



## **Resumen ejecutivo**

**“ESTUDIOS DE IMPACTO SOCIAL DE LA XIV  
EDICION DE CUENCA DENTRO DEL CANTON  
CUENCA”**

**Fundación Municipal Bienal de Cuenca**

Febrero de 2019

## Contenido

<b>1. ANTECEDENTES</b> .....	3
<b>2. OBJETIVOS</b> .....	4
2.1 Objetivo general:.....	4
2.2 Objetivos específicos.....	4
<b>3. ALCANCE</b> .....	5
<b>4. METODOLOGÍA APLICADA</b> .....	5
<b>5. PRINCIPALES RESULTADOS</b> .....	8
5.1 Tráfico aproximado para la Bienal .....	8
5.2 Percepción acerca de la Bienal.....	9
5.3 Análisis del Perfil de los Encuestados.....	11
<b>6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</b> .....	13
<b>7. ANEXOS</b> .....	15

## 1. ANTECEDENTES

En el marco de la XIV Bienal de Cuenca, el estudio de mercado servirá para actuar de mejor manera con los diversos espacios culturales en donde se genera el desarrollo artístico del evento, el cual cumple con la normativa legal vigente y permite a la ciudad de Cuenca expresar su cultura.

Los agentes culturales, tales como, artistas, curadores, historiadores, críticos de arte, estudiantes y público en general, podrán analizar la realización de la XIV Edición de la Bienal de Cuenca a través de preguntas realizadas sobre la difusión y el desarrollo del mismo, con lo cual se incrementará la incidencia de la promoción artística del evento cultural más importante del Cantón Cuenca, ya que la misma permite conocer otras culturas, adentrarse en la obra de arte e imaginarse siendo parte del concepto creativo de la XIV Edición de la Bienal.

La Bienal de Cuenca, se realiza cada dos años y pretender mejorar los estándares de calidad, así como de difusión artística a nivel nacional e internacional, por lo que la opinión ciudadana es la clave para el correcto desarrollo del mismo

## 2. OBJETIVOS

### 2.1 Objetivo general:

- Realizar la evaluación, diagnóstico de afluencia de personas, visitas, interés y aporte para la ciudad de Cuenca, correspondientes al proyecto XIV Bienal de Cuenca.

### 2.2 Objetivos específicos

- Conocer el nivel de satisfacción de los visitantes con la XIV Edición de la Bienal para la toma de decisiones.
- Conocer el medio de difusión efectivo para el conocimiento de la XIV Edición, lo cual servirá para difundir correctamente los futuros eventos.
- Promover la participación de la ciudadanía cuencana que visitaron las diferentes actividades desarrolladas en la XIV Edición de la Bienal.
- Fomentar el desarrollo comunicativo con los visitantes en los diferentes espacios culturales de la ciudad de Cuenca.
- Permitir que los visitantes a nivel nacional e internacional describa su parecer sobre el Proyecto XIV Edición de Cuenca.
- Presentar el o los lineamientos específicos orientados a las soluciones que deberán implementarse para corregir las desventajas existentes.

### 3. ALCANCE

De acuerdo a los Términos de Referencia el alcance de la consultoría incluye:

*“Cumplir con el objetivo propuesto, para lo cual el oferente realizará la entrega del informe correspondiente con las encuestas realizadas en la XIV Bienal de Cuenca dentro de las sedes de la Bienal que mayor afluencia de visitantes tengan de acuerdo a datos de la organización*

*El oferente deberá contar con el equipo necesario para la realización de las encuestas, así como la disponibilidad de transportación hacia los diferentes locales”.*

### 4. METODOLOGÍA APLICADA

Para el desarrollo de la investigación, se realizaron encuestas personales supervisadas dentro de las sedes de mayor afluencia de la XIV Edición de la Bienal de Cuenca.

La ficha técnica a aplicarse se detalla a continuación.

ENCUESTAS	
Procedimiento de entrevista	Encuesta personal supervisada
Universo	Visitantes de la bienal
Tamaño de la muestra	300 Encuestas efectivas
Error muestral	5,6%
Nivel de confianza	95%

Dentro de la realización del estudio de mercado se manejan las siguientes actividades.

