



El público del Festival Mundial del Humor y el Choripán cordobés 2019

Desde el año 2017, la Secretaría de Cultura a través del Área de Investigación desarrolló un relevamiento sobre el público del Festival, que abarcó la caracterización demográfica de los asistentes, su percepción del evento, como así también sus hábitos de consumo de propuestas de humor y gastronómicas.

Como en otros relevamientos desarrollados desde el Área sobre actividades propuestas por la Secretaría de Cultura, el objetivo es principalmente generar datos que permitan desarrollar una propuesta superadora año tras año mediante la evaluación del público sobre el evento. También, identificar quienes vienen al Festival lo cual permite alentar la participación de nuevos públicos mediante estrategias de comunicación y diversificación de actividades.

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 3 ejes:

- Perfil demográfico
- Percepción del Festival
- Hábitos de consumo de propuestas humorísticas y gastronómicas

Tipo de preguntas:

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

Diseño del relevamiento: casos tomados el 22 y 23 de Febrero de 2019 en los horarios de la tarde y noche. El muestreo fue no probabilístico por conveniencia.

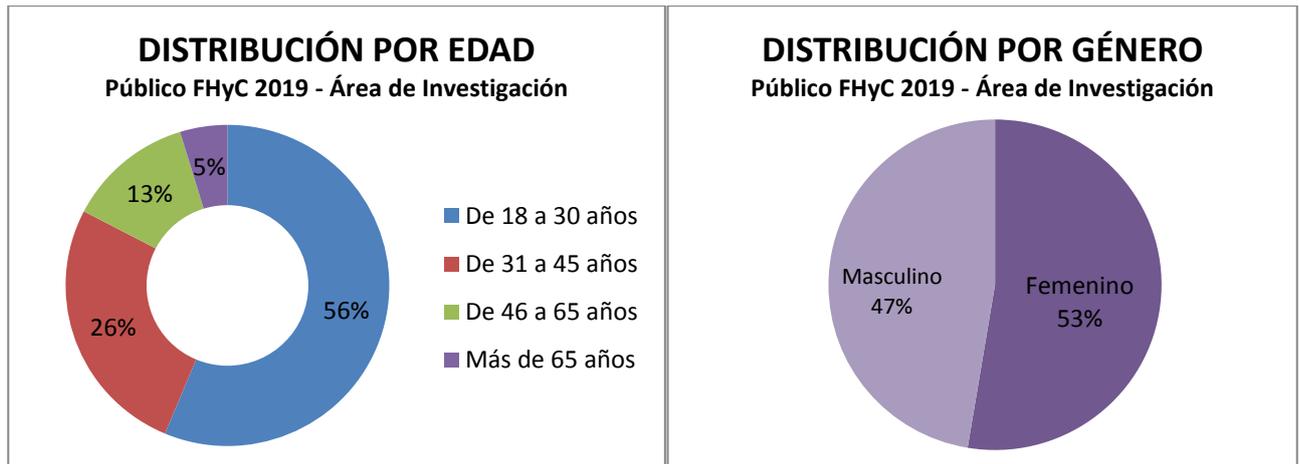
Definición de las unidades de análisis: visitantes circulando por las actividades del Festival desarrolladas en torno al escenario principal, domos y carritos de choripán a lo largo de la Av. del Dante, mayores de 18 años.

Total a relevar: 190 casos.

Fecha de realización del trabajo de campo: 22 y 23 de Febrero de 2019.

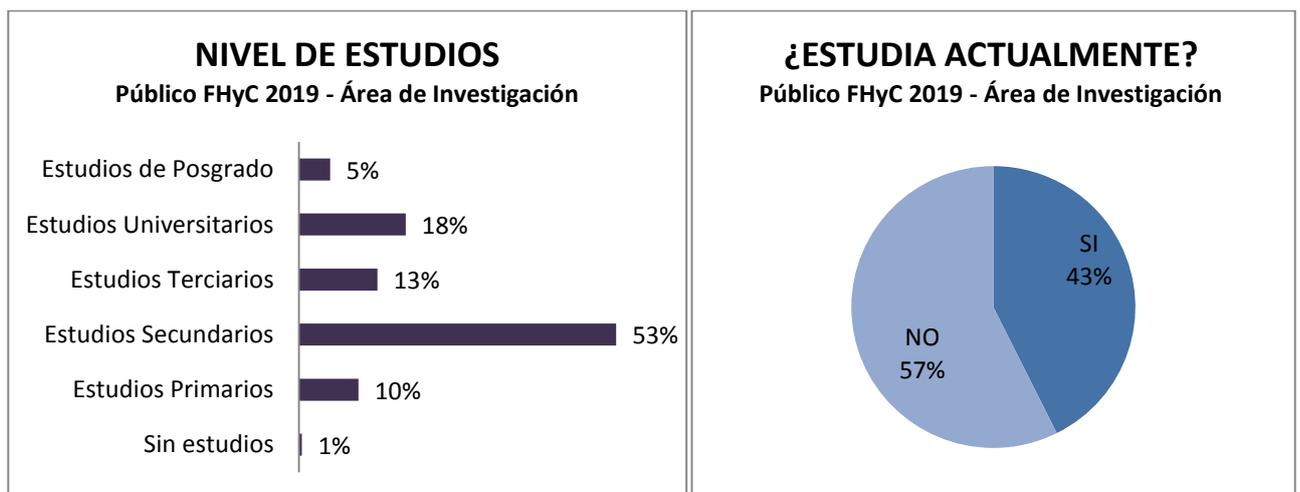
Datos del Público

La muestra recogida reveló una distribución similar al año pasado con respecto a la **edad y género** del público del Festival. Predomina la asistencia de jóvenes de hasta 30 años de edad, mientras que la distribución por género se mantiene equilibrada.



En cuanto al **nivel de estudios**, se observa un predominio de quienes han finalizado el secundario, siendo significativamente menor la proporción de público que tiene carreras universitarias y terciarias terminadas. Respecto a la edición anterior, se observa una reducción en la proporción de público que cursó estudios universitarios y un incremento en el público que cursó estudios de posgrado.

Cuatro de cada 10 asistentes al festival **estudia actualmente**. De ellos, el 89% ha culminado sus estudios secundarios, lo cual nos sugiere que pueden estar cursando carreras superiores ya sean terciarias o universitarias.

