



# RESULTADOS ESTUDIO

## Consumo Cultural y Uso del Tiempo Libre en Talca

TALCA, VII REGIÓN DEL MAULE  
JUNIO DE 2007

CONTEXTUS Ltda., Estudio e Investigación Social

© Todos los derechos reservados

Prohibida su venta o reproducción total o parcial sin permiso escrito de los autores

[contextustalca@gmail.com](mailto:contextustalca@gmail.com)

<http://www.contextustalca.cl>

8 7355889

## **ANÁLISIS DE INFORMACIÓN**

### **CONSUMO CULTURAL Y USO DEL TIEMPO LIBRE EN LA CIUDAD DE TALCA**

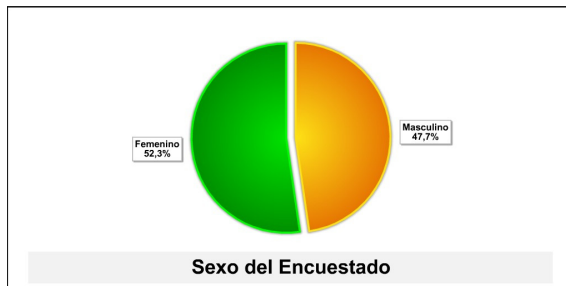
La variable cultural es una dimensión importante dentro del desarrollo de toda comunidad, y es por eso que hemos querido medir la opinión de los habitantes de Talca sobre las distintas actividades y espectáculos de corte cultural que se han puesto a su disposición en el último tiempo, así como conocer cuál es la opinión sobre distintas dimensiones dentro del quehacer cultural de la comuna. Quisimos también conocer cómo valoran la oferta cultural en los últimos 2 años y qué elementos consideran ellos como significativos dentro del desarrollo cultural de la comuna; asimismo, otro aspecto importante a medir es el nivel de consumo cultural y destinación del tiempo libre por parte del habitante de la ciudad.

La muestra utilizada correspondió a 394 encuestados de ambos sexos, mayores de 18 años, residentes en las distintas zonas geográficas de la comuna de Talca, la que fue construida en base a los criterios típicos de un estudio de opinión, que contempla un 95% de confianza y un 5% de error.

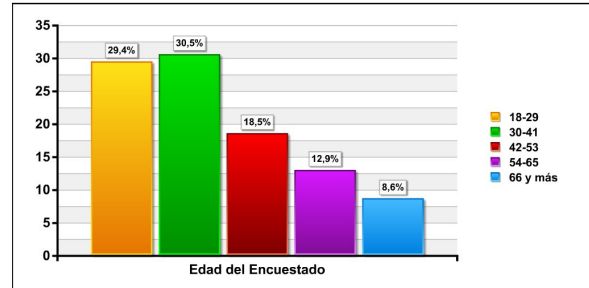
El instrumento corresponde a una encuesta con preguntas cerradas y de selección múltiple en las cuales se quiso medir la opinión de los encuestados sobre las distintas variables relacionadas con el acontecer cultural de la comuna y con la destinación del tiempo libre, así como conocer cuál es el nivel de consumo cultural que presentan los habitantes de la ciudad de Talca.

El estudio fue llevado a cabo durante el mes de Junio del presente año.

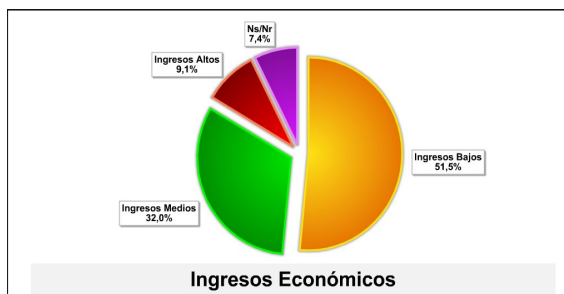
## I.- Caracterización de la Muestra.



