



Festival de Diseño Córdoba

INFORME – JULIO 2023

Contenido

Presentación	3
Ficha técnica.....	8
Resumen Ejecutivo	9
▪ Resultados de la encuesta a los stands expositores	15
▪ Resultados de la encuesta al público del Festival	21

Presentación

Del 4 al 9 de julio de 2023 se llevó adelante el décimo Festival de Diseño organizado por la Secretaría de Cultura municipal en el Museo de la Industria con entrada libre y gratuita. La propuesta incluyó dos jornadas de charlas y talleres para el sector (4 y 5 de Julio) y tres stands y actividades para todo público (7 al 9 de Julio).

Esta edición ofreció propuestas para todos los públicos, en torno a sostenibilidad, diversidad, tecnología, innovación y el hacer como focos. A esto se sumó una mirada retrospectiva del diseño, en el marco del **Aniversario 450 de la Ciudad de Córdoba y los 40 Años de Democracia**. De este modo, las actividades ofrecieron experiencias y miradas sobre la historia y actualidad del diseño cordobés, hitos y alternativas para pensar el futuro del diseño en relación a urgencias y problemáticas concretas y actuales de nuestras sociedades.

Presentación

Este año el Festival ofreció una propuesta orientada específicamente a las y los hacedores del sector y otra al público en general. Hubo muestras, tres mercados, con más de 110 emprendimientos de la provincia de Córdoba, recitales, propuestas interactivas y actividades para las infancias. Además, la muestra selección del Museo de la Industria, basada en su colección permanente, fue parte de la programación del Festival, integrando a esta propuesta la visita guiada a la emblemática Casa Giratoria.

El Festival está pensado para fomentar las industrias creativas vinculadas al diseño como agentes de desarrollo de la Ciudad; y también como instancia para formar nuevos públicos y acercar propuestas del diseño cordobés a la sociedad. Apunta a divulgar la calidad de las y los diseñadores locales, visibilizarlos y potenciar la disciplina como escenario de innovación, sostenibilidad y el desarrollo propio de la ciudad.

Presentación

RELEVAMIENTOS A STANDS EXPOSITORES Y PÚBLICO

En el marco del Festival Córdoba Diseña 2023, el Observatorio Cultural de la Municipalidad de Córdoba, a través de su Área de Investigación, realizó dos relevamientos por encuestas. Uno de ellos a los stands expositores y otro al público visitante del Festival.

El objetivo de la **encuesta a stands expositores** fue disponer de información sobre las ventas que se concretaron durante el evento y la evaluación de los stand participantes sobre diferentes aspectos del Festival, en la que pudieron plasmar sugerencias para la próxima edición. Por su parte, la **encuesta al público** posibilitó delinear un perfil del visitante, conocer su percepción sobre el evento, nivel de satisfacción y expectativas con la visita, y también ajustar aspectos del evento para futuras ediciones.

Presentación

Los datos arrojados por ambos cuestionarios constituyen una herramienta fundamental para que el Festival siga creciendo en la calidad de la propuesta beneficiando al sector del diseño y la ciudadanía en general.

En las páginas siguientes se resumen los principales resultados emergentes a partir del análisis de los datos. Y luego se verá el análisis pormenorizado sobre los diferentes temas evaluados.

Ficha Técnica

ENCUESTA A STANDS EXPOSITORES

Fecha del relevamiento: 9 de Julio de 2023.

Lugar del relevamiento: Museo de la Industria.

Técnica de recolección de datos: encuesta.

Instrumento de recolección de datos: cuestionario semiestructurado, con preguntas cerradas -de opción múltiple y dicotómicas- y abiertas.

Unidades de Análisis: emprendimientos de diseño que expusieron en el Festival 2023 (encargados/as o dueños/as).

Total a relevar: 123 stands expositores.

Tasa de respuesta: 85% (105 stands expositores).

Ficha Técnica

ENCUESTA AL PÚBLICO VISITANTE

Fecha del relevamiento: 7,8 y 9 de Julio de 2023.

Lugar del relevamiento: Museo de la Industria.

Técnica de recolección de datos: encuesta.

Instrumento de recolección de datos: cuestionario semiestructurado, con preguntas cerradas -de opción múltiple y dicotómicas- y abiertas.

Unidades de Análisis: asistentes al Festival 2023, mayores de 18 años.

Tipo de muestreo: no probabilístico, por cuotas. Variable de corte: 50% mujeres 50% varones. Casos tomados en inmediaciones del Museo de la Industria.

Total a relevar: 200 casos.

RESULTADOS. EL PÚBLICO DEL FESTIVAL

- Durante los tres días del Festival, **participaron de toda su programación 80 mil personas.**
- El **promedio de edad** de las personas visitantes fue de **38 años.**
- El 61% de las personas encuestadas tiene **estudios superiores completos.** Cuatro de cada 10, **estudian actualmente.**
- **El 77% reside en la ciudad de Córdoba.**
- **El 55% de las personas que visitaron el Festival lo hicieron "por primera vez".** El público que **habitúa a ir al Festival "todos los años"** representa un **27% del total encuestado.**
- Las **"redes sociales" y la "recomendación"** (de boca en boca) fueron los **principales medios por los que la gente se enteró del evento.** **La Red Social de mayor penetración fue Instagram (75%).**
- El público manifestó estar **"muy satisfecho" con el evento.** En una escala de evaluación de entre 1 y 10 puntos, el **promedio general fue superior a 8.** Lo **menos valorado** fue la "difusión del evento".

RESULTADOS. EL PÚBLICO DEL FESTIVAL

- El **31%** del público ya **había comprado algún producto de diseño en el Festival al momento de ser encuestado**. El público gastó en promedio \$5.740-. Entre quienes no habían comprado aún, **el 54% manifestó que “tenía pensado comprar”**.
- El 90% del público visitante consideró que los **precios eran accesibles**.
- El 72% de las personas dijo que **acostumbra a comprar productos o servicios de diseño, principalmente “objetos”, “indumentaria” y/o “accesorios”**. La mayoría de las personas **compra usualmente** en “Ferias y Festivales” y “Páginas Web”
- Siete de cada 10 visitantes **no conoce la Tienda Creativa de la Ciudad**.
- La **percepción sobre la gestión en cultura que lleva a delante la Secretaría de Cultura de la ciudad de Córdoba, fue positiva**. El 60% le asignó puntajes superiores a 8 y el **promedio de calificación general fue de 7,9**.

RESULTADOS. STANDS EXPOSITORES

- El Festival tuvo su buen impacto económico. Entre los stands que expusieron y lograron materializar ventas, se superó el monto de **\$29.285.000 millones de pesos y se vendieron 5.685 productos de diseño.**
- El 77% **calificó sus ventas** con puntajes entre 8 y 10 puntos.
- El 41% de los stands expositores, **participaron del Festival por "primera vez"** .
- Entre quienes participaron otros años, **el 57% consideró que esta edición fue "mejor" que las anteriores.**
- El 100% de los stands expositores consideró que **este tipo de eventos beneficia al sector.**
- **Los principales rubros sobre que estuvieron presentes en el Festival fueron:** Indumentaria, objetos y accesorios, entre otros.