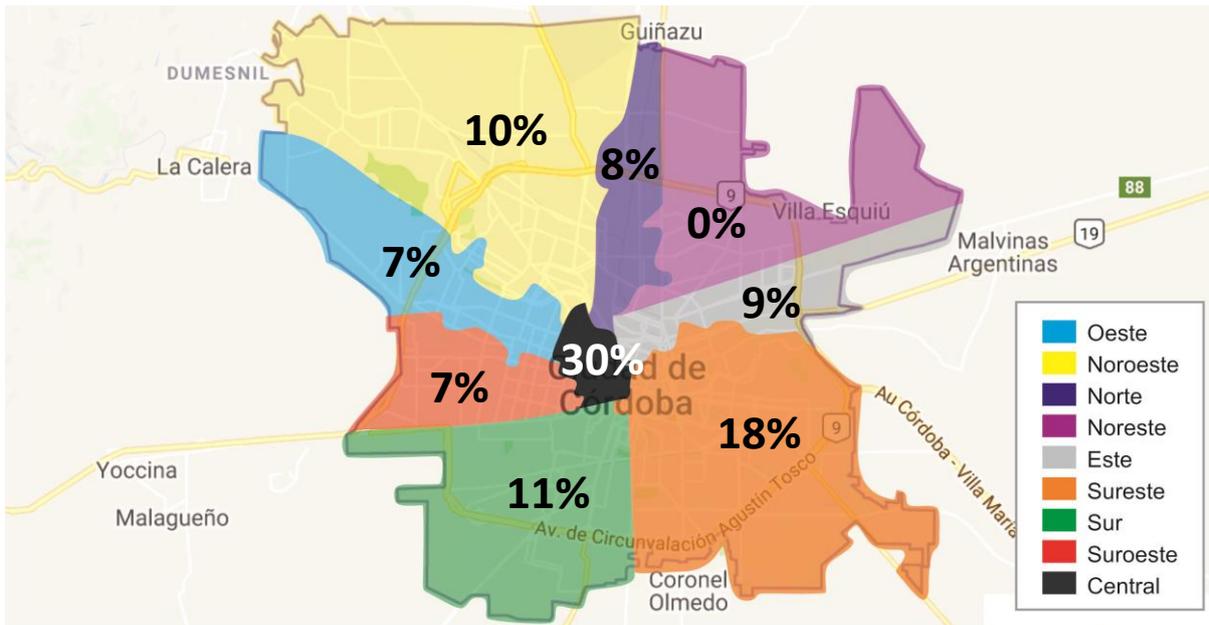


El 60% de los participantes **trabajan actualmente**, siendo un importante segmento de ellos que se desempeña en el **sector** “comercial” y “enseñanza”. Estas dos actividades se mantienen año a año dentro de las primeras reveladas por el público que asiste al festival.



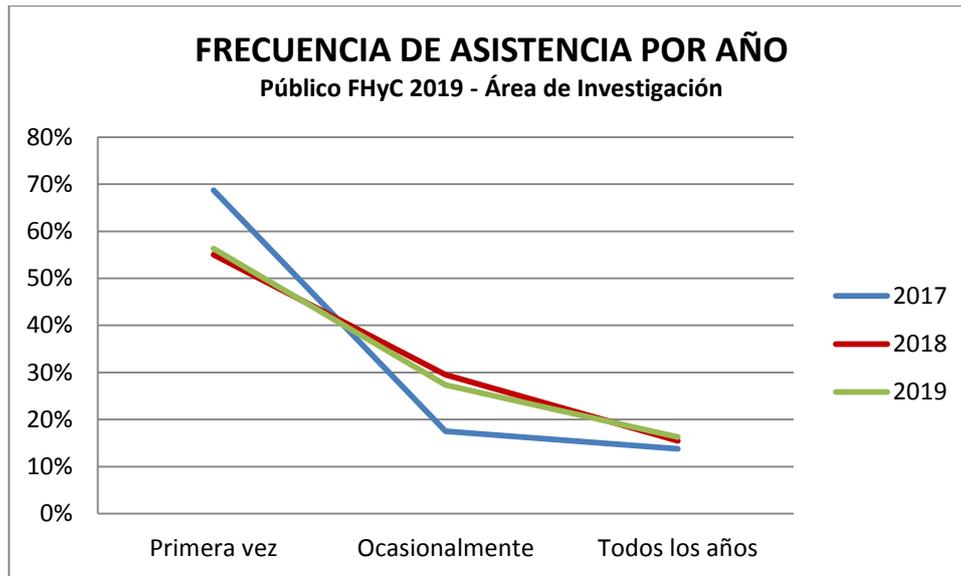
El 90% del público relevado reside en la ciudad de Córdoba. En cuanto al barrio como en otros años **provinieron mayoritariamente** de los de la zona “Central” y “sudeste” de la ciudad. En cambio, se observa una notable diferencia con respecto a la asistencia de otras zonas especialmente la “noreste” de la no se registró ninguna asistencia en la muestra tomada. Por otro lado, se destaca una mayor participación de público de “otras provincias” argentinas, como así también en relación a la edición pasada una menor asistencia de visitantes de otras localidades de Córdoba.