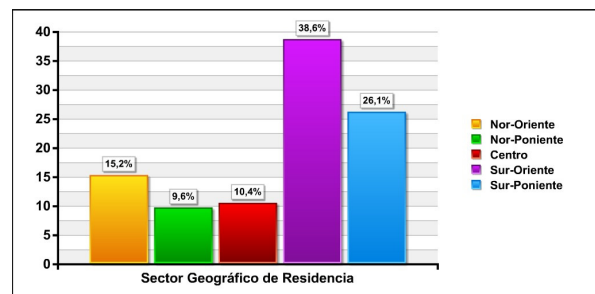
Sexo del encuestado		Frequency	Percent
Valid	masculino	188	47,7
	femenino	206	52,3
	Total	394	100,0



Edad del encuestado		Frequency	Percent
Valid	18 a 29 años	116	29,4
	30 a 41 años	120	30,5
	42 a 53 años	73	18,5
	54 a 65 años	51	12,9
	66 años y más	34	8,6
	Total	394	100,0



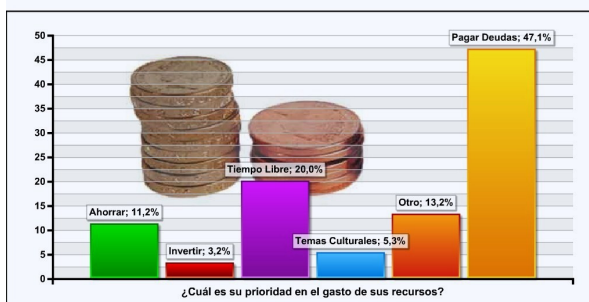
Sector Ingresos		Frequency	Percent
Valid	Bajos Ingresos	203	51,5
	Ingresos Medios	126	32,0
	Ingresos Altos	36	9,1
	Ns/Nr	29	7,4
	Total	394	100,0



Sector geográfico del encuestado		Frequency	Percent
Valid	nororiente	60	15,2
	norponiente	38	9,6
	centro	41	10,4
	suroriente	152	38,6
	surponiente	103	26,1
	Total	394	100,0

## 1.- Destinación de recursos.

La pregunta hace relación a la destinación de los recursos económicos por parte del encuestado. La codificación que se utilizó para este caso consiste en que cada opción corresponde a una variable dicotómica (“sí” y “no”), por lo tanto la tabla siguiente se construye sobre la base de todas las respuestas “sí”, entregando una visión sobre las prioridades que las personas tienen al momento de gastar sus recursos económicos mensuales:



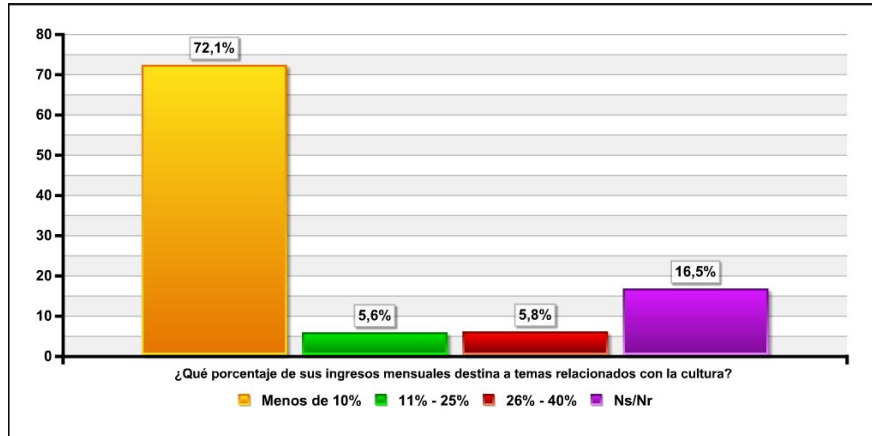
**\$gasto Frecuencias**

	Responses		Percent of Cases
	N	Percent	
Gasto de Recursos			
Pagar deudas	353	47,1%	90,3%
Ahorrar	84	11,2%	21,5%
Invertir	24	3,2%	6,1%
Tiempo Libre	150	20,0%	38,4%
Temas Culturales	40	5,3%	10,2%
Otro	99	13,2%	25,3%
Total	750	100,0%	191,8%

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

El cuadro muestra que la opción más marcada corresponde a “pagar deudas”, que acumula un 47,1% del total de personas (353 elecciones) que optaron por alguna de las categorías que contenía la pregunta; le sigue como la segunda opción más marcada la destinación al “tiempo libre”, que acumula un 20% del total (150 elecciones); la categoría “otro” obtiene un 13,2% y por último la categoría “ahorrar” obtiene un 11,2% de preferencias (34 elecciones). En el caso de la categoría de gasto en “temas culturales”, ésta alcanza un 5,3% equivalente a 40 elecciones.