RESULTADOS. STANDS EXPOSITORES

- La mayoría consideró que con el evento “logró pagar sus gastos y obtener alguna ganancia”. Y sobre todo se valoró positivamente la “visibilidad que obtuvieron sus marcas y productos” durante el Festival.

VENTAS

Stands

Cantidad de productos vendidos en el Festival 2023

5.685 productos

Ventas totales en pesos

\$ 29.285.000.-

Ventas totales en dólares*

USD 59.582.-

* Valor del Dólar Blue del día 10 de julio de 2023

Publicado en diario La Nación.

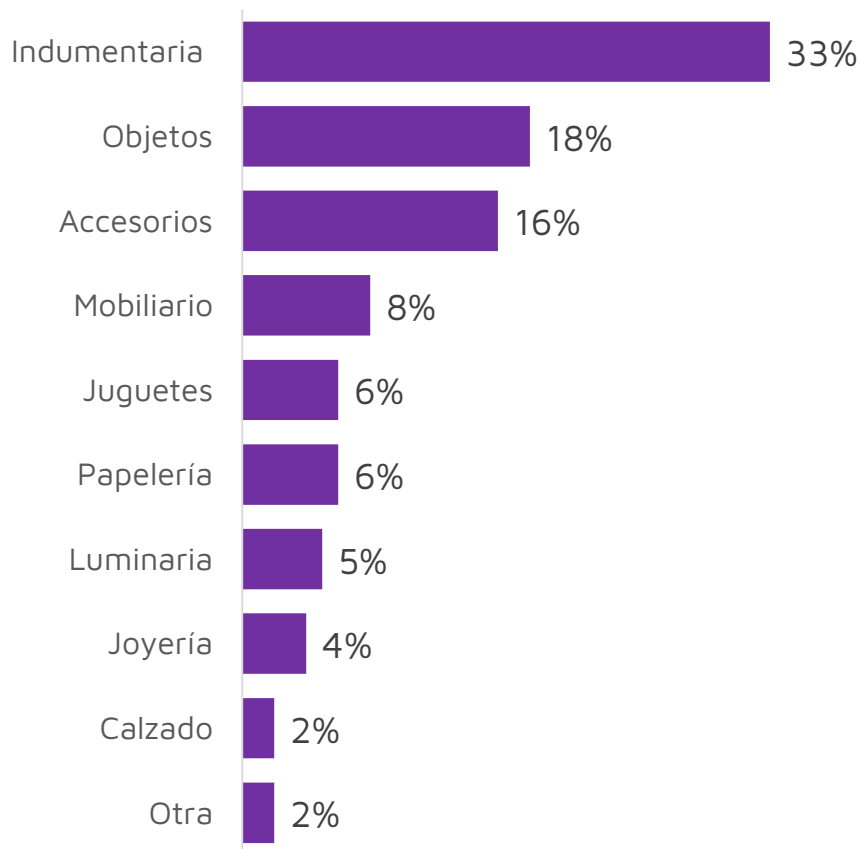
Se tomó el promedio de compra y venta: USD 489- USD 494

USD 491,5

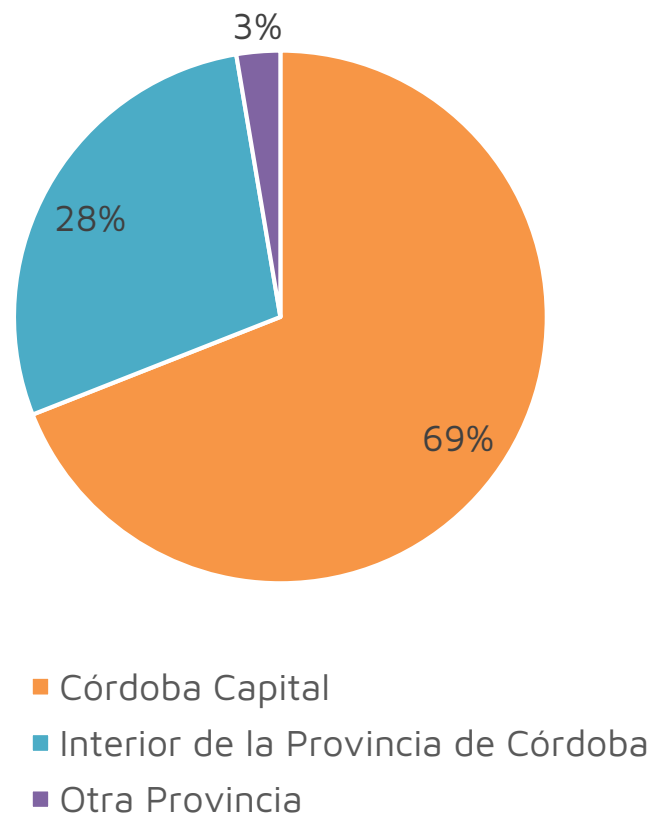
CARACTERÍSTICAS DE LA MARCA

Stands

¿En qué rubro se inserta su marca?



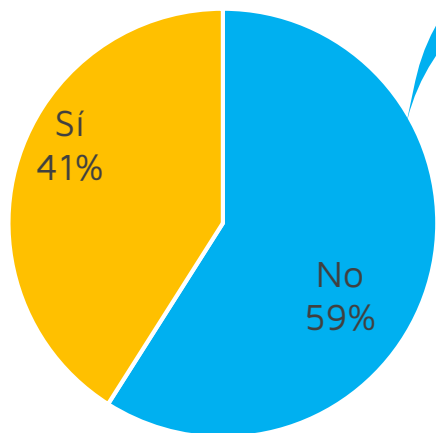
ORIGEN DE LA MARCA/ PUNTO DE VENTA



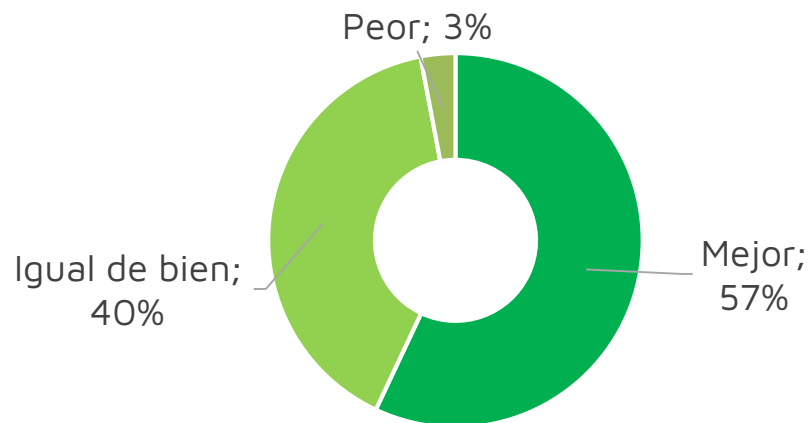
Stands

SOBRE EL FESTIVAL

¿Es la primera vez que participa como expositor del Festival CBAD?



