



METODOLOGÍA DE MEDICIÓN DE EVENTOS CULTURALES MASIVOS



En el marco de la Cuenta Satélite de Cultura de Costa Rica





Metodología de Medición de Eventos Culturales Masivos

En el marco de la Cuenta Satélite
de Cultura de Costa Rica

San José, Costa Rica
Diciembre 2014

306

CR838-m

Costa Rica. Ministerio de Cultura y Juventud

Metodología de medición de eventos culturales masivos :
Ministerio de Cultura y Juventud ; Unidad de Cultura y
Economía. – 1ª ed. – San José : El Ministerio. PubliArt, 2015.

ISBN 978-9977-59-272-5

ISBN CD 978-9977-59-273-2

1. CULTURA – COSTA RICA – ENCUESTAS. 2. CULTURA-
ESTADISTICAS. 1. UNIDAD DE CULTURA Y ECONOMIA. II. TÍTULO.

MCJ/ehc

ISBN: 978-9977-59-272-5



Se permite la reproducción total o parcial siempre que los datos no sean alterados y se asignen los créditos correspondientes.

Unidad de Cultura y Economía
Ministerio de Cultura y Juventud
Tel.: (506) 2255-3188 Ext. 105/171
Tel./Fax: (506) 2258-2251
cuentasatelite@mcj.go.cr
www.cuentasatelitecultura.go.cr
www.si.cultura.cr

METODOLOGÍA DE MEDICIÓN DE EVENTOS CULTURALES MASIVOS

Ministerio de Cultura y Juventud

Elizabeth Fonseca Corrales
Ministra de Cultura y Juventud

Alfredo Chavarría Fennell
Viceministro de Cultura

Elena Quesada Serrano
Viceministra de Juventud

Luis Carlos Amador Brenes
Viceministro Administrativo

Comisión Interinstitucional Cuenta Satélite de Cultura (CICSC)

Anahí Moyano Larrea
Coordinadora General CSCCR/CICSC
Jefa Unidad de Cultura y Economía del MCJ

Ministerio de Cultura y Juventud

Ileana González Álvarez
Jefa Secretaría de Planificación Institucional y Sectorial

Guadalupe Gutiérrez Aragón
Jefa Departamento Financiero Contable

Fresia Camacho Rojas
Directora de Cultura

Ana Isabel Padilla Duarte
Subjefa Secretaría de Planificación Institucional y Sectorial

Yehilyn Chía Rodríguez
Asesora Viceministro Administrativo

Sylvia Mora Zamora
Analista Secretaría de Planificación Institucional y Sectorial

Natalia Cedeño Vargas
Coordinadora Sicultura, Unidad de Cultura y Economía



**Equipo Técnico CSCCR del MCJ
Unidad de Cultura y Economía**

Karina Castro Bolaños
Coordinadora Equipo Técnico

Bridget Soto Méndez

Liainy Villalobos Campos

Sergio Sánchez Camacho

Equipo Técnico CSCCR del Banco Central de Costa Rica

Alejandra Ramírez Vargas

Elvia Campos Villalobos

Carlos Carrillo Chaves

Jackeline Zamora Bolaños

Instituto Nacional de Estadística y Censos

María Elena González Quesada

Cinthya Chacón Salazar

Programa Estado de la Nación

Natalia Morales Aguilar

Tecnológico de Costa Rica

Laura Sancho Martínez

Alicia Coto Guzmán

Estrategia de Comunicación

Maritza Salgado Silva

Revisión filológica y corrección de estilo

Carlos Regueyra Bonilla

Diseño, diagramación e impresión

Floria Leiva Pacheco

Fotografía

Portada, contraportada e internas: Pablo Cambroneró

Portada, superior derecha (niños y niñas escolares): Alejandra Guzmán

AGRADECIMIENTOS

Un agradecimiento especial a Katherine Miranda Álvarez, Coordinadora del Equipo Técnico de la Cuenta Satélite de Cultura de Costa Rica de diciembre de 2012 hasta agosto de 2014 y quien estuvo a cargo de la elaboración del primer documento de la Metodología de Medición de Eventos Culturales Masivos.

A todo el personal del Ministerio de Cultura y Juventud.

A la Secretaría de Planificación Institucional y Sectorial.

Al Departamento de Cooperación Internacional.

A los organizadores y organizadoras del Festival Internacional de las Artes 2012, Festival Nacional de las Artes 2013, Feria Internacional del Libro 2013 y Costa Rica Festival Internacional de Cine 2013, “Paz con la Tierra”.

A Elvia Campos Villalobos, del Banco Central de Costa Rica.

Al Instituto Nacional de Estadística y Censos.

Al Tecnológico de Costa Rica.

A AIMEC Consultores.

A Claire de la Fuge.

A Marianela Sánchez Badilla.

A la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo, AECID.

Al Gobierno de Colombia: Estrategia Caribe, Ministerio de Cultura y especialmente al experto Javier Machicado.



Desde la Metodología de Medición de Eventos Culturales Masivos desarrollada en el marco de la Cuenta Satélite de Cultura de Costa Rica se logra identificar una serie de elementos que permiten evaluar y dar seguimiento a la inversión en eventos culturales. Entre ellos se determina el número de personas que asistió al evento, la visitación a diferentes puntos o espacios específicos, la caracterización sociodemográfica del público asistente, así como valoraciones generales y el impacto económico directo e indirecto generado por el evento cultural. De manera tal que estas actividades se visibilicen no solamente como acontecimientos de importancia cultural y tradicional, sino también como generadoras de ingresos y empleos.

Índice

| | |
|--|----|
| 1. Introducción | 8 |
| 2. Eventos Culturales | 10 |
| 3. Metodología de Medición de Eventos Culturales Masivos | 14 |
| 3.1. Entrevista a profundidad para organizadores..... | 16 |
| 3.2. Encuesta a artistas o ponentes y Censo a expositores en puestos de venta o exhibición | 18 |
| 3.3. Encuesta a público asistente..... | 19 |
| 3.4. Estudio de asistencia y visitación | 20 |
| 4. Bibliografía | 22 |
| 5. Anexos | 24 |
| Anexo 1: Guía de Entrevista a profundidad para organizadores | 25 |
| Anexo 2: Cuestionario de la Encuesta a artistas o ponentes | 37 |
| Anexo 3: Boleta inicial del Censo a expositores en puestos de venta o exhibición | 41 |
| Anexo 4: Cuestionario del Censo a expositores en puestos de venta o exhibición | 42 |
| Anexo 5: Cuestionario para Encuesta a público asistente | 45 |
| Anexo 6: Desglose y descripción del Consumo intermedio | 50 |



1

Introducción



En el marco de la Cuenta Satélite de Cultura de Costa Rica (CSCCR)¹ ha surgido una serie de procesos relacionados, dentro de los cuales se encuentra la Medición de Eventos Culturales Masivos (MECM).

A partir de la iniciativa de creación de la CSCCR y como parte de los procesos de cooperación técnica entre los Gobiernos de Colombia y de Costa Rica, el Ministerio de Cultura y Juventud (MCJ) solicitó una asesoría para la transferencia de conocimientos relacionados con el marco metodológico para medir el impacto de los eventos culturales masivos. De esta manera se desarrollaron dos talleres a inicios del año 2012, los cuales fueron impartidos por expertos colombianos y se dirigieron a integrantes de la Comisión Interinstitucional de CSCCR y a representantes del Festival Internacional de las Artes (FIA) del MCJ.

Dicha metodología se aplicó en el FIA 2012, proceso que ayudó a su adaptación a la realidad costarricense y a las consideraciones e investigaciones del Equipo Técnico de la CSCCR. Además, ya modificada, se aplicó de manera parcial en el Festival Nacional de las Artes (FNA) 2013 y de manera ampliada en la Feria Internacional del Libro 2013 y en el Costa Rica Festival Internacional de Cine 2013, “Paz con la Tierra”.