- Realización y aprobación de cuestionario.

Tomando en cuenta que se trata dentro de las sedes de la Bienal se aplicó de un cuestionario corto, con una duración aproximada de 5 minutos de duración, el mismo que se presenta en forma anexo a este informe.

- Definición de sedes, días, muestras y horarios

Con la finalidad de lograr una dispersión de la muestra, es importante dividir la misma en distintos días, horarios y sedes. El objetivo fue cubrir el público de fin de semana como el que hace las visitas entre semana, así como los horarios de la mañana y tarde con la finalidad de acaparar los distintos tipos de visitantes de la Bienal.

Las sedes en las que se realizaron encuestas fueron:

1. Museo Pumapungo
2. Museo de Arte Moderno
3. Museo de la Ciudad
4. Museo de Medicina
5. Salón del Pueblo
6. Parque de la Madre
7. Museo de la Universidad
8. Museo de Las Conceptas
9. Casa Bienal
10. Sala de Procesos

Se abarcó una muestra de encuestas en fin de semana y entre semana, el levantamiento se realizó en tres horarios:

- 10:00 a 12:30
- 12:30 a 15:00
- 15:00 a 18:30

- Levantamiento de información en cada sede

Una vez aprobado el cuestionario y definida la distribución de la muestra, se procedió al levantamiento de información, para lo cual se destinó un equipo de 1 Director y 2 encuestadores.

El personal de la empresa se identificó con sus respectivos gafetes.

Para el caso de las encuestas realizadas a extranjeros se contó con un cuestionario en idioma inglés que fue mostrado al visitante el momento de la encuesta.

- Control de calidad telefónico de una muestra de las encuestas levantadas

El control de calidad es un proceso que se realiza con el objetivo de verificar la veracidad de las encuestas realizadas. Para el caso de este estudio se tomó en forma diaria una muestra correspondiente al 20% de las encuestas realizadas por cada encuestador y se hicieron dos preguntas a cada uno de los encuestados con el objeto de comprobar que las respuestas otorgadas correspondan a lo puesto en el cuestionario.

Este proceso se realizaba en forma diaria desde el día siguiente del levantamiento.

- Codificación y escaneo de encuestas

Una vez realizado el proceso de control de calidad, las encuestas pasan a un proceso de Codificación y escaneo.

El proceso de codificación consiste en asignar códigos a las respuestas abiertas con el fin de categorizarlas.

El proceso de escaneo se realizó después de la codificación y consistió en escanear las encuestas realizadas con el fin de pasarlas a una base de datos que pueda transformar la información obtenida en datos.

- Revisión de bases de datos

Dentro de la revisión de la base de datos, se verificó que no existan inconsistencias en la información y repuestas obtenidas, se comprueban aspectos como:

- Que no existan problemas de codificación
- Que se cumplan adecuadamente con los filtros dentro del cuestionario.

- Realización de informe

Una vez hecha la revisión de la base de datos, se procede a realizar los gráficos estadísticos que mostrarán los resultados de la investigación. Esta información se entregó al cliente en un informe en versión Power Point.

## 5. PRINCIPALES RESULTADOS

Como se mencionó con anterioridad se entregó un informe general con gráficos con los resultados del estudio realizado. Dentro de este informe se presentan sin embargo, los principales resultados obtenidos.

### 5.1 Tráfico aproximado para la Bienal

El definir el tráfico exacto de visitantes de la Bienal es complejo debido a la existencia de sedes abiertas como parques, plazas y plazoletas en las que no existió un conteo de quienes estuvieron en contacto con la obra. Sin embargo, se ha considerado oportuno definir escenarios que puedan darnos números aproximados. Para obtener el número de visitantes en sedes abiertas, se realizó un conteo del mismo se obtuvo que aproximadamente 589.968 personas habrían las sedes abiertas de la Bienal durante los dos meses en la que ésta estuvo expuesta. Se determinaron tres escenarios:

- Escenario 1: 10% de las personas que pasaron los por las sedes abiertas vieron la obra: 58.986 tráfico en sedes abiertas.