PROCEDENCIA DEL PÚBLICO DE CÓRDOBA CAPITAL. FHyc 2019 - Área de Investigación

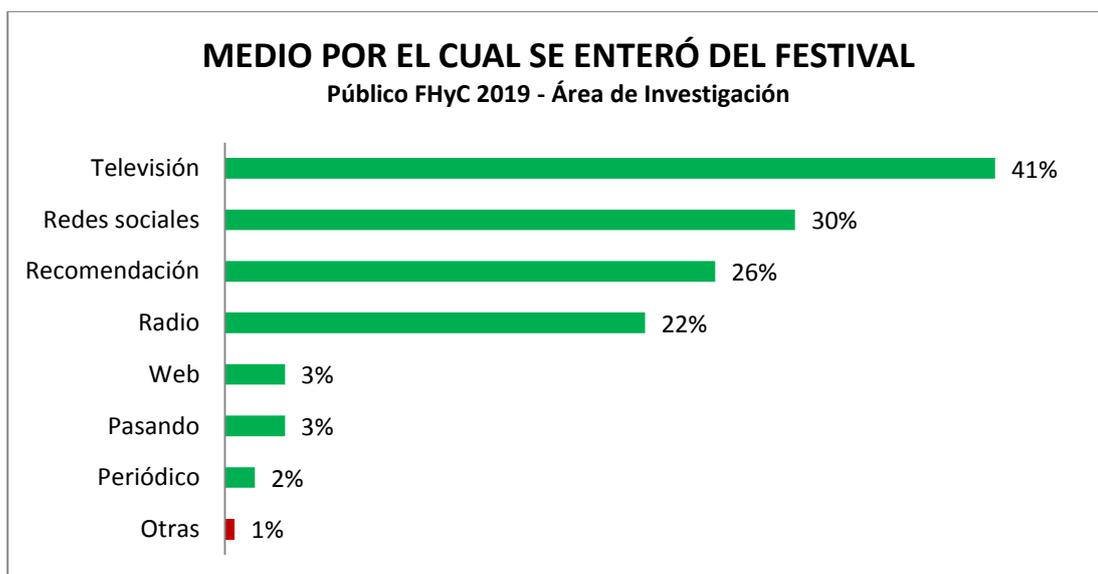


El público en el Festival Mundial del Humor y el Choripán Cordobés

Con respecto a la **frecuencia de participación**, se observa una reducida participación del público cautivo: el 16% del total relevado asiste “todos los años” a este evento que ya tiene 6 ediciones. Esta proporción coincide con las ediciones anteriores. En contraparte, un 56% de los casos asistió “por primera vez” a la propuesta, lo cual refleja que el Festival sigue despertando un gran interés en la ciudadanía. De este porcentaje, más del 60% son jóvenes de “18 a 30 años”. A continuación se presenta un gráfico que permite visualizar la frecuencia de participación al Festival evolutivamente.



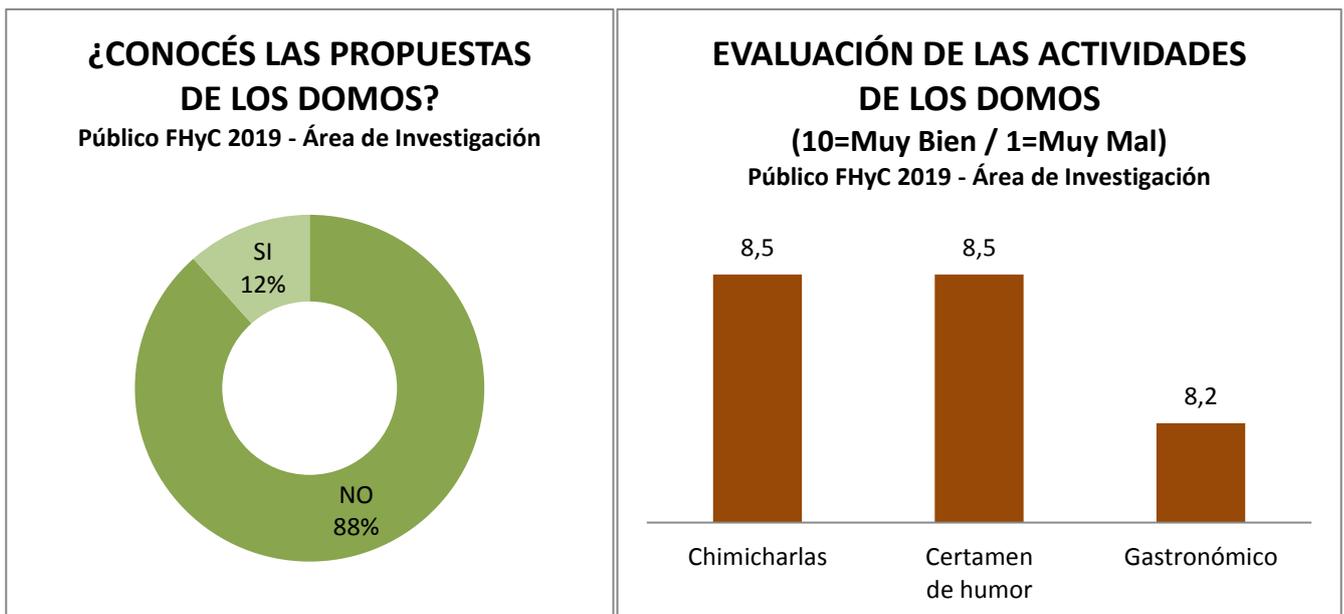
Con respecto a las **formas por las que se enteraron del Festival** predomina la “televisión”, en contraste con lo que ocurre con los demás eventos que organiza la Secretaría de Cultura en los que las “redes sociales” y la “recomendación” son las opciones más seleccionadas. Esto puede deberse a las estrategias de comunicación televisivas impulsadas por la Secretaría, por las características del evento que resulta de interés periodístico para su difusión en televisión y/o por el uso del público de este tipo medios de información. Precisamente, se evidenció que el perfil del público que asistió al Festival es distinto al de otros eventos culturales municipales, cuestión que puede estar influida por los medios de difusión aludidos.



Se consultó sobre la **actividad más atractiva del Festival**, pidiendo a los encuestados que seleccionaran sólo una de las opciones propuestas. La más seleccionada fue la “oferta gastronómica”. La oferta musical, con respecto al año pasado, tuvo un notable incremento en el interés del público.



El 88% de los casos relevados manifestó no **conocer el resto de las actividades propuestas en los domos** en el marco del Festival; nos referimos a las Chimicharlas, Certamen de Humor y Domo Gastronómico. El público que sí conocía las propuestas, **evaluó las actividades de los domos** de acuerdo a su participación en éstas.