La presente Metodología de MECM ha sido elaborada por el Equipo Técnico de la CSCCR del MCJ y el Equipo Técnico del Banco Central de Costa Rica, con base en la metodología desarrollada por el Observatorio de Cultura y Economía de Colombia.

Esta metodología tiene como fin generar indicadores monetarios y no monetarios que permitan evaluar y dar seguimiento a la inversión realizada para dichos eventos, así como la identificación de su impacto económico; y se propone, además, brindar insumos sobre su impacto social y cultural.

También pretende generar aportes al desarrollo de los registros administrativos del MCJ, a cargo de la Secretaría de Planificación Institucional y Sectorial (SEPLA) de este Ministerio.

¹ La Cuenta Satélite de Cultura de Costa Rica (CSCCR) es un sistema de información estadística, diseñado como satélite del Sistema de Cuentas Nacionales, que muestra las principales características económicas de la cultura y visibiliza su aporte a la economía del país. Su construcción está a cargo de una Comisión Interinstitucional, compuesta por el Ministerio de Cultura y Juventud, el Banco Central de Costa Rica, el Instituto Nacional de Estadística y Censos, el Programa Estado de la Nación del Consejo Nacional de Rectores y el Tecnológico de Costa Rica (www.cuentasatelitecultura.go.cr/ www.si.cultura.cr).

2

Eventos Culturales



En la actualidad, el patrimonio cultural no se limita únicamente a monumentos y lugares históricos, sino que también comprende las manifestaciones inmateriales o “expresiones vivas heredadas de nuestros antepasados y transmitidas a nuestros descendientes” (UNESCO²).

Los eventos culturales tradicionales se encuentran dentro de este patrimonio cultural inmaterial, y los actos festivos se reconocen también dentro de dicha categoría, de acuerdo con lo establecido en el Manual Metodológico para la implementación de Cuentas Satélite de Cultura en Latinoamérica del Convenio Andrés Bello (CAB)³.

Las festividades que se consideren como parte del patrimonio inmaterial serán aquellas que se circunscriban a lo tradicional. Según la UNESCO:

El patrimonio cultural inmaterial es:

- Tradicional, contemporáneo y viviente a un mismo tiempo: ya que no solo incluye tradiciones heredadas del pasado, sino también usos rurales y urbanos contemporáneos característicos de diversos grupos culturales.
- Integrador: el patrimonio cultural inmaterial contribuye a la cohesión social fomentando un sentimiento de identidad y responsabilidad que ayuda a los individuos a sentirse miembros de una o varias comunidades y de la sociedad en general.
- Representativo: el patrimonio cultural inmaterial no se valora simplemente como un bien cultural, a título comparativo, por su exclusividad o valor excepcional. Florece en las comunidades y depende de aquellos cuyos conocimientos de las tradiciones, técnicas y costumbres se transmiten al resto de la comunidad, de generación en generación, o a otras comunidades.
- Basado en la comunidad: ya que el patrimonio cultural inmaterial sólo puede serlo si es reconocido como tal por las comunidades, grupos o individuos que lo crean, mantienen y transmiten.

² Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO). “¿Qué es el patrimonio cultural inmaterial?”. Extraído desde <http://www.unesco.org/culture/ich/index.php?lg=es&pg=00002>.

³ Convenio Andrés Bello. “Cuenta Satélite de Cultura. Manual Metodológico para su implementación en Latinoamérica”, Bogotá, Colombia, 2009, pág. 40.



Usualmente las festividades tradicionales que son reconocidas como patrimonio inmaterial son debidamente declaradas como tal por el ente rector de cultura.

Sin embargo existe una gran cantidad de festividades que si bien no cumplen con las características antes mencionadas y, por lo tanto, no son consideradas patrimoniales, son eventos culturales con una clara dimensión escénica y, consecuentemente, en el contexto de la CSCCR se incluyen en el Sector de Artes Escénicas.

Los eventos o festividades se clasifican según sus objetivos funcionales y respondiendo al motivo de la celebración. Se agrupan en fiestas, festivales y ferias, los cuales se subdividen en otros.

1. Fiestas: en estas el propósito es “conservar la memoria y fortalecer la identidad cultural y patria, para afianzar el sentido de la nacionalidad”. (Pizano, Zuleta, Jaramillo y Rey, 2004). De acuerdo con estos autores, existen tres tipos de fiestas:

- 1.1. Fiestas tradicionales religiosas: se originan por la necesidad de las personas y grupos sociales de expresar su devoción religiosa, como en el caso de las Fiestas Patronales de Santa Cruz en honor al Santo Cristo de Esquipulas, que se realizan en el mes de enero con bailes, marimbas y corridas de toros.
- 1.2. Fiestas tradicionales profanas: comprenden las ceremonias rituales y los carnavales, entre estos últimos destacan los Carnavales de Puntarenas, cuya programación ofrece conciertos, bailes, desfiles, tope y reinado.
- 1.3. Fiestas patrias: tienen motivos patrióticos y cívicos, pretenden fortalecer el sentido de nacionalidad y pertenencia. Entre éstas pueden mencionarse la conmemoración del Día de la Independencia (15 de setiembre) y el Día de la Anexión del Partido de Nicoya (25 de julio).

2. Festivales: Entre los festivales se mencionan los siguientes:

- 2.1. Artísticos: su fin es difundir expresiones culturales (presentaciones, exhibiciones y concursos de música, danza, teatro, cine, etc.) y evocar el talento y la creatividad. Destacan los Festivales Nacional e Internacional de las Artes y el Festival Estudiantil de las Artes.
- 2.2. Folclóricos: pretenden recuperar y conservar tradiciones populares, como el Festival Nacional de Folclor.

3. Ferias: Las ferias tienen un carácter más promocional de venta de bienes o servicios y su propósito es fomentar la integración y facilitar el intercambio cultural. A manera de ejemplo tenemos la Feria Internacional del Libro y la Feria Artesanal de Sarchí.

Los eventos culturales, además de tener un carácter social, identitario y simbólico, cuentan con una dimensión económica. Los eventos culturales y, en general, las actividades culturales, se ven influenciadas por los fenómenos económicos, así como las decisiones económicas son condicionadas por la cultura, ya que ésta influye en las preferencias de las personas, en las decisiones de los productores y, además, en las formas de intercambio económico de la sociedad.

El interés por el análisis de la cultura y la economía tiene como un hito importante el estudio titulado “Performing Arts-The Economic Dilemma”⁴, de Baumol y Bowen (1966). En dicho estudio se hace referencia a “la enfermedad de los costes” de las artes escénicas, que en esencia establece que los costes laborales unitarios de las artes escénicas aumentan debido a que los salarios de este sector también aumentan continuamente, mientras su productividad se estanca o incluso disminuye.

En las décadas de 1970 y 1980 se da un auge de los estudios de impacto económico cultural, especialmente en el ámbito de los festivales. Estados Unidos, por medio del National Endowment for the Arts (1977) y del Port Authority of New York and New Jersey (1983), fue el primer país en realizar este tipo de investigaciones como argumento de defensa de la intervención pública en la cultura.

Sin embargo, estos estudios decaen en la década de 1990 debido a la publicación de artículos por parte de diferentes autores sobre problemas de evaluación del impacto económico (Ausaga, Hochsztain, Ravera y Santos, 2010). El interés por el tema se retoma en el 2003, con el efecto Guggenheim⁵ y los análisis de impacto económico que se publicaron ese mismo año, propiciados por dicho museo.

