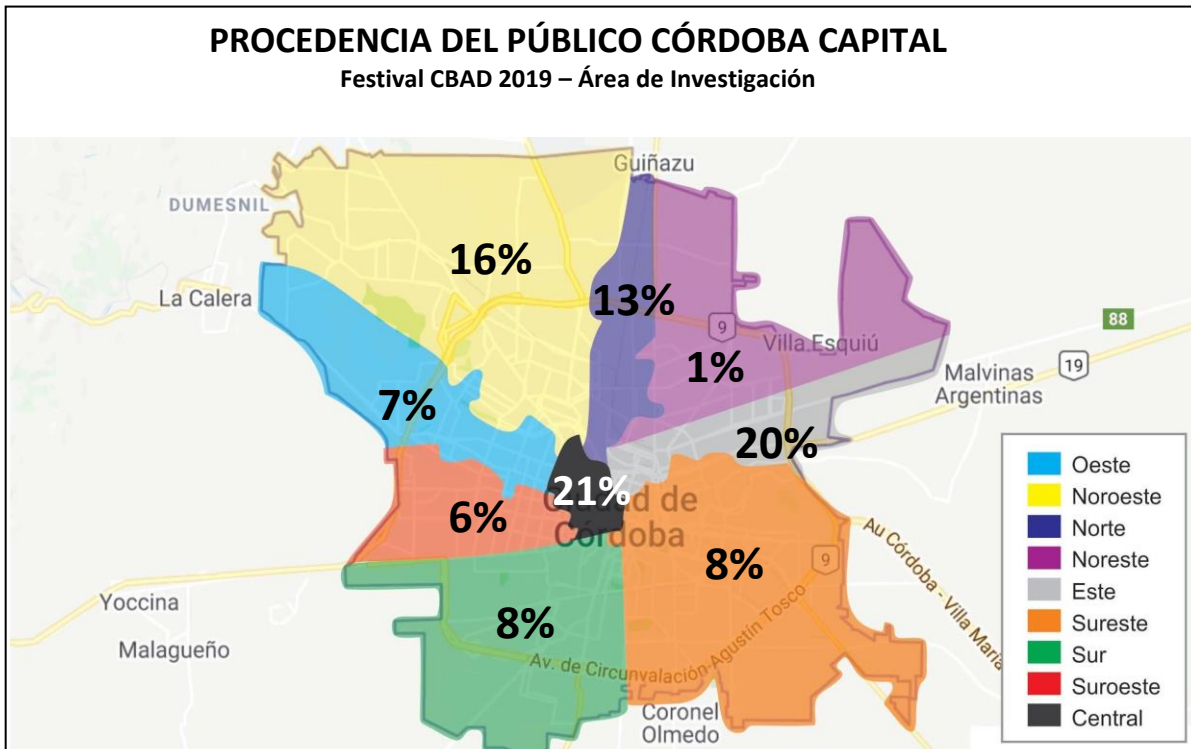
Por su parte, casi 7 de cada 10 visitantes **trabaja actualmente**. De ellos, la mayoría se ocupa en la rama “comercial”, lo que se repite edición tras edición de este festival. En cambio, este año adquirió relevancia la rama de actividad “artística, cultural y deportiva”, dentro del público del festival que trabaja.



En cuanto a la **proveniencia del público del festival**, la mayoría es de la ciudad de Córdoba. Coincide con la edición pasada una proporción similar de público que viene del interior de la provincia de Córdoba. En cambio, se incrementó la proporción de público que viene de otras provincias, posiblemente con motivo de las vacaciones de julio.