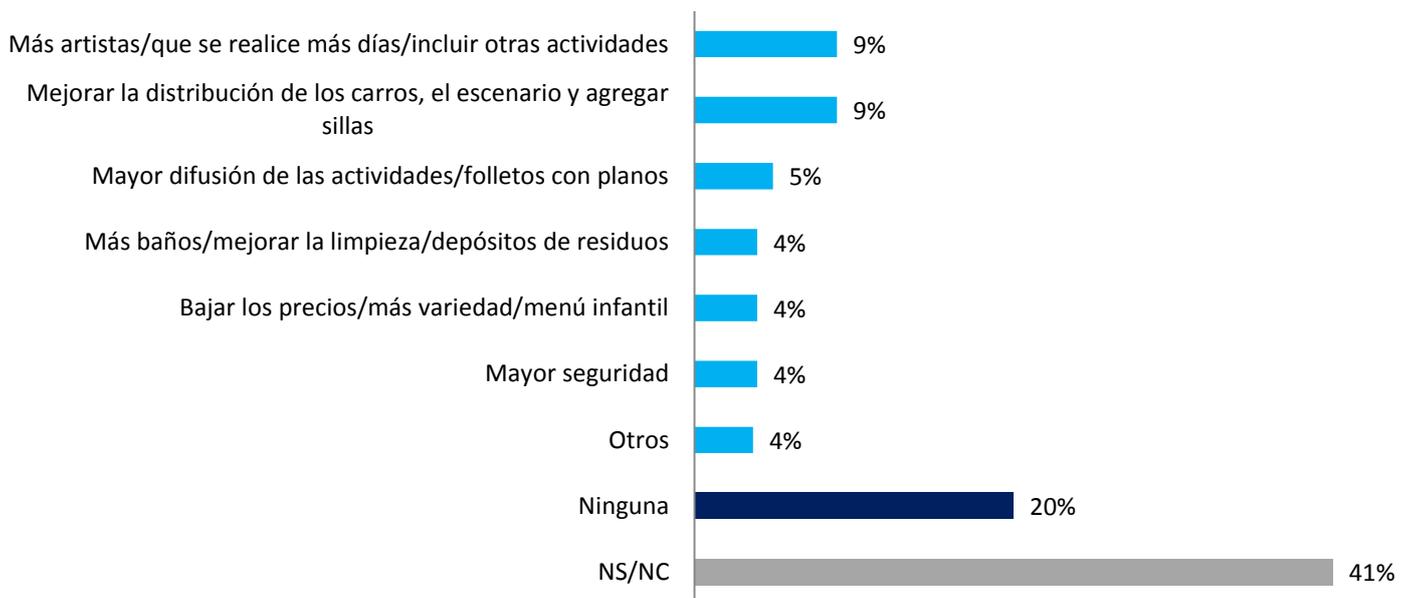
En cuanto a la **evaluación del público de algunos aspectos del Festival**, los mejor valorados fueron: “el lugar de realización”, “el tiempo de espera para la compra” y la “distribución de los puestos”.



Haciendo foco en las **sugerencias del público** relevado a la organización del festival, surge que entre “Ninguna” y “NS/NC” coparon más del 60% de las respuestas; con lo cual permite intuir que la mitad del público presente se sintió a gusto en el evento y no tuvo sugerencias para plantear. A continuación se grafican las más recurrentes.

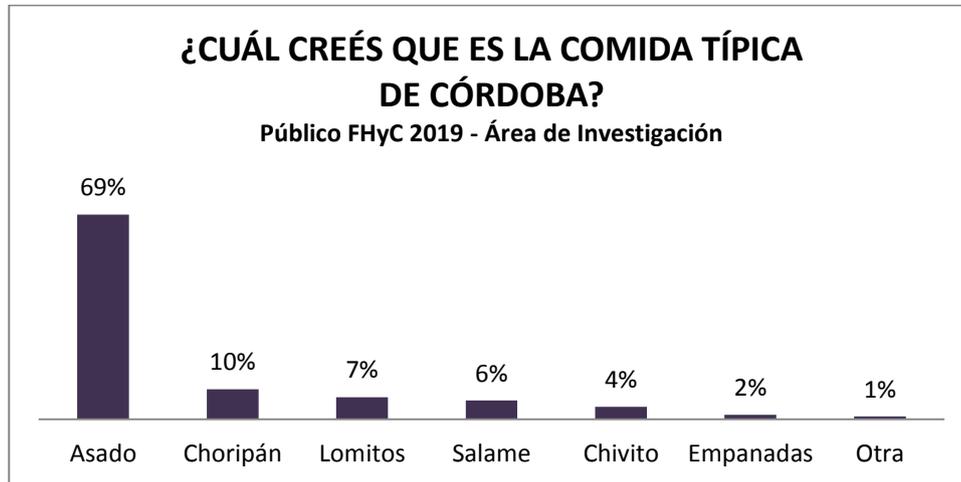
SUGERENCIAS DEL PÚBLICO A LOS ORGANIZADORES