- Escenario moderado: 30% de las personas que pasaron los por las sedes abiertas vieron la obra: 176.960 tráfico en sedes abiertas.
- Escenario optimista: 50% de las personas que pasaron los por las sedes abiertas vieron la obra: 294.934 tráfico en sedes abiertas.

A estos números habría que añadir la cantidad de tráfico en sedes cerradas, que según el registro llevado a cabo en cada sede sería de 41.279 personas<sup>1</sup>. Es así que los niveles de tráfico para la XIV edición de la Bienal de Cuenca serían:

- Escenario pesimista: 100.265 tráfico total de la Bienal
- Escenario moderado 218.239 tráfico total de la Bienal
- Escenario optimista: 336.213 tráfico total de la Bienal

## 5.2 Percepción acerca de la Bienal

El estudio refleja que un 65% de los visitantes han visitado una edición de la Bienal, cabe recalcar que este dato incluye tanto a quienes son turistas como a los quienes viven en Cuenca. Al retirar de este análisis al turista extranjero se puede observar que un 57% ha visitado una edición de la Bienal, 16% dos ediciones y un 15% tres.

El Museo de Pumapungo y el Museo Municipal de Arte Moderno son las sedes más visitadas.,

Para analizar el nivel de satisfacción de los visitantes con la Bienal se solicitó a los visitantes que calificaran del 1 al 5 siendo 1 malo y 5 excelente diversos atributos, a continuación se detallan las calificaciones promedio sobre 5 que se obtuvieron entre los aspectos analizados:

- o Las instalaciones cuentan con un promedio elevado de satisfacción 4,65/5 siendo el atributo con mejor calificación entre los analizados en el estudio.

---

<sup>1</sup> Información proporcionada por funcionarios de la Bienal

- Existen dos aspectos: explicaciones de los guías y mediadores y la difusión sobre el evento que alcanzan menores niveles de satisfacción (3,56/5 y 3,42/5).

Al solicitar a los encuestados un nivel de satisfacción general con la Bienal se obtiene un promedio de 4,33/5. Al analizar este indicador de acuerdo a distintos segmentos se obtiene:

- Los jóvenes de 15 a 18 años son los más satisfechos con la Bienal (4,59/5) , mientras que el grupo de 18 a 30 es el que tiene menores niveles de satisfacción (4,25/5) ,
- Los cuencanos muestran niveles mayores de satisfacción (4,44/5) mientras que el turista extranjero (4,20/5) y el turista nacional (4,24/5) cuentan con promedios de satisfacción más bajos.
- El grupo de menor nivel de ingresos, es decir quienes perciben hasta \$600 muestra un nivel de satisfacción mayor (4,42/5) que quienes pertenecen a un grupo económico más alto.

Dentro de la encuesta se realiza una consulta para entender cuál es el nivel de acuerdo de los visitantes con distintas afirmaciones sobre la Bienal. De la misma manera que la pregunta de satisfacción se solicitó a los encuestados que dieran sus calificaciones en un rango del 1 al 5, siendo 1 totalmente desacuerdo y 5 Totalmente de Acuerdo. Los resultados obtenidos fueron:

- Las afirmaciones que alcanzan los promedios más altos de calificación en esta pregunta fueron: “Es un evento importante para Cuenca” con 4,65; “Es para gente como usted” con 4,60 y “Las obras que muestran llaman mi atención” con 4,50.
- La afirmación “Es un evento dirigido a toda la ciudadanía” alcanza una calificación promedio de 4,24.
- Por último la afirmación que menor calificación alcanza es “La Bienal ayuda a generar más ventas en los negocios locales” la cuál alcanza una calificación de 3,9.

Se consideró importante analizar también cuán importante es este evento a nivel local, nacional e internacional de acuerdo a la percepción de los visitantes. Los resultados se reflejan al igual que en las preguntas anteriores en promedios sobre 5. A pesar de que

exista una mayor calificación hacia la importancia del evento a nivel local (4,6/5), las calificaciones también son positivas cuando se habla de la importancia a nivel nacional (4,53/5) e internacional (4,44/5).