Este interés continúa a través de las Cuentas Satélite de Cultura (CSC) especialmente en América Latina, empezando con la CSC de Colombia y propagándose hacia otros países del mundo. En el caso de la CSCCR, al presentar sus primeras mediciones el día 17 de Octubre de 2013, se convirtió en la primera Cuenta Satélite en Costa Rica en publicar resultados y la primera Cuenta Satélite de Cultura en Centroamérica y el Caribe, la quinta en Latinoamérica y séptima en el mundo.

⁴ Baumol, W. y Bowen, W. (1966): Performing Arts-The Economic Dilemma. Ed. Twenty Century Fund, New York, USA.

⁵ “El Museo Guggenheim de Bilbao es el resultado de una planificación ejemplar para transformar la economía y la imagen de Bilbao, convirtiendo una ciudad industrial en una ciudad cultural amante del arte moderno. Tal como sostiene Rico (2002, pág. 17) la suma de aciertos ha propiciado una avalancha de turistas nunca vista en una ciudad que hasta entonces pasaba desapercibida internacionalmente, turistas que van desde grupos de españoles que viajan al País Vasco exclusivamente a visitar el museo, hasta visitas especializadas de todas las universidades europeas, pasando por grupos de americanos y canadienses en su primera visita a España y que no hacen escala en Madrid ni para ver el Museo del Prado”. (Ausaga, Hochsztain, Ravera y Santos, 2010).



3

Metodología de Medición de Eventos Culturales Masivos



La Medición de Eventos Culturales Masivos pretende obtener indicadores monetarios y no monetarios, características socio-demográficas y valoraciones generales del evento por parte del público asistente.

Asimismo, procura conocer aspectos relacionados con la actividad económica cultural de los artistas o expositores que participan en el evento, el impacto económico indirecto o externalidades económicas positivas generadas por la venta de bienes o servicios y la demanda de estos productos durante el evento cultural, así como el impacto económico directo relacionado con los gastos efectuados por la organización.

En otras palabras, a partir de dicha medición se obtiene un panorama general tanto cuantitativo como cualitativo de los eventos, lo que permite evaluarlos y darles seguimiento.

El trabajo de campo para obtener los insumos necesarios para esta medición se basa en la aplicación de diversos instrumentos a cuatro diferentes grupos:

1. Entrevista a profundidad para organizadores
2. Encuesta para artistas/ponentes
3. Censo a expositores en puestos de venta o exhibición
4. Encuesta a público asistente

Una vez aplicados los instrumentos y recolectada la información, se procede a realizar el procesamiento de la misma con el fin de generar indicadores y cruces de datos de interés para el evento.

Además, se realiza un estudio con el fin de medir la asistencia y la visitación al evento.

3.1 Entrevista a profundidad para Organizadores⁶

La entrevista a las personas organizadoras se lleva a cabo con el fin de recolectar información cualitativa y cuantitativa del evento.

La información cualitativa que se busca identificar incluye los siguientes aspectos de cada evento:

- Objetivos de realización.
- Sostenibilidad e impacto económico, social y cultural.
- Existencia de herramientas para realizar su seguimiento y evaluación.
- Existencia de normas, lineamientos o reglamentos para su regulación o estímulo.
- Identificación de estadísticas o memorias existentes.
- Articulación institucional, empresarial y comunitaria existente para su realización.
- Recomendaciones generales para la mejora.

La información cualitativa recolectada permite establecer los objetivos culturales y sociales por los cuales los organizadores creen necesario la realización del evento en estudio, y la sostenibilidad del mismo desde los puntos de vista tanto culturales y sociales como económicos, para contrastar los pros y los contras del evento. Además, con esta información es posible evidenciar la existencia de lineamientos, estadísticas y normas para el seguimiento del evento, las cuales constituirían la base para impulsarlo, mostrar su relevancia y su evolución a través de las diferentes ediciones.

Respecto de la información cuantitativa que se pretende obtener, se mencionan los siguientes aspectos:

- Presupuesto con el que se contó para realizar el evento.
- Fuentes de financiamiento.
- Desglose de todos los gastos y subcontrataciones de servicios considerados en la ejecución presupuestaria (demanda interna y externa).
- Número de personas empleadas y horas laboradas (considerando personal voluntario).
- Estimación del número de asistentes y visitantes al evento.

A través de la información cuantitativa es posible identificar el impacto económico directo que surge de estos eventos a partir de los gastos en los que se incurre por la organización del mismo. Las estadísticas económicas que se obtienen con estos estudios permiten visibilizar el aporte económico de los eventos culturales y así evaluar su sostenibilidad económica.

⁶ Ver Anexo 1: Guía de Entrevista a profundidad para organizadores.

El cruce de información cualitativa y cuantitativa aportará a los organizadores, artistas, ponentes, expositores y público asistente insumos para analizar los aspectos culturales y sociales, así como los estímulos legislativos y recomendaciones que permitan mantener y mejorar la sostenibilidad económica del evento.

Es importante recalcar que la relevancia de estos eventos va más allá de la magnitud de las variables económicas, ya que variables no mensurables como la identidad, la diversidad, la cohesión social, entre otros, superan la dimensión económica, por lo que el análisis final que se realice debe ser integral, complementando esta Metodología con otras investigaciones específicas que amplíen los aspectos sociales y culturales.

El impacto económico directo del evento cultural se obtiene a través de la Cuenta de producción⁷, donde se identifica la Producción cultural (Valor bruto de producción, VBP) generada a partir de la realización del evento cultural, la cual consiste, en el caso de la producción de no mercado, en la suma del valor total de los insumos requeridos para generar el servicio cultural.

La fórmula para calcular el Valor bruto de producción es la siguiente:

$$\text{VBP} = \text{CI} + \text{VA}$$

El Consumo intermedio, representado en la fórmula con las iniciales “CI” es el valor de aquellos bienes y servicios que se utilizan para obtener otro producto, en este caso para obtener el producto cultural. Se obtiene del total ejecutado que se identifica en la pregunta número 4 de la entrevista.

Las iniciales “VA” corresponden al Valor agregado⁸, el cual representa el valor adicional que se aporta a la economía a partir de la producción del evento cultural. Está integrado por los componentes de la Cuenta de generación del ingreso⁹, la cual representa una extensión de la Cuenta de producción, en la que se registran los ingresos primarios devengados por las unidades institucionales que participan directamente de la producción (Sistema de Cuentas Nacionales 2008), es decir, el pago efectuado a la mano de obra (remuneraciones), la contribución del capital al proceso de producción (depreciación), la deducción del valor apropiado por el gobierno (impuestos a la producción) y la suma de las subvenciones sobre la producción.

⁷ En esta cuenta se valora tanto la producción como los insumos que son requeridos para la transformación y/o generación de los otros productos y del cual se obtiene un valor agregado o adicional creado por el proceso de producción.

⁸ El Valor agregado corresponde al valor aportado por cada establecimiento o actividad en la cadena de conformación del valor de los bienes y servicios producidos. El valor terminal de un bien o servicio involucra el valor del trabajo de los distintos agentes económicos y los insumos y capital que lo hicieron posible. El Valor agregado mide el valor adicional creado por el proceso de producción.

⁹ La Cuenta de generación del ingreso constituye una ampliación de la Cuenta de producción, en la que se registran los ingresos primarios obtenidos por las unidades institucionales en el proceso de producción (los ingresos primarios se derivan de la participación en la producción o de la propiedad de activos).

El Valor agregado se obtiene de la siguiente manera:

$$VA = RA + CKF + (T-S)$$

En esta fórmula, las siglas “RA” se refieren a la remuneración a los asalariados, “CFK” alude al consumo de capital fijo, mientras que “T” y “S” representan los impuestos sobre la producción y las subvenciones a la producción respectivamente.

La remuneración a asalariados incluye las remuneraciones totales, ya sea en dinero o en especies, a pagar por parte de la empresa o institución que realiza el evento a los asalariados (no se consideran los contratistas) que están involucrados y velan por la realización del evento.