“No es la primera vez que participa del CBAD”:
¿Cómo considera que es esta edición con respecto a otras de las que participó?



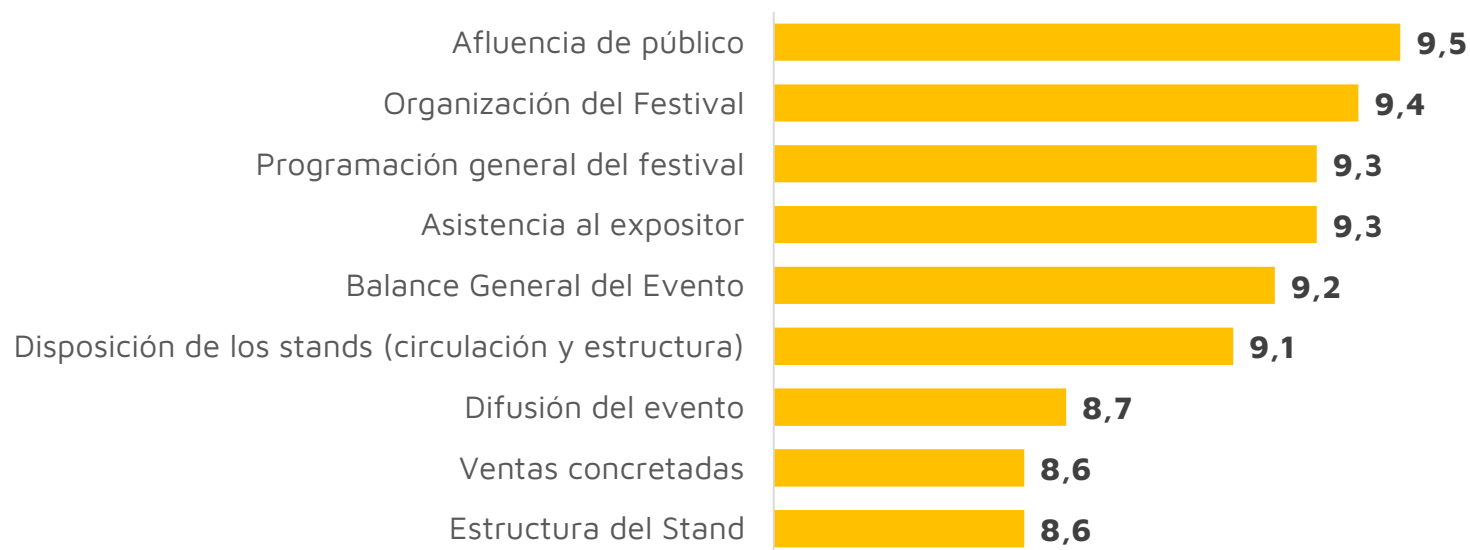
A diferencia del año pasado, la mayoría de las marcas presentes en el Festival ya **habían participado** de este evento. Las marcas que ya participaron del Festival en otras oportunidades, consideraron que ésta estuvo “Mejor” o “Igual de bien” en comparación con las anteriores de las que participaron (97%).

Stands

SOBRE EL FESTIVAL

CALIFICACIÓN DE ASPECTOS DEL FCD 2023

(1: "Muy malo" | 10: "Muy bueno")

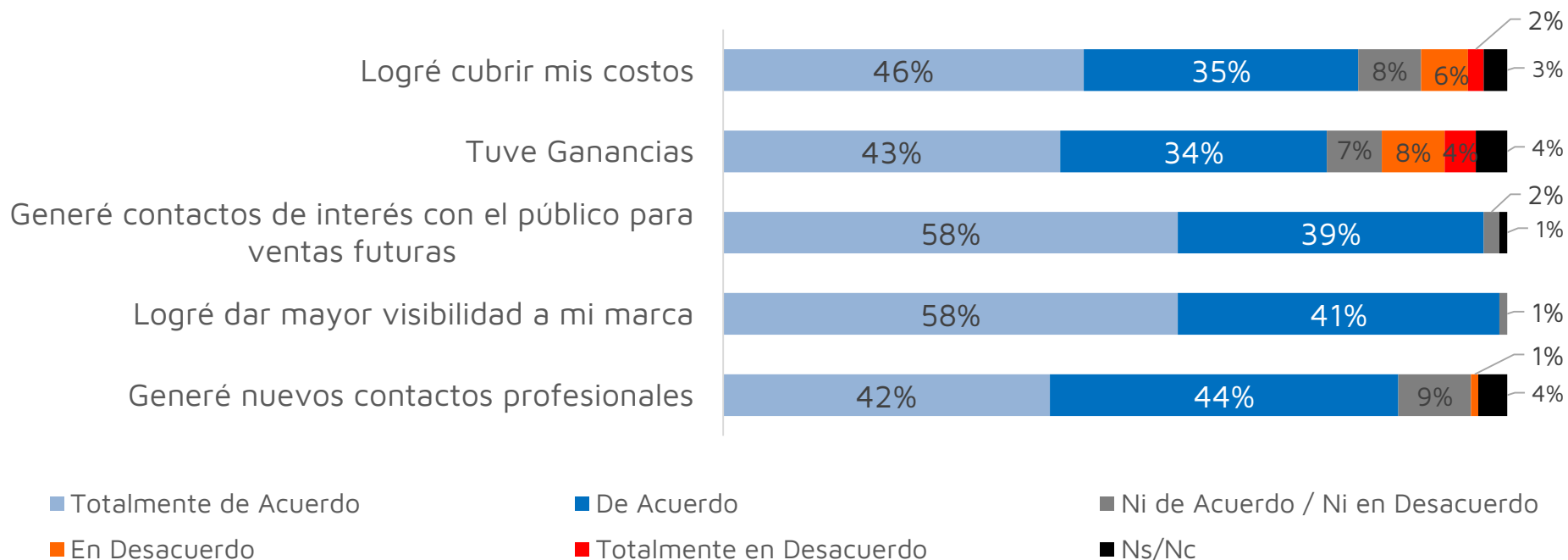


La **evaluación de los aspectos del FCD2023** fue positiva, promediando los 9 puntos, en una escala de 1 a 10, donde "1" es "muy malo" y "10" es "muy bueno". Lo mejor valorado fue la "afluencia de público", mientras que lo menos valorado positivamente fue las "ventas concretadas" y la "estructura del stand". El 78% de los stands expresaron **haber tenido ganancias** durante el evento.