Dentro del estudio se analizó también cuáles que percepción tienen los visitantes acerca de a quienes va dirigida la Bienal. Los resultados muestran que un 60% de los encuestados afirman que es un evento para toda la ciudadanía, mientras que un 29% menciona que es dirigida para quienes les gusta el arte, un 5% considera que es para turistas extranjeros y un 6% menciona que es para quienes saben de arte.

Un aspecto fundamental del estudio es entender a través de qué medios se enteran los visitantes sobre la Bienal, esto ayuda a tomar decisiones sobre cómo realizar la promoción para ediciones futuras. Es interesante destacar que un 37% de los visitantes se enteraron sobre la Bienal a través de familiares o amigos, mientras que un 29% lo hizo a través de publicidad en la vía pública (vallas, parterres, etc) y un 19% a través de redes sociales. Medios con menor nivel de impacto fueron la prensa, guías turísticas, instituciones educativas y radio.

Al analizar el nivel de ingreso de los visitantes a la página web de la Bienal observamos que únicamente el 13% ha ingresado, mientras que tan solo un 14% de los visitantes afirmó haber entrado a las redes sociales.

Se realizaron también algunas preguntas abiertas en las que los visitantes podían dar sus apreciaciones sobre lo que es la Bienal, los aspectos en los que debería mejorar y el aporte que representa este evento para Cuenca. Los resultados se reflejan a continuación:

- La Bienal es vista como una exposición de arte para el 72% de quienes la visitaron.
- Aunque existe un 55% que no presenta sugerencias o comentarios para mejorar la Bienal, un 26% de los visitantes afirma que el evento requiere una mayor difusión y un 10% habla de mayor información.
- Un 53% de los visitantes afirman que la Bienal aporta cultura a Cuenca, un 20% considera que aporta turismo y un 17% menciona educación.

### 5.3 Análisis del Perfil de los Encuestados

Un aspecto clave dentro de la investigación realizada fue entender el perfil de quienes visitan la Bienal, los resultados principales se presentan a continuación:

- Edad: Un 68% de quienes visitan el evento son personas de entre 15 y 30 años de edad, estamos principalmente hablando de un público joven ubicado entre la edad del colegio y el inicio de la vida profesional.
- Ocupación: Un 43% de los visitantes a la Bienal son estudiantes, mientras que un 29% son profesionales independientes y un 7% son jubilados.
- Nivel de estudios: Un 66% de los visitantes a la Bienal serían personas que tienen algún grado de instrucción universitaria, esto incluye desde quienes están estudiando actualmente una carrera universitaria hasta aquellos que tienen título de posgrado. La bienal está llegando entonces a quienes tienen un nivel superior de instrucción si comparamos la información con el nivel de instrucción a nivel de Cuenca.
- Nivel de ingresos: Un 56% de los encuestados afirman que reciben ingresos familiares entre \$300 y \$1.000 al mes, existe también un importante porcentaje de visitantes con ingresos familiares más altos, de más de \$2.000 mensuales (13%).
- Con quién fue a la Bienal: Un 45% de los visitantes fueron a la Bienal con amigos, mientras que 15% con familiares, un 14% llegó solo y un 14% fue con su pareja.
- Género: Al analizar el género se observa que existe una repartición equitativa entre los visitantes hombres (47%) y mujeres (53%).
- Lugar de procedencia: La encuesta realizada muestra que un 48% de quienes visitaron la bienal fueron cuencanos, un 25% son turistas extranjeros y un 23% turistas nacionales.

## 6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

A nivel general se puede observar que existe un adecuado nivel de satisfacción con la Bienal, siendo el servicio de los mediadores así como la difusión e información sobre el evento los aspectos sobre los que se sugiere mejorar. Se sugiere por este motivo trabajar en procesos de capacitación para guías y mediadores, así como buscar una mayor difusión de próximas ediciones de la Bienal.