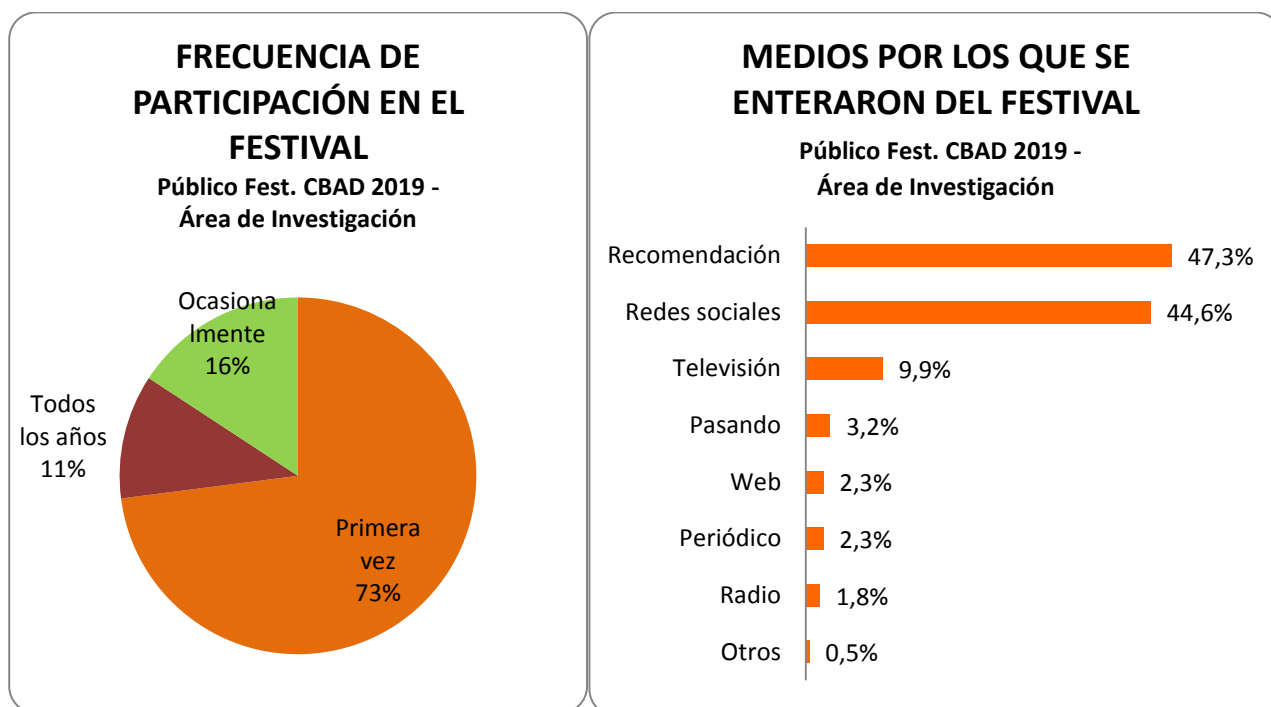


Centrándonos en el público que proviene de la ciudad de Córdoba, la mayoría lo hizo de la zona “central” y “este” de la ciudad, tal como sucede año a año. Esto podría deberse a la accesibilidad del espacio donde se desarrolla el festival a través de transporte público y a la cercanía del Museo de la Industria a los barrios ubicados en tales zonas. Se destaca también la baja participación de público de los barrios de la zona “noroeste” de la ciudad.



## Sobre el Festival CBAD 2019

Como años anteriores, el festival logró convocar a un nuevo público: 7 de cada 10 visitantes vinieron “por primera vez” al evento. La mayoría del público **se enteró del festival a través de** “recomendación” y “redes sociales”, incrementándose la participación de estas últimas en comparación a la edición pasada del festival.

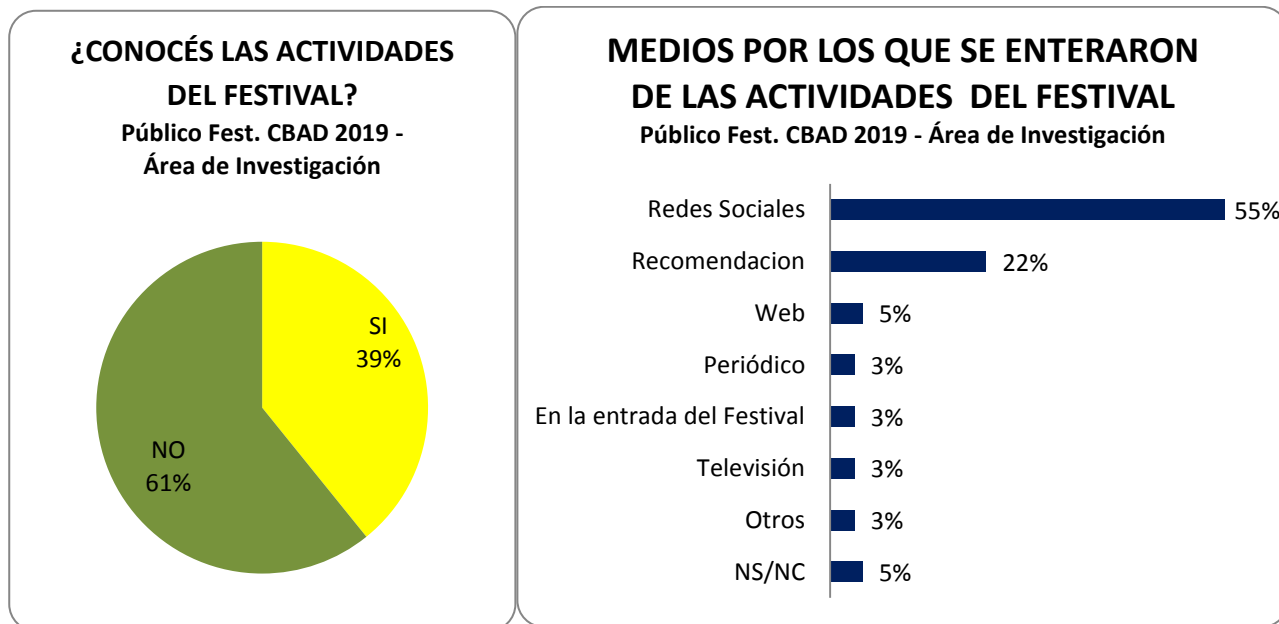


6

Es importante la proporción de casos que señaló “no **conocer las actividades propuestas en el marco del festival**”, que fue exactamente igual a la edición pasada. Coincidentemente con esto, el público encuestado señaló como principal sugerencia “más y mejor difusión”, como veremos más adelante. Es importante poder generar estrategias para que el público conozca las actividades paralelas que ofrece el festival para potenciar su participación.

Por su parte, el público que manifestó conocer las actividades paralelas indicó **haberse enterado** de ellas principalmente por “redes sociales”. En segundo lugar, resaltó la “recomendación”, donde *‘la facultad’* jugó un rol importante como promotor del

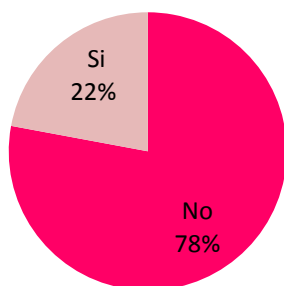
evento. Así, las unidades académicas resultan un buen canal de comunicación para atraer público específico, principalmente estudiantes y docentes de carreras afines.