Público FHyC 2019 - Área de Investigación

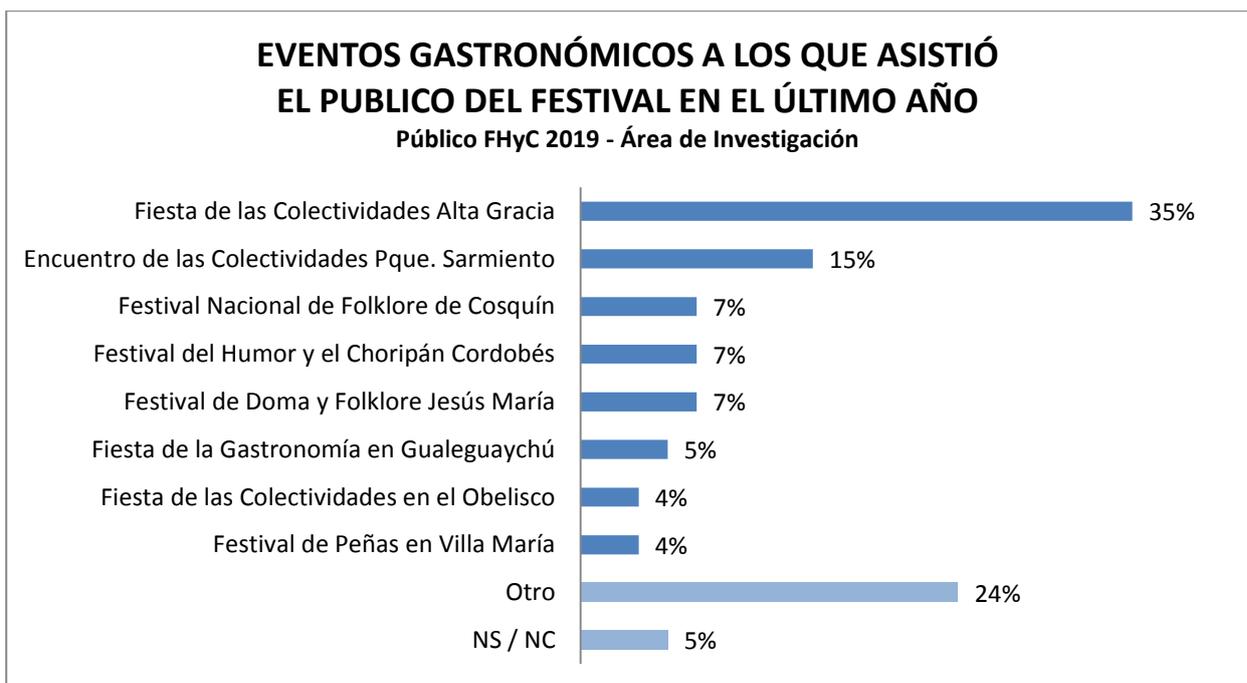


El público y la gastronomía

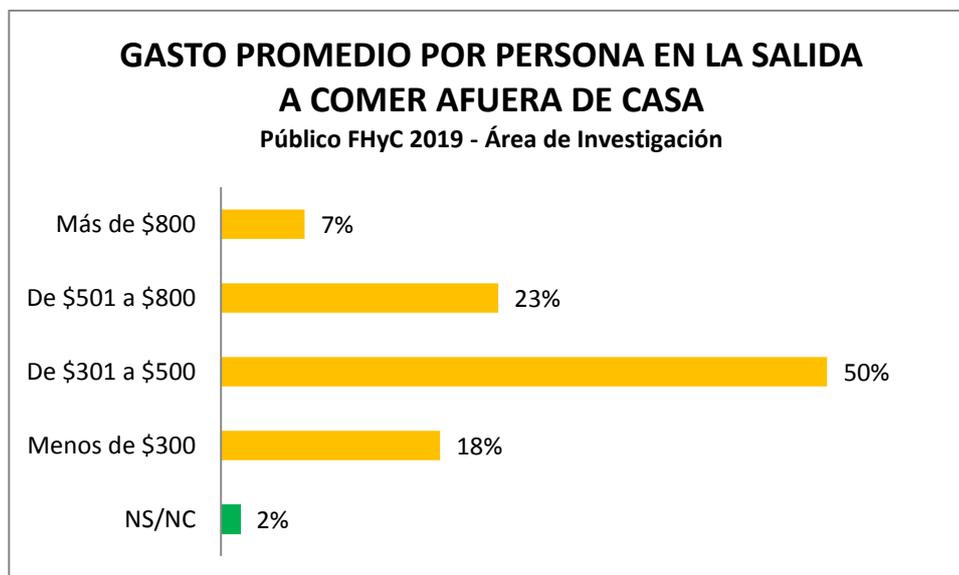
Consultados sobre la **comida típica cordobesa**, 7 de cada 10 asistentes señaló al “asado” como la más característica. En segundo lugar, se mencionó con mayor frecuencia al “choripán” y con menor proporción el “lomito”.



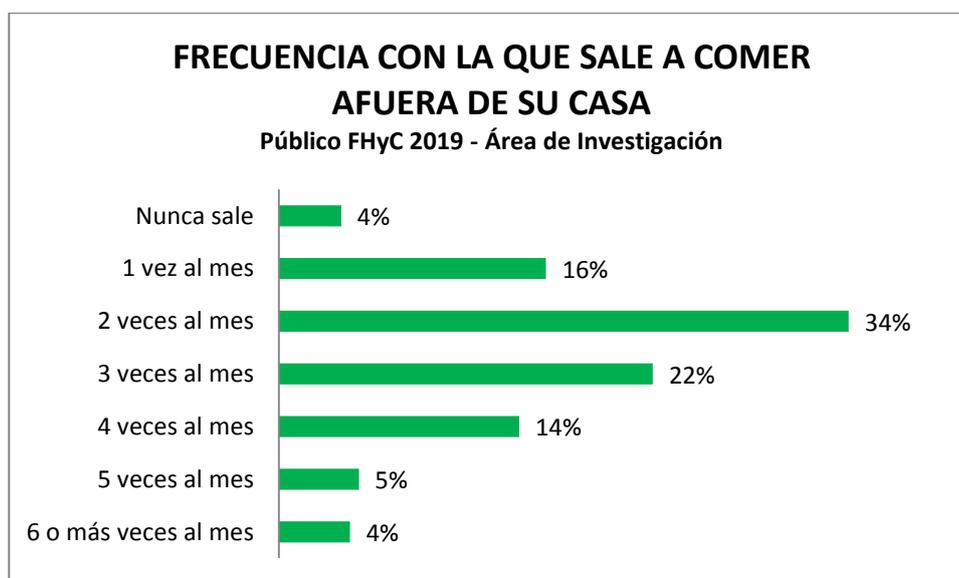
Sólo 3 de cada 10 asistentes al Festival **concurrieron a fiestas o eventos gastronómicos en los últimos 12 meses**. A continuación, se grafican los **eventos a los asistió el público del Festival en el último año**, muchos de ellos desarrollados en el interior provincial en los que la gastronomía ocupa un lugar central. El más concurrido fue la Fiesta de las Colectividades de Alta Gracia.



Con respecto a los hábitos de consumo gastronómico se consultó cuál es el **gasto promedio por persona en una salida a comer afuera de su casa**. Observamos que 5 de cada 10 asistentes gastó de forma individual entre “\$301 a \$800”. El 88% de los mayores de 65 años, gastan menos de \$1000 por persona, y el 75% y 78% de los jóvenes de 18 a 30 años y adultos de 31 a 45 años respectivamente, gastan de \$500 a \$2000 por persona.



