



ESTUDIO DE AUDENCIA “UMANO”

*Informe elaborado para
el Circo del Mundo*





OBJETIVOS

General

Conocer el perfil de la audiencia al Circo del Mundo durante la jornada de presentación de Umano durante el mes de Octubre del año 2011.

Específicos

- ✓ Tramo Etarios
- ✓ Lugar de residencia
- ✓ Actividad u oficio
- ✓ Medio de información al festival

FICHA TÉCNICA

Instrumento: Encuesta presencial.

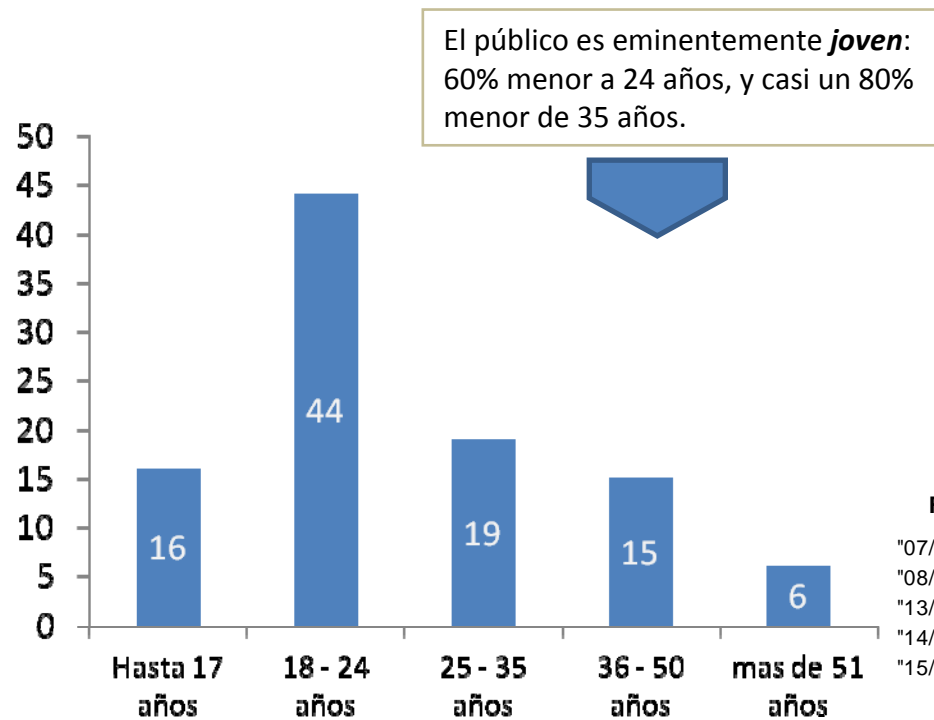
Muestra: 208 personas, interceptadas a la salida de la presentación o en intermedio.

Período de aplicación: 7, 8, 13, 14 y 15 de Octubre.

Análisis de la Información: La información fue procesada con el programa estadístico SPSS

PERFIL DE LA AUDIENCIA

COMPOSICIÓN SEGÚN EDAD



COMPOSICIÓN SEGÚN EDAD Y FECHA DE PRESENTACIÓN

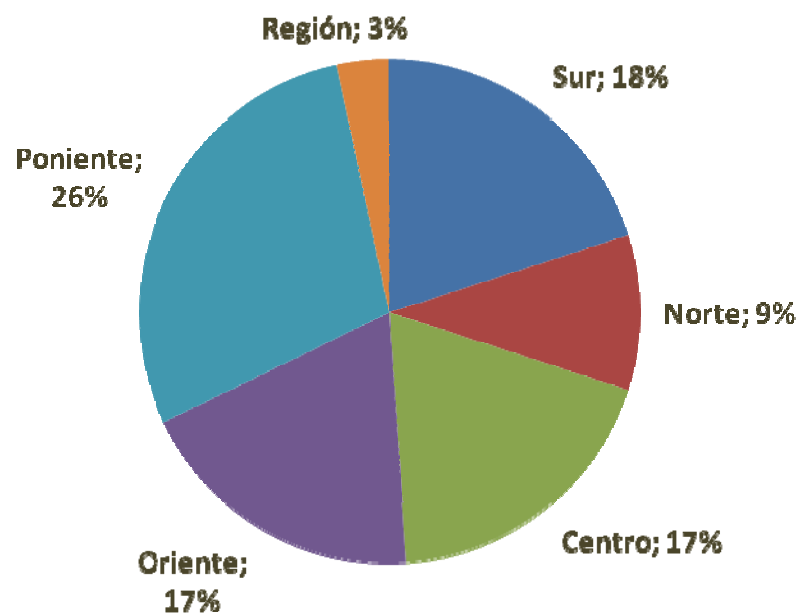
Las audiencias de los días 14 y 15 concentran la más alta participación.