Stands

SOBRE EL FESTIVAL

NIVELES DE ACUERDO SOBRE ASPECTOS DEL FCD 2023



Los stands expositores **estuvieron “de acuerdo” y “totalmente de acuerdo”** en que lograron cubrir costos (81%) y tuvieron ganancias (77%). Asimismo, en su mayoría, generaron contacto profesionales (86%), con el público para ventas futuras (97%) y lograron dar visibilidad de sus marcas (99%).

DATOS DEMOGRÁFICOS

Público

DISTRIBUCIÓN POR GÉNERO

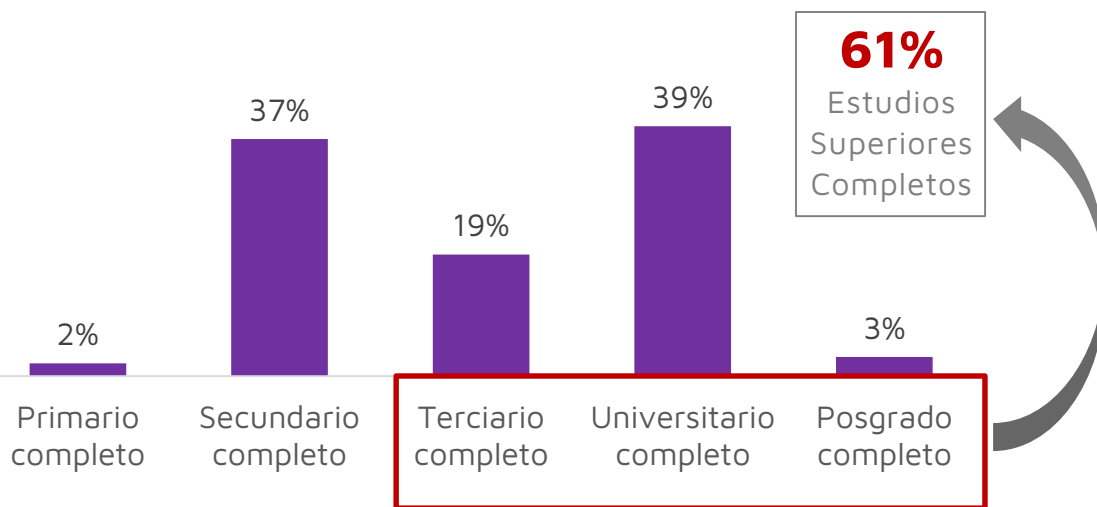


EDAD PROMEDIO DEL PÚBLICO VISITANTE

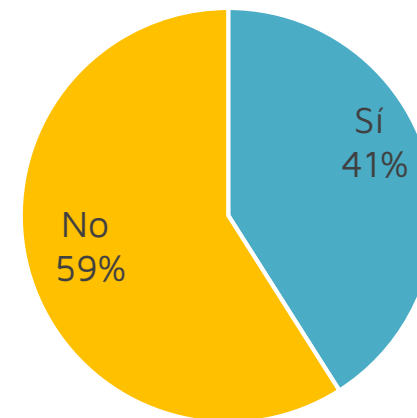
38 AÑOS

En 2022 la edad promedio de las personas visitantes fue **34 años**.

DISTRIBUCIÓN POR NIVEL EDUCATIVO



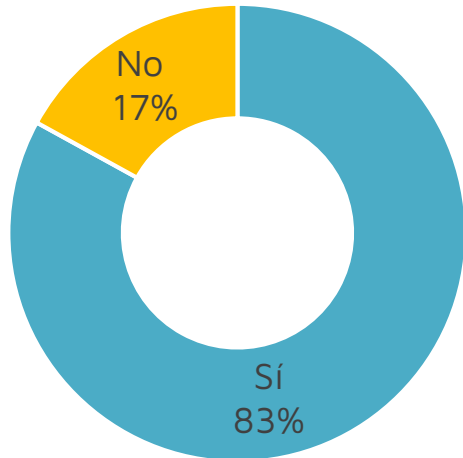
¿Estudías actualmente?



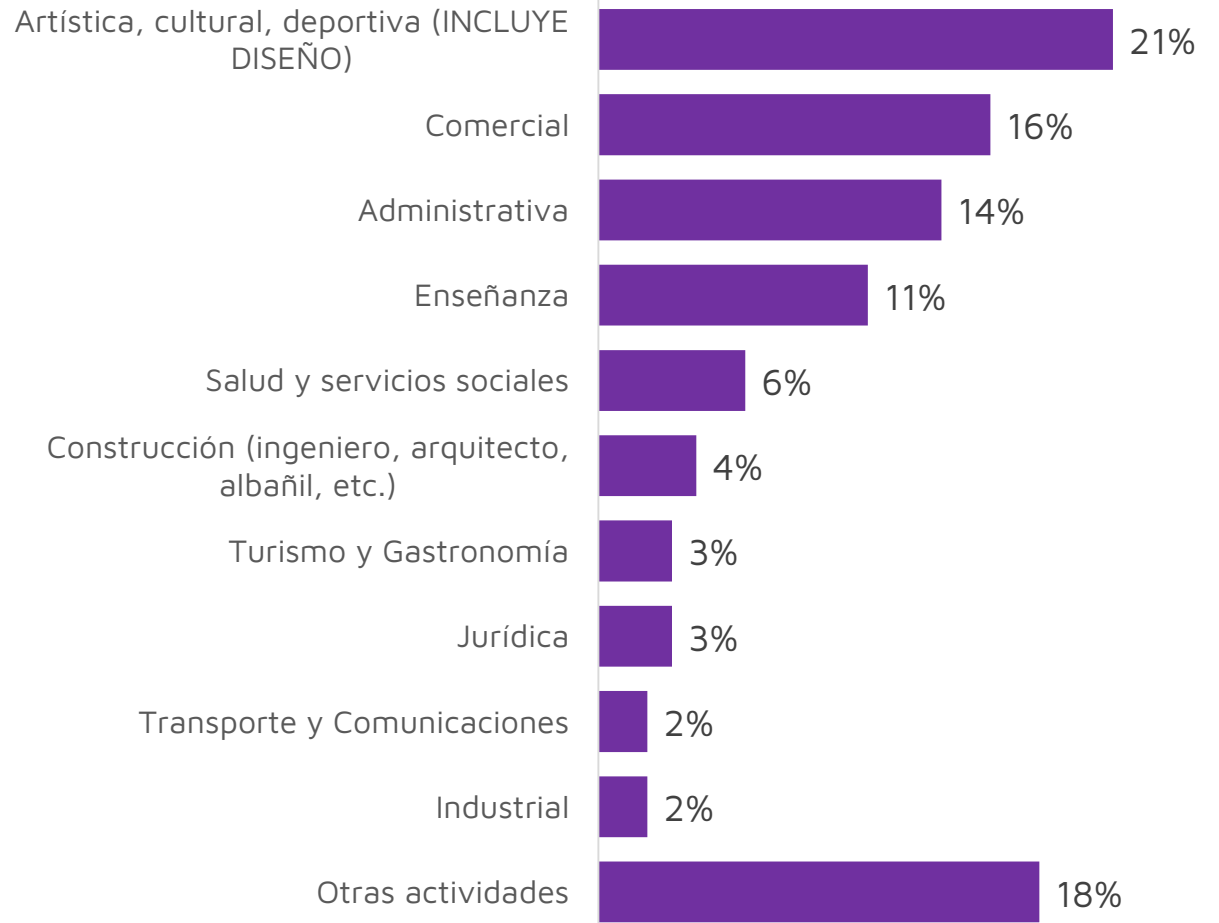
DATOS DEMOGRÁFICOS

Público

¿Trabajás actualmente?



