



## El público del Festival Griego Mujeres 2019

En esta edición se llevó adelante un estudio al público asistente del Festival el cual tuvo como objetivo:

- Definir el perfil demográfico y musical del público del Festival Griego Mujeres 2019.
- Determinar la procedencia del público del Festival Griego Mujeres 2019.
- Definir y caracterizar los hábitos de consumo de música del público del Festival Griego Mujeres 2019 en lo inherente a:
  - ✓ Frecuencia de escucha de música y asistencia a recitales;
  - ✓ Géneros musicales, origen de artistas, dispositivos y formatos de escucha música que prefieren;
  - ✓ Monto que suelen destinar a música grabada y shows en vivo;
  - ✓ Espacios a los que asistió a escuchar música en vivo en el último año;

- Determinar aspectos relacionados al Festival Griego Mujeres 2019 como: la frecuencia de asistencia del público, los medios por los que se enteraron del evento, la percepción sobre esta edición y qué sugerencias harían a sus organizadores.

Para llevar adelante el relevamiento se utilizó la encuesta como instrumento de recolección de datos. Por un lado, este tipo de estudio aporta información valiosa para plantear mejoras en la planificación de próximas ediciones del evento.

Por otro lado, conocer el perfil de los y las asistentes al Festival y sus hábitos de consumo musical puede brindar oportunidades para el diseño y ejecución de propuestas inclusivas que garanticen la accesibilidad de este tipo de manifestaciones artísticas a toda la ciudadanía.

A continuación se presenta la ficha técnica del estudio y la descripción de los resultados obtenidos.

### 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 4 ejes:

- Perfil demográfico
- Festival Griego Mujeres 2019
- Perfil musical del público
- Hábitos de consumo de Música

**Tipo de preguntas:**

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

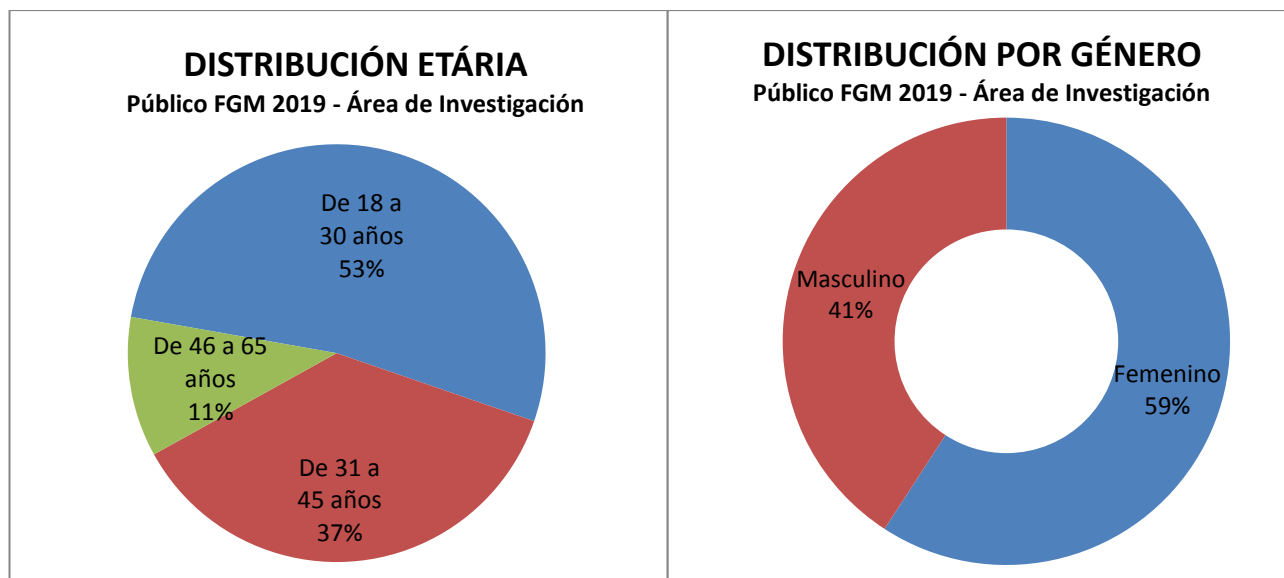
**Diseño del relevamiento:** muestreo no probabilístico, en donde los casos fueron tomados **por conveniencia** dentro del Teatro Griego durante el 9 de marzo.

**Definición de las unidades de análisis:** asistentes al Festival Griego Mujeres 2019, mayores de 18 años.

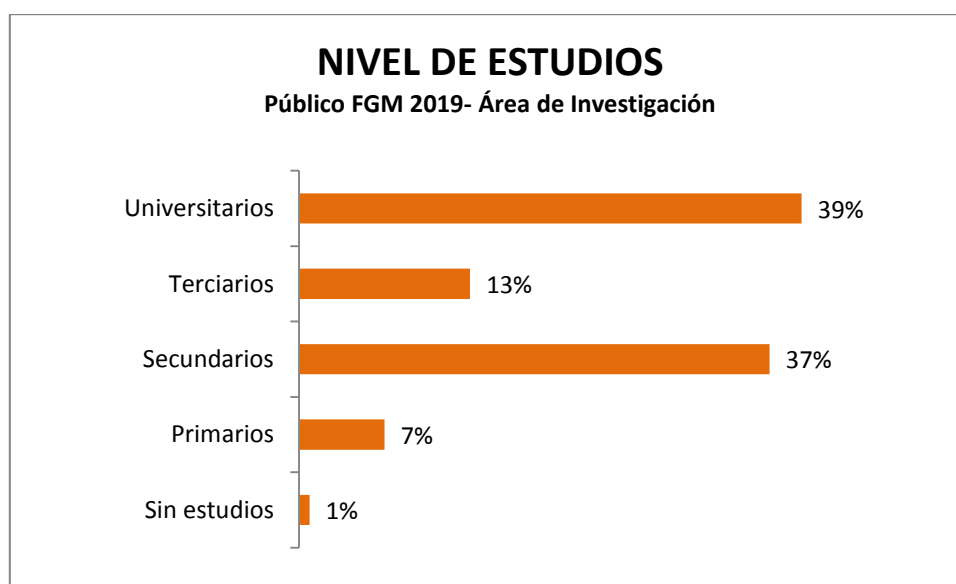
**Total a relevar:** 120 casos contemplando un universo estimado de 2.500 personas esperadas.

## Datos demográficos

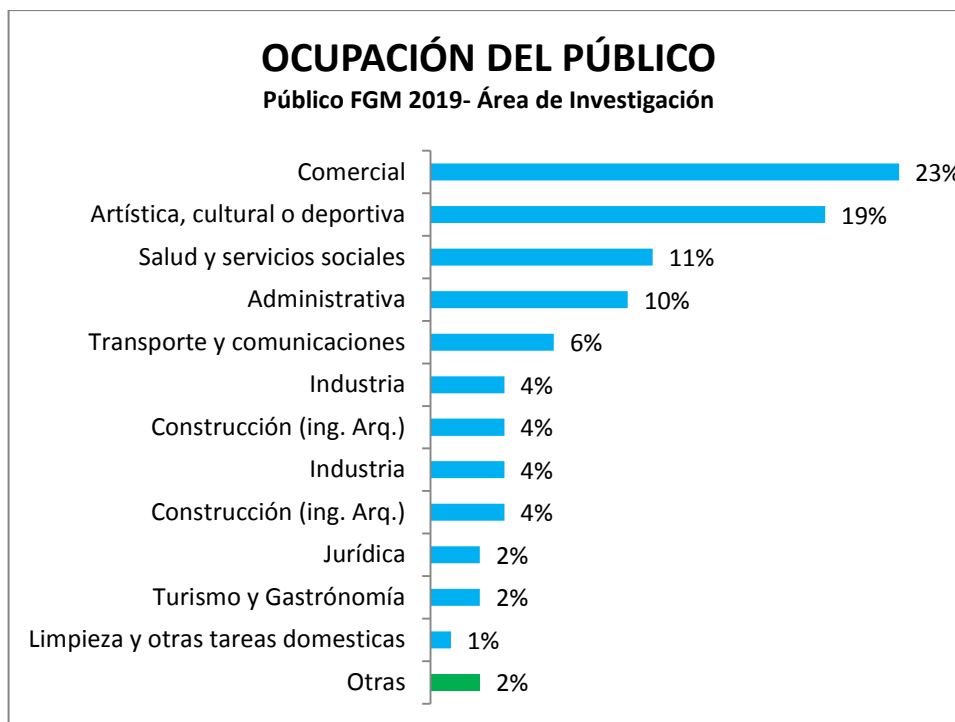
Luego del relevamiento al público efectuado durante el Festival, se desprende que en función de la **distribución etaria**, hay un 89% de presencia de personas jóvenes y adultas de hasta 45 años de edad, disminuyendo año a año la proporción de mayores de 46 años. Una situación diferente ocurre con el **género**, ya que en esta edición la cantidad de masculinos se incrementó un 7%, cortando la tendencia que se venía dando en los años anteriores.