## 2.- Porcentaje de los Ingresos destinados a Temas Culturales.

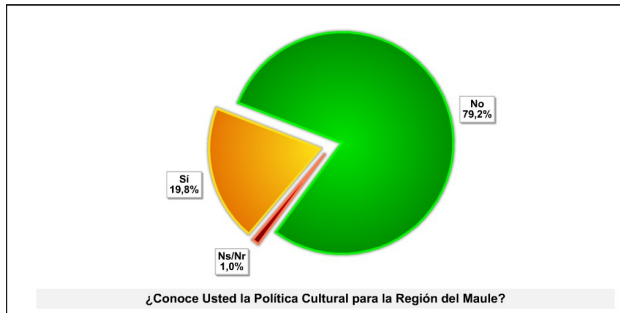


**¿Qué porcentaje de sus ingresos mensuales destina a temas relacionados con la cultura?**

	Frequency	Percent
Valid Menos de un 10% de mi ingreso mensual	284	72,1
Entre un 11% y un 25% de mi ingreso mensual	22	5,6
Entre un 26% y un 40% de mi ingreso mensual	23	5,8
Ns/Nr	65	16,5
Total	394	100,0

El gráfico que se observa viene a confirmar el análisis anterior en el sentido de que las personas encuestadas dicen en su mayoría gastar menos del 10% del ingreso mensual en temáticas culturales, lo que equivale al 72,1% de los encuestados (284 personas de un total de 394)

### 3.- Política Cultural Regional.

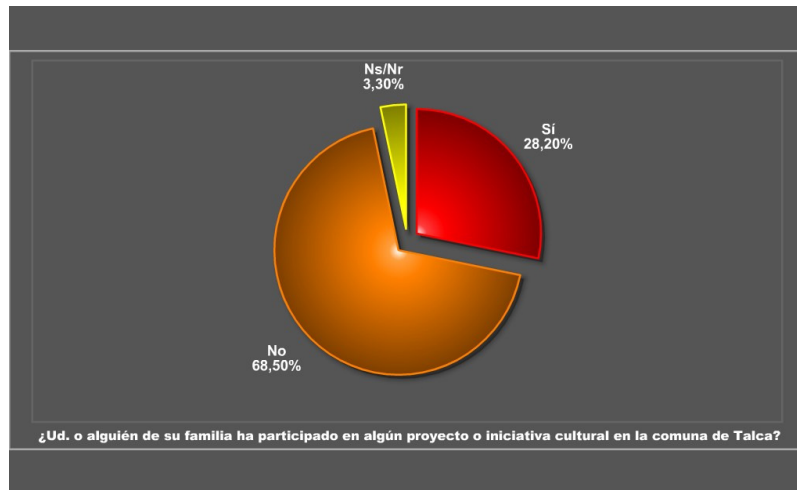


¿Conoce usted la política Cultural para la región del Maule?

		Frequency	Percent
Valid	Si	78	19,8
	No	312	79,2
	Ns/Nr	4	1,0
	Total	394	100,0

El gráfico muestra claramente que un gran porcentaje de la población desconoce la Política Cultural para la región del Maule, que alcanza un 79,2% del total de encuestados (312 personas), mientras que un 19,8% indica que sí las conoce, equivalente a 78 personas de un total de 394 encuestados.