Respecto al **comportamiento de compra** en el festival, se destaca que 8 de cada 10 personas “no compraron” productos al momento de realizar la encuesta. No obstante, 4 de cada 10 asistentes que no compraron “tenían pensado hacerlo”, mientras que un porcentaje similar “aún no lo tenía definido”. Sólo 3 de cada 10 personas afirmaron que “no comprarían productos” en el festival. En cuanto a **los precios de los productos**, el 73% de los casos afirmó que los precios son “accesibles”.

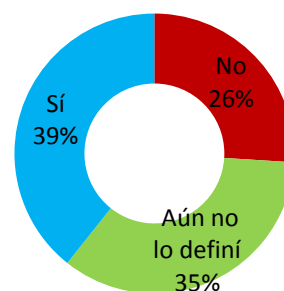
**¿HAS COMPRADO ALGÚN  
PRODUCTO DE DISEÑO EN EL  
FESTIVAL CBAD 2019?**

Público Fest. CBAD 2019 -  
Área de Investigación



**¿TENÉS PENSADO COMPRAR  
PRODUCTOS DE DISEÑO EN EL  
FESTIVAL CBAD 2019?**

Público Fest. CBAD 2019 -  
Área de Investigación



**¿CÓMO CALIFICARÍAS LOS PRECIOS DE LOS PRODUCTOS  
OFRECIDOS EN EL FESTIVAL CBAD 2019?**

Público Fest. CBAD 2019 - Área de Investigación



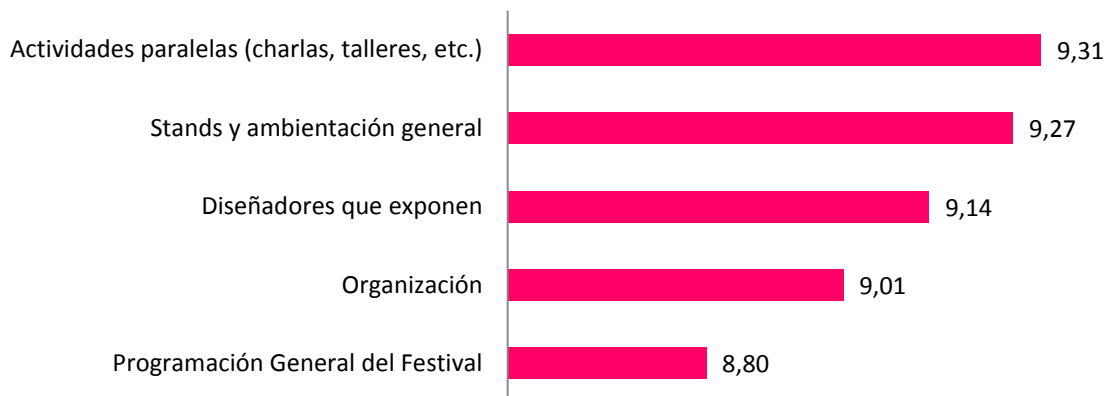
En general, la **valoración de diferentes aspectos del festival** fue positiva, siendo lo mejor ponderado los “stands y ambientación” del lugar y las “actividades paralelas” que este año mejoró su calificación y quedó dentro de las más apreciadas.



## CALIFICACIÓN SOBRE ASPECTOS DEL FESTIVAL

(1: Muy malo / 10: Muy bueno)