En cuanto al **nivel de estudios**, se observa que las proporciones se mantienen respecto al año pasado, incrementándose levemente el porcentaje de asistentes que **siguen estudiando** en la actualidad, concretamente el 62% de la muestra.

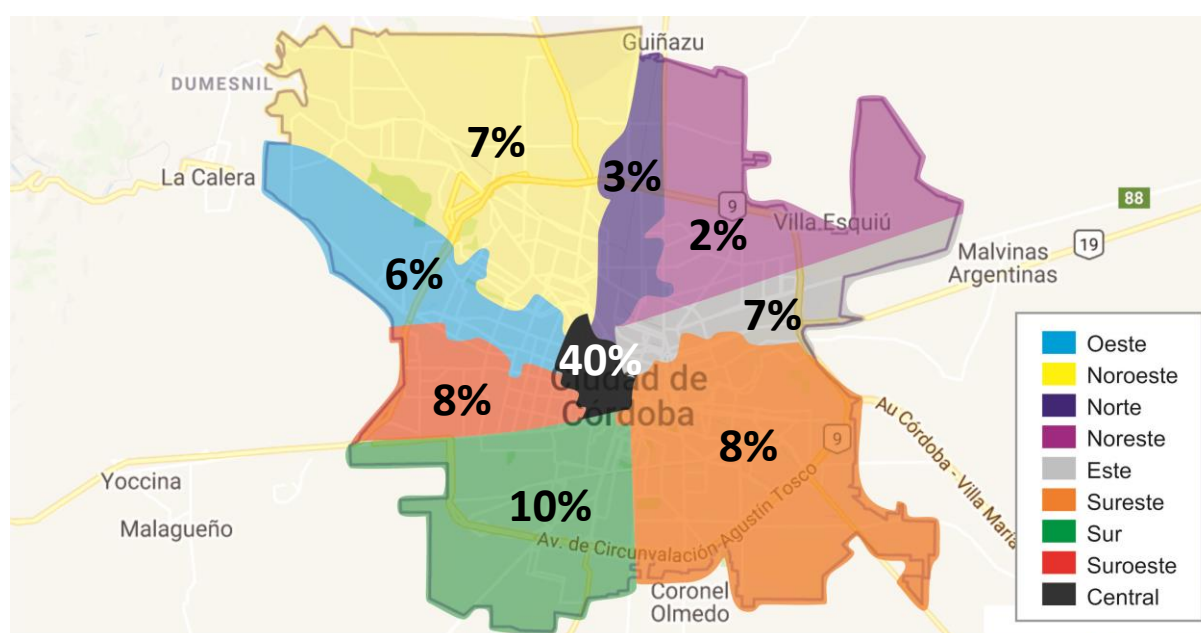


Las y los asistentes que **actualmente trabajan** son el 69% de los casos, decreciendo un 14% con respecto al año pasado. Se mantiene como todas las ediciones las siguientes ocupaciones dentro de las ramas laborales: en primer lugar la “enseñanza”, en segundo “comercial”, y el tercero “actividades artísticas, culturales y deportivas”.

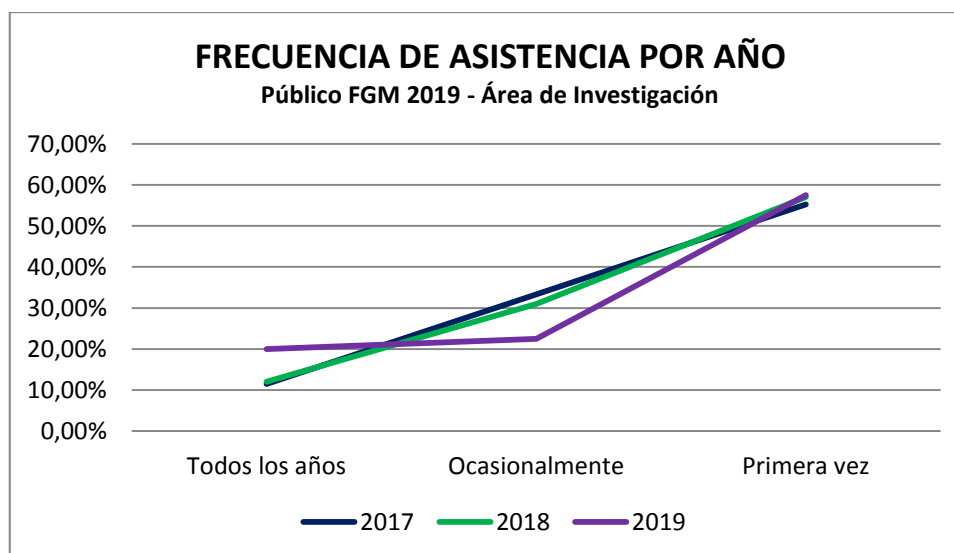


El público del Festival **provino** en un 89% de la ciudad de Córdoba, el resto de otras localidades cordobesas y provincias. Dentro de la capital se destaca la presencia de público de la “Zona Central”, comprendida por los barrios Nueva Córdoba, Centro y Alberdi. Como se observa en el gráfico, participaron, en menor medida, público de barrios de zonas “Norte” y “Noreste”.

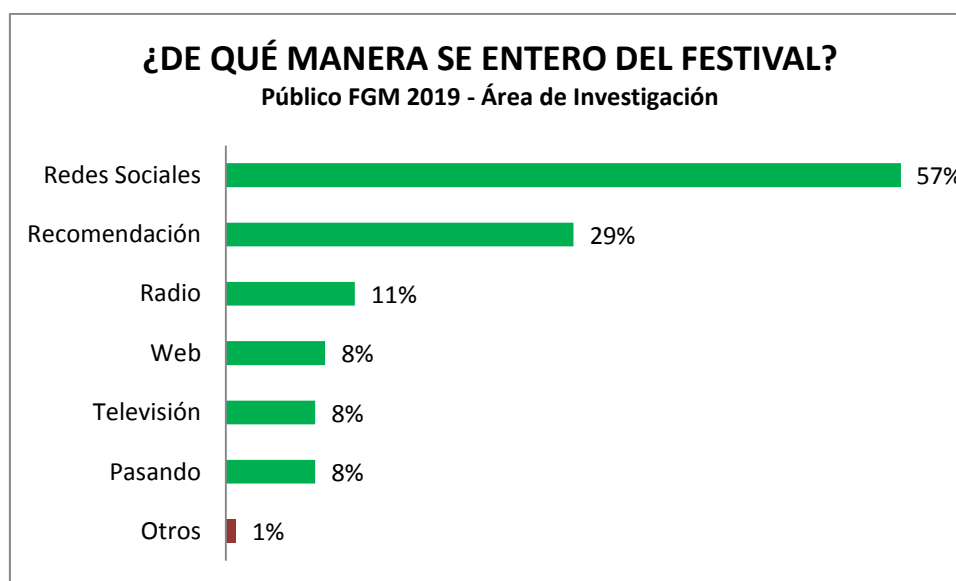
#### PROCEDENCIA DEL PÚBLICO DE CÓRDOBA CAPITAL. FGM 2019 - Área de Investigación