Dicho cálculo se obtiene a partir de la pregunta número 6 de la entrevista de la siguiente manera:

$$RA = HPL * SPH * NPE$$

En esta fórmula, las siglas “HPL” se refieren a la cantidad de horas promedio laboradas, “SPH” al salario promedio por hora y “NPE” al número de personas empleadas.

3.2 Encuesta a artistas o ponentes y Censo a expositores en puestos de venta o exhibición¹⁰

La Encuesta se aplica tanto a artistas (músicos, actores, cantantes, bailarines, cuenteros, entre otros) como a ponentes (expertos que realizan ponencias, charlas magistrales, talleres, etc.). El Censo va dirigido a los expositores que se encuentran en los diferentes puestos exhibiendo u ofreciendo productos o servicios para la venta.

De manera general, lo que se pretende es conocer las características económicas de los artistas, ponentes y expositores participantes de los eventos, las externalidades económicas generadas por el evento cultural mediante la venta de bienes o servicios que se da en función de la realización del evento cultural; además, se busca identificar la apropiación de los artistas o expositores frente al encuentro, la forma de participación, inversión y financiamiento, valoraciones generales sobre la organización del evento y recomendaciones para una próxima edición.

Uno de los indicadores económicos que se construyen a partir de la información solicitada a los expositores es el impacto económico indirecto o externalidades económicas positivas

¹⁰ Ver Anexo 2: Cuestionario de la Encuesta aplicada a artistas o ponentes.
Ver Anexos 3 y 4: Boleta inicial y Cuestionario del Censo aplicado a expositores en los puestos de venta o exhibición

generadas por la venta de bienes o servicios por parte de ellos y permitidos por la realización del evento cultural. Dicho dato de ventas se obtiene a partir de la pregunta número 14 del cuestionario, de la siguiente manera:

$$V = NB * PPB$$

En dicha fórmula, la inicial “V” hace referencia a las ventas y se calcula multiplicando la cantidad de bienes vendidos (“NB”) por el precio promedio del bien (“PPB”).

3.3 Encuesta a público asistente¹¹

La población de estudio de esta Encuesta es el público que asiste al evento cultural.

A partir de dicha población se establece una muestra aleatoria. Se recomienda que la muestra tenga un margen de error de 5% y un nivel de confianza de 95%. Por lo tanto, la unidad informante serían todas las mujeres, hombres, niños y niñas que asistan al evento cultural y que se encuentren dentro de la muestra aleatoria.



¹¹ Ver Anexo 5: Cuestionario para Encuesta a público asistente.

El cuestionario que se aplica es estructurado con preguntas abiertas, semi-abiertas y cerradas. Para esta encuesta son de interés los siguientes aspectos:

Asistencia: Número de días que ha asistido al evento, número de días adicionales que piensa asistir, motivo por el cual asiste, personas con las que asiste y actividades que visitó durante el evento, así como el medio por el cual se enteró del mismo.

Consumo: Cantidad y montos de artículos que compró en el evento.

Calificación: De diversos aspectos del evento.

Personales: Sobre características socio-demográficas del público que asiste al evento.

3.4 Estudio de asistencia y visitación

Este estudio se basa en la conteo de asistencia y visitación:

- **Asistencia:** Cantidad de personas que asistieron al evento. Los insumos se obtienen de la Encuesta a público, generando información por sexo y edad.
- **Visitación:** En el caso de la visitación, la población considerada son todas las personas visitantes al evento y la unidad de estudio son mujeres, hombres, niños y niñas que ingresen al área del evento, contabilizados durante la totalidad de los días que se lleve a cabo el mismo (por día y hora). Una misma persona asistente puede realizar diversas visitas. El método de recolección es el conteo, a través de contadores manuales.
- **Visitación general:** Cantidad de visitas en el evento.
- **Visitación por lugar:** Cantidad de visitas a cada uno de los diferentes lugares o sedes donde se llevó a cabo el evento.

4 Bibliografía



Ausaga, Hochsztain, Ravera y Santos. “Análisis Preliminar del Impacto Económico de la Temporada de Ópera 2010 del Teatro Solís”, 2010. Extraído desde <http://www.ccee.edu.uy/investigacion/cultura/asuaga-ravera-santos-hochsztain.pdf>

Baumol y Bowen. “Performing Arts-The Economic Dilemma”. Nueva York, Estados Unidos, 1966.

Convenio Andrés Bello, “Cuenta Satélite de Cultura. Manual Metodológico para su implementación en Latinoamérica”. Bogotá, Colombia, 2009.

Fundación Interamericana de Cultura y Desarrollo y Ministerio de Cultura y Juventud de Costa Rica. “Atlas de Infraestructura y Patrimonio Cultural de las Américas: Costa Rica”. México D.F. , México, 2011.

González, Moscoso, Machicado, Ramírez, Mordo, Morales y Ortiz. “Medición y caracterización del impacto económico y el valor social y cultural de festivales en Colombia”. Bogotá, Colombia.

Ministerio de Cultura y Juventud. “Cuenta Satélite de Cultura de Costa Rica: Primeras mediciones”. San José, Costa Rica, 2013.

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO). “¿Qué es el patrimonio cultural inmaterial?” Extraído desde <http://www.unesco.org/culture/ich/index.php?lg=es&cp=00002>

Pizano, Zuleta, Jaramillo y Rey. “La fiesta, la otra cara del patrimonio. Valoración de su impacto económico, cultural y social”. Bogotá, Colombia, 2004.



5 Anexos



Anexo 1:
Guía de Entrevista a profundidad para organizadores

I. Información general

1. Información de contacto

Nombre: _____

Cargo: _____

Teléfono: _____

E-mail: _____

Contratado(a) por: Ente Público _____ Ente Privado _____

Especifique el nombre del ente _____

2. Periodo de duración del evento: _____

3. ¿Cuáles son los objetivos, general y específicos de la realización del evento?

3.1. Objetivo General: _____

3.2. Objetivos Específicos: _____

4. Ámbito del evento:

Local _____ Regional _____ Nacional _____ Internacional _____

II. Aspectos económicos

1. ¿Cuál fue el presupuesto asignado inicialmente al evento, en colones (¢), para el año ...?

2. ¿Cuál fue el presupuesto total recibido para el evento, en colones (¢), para el año ...?



3. De este presupuesto, ¿Qué montos fueron financiados por...?:

| Tipo de recurso | Monto en Colones |
|--|------------------|
| Presupuesto de entes organizadores | |
| Cobro de derechos de participación | |
| Otros recursos del gobierno Especificar: _____ _____ _____ _____ | |
| Recursos de cooperación internacional Especificar: _____ _____ _____ _____ | |
| Patrocinios y donaciones de empresas o agentes privados Especificar: _____ _____ _____ _____ | |
| Derechos de trasmisión y difusión del evento _____ _____ _____ _____ | |
| Otros, especificar: _____ _____ _____ | |
| Presupuesto total del evento: | |