Los datos analizados reflejan que la Bienal es un evento de gran relevancia con obras que llaman la atención, es importante sin embargo reforzar el hecho de que ayuda a generar mayores ventas en negocios locales, para esto se puede trabajar en forma conjunta con pequeños empresarios y emprendedores para durante los meses que dura la Bienal generar eventos que ayuden a generar consumo dentro de los negocios.

Se observa también que las recomendaciones, vía pública y redes sociales son los métodos de difusión que más efectividad han tenido, mientras que los medios tradicionales (prensa y radio) los que cuentan con menos impacto. Cabe recalcar también que un amplio porcentaje de quienes visitan la Bienal son jóvenes de entre 15 y 30 años (68%), posiblemente es este grupo quien más se informa a través de métodos menos convencionales.

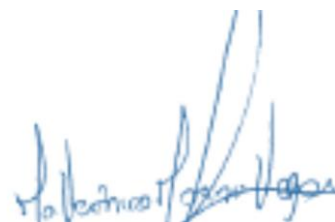
La Bienal ha llegado con efectividad a los jóvenes, a los estudiantes, profesionales independientes y jubilados, así como también a un grupo de gente que tiene educación universitaria o superior. Sin embargo se recomienda no descuidar otros grupos como quienes están entre 31 y 50 años, los empleados públicos y privados o la gente con un nivel secundario de educación.

Para llegar a los grupos a los que la Bienal actualmente no llega, se recomienda hacer un estudio entre la ciudadanía y entender aspectos como nivel de conocimiento y percepción hacia la Bienal y los eventos que realiza.

Si bien un 60% de los visitantes consideran que la Bienal es para toda la ciudadanía, existe todavía un 40% de gente que afirma que es para quienes gustan del arte, saben de arte o para turistas. Se recomienda en próximas ediciones trabajar en que se genere una imagen de que la Bienal es para todos.

---

Existe un importante porcentaje de cuencanos y turistas nacionales que visitan la Bienal, este aspecto es importante destacar cuando se hable de datos y cifras sobre el evento.