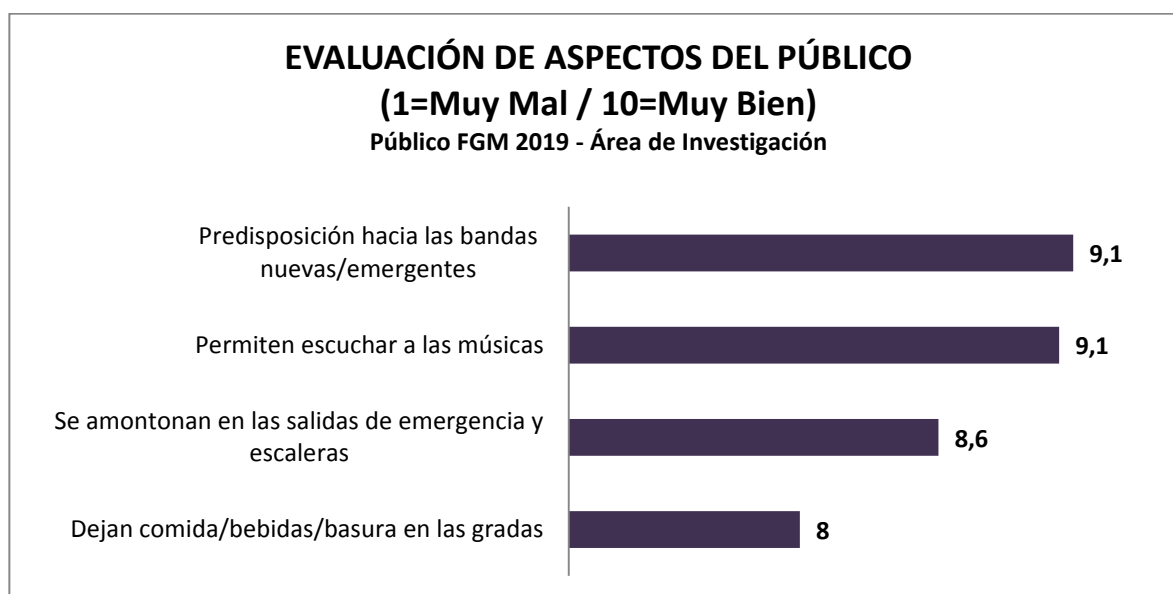
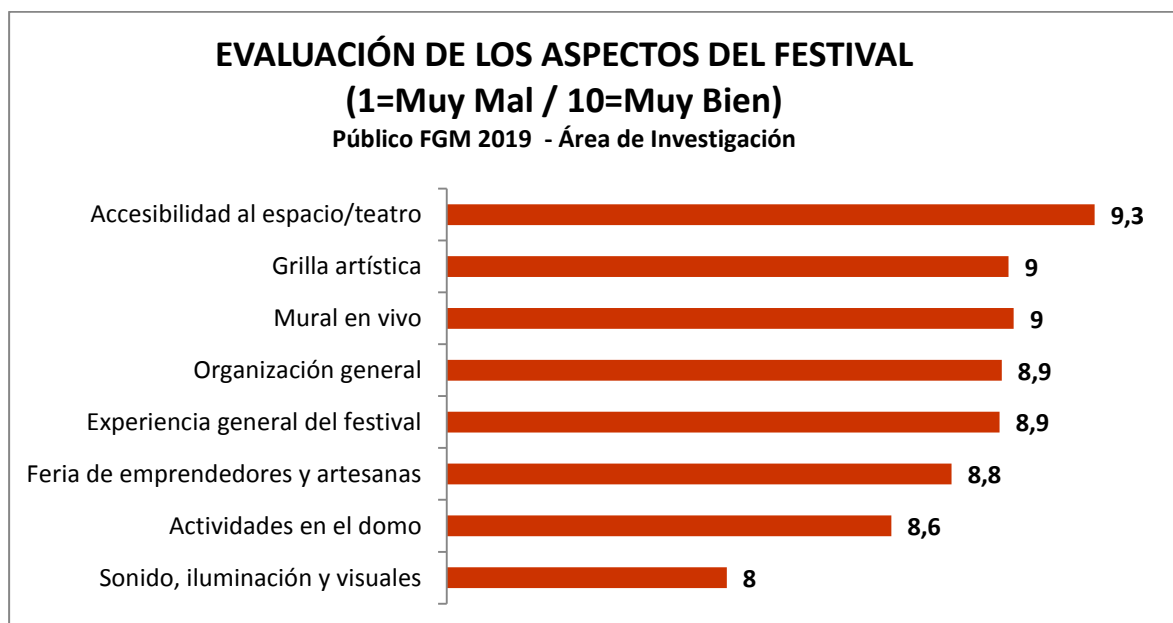
Acerca de la **frecuencia de participación al Festival**, se observa un incremento del público cautivo del Festival respecto a otros años, siendo en esta edición 2 de cada 10 asistentes. En cambio, decreció la cantidad de público que viene al Festival “ocasionalmente”. Al igual que años anteriores más de la mitad de los casos vino al Festival por “primera vez”, siendo casi el 60% de ellos jóvenes de “18 a 30 años”.



En cuanto a los **medios** por los cuales los asistentes se enteraron Festival mismo 6 de cada 10 lo hizo a través de “redes sociales” y 3 de cada 10 por “recomendación”. Observamos que a medida que aumenta la edad de los y las asistentes disminuye el uso de “redes sociales” y crecen medios como “recomendación” vinculado al boca a boca y “pasando”. Con respecto a la edición 2018, crecieron tímidamente medios como la “radio” y “televisión”.



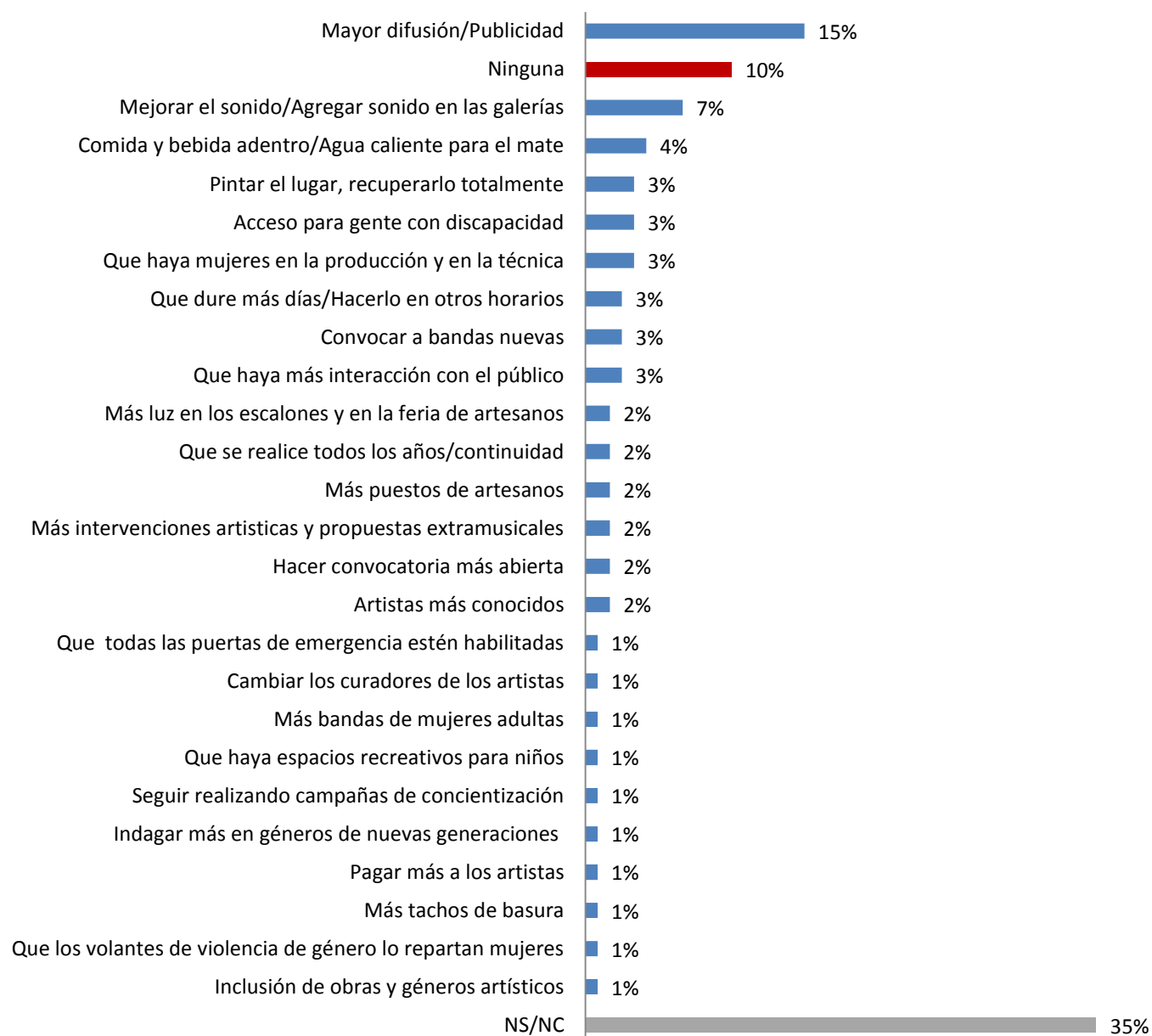
En esta edición, se les solicitó que **valoraran aspectos del festival y aspectos del público** que asistió al evento. Ambas evaluaciones fueron muy buenas, con un promedio de todos los aspectos de 8,8 y 8,7 respectivamente. Además, se buscaron interrelaciones entre la calificación de los distintos aspectos planteados (del Festival y del público) y la edad y nivel de estudios de las y los asistentes, aunque no se encontraron diferencias sustantivas en la evaluación según rangos etarios y nivel de estudios.