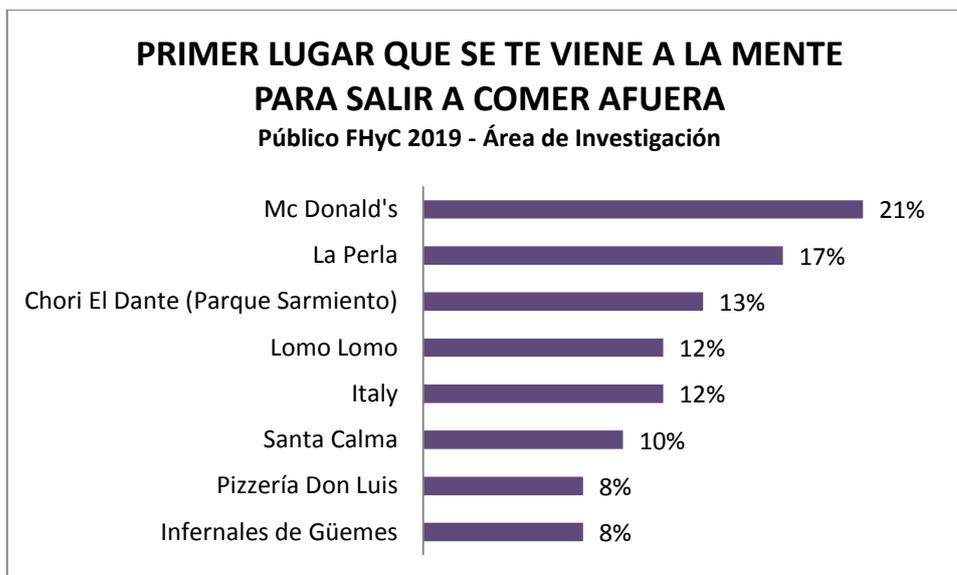
En cuanto a la **frecuencia con la que sale a comer afuera**, el 56% del público manifestó hacerlo entre 2 y 3 veces al mes.



Entre las **preferencias de menú a la hora de salir a comer afuera**, la mayoría eligió la “parrillada/carnes”, quedando las “pizzas” y los “lomitos” en segundo y tercer lugar respectivamente. En el caso de la selección de la “parrillada” como comida preferida, tiene relación con la comida típica de Córdoba seleccionada en el apartado anterior. En cambio, no guarda vínculo con el monto promedio por persona que gastan cuando salen a comer afuera de sus casas.

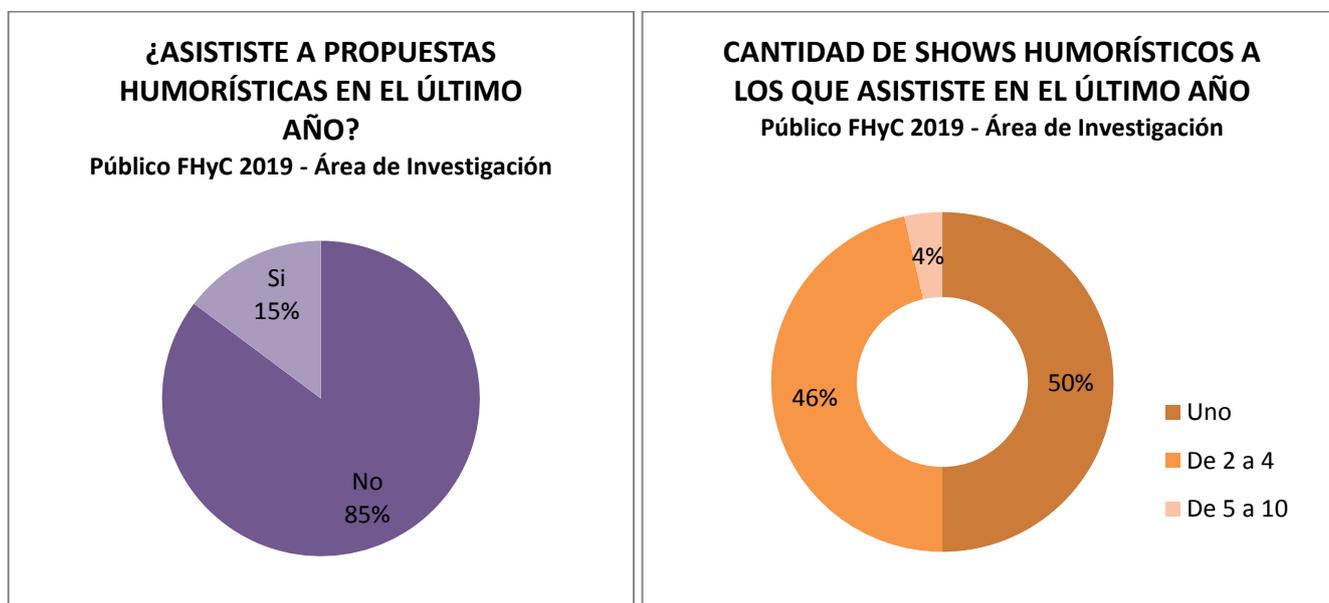


Con respecto al primer **lugar que viene a la mente para salir a comer**, “Mc Donald’s” y “La Perla” fueron las plazas gastronómicas que más se repitieron. Además, se puede observar que más del 40% de quienes respondieron, ubicaron a la zona “Central” como la de mayor interés para salir a comer, seguida por la zona “Sudoeste”.



El público y el humor

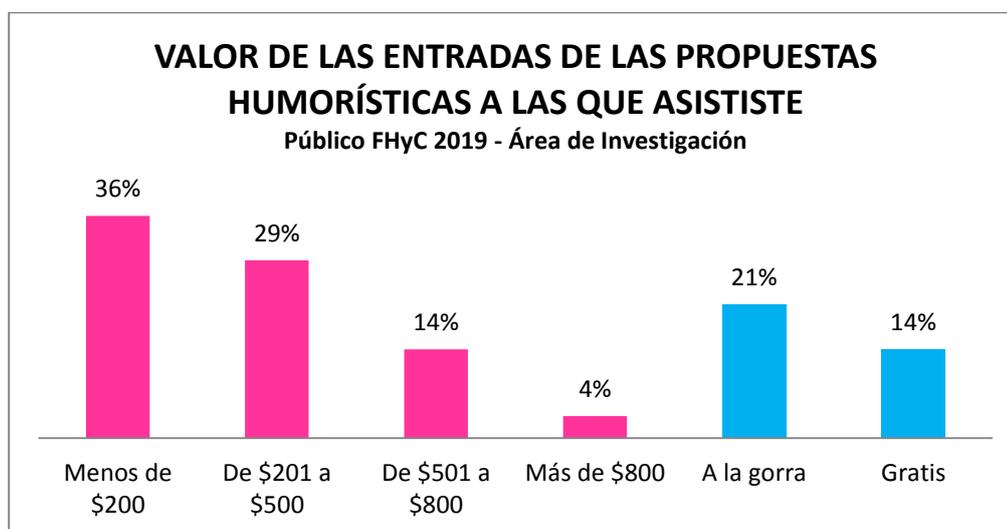
En el último año, sólo el 15% de los asistentes relevados **asistieron a propuestas humorísticas**. El 96% de los casos concurre a este tipo de eventos entre 1 y 4 veces en el año.