#### 4.- Participación en iniciativas culturales.



**¿Ud. o alguien de su familia ha participado en algún proyecto o iniciativa cultural en la comuna de Talca?**

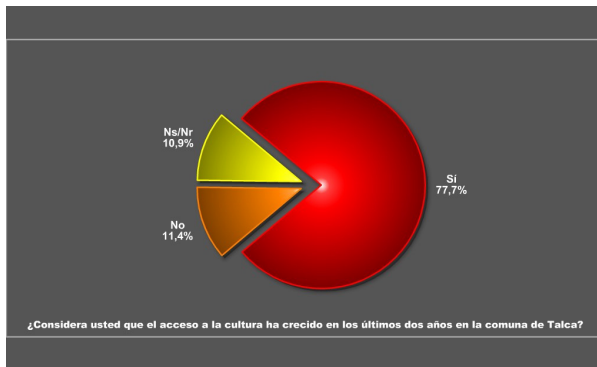
		Frequency	Percent
Valid	Si	111	28,2
	No	270	68,5
	Ns/Nr	13	3,3
	Total	394	100,0

En cuanto al grado de participación de las personas en iniciativas culturales, el gráfico muestra que un 28,2% de los encuestados (111 personas) ha participado en el último tiempo en alguna actividad de este tipo, mientras que un 68,5% de los encuestados (270 personas) no lo ha hecho.

Al aplicar un análisis de correlación de ambas variables, excluyendo a los que no contestan ambas preguntas, se obtiene un valor de 0,073 lo que quiere decir que existe una correlación positiva muy débil entre la participación en proyectos o iniciativas culturales y el conocimiento de la Política Cultural para la Región, por lo que si bien es cierto existe algún grado de correlación, ésta se presenta muy débil, no siendo significativo el hecho de conocer las políticas culturales al momento de decidir la participación en algún proyecto o iniciativa de tipo cultural.

## 5.- Acceso a la Cultura.

Esta pregunta pretende medir la opinión de las personas sobre el aumento o disminución del acceso a la Cultura en la ciudad de Talca en los 2 últimos años.



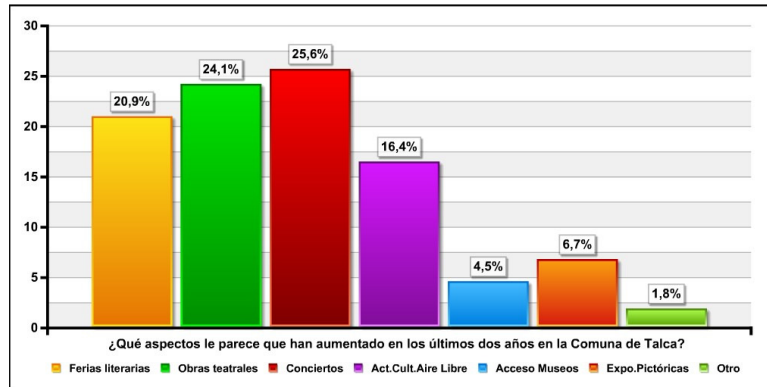
¿Considera usted, que el acceso a la cultura ha crecido en los últimos dos años en la comuna de Talca?

		Frequency	Percent
Valid	Si	306	77,7
	No	45	11,4
	Ns/Nr	43	10,9
Total		394	100,0

En lo que se refiere al gráfico anterior, se puede observar que en su gran mayoría las personas consideran que el acceso a la cultura ha crecido en los últimos 2 años, lo que se expresa en una mayor oferta de actividades culturales y que puede estar relacionada con la inauguración del Teatro Regional que ha sido centro de diversas actividades de este tipo en el último tiempo; las personas que consideran que el acceso ha crecido alcanzan el 77,7% de los encuestados (306 personas), mientras que quienes consideran que no ha crecido el acceso a la cultura alcanza el 11,4% de los encuestados (45 personas).