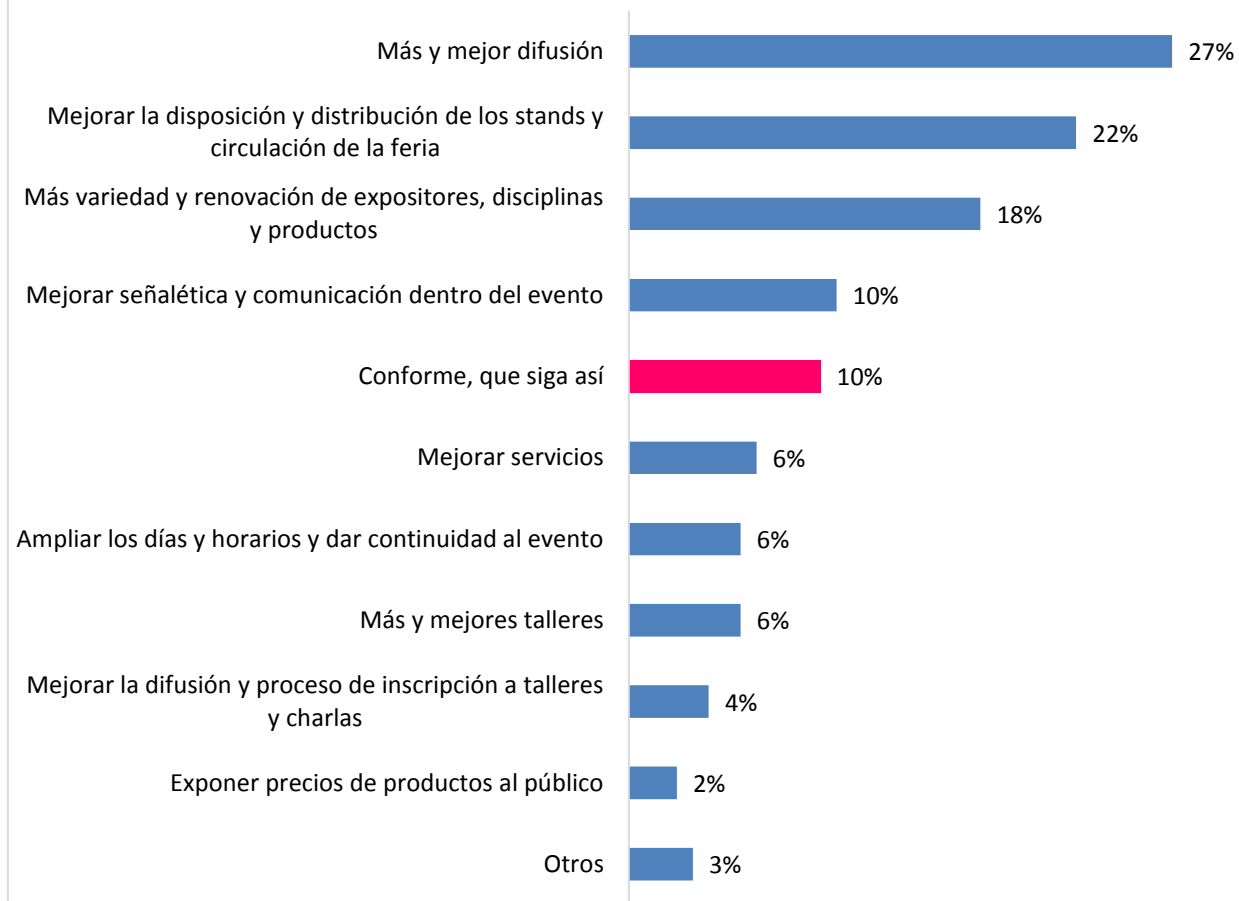
Público Fest. CBAD 2019 - Área de Investigación



En relación a las **sugerencias**, “más y mejor difusión” fue la más mencionada, seguidas por “mejorar la disposición y distribución de los stands y circulación de la feria” y “más variedad y renovación de expositores, disciplinas y productos”. Si bien, la cantidad de sugerencias se duplicó, se mantiene el orden de las sugerencias de la edición anterior.

## SUGERENCIAS

Público Festival CBAD 2019 - Área de Investigación



10

A continuación, se desglosan las referencias de cada sugerencia expuesta en el gráfico anterior:

**Más y mejor difusión.** Más publicidad e información por distintos canales.

**Mejorar la disposición y distribución de los stands y circulación de la feria.** Agrupar stands por rubros; adecuar el tamaño del stand a los productos ofrecidos ya que algunos requieren más espacio y a otros les sobra; separar más los stands para que no se amontone el público; ampliar pasillos; ampliar el tamaño de las carpas; colocar el cartel #CBAD más atrás para no interrumpir el paso en la entrada ya que el público se toma fotos.



**Más variedad y renovación de expositores, disciplinas y productos.** Más originalidad en los productos, pocas cosas novedosas, mucha indumentaria, expositores y géneros repetidos; más diseñadores; agregar variedad de diseño gráfico, esculturas, diseño industrial, lámparas, ropa para niños, diseño emergente; no poner stands de productos industrializados como ollas Essen.

**Mejorar señalética y comunicación dentro del evento.** Agregar señalética para stands y baños; que haya folletos con programación y horarios; avisar por micrófono sobre las actividades de forma clara (sin música); que haya un mapa con la ubicación de los stands; que los diseñadores entreguen tarjeta de presentación.

**Conforme, que siga así.**

**Mejorar servicios.** Poner más y más amplios lugares para comer y tomar algo; poner a disposición agua para el mate y para beber; que haya más puestos gastronómicos artesanales; demasiada calefacción, más ventilación.

**Más y mejores talleres.** Más talleres y que sean más extensos; mejorar disertantes de charlas.

**Ampliar los días y horarios y dar continuidad al evento.** Horarios por la mañana, ampliar horarios; que dure una semana; que el próximo intendente continúe haciendo el festival.

**Mejorar la difusión y proceso de inscripción a talleres y charlas.** Mejorar la información para poder inscribirse a los talleres y charlas; mejorar la información sobre el contenido de estas propuestas.

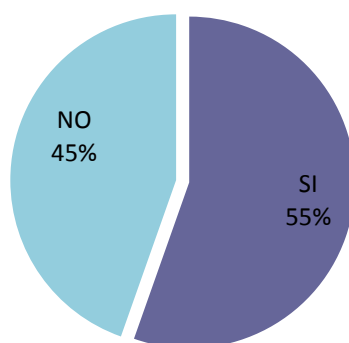
**Exponer precios de productos al público.**

## Hábitos de consumo de diseño

La mitad de los casos mencionó haber **comprado productos de diseño** en el último año. Este dato es similar al año pasado, aun cuando éste hubo un 73% de renovación de público.