Se presentan a continuación las **sugerencias** planteadas para la edición 2020 del Festival, relacionadas mayoritariamente con una “mayor difusión/publicidad” del evento y “mejorar el sonido/ agregar sonido en las galerías” en segunda instancia. Más allá, de estas apreciaciones, vemos que casi la mitad de la muestra no ha dado recomendaciones o sugerencias, lo cual se percibe la correlación con la evaluación positiva de los aspectos del Festival.

## SUGERENCIAS Y RECOMENDACIONES PARA MEJORAR EL FESTIVAL

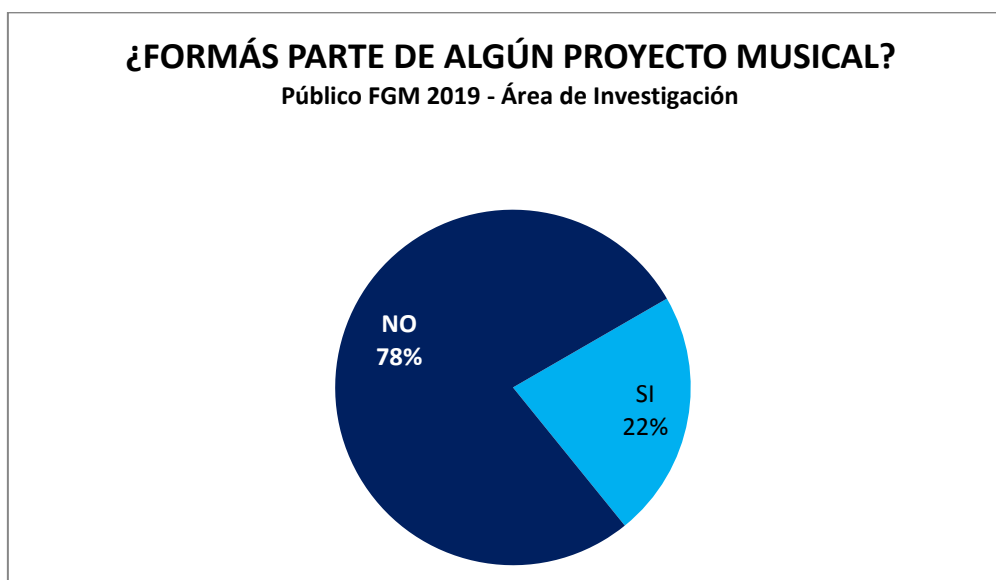
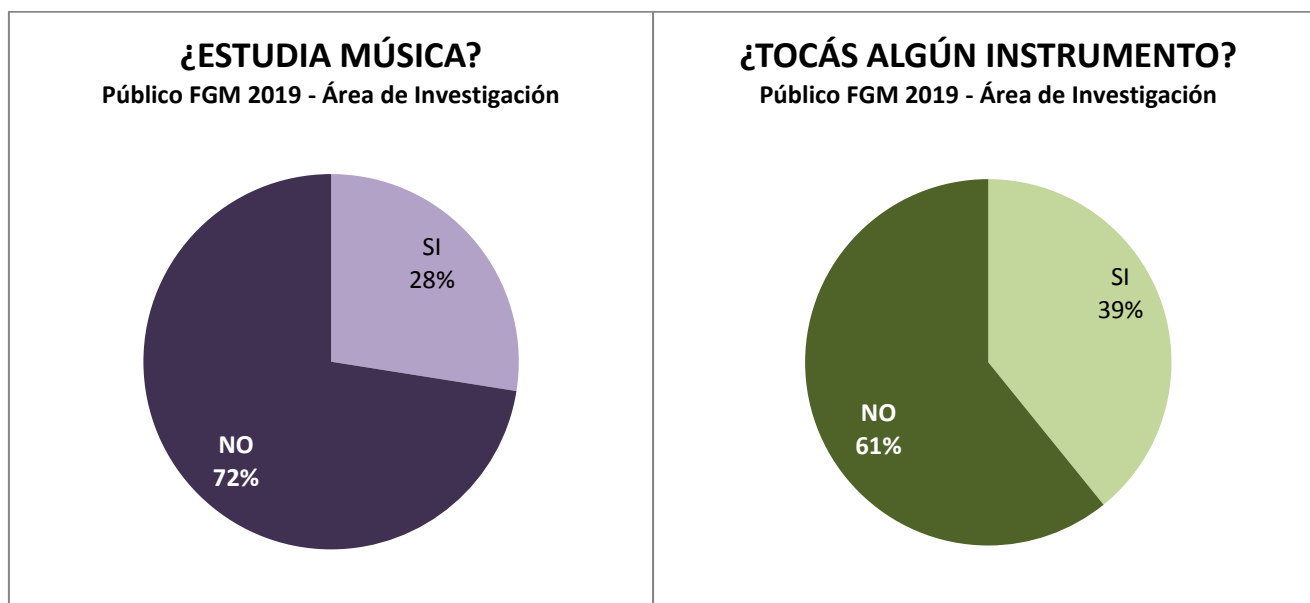
Público FGM 2019 - Área de Investigación





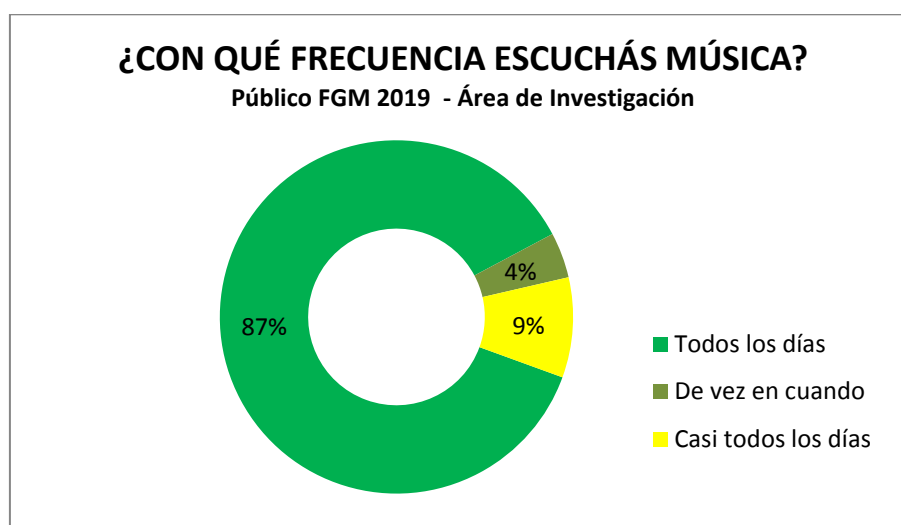
## Perfil musical del público del Festival

En relación al perfil musical del público del Festival hay mayor proporción que **estudia música, toca algún instrumento y/o forma parte de algún proyecto musical**, con respecto a la edición 2018. Nueve de cada 10 asistentes que estudian música, tocan algún instrumento, y sólo 6 de cada 10 son solistas o están dentro de un grupo musical.