# 7. ANEXOS

ESTUDIO PARA ENTENDER IMAGEN QUE TIENE LA BIENAL DE CUENCA			
Buenos días/tardes, mi nombre es _____, y nos encontramos realizando una encuesta para Punto de Partida sobre su percepción acerca de la Bienal de Cuenca			
PERCEPCIÓN SOBRE LA BIENAL DE CUENCA			
<p><b>Q1. ¿Cuántas ediciones de la Bienal de Cuenca ha visitado?</b></p> <p>1 <input type="radio"/></p> <p>2 <input type="radio"/></p> <p>3 <input type="radio"/></p> <p>4 <input type="radio"/></p> <p>5 <input type="radio"/></p> <p>6 o más <input type="radio"/></p>	<p><b>Q5. Califique del 1 al 5, siendo 1 QUE NO ESTÁ DE ACUERDO Y 5 QUE ESTÁ DE ACUERDO, su nivel de acuerdo con las siguientes afirmaciones acerca de la Bienal de Cuenca</b></p> <p>Es para gente como usted <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/></p> <p>Las obras que muestran llaman mi atención <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/></p> <p>Es un evento dirigido a toda la ciudadanía <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/></p> <p>Es un evento importante para Cuenca <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/></p> <p>La Bienal ayuda a generar más ventas en los negocios locales <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/></p>	<p><b>Q11 ¿Qué comentarios o sugerencias tiene sobre la Bienal de Cuenca?</b></p> <p>_____</p> <p>0 1 2 3 4 5 6 7 8 9</p> <p><input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/></p> <p><input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/></p>	
<p><b>Q2 ¿Qué sede o sedes visitó de actual edición del a Bienal de Cuenca?</b></p> <p><b>Sí No</b></p> <p>Museo Municipal de Arte Moderno <input type="radio"/> <input type="radio"/></p> <p>Casa de la Bienal de Cuenca <input type="radio"/> <input type="radio"/></p> <p>Salón del Pueblo <input type="radio"/> <input type="radio"/></p> <p>Museo de la Ciudad <input type="radio"/> <input type="radio"/></p> <p>Sala Proceso / Arte Contemporáneo <input type="radio"/> <input type="radio"/></p> <p>Museo de las Conceptas <input type="radio"/> <input type="radio"/></p> <p>Museomático / In.Arte Contemporáneo <input type="radio"/> <input type="radio"/></p> <p>Plaza Cívica (Mercado 9 de Octubre) <input type="radio"/> <input type="radio"/></p> <p>Av. Loja y Primero de Mayo <input type="radio"/> <input type="radio"/></p> <p>Casa de los Arcos <input type="radio"/> <input type="radio"/></p> <p>Museo de la Universidad de Cuenca <input type="radio"/> <input type="radio"/></p> <p>Museo de la Medicina <input type="radio"/> <input type="radio"/></p> <p>Alianza Francesa <input type="radio"/> <input type="radio"/></p> <p>Parque de la Madre <input type="radio"/> <input type="radio"/></p> <p>Museo Pumapungo <input type="radio"/> <input type="radio"/></p>	<p><b>Q6 Califique del 1 al 5 la importancia que considera que tiene la Bienal. Siendo 1 poco importante y 10 muy importante</b></p> <p><b>A nivel local</b> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/></p> <p><b>A nivel nacional</b> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/></p> <p><b>A nivel internacional</b> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/></p>	<p><b>Q12 ¿En qué piensa que aporta la Bienal a Cuenca?</b></p> <p>_____</p> <p>0 1 2 3 4 5 6 7 8 9</p> <p><input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/></p> <p><input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/></p>	
<b>DATOS DE SEGMENTACION</b>			
<p><b>Q3 De las sedes que visitó por favor dígame, en cuál se gustaron más las obras exhibidas</b></p> <p><b>Sí No</b></p> <p>Museo Municipal de Arte Moderno <input type="radio"/> <input type="radio"/></p> <p>Casa de la Bienal de Cuenca <input type="radio"/> <input type="radio"/></p> <p>Salón del Pueblo <input type="radio"/> <input type="radio"/></p> <p>Museo de la Ciudad <input type="radio"/> <input type="radio"/></p> <p>Sala Proceso / Arte Contemporáneo <input type="radio"/> <input type="radio"/></p> <p>Museo de las Conceptas <input type="radio"/> <input type="radio"/></p> <p>Museomático / In.Arte Contemporáneo <input type="radio"/> <input type="radio"/></p> <p>Plaza Cívica (Mercado 9 de Octubre) <input type="radio"/> <input type="radio"/></p> <p>Av. Loja y Primero de Mayo <input type="radio"/> <input type="radio"/></p> <p>Casa de los Arcos <input type="radio"/> <input type="radio"/></p> <p>Museo de la Universidad de Cuenca <input type="radio"/> <input type="radio"/></p> <p>Museo de la Medicina <input type="radio"/> <input type="radio"/></p> <p>Alianza Francesa <input type="radio"/> <input type="radio"/></p> <p>Parque de la Madre <input type="radio"/> <input type="radio"/></p> <p>Museo Pumapungo <input type="radio"/> <input type="radio"/></p>	<p><b>Q7 ¿A qué tipo de público cree que va dirigida la Bienal? (mencione el más importante)</b></p> <p>A toda la ciudadanía <input type="radio"/></p> <p>A quienes les gusta el arte <input type="radio"/></p> <p>A los turistas extranjeros <input type="radio"/></p> <p>A quienes saben de arte <input type="radio"/></p>	<p><b>Q13.