### ¿COMPRASTE PRODUCTO/SERVICIO DE DISEÑO EN EL ÚLTIMO AÑO?

Público Fest. CBAD 2019 - Área de Investigación

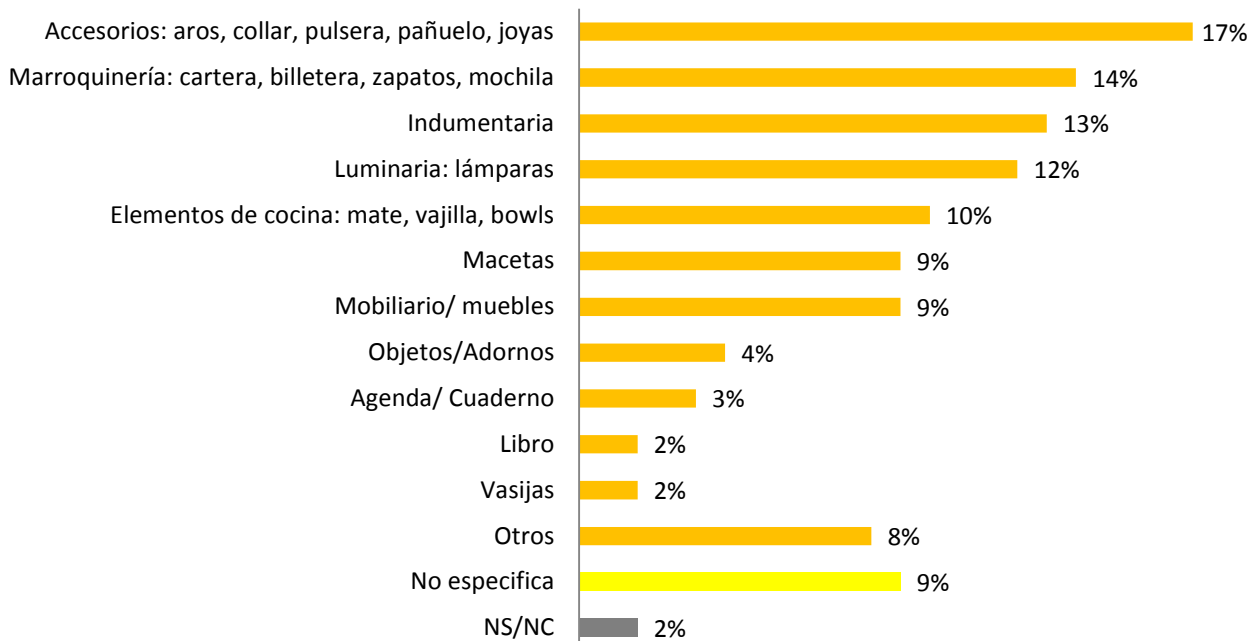


12

En cuanto al **tipo de producto** que compró en el último año, se destacan principalmente los “accesorios”, que abarcan aros, collar, pulsera, pañuelo y joyas.

### TIPO DE PRODUCTOS DE DISEÑO QUE COMPRASTE EN EL ÚLTIMO AÑO

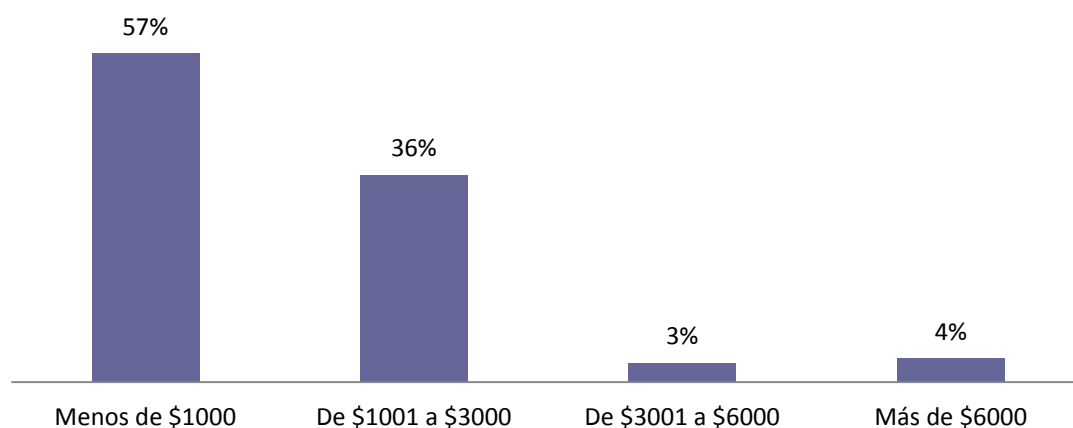
Público Fest. CBAD 2019 - Área de Investigación