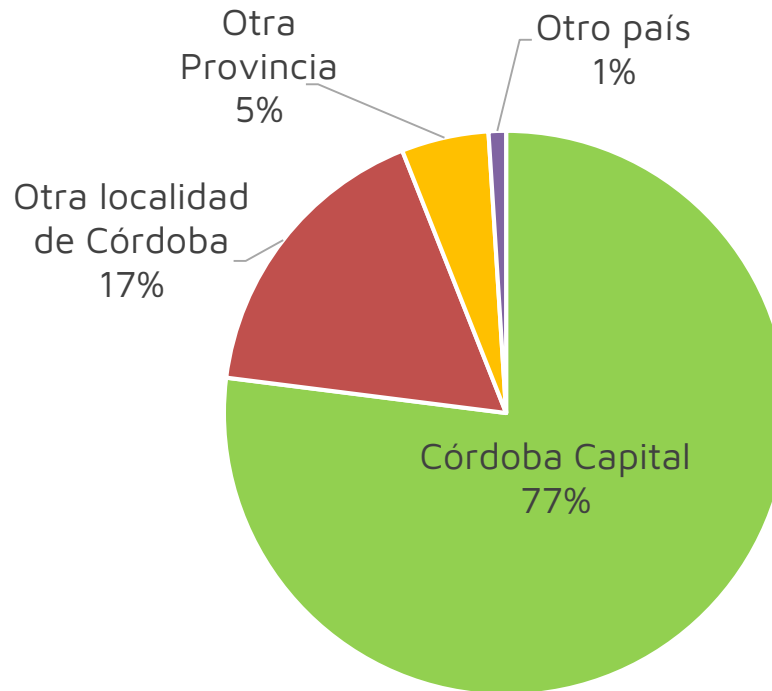
RAMA DE ACTIVIDAD LABORAL EN LA QUE TRABAJA



Público

DATOS DEMOGRÁFICOS

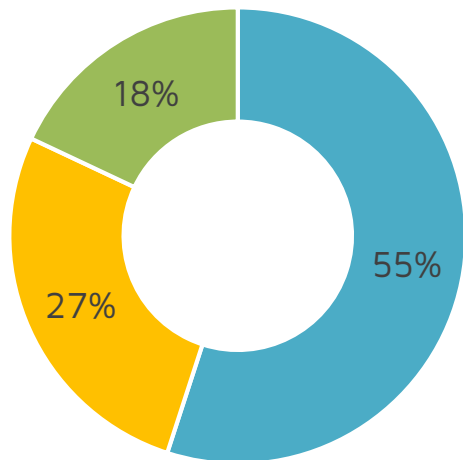
¿De dónde nos visita?



SOBRE EL FESTIVAL

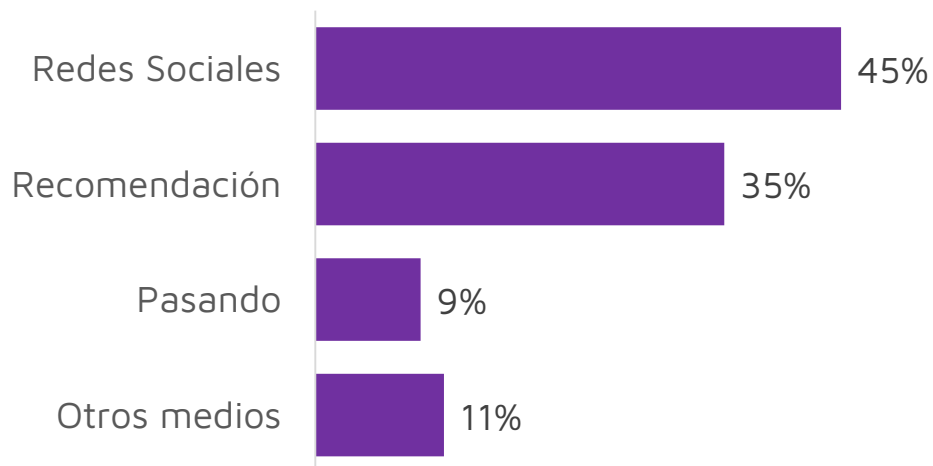
Público

¿Con qué frecuencia participás del Festival Córdoba Diseña?



- Primera vez
- Todos los años
- Ocasionalmente

¿Cómo se enteró sobre el Festival?



De quienes indicaron que se enteraron por Redes Sociales, el 75% lo hizo por Instagram.