## 6.- Aspectos que más han crecido en los últimos 2 años en la comuna.



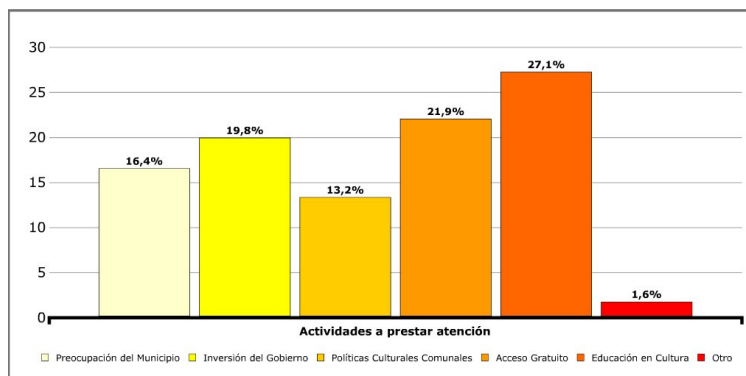
§Actividades Frecuencias

Actividades que han crecido	Responses		Percent of Cases
	N	Percent	
Ferias Literarias	153	20,9%	50,8%
Obras teatrales	177	24,1%	58,8%
Conciertos	188	25,6%	62,5%
Actividades culturales al aire libre	120	16,4%	39,9%
Acceso a museos	33	4,5%	11,0%
Exposiciones Pictóricas	49	6,7%	16,3%
Otro	13	1,8%	4,3%
Total	733	100,0%	243,5%

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

En relación al gráfico se puede observar que las 3 primeras preferencias en cuanto a actividades de tipo cultural que las personas señalan que más han crecido (sobre la base de personas que indicaron que el acceso a actividades culturales había crecido, es decir 306 personas de 394) son las “ferias literarias” con un 20,9% de preferencias (153 elecciones), seguido de los “conciertos” que corresponde al 25,6% de preferencias (188 elecciones), y por último las “obras teatrales” que corresponde al 24,1% de preferencias (177 elecciones); resalta en cuarto lugar las “actividades culturales al aire libre” que obtiene un 16,4% de preferencias (120 elecciones).

## 7.- Aspectos a los que se debe prestar atención para mejorar el tema cultural en Talca.



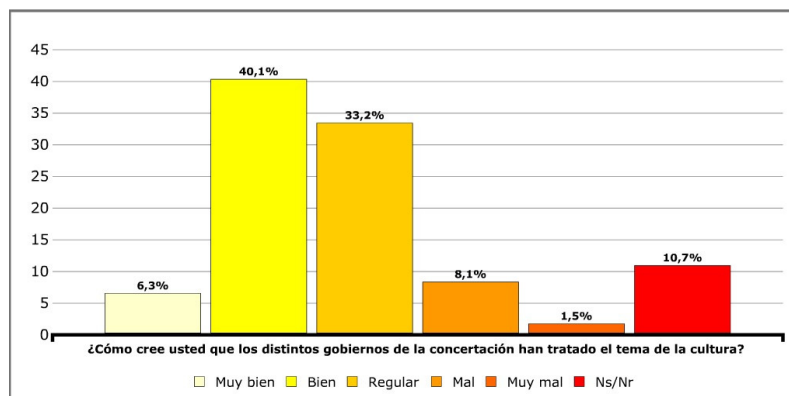
**Actividades Frecuencias**

Actividades a prestar atención	Responses	Percent of Cases	
		N	Percent
Mayor preocupación del municipio en tema	134	16,4%	37,4%
Mayor inversión del Gobierno en temática cultural	162	19,8%	45,3%
Generar políticas culturales en nuestra Comuna	108	13,2%	30,2%
Mayor acceso gratuito a espectáculos de corte cultural	179	21,9%	50,0%
Educar a socializar a los Talquinos en el tema cultural	221	27,1%	61,7%
Otro	13	1,6%	3,6%
<b>Total</b>	<b>817</b>	<b>100,0%</b>	<b>228,2%</b>

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

El gráfico muestra las alternativas más marcadas dentro del listado de aspectos a los que se les debe prestar atención para mejorar la temática cultural en la ciudad. En este sentido se puede observar la primera preferencia se encuentra en la educación cultural para los talquinos que tiene un 27,1% de preferencias (221 elecciones), seguido del acceso gratuito a las actividades culturales que tiene un 21,9% de preferencias (179 elecciones), y en tercer lugar una mayor inversión por parte del Gobierno en este tema, que alcanza el 19,8% de las preferencias (162 elecciones).