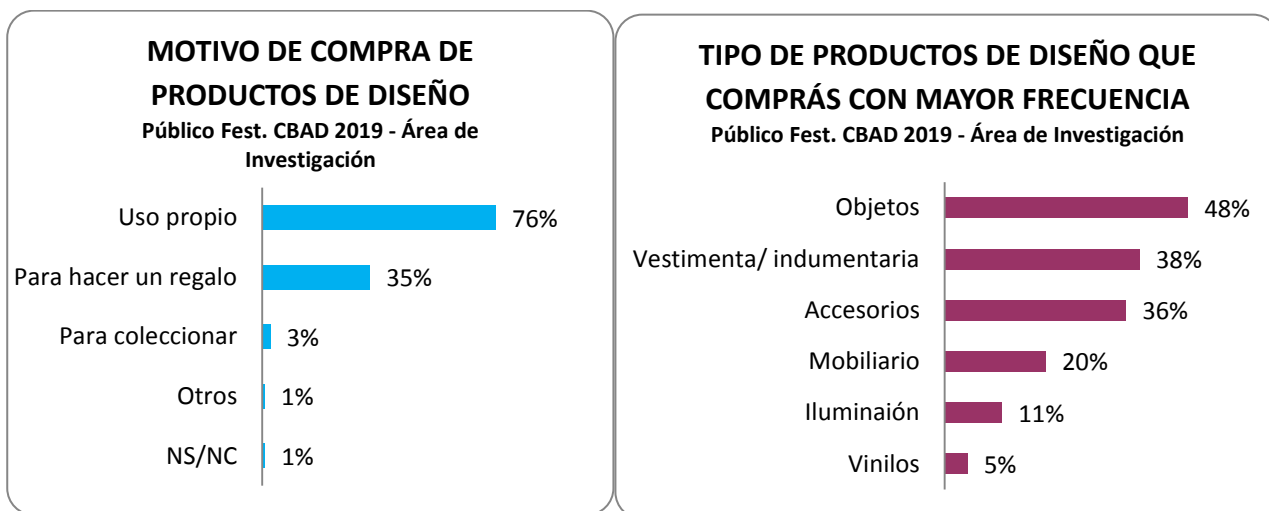
En relación al **valor del último producto de diseño que compró el público**, 9 de cada 10 visitantes los ubicó en “menos de \$3000”.

### VALOR DEL ÚLTIMO PRODUCTO DE DISEÑO QUE COMPRASTE

Público Fest. CBAD 2019 - Área de Investigación

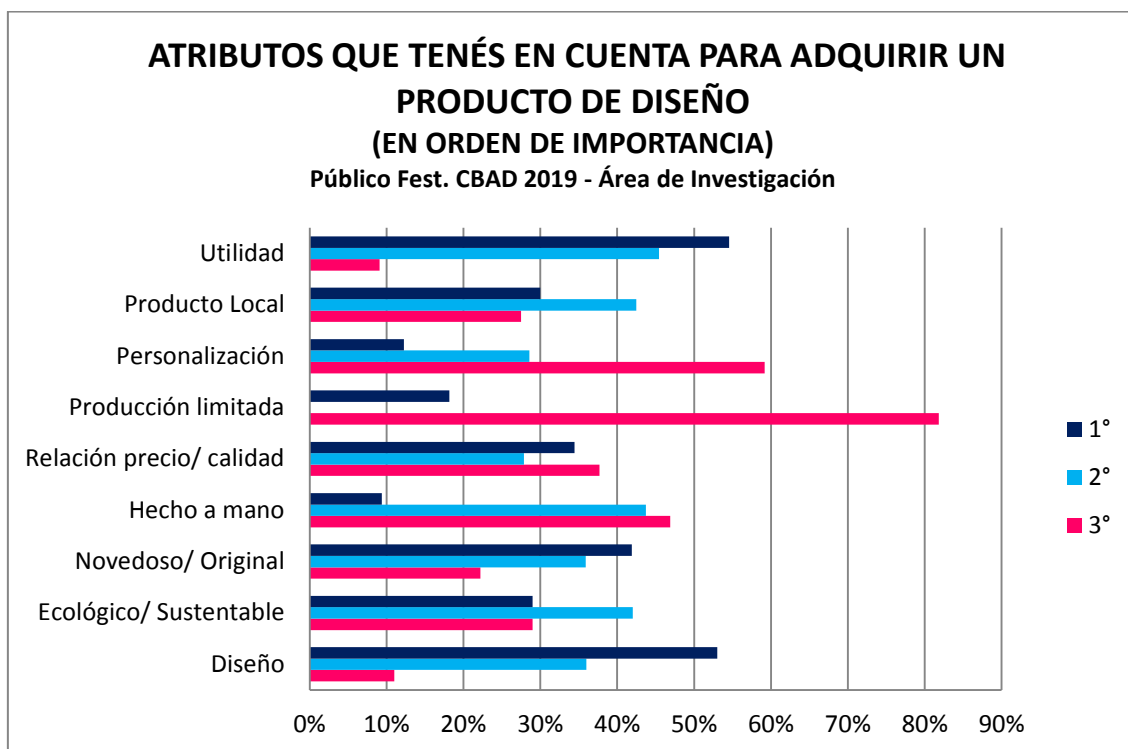


Por amplia mayoría se indicó el “uso propio” como **motivo principal de compra de productos de diseño**. En relación al **tipo de producto de diseño que compran con mayor frecuencia**, se eligió mayoritariamente “objetos”, “vestimenta/indumentaria” y “accesorios”, lo cual coincide parcialmente con el *tipo de producto adquirido el último año*, mencionado anteriormente.



Sobre los **atributos que el público del Festival tiene en cuenta al momento de adquirir un producto de diseño**, se mencionaron en primer lugar la “utilidad” y el “diseño”. En segundo lugar, se pondera que esté “hecho a mano” y la “utilidad”. En tercer lugar, se aprecia que sea un producto de “producción limitada” y la “personalización”.

Con respecto a la edición pasada del festival, se mantiene como atributo principal el “diseño”. Se suma la “utilidad” dentro de los principales atributos buscados en los productos de diseño, sumando como dato relevante que un 82% de la muestra considera importante la “producción limitada”.