Instagram
75%

Facebook
8%

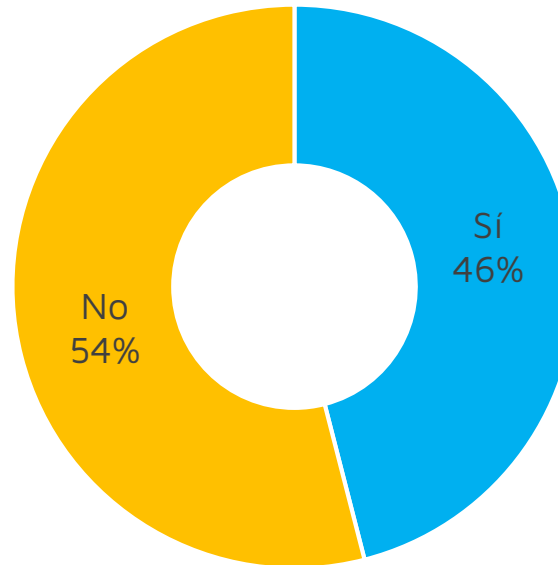
Otras
17%

Público

SOBRE EL FESTIVAL

**¿Conocés las actividades paralelas
que se realizan en el marco del Festival?**

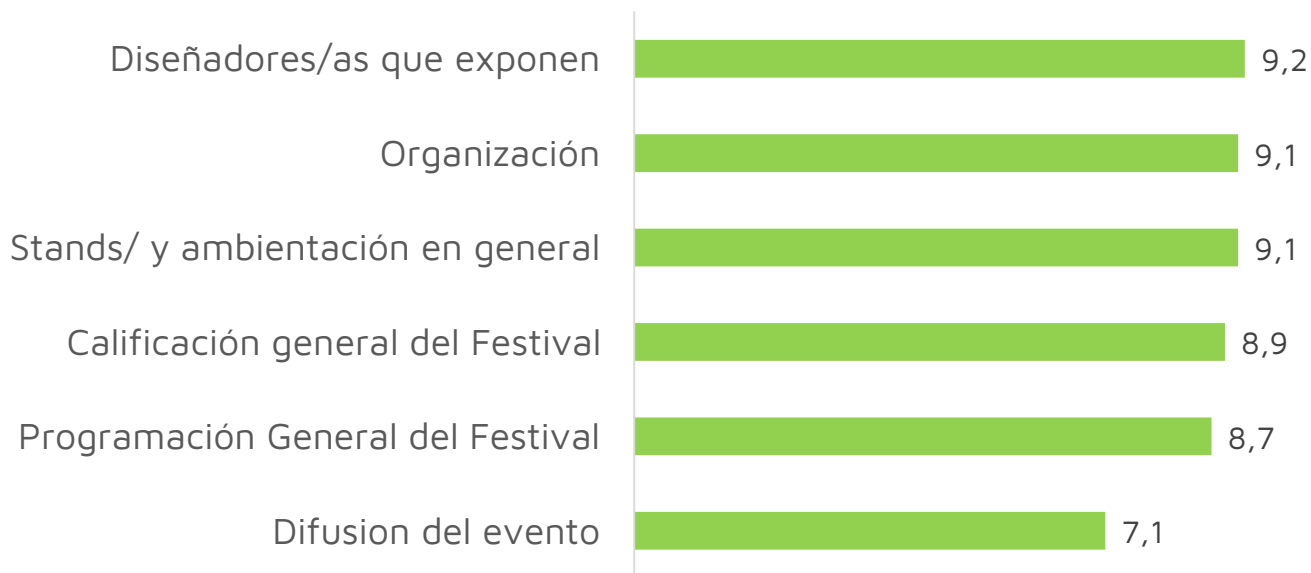
-capacitaciones, talleres, show musical, etc.-



Público

PERCEPCIÓN DEL FESTIVAL

CALIFICACIÓN DE ATRIBUTOS VINCULADOS AL FESTIVAL (1: "Muy Bien" y 10: "Muy Mal")

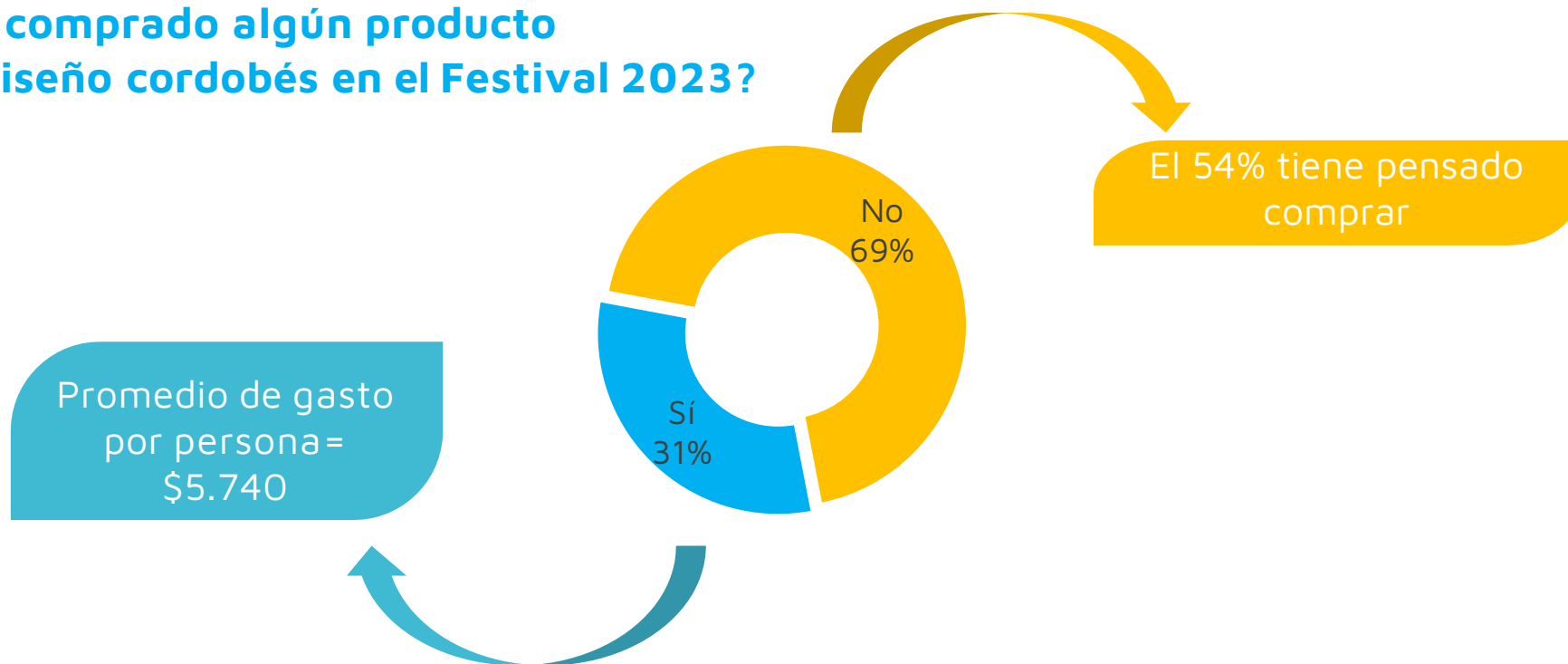


Todos los atributos evaluados, fueron calificados por todas las personas, excepto la opinión sobre la programación del Festival, tema sobre el cuál 1 de cada 4 visitantes no supo responder (25%).

PERCEPCIÓN DEL FESTIVAL

Público

¿Ha comprado algún producto de diseño cordobés en el Festival 2023?

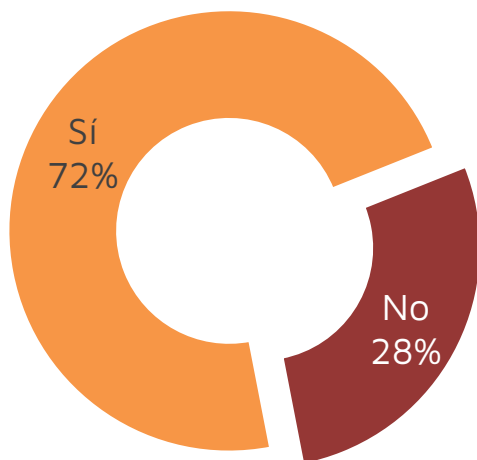


Al momento de consultar si habían **comprado algún producto de diseño**, el 31% manifestó que **sí lo había hecho**, con un **promedio de gasto** de \$5.740-. Por su parte, casi un 70% indicó que **no había comprado aún**, pero una buena parte de estas personas manifestó su **intención de compra durante su visita**. Se añade a esto que el 90% de todas las personas encuestadas consideraron que los **precios** fueron "accesibles".