- ¿Qué edad cumplida tiene usted?</b></p> <p>Entre 15 y 18 años <input type="radio"/></p> <p>De 18 y 24 años <input type="radio"/></p> <p>De 25 a a 30 años <input type="radio"/></p> <p>De 31 a 40 años <input type="radio"/></p> <p>De 41 a 50 años <input type="radio"/></p> <p>51 años a 54 años <input type="radio"/></p> <p>Más de 55 años <input type="radio"/></p>	
<p><b>Q4. Califique del 1 al 5 siendo 1 malo y 5 excelente los siguientes aspectos sobre la Bienal</b></p> <p><b>1 2 3 4 5</b></p> <p>Instalaciones <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/></p> <p>Explicación de los guías/mediadores <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/></p> <p>Nivel de información y Difusión sobre el evento <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/></p> <p>Satisfacción general con la BIENAL <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/></p>	<p><b>Q8 ¿A través de qué medio se enteró sobre esta última edición de la Bienal?</b></p> <p>Prensa <input type="radio"/></p> <p>Radio <input type="radio"/></p> <p>Redes sociales <input type="radio"/></p> <p>Familiares o amigos <input type="radio"/></p> <p>Vía pública <input type="radio"/></p> <p>Otros (especifique) <input type="radio"/></p> <p>_____</p> <p>0 1 2 3 4 5 6 7 8 9</p> <p><input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/></p> <p><input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/></p>	<p><b>Q14.¿Podría indicarme ¿Cuál es su ocupación o profesión?</b></p> <p>Gerente o ejecutivo de alto nivel <input type="radio"/></p> <p>Jefe departamental o de área <input type="radio"/></p> <p>Profesional independiente <input type="radio"/></p> <p>Dueño de un negocio propio <input type="radio"/></p> <p>Supervisor <input type="radio"/></p> <p>Empleado administrativo sin personal a su cargo <input type="radio"/></p> <p>Emp. fábrica, comercio, taller hacienda sin personal a cargo <input type="radio"/></p> <p>Jubilado <input type="radio"/></p> <p>Ama de casa <input type="radio"/></p> <p>Enfermera <input type="radio"/></p> <p>Estudiante <input type="radio"/></p> <p>Profesor(a) <input type="radio"/></p> <p>Chofer/Taxista <input type="radio"/></p>	
	<p><b>Q9 ¿Ha entrado a las redes sociales o página web de la Bienal?</b></p> <p><b>Sí No</b></p> <p>ed.es Sociales <input type="radio"/> <input type="radio"/></p> <p>Página Web <input type="radio"/> <input type="radio"/></p>	<p><b>Q15.¿Podría indicarme ¿Cuál de las siguientes opciones describe su nivel de educación ?</b></p> <p>Estudios de postgrado <input type="radio"/></p> <p>Estudios universitarios completos <input type="radio"/></p> <p>Carrera técnica <input type="radio"/></p> <p>Estudios superiores incompletos <input type="radio"/></p> <p>Estudios secundarios completos <input type="radio"/></p> <p>Estudios primarios completos <input type="radio"/></p> <p>Ns/Nc <input type="radio"/></p>	
	<p><b>Q10.¿Qué es para usted la Bienal de Cuenca?</b></p> <p>_____</p> <p>0 1 2 3 4 5 6 7 8 9</p> <p><input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/></p> <p><input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/></p>		

**Q15 ¿Usted diría que el total de ingresos mensuales de su familia tomando en cuenta a todos los ingresos que contribuye para su hogar es de:?**

- Menos de 300 usd
- De 301 a 600 usd
- De 601 a 1000 usd
- De 1001 a 1500 usd
- De 1501 a 2000 usd
- Más de 2000 usd
- Ns/Nc

**Q16 ¿Con quién vino a la Bienal?**

- Solo
- Familiares (esposo/a e hijos)
- Amigos
- Pareja
- Otros familiares
- Compañeros de trabajo
- Compañeros de universidad o colegio

**Q17. Género del entrevistado**

- Hombre
- Mujer

**Q18 ¿Cuál es su lugar de procedencia?**

- Cuenca
- Turista Extranjero
- Turista Nacional
- Vive en Cuenca pero procede de otro país
- Vive en Cuenca pero procede de otra ciudad

**NOMBRE DEL ENTREVISTADO**

**DIRECCIÓN DEL ENCUESTADO**

**TELÉFONO DEL ENCUESTADO**

**FECHA DE LA VISITA**

**HORA DE LA VISITA**