



Los lectores en la Feria del libro

1

Como en años anteriores, durante la Feria del Libro 2015 se realizó un estudio de la población que visitó la misma, tanto sobre los participantes de las actividades como de los que paseaban por alguna de las tres carpas de la Plaza central. El objetivo de este relevamiento -y su periodicidad- radica en determinar el perfil del visitante y su percepción sobre este evento, como así también conocer sobre sus hábitos de lectura, datos útiles que permiten formular mejoras en ediciones futuras de esta feria.

Ficha técnica

Tipo de estudio realizado: Descriptivo.

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

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

- Feria del Libro 2015
- Hábitos de lectura

Tipo de preguntas:

- Cerradas -de elecciones múltiples y dicotómicas-
- Abiertas: de opinión.

Diseño del relevamiento: casos tomados de las actividades de la feria y casos tomados de las carpas de exposición y venta durante los 19 días de la feria (del 4 al 21 de septiembre) en los horarios de la mañana,

tarde y noche de los días de semana y fines de semana en función de la variación de público esperado. El muestreo a los asistentes fue no probabilístico, por conveniencia.

Definición de las unidades de análisis: visitantes a las carpas y las actividades de la Feria del Libro de Córdoba 2015 mayores de 18 años.

Total a relevar:

- En las actividades: 152 casos, contemplando un nivel de confianza del 95% y un margen de error de +- 0,5 sobre un universo estimado de 6.000 personas esperadas.
- En las carpas: 248 casos. Contemplando un nivel de confianza del 95% y un margen de error de +- 0,5 sobre un universo estimado de 280.000 personas esperadas.

Fecha de realización del trabajo de campo: del 4 al 21 de septiembre de 2015.

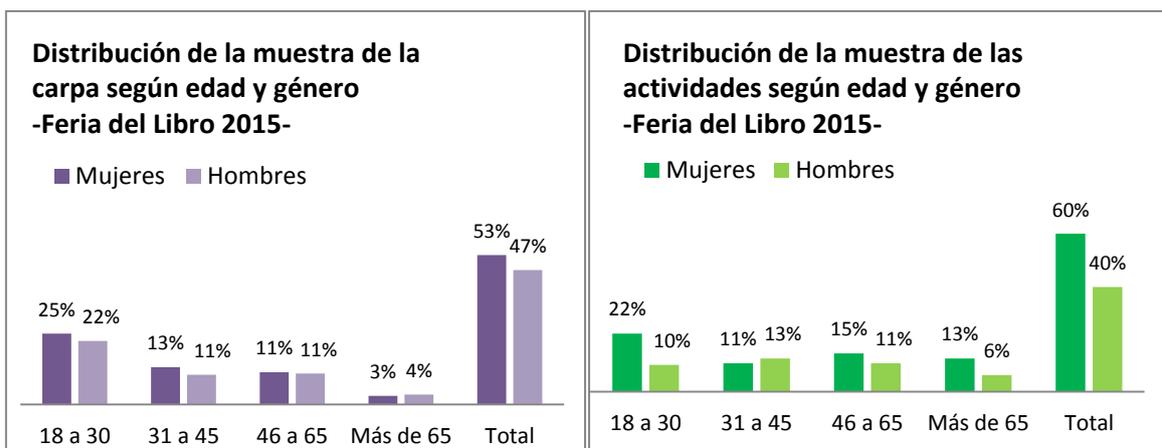
Resultados relevamiento de público

A continuación se presentan los **datos finales** sobre el público de la Feria del Libro 2015, obtenidos a través de nuestro relevamiento. El mismo nos permitió conocer los nuevos asistentes a este evento (por primera vez), como así también aquellos que todos los años u ocasionalmente se acercan a visitar la Feria y sus actividades.

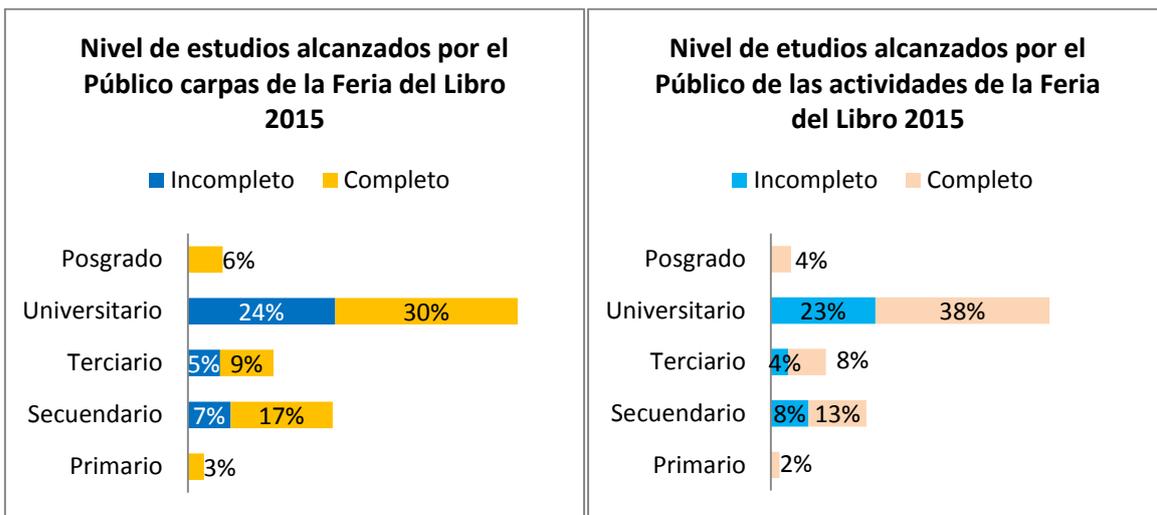
2

- **Características demográficas del público de la Feria de Libro 2015**

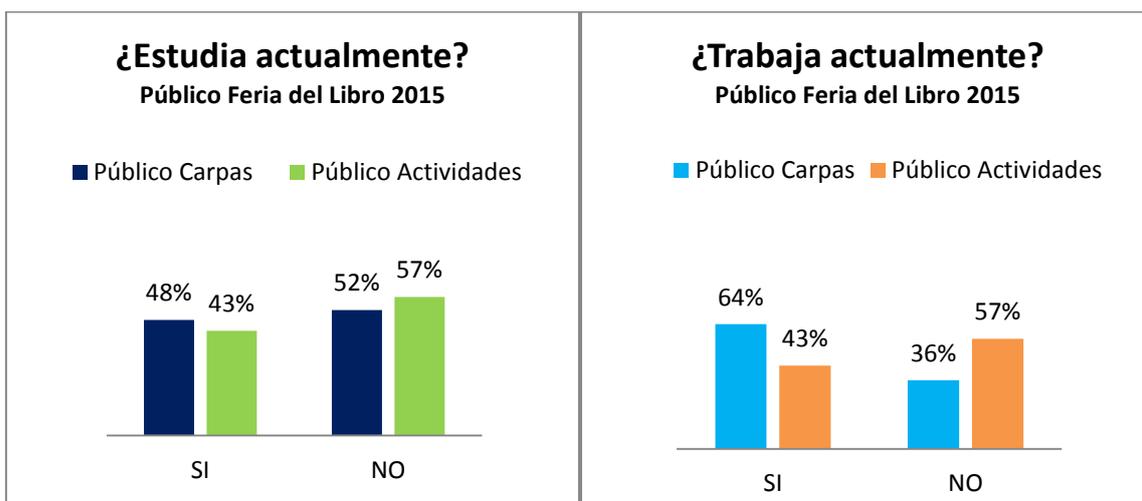
La distribución de encuestados en las carpas fue pareja entre hombre y mujeres aunque prevalecieron personas jóvenes de entre 18 y 30 años. Con respecto al público de las actividades se relevaron más mujeres que hombres y la distribución por rangos etareos fue de proporciones similares.