Respecto al **último lugar donde el público del festival compró productos de diseño**, se mencionaron marcas diversas, aludiendo específicamente a locales físicos o virtuales donde venden sus productos. En segundo lugar, destaca la “feria o local en de zona Güemes”, espacio que alberga diversidad de productos de diseño y artesanías. En la edición pasada del festival se mencionó al “Paseo de las Artes” y “Güemes” como los principales lugares de compra, que junto a “Casa Tomada” pertenecen a la zona Güemes y suman el 21% de los casos, proporción similar a la de este año (17%). Así, Güemes es un lugar recurrente de adquisición de productos de diseño para el público del festival.

## ÚLTIMO LUGAR DONDE COMPRASTE UN PRODUCTO DE DISEÑO

Público Festival CBAD 2019 - Área de Investigación

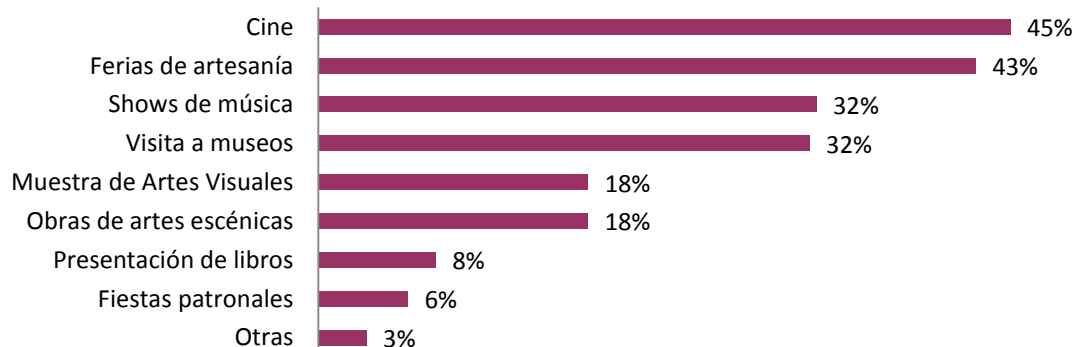


## Hábitos de participación en actividades culturales

En relación a la **participación del público en otras actividades culturales**, el “cine” y las “ferias de artesanía” fueron las más mencionadas.

## OTRAS ACTIVIDADES ARTÍSTICAS Y CULTURALES DE LAS QUE PARTICIPASTE EL ÚLTIMO AÑO

Público Fest. CBAD 2019 - Área de Investigación

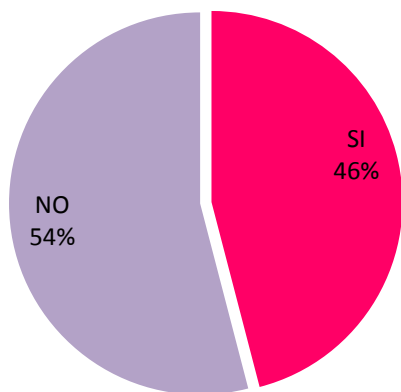




Por su parte, 5 de cada 10 visitantes **realiza alguna disciplina artística**. Ante la consulta sobre **el tipo de disciplina**, el 28% indicó el campo de las artes visuales que contempla “pintura”, “dibujo e ilustración”, “artes visuales”, “fotografía” y “tatuajes”. El 24% corresponde al campo del diseño desde diferentes ámbitos como “diseño gráfico”, “diseño de indumentaria”, “diseño de interiores” y “diseño (no especifica)”. Cabe mencionar que también se pueden tomar como parte de diseño algunas categorías mencionadas dentro del campo de las artes visuales. Del mismo modo, “accesorios”, “tejido”, “costura”, “cerámica”, aportan al campo del diseño como también pueden hacerlo a las artesanías y las artes visuales.

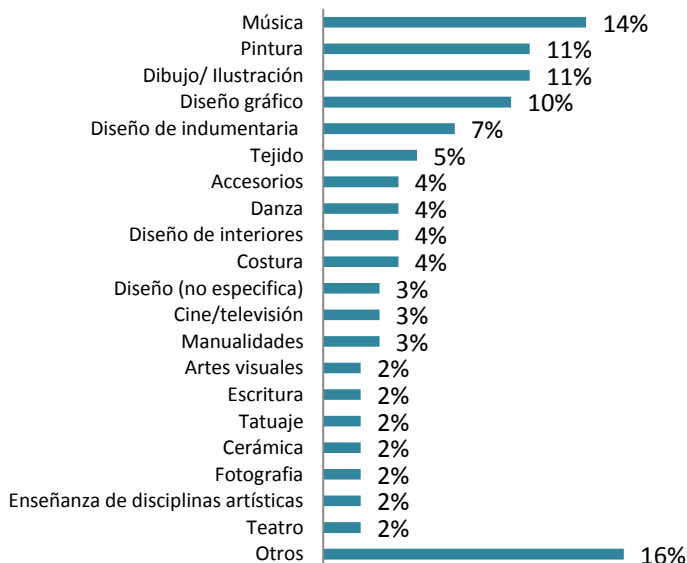
### ¿REALIZÁS ALGUNA DISCIPLINA ARTÍSTICA?

Público Fest. CBAD 2019 -  
Área de Investigación



### TIPO DE DISCIPLINA ARTÍSTICA QUE PRACTICÁS

Público FCD 2019 - Área de Investigación



17

En cuanto al **lugar donde practica la actividad**, el 14% indicó que lo hace “en casa”.

