



# **Primera Encuesta del Festival Alfonso Ortiz Tirado (FAOT) 2009**

**Eliud Silva y Ulises Vázquez  
Coordinación Nacional de Desarrollo Institucional  
Marzo 2009**

## CONTENIDO

Introducción	3
I. Asistencia y conocimiento del FAOT	4
I. 1 Primera visita	4
I. 2 Conocimiento previo	5
I. 3 Modo de enterarse	6
II. Turismo Cultural	7
2. 1 Motivo principal de su viaje	7
2. 2 Visita a la Ciudad sede	8
2.3 Propensión a ampliar estancia	9
2.4 Lugar de hospedaje	10
2.5 Días destinados al Festival	11
III. Actividades, sugerencias y percepciones	12
3.1 Actividades realizadas en el Festival	12
3.2 Sugerencias de mejora	13
3.3 Eventos favoritos	14
3.4 Evento más gustado	15
3.5 Recomendación a un amigo	16
IV. Aspectos sociodemográficos	17
4.1 Estructura demográfica	17
4.2 Escolaridad	18
4.3 Ocupación	19
4.4 Procedencia	20
4.5 Número de focos en las viviendas de los visitantes	21
V. Otros Gráficos	22
5.1 Actividades más gustadas	22
5.2 Edades predominantes en los asistentes al FAOT	23
Anexos	24
I. Metodología	24
II. Número de focos vs Nivel de ingresos	25
III. Cuestionario	27

## Introducción

El Festival Alfonso Ortiz Tirado (FAOT) ya es una tradición en el estado de Sonora, en esta vigésima cuarta edición que se llevó a cabo entre el 18 y el 26 de enero de 2008, el FAOT ofreció un programa artístico resultado de la convocatoria internacional lanzada en julio de 2007 que abrió el espacio para que se presentaran excelentes propuestas al Comité Organizador. A lo largo de sus 24 ediciones han figurado artistas de fama nacional e internacional en las diferentes expresiones del arte y cada día se consolida más, ampliando el alcance de sus impactos a públicos de otros estados e incluso visitantes internacionales.

Sin duda, uno de los elementos esenciales y que le da trascendencia es la gente que participa y que es justamente la que le da vida, alma y pasión. Por ello, se vuelve muy importante conocer las características del público que asiste en cuanto a gustos y preferencias, sugerencias o percepciones así como algunas variables sociodemográficas (sexo, edad, escolaridad, ocupación, procedencia). A partir de entonces, con el conocimiento pleno de dichas características, se propicia un ambiente propicio para la adecuada y oportuna toma de decisiones.

Estos rasgos, al ser debidamente identificados, se convierten en materia prima para hacer consideraciones direccionadas a mantener los esfuerzos como hasta ahora o bien para identificar ventanas de oportunidad enfocadas a la mejora y/o innovación del mismo. Así pues, en este contexto, nació la necesidad de diseñar un instrumento estadístico que permitiera conocer los puntos mencionados. El instrumento es una encuesta diseñada por el equipo de la Coordinación Nacional de Desarrollo Institucional del CONACULTA, a partir de la experiencia propia adquirida en otros ejercicios como la registrada en la elaboración de encuestas a Festivales en otros lugares del mundo. Esta encuesta está dirigida a grupos de visitantes y no a individuos.

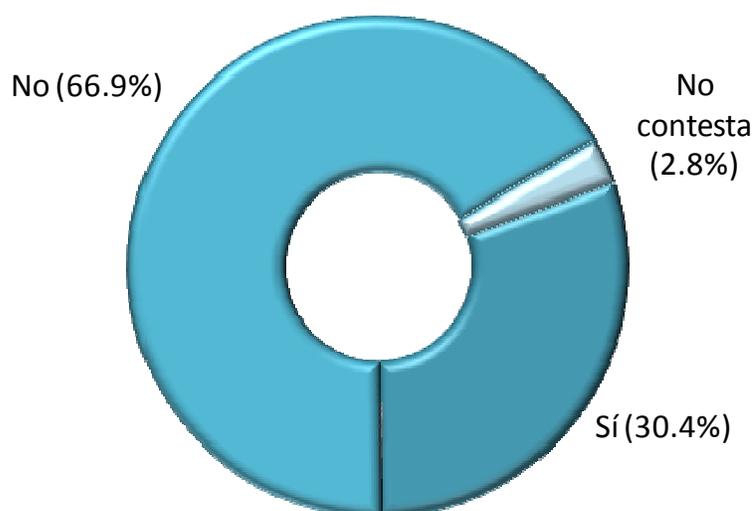
Es importante hacer notar que la metodología utilizada es muy similar a la empleada en el estudio de públicos a Museos, elaborada por este mismo equipo de trabajo, donde se busca representatividad a nivel de tipo de espacio cultural que alberga al evento en turno: Cerrados o Abiertos, y no de las cuatro distintas sedes donde se captó información, en este caso. Así pues, se tomó una muestra de 800 entrevistas de las cuales la mitad fueron realizadas en espacios Abiertos y la otra mitad en espacios Cerrados. Con estos estándares estadísticos se genera un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5% para ambos espacios. A continuación se presentan algunos de los resultados inmediatos que se obtuvieron de la encuesta, a través de una breve descripción de los mismos. Finalmente en todas las tablas los totales se refieren a los promedios alcanzados en la totalidad de los encuestados. Las sedes donde fue levantada la encuesta fueron: Alamos, Hermosillo, Cajeme (Ciudad Obregón) y Navojoa. En total fueron registrados 800 grupos que representaron a un total de 1489 personas con distintas características sociodemográficas.

## I Asistencia y conocimiento del FAOT

### 1.1 Primera visita

De acuerdo con información captada en la encuesta, se encontró que la mayoría de los entrevistados, 66.9%, ya habían tenido la oportunidad de asistir a ediciones anteriores del FAOT. En contraparte el 30.4% de los grupos entrevistados no habían tenido la oportunidad de disfrutarlo previamente. Esto demuestra que el Festival está bien posicionado entre el público, ya que tiene un abundante número de asistentes cautivos y, un grupo de nuevos visitantes por consolidar para futuras realizaciones del evento.

¿Fue ésta su primera visita al Festival?



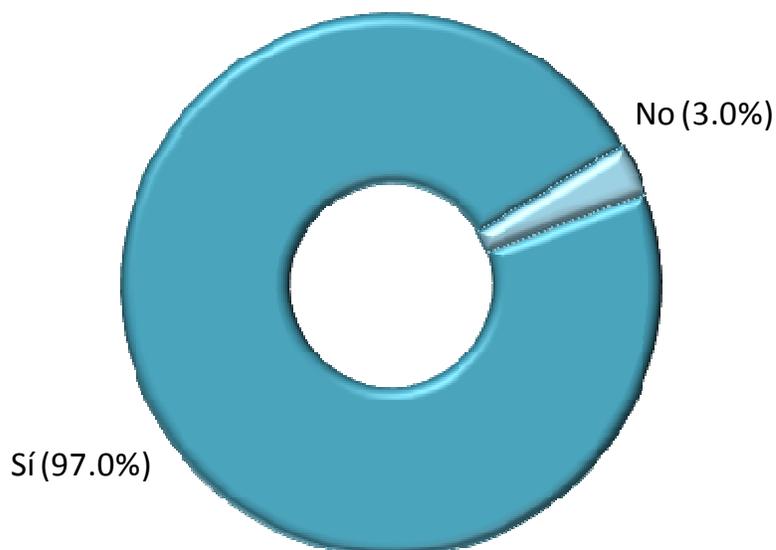
Respecto al tipo de espacio donde se captó información de los visitantes, hay diferencias porcentuales entre los espacios Abiertos y los Cerrados. En los primeros, 27.8% asistió por primera vez, mientras que en los últimos lo hizo el 33%. Es interesante observar cómo en los espacios Abiertos es más difícil que el público se niegue a responder la encuesta en relación a los Cerrados.

Espacio	No			Total
	Sí	No	contesta	
Abierto	27.8	70.3	2.0	100.0
Cerrado	33.0	63.5	3.5	100.0
Total	30.4	66.9	2.8	100.0

## 1.2 Conocimiento previo

El resultado siguiente nos muestra que 97% de la población que asiste al FAOT tenía un previo conocimiento de la existencia del Festival; la respuesta del 3% restante nos permite suponer que fue una visita casual. Sin duda, este segmento sería un público objetivo que captar para futuras ediciones del Festival.

¿Sabía de la existencia del Festival antes de llegar a la Ciudad?



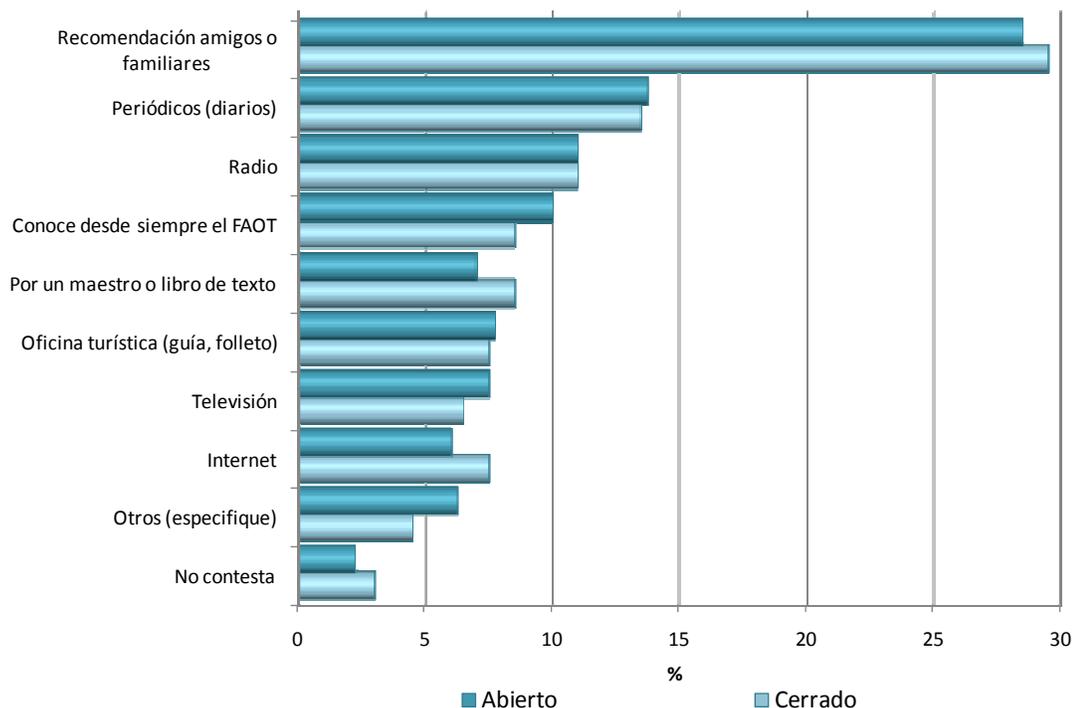
En esta misma pregunta al desagregarla por tipo de espacio, 95.7% de los encuestados en los espacios Abiertos tenía conocimiento previo del FAOT, mientras que el 98.7% lo sabía en espacios Cerrados. Se obtuvo que en espacios Abiertos 4.3% de los encuestados no tenía ningún conocimiento previo del FAOT, y en espacios Cerrados 1.3%.