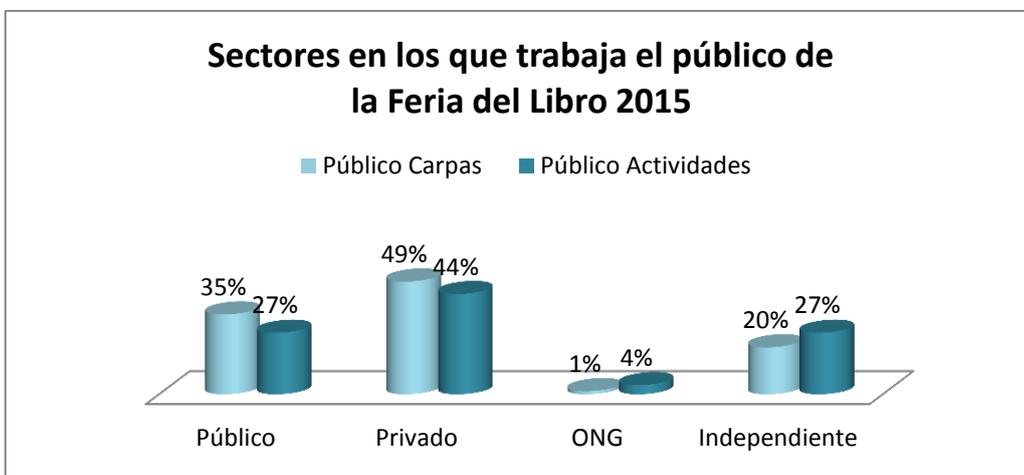
Con respecto al nivel de estudios alcanzado, prevalecieron tanto en las carpas como en las actividades de la Feria un público instruido. En el caso de los asistentes a las carpas el 45% dejó manifiesto tener estudios superiores finalizados, mientras que en el caso de los asistentes a las actividades esa proporción alcanzó a 5 de cada 10 asistentes.



También, se destacó que la mitad de los asistentes consultados, tanto en las carpas como en las actividades, estudia en la actualidad. Teniendo en cuenta la situación laboral el público de las carpas manifestó tener mayor empleabilidad que el de las actividades. Entre los que mencionaron trabajar, la mayoría está empleada en el sector privado.



3

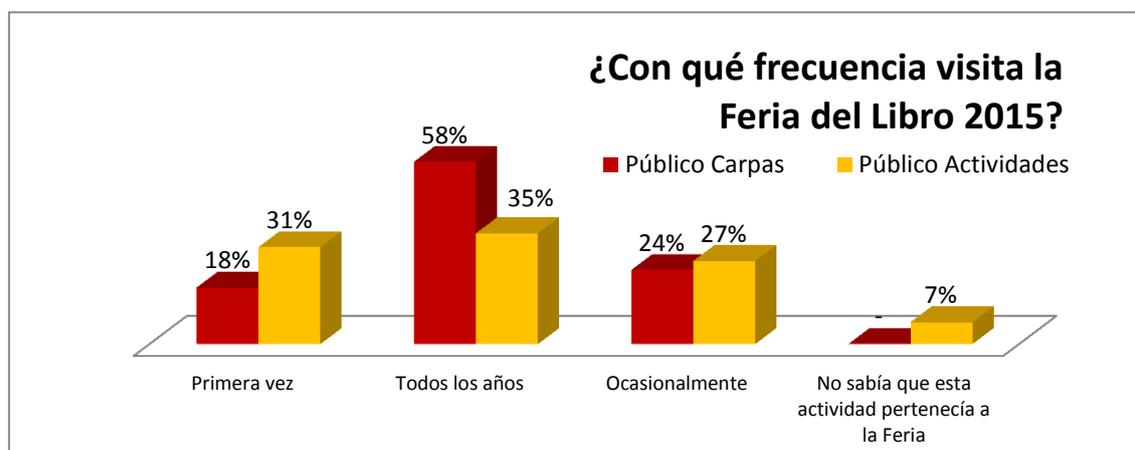


- **Frecuencia de visita a la Feria del Libro 2015**

Casi 6 de cada 10 personas que circularon por las *carpas* indicaron que visitan todos los años la Feria del Libro 2015. Esta situación se repite en comparación al año pasado, cuando la mayoría manifestó ser un público frecuente de la Feria.

En el caso del de las *actividades*, 3 de cada 10 personas manifestaron que asisten al evento de manera anual, y otros 3 de cada 10 que vinieron por primera vez. En 2014, la proporción de público de las actividades que indicó venir por primera vez fue la mitad (13%) y el 57% manifestó que todos los años, lo cual revela que en esta edición se logró mejor convocatoria a nuevo público.

Analizando las características de este público que vino por primera vez a la Feria se pudo determinar que, tanto para el caso de las *carpas* como de las *actividades* prevalecen mujeres de entre 18 y 30 años con estudios superiores (completos o en curso).

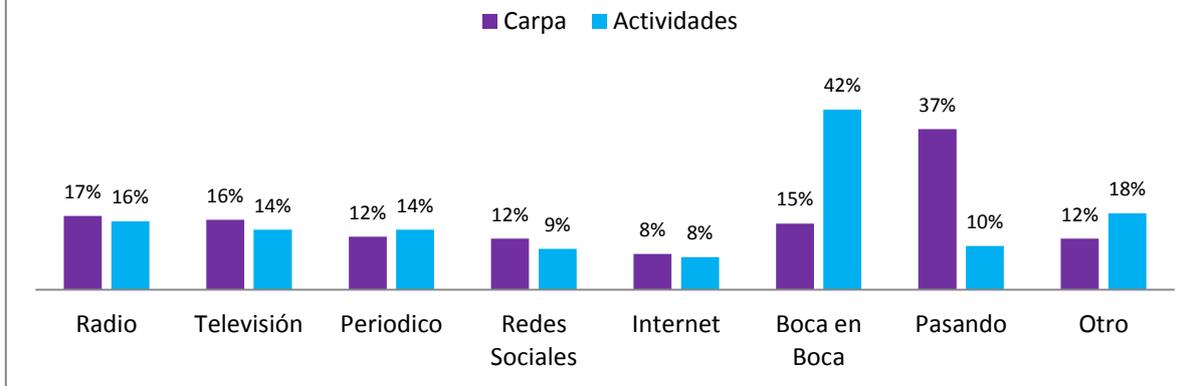


- **Medios por los que se enteró de la Feria del Libro 2015**

Como todos los años se consultó al público de la Feria a través de qué medios se enteró del evento. Si bien la pregunta es de opción múltiple sobresalen las opciones “boca en boca” para los asistentes a las actividades y “pasando” por la Feria para los que recorrieron las carpas. Esto último (pasando), se atribuye a la ubicación y desarrollo del evento en un lugar geocéntrico y de acceso libre y gratuito, lo cual permite que todo aquel que pase pueda ingresar varias veces y participar. Los demás medios de información ya sean canales tradicionales como radio, televisión y periódico, como así también los virtuales, tuvieron un protagonismo menor, distribuyéndose homogéneamente a través de la muestra.

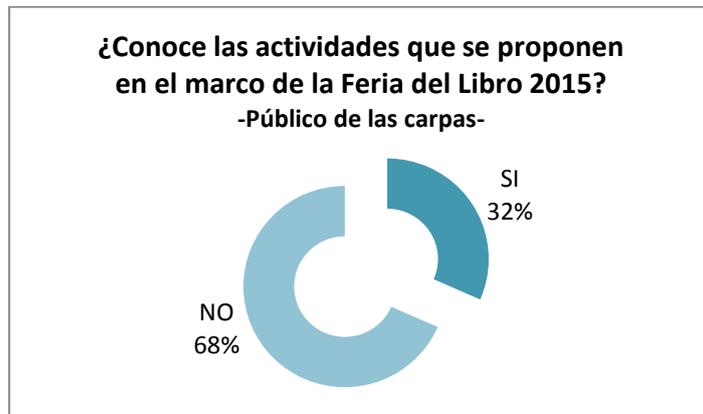
Nuevamente, centrándonos en aquel público que asistió por vez primera al evento, 5 de cada 10 que vino a las actividades se enteró de la Feria “de boca en boca” y también 5 de cada 10 que vino a las carpas se enteró “pasando”.