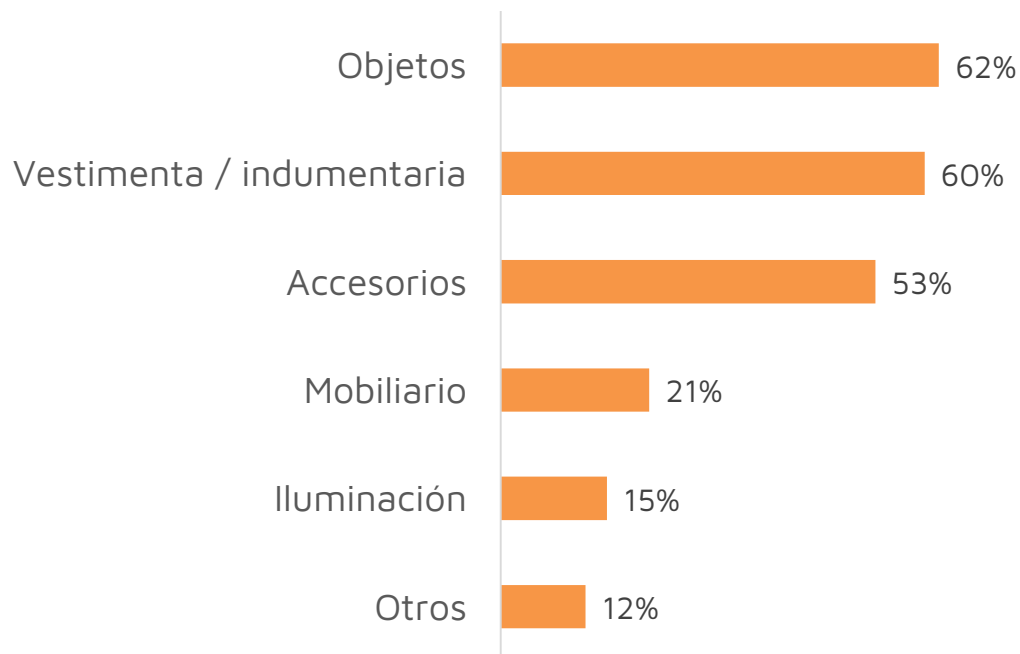
HÁBITOS CONSUMO DE DISEÑO

Público

¿Acostumbrás a **comprar** productos de diseño o **contratar** servicios de diseño?



TIPO DE PRODUCTOS O SERVICIOS DE DISEÑO QUE SUELE COMPRAR

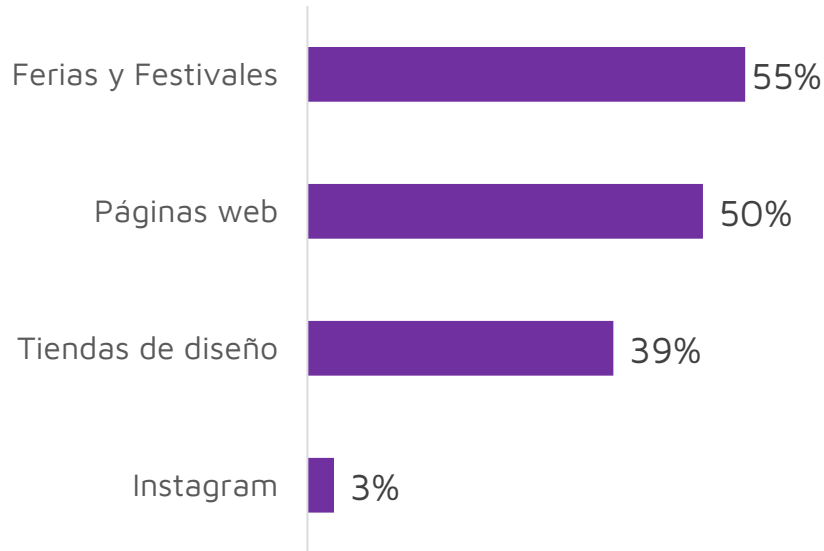


*Pregunta de opción múltiple.
Los porcentajes no suman 100%.*

HÁBITOS CONSUMO DE DISEÑO

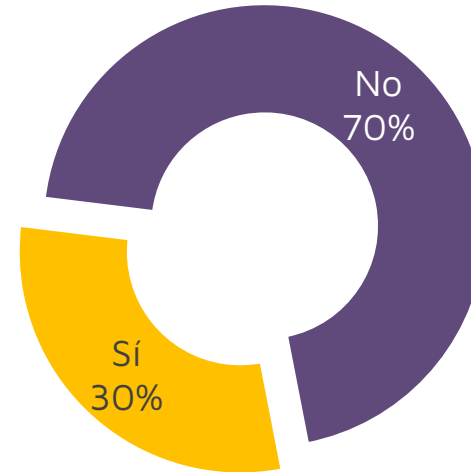
Público

¿Dónde adquirirís los productos y servicio de Diseño?



*Pregunta de opción múltiple.
Los porcentajes no suman 100%.*

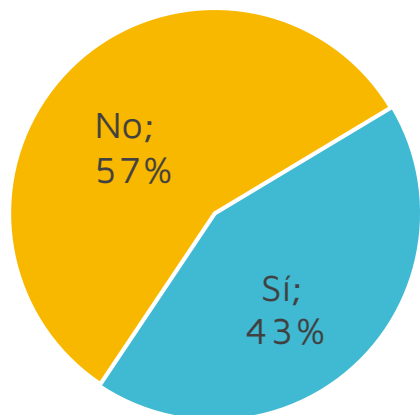
¿Conoce la **Tienda Creativa de la ciudad**, ubicada en el Cabildo Histórico?



HÁBITOS CONSUMO DE DISEÑO

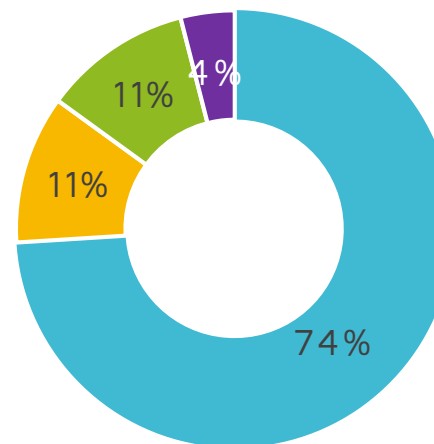
Público

En el último año, ¿compraste algún producto o contrataste algún servicio de diseño más allá de esta edición del festival?