4. Respecto a la ejecución presupuestaria, identifique los montos que fueron gastados en cada uno de los rubros (considerar las subcontrataciones y contrataciones para efectos de especificar montos), si este gasto se realizó hacia un proveedor extranjero y, de ser así, qué monto o porcentaje de ese gasto fue hacia ese proveedor ¹²

| Rubros | Monto en colones total | Proveedor extranjero | Monto o porcentaje hacia proveedor extranjero |
|--|------------------------|----------------------|---|
| Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca | | | |
| Explotación de minas y canteras | | | |
| Papel y productos de papel | | | |
| Impresión y reproducción de grabaciones | | | |
| Sustancias y productos químicos | | | |
| Otras industrias manufactureras, excepto reparación e instalación de maquinaria y equipo | | | |
| Reparación de ordenadores, efectos personales y enseres domésticos y reparación y mantenimiento de maquinaria y equipo | | | |
| Energía eléctrica, gas, vapor y aire acondicionado, agua, evacuación de aguas residuales y gestión de desechos | | | |
| Construcción | | | |
| Comercio al por mayor y al por menor, reparación de vehículos automotores y motocicletas | | | |
| Transporte y almacenamiento | | | |
| Alojamiento y servicio de comida | | | |
| Productos de edición | | | |
| Servicios de radio, de televisión, películas, videos y otros afines | | | |
| Servicios de telefonía | | | |
| Servicios de internet | | | |
| Otros servicios de telecomunicaciones | | | |

¹² Ver Anexo 6: Desglose y descripción del Consumo intermedio.



| Rubros | Monto en colones total | Proveedor extranjero | Monto o porcentaje hacia proveedor extranjero |
|--|------------------------|----------------------|---|
| Servicios de información, programación informática, consultoría de informática y actividades conexas | | | |
| Servicios financieros y de seguros | | | |
| Servicios inmobiliarios | | | |
| Servicios jurídicos y de contabilidad | | | |
| Servicios de oficinas principales y de consultoría de gestión | | | |
| Servicios de arquitectura e ingeniería y servicios conexos de consultoría técnica | | | |
| Servicios de investigación científica y desarrollo | | | |
| Servicios de publicidad, provisión de espacios de publicidad y estudios de mercado | | | |
| Otros servicios profesionales, científicos y técnicos | | | |
| Servicios veterinarios | | | |
| Servicios de alquiler y arrendamiento, excepto de propiedad intelectual | | | |
| Arrendamiento de propiedad intelectual | | | |
| Servicios de agencias de viajes, operadores turísticos, servicios de reservas y actividades conexas | | | |
| Servicios de seguridad e investigación | | | |
| Limpieza de edificios y cuidado del paisaje y mantenimiento | | | |
| Servicios de agencias de empleo, administrativos y de apoyo de oficina y otras actividades de apoyo a las empresas | | | |
| Servicios de administración pública y defensa, planes de seguridad social de afiliación obligatoria | | | |

| Rubros | Monto en colones total | Proveedor extranjero | Monto o porcentaje hacia proveedor extranjero |
|---|------------------------|----------------------|---|
| Enseñanza | | | |
| Servicios de atención de la salud humana y de asistencia social | | | |
| Servicios artísticos, de entretenimiento y recreativos | | | |
| Impuestos sobre la producción | | | |
| Otros servicios | | | |
| TOTAL | | | |



5. Indique la cantidad de personas contratadas (específicamente para el evento) y personal voluntario, el tiempo laborado y qué porcentaje de ese personal es no residente¹³.

| Labores | No. de personas contratadas | | Horas trabajadas por semana promedio | No. de semanas promedio | % no residente |
|---|-----------------------------|---------|--------------------------------------|-------------------------|----------------|
| | MUJERES | HOMBRES | | | |
| Productores, gestores, promotores del evento | | | | | |
| Administrativos (informáticos, oficinistas, contadores, entre otros) | | | | | |
| Artistas (actores, músicos, grupos artísticos, etc.) que representan ante el público | | | | | |
| Apoyo producción operativa, logística y técnica contratada (logística, reparación de instrumentos, electricistas, luminotécnicos, modistas, conductores de vehículos, etc.) | | | | | |
| Otros contratados. Especificar: _____ _____ _____ _____ | | | | | |
| Personal voluntario. Especificar: _____ _____ _____ _____ | | | | | |
| Total | | | | | |

¹³ No Residente: es cualquier persona que reside y tiene sus actividades fuera del territorio económico de Costa Rica. Estas personas participaron o vinieron específicamente al evento y sus gastos fueron financiados por los organizadores nacionales del evento o por algún patrocinador.

6. Indique la cantidad de personas de planilla o fijas de las instituciones/empresas que tienen que ver y velar por la realización del evento; el tiempo laborado para el evento y el salario promedio.

| Labores | No. de personas contratadas | | Horas trabajadas por semana promedio | No. de semanas promedio | Salario mensual promedio |
|---|-----------------------------|---------|--------------------------------------|-------------------------|--------------------------|
| | MUJERES | HOMBRES | | | |
| Productores, gestores, promotores del evento | | | | | |
| Administrativos (informáticos, oficinistas, contadores, entre otros) | | | | | |
| Artistas (actores, músicos, grupos artísticos, etc.) que representan ante el público | | | | | |
| Apoyo producción operativa, logística y técnica contratada (logística, reparación de instrumentos, electricistas, luminotécnicos, modistas, conductores de vehículos, etc.) | | | | | |
| Otros. Especificar: _____ _____ _____ _____ | | | | | |
| Total | | | | | |

7. ¿Cuántos visitantes estima usted que en promedio acudieron al evento en esta edición?

8. Especifique ¿qué herramientas utilizaron para el seguimiento y evaluación del evento?

- a. _____
- b. _____
- c. _____
- d. _____



9. Mencione las estadísticas y memorias que existen con respecto al evento.

10. ¿Qué aspectos considera usted se pueden mejorar en el tema de planeación y ejecución del evento?

11. ¿Es sostenible el evento económicamente?, ¿Por qué?

12. ¿Es sostenible el evento social y culturalmente?, ¿Por qué?

13. Organigrama del evento (dibujo) (por favor adjuntar)

14. ¿Existen normas, lineamientos o reglamentos a nivel nacional relacionados con la regulación, celebración o estímulo del evento?

Sí _____ No _____

15. Enumere las fases seguidas para la planeación y ejecución del evento.



III. Aspectos culturales y sociales

16. ¿Cuáles son las principales razones que fundamentan la realización del evento?

17. ¿Cuál concepción de cultura se ha aplicado en el evento?

18. ¿Este evento contribuye a la democracia cultural? ¿Cómo?

19. ¿Qué repercusiones sociales resaltaría usted más del evento?

20. ¿Cuáles son los medios de comunicación más importantes que participan en el evento?

21. De qué manera participan los siguientes actores sociales en estos procesos

- La comunidad local:

- Las empresas locales:

- Artistas:



- Participantes o expositores:

- La policía municipal y nacional:

- La Comisión Nacional de Emergencias:

- La Cruz Roja:

- Otros. Especifique cuál.

22. ¿El evento fomenta la integración entre las personas?

Sí _____ No _____

¿Por qué?

23. Según su experiencia indique los lugares más adecuados para realizar actividades culturales.

24. ¿Qué política o lineamientos generales tiene el evento frente a los siguientes aspectos?

- La seguridad durante el evento en todos los lugares donde se realizó:



- El aseo y manejo de basura en todos los lugares donde se realizó:

- Los hoteles y restaurantes disponibles para los asistentes al evento:

- Los escenarios de las presentaciones:

- La organización y logística de los eventos:

- La calidad de los artistas y sus presentaciones:

- Fomento de las personas asociadas al sector:

- La fabricación de objetos artesanales (instrumentos, disfraces, vestidos, escuelas artísticas, etc.):



IV. Particularidades

25. ¿Considera que el evento estimula a la niñez y juventud para que se interesen en las diferentes expresiones culturales que se presentan?

Sí _____ No _____

¿Por qué?

26. ¿En qué aspectos se proyecta el crecimiento del evento? (Público, Presupuesto, Número de actividades, etc.)

27. ¿Qué relaciones hay con otros eventos, tanto a nivel nacional como internacional? ¿Qué buenas prácticas se adoptan de otras actividades similares?



Anexo 2: Cuestionario de la Encuesta para artistas o ponentes

Los datos solicitados serán estrictamente confidenciales y utilizados sólo para fines estadísticos, a nivel agregado.