¿Por qué medio se enteró de la Feria del Libro 2015? -Según público de carpa y actividades-

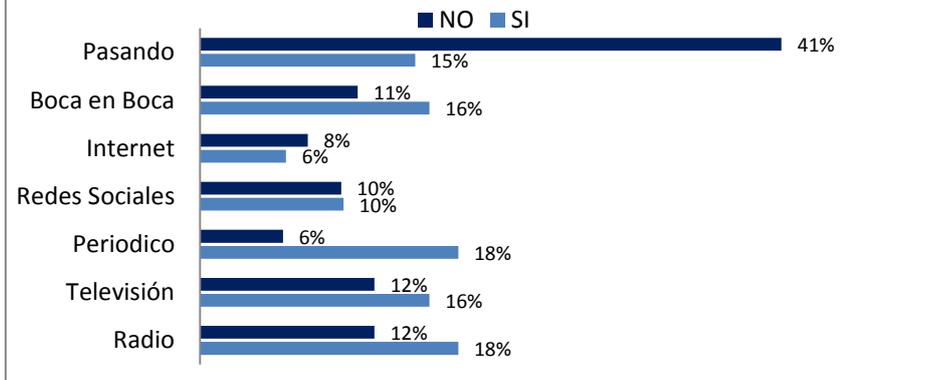


Por su parte, al público que visitó las carpas se le consultó si conocía las actividades desarrolladas en el marco de la Feria del Libro 2015. Se destaca el bajo porcentaje que afirmó conocerlas. Además, de los casos que respondieron que **sí las conocían** (32%) indicaron que se enteraron del evento mayoritariamente a través de “periódico” y “radio”. Por otro lado, quienes dijeron que **no conocían** las actividades se enteraron de la Feria “pasando” por la plaza.

¿Conoce las actividades que se proponen en el marco de la Feria del Libro 2015? -Público de las carpas-



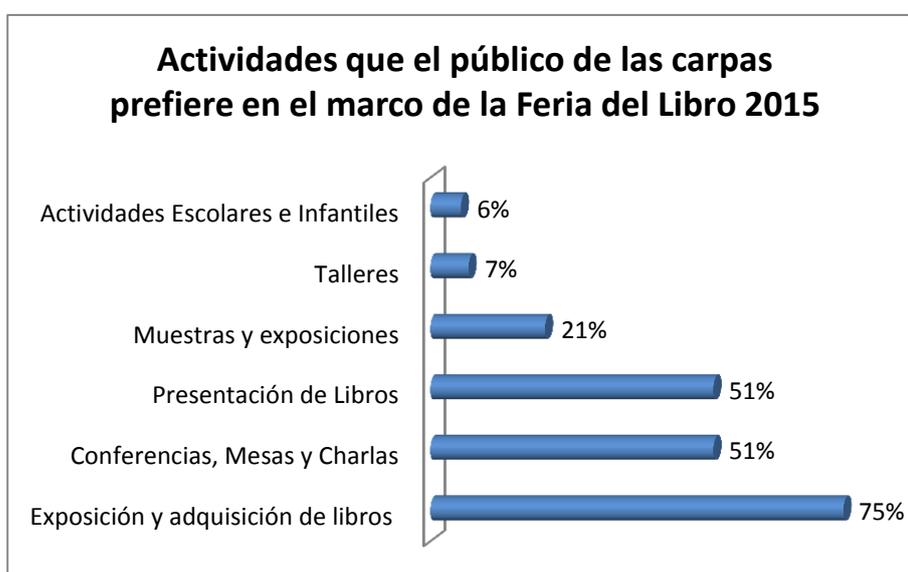
Relación conocimiento de las actividades de la la Feria del Libro 2015 / medios por los que se enteraron del evento -Público carpas-



- **Preferencia de actividades**

Con respecto a las actividades que se desarrollaron en el marco de la Feria se consultó al público de las carpas cuáles preferían, destacándose que 7 de cada 10 personas optaron por “exposición y adquisición de libros”, es decir la consulta y compra de títulos en las carpas de la Feria. Seguidamente, las preferencias se inclinan sobre “conferencias, mesas y charlas” y “presentaciones de libros”.

En cuanto al público de las actividades, un 85% indicó que sí tenía pensado visitar las carpas de exposición y adquisición de libros.

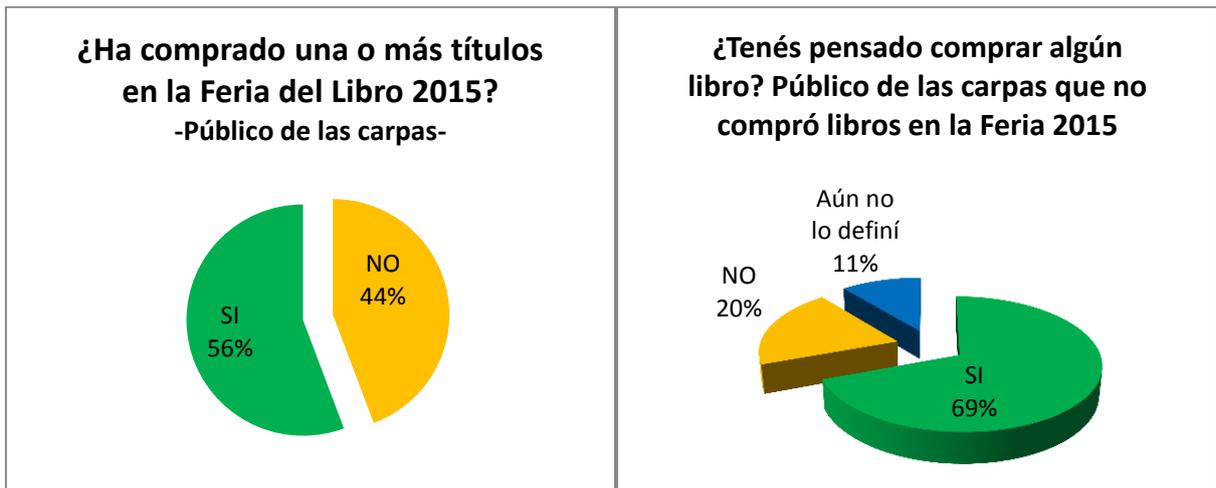


6

- **Comportamiento de compra**

Otra de los puntos sobre los que se consulta año a año a los asistentes de la Feria es si compraron libros en el evento. Recordemos que en las ediciones 2012, 2013 y 2014, entre 3 y 4 personas de cada 10 manifestaron haber comprado libros. En cambio, este año se destacó que **casi 6 de cada 10 personas compraron libros**. El notorio incremento puede atribuirse, a la gran oferta e interés de los visitantes este año quienes aprovecharon ofertas, tanto descuentos sobre el valor de los ejemplares como diferentes promociones ofrecidas por los expositores. Es importante señalar también que, de los que dijeron no haber comprado libros al momento de hacer la encuesta casi el 70% especificó que tenía pensado hacerlo, lo cual refuerza lo expresado anteriormente.

Sobre el perfil de quien compró libros, se trataría de hombres y mujeres (distribución pareja), en su mayoría de entre 18 y 30 años (46%).