Promedio de gasto
\$5.400

LOCALIZACIÓN DEL LUGAR DONDE COMPRÓ EL ÚLTIMO PRODUCTO DE DISEÑO ADQUIRIDO.



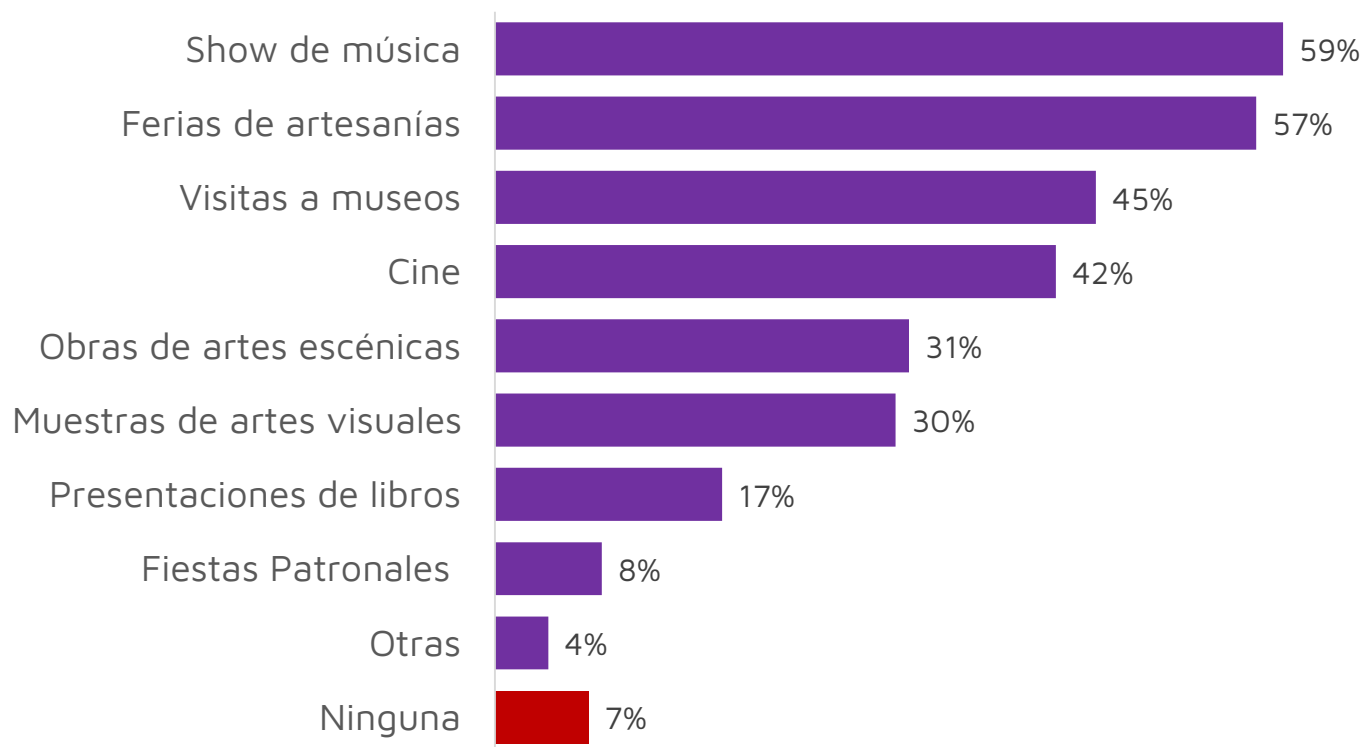
- Córdoba Capital
- Otra ciudad de la provincia
- Otra provincia
- Otro país

Público

OTROS HÁBITOS CULTURALES

OTRAS ACTIVIDADES CULTURALES DE LAS QUE HA PARTICIPADO EN EL ÚLTIMO AÑO

-Opción múltiple-

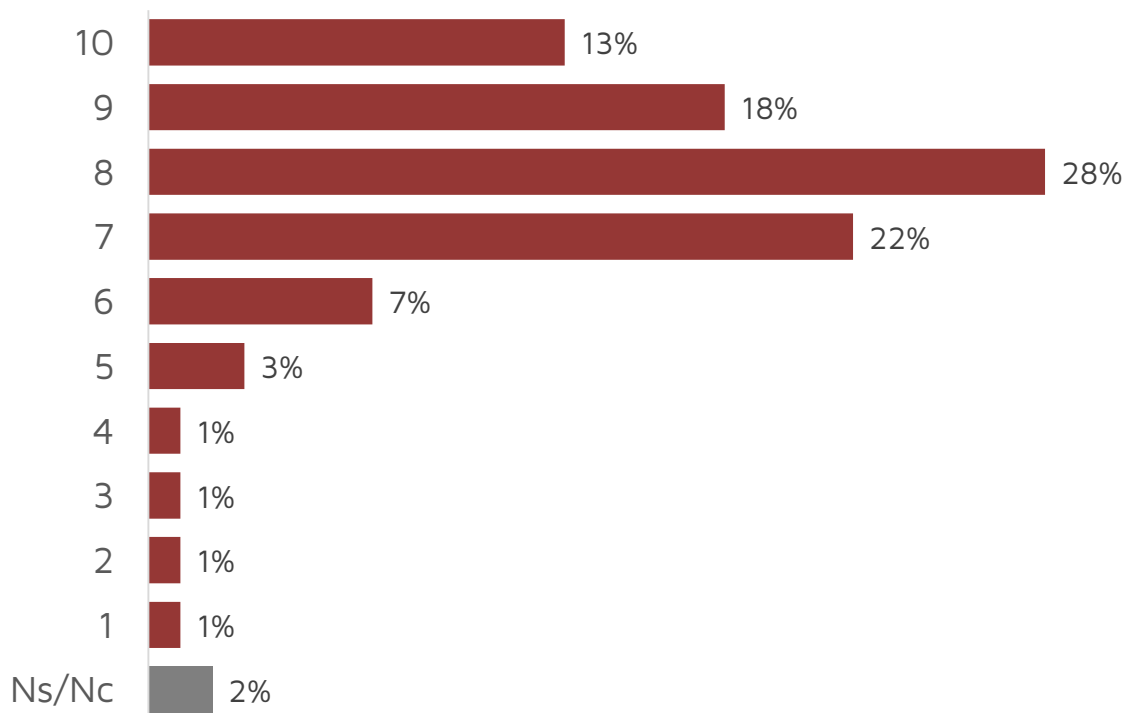


La mayoría de las personas indicó que participó en dos o tres actividades culturales.

Público

OPINIÓN SOBRE LA GESTIÓN

CALIFICACIÓN DE LA GESTIÓN QUE VIENE LLEVANDO ADELANTE LA SECRETARÍA DE CULTURA DE LA MUNICIPALIDAD DE CÓRDOBA (1: "Muy Bien" y 10: "Muy Mal")



Promedio = 7,9



Observatorio
Cultural
Ciudad de Córdoba