Fecha	TRAMO DE EDAD					Total
	17 años o menos	18 a 24	25 a 34	35 a 50	51 a 90	
"07/10/2011"		22%	10%	16%	8%	14%
"08/10/2011"	3%	18%	33%	26%	23%	20%
"13/10/2011"	18%	17%	8%	6%	15%	14%
"14/10/2011"	24%	22%	18%	23%	46%	23%
"15/10/2011"	55%	21%	31%	29%	8%	28%
	100%	100%	100%	100%	100%	100%

PERFIL DE LA AUDIENCIA

COMPOSICIÓN SEGÚN SECTOR DE RESIDENCIA

El público asistente tiene su residencia de origen en distintos sectores de la capital, siendo las comunas del sector Poniente las que tienen mayor presencia.



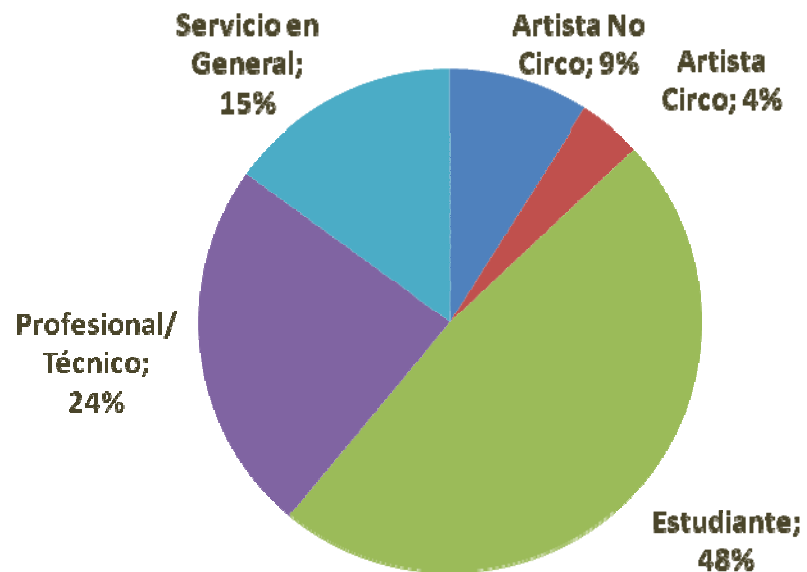
Las comunas que presentan una mayor presencia son las de Maipú y Santiago.

PERFIL DE LA AUDIENCIA

COMPOSICIÓN SEGÚN ACTIVIDAD U OCUPACIÓN

Nuevamente la categoría **Estudiante** representa la de mayor audiencia para el Circo del Mundo. En esta ocasión, profesionales y técnicos representan un cuarto de la audiencia.

Se redujo proporcionalmente la presencia de artistas, tanto del ámbito circense, como de otras expresiones.



PERFIL DE LA AUDIENCIA

COMPOSICIÓN SEGÚN MANERA COMO SUPO DE FESTIVAL

La gestión del Circo del Mundo para la captación de audiencia fue intensa, alcanza un 41%.

Las gestiones personales de contacto sigue siendo una forma importante, especialmente entre los estudiantes.

El canal Internet, Facebook en especial, tiene una especial ubicación como estrategia de contacto, ya que supera a los medios tradicionales de contacto.

Sin embargo, y al igual que la vez anterior, los medios masivos en su conjunto – TV, Radio y Prensa escrita- tienen cada vez menos peso, pero no puede descuidarse, ya que refuerzan la estrategia comunicacional.