## LUGAR DONDE REALIZA LA DISCIPLINA ARTÍSTICA QUE PRACTICA

Público Fest. CBAD 2019 - Área de Investigación



# ANEXOS

Nº: Encuestador:

Fecha: Lugar:

**ENCUESTA voluntaria y anónima**

El presente cuestionario forma parte del trabajo de investigación **“Hábitos de consumo de diseño y percepción del público sobre el Festival Córdoba Diseña 2019”**, llevado a cabo por la Secretaría de Cultura municipal. Solicitamos tu 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, te agradecemos por su tiempo.

**A. DATOS DEMOGRÁFICOS**

<b>1- Edad:</b>		<b>2- Género:</b>									
<b>3- ¿Qué estudios tenés?</b> (indicar el máximo alcanzado)			Sin estudios				Terciario completo				
			Primario completo				Universitario completo				
			Secundario completo				Posgrado completo				
<b>4-¿Estudiás actualmente?</b>		Sí		No		<b>5-¿Trabajás?</b>		Sí		No	

<b>5.1- ¿Qué tipo de actividad desarrollás?</b>									
Administrativa		Comercial		Enseñanza		Salud y servicios sociales		Jurídica	
Transporte y comunicaciones		Industrial		Investigación		Artística, cultural, deportiva		Construcción (+ Ing. Arq.)	
Limpieza y otras tareas domésticas			Turismo y Gastronomía			Otra, ¿Cuál?			

6-¿De dónde nos visita? (lugar de residencia actual)	Córdoba Capital		Otra localidad de Córdoba		Otra provincia		Otro País	
	Barrio:		¿Cuál?		¿Cuál?		¿Cuál?	

### C. FESTIVAL CÓRDOBA DISEÑA

7-¿Con qué frecuencia participás del Festival Córdoba Diseña?					
Primera vez		Todos los años		Ocasionalmente	

8- ¿De qué manera te enteraste del festival este año? –Opción múltiple-													
Radio		Televisión		Periódico		Redes		Recomendación		Web		Pasando	
Otro, ¿Cuál?													

9- Además de la exposición y venta de productos de diseño, ¿conocés las actividades paralelas que se realizan en el marco del festival (capacitaciones, talleres, performances, etc.)?				
Sí		No		Si responde Sí, ¿Cómo se enteró de las mismas?

10- ¿Cómo calificarías los siguientes aspectos del Festival Córdoba Diseña 2019? (1=Muy malo y 10=Muy bueno)									
Diseñadores/as que exponen		Organización		Stands/ y ambientación en general		Programación General del festival		Charlas, talleres, etc. (si participó)	

11- ¿Has comprado algún producto de diseño cordobés en el Festival CBAD 2019?				SÍ		NO	
Si responde NO	→	11.1- ¿Tenés pensado hacerlo?	Sí		No		Aún no lo definí

12- ¿Cómo calificarías los precios de los productos ofrecidos?					
Muy accesibles		Accesibles		Poco Accesibles	

**13- ¿Qué sugerencias/recomendaciones harías a las organizadoras para el próximo del festival?**

--

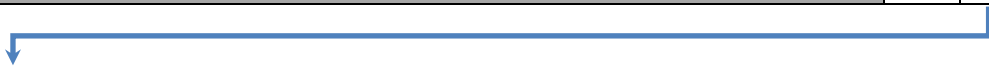
**B. HÁBITOS DE CONSUMO DE DISEÑO**

**14- En el último año, además de este festival, ¿compraste algún producto/servicio de diseño?**

Si		No	
----	--	----	--

(16)

**14.1 ¿Cuál/es?**



--

**15- En base al último producto que compró, ¿dentro de qué valor se ubicó?**

Menos de \$1000		De \$1001 a \$3000		De \$3001 a \$6000		Más de \$6000	
-----------------	--	--------------------	--	--------------------	--	---------------	--

**16- ¿Cuál es el motivo por el que solés comprar productos de Diseño?**

Regalo		Uso propio		Colección		Otro, ¿Cuál?		Ninguno	
--------	--	------------	--	-----------	--	--------------	--	---------	--

**17- ¿Qué tipo de productos de diseño solés comprar con mayor frecuencia? (Múltiple Opción)**

Iluminación		Mobiliario		Objetos		Vinilos		Vestimenta/Indumentaria	
Accesorios		Otro, ¿cuál?						Ninguno	

**18- En orden de importancia ¿cuáles son los tres atributos que tenés en cuenta a la hora de adquirir un producto de diseño? (opción múltiple de 3 aspectos, clasificar en 1°, 2° y 3°)**

Diseño		Ecológico/Sustentable		Personalización	
Novedoso/original		Hecho a mano		Producción local	
Relación precio/calidad		Producción limitada		Otro, ¿cuál?	NS/NC

**19- Nombre el último lugar donde compró un producto de Diseño.**

--

**20- ¿De qué otras actividades culturales participaste en el último año?**

Muestras de Artes Visuales		Ferias de artesanías		Cine		Visita a museos	
Presentaciones de libros		Shows de música		Obra de artes escénicas		Fiestas patronales	
Otras:							

**21- ¿Realizás alguna disciplina artística, ya sea como hobby o en forma profesional?**

Sí	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>
----	--------------------------	----	--------------------------

**21.1- ¿Qué tipo de disciplina y dónde (institución o autodidacta)?**

<b>Disciplina:</b>				
<b>Lugar:</b>				

**¡Muchas gracias!**