I. Información general

1. Nombre del grupo, artista o ponente: _____
2. Teléfono: _____
3. Correo electrónico: _____
4. Sector al que pertenece su actividad económica principal:
 1. Creación ___ 2. Artes Visuales ___ 3. Artes escénicas ___ 4. Editorial ___
 5. Audiovisual ___ 6. Música ___ 7. Diseño ___ 8. Juegos y Juguetería ___
 9. Otro: ___Especifique el área: _____
5. ¿Realizó alguna inversión para participar de este evento?
 1. Sí ___ 2. No ___ (PASE A PREG 7)
6. ¿De cuánto fue la inversión que realizó?
 1. En materiales o productos ¢ _____
 2. En personal ¢ _____
 3. En alimentación y hospedaje ¢ _____
 4. Transporte ¢ _____
 5. Alquiler de equipos ¢ _____
 6. Otros gastos ¢ _____
 7. Total ¢ _____
7. ¿Tuvo algún tipo de ayuda económica de alguna institución o empresa?
 1. Sí ___ 1.1. Especifique:
Monto: ¢ _____
 2. No ___



8. ¿Tuvo algún otro tipo de ayuda de alguna institución o empresa?
 1. Sí ___ 1.1. Especifique: _____
 2. No ___

9. ¿Encontró algún inconveniente para participar del evento?

II. Aspectos socioeconómicos

10. Sexo: 1. Mujer ___ 2. Hombre ___
 11. Edad: ____
 12. País de residencia: _____
 13. La actividad artística o servicio que brindó en este evento constituye su actividad económica:
 1. Principal ___ 2. Secundaria ___

III. Ventas y empleo

Detalle la siguiente información sobre el servicio que brindó durante el evento:

| Servicio | Cantidad de presentaciones | Precio promedio al que vendió dicho servicio |
|----------|----------------------------|--|
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |

14. Número de personas que trabajaron con usted: _____
 15. ¿Cuántas de ellas fueron contratadas especialmente para este evento?



IV. Aspectos culturales

16. ¿Considera que este evento permite el intercambio cultural?

17. ¿Se siente identificado(a) o arraigado(a) con este evento?

1. Totalmente ___ 2. Parcialmente ___ 3. No ___

V. Calificación

18. Califique los siguientes aspectos del evento como Muy Malo, Malo, Regular, Bueno, Muy Bueno, Excelente.

| 10. Aspectos | 1. Muy malo | 2. Malo | 3. Regular | 4. Bueno | 5. Muy bueno | 6. Excelente | 9. NS/NR |
|--|-------------|---------|------------|----------|--------------|--------------|----------|
| 1. La seguridad durante el evento | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 9 |
| 2. El aseo y manejo de la basura | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 9 |
| 3. Los puestos de alimentación | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 9 |
| 4. Los escenarios de las presentaciones | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 9 |
| 5. La organización y logística del evento | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 9 |
| 6. La calidad de expositores invitados(as) | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 9 |
| 7. La variedad de espectáculos y actividades ofrecidas | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 9 |
| 8. En resumen, que calificación le daría al evento | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 9 |

19. ¿Ha participado en ediciones anteriores de este evento?

1. Sí ___ 2. No ___ (PASE A PREG. 22)

20. ¿Sintió diferencia en comparación con la edición anterior del evento?

1. Sí ___ 1.1. ¿Cuáles? _____

2. No ___

21. ¿Participaría nuevamente en este evento?

1. Sí ___ 2. No ___ 9. NS/NR



22. ¿Qué recomendaciones daría a las personas a cargo de la organización del evento para su próxima edición?



Anexo 3:
Boleta inicial del Censo a expositores en puestos de venta o exhibición

Los datos solicitados serán estrictamente confidenciales y utilizados sólo para fines estadísticos, a nivel agregado.

I. Boleta Inicial

1. Nombre de la empresa: _____

2. Número de Puesto _____
3. País _____
4. Nombre completo de quien llena el cuestionario al final del evento

5. Teléfono _____
6. Correo electrónico: _____
7. Detalle la siguiente información sobre los bienes o servicios que tendrá a la venta en el puesto:

| Bien o Servicio | Cantidad de bienes o servicios que tendrá a la venta | Precio promedio al que espera vender el producto o servicio o venta total esperada | Porcentaje de dichos productos de origen costarricense |
|-----------------|--|--|--|
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |

8. Número total de personas que trabajará en el puesto: _____
9. Cuántas de ellas fueron contratadas especialmente para este evento

Muchas Gracias!



Anexo 4: Cuestionario del Censo a expositores en puestos de venta o exhibición

**Los datos solicitados serán estrictamente confidenciales
y utilizados sólo para fines estadísticos, a nivel agregado.**

I. Información general

1. Nombre de la empresa: _____
2. Sector al que pertenece su actividad económica principal:
 1. Creación ___ 2. Artes Visuales ___ 3. Artes escénicas ___ 4. Editorial ___
 5. Audiovisual ___ 6. Música ___ 7. Diseño ___ 8. Juegos y Juguetería ___
 9. Otro: ___
 Especifique el área: _____
3. ¿Realizó alguna inversión para participar en este evento?
 1. Sí ___ 2. No ___ (PASE A PREG 6)
4. ¿De cuánto fue la inversión que realizó?
 1. En materiales o productos ₡ _____
 2. En personal ₡ _____
 3. En alimentación y transporte ₡ _____
 4. En la instalación en el evento ₡ _____
 5. Otros gastos ₡ _____
 6. Total ₡ _____
5. ¿Tuvo algún tipo de ayuda económica de alguna institución o empresa?
 1. Sí ___ 1.1. Especifique: : _____
Monto: ₡ _____
 2. No ___
6. ¿Tuvo algún otro tipo de ayuda de alguna institución o empresa?
 1. Sí ___ 1.1. Especifique: _____ 2. No ___ (PASE A PREG 8)

7. ¿Qué tipo de ayuda recibió de ésta?

8. ¿Encontró algún inconveniente para participar del evento?

II. Aspectos socioeconómicos

9. Sexo: 1. Mujer ___ 2. Hombre ___

10. Edad: ____

11. Nacionalidad: _____

12. País de residencia: _____

13. El bien o servicio que usted o su empresa ofrecen en este evento constituye su actividad económica:

1. Principal ___ 2. Secundaria ___

14. Ventas y empleo

Detalle la siguiente información sobre los bienes o servicios que tuvo a la venta en el stand:

| Bien o Servicio | Cantidad de bienes o servicios que vendió | Precio promedio al que vendió dicho producto o servicio | Porcentaje de dichos productos de origen costarricense |
|-----------------|---|---|--|
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |

15. Número de personas que trabajaron en el puesto:

16. ¿Cuántas de ellas fueron contratadas especialmente para este evento?



III. Aspectos culturales

17. ¿Considera que este evento permite el intercambio cultural?

18. ¿Se siente identificado(a) o arraigado(a) con este evento?

1. Totalmente ___ 2. Parcialmente ___ 3. No ___

IV. Calificación

19. Califique los siguientes aspectos del evento como Muy Malo, Malo, Regular, Bueno, Muy Bueno, Excelente.

| 10. Aspectos | 1. Muy malo | 2. Malo | 3. Regular | 4. Bueno | 5. Muy bueno | 6. Excelente | 9. NS/NR |
|--|-------------|---------|------------|----------|--------------|--------------|----------|
| 1. La seguridad durante el evento | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 9 |
| 2. El aseo y manejo de la basura | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 9 |
| 3. Los puestos de alimentación | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 9 |
| 4. Los escenarios de las presentaciones | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 9 |
| 5. La organización y logística del evento | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 9 |
| 6. La calidad de expositores invitados(as) | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 9 |
| 7. La variedad de espectáculos y actividades ofrecidas | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 9 |
| 8. En resumen, que calificación le daría al evento | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 9 |

20. ¿Ha participado en ediciones anteriores de este evento?