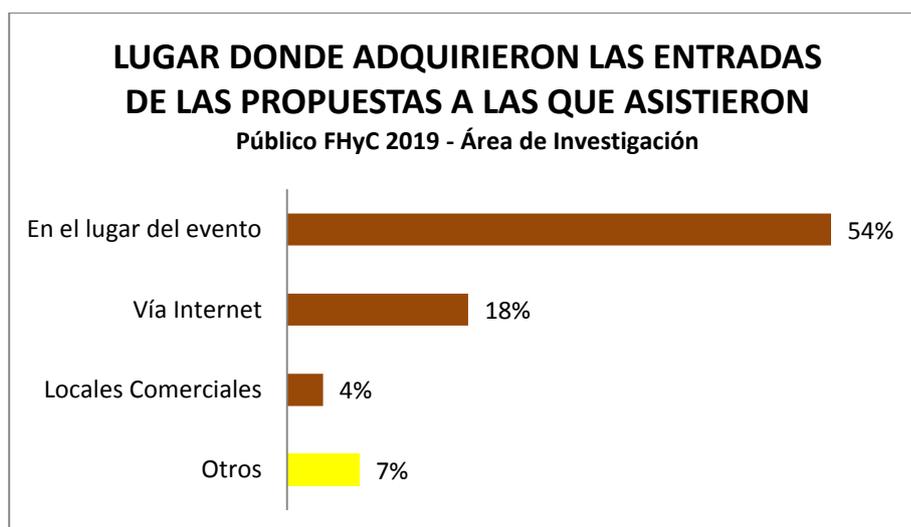
Acerca de los **medios por los que se enteraron de las propuestas humorísticas a las que asistieron**, se destacó “redes sociales” y “recomendación”.



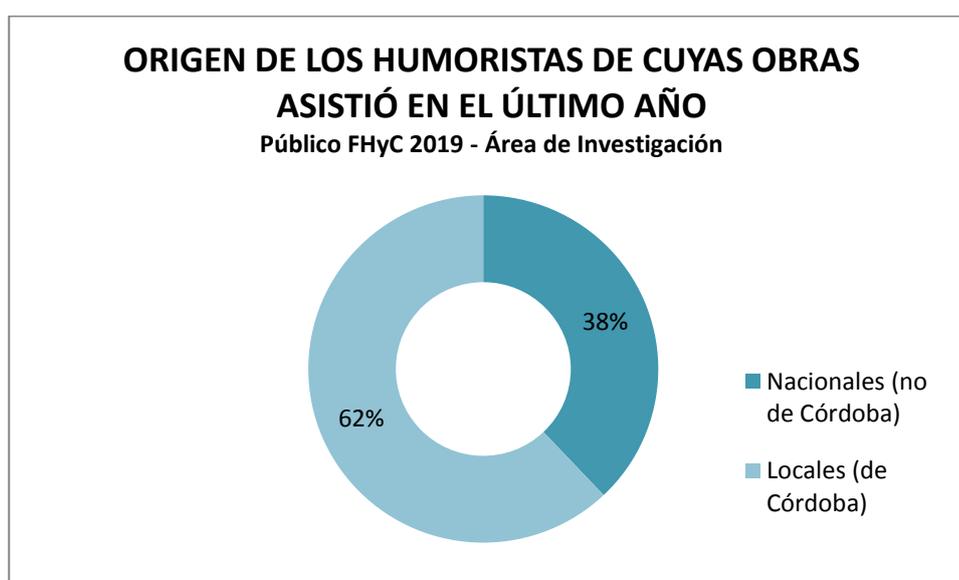
En cuanto al **valor de las entradas de las propuestas humorísticas a las que asistieron en el último año**, el 55% de los casos manifestó que gastaron menos de \$500 y el 21% fue a eventos con entrada “a la gorra”.



En relación al **lugar de adquisición de las entradas a las propuestas humorísticas a las que asistieron en el último año**, un alto porcentaje lo hace en el mismo lugar del evento.



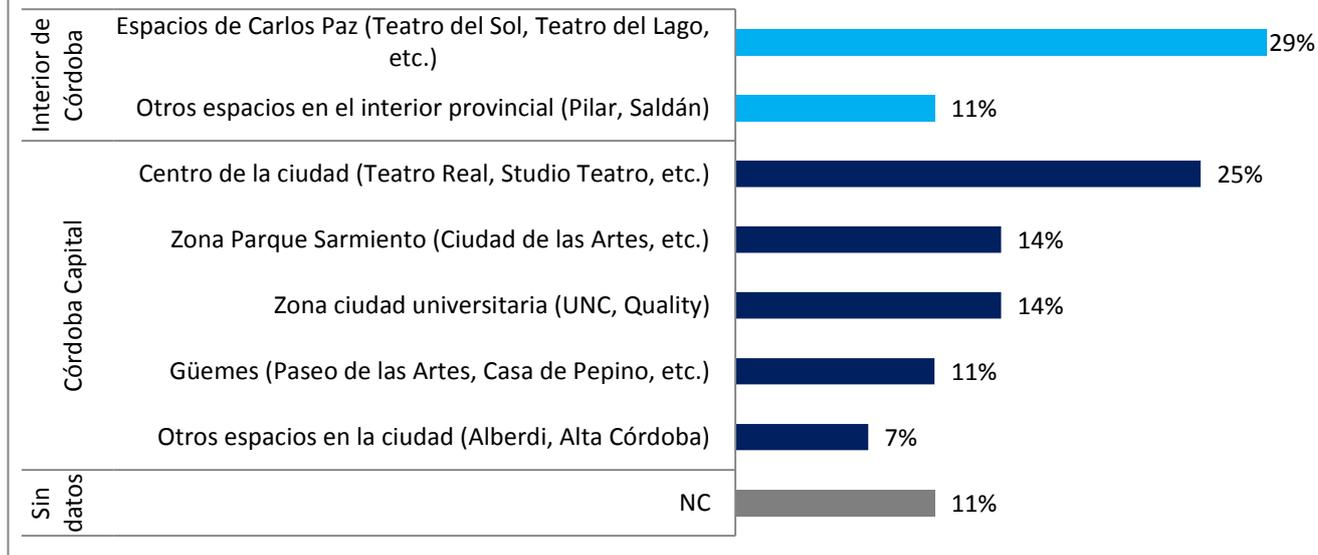
Se destaca que en el último año las **propuestas de humoristas locales** son las más concurridas por el público relevado.