- **Percepción sobre el evento y sus actividades**

Por otra parte, el balance sobre diferentes aspectos de la Feria del Libro 2015 fue positivo. En cuanto al público de las carpas se les solicitó que evaluaran diferentes aspectos del evento del 1 al 10 (siendo 1 “muy mal” y 10 “muy bien”). La “disposición y comodidad en las carpas” fue lo mejor valorado y no es menor destacarlo ya que, en ediciones anteriores de la Feria, fue un aspecto muy criticado tanto por el público en general como por los expositores en particular. También la “programación” y la “organización” tuvieron altas puntuaciones.

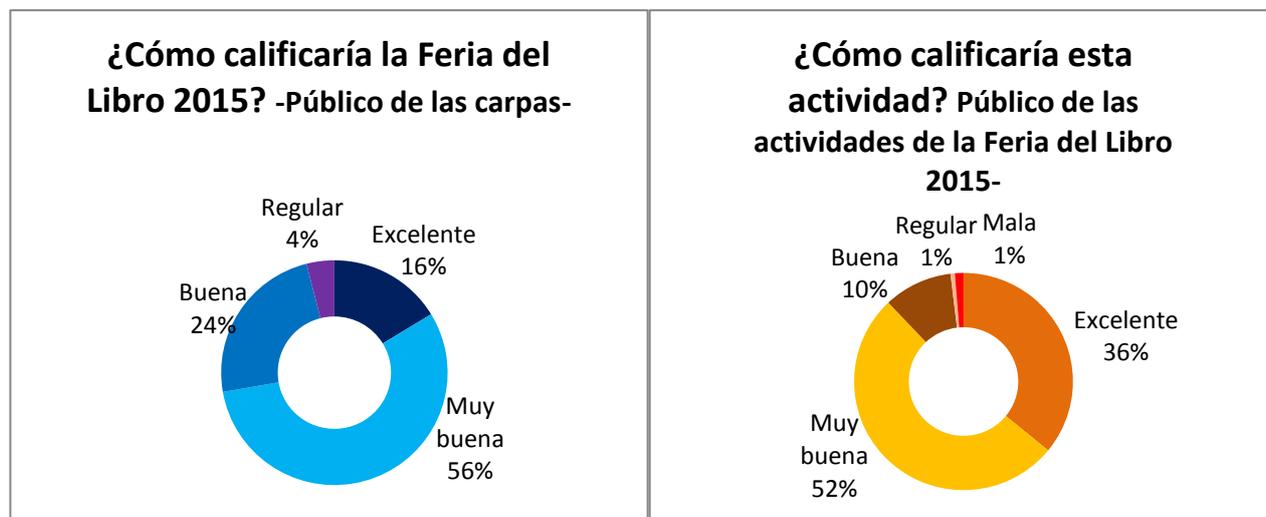
Cabe destacar además que se propuso como aspecto a evaluar la “información brindada en el ingreso de las carpas”, reproduciendo el formato de la Feria Mercado de Arte. Sobre este punto la mayoría de los encuestados no quiso expedirse por cuanto no hubo personal afectados a esta tarea ni acciones específicas a tal fin.

Con buena calificación, pero inferior al resto de los aspectos, quedó la “difusión” de la Feria. Muchos encuestados coincidieron en que es necesario reforzar este punto.



En el caso del público de las carpas la percepción sobre el evento en general fue altamente positiva, alcanzando al 96% de los casos relevados los que la calificaron como “buena”, “muy buena” o “excelente”. En cuanto a los asistentes a las actividades el 98% valoró positivamente la actividad en la que participaron, correspondiendo al 36% los que indicaron que fue “excelente”.

8

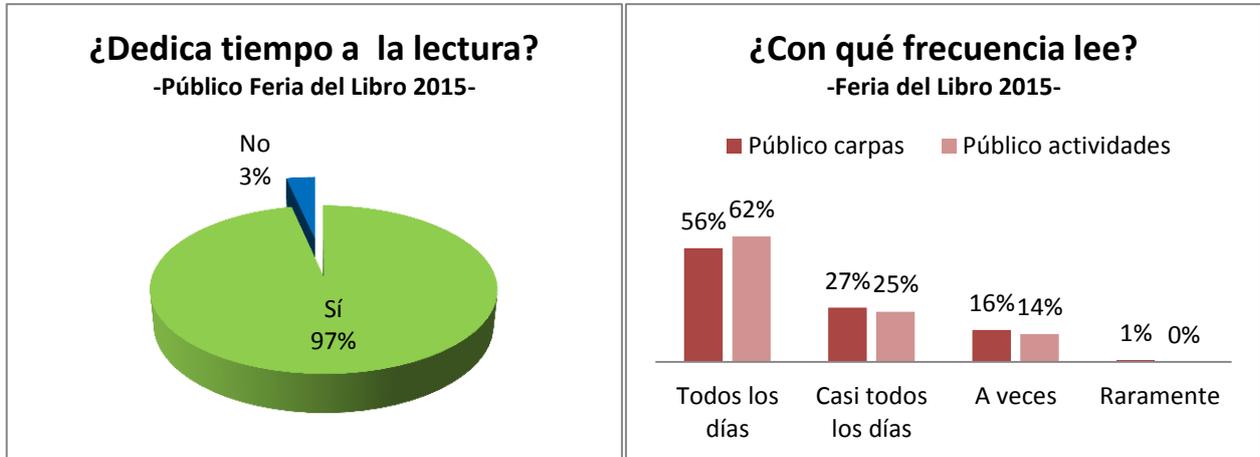


- **Hábitos de lectura**

Los visitantes de la Feria del Libro 2015 **dedican tiempo a la lectura** ya sea de libros, diarios, revistas, etc. Así lo afirmó el 97% de casos relevados tanto en las carpas como en las actividades propuestas en el marco de la Feria. Es prácticamente nulo el público que no lee o lo hace en raras ocasiones.

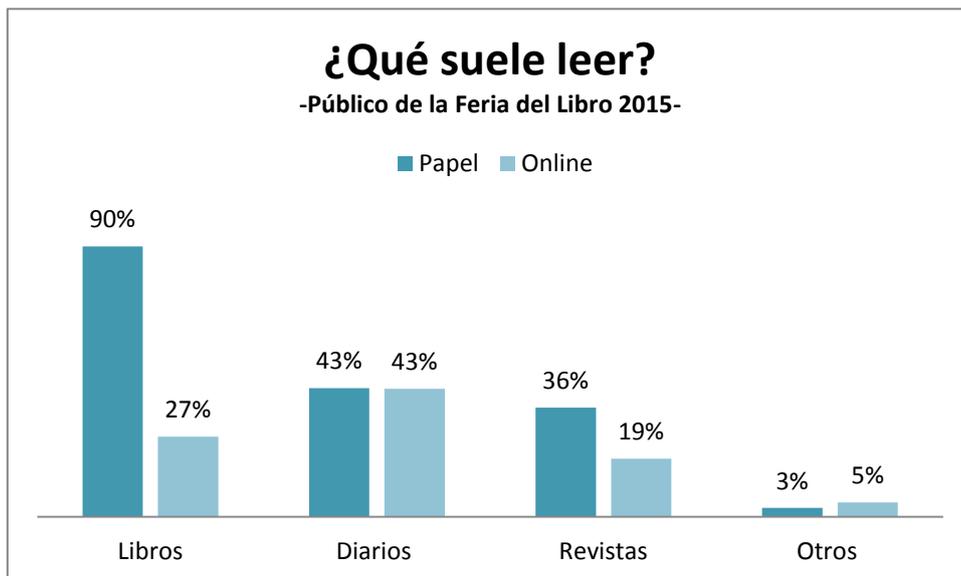
Con respecto a la **frecuencia de lectura** se observa una leve diferencia entre el público que visitó las carpas y el que participó de las actividades, vale destacar que el 87% de los que fueron a las actividades dijo que lee “todos los días” o “casi todos los días”, mientras que el público de las carpas representó el 83% de los

casos. Por otro lado, los que indicaron leer “a veces” o “raramente” son mayoritariamente jóvenes de entre 18 y 30 años.