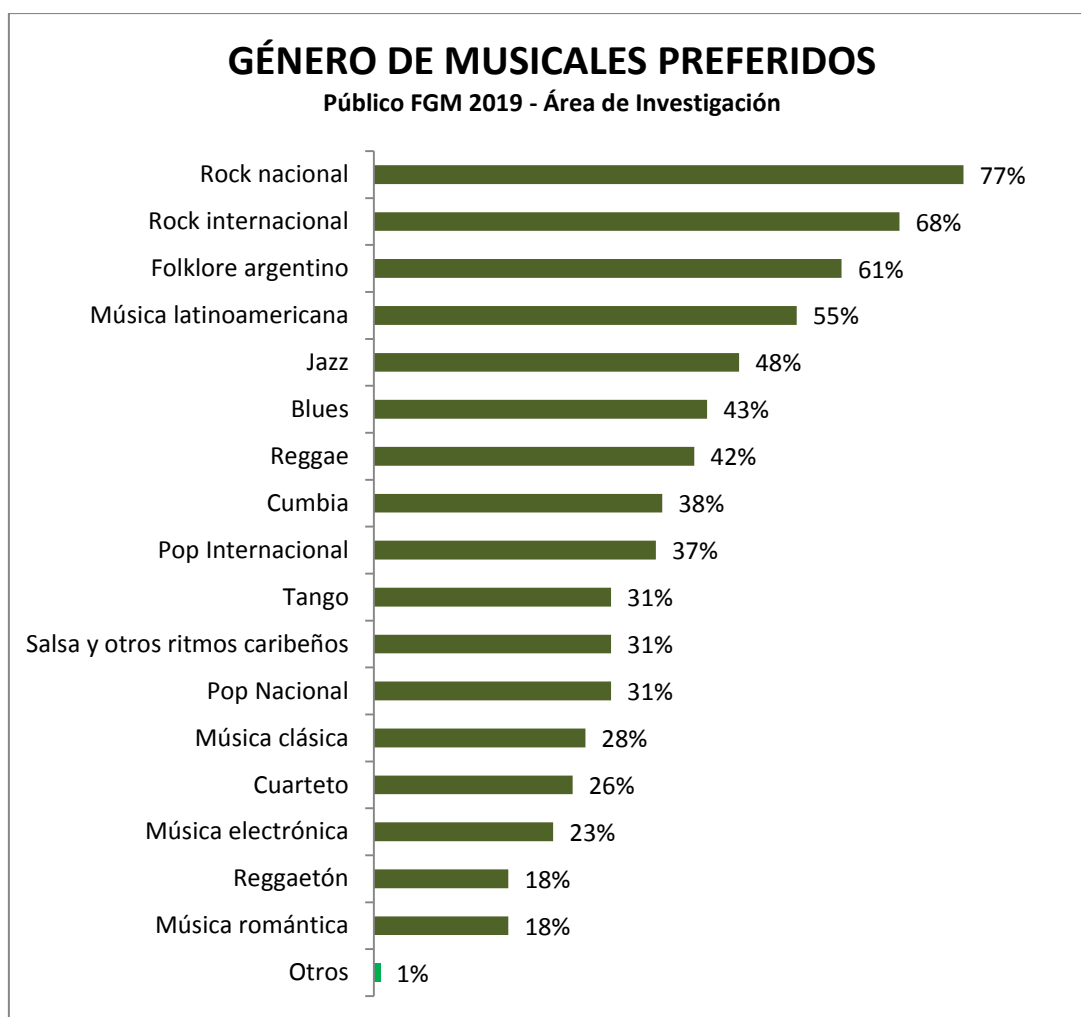


## Hábitos de consumo musical

Se consultó al público del Festival Griego Mujeres 2019 sobre sus hábitos de consumo de musical. Acerca de la **frecuencia con la que escucha música**, el 87% lo hace “todos los días”, tendencia que se mantiene desde el primer relevamiento que realizamos desde el Área. Además, se observa que mientras mayor es la **edad**, disminuye la frecuencia con la que escuchan música “todos los días”.

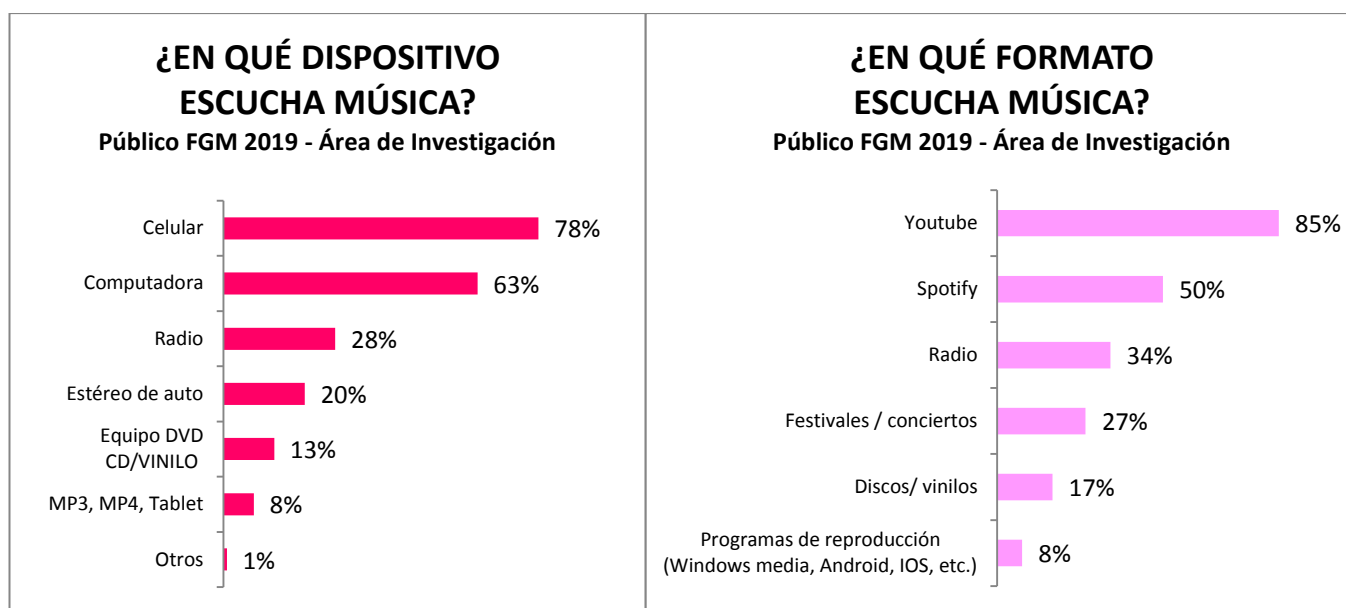


En relación a los **géneros musicales** mantienen las preferencias del público del Festival en las últimas 3 ediciones. Encabeza el “rock nacional” seguido por el “rock internacional”, el “folclore argentino” y la “música latinoamericana”.