En relación al **lugar al que concurrieron a ver propuestas humorísticas en el último año**, la mayoría asistió a las realizadas en la ciudad de Córdoba, en el centro de la ciudad. Dentro de los espacios mencionados del interior, sobresalen los de Carlos Paz.

LUGARES DONDE SE REALIZÓ LA PROPUESTA HUMORÍSTICA A LA QUE ASISTIÓ EN EL ÚLTIMO AÑO

Público Festival HyCh. 2018 - Área de Investigación



Anexo

CUESTIONARIO A PÚBLICO DEL FESTIVAL MUNDIAL DEL HUMOR Y EL CHORIPAN CORDOBÉS

Nº:

Encuestador:

Fecha:

ENCUESTA voluntaria y anónima

El presente cuestionario forma parte del trabajo de investigación “Percepción del público sobre el Festival Mundial del Humor y el Choripán cordobés 2019 y sus Hábitos de Consumo gastronómicos y de propuestas humorísticas” llevado a cabo por la Secretaría 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 del Festival. Anticipadamente, le agradecemos por su tiempo.

(Marcar las opciones con tilde)

A. DATOS DEL PÚBLICO

1- Edad:		2- Género:					
3- ¿Qué estudios tenés? (indicar el máximo alcanzado)		Sin estudios			Terciarios		
		Primarios			Universitarios		
		Secundarios			Posgrado		
4-¿Estudiás actualmente?		Sí	No	5-¿Trabajas?		Sí	No
Si respondió sí a la pregunta 5 continúe con la 5.1- ¿Qué tipo de actividad desarrollas? (Múltiple opción)							
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 Cap.	Otra localidad de Cba	Otra provincia	Otro País			
	Barrio:	¿Cuál?	¿Cuál?	¿Cuál?			

B. SOBRE EL FESTIVAL

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

8- ¿De qué manera te enteraste del Festival? (opción múltiple)					
Radio	Televisión	Periódico	Web	Redes Sociales	Recomendación
Pasando	Otro, ¿Cuál?				

9- ¿Qué actividad te atrae más de este Festival?(marcar sólo una opción)			
Oferta gastronómica	Show humorístico	Show musical	

10- ¿Conocés las propuestas del Festival que se realizan en los Domos?	No	Sí
<i>Si respondés Sí, continuá. Si respondés No saltá a la pregunta 11.</i>		

10.1- Evalúalas del 1 al 10 (1=muy malo; 10=muy bueno) (Sólo las que conoce)			
Domo Gastronómico	Domo Certamen de Humor	Domo Chimicharlas	

11- Evalúe del 1 al 10 los siguientes aspectos del Festival del Humor y el Choripán 2019 (1=muy malo; 10=muy bueno)			
Programación del evento		Tiempo de espera para la compra	
Organización general		Localización de actividades especiales	
Distribución de los puestos/carros		Selección de artistas invitados	
Actividades recreativas y culturales		Lugar de realización del Festival	

12- ¿Qué sugerencia harías a los organizadores del Festival Mundial del Humor y Choripán 2019?

--

C. GASTRONOMÍA

13-¿Cuál creés que es la comida típica de Córdoba?

Asado		Chivito		Empanadas		Lomitos		Salame		Otra, ¿Cuál?
-------	--	---------	--	-----------	--	---------	--	--------	--	--------------

14- ¿Asististe a Fiestas o Festivales relacionados a la gastronomía en el último año?

NO		SI		Si responde sí, ¿cuál?
----	--	----	--	------------------------

15-Indicá la frecuencia con la que salís a comer afuera al mes.

--

16- ¿Qué tipo de comida preferís cuando salís a comer afuera?

--

17- ¿Cuánto gastás en promedio *por persona* cuando salís a comer afuera? (bar, restaurante, etc.)

Menos de \$300		De \$301 a \$500		De \$501 a \$800		Más de \$800		NS/NC	
----------------	--	------------------	--	------------------	--	--------------	--	-------	--

18- Mencioná el primer lugar de Córdoba que te viene a la mente para salir a comer afuera y el barrio en el que se encuentra.

--

D. PROPUESTAS HUMORÍSTICAS

19- ¿Asististe a propuestas humorísticas en el último año?

NO		SI		Si responde SÍ, ¿Cuál?
----	--	----	--	------------------------

Si respondiste Sí a la pregunta 19 continuá el cuestionario, sino terminá aquí

20- ¿A cuántos shows humorísticos asististe el último año?						
Uno	De 2 a 4	De 5 a 10	Más de 10			

21- ¿Por qué medio te enteraste de las propuestas humorísticas a las que asististe? (Opción múltiple)						
Diarios	Redes sociales	Páginas Web	Radio	Otro, ¿Cuál?		

22- En el último año, ¿en qué valor se ubicaron las entradas de las propuestas humorísticas a las que asististe?						
Menos de \$200	De \$201 a \$500	De \$501 a \$800	Más de \$800	A la gorra	Gratis	

23-¿Dónde compraste las entradas para las propuestas humorísticas a las que asististe? (Opción múltiple)						
En el lugar del evento	Vía internet	Locales comerciales	Otros, ¿Cuáles?			

24- Indica el origen de los artistas de las propuestas humorísticas a las que asististe el último año (Opción múltiple)						
Nacionales (no de Córdoba)	Internacionales	Locales (de Córdoba)				

25- Indicá un lugar al que asististe a ver propuestas humorísticas en último año, señalando el barrio/ciudad en que se ubica.						

¡Muchas Gracias!