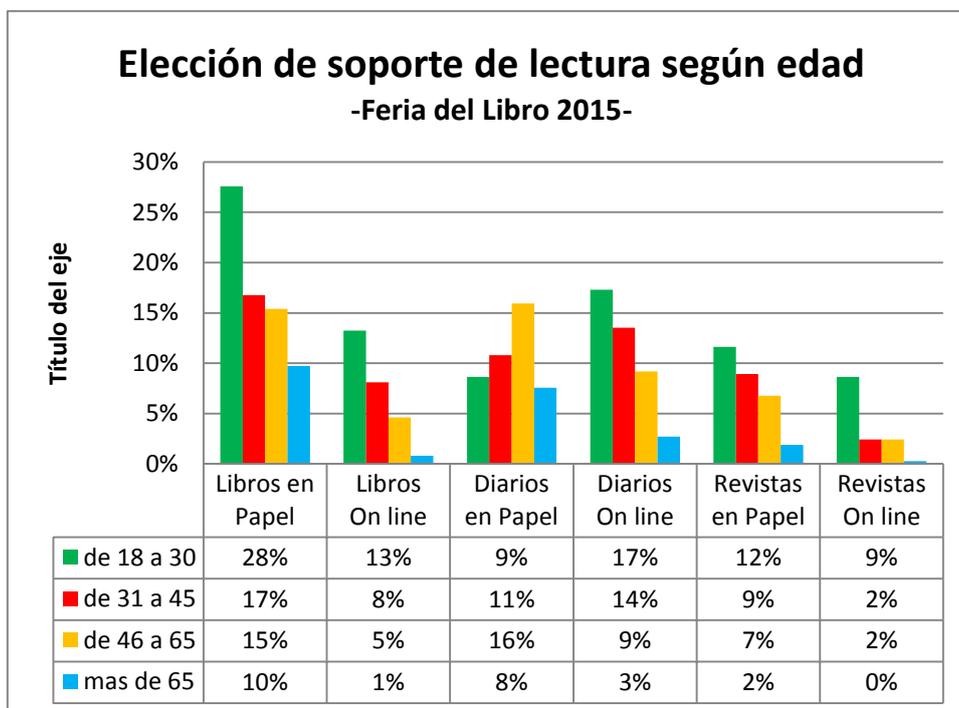
En relación al material que suelen leer los asistentes de las carpas y actividades de la Feria, se destaca la preferencia de libros seguido de diarios y revistas, todos en soporte papel. En esta edición de la Feria se incorporó al cuestionario a visitantes categorías diferenciadas entre formato papel y online debido a la extensión del uso de internet. Así, en el caso particular de los diarios, 4 de cada 10 personas prefirió el formato online tanto como papel. Si bien no se observa para cada material de lectura la preferencia del soporte papel por el digital, se destaca una manifiesta inclinación hacia diarios en este último formato.

9



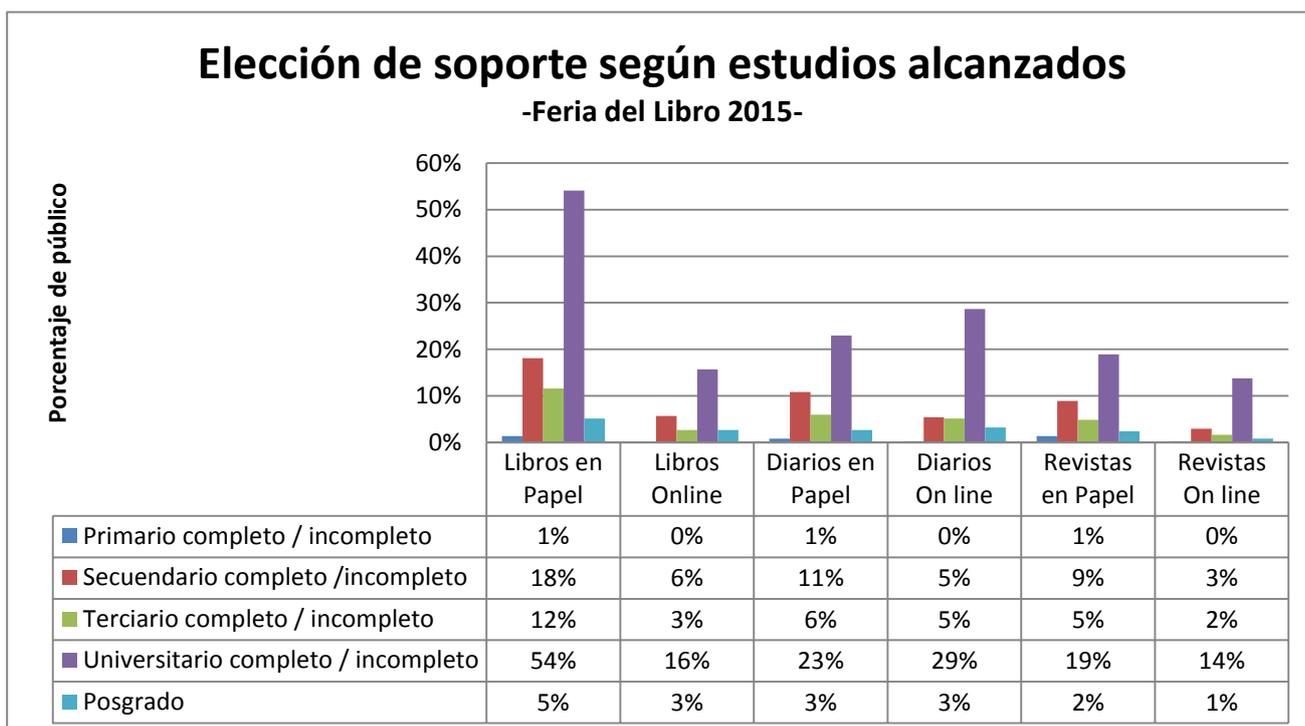
Ahora bien, desagregando estos datos según edad, pudimos observar la variación en las preferencias de soporte. Como primer señalamiento se destaca que para todas las franjas etareas el libro en versión papel es el soporte que más suele leerse. En cambio, el diario online es preferido en segundo lugar por jóvenes, tendencia que se va modificando conforme se avanza en las franjas etareas. Así, los mayores de 46 años

prefieren en segundo término soportes como el diario en papel. A su vez, los libros online son los soportes que menos prefieren los mayores, contrariamente a lo que sucede con los jóvenes.



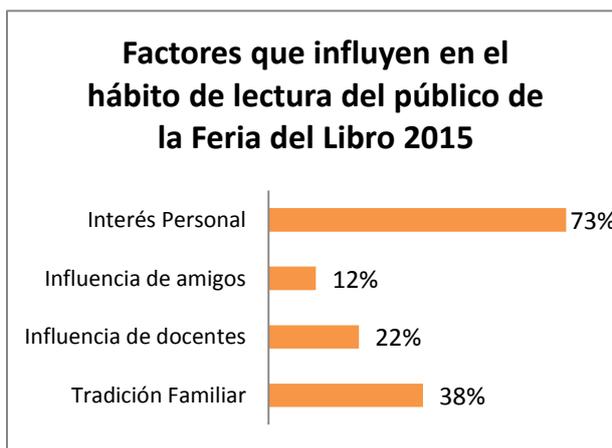
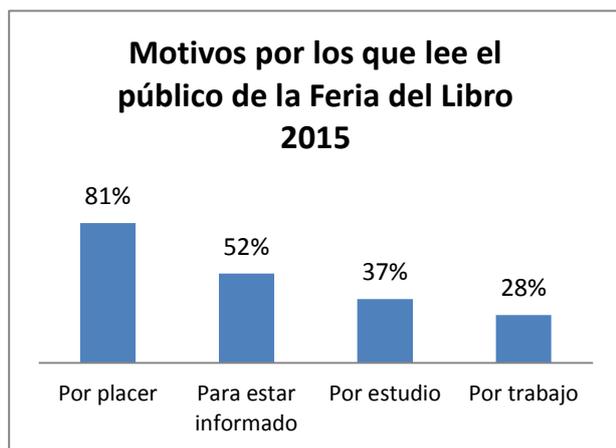
10

Pareciera existir una relación entre el nivel de instrucción y la elección de soportes de lectura. Los formatos en papel son más elegidos en aquellos visitantes que alcanzaron el nivel de estudios primario y secundario completo o incompleto, mientras que en el nivel universitario comienza a observarse la selección de soportes online especialmente diarios.