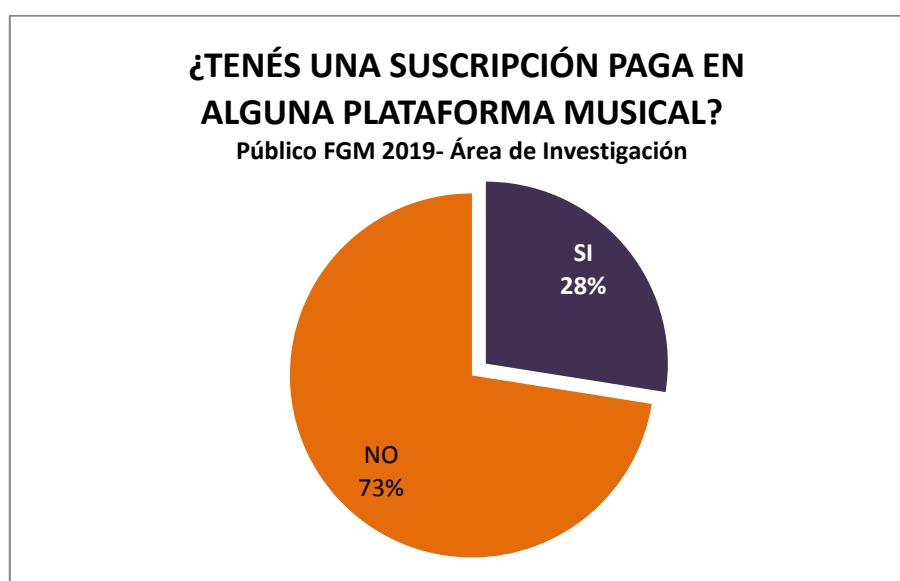
## Música Grabada

Los principales **dispositivos utilizados para escuchar música** por el público del evento son el “celular” y la “computadora”, igual que en la edición pasada del Festival. Cabe señalar que el “celular”, la “computadora” y los “MP3, MP4 y Tablets”, son los dispositivos más usados por jóvenes de “18 a 30 años”. A medida que se incrementa la edad de los asistentes, también lo hace el uso de otros dispositivos como la “radio”.

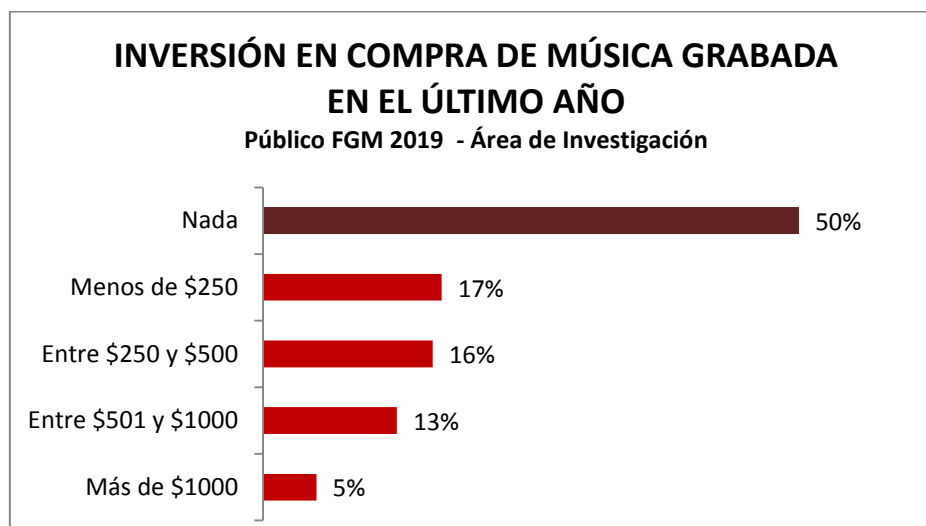


También, en cuanto al **formato en el que escuchan música** se mantienen “Youtube” y “Spotify” como principales al igual que en las ediciones pasadas, siendo los más usados por el público de “18 a 30 años”.

En esta edición, se incorporó una pregunta relacionada a la **suscripción de plataformas musicales pagas**. Como puede apreciarse en el siguiente gráfico sólo el 28% la tiene y en su totalidad utilizan el servicio de “Spotify”. También se incorporó este año una pregunta en relación a cuán interesado/a está en **asistir a una feria de musical**, dando por resultado que el 95% tienen interés en concurrir.

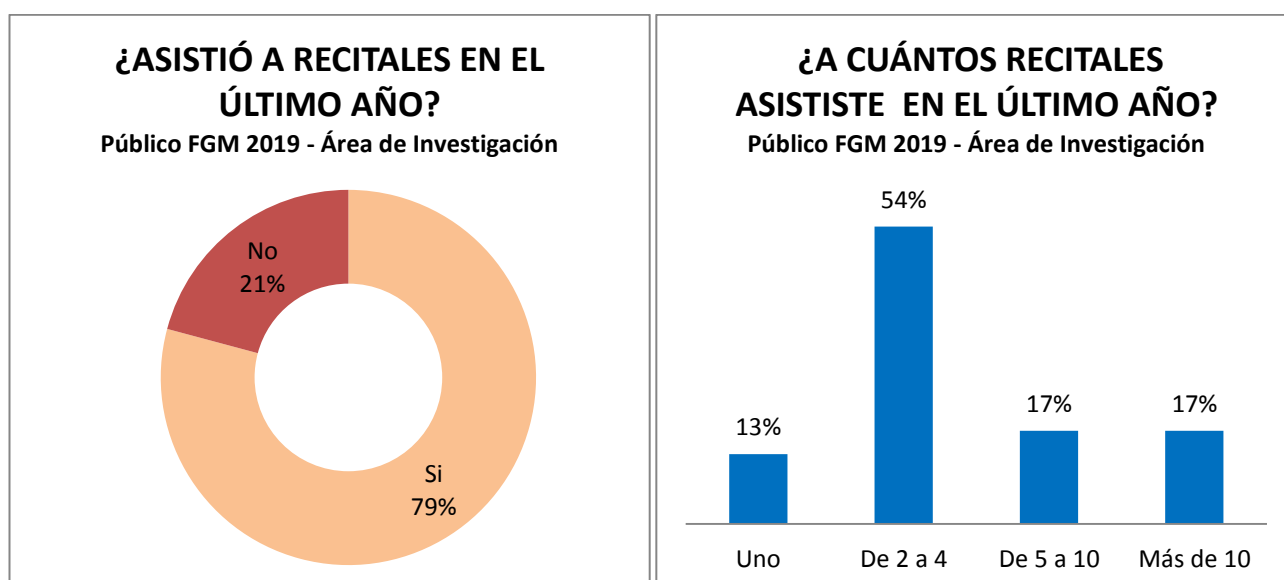


Respecto a la edición 2018 del Festival, se observa una disminución de público que no **invierte en la compra de música grabada**, en esta edición la mitad de la muestra. En contraposición, se aprecia un incremento del 16% de público que paga por música grabada en relación al año pasado.

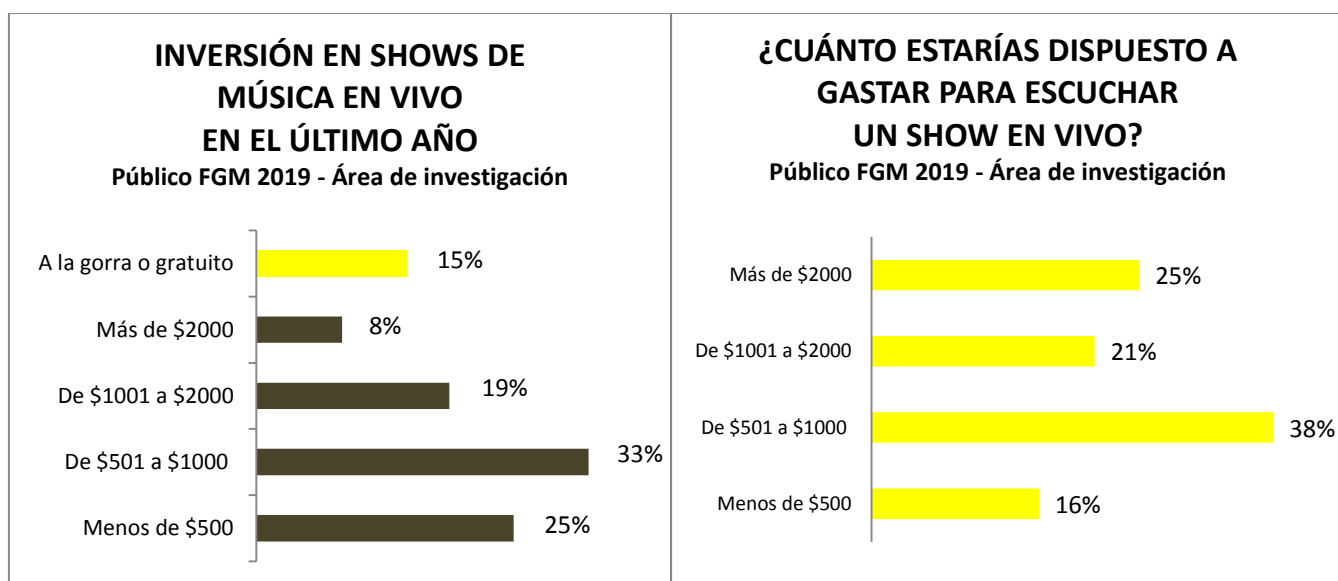


## Música en Vivo

Al ser consultados/as sobre la **concurcencia a recitales en el último año**, se desprende que 8 de cada 10 asistentes lo han hecho. De ellos, casi el 90% asistió a dos o más recitales. Además se observó que más del 84% de personas jóvenes de “18 a 30 años” asistieron al menos a un recital en el mismo período y que, a medida que aumenta la edad, disminuye la concurrencia a shows en vivo.