## 8.- Tratamiento del tema de la Cultura por Gobiernos de la Concertación.

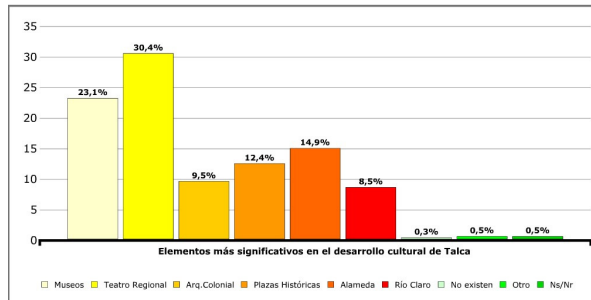


¿Cómo cree usted que los distintos gobiernos de la concertación han tratado el tema de la cultura?

		Frequency	Percent
Valid	Lo han tratado muy bien	25	6,3
	Lo han tratado bien	158	40,1
	Lo han tratado de forma regular	131	33,2
	Lo han tratado de mala manera	32	8,1
	Lo han tratado de muy mala manera	6	1,5
	Ns/Nr	42	10,7
Total		394	100,0

Frente a la pregunta sobre el tratamiento de la temática cultural por los últimos Gobiernos de la Concertación, los encuestados manifiestan en un 40,1% de los casos (158 personas) que “lo han tratado bien”, seguido de un 33,2% de casos (131 personas) que dicen que “lo han tratado regular”; esto explicaría en parte el hecho de que las personas hayan dicho anteriormente de que ha existido un aumento en el acceso a la cultura en los últimos 2 años pero que sin embargo hay aspectos a los cuales hay que prestar atención, como los que se mostraban en el gráfico inmediatamente anterior. En resumen, la percepción de las personas es que el acceso a actividades culturales ha crecido, pero siguen existiendo aspectos a los cuales las autoridades que trabajan el tema deben prestarle atención, como por ejemplo el difundir entre la ciudadanía la Política Cultural Regional para obtener una mayor información, aún cuando –ya vimos– éste no es un factor de decisión para la participación en proyectos o iniciativas culturales.

## 9.- Elementos más significativos en el desarrollo cultural de la comuna durante los últimos 2 años.



Significativos Frequencies

Elementos Significativos <sup>a</sup>	Responses		Percent of Cases
	N	Percent	
Los museos presentes en nuestra comuna	200	23,1%	54,3%
El teatro regional del Maule	263	30,4%	71,5%
Nuestra arquitectura colonial	82	9,5%	22,3%
Las plazas de connotación histórica	107	12,4%	29,1%
La Alameda de nuestra ciudad	129	14,9%	35,1%
El sector del río Claro	74	8,5%	20,1%
No existen referentes culturales	3	,3%	,8%
Otro	4	,5%	1,1%
Ns/Nr	4	,5%	1,1%
<b>Total</b>	<b>866</b>	<b>100,0%</b>	<b>235,3%</b>

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

La pregunta hace mención a la opinión de los habitantes de Talca sobre cuáles a su juicio son los aspectos más significativos para el desarrollo cultural de la ciudad en los últimos años. Destaca en primer lugar con un 30,4% de las preferencias (263 elecciones) el Teatro Regional como un referente dentro del acontecer cultural en el último tiempo para la ciudad; le sigue en orden de importancia los Museos presentes en la comuna con un 23,1% de las preferencias (200 elecciones), y en tercer lugar la valoración de la Alameda de Talca como aspecto cultural significativo con un 14,9% de las preferencias (129 elecciones). Destaca también el bajo porcentaje de personas que eligió dentro de las alternativas la arquitectura colonial de la comuna como valor significativo cultural, que equivale al 9,5% de preferencias (82 elecciones).