1. Sí ___ 2. No ___ (PASE A PREG. 22)

21. ¿Sintió diferencia en comparación con la edición anterior?

1. Sí ___ 1.1. ¿Cuáles? _____ 2. No ___

22. ¿Participaría nuevamente en este evento? 1. Sí ___ 2. No ___ 9. NS/NR

23. ¿Qué recomendaciones daría a las personas a cargo de la organización del evento para su próxima edición?

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____

Muchas Gracias!

Anexo 5: Cuestionario para Encuesta a público asistente

I. Asistencia

1. ¿Cuántos días, aparte de hoy, ha venido a las actividades del evento?
1. Sólo hoy 2. Total de días incluyendo hoy ____
2. ¿Cuántos días más piensa venir?
1. Ninguno 2. Días ____ 9. NS/NR
3. ¿Cuál es el motivo principal de su visita el día de hoy al evento?

4. ¿Por qué medio se enteró usted del evento? (PUEDE MARCAR VARIAS)
 1. Medio de comunicación, ¿Cuál?
1. TV: _____ 2. Radio: _____ 3. Prensa _____ 4. Otro: _____
 2. Amigos(as)/familiares
 3. Centro educativo
 4. Internet 4.1. ¿Cuál?
1. Facebook: _____
2. Página de la organización del evento: _____
 5. Otros: _____
5. ¿Con quién visita el evento el día de hoy?
 1. Solo(a)
 2. Amigos(as)/familiares
 3. Compañeros(as) de trabajo
 5. Otros(as): _____
6. ¿Cuántas personas vienen hoy con usted al evento?
1. Sólo yo (PASE PREG 8) 2. ____ personas

SI RESPONDIÓ OPCIÓN DE "Grupo escolar" ANTES POR FAVOR CONTESTE:

Nombre del Centro Educativo _____
Cantidad de hombres/niños _____ Cantidad de mujeres/niñas _____
Edad promedio _____ (PASE PREG 8)



7. ¿Qué edades tienen las personas que vienen con usted (en años cumplidos) y de qué género son?

| N° | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
|---------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Edad | | | | | | | | | | |
| Género | 1. F 2. M |

| N° | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 |
|---------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Edad | | | | | | | | | | |
| Género | 1. F 2. M |

8. ¿Cuáles actividades, lugares o sedes del evento ha visitado, cuántas veces las ha visitado y cuáles piensa visitar? **

| Actividad, lugar o sede | 8.1 Ha visitado | 8.1.1 Cuántas veces | 8.1.2 Piensa visitar |
|------------------------------|-----------------|---------------------|----------------------|
| 1. ESPECIFICAR ORGANIZADORES | 1. Sí 2. No | | 1. Sí 2. No 3. NS/NR |
| 2. ESPECIFICAR ORGANIZADORES | 1. Sí 2. No | | 1. Sí 2. No 3. NS/NR |
| 3. ESPECIFICAR ORGANIZADORES | 1. Sí 2. No | | 1. Sí 2. No 3. NS/NR |
| 4. ESPECIFICAR ORGANIZADORES | 1. Sí 2. No | | 1. Sí 2. No 3. NS/NR |
| 5. ESPECIFICAR ORGANIZADORES | 1. Sí 2. No | | 1. Sí 2. No 3. NS/NR |

**Queda a criterio de los(as) organizadores especificar actividades, lugares o sedes

9. ¿Reside usted actualmente en la ciudad o localidad de realización del evento?

1. Sí ___ (PASE PREG 11) 2. No ___

10. ¿El desplazamiento a esta ciudad o localidad fue motivada por la asistencia a este evento?

1. Motivo principal 2. Uno de sus motivos 3. No fue motivo

de su desplazamiento

II. Consumo

11. Durante su visita al evento usted, ¿qué compró?, ¿qué cantidad? y ¿cuánto gastó? (EN GASTO INDICAR EL MONTO TOTAL)

| 11. Artículos | 11.1. ¿Compró? | 11.2. ¿Cuántos? | 11.3. ¿Cuánto gastó? |
|------------------------------|--------------------|-----------------|----------------------|
| 1. ESPECIFICAR ORGANIZADORES | 1. Sí 2. No (PASE) | | ¢ |
| 2. ESPECIFICAR ORGANIZADORES | 1. Sí 2. No (PASE) | | ¢ |
| 3. ESPECIFICAR ORGANIZADORES | 1. Sí 2. No (PASE) | | ¢ |
| 4. ESPECIFICAR ORGANIZADORES | 1. Sí 2. No (PASE) | | ¢ |
| 5. ESPECIFICAR ORGANIZADORES | 1. Sí 2. No (PASE) | | ¢ |

**Queda a criterio de los(as) organizadores especificar artículos

III. Calificación

12. Califique los siguientes aspectos del evento como Muy Malo, Malo, Regular, Bueno, Muy Bueno, Excelente.

| 10. Aspectos | 1. Muy malo | 2. Malo | 3. Regular | 4. Bueno | 5. Muy bueno | 6. Excelente | 9. NS/NR |
|--|-------------|---------|------------|----------|--------------|--------------|----------|
| 1. La seguridad durante el evento | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 9 |
| 2. El aseo y manejo de la basura | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 9 |
| 3. Los puestos de alimentación | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 9 |
| 4. Los escenarios de las presentaciones | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 9 |
| 5. La organización y presentación de los puestos de venta o exhibición | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 9 |
| 6. La calidad de expositores invitados(as) | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 9 |
| 7. La variedad de espectáculos y actividades ofrecidas | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 9 |
| 8. En resumen, que calificación le daría al evento | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 9 |



13. ¿Ya había asistido al evento en sus anteriores ediciones?

1. Sí, ¿cuántas veces? ____ 2. No (PASE PREG 15)

14. ¿Sintió diferencia en comparación con las anteriores ediciones del evento?

1. Sí 1.1. ¿Positivas o negativas? 1. Positivas 2. Negativas 1.2 ¿Cuáles?

2. No

15. ¿Iría a una próxima edición del evento?

1. Sí 2. No ¿por qué? _____ 9. NS/NR

IV. Personales

16. Sexo: 1. Hombre 2. Mujer

17. Edad: ____ años cumplidos

18. Lugar de residencia:

1. Provincia: _____
2. Cantón: _____
3. Distrito: _____
4. País: _____

19. ¿Usted diría que el salario o ingreso total que su familia recibe mensualmente les alcanza o no les alcanza para vivir?

1. No les alcanza, tienen grandes dificultades
2. No les alcanza, tienen dificultades
3. Les alcanza justo, sin grandes dificultades
4. Les alcanza bien, pueden ahorrar.

20. ¿Cuál es su condición en este momento?

1. Asalariado(a)
2. Empresario(a)/trabajador(a) cuenta propio(a)
3. Desempleado(a)
4. Estudiante
5. Amo(a) de casa
6. Pensionado(a)
7. NS/NR
- } (PASE PREG 23)

21. ¿Cuál es la ocupación principal o tipo de trabajo que realiza o realizó en su último empleo?

22. ¿Qué produce o a qué se dedica principalmente el establecimiento, negocio o finca para el que trabaja o trabajó?

23. ¿Cuál es su último nivel de estudios aprobado?

1. Primaria incompleta
2. Primaria completa
3. Secundaria incompleta
4. Secundaria completa
5. Técnico
6. Universidad incompleta
7. Universidad completa
8. Otro

8.1 Especifique: _____

24. Nombre de la persona encuestada: _____

25. Teléfono: _____

26. Correo electrónico: _____

¡Muchas Gracias!