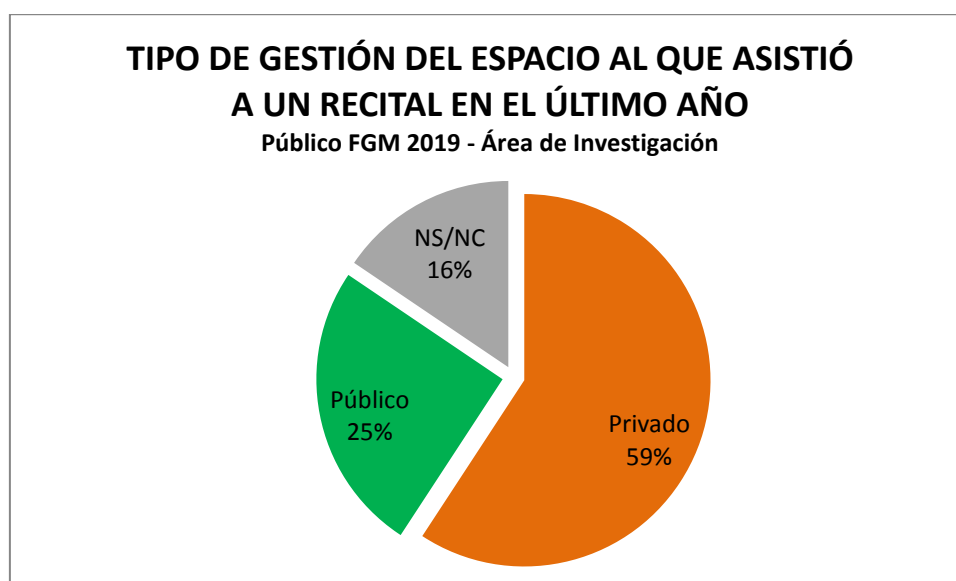
En relación a la **inversión en la compra de entradas para shows en vivo en el último año**, y en correlación con **cuánto estarían dispuestos a pagar** por ellas, se puede observar que el 77% del público pagó menos de \$2000 en este ítem y que el 75% estaría dispuesto a pagar hasta este mismo monto. Asimismo, a medida que aumenta la edad del público la inversión en la compra de tickets para música en vivo aumenta, de igual manera que la inversión que estarían dispuestos a realizar por un evento de estas características. Por su parte, cabe mencionar que es sustancialmente menor la cantidad de público que no invierte en música en vivo comparativamente a la inversión en música grabada.



Consultado sobre el **origen de los y las artistas que fue a escuchar en el último año**, el público manifestó que eran mayoritariamente “Nacionales (no de Córdoba)”, coincidiendo con la tendencia de la edición pasada. Existe una relación directa entre la concurrencia a shows de artistas “Locales” y “Nacionales” respecto de los precios que pagaron por las entradas. A su vez, a mayor edad del público, más afluencia a recitales con artistas internacionales. Es importante destacar que, con respecto a 2018, el público concurrió a escuchar menos artistas “Locales (de Córdoba)”.

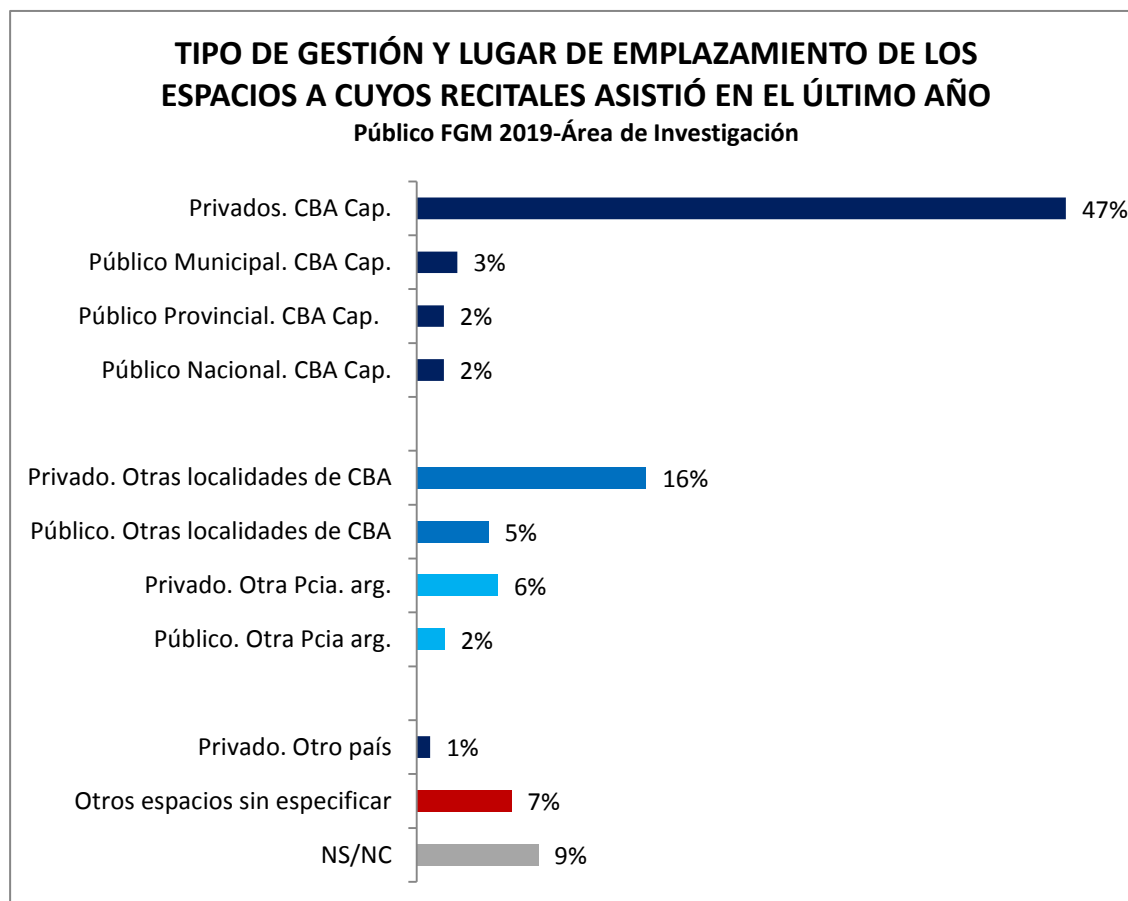


Sobre los **espacios a los que asistió** el público del Festival durante el último año, se observa que 6 de 10 concurren a espacios de gestión privada. El uso de espacios públicos sigue siendo igual al año anterior.



Analizando el **tipo de gestión por emplazamiento de los espacios** se observa, por un lado la preponderancia de los espacios de gestión privada por sobre los públicos. Esto puede responder a que, al menos en la ciudad de Córdoba, existen más espacios privados que públicos para escuchar música en vivo. Otro tanto puede responder a que la oferta en espacios privados es más atractiva o tiene mayor difusión. Por otro lado, se observa que el

público del Festival ha participado poco de propuestas musicales en espacios municipales en el último año.



A continuación se enlistan los espacios a los que concurrió el público del Festival a ver recitales en el último año.