**10.- Calificación de las dimensiones del accionar cultural en la comuna.**



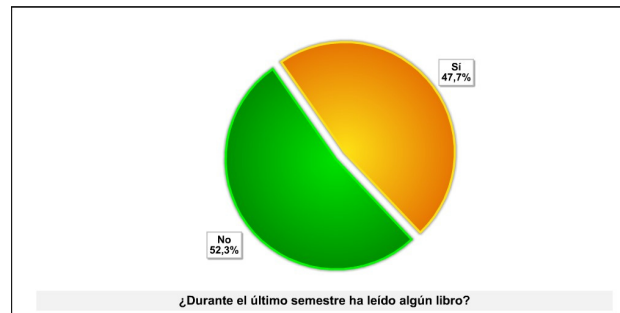
**Statistics**

	Oferta de actividades	Precios de espectáculos	Calidad de los espectáculos o actividades	Publicidad de las actividades o espectáculos	Planificación de los espectáculos o actividades	Lugar de realización de espectáculos o actividades
Mean	4.8	4.0	5.4	4.5	4.8	5.8

Se presenta en el gráfico y tabla anterior la evaluación promedio por parte de los encuestados con respecto a diversas dimensiones en el acontecer cultural de la comuna. Destaca la evaluación que se le otorga al lugar de realización los espectáculos o actividades, con un promedio de 5,8, en la cual puede tener una incidencia importante la presencia del Teatro Regional como lugar en donde se han realizado diversos eventos de importancia nacional, y que viene a reafirmar el gráfico anterior sobre los elementos más significativos en el desarrollo cultural en los 2 últimos años. La segunda nota más alta es la evaluación de la calidad de los espectáculos o actividades culturales (5,4 promedio), que está también en directa relación con el lugar de realización que vendría a ser el Teatro Regional, tal como se mostró en el gráfico anterior. La calificación más baja es en relación a los precios de los espectáculos o actividades, lo que puede ser explicado a que todavía no está conceptualizado el gasto de una parte del ingreso de los encuestados en este tipo de eventos, lo que se mostró anteriormente en cuanto a que la mayoría indica que gasta menos del 10% de sus ingresos en actividades de este tipo.

## 11.- Consumo Cultural: Literatura.

### 11.1.- ¿Durante el último semestre ha leído algún libro?

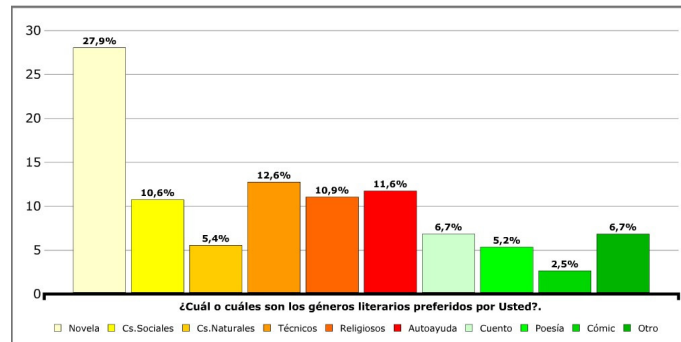


¿Durante el último semestre ha leído algún libro?

	Frequency	Percent
Valid Si	188	47,7
No	206	52,3
Total	394	100,0

El gráfico muestra la distribución del índice de lectura tomando como período a los últimos 6 meses, en donde un 47,7% de los encuestados (188 personas) indica haber leído algún libro en ese período, mientras que el 52,3% de los encuestados (206 personas) no lo ha hecho en el mismo período. Ante la pregunta si el sexo es un factor determinante para ser lector, hecho el test de chi-cuadrado sobre independencia de ambas variables (sexo-lectoría), se obtiene que  $p > 0,05$  por lo que no existe asociación significativa entre sexo e índice de lectura, lo que quiere decir que ser hombre o mujer es independiente de leer o no leer. Haciendo la pregunta sobre si los ingresos determinan el hecho de leer, con las categorías de ingresos bajos (menos de \$270.000), ingresos medios (\$270.000 a \$500.000) e ingresos altos (\$500.000 y más), se obtiene que  $p < 0,05$  por lo tanto existe asociación significativa y el nivel de ingresos de los encuestados está asociado con la lectura.