Anexo 6. Desglose y descripción del Consumo intermedio

Se realizó una estandarización de los rubros del Consumo intermedio y se identificó una apertura de 38 productos. Estos abarcan todos los productos que se generan en cada una de las actividades según CIIU Rev. 4:

1. **Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca:**
 - Productos agropecuarios, de madera y marítimos.
2. **Explotación de minas y canteras:**
 - Piedra, arena, arcilla, sal, petróleo y gas natural, otros minerales metálicos, no metálicos y servicios de apoyo.
3. **Papel y productos de papel:**
 - Papel, cartón.
 - Envases de papel y cartón.
 - Otros artículos de papel y cartón.
4. **Impresión y reproducción de grabaciones:**
 - Impresión y servicios relacionados con la impresión.
 - Reproducción de grabaciones.
5. **Sustancias y productos químicos:**
 - Sustancias químicas básicas, abonos, plaguicidas y otros productos químicos.
 - Plásticos.
 - Pinturas, barnices y productos de revestimiento similares, tintas de imprenta.
 - Jabones, detergentes, perfumes, preparados de tocador.
6. **Otras industrias manufactureras excepto reparación e instalación de maquinaria y equipo:**
 - Productos alimenticios, bebidas y tabaco.
 - Productos textiles, de cuero y prendas de vestir.
 - Productos de la refinación de petróleo (gasolina, diesel, bunker).
 - Productos farmacéuticos, sustancias químicas medicinales.
 - Productos de madera y corcho.
 - Productos minerales no metálicos.
 - Metales, productos de metal (excepto maquinaria y equipo).
 - Productos informáticos, de electrónica, de óptica y eléctricos.
 - Materiales de oficina.
 - Vehículos automotores y otros equipos de transporte.
 - Joyas, bisutería, instrumentos de música, deporte, juegos y juguetes e instrumentos médicos y odontológicos.

- 7. Reparación de ordenadores, efectos personales y enseres domésticos y reparación y mantenimiento de maquinaria y equipo:**
 - Reparación de ordenadores, efectos personales y enseres domésticos y reparación y mantenimiento de maquinaria y equipo.

- 8. Energía eléctrica, gas, vapor y aire acondicionado, agua, evacuación de aguas residuales y gestión de desechos:**
 - Energía eléctrica, gas, vapor y aire acondicionado.
 - Agua potable y alcantarillado.
 - Servicios de recogida, tratamiento y eliminación de desechos.

- 9. Construcción:**
 - Edificaciones residenciales.
 - Edificaciones no residenciales.
 - Carreteras y vías férreas.
 - Proyectos de servicio público y otras obras de ingeniería civil.
 - Demolición y preparación de terrenos, instalaciones eléctricas y de fontanería; instalación, reparación y mantenimiento de edificaciones.

- 10. Comercio al por mayor y al por menor, reparación de vehículos automotores y motocicletas:**
 - Servicios de comercio.

- 11. Transporte y almacenamiento:**
 - Transporte de pasajeros por vía marítima y terrestre.
 - Transporte de carga.
 - Parqueos y peajes.
 - Servicios de mensajería, Courier.
 - Servicios de almacenamiento y depósito.

- 12. Alojamiento y servicio de comida:**
 - Servicios de alojamiento (hoteles, etc).
 - Servicios de suministro de comidas (restaurantes, etc).

- 13. Productos de edición:**
 - Libros, periódicos, otros productos de edición (postales, calendarios), impresos y en internet.
 - Servicios de suscripción a periódicos, revistas y otros productos de edición.

- 14. Servicios de radio, de televisión, películas, videos y otros afines:**
 - Servicios de producción, post producción, distribución, exhibición de productos audiovisuales.
 - Servicios de grabación y edición de sonidos y montaje de diseños.



15. **Servicios de telefonía:**
 - Teléfonos fijos y móviles.
16. **Servicios de Internet:**
 - Servicios de Internet.
17. **Otros servicios de telecomunicaciones:**
 - Servicio de televisión por suscripción.
18. **Servicios de información, programación informática, consultoría de informática y actividades conexas:**
 - Servicios de informática (soporte informático, diseño y desarrollo de aplicaciones, software).
 - Servicios de agencias de noticias.
19. **Servicios financieros y de seguros:**
 - Servicios de depósitos, préstamos, de inversión, de gestión de fondos, cambio de divisas.
 - Seguros (de vida, salud, entre otros).
20. **Servicios inmobiliarios:**
 - Servicios de alquiler de viviendas.
 - Servicios de alquiler de inmuebles no residenciales y otros servicios inmobiliarios.
21. **Servicios jurídicos y de contabilidad:**
 - Servicios jurídicos.
 - Servicios de contabilidad, consultoría fiscal y otros.
22. **Servicios de oficinas principales y de consultoría de gestión:**
 - Servicios de consultoría de gestión de recursos humanos, financiera, estratégica, relaciones públicas.
23. **Servicios de arquitectura e ingeniería y servicios conexos de consultoría técnica:**
 - Servicios de arquitectura e ingeniería y servicios conexos de consultoría técnica.
24. **Servicios de investigación científica y desarrollo:**
 - Servicios de investigación y desarrollo en las ciencias, ingenierías, ciencias sociales, humanidades y experimental.
25. **Servicios de publicidad, provisión de espacios de publicidad y estudios de mercado:**
 - Servicios de publicidad, mercadeo y otros servicios de publicidad.
 - Servicios de investigación de mercados.

- 26. Otros servicios profesionales, científicos y técnicos:**
 - Servicios de fotografía, diseño, traducción e interpretación, consultoría de seguridad y demás servicios profesionales y técnicos.
- 27. Servicios veterinarios:**
 - Servicios veterinarios.
- 28. Servicios de alquiler y arrendamiento, excepto de propiedad intelectual:**
 - Alquiler de licencias, patentes y franquicias.
- 29. Arrendamiento de propiedad intelectual:**
 - Derechos de autor.
- 30. Servicios de agencias de viajes, operadores turísticos, servicios de reservas y actividades conexas:**
 - Servicios de reserva para transporte, alojamiento, boletos, guías y promoción de turismo.
- 31. Servicios de seguridad e investigación:**
 - Servicios de investigación.
 - Servicios de seguridad, de carros blindados, protección.
- 32. Limpieza de edificios y cuidado del paisaje y mantenimiento:**
 - Servicio de limpieza general.
- 33. Servicios de agencias de empleo, administrativos y de apoyo de oficina y otras actividades de apoyo a las empresas:**
 - Servicios de agencias de empleo y de dotación de recursos humanos.
 - Servicios de empaquetado, cobranza, centro de llamadas telefónicas, administrativos de oficina, organización y ferias de asistencia.
- 34. Servicios de administración pública y defensa, planes de seguridad social de afiliación obligatoria:**
 - Administración pública en general, regulación de actividades de organismos, de la actividad económica, servicios a la comunidad, relaciones exteriores, defensa.
 - Mantenimiento del orden público, seguridad y planes de seguridad social.
- 35. Enseñanza:**
 - Servicios de enseñanza.
 - Capacitaciones.
- 36. Servicios de atención de la salud humana y de asistencia social:**
 - Servicios médicos, odontológicos, de enfermería, asistencia social y hospitales.



37. Servicios artísticos, de entretenimiento y recreativos:

- Servicios artísticos y de entretenimiento.
- Servicios de bibliotecas, archivos, museos, juegos de azar, apuestas, deportivos y de esparcimiento.

38. Otros servicios:

- Afiliación a asociaciones empresariales, religiosas, políticas.
- Lavado y limpieza de productos, peluquería y otros tratamientos de diseño, servicios fúnebres.





Fotografías: Pablo Cambromero

ISBN: 978-9977-59-272-5

9 789977 592725