- **Motivaciones e influencia en hábitos de lectura**

Sobre los motivos de lectura, 8 de cada 10 visitantes mencionó que lee “por placer”. En tanto 5 de cada 10 lo hace “para estar informado”. Estas motivaciones son las principales que se relevan todos los años. En cuanto a los factores que influyen en los hábitos de lectura del público se destaca que 7 de cada 10 asistentes señaló el “interés personal” y casi 4 de cada 10 la “tradición familiar”.



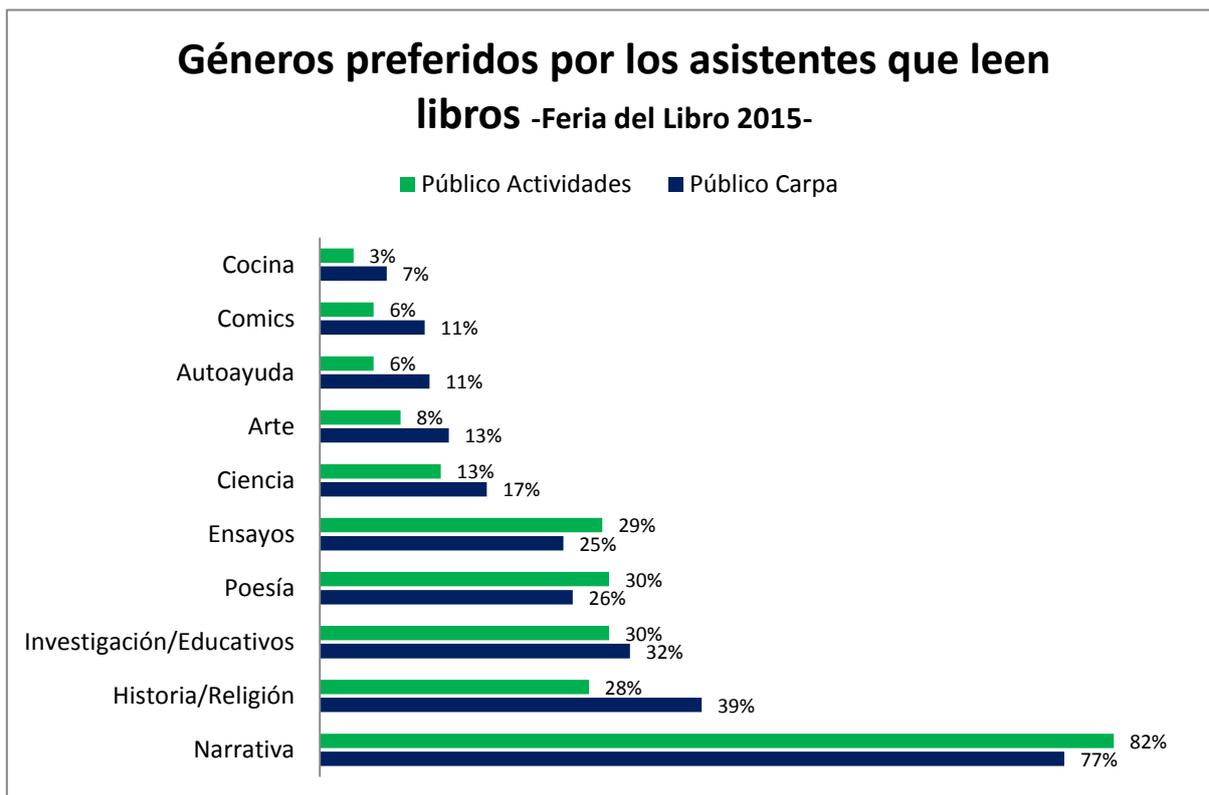
- **Lectores y bibliotecas**

Por primera vez, se consultó a los encuestados sobre su relación con bibliotecas públicas, privadas o populares. Más de la mitad de la muestra indicó que **no consultó material en los últimos 12 meses**. Sin embargo, observando aquella porción que dijo haber consultado material en bibliotecas, se destaca que casi un 50% lo hizo en las públicas académicas, ya sea perteneciente a la universidad como a escuelas. Las más consultadas en los últimos 12 meses fueron la Biblioteca Mayor y la de Filosofía. En tanto, de las públicas no académicas aparecen con mayor frecuencia la Biblioteca Córdoba y la de la Legislatura. Entre las populares tiene mayor grado de repitencia la biblioteca Vélez Sarsfield ubicada en B° Gral Paz.



- **Hábitos de lectura de LIBROS**

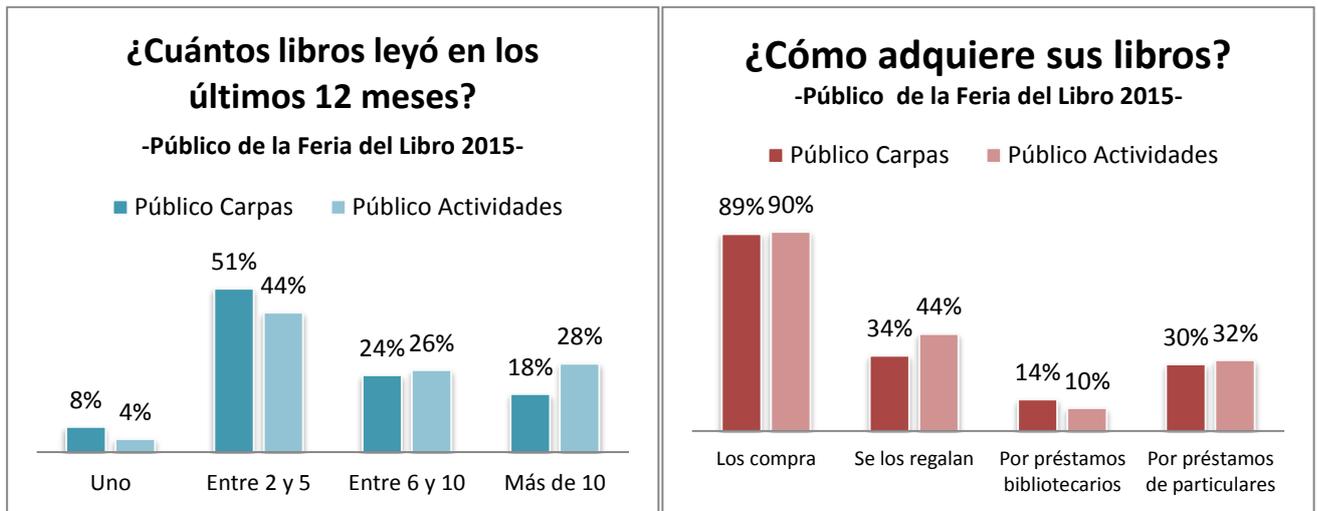
Con respecto a las preferencias de géneros de lectura, 8 de cada 10 asistentes a la Feria indicaron “narrativa” que incluye novelas y cuentos. El segundo género preferido por el **público de las carpas** es “historia/religión”, mientras que para el **público asistente a las actividades propuestas** las preferencias se inclinaron en segundo lugar hacia “poesía” e “investigación/educativos”. En líneas generales estas preferencias se asemejan a las señaladas años anteriores.



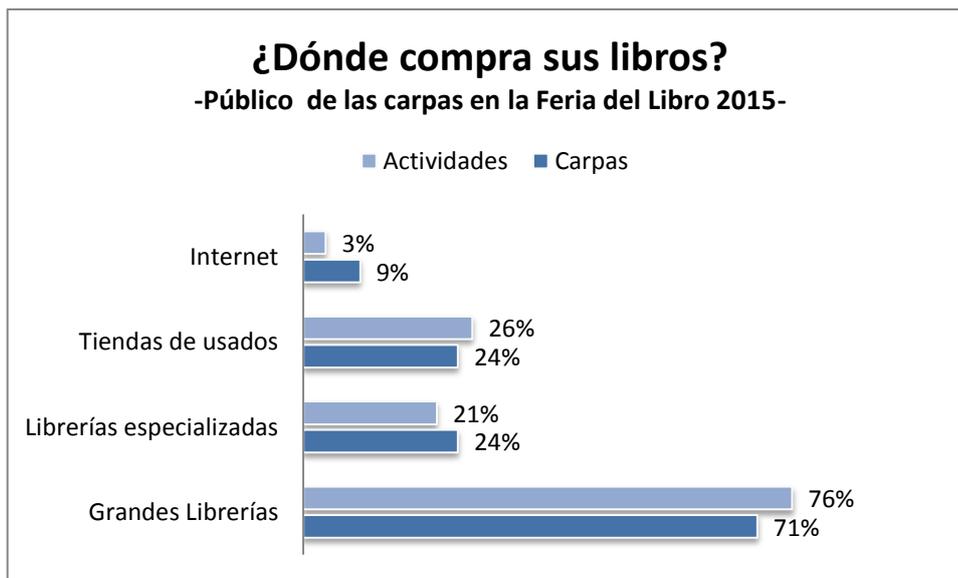
12

Sobre la cantidad de libros que leyó el público de la Feria, la mitad de la muestra indicó “entre 2 y 5 libros” en el último año. Cabe mencionar que una similar proporción se mantuvo entre el público de las carpas y el de las actividades. Fue prácticamente marginal la proporción de la muestra que indicó haber leído sólo un libro en los últimos 12 meses.

Por otra parte, la forma más habitual de adquisición de libros es a través de compras. Los préstamos bibliotecarios son la forma menos frecuente de contacto con los libros.



Centrándonos en los que indicaron que compraron libros, se destaca que 7 de cada 10 lo hace en grandes librerías, especialmente los que participaron de las actividades de la Feria. La compra a través de canales digitales es baja.



ALGUNAS CONSIDERACIONES FINALES

Desde hace 30 años, la Feria del Libro se consolida como la actividad cultural más importante de la Ciudad de Córdoba que renueva esfuerzos e instancias de consenso entre las cinco instituciones que lo organizan: la Municipalidad de Córdoba, la Sociedad Argentina de Escritores (SADE), el Gobierno de la provincia de Córdoba, la Universidad Nacional de Córdoba y la Cámara Argentina del Libro, Papelerías y Afines del Centro de la República (CALIPACER).

Este año la nutrida y heterogénea grilla de actividades fue el principal atractivo que colaboró en la gran afluencia de público. Una mención especial en esta edición merece el **Espacio Barón Biza** que tuvo lugar en la carpa principal y que le dio visibilidad al importante trabajo de producción autogestiva de editores independientes en conjunto con escritores locales. Este espacio sintetiza una demanda sostenida del sector editorial cordobés respecto a la necesidad de apoyo para ocupar un lugar protagónico en la Feria. El ciclo de diálogos entre libreros, editores y escritores que acompañó a este espacio permitió analizar y reflexionar sobre las limitaciones y desafíos de este sector. Teniendo en cuenta que, tal como indica su lema, la Feria es pensada como un lugar de encuentro, sería interesante **mantener abierto y latente el espacio Barón Biza estimulando el intercambio de artistas y gestores del campo del libro y la lectura, incorporando para ediciones venideras otros actores como las bibliotecas**. En este sentido, pensar sobre los centros de documentación como lugares de encuentro de la literatura local con los lectores sería un punto atractivo para seguir reflexionando.

14

Según nuestros registros, la forma más habitual de adquisición de libros del público de la Feria es a través de compras, mientras que los préstamos bibliotecarios son menos frecuentes. La Feria podría ser un ámbito donde visibilizar a las bibliotecas en general estimulando y fortaleciendo su uso los últimos 12 meses.

Por otro lado, la Feria también fue lugar de encuentro de niños a través de diversas actividades pensadas especialmente para ellos; hubo además encuentros interdisciplinarios entre editores, artistas, músicos, actores y diseñadores, independientes y experimentales, locales y nacionales, a través del Espacio Antena. El mismo fue convocante para todo público, especialmente los jóvenes. Aunque en ambos ciclos fueron exitosos en términos de afluencia de público, es necesario generar más propuestas que atraigan a esas franjas etareas. Recordemos que al consultar a los asistentes de la Feria sobre la frecuencia de lectura, de aquellos que indicaron hacerlo “a veces” o “raramente” prevalecieron jóvenes de entre 18 y 30 años. También debe pensarse en estrategias para llegar a convocar a un público no lector, ya que la inmensa mayoría de la muestra relevada indicó que sí dedica tiempo a la lectura.

El escaso conocimiento del público asistente sobre las actividades de la Feria, sumado a la baja valoración de la **difusión** en comparación con otros aspectos del evento, nos lleva a pensar que sería importante reforzar este punto a través de medios tradicionales y especialmente virtuales. En efecto, las formas a través de las cuales el público adujo haberse enterado de la Feria fueron, mayoritariamente, “pasando” o por el “boca en boca”, lo cual reafirma la necesidad de orientar esfuerzos en este sentido. Otra propuesta al respecto podría ser, como en Mercado de Arte, introducir en los ingresos a las carpas y las actividades mesas de recepción donde se entreguen diarios de programación.

Anexos

CUESTIONARIO A VISITANTES EN LAS CARPAS

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

ENCUESTA voluntaria y anónima

El presente cuestionario forma parte del trabajo de investigación “**Hábitos de consumo de Lectura de los visitantes a la Feria del Libro Córdoba 2015**” llevado a cabo por la Subsecretaria de Cultura de la Municipalidad de esta ciudad; solicitamos su participación, respondiendo cada pregunta de manera veraz. Los datos aportados serán tomados en consideración para llevar adelante propuestas de mejora para futuras ediciones de la feria y el sector editorial local. Anticipadamente, le agradecemos por su tiempo.

(Marcar las opciones con tilde)

A.

1- Edad:		2- Género:	Femenino	Masculino	Alternativo
3- ¿Qué estudios tiene? <i>(indicar el máximo alcanzado)</i>	Sin estudios		Estudios terciarios incompletos		
	Estudios primarios incompletos		Estudios terciarios completos		
	Estudios primarios completos		Estudios universitarios incompletos		
	Estudios secundarios incompletos		Estudios universitarios completos		
	Estudios secundarios completos		Estudios de posgrado		
4- ¿Estudia actualmente?	Sí	No			

5- ¿Trabaja?	Sí	No	5.1- Ocupación	
5.1.a- Sector:			Público	Privado ONG Independiente

B.

6- ¿Con qué frecuencia visita la Feria del Libro?				
Primera vez		Todos los años		Ocasionalmente

7- ¿De qué manera se enteró de la Feria del Libro 2015? –Opción múltiple- (distinguir con círculo si Redes u Otros en internet)				
Radio	Televisión	Periódico	Redes/Otro Internet	Boca en boca Pasando Otro, ¿Cuál?

8- ¿Conoce las actividades que propone la Feria del Libro 2015? –Ver si recibió info. de las actividades de la Feria como folletería-				
Sí		No		

En caso de haber respondido Sí en la pregunta anterior continúe, sino salte a la pregunta 10:

9- ¿Cuáles son las actividades que prefiere en el marco de la Feria? –Opción múltiple-				
Exposición y adquisición de libros		Presentación de libros		Conferencias/ Mesas / Charlas
Muestras y exposiciones		Talleres		Actividades escolares e infantiles

10- ¿Ha comprado uno o más libros en la Feria?				
No	10.1- ¿Tiene pensado hacerlo?	Sí	No	Aún no lo definí
Sí	10.2- ¿Cuál/Cuáles? –Título y autor-			

11- Evalúe del 1 al 10 (siendo 1 "Muy mal" y 10 "Muy bien") los siguientes aspectos de la Feria del Libro 2015:				
Programación		Difusión del evento		Disposición y comodidad en carpas
Organización		Información brindada en el ingreso al evento		

12- En general, ¿cómo calificaría la Feria 2015?				
Excelente		Muy Buena		Buena
				Regular
				Mala

C.

13- ¿Dedica ud. tiempo a la lectura en general, ya sea de diarios, revistas, libros u otros materiales?				
Si		No		

En caso de haber respondido que Sí en la pregunta anterior continúe el cuestionario. **Si responde NO terminar acá.**

14- ¿Con qué frecuencia lee?				
Todos los días		Casi todos los días		A veces
				Raramente

15-¿Qué suele leer? Especifique en cada caso si lee en papel o en formato online –Opción múltiple-										
Libros	Papel		Diarios	Papel		Revistas	Papel		Otros textos*	Papel
	Online			Online			Online			Online

*15.1 Menciones cuales:

16- ¿Cuál/es son los motivos por los que lee? –Opción múltiple-									
Por placer		Para estar Informado		Por estudio		Por trabajo		Otro, ¿Cuál?	17

17- ¿Qué factores influyen en su hábito de lectura? –Opción múltiple-									
Tradición familiar		Influencia de Maestros o Profesores		Influencia de amigos		Interés personal			
Otro, ¿Cuál?									

18- En los últimos 12 meses ¿Ha consultado material en alguna biblioteca, ya sea pública, popular o privada?				
No		Sí		Si respondió sí, ¿cuál?

C.1

Solo para quienes respondieron que leen libros (Pregunta 15), sino terminar acá.

19- ¿Qué tipo de libros prefiere? –Opción múltiple-									
Narrativa (Cuentos, Novelas)		Poesía		Cocina		Autoayuda			
Ensayos (Académicos, Políticos)		Historia/ Religión		Ciencia		Otro/s, ¿Cuál/es?			
Investigación/Educativos		Comic		Arte					

20- ¿Cuántos libros ha leído en los últimos 12 meses?				
Uno		Entre 2 y 5		Entre 6 - 10
				11 o más

21- Habitualmente ¿Cómo adquiere libros? –Opción múltiple-				
Compra		Regalos		Préstamos bibliotecarios
				Préstamos de particulares
				Otros, ¿cuáles?

Sólo para quienes respondieron que compran libros (en pregunta 21), sino terminar acá.

22- ¿Dónde los compra? –Opción múltiple-				
Grandes Librerías		Librerías especializadas		Tienda de usados
				Internet

CUESTIONARIO A VISITANTES DE LAS ACTIVIDADES

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

ENCUESTA voluntaria y anónima

El presente cuestionario forma parte del trabajo de investigación “**Hábitos de consumo de Lectura de los visitantes a la Feria del Libro Córdoba 2015**” llevado a cabo por la Subsecretaría de Cultura de la Municipalidad de esta ciudad; solicitamos su participación, respondiendo cada pregunta de manera veraz. Los datos aportados serán tomados en consideración para llevar adelante propuestas de mejora para futuras ediciones de la feria y el sector editorial local. Anticipadamente, le agradecemos por su tiempo.

(Marcar las opciones con tilde)

A.

1- Edad:		2- Género:	Femenino		Masculino		Alternativo	
3- ¿Qué estudios tiene? <i>(indicar el máximo alcanzado)</i>	Sin estudios			Estudios terciarios incompletos				
	Estudios primarios incompletos			Estudios terciarios completos				
	Estudios primarios completos			Estudios universitarios incompletos				
	Estudios secundarios incompletos			Estudios universitarios completos				
	Estudios secundarios completos			Estudios de posgrado				
4- ¿Estudia actualmente?	Sí		No					

18

5- ¿Trabaja?	Sí		No		5.1- Ocupación							
5.1.a- Sector:					Público		Privado		ONG		Independiente	

B.

6-¿Con qué frecuencia participa de las actividades propuestas en el marco de la Feria del Libro?											
Primera vez		Todos los años		Ocasionalmente		No sabía que esta actividad pertenecía a la feria					

7- ¿De qué manera se enteró de la Feria del Libro 2015? –Opción múltiple- (distinguir con círculo si Redes u Otros en internet)												
Radio		Televisión		Periódico		Redes/Otro Internet		Boca en boca		Pasando		Otro, ¿Cuál?

8- ¿Cómo calificaría esta actividad?											
Excelente		Muy Buena		Buena		Regular		Mala			

9- ¿Tiene pensado visitar las carpas?											
Sí		No		Aún no lo definí							

C.

10- ¿Dedica ud. tiempo a la lectura en general, ya sea de diarios, revistas, libros u otros materiales?			
Si		No	

En caso de haber respondido que SÍ en la pregunta anterior continúe el cuestionario. Si responde NO terminar acá.

11- ¿Con qué frecuencia lee?					
Todos los días		Casi todos los días		A veces	
				Raramente	

12-¿Qué suele leer? Especifique en cada caso si lee en papel o en formato online –Opción múltiple-											
Libros	Papel		Diarios	Papel		Revistas	Papel		Otros textos*	Papel	
	Online			Online			Online			Online	

*12.1 Menciones cuales:

13- ¿Cuál/es son los motivos por los que lee? –Opción múltiple-							
Por placer		Para estar Informado		Por estudio		Por trabajo	
						Otro, ¿Cuál?	

14- ¿Qué factores influyen en su hábito de lectura? –Opción múltiple-					
Tradición familiar		Influencia de Maestros o Profesores		Influencia de amigos	
				Interés personal	
Otro, ¿Cuál?					

15- En los últimos 12 meses ¿Ha consultado material en alguna biblioteca, ya sea pública, popular o privada?				
No		Sí		Si respondió sí, ¿cuál?

C.1

Solo para quienes respondieron que leen libros (Pregunta 12), sino terminar acá.

16- ¿Qué tipo de libros prefiere? –Opción múltiple-					
Narrativa (Cuentos, Novelas)		Poesía		Cocina	
Ensayos (Académicos, Políticos)		Historia/ Religión		Ciencia	
Investigación/Educativos		Comic		Arte	
				Autoayuda	
				Otro/s, ¿Cuál/es?	

17- ¿Cuántos libros ha leído en los últimos 12 meses?					
Uno		Entre 2 y 5		Entre 6 - 10	
				11 o más	

18- Habitualmente ¿Cómo adquiere libros? –Opción múltiple-					
Compra		Regalos		Préstamos bibliotecarios	
				Préstamos de particulares	
				Otros, ¿cuáles?	

Sólo para quienes respondieron que compran libros (en pregunta 18), sino terminar acá.

19- ¿Dónde los compra? –Opción múltiple-					
Grandes Librerías		Librerías especializadas		Tienda de usados	
				Internet	