#### RANKING ESPACIOS MÁS VISITADOS EN EL ULTIMO AÑO

Quality / B° Ejército Argentino	12%
Plaza de la Música / B° Alberdi	12%
Cosquín Rock / Santa María de Punilla	8%
Orfeo / B° Alto Verde	4%
Club Paraguay / B° Alta Córdoba	4%
Studio Theater / B° Centro	4%
Plaza Cosquin / Cosquín	4%
Cocina de Culturas / B° Bella Vista	3%
La Minerita / Unquillo	3%
Teatro La Barda / Río Negro	2%



Espacio 75 / B° Alta Cba	2%
Teatro Holiday / Carlos Paz	2%
La estación / Comuna San Roque	1%
El vecindario / B° Güemes	1%
Epica / Bs As	1%
Estadio único / La Plata	1%
Hipódromo de Palermo / Bs As	1%
Aula Magna / Ciudad Universitaria	1%
Espacio social y cultural / B° San Martín	1%
Teatro Real / B° Centro	1%
Sargento Cabral / B° San Vicente	1%
Festival Agricultor / Jujuy	1%
Sala de las Américas / Ciudad Universitaria	1%
Nueva Generación / B° Jardín	1%
Capitan Blue / B° Alta Cba	1%
La Morocha / B° Centro	1%
990 Arte Club / B° Cofico	1%
Latitudes / B° Centro	1%
La costa / Cruz del Eje	1%
Hotel Batei / México	1%
Facultad de Psicología / Ciudad Universitaria	1%
Campo de Polo Argentino / Bs As	1%
Castillo del Jockey / B° Jardín	1%
Casa Babylon / B° Alta Cba	1%
Teatro del Libertador / B° Centro	1%
El Kuelgue / Unquillo	1%
Krakovia / B° Alta Córdoba	1%
Festival San Antonio / San Antonio de Arredondo	1%
Teatro Griego / B° Nva. Cba	1%
Centro Cultural Córdoba / B° Nva. Cba	1%
Fiesta del Lago / Calafate	1%
Otros espacios sin especificar	7%
NS/NC	9%

## ANEXO

## CUESTIONARIO A VISITANTES DE GRIEGO MUJERES

Nº:

Encuestador:

Fecha: 09/03/2019

## ENCUESTA voluntaria y anónima

El presente cuestionario forma parte del trabajo de investigación “**Hábitos de consumo de los visitantes al Festival Griego Mujeres 2019**” llevado a cabo por la Secretaria 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 y el sector de la música local. Anticipadamente, le agradecemos por su tiempo.

**(Marcar las opciones con tilde)**

## A. DATOS DEL PÚBLICO

<b>1- Edad:</b>		<b>2- Género:</b>					
<b>3- ¿Qué estudios tenés? (indicar el máximo alcanzado)</b>		Sin estudios		Secundarios		Universitarios	
		Primarios		Terciarios		Posgrado	
<b>4-¿Estudiás actualmente?</b>		Sí	No	<b>5-¿Trabajás?</b>		Sí	No
<i>Si respondiste Sí a la pregunta 5 continuá con la 5.1- ¿Qué tipo de actividad desarrollás? (Múltiple opción)</i>							
Administrativa		Comercial		Enseñanza		Salud y servicios sociales	
Transporte y comunicaciones		Investigación		Artística, cultural, deportiva		Industrial	
Limpieza y otras tareas domésticas		Turismo y Gastronomía		Otra, ¿Cuál?			
<b>6-¿De dónde nos visita? (lugar de residencia actual)</b>		Córdoba Cap.		Otra localidad de Cba		Otra provincia	
		Barrio:		¿Cuál?		¿Cuál?	
						Otro País	
						¿Cuál?	

## B. SOBRE EL FESTIVAL

<b>7-¿Con qué frecuencia participás del Festival Griego Mujeres?</b>			
Primera vez		Todos los años	Ocasionalmente

<b>8- ¿De qué manera te enteraste del Festival Griego Mujeres? (Múltiple opción)</b>							
Radio	Televisión	Periódico	Web	Redes Sociales	Recomendación		
Pasando		Otro, ¿Cuál?					

9- Evalúa del 1 al 10 los siguientes aspectos del Festival Griego Mujeres 2019. (1=muy malo; 10=muy bueno)			
Experiencia general del Festival		Mural en vivo	
Grilla artística		Sonido, iluminación y visuales	
Organización general		Accesibilidad al espacio/Teatro	
Feria de emprendedores y artesanas		Actividades en el domo	

10- Evalúa del 1 al 10 los siguientes aspectos del <u>PÚBLICO</u> en el Festival Griego Mujeres 2019. (1=muy malo; 10=muy bueno)			
Permiten escuchar a las músicas		Se amontonan en las salidas de emergencia y escaleras	
Dejan comida/bebidas/basura en las gradas		Predisposición hacia las bandas nuevas/emergentes	

11- ¿Tenés alguna sugerencia/recomendación para mejorar el Festival Griego Mujeres 2019?			

### C. PERFIL MUSICAL DEL PÚBLICO

12- ¿Estudiás música?	SI		NO	

13- ¿Tocás algún instrumento?	SI		NO	

14- ¿Formás parte de algún grupo o sos solista?	SI		NO	

#### D. HÁBITOS DE CONSUMO DE MÚSICA

15- ¿Con qué frecuencia escuchás música?	Todos los días		Casi todos los días	
	De vez en cuando		Nunca	

**Si respondiste NUNCA a la pregunta 15 salta a la pregunta 21.**

16- Marcá con una cruz ¿qué género musical preferís? (Múltiple opción)				
Folklore argentino		Cumbia		Música latinoamericana
Música romántica		Pop Nacional		Salsa y otros ritmos caribeños
Cuarteto		Pop Internacional		Música electrónica
Rock Nacional		Tango		Jazz
Rock Internacional		Música Clásica		Blues
Reggae		Reggaetón		Otro, ¿Cuál?

17- ¿En qué dispositivo escuchás música? (Múltiple opción)				
Equipo DVD/CD/Vinilo		Celular		Estéreo de auto
				Radio
Computadora		MP3, MP4, Tablet		Otro, ¿Cuál?

18- ¿En qué formato escuchás música? (Múltiple opción)				
Spotify		Radio		Disco/Vinilos
				Youtube
				Festivales/conciertos
Programas de reproducción (Windows Media, de Android, de IOS, etc)				Otro, ¿Cuál?

19-¿Tenés alguna suscripción paga en alguna plataforma musical?			SI		NO	
19.1- Si respondiste SI, por favor indica cual.		Itunes (Apple)		Claro Music		
Spotify		Otro, ¿Cuál?				

20- En el último año, ¿cuánto gastaste en música grabada (discos, vinilos, spotify, etc.)?						
Menos de \$250		De \$251 a \$500		De \$501 a \$1000		Más de \$1000
						Nada



**21- Indica el interés que tendrías en asistir a una *Feria de Música*.** Entendiendo como tal, a un evento exclusivo para el consumo de música (venta de música grabada, instrumentos musicales, ofertas académicas, servicios, etc.)

Muy interesada		Interesada		Indiferente		Poco interesada		Nada interesada	
----------------	--	------------	--	-------------	--	-----------------	--	-----------------	--

**22- ¿Asististe a recitales en vivo durante el último año?**

SI

NO

*Si respondiste **SÍ** a la pregunta 22 continuá el cuestionario, sino terminá aquí*

**23- ¿A cuántos recitales asististe el último año?**

Uno		De 2 a 4		De 5 a 10		Más de 10	
-----	--	----------	--	-----------	--	-----------	--

**24- ¿Cuánto gastaste en tu último show en vivo?**

Menos de \$500		De \$501 a \$1000		De \$1001 a \$2000		Más de \$2000		A la gorra o gratuito	
----------------	--	-------------------	--	--------------------	--	---------------	--	-----------------------	--

**25- En relación a la pregunta anterior, si tuvieses el dinero para hacerlo, ¿cuánto estarías dispuesto a pagar para escuchar un show en vivo?**

Menos de \$500		De \$501 a \$1000		De \$1001 a \$2.000		Más de \$2.000	
----------------	--	-------------------	--	---------------------	--	----------------	--

**26- Indicá el origen de los artistas de los recitales/conciertos a los que asististe el último año. (Opción múltiple)**

Nacionales (no de Córdoba)		Internacionales		Locales (de Córdoba)	
----------------------------	--	-----------------	--	----------------------	--

**27- Indicá el nombre del espacio al que asististe al último recital; señalando además, el barrio/ciudad en que se ubica.**

--

**¡Muchas Gracias!**