Espacio	Sí	No	Total
Abierto	95.7	4.3	100.0
Cerrado	98.7	1.3	100.0
Total	97.0	3.0	100.0

### 1.3 Modo de enterarse

Un elemento fundamental para difundir el FAOT son los diversos canales de comunicación entre los organizadores y el público que asiste. Como resultados significativos de la encuesta se tiene que 28.5% y 29.5% de los visitantes en espacios Abiertos y Cerrados respectivamente, se enteraron de la existencia del FAOT por recomendación de amigos o familiares; solamente el 6% (espacios Abiertos) se enteraron por Internet, y el 4.5% (espacios Cerrados) por otro medio.

¿Cómo se enteró de la existencia del Festival?



Es indudable la eficacia que tiene la divulgación del FAOT a través de recomendación entre amigos y familiares, pero también es de destacar que los medios masivos de información: Periódicos, Radio y Televisión son claves en ambos tipos de espacios para su difusión, de hecho según la encuesta alcanzan poco más del 30%.

Forma de enterarse	Espacio	
	Abierto	Cerrado
Recomendación amigos o familiares	28.5	29.5
Periódicos (diarios)	13.8	13.5
Radio	11.0	11.0
Por un maestro o libro de texto	7.0	8.5
Conoce desde siempre el FAOT	10.0	8.5
Internet	6.0	7.5
Oficina turística (guía, folleto)	7.8	7.5
Televisión	7.5	6.5
Otros (especifique)	6.3	4.5
No contesta	2.3	3.0
<b>Total</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>

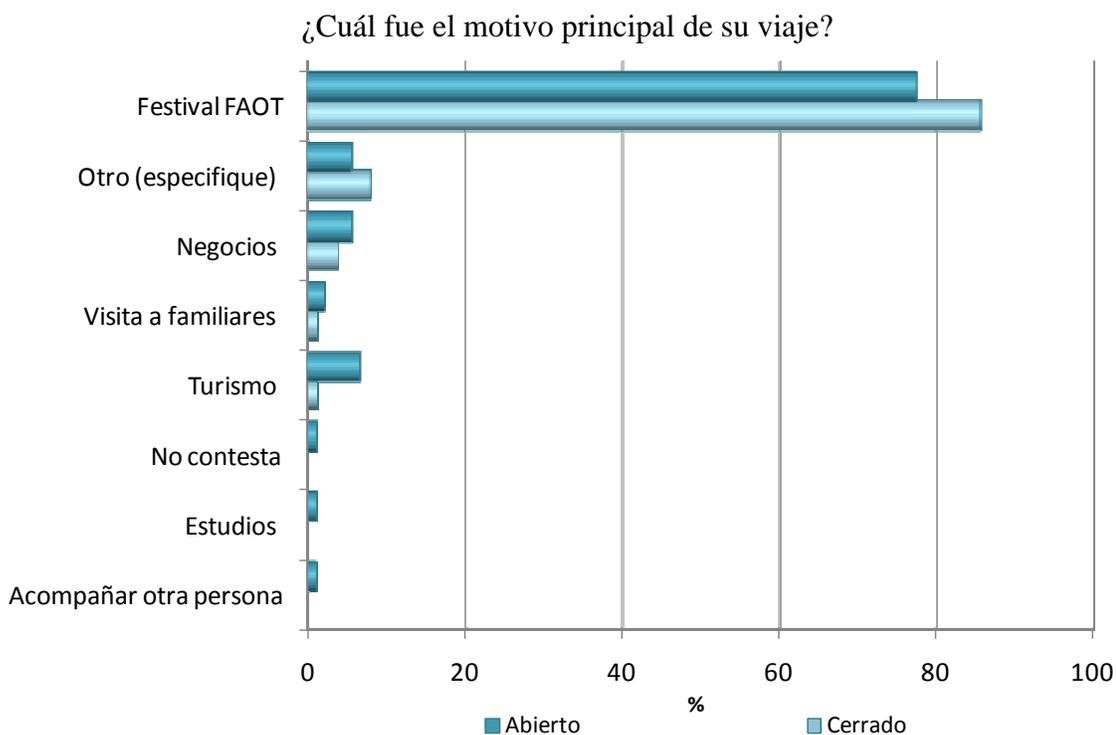
## II Turismo Cultural

### 2.1 Motivo principal de su viaje

En el rubro de Turismo Cultural, aplicado a no residentes de las distintas sedes, se encontró que en promedio poco más de 8 de cada 10 visitantes entrevistados informó que la realización del FAOT fue la principal causa de su visita. El motivo *Otro* es el segundo más importante en términos porcentuales, pues registra un 6.5%. Sería propicio que para subsecuentes ejercicios de encuestas se formularan preguntas relacionadas en esos otros motivos.

Espacio	Festival		Acompañar			Visita a familiares	Otro (especifique)	No contesta	Total
	FAOT	Turismo	Negocios	otra persona	Estudios				
Abierto	77.4	6.5	5.4	1.1	1.1	2.2	5.4	1.1	100.0
Cerrado	85.5	1.3	3.9			1.3	7.9		100.0
Total	81.1	4.1	4.7	0.6	0.6	1.8	6.5	0.6	100.0

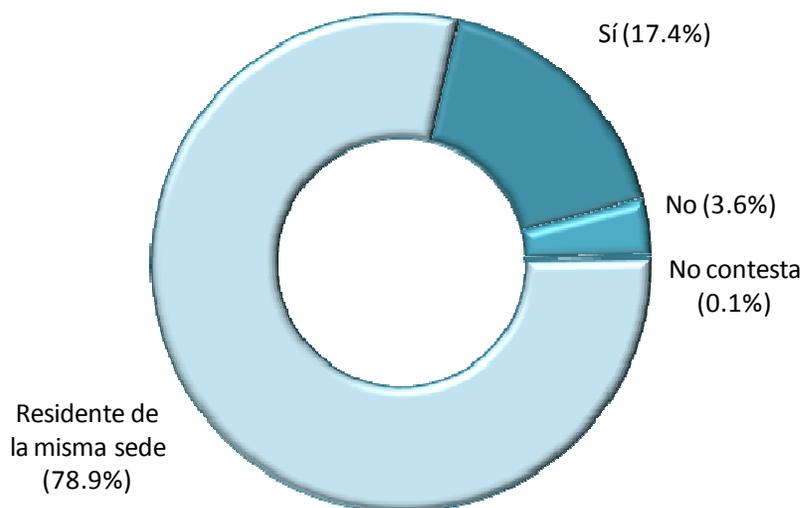
Los resultados obtenidos a través de la encuesta nos indican que 77.4% y 85.5% respectivamente en espacios Abiertos y Cerrados de los visitantes tuvieron como principal motivo de su viaje *Asistir al Festival*; asimismo en promedio los motivos de negocios y turismo alcanzan 4.7% y 4.1% respectivamente. Sólo el 0.6% tuvo como principal motivo *Acompañar a un compañero y Estudios* (ambos rubros captados exclusivamente en espacios Abiertos).



## 2.2 Visita a la Ciudad sede

Los resultados del ejercicio indican que el 17.4% de los visitantes encuestados tenían la intención de visitar la Ciudad sede en cuestión, independientemente de que se hubiese realizado o no el FAOT.

¿Hubiera venido a la Ciudad aunque no se hubiese realizado el Festival?



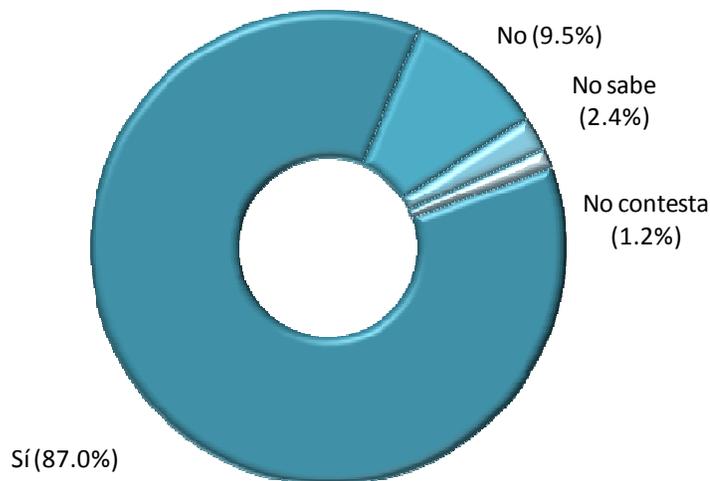
En espacios Abiertos 18.8% de los encuestados declaran que tenían la intención de visitar la Ciudad (de la sede que corresponde), mientras que en espacios Cerrados dicha intención es menor y del orden del 16%. Nótese la gran proporción de residentes de las distintas sedes que se identifican en ambos tipos de espacios.

Espacio	Residente de la misma sede	Sí	No	No contesta	Total
Abierto	76.8	18.8	4.3	0.3	100.0
Cerrado	81.0	16.0	3.0		100.0
Total	78.9	17.4	3.6	0.1	100.0

### 2.3 Propensión a ampliar estancia

El 87% de los asistentes entrevistados en las distintas sedes y que no eran residentes, informaron que sí estarían dispuestos a ampliar su estancia en la Ciudad sede para seguir disfrutando del Festival, mientras que el 9.5% no lo haría. Esto nos da una idea de lo importante que puede ser el FAOT en la derrama económica que se genere en las distintas sedes a partir de los eventos que en el se realicen.

¿Ampliaría su estancia en la Ciudad por disfrutar del Festival?

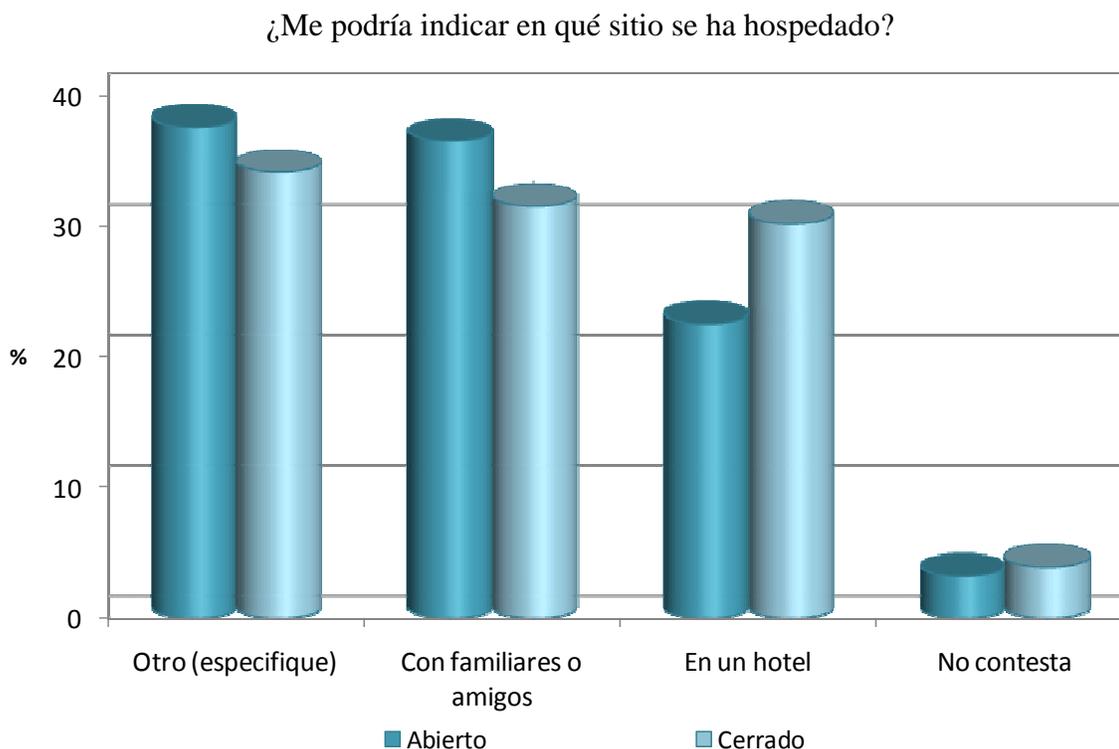


Este comportamiento se presenta en los tipos de espacios donde se captó la información de los visitantes; cabe notar que hay una mínima diferencia porcentual entre lo registrado en los espacios Abiertos y los Cerrados. En los primeros, 87.1% ampliarían su estancia en la Ciudad (de la sede que corresponde) para seguir destinando su tiempo para el Festival, mientras que en el segundo 86.8%. Se debe subrayar que la respuesta a esta pregunta no implica necesariamente que los visitantes la hayan llevado a cabo, pero sí que se muestra esa intención.

Espacio	Sí	No	No sabe	No contesta	Total
Abierto	87.1	9.7	2.2	1.1	100.0
Cerrado	86.8	9.2	2.6	1.3	100.0
Total	87.0	9.5	2.4	1.2	100.0

## 2.4 Lugar de hospedaje

Los resultados obtenidos en esta encuesta son más homogéneos en relación a los obtenidos en otros estudios de públicos realizados por el equipo del SIC. El 34.3% de las personas que asistieron al Festival se hospedaron con familiares o amigos, el 26% en un hotel, y el 36.1% en otro lugar. Sólo el 3.6% no contestó la pregunta.

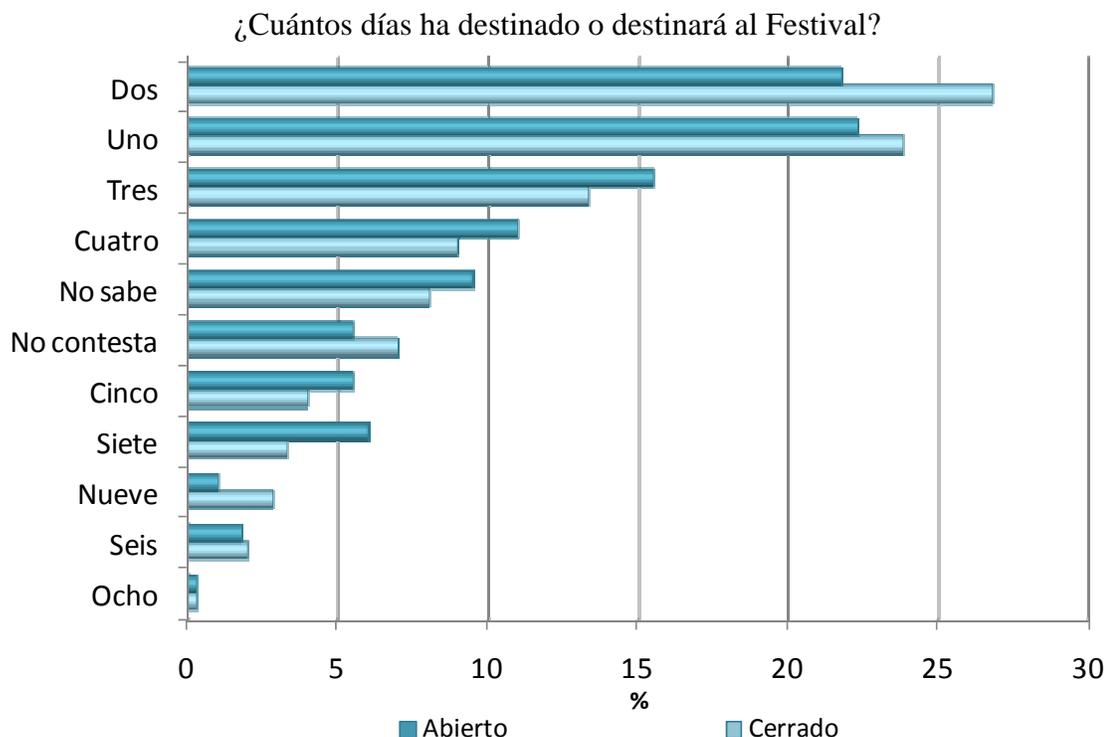


Es de resaltar que el público que respondió haberse hospedado *En un hotel* es mayoritariamente el identificado en espacios Cerrados, 30.3%, a diferencia de los de espacios Abiertos (22.6%). En cambio en la categoría *Con familiares o amigos* en el espacios Abiertos fue mayor (36.6%) con una diferencia del 5% en relación a los entrevistados de espacios Cerrados. En el rubro de *Otro* se destacan las respuestas de *entrada por salida de la Ciudad sede* y permanencia en una casa propia.

Espacio	Con familiares o amigos	En un hotel	Otro (especifique)	No contesta	Total
Abierto	36.6	22.6	37.6	3.2	100.0
Cerrado	31.6	30.3	34.2	3.9	100.0
Total	34.3	26.0	36.1	3.6	100.0

## 2.5 Días destinados al Festival

El mayor porcentaje de los asistentes contemplan permanecer por uno o dos días en el Festival, con un 23% y 24.3% respectivamente en ambos tipos de espacios; mientras que sólo el 0.3% ha destinado permanecer los 8 días que dura la totalidad del FAOT.



Como se puede observar, en ambos tipos de espacios la diferencia porcentual en cada una de las respuestas es mínima; así en espacios Abiertos el 22.3% responde que permanecerá un día mientras que en el cerrado un 23.8%. La segunda respuesta con mayor incidencia en ambos tipos de espacios es por *Dos* días con un 21.8% y 26.8%, respectivamente.

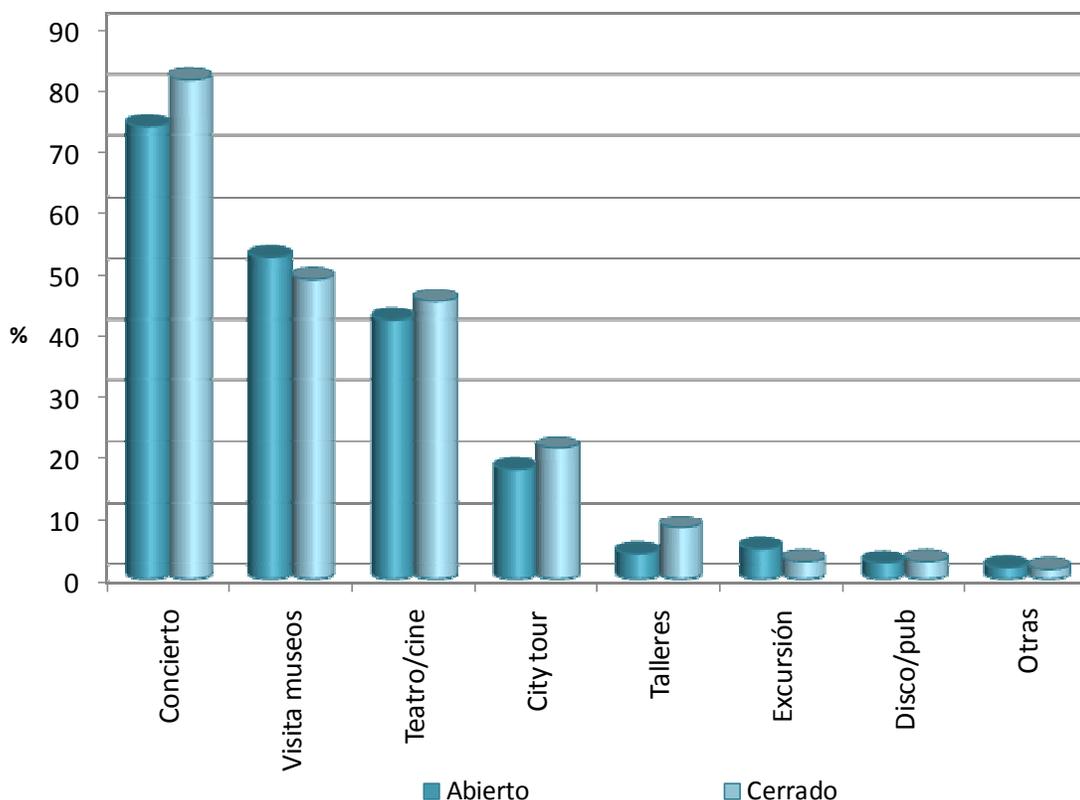
Espacio	Uno	Dos	Tres	Cuatro	Cinco	Seis	Siete	Ocho	Nueve	No sabe	No contesta	Total
Abierto	22.3	21.8	15.5	11.0	5.5	1.8	6.0	0.3	1.0	9.5	5.5	100.0
Cerrado	23.8	26.8	13.3	9.0	4.0	2.0	3.3	0.3	2.8	8.0	7.0	100.0
Total	23.0	24.3	14.4	10.0	4.8	1.9	4.6	0.3	1.9	8.8	6.3	100.0

### III. Actividades, sugerencias y percepciones

#### 3.1 Actividades realizadas en el Festival

Como se aprecia, las actividades preferidas por los visitantes coinciden tanto en espacios Abiertos como en Cerrados con una mínima diferencia porcentual; los *Conciertos* son la primera opción con un 74.0% y 81.5%, respectivamente. La segunda opción *Visita a museos* con un 52.5% y 49% en cada caso. La tercera actividad de preferencia es *Teatro/Cine* con un 42.3% y 45.3%; así mismo la categoría *Otras* acumuló 1.8% y 1.5%.

¿Qué actividades ha realizado o no ha realizado durante el desarrollo del Festival?

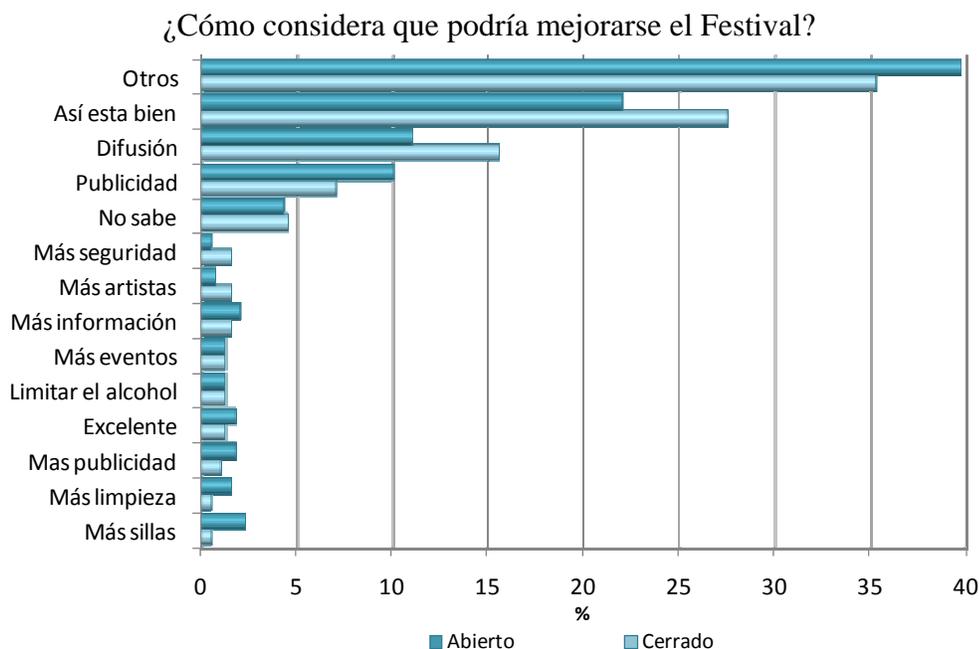


Los *Talleres*, son una actividad de mayor preferencia en los espacios Cerrados en comparación con espacio Abiertos; según los datos de la encuesta, solo el 4% consideró esta actividad en espacio Abierto mientras que en el Cerrado lo hizo poco más del doble (8.3%).

Actividades	Espacio	
	Abierto	Cerrado
Concierto	74.0	81.5
Visita museos	52.5	49.0
Teatro/cine	42.3	45.3
City tour	17.8	21.3
Talleres	4.0	8.3
Excursión	4.8	2.8
Disco/pub	2.5	2.8
Otras	1.8	1.5
Total (promedio)	24.9	26.5

### 3.2 Sugerencias de mejora

Aunque los porcentajes más altos se presentan en la categoría de *Otros*, se considera que hubo en general una buena percepción del FAOT. El motivo de esta afirmación es que destaca la respuesta de *Así esta bien*. Asimismo, llama la atención la petición de tener *Más seguridad* en espacios Abiertos (con un 0.5%), *Más limpieza* y *Más sillas*, con un 0.5% cada una, en espacios Cerrados.



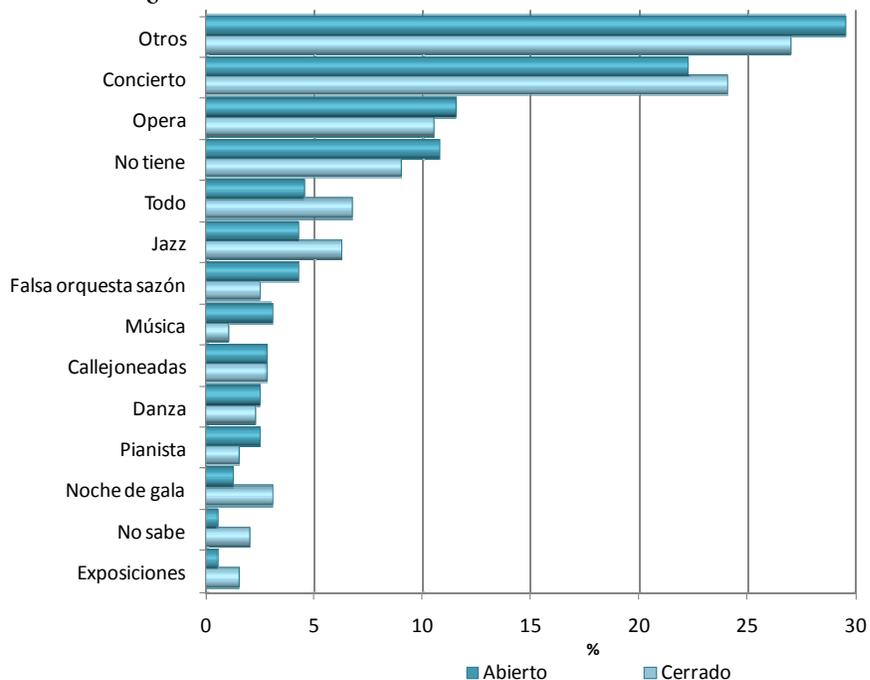
En esta categoría también se presenta una coincidencia en el sentido de las respuestas de los públicos entrevistados de ambos espacios. El porcentaje mayor lo tuvo la respuesta *Otros* con un 39.8% y 35.3%, y la segunda opción de *Así esta bien* con un 22.0% y un 27.5%, respectivamente.

Actividades	Espacio	
	Abierto	Cerrado
Otros	39.8	35.3
Así esta bien	22.0	27.5
Difusión	11.0	15.5
Publicidad	10.0	7.0
No sabe	4.3	4.5
Más información	2.0	1.5
Excelente	1.8	1.3
Más publicidad	1.8	1.0
Más sillas	2.3	0.5
Limitar el alcohol	1.3	1.3
Más eventos	1.3	1.3
Más artistas	0.8	1.5
Más limpieza	1.5	0.5
Más seguridad	0.5	1.5
<b>Total</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>

### 3.3 Eventos favoritos

La respuesta con mayor incidencia de evento favorito son los *Conciertos* teniendo un 22.3% y 24% respectivamente. Luego sigue *Opera*, *Todo* y *Jazz*. Asimismo las *Exposiciones* para encuestados de espacios Abiertos (0.5%) y *Música* (1%) para encuestados de espacios Cerrados, resultan ser los eventos de menor preferencia.

¿Cuál es o fue su evento favorito del Festival?

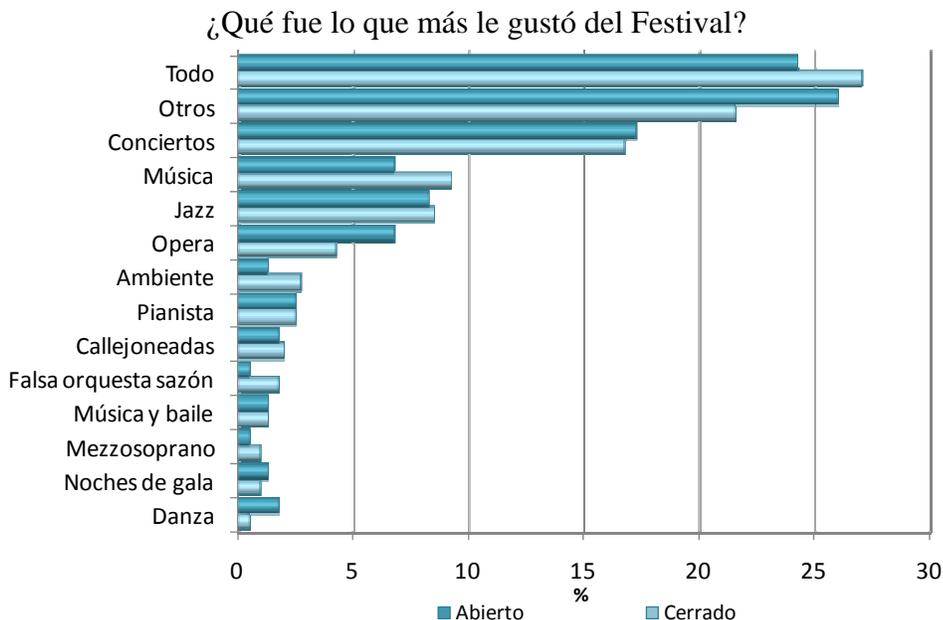


En la categoría de *Otros* se incluyen actividades tales como: los foros alternos, Orquesta, Alejandro Avilés, Banda y guitarrista. En espacios Cerrados se puede observar que hubo más visitantes que no supieron definir cuál fue su actividad favorita con un 2.0% a diferencia de aquellos encuestados en espacios Abiertos, donde 0.5% de sus visitantes dio dicha respuesta.

Actividades	Espacio	
	Abierto	Cerrado
Otros	29.5	27.0
Concierto	22.3	24.0
Opera	11.5	10.5
No tiene	10.8	9.0
Todo	4.5	6.8
Jazz	4.3	6.3
Noche de gala	1.3	3.0
Callejoneadas	2.8	2.8
Falsa orquesta sazón	4.3	2.5
Danza	2.5	2.3
No sabe	0.5	2.0
Exposiciones	0.5	1.5
Pianista	2.5	1.5
Música	3.0	1.0
Total	100.0	100.0

### 3.4 Evento más gustado

Lo más gustado en el FAOT en ambos tipos de espacios, fue *Todo* con 24.3% y 27% respectivamente, luego los referidos como *Conciertos*, *Música*, y *Jazz*. Lo menos gustado fue muy diverso como se muestra en el siguiente gráfico.



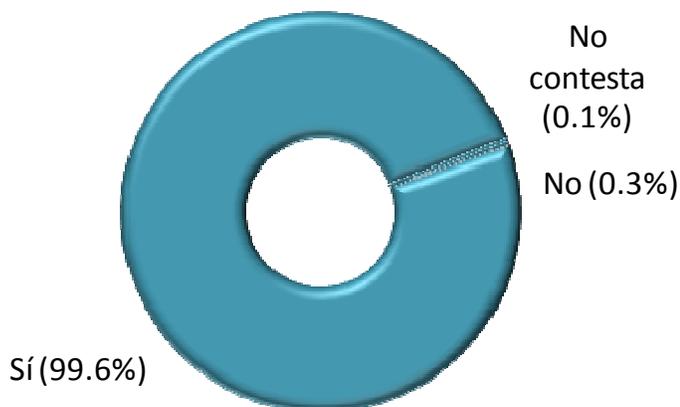
En este caso, en la categoría de *Otros* se incluyen actividades tales como: Organización, Gente, Guitarrista y Orquesta, entre otros. Cabe mencionar que un porcentaje mayor contestó que el *Ambiente* es lo que más le gustó del Festival para visitantes de espacios Cerrados con un 2.8%, y solo el 1.3% de los encuestados en espacios Abiertos dio la misma respuesta.

Actividades	Espacio	
	Abierto	Cerrado
Otros	26.0	21.5
Todo	24.3	27.0
Conciertos	17.3	16.8
Jazz	8.3	8.5
Música	6.8	9.3
Opera	6.8	4.3
Pianista	2.5	2.5
Callejoneadas	1.8	2.0
Danza	1.8	0.5
Ambiente	1.3	2.8
Música y baile	1.3	1.3
Noches de gala	1.3	1.0
Falsa orquesta sazón	0.5	1.8
Mezzosoprano	0.5	1.0
Total	100.0	100.0

### 3.5 Recomendación a un amigo

Con un arrasador 99.6% de los visitantes al FAOT lo recomendarían a un amigo; el 0.3% no lo recomendaría, y sólo 0.1% no contesta; no obstante, es muy probable que éste último dato corresponda a tal vez, una vez que haya tenido la oportunidad de disfrutar actividades o eventos del FAOT.

¿Recomendaría el Festival a un amigo?



En el caso de ambos espacios (Abiertos y Cerrados) el público captado declara la clara intención de *Sí* recomendar el Festival obteniendo como respuesta casi el 100%. Estos porcentajes son claros indicadores de satisfacción de los públicos asistentes al FAOT.

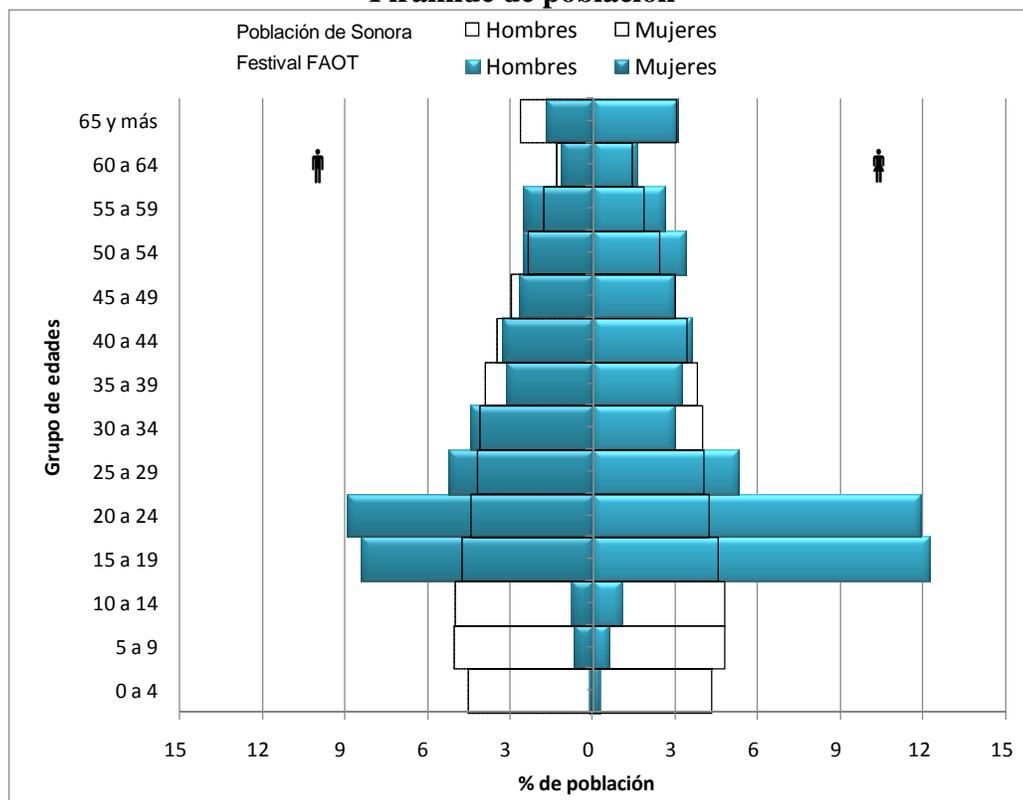
Espacio	No			Total
	Sí	No	contesta	
Abierto	99.7		0.3	100.0
Cerrado	99.5	0.5		100.0
Total	99.6	0.3	0.1	100.0

## IV Aspectos sociodemográficos

### 4.1 Estructura demográfica

A través de las preguntas de edad y sexo es posible construir una pirámide poblacional de todos los asistentes encuestados en el FAOT en relación a los potenciales visitantes de todo el estado de Sonora. De acuerdo con la gráfica siguiente, es evidente que son los jóvenes, específicamente con edades entre 15 y 24, quienes muestran mayor interés hacia el Festival, pues son quienes más asisten de entre todos los grupos de edades. Cabe mencionar que el único rango de edades en donde el número de hombres sobrepasa al de las mujeres es el de 30 y 34 años. También es de resaltar el bajo porcentaje de asistencia de infantes, menores de 15 años, así como también el de adultos mayores de sexo masculino. De hecho, ambos casos pueden capitalizarse como nichos de oportunidad para innovar y ofrecer programas especiales de actividades para estos públicos.

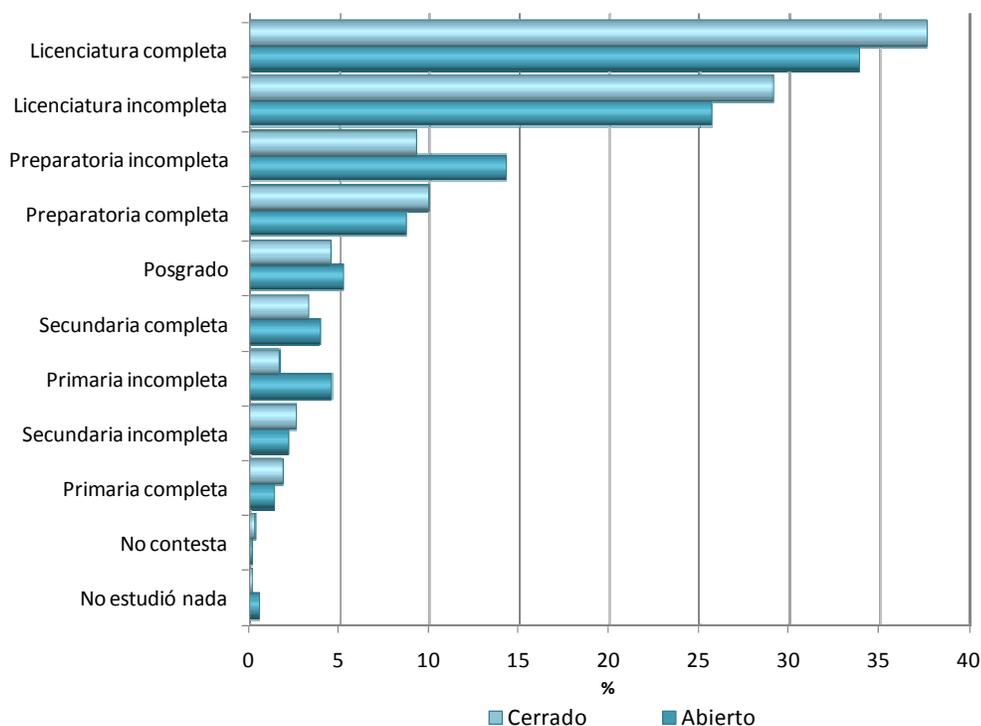
### Pirámide de población



#### 4.2 Escolaridad

La mayoría de los asistentes entrevistados en el FAOT declararon tener *Licenciatura completa* como máximo nivel de estudios. Los porcentajes correspondientes son: 33.9% y 37.6% en espacios Abiertos y Cerrados respectivamente. En contraparte, sólo el 0.5% y 0.1% de cada tipo de espacio *No estudió nada* (debe notarse que en este grupo están comprendidos los menores de 6 años de edad).

¿Cuál es su escolaridad?



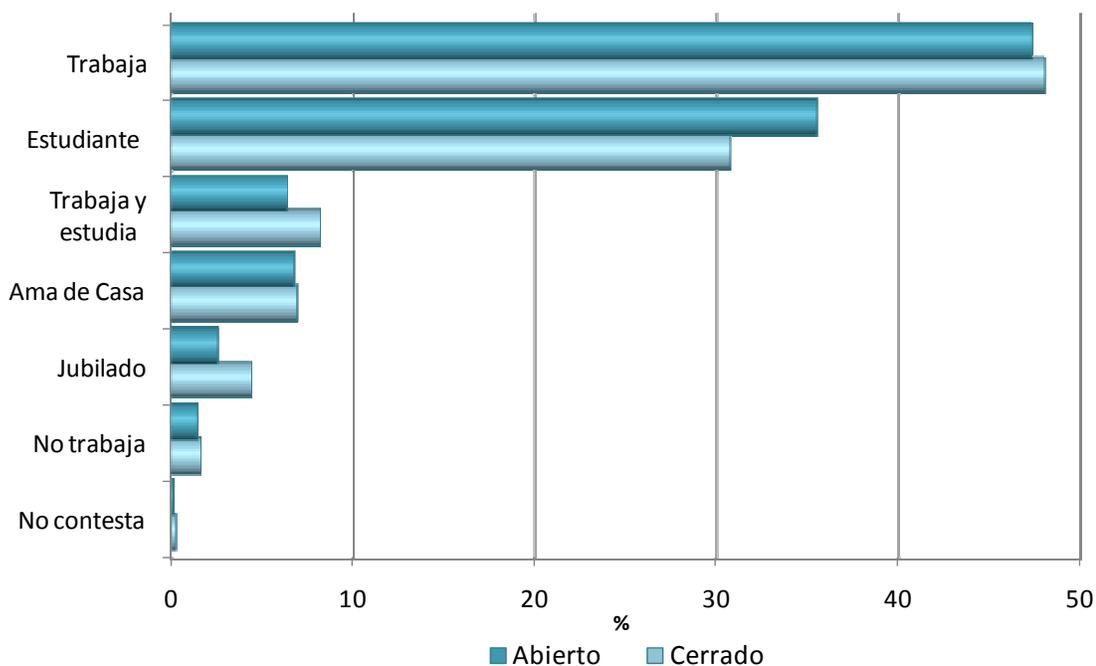
Es notable que los distintos niveles de escolaridad captados de los visitantes encuestados sean distintos entre aquellos de espacios Abiertos y los de espacios Cerrados. De acuerdo a la siguiente tabla, se puede afirmar que no hay un patrón que indique que en general que los unos superan en escolaridad a los otros.

Escolaridad	Espacio	
	Abierto	Cerrado
Licenciatura completa	33.9	37.6
Licenciatura incompleta	25.6	29.1
Preparatoria completa	8.6	9.9
Preparatoria incompleta	14.2	9.2
Posgrado	5.2	4.5
Secundaria completa	3.9	3.3
Secundaria incompleta	2.1	2.6
Primaria completa	1.3	1.8
Primaria incompleta	4.5	1.6
No contesta	0.1	0.3
No estudió nada	0.5	0.1
<b>Total</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>

### 4.3 Ocupación

La frecuencia siguiente muestra que aproximadamente la mitad de los visitantes encuestados al FAOT declara que trabaja, con 47.3% y 48% en espacios Abiertos y Cerrados respectivamente. El segundo lugar fue ocupado por jóvenes que declaran ser estudiantes. Sólo el 1.5% del total de la población encuestada declara que no trabaja.

### ¿Cuál es su ocupación?



La condición laboral de *Trabaja*, *Trabaja y estudia*, así como la de *Jubilado* es más elevada en visitantes encuestados en espacios Cerrados. Esto tiene sentido porque en dicho tipo de espacios, generalmente se exige un mayor poder adquisitivo por parte de los visitantes.

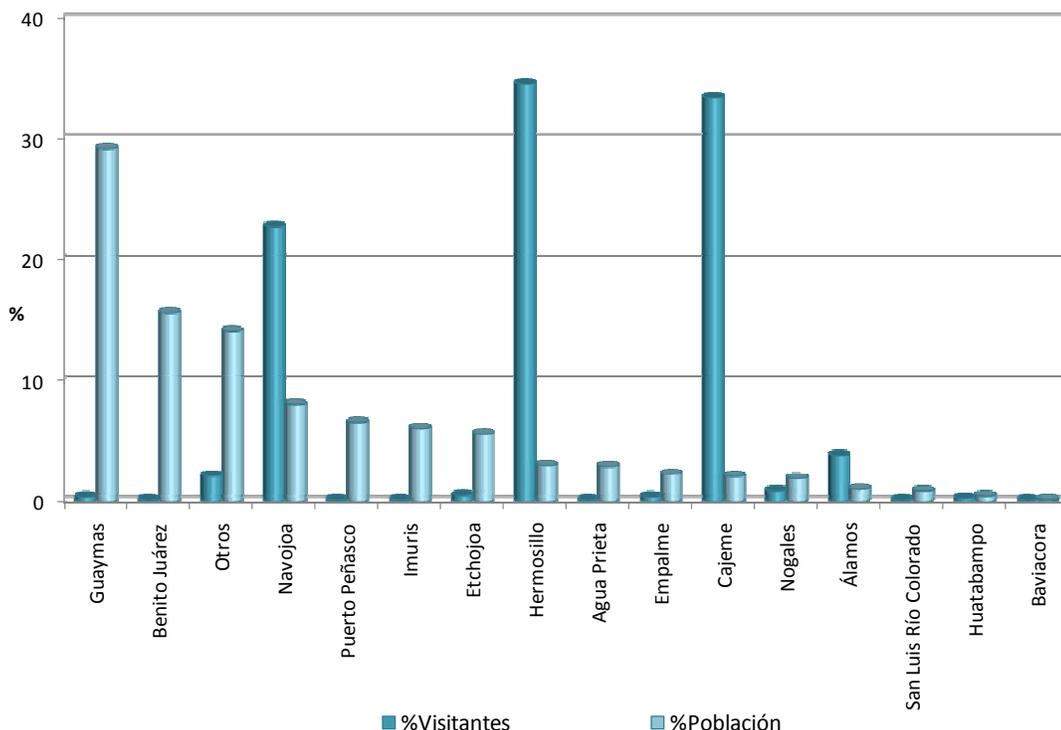
Espacio	Trabaja	Trabaja y estudia	No trabaja	Ama de Casa	Estudiante	Jubilado	No contesta	Total
Abierto	47.3	6.4	1.5	6.8	35.5	2.5	0.1	100.0
Cerrado	48.0	8.2	1.6	6.9	30.7	4.3	0.3	100.0
Total	47.6	7.3	1.5	6.9	33.1	3.4	0.2	100.0

#### 4.4 Procedencia

En cuanto a la procedencia de los visitantes encuestados del FAOT, el 97.9% corresponde al residentes del estado de Sonora, seguido muy retiradamente de aquellos provenientes de Baja California, Sinaloa y Chihuahua con 0.5%, 0.4% y 0.4% respectivamente como era de esperarse. El porcentaje de visitantes de otros estados distintos a los referidos es mínimo. Cabe notar que la población mexicana fue el objetivo de la encuesta, por lo que no se hace mención alguna al turismo extranjero.

¿De qué entidad nos visita?

Lugar de procedencia	%
Baja California	0.5
Baja California Sur	0.1
Chihuahua	0.4
Distrito Federal	0.1
México	0.3
Nuevo León	0.3
Oaxaca	0.1
Sinaloa	0.4
Sonora	97.9
Total	100.0



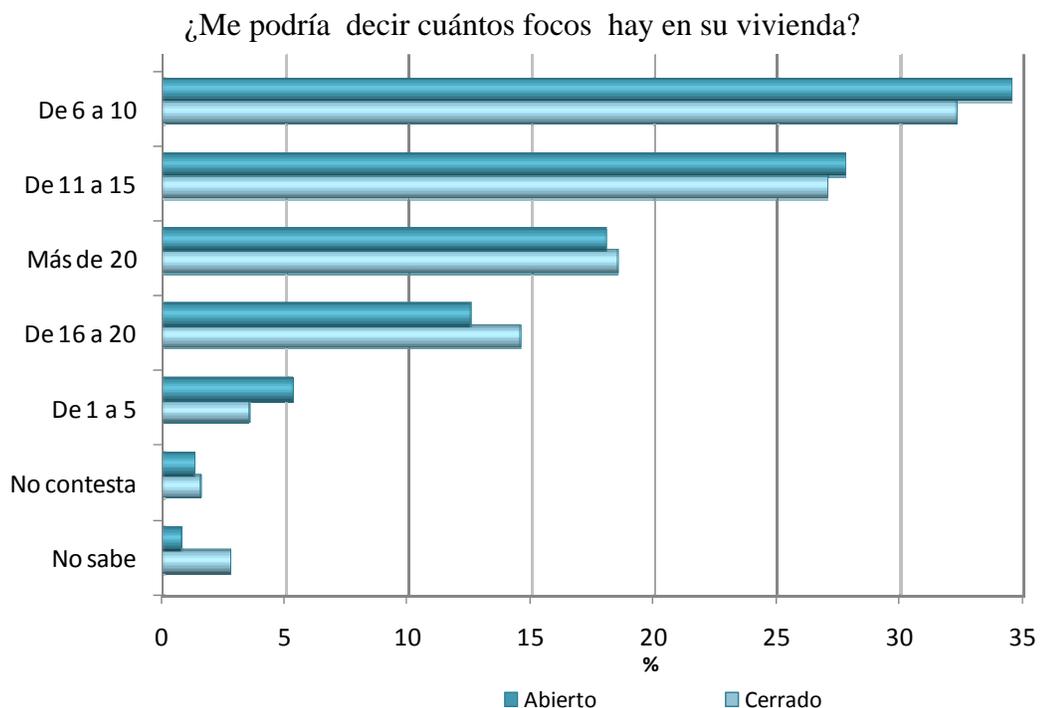
Dentro de los municipios del estado de Sonora se identificó que gran proporción de los visitantes encuestados residían en el mismo municipio que era sede del Festival: Hermosillo, Cajeme, Álamos y Navojoa. Nótese que conjuntamente los visitantes de estos municipios suman más del

90% del total de la asistencia al Festival. Haciendo un cociente entre % Visitantes y % Población, se tienen los resultados de la siguiente tabla.

Municipios	(1) % Visitantes	(2) % Población <sup>1</sup>	(1) / (2) Cociente
Cajeme	33.5	2.1	16.0
Hermosillo	34.6	3.0	11.4
Álamos	3.9	1.0	3.8
Navojoa	22.8	8.0	2.8
Baviacora	0.1	0.1	0.9
Huatabampo	0.3	0.4	0.6
Nogales	0.9	1.9	0.5
Empalme	0.4	2.3	0.2
Otros	2.1	14.1	0.2
San Luis Río Colorado	0.1	0.9	0.1
Etchojoa	0.5	5.6	0.1
Agua Prieta	0.1	2.9	0.0
Imuris	0.1	6.1	0.0
Puerto Peñasco	0.1	6.6	0.0
Guaymas	0.4	29.2	0.0
Benito Juárez	0.1	15.6	0.0
Total	100.0	100.0	1.0

#### 4.5 Número de focos en las viviendas de los visitantes

Se captó el número de focos como estimador indirecto del nivel socioeconómico de los visitantes. En esta pregunta según los resultados de la encuesta 33.4% de los visitantes afirma tener de 6 a 10 focos en su vivienda, el 4.4% entre 1 y 5 focos, y sólo el 1.1% dice que no lo sabe. Este resultado es consistente con el obtenido en otros estudios de públicos elaborados por el mismo equipo del SIC. La segunda categoría más importante es de 11 a 15 focos en las respectivas viviendas.



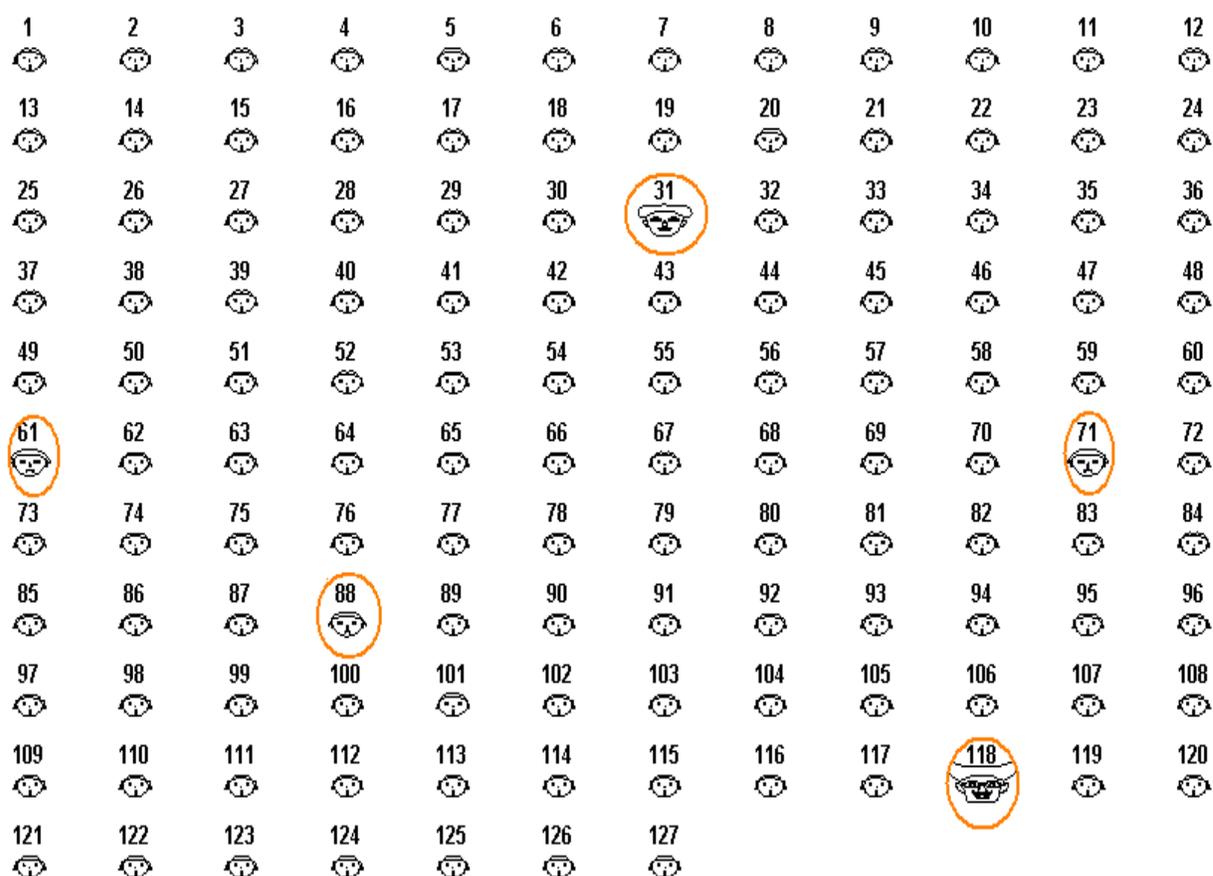
En general, poco más de la mitad de los visitantes encuestados declara tener entre 6 y 15 focos en sus viviendas. Llama la atención como el grupo de visitantes que declaran tener más de 20 focos en sus viviendas alcanza un 18.3%. Hay mucha mayor homogeneidad en la distribución porcentual de estas respuestas que en las obtenidas en otros espacios culturales como en Museos.

Espacio	De 1 a 5	De 6 a 10	De 11 a 15	De 16 a 20	Más de 20	No sabe	No contesta	Total
Abierto	5.3	34.5	27.8	12.5	18.0	0.8	1.3	100.0
Cerrado	3.5	32.3	27.0	14.5	18.5	1.5	2.8	100.0
Total	4.4	33.4	27.4	13.5	18.3	1.1	2.0	100.0

## V. Otros Gráficos

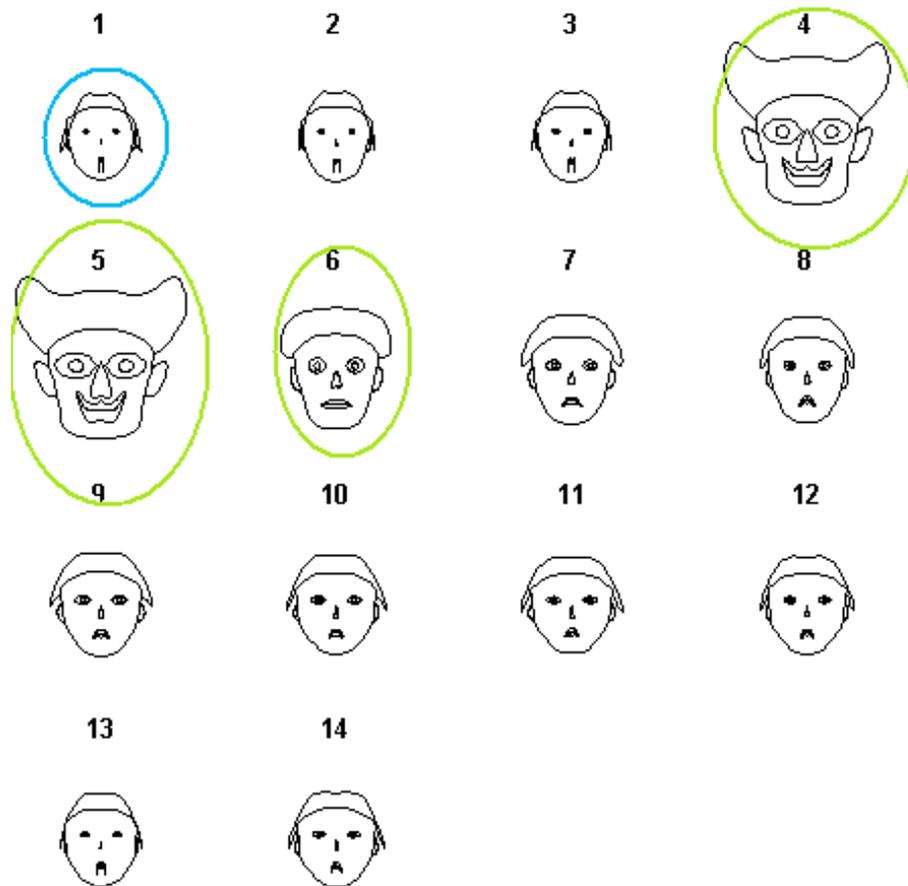
### 5.1 Actividades más gustadas

En este gráfico, se hablan en general de todos los tipos de eventos realizados en el FAOT, sin importar si ocurrieron en espacio Abierto o Cerrado.



Haciendo uso de este gráfico de *Caras de Chernoff* se aprecia claramente que los eventos más gustados fueron principalmente 5 representados por las caras circunscritas. A continuación se menciona el evento correspondiente a estas caras: *Conciertos* que corresponde a la cara número 31, *Jazz* a la cara número 61, *Música* a la cara número 71, *Opera* a la cara número 88, *Todo* a la cara número 118.

## 5.2 Edades predominantes en los asistentes al FAOT



En este gráfico las *Caras de Chernoff* representan los distintos grupos quinquenales de los visitantes captados. El orden de las caras es creciente de tal manera que la cara 1 representa al grupo de edades entre 0 y 4 años, la cara 2 al grupo entre 5 y 9 años, y así sucesivamente. En particular, las caras número 4, 5 y 6 representan a las edades de mayor incidencia captadas en las encuestas levantadas. También se alcanza a apreciar diferencia de las primeras tres caritas y la última respecto al resto. Esto es debido a que, como ya se mencionó, los niños entre 0 y 15 años, así como adultos mayores de 65 de sexo masculino, representan un porcentaje muy bajo de asistencia respecto al total. En este caso el resultado nos sugiere la necesidad de pensar en públicos de edades más pequeñas, menores de 15 años, en el sentido de diseñar actividades y programación de eventos especiales así como la infraestructura y la logística necesaria para atenderles pues, sin duda alguna, tiene requerimientos completamente distintos a los adultos.

## **Anexos**

### **I. Metodología**

La metodología aplicada para la realización de esta encuesta fue una variante de la propuesta realizada en el Museo de la Civilización de la Ciudad de Québec, Canadá<sup>1</sup>. A continuación se proporciona la empleada acorde al contexto de los visitantes a los sitios donde se levantó la encuesta. Antes de su levantamiento formal, hubo una etapa piloto en los distintos espacios culturales seleccionados y, con ello, se pudieron detectar oportunidades de mejora en ambos la formulación de la encuesta que permitieron avanzar en la dirección deseada.

#### **Población objetivo**

En el contexto de la presente encuesta, la población objetivo se definió como las personas mayores de 15 años, de nacionalidad mexicana, que realizaron la visita al FAOT en las siguientes cuatro sedes Álamos, Hermosillo, Cajeme (Ciudad Obregón) y Navjoa. En caso de haber seleccionado a un visitante menor de 15 años, de acuerdo con el criterio de selección abajo expuesto, se dirigía al tutor o acompañante de edad mayor (si fuere el caso).

#### **Marco muestral**

Para que los resultados fueran válidos, cada grupo de visitante que formó parte de la población objetivo tuvo la misma probabilidad de ser seleccionado para responder la encuesta. Con ello se aseguró el control de los siguientes parámetros: días de realización del evento, horarios y tipos de espacios Cerrados o Abiertos. Los Cerrados fueron algunos museos, teatros, donde se realizaban eventos mientras que los Abiertos fueron principalmente Plazas ubicadas en las ciudades sedes respectivas.

#### **Unidad de muestreo**

La encuesta realizada comprendió preguntas relacionadas a la asistencia y conocimiento del Festival, al Turismo Cultural, actividades, sugerencias y percepciones así como de aspectos demográficos que describen a los visitantes. Así pues, la unidad de muestreo de esta encuesta fue el individuo. De hecho, la persona que respondió a las preguntas de la encuesta lo hizo a título personal y no en nombre de un grupo.

En un ámbito más amplio se emplearon preguntas dirigidas a recabar información sobre el grupo que acompañaba al encuestado, como edad, sexo, escolaridad y ocupación. Con ello se considera que se tiene un panorama más amplio de la composición sociodemográfica de los visitantes.

---

<sup>1</sup> Véase Musée de la Civilisation (2001), *Conozca a sus visitantes, guía de encuesta por sondeo*, Sociedad de Museos Quebequenses.

## Método de muestreo

Se subdividió en tres tiempos el muestreo. En primer lugar, se seleccionaron dos distintos tipos de espacios culturales: Abiertos y Cerrados, que fueron claramente definidos en las distintas sedes del Festival.

En segundo lugar, la selección de las horas para la aplicación de la encuesta fue con base en los horarios de apertura y cierre de distintos eventos del Festival. En espacios Cerrados la encuesta fue de entrada, mientras que en espacios Abiertos la encuesta se realizó antes, durante o después de la realización del evento respectivo.

La selección del entrevistado se hizo con la denominada estrategia de punto de referencia. Ésta consiste en fijar un punto dentro del espacio de circulación (por ejemplo un elemento arquitectónico, una escultura, una pintura, un diseño en el suelo o una línea imaginaria) e interceptar a toda persona que se atravesara, tocara o hubiera rebasado dicho punto. Esto garantizó que la selección de la muestra fuese aleatoria.

## Tamaño muestral

Para lograr un grado de precisión muy aceptable de los resultados, se estableció un nivel de confianza de 95% y un margen de error de 5%. Esto conlleva a un total de 400 encuestas por tipo de espacio: Abierto o Cerrado. Para una población infinita o desconocida los márgenes de error asociados a diferentes tamaños de muestra y niveles de confianza se tiene la relación del Cuadro A1.

**Cuadro A1**

Tamaño muestral	Nivel de confianza		
	0.90	0.95	0.99
	Margen de error		
100	8.2	9.8	12.9
150	6.7	8.0	10.5
200	5.8	6.9	9.1
250	5.2	6.2	8.1
300	4.7	5.7	7.4
400	4.1	4.9	6.4
500	3.7	4.4	5.7
1000	2.6	3.1	4.1

## II. Número de focos vs Nivel de ingresos

Para intentar conocer el nivel de ingresos de los visitantes nacionales encuestados, se incluyó en el cuestionario una pregunta respecto a la cantidad de focos existentes en la vivienda. Es claro que si se hubiese preguntado directamente el nivel de ingresos de los encuestados, hubiésemos estado expuestos a gran cantidad de no respuestas. Por otra parte, en la Encuesta Nacional de Ingreso y Gasto de los Hogares (ENIGH, 2005) del INEGI, además de entre otros captar los ingresos, se hace la misma pregunta en su sección de Características de vivienda. Al considerarse en la ENIGH estas cuestiones, es decir ingreso y número de focos, es factible describir la

asociación de dependencia existente entre ellas y posteriormente, dada la representatividad de la encuesta, extrapolar los resultados para el contingente de visitantes a los Museos.

Con base en los resultados y estructura de la ENIGH se utilizaron sus módulos de Hogares y de Ingresos. De la sección de Hogares se extrajo el factor de expansión que permitió que los datos de la muestra representaran al contexto nacional; posteriormente se seleccionaron exclusivamente viviendas utilizando el último dígito indicador de este atributo de la clave de folio de la ENIGH (pues la pregunta de focos es claramente dirigida a las viviendas en nuestra encuesta); asimismo se consideró, dado los lugares de procedencia mayoritariamente de los visitantes encuestados de la Zona Metropolitana de la Ciudad de México, los estratos donde hubiesen 100,000 habitantes y más (definido en la ENIGH como estrato 1). De la sección de Ingresos, se agregaron aquellos correspondientes a los distintos miembros de los hogares y el ingreso trimestral, que luego se dividió entre 3 para obtener un promedio mensual de ingreso (pesos corrientes).

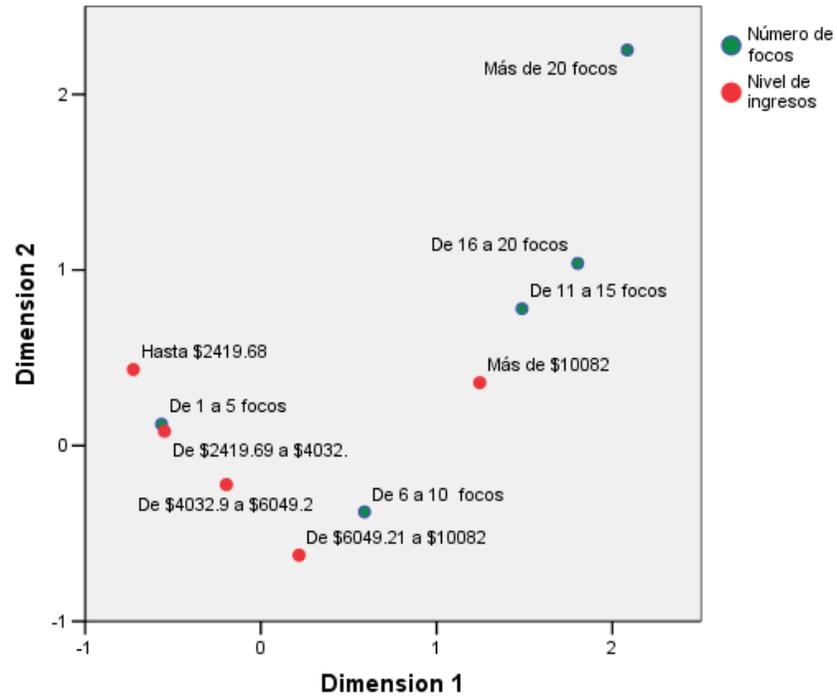
Una vez aplicados los criterios referidos, se generan cinco niveles tanto en la variable de ingreso como en la variable del número de focos, donde en esta última se toma la misma categorización que la empleada en nuestro cuestionario. Con ello, cada uno de los niveles de ingreso cuenta con aproximadamente un 20% del total de las observaciones (técnicamente, se formaron quintiles). La Tabla siguiente muestra, en porcentajes, la concentración de las viviendas respecto al número de focos y los niveles de ingreso.

Tabla A1. Numero de focos vs niveles de ingreso

Número de focos	Hasta \$2419.68	De \$2419.69 a \$4032.8	De \$4032.9 a \$6049.2	De \$6049.21 a \$ 10082	Más de \$10082
De 1 a 5	83.3	75.2	61.7	45.6	19.3
De 6 a 10	15.0	23.7	35.5	50.0	58.7
De 11 a 15	0.9	0.9	2.2	3.2	12.2
De 16 de 20	0.3	0.1	0.5	1.2	5.3
Más de 20	0.5	0.1	0.1	0.0	4.5
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

A través de la técnica estadística denominada Análisis de Correspondencias, se puede traducir la tabla anterior en un mapa de asociaciones como lo ilustra la Gráfica A1. La idea básica de la técnica, es ubicar proximidades entre puntos correspondientes a los distintos niveles definidos para ambas variables. En la Gráfica A1, los puntos verdes denotan las distintas categorías del número de focos y los rojos los niveles de ingreso. Se puede interpretar, de acuerdo a esta evidencia empírica, que tener hasta cinco focos se asocia fuertemente con un ingreso promedio mensual de entre \$2419.69 hasta \$4032.8; tener de 6 hasta 10 focos con un ingreso promedio mensual de entre \$6049.21 hasta \$10082; por último tener más de 10 focos se asocia con tener por lo menos un ingreso promedio mensual de \$10082.

Gráfica A1. Mapa de proximidades



### III. Cuestionario

A continuación se presenta el cuestionario utilizado en la realización de la encuesta.

## ENCUESTA A VISITANTES AL FESTIVAL FAOT 2009

¡Buenos días/tardes/noches! Mi nombre es (nombre del encuestador). En el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes y El Instituto Sonorense de Cultura estamos realizando una encuesta a los visitantes del FAOT con el objeto de brindar un mejor servicio. Su opinión es muy importante.

Datos generales	Datos del festival
Folio: <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> Encuestador: <input type="text"/> <input type="text"/> Fecha: <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> Horario: <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> hrs. D M A                                   H H M M Datos del entrevistado (solo para visitantes de 15 años o más): Entidad federativa de residencia: _____ (clave INEGI) <input type="text"/> <input type="text"/> Municipio/Del res (ciudad) _____ (clave INEGI) <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> Código Postal: <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>	Sede: _____ Espacio: _____ Descripción: _____

Perfil sociodemográfico de los visitantes						
<b>P.1 Sexo</b>	V.1	V.2	V.3	V.4	V.5	V.6
<b>P.2 Edad</b>						
<b>P.3 Escolaridad</b>						
<b>P.4 Ocupación</b>						

Códigos			
Escolaridad		Ocupación	
No estudió nada		1 Trabaja	1
Primaria incompleta	2	Trabaja y estudia	2
Primaria completa	3	No trabaja	3
Secundaria incompleta	4	Ama de casa	4
Secundaria completa	5	Estudiante	5
Preparatoria incompleta	6	Idolado	6
Preparatoria completa	7	No contesta	99
Licenciatura incompleta	8		
Licenciatura completa	9		
Posgrado	10	Sexo	
No contesta	99	10 Hombre	1
		99 Mujer	2

<b>P.5 ¿Fue ésta su primera visita al festival?</b> <input type="checkbox"/>	
Si	1
No	2
No sabe	98
No contesta	99

**\* Solo para turistas**

<b>P.6 ¿Sabía de la existencia del festival antes de llegar a la ciudad?</b> <input type="checkbox"/>	
Residente de la misma sede	0
Si	1
No	2
No sabe	98
No contesta	99

**P.7 ¿Principal motivo de su viaje?**

Residente de la misma sede	0
Festival FAOT	1
Turismo	2
Negocios	3
Acompañar otra persona	4
Estudios	5
Visita a familiares	6
Otro	7
<hr/>	
No contesta	99

**P.8 ¿Hubiera venido a la ciudad aunque no se hubiese realizado el festival?**

Residente de la misma sede	0
Sí	1
No	2
No sabe	98
No contesta	99

**P.9 ¿Ampliaría su estancia en la ciudad por disfrutar del festival?**

Residente de la misma sede	0
Sí	1
No	2
No sabe	98
No contesta	99

**P.10 ¿Me podría indicar en qué sitio se ha hospedado?**

Residente de la misma sede	0
Con familiares o amigos	1
En un hotel	2
Otro (especifique)	3
<hr/>	
No contesta	99

**P.11 ¿Cuántos días ha destinado o destinará al Festival?**

No sabe	98	No contesta	99
---------	----	-------------	----

**P.12 ¿Cómo se enteró de la existencia del festival?**

Oficina turística (guía, folleto)	1
Recomendación amigos o familiares	2
Periódicos (diarios)	3
Radio	4
Televisión	5
Conoce desde siempre el FAOT	6
Internet	7
Por un maestro o libro de texto	8
Otros (especifique)	9
<hr/>	
No contesta	99

\* Para todo el público

**P.13 ¿Qué actividades ha realizado o no ha realizado durante el desarrollo del festival?**

Actividades	
Visita a museos	
Teatro/cine	
Concierto	
City tour	
Excursión	
Disco/pub	
Talleres	
Otras	

Sí realizo 1

No realizo 2

Otras (especifique) \_\_\_\_\_

**P.14 ¿Cómo considera que podría mejorarse el Festival?**

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**P.15 ¿Cuáles o fue su evento favorito del Festival?**

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**P.16 ¿Qué fue lo que más le gustó del Festival?**

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**P.17 ¿Recomendaría el Festival a un amigo?**

Sí 1

No 2

Tal vez 3

**P.18 ¿Le gustaría recibir en su correo electrónico el boletín cultural?**

Sí 1

e-mail: \_\_\_\_\_

No tengo 2

No me interesa, muchas gracias 3

No contesta 99

**P.19 ¿Me podría decir cuántos focos hay en su vivienda?**

No sabe 98 No contesta 99

**¡Muchas gracias por su participación!**  
**(la Encuesta ha concluido)**