### 11.2.- ¿Cuál o cuáles son los géneros literarios preferidos por Usted?.



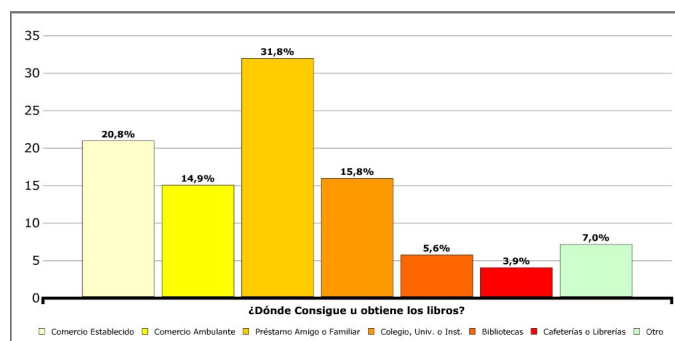
\$genero Frequencies

Género Literario <sup>a</sup>	Responses		Percent of Cases
	N	Percent	
Novelas	113	27,9%	59,2%
Ciencias Sociales	43	10,6%	22,5%
Ciencias Naturales	22	5,4%	11,5%
Técnicos	51	12,6%	26,7%
Religiosos	44	10,9%	23,0%
De autoayuda	47	11,6%	24,6%
Cuentos	27	6,7%	14,1%
Poesías	21	5,2%	11,0%
Comics	10	2,5%	5,2%
Otro	27	6,7%	14,1%
Total	405	100,0%	212,0%

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

El gráfico muestra la distribución de la preferencia de géneros literarios sobre la base de las personas que declararon haber leído en los últimos 6 meses; de ellos se puede observar que en primer lugar de preferencias con un 27,9% está la novela, seguida de los libros de tipo técnico que alcanzan el 12,6% de las preferencias y en tercer lugar los libros de autoayuda con un 11,6%. Si se estratifica por sexo, se puede observar que en el caso de las Novelas, son las mujeres las que más prefieren este género literario, mientras que los que eligen libros de tipo Técnico son en su mayoría Hombres, y para el caso de libros de Autoayuda quienes más prefieren este tipo de lectura son Mujeres. En relación a los grupos de edad, las Novelas son preferidas mayormente por personas entre 30-41 años, al igual que los libros de tipo Técnico y los libros de Autoayuda.

### 11.3.- ¿Dónde consigue u obtiene los libros?



Acceso Frecuencias

		Responses		Percent of Cases
		N	Percent	
Lugar en que adquiere los libros <sup>a</sup>	Los compro en el comercio establecido	74	20,8%	38,7%
	Los compro en el comercio ambulante	53	14,9%	27,7%
	Se los presta algún amigo o familiar	113	31,8%	59,2%
	Los pide prestado en su colegio, Universidad o Instituto	56	15,8%	29,3%
	Los lee en las bibliotecas de la comuna	20	5,6%	10,5%
	Los lee en las cafeterías de las librerías	14	3,9%	7,3%
	Otro	25	7,0%	13,1%
Total		355	100,0%	185,9%

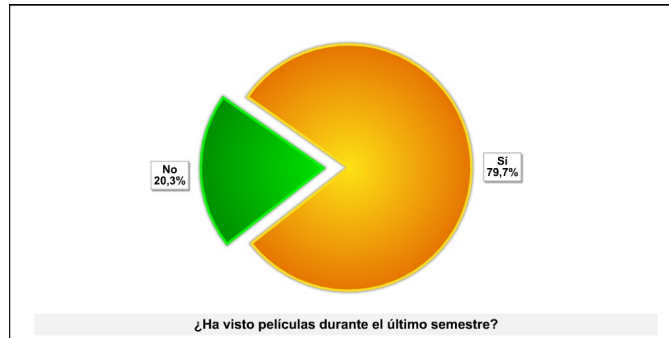
a. Dichotomy group tabulated at value 1.

El gráfico muestra las preferencias en cuanto a la forma en que obtienen los libros los encuestados, sobre la base de las personas que efectivamente han leído algún libro en los últimos 6 meses. Se puede advertir que la forma principal de obtención de textos es a través del préstamo de un amigo o familiar, que alcanza el 31,8% de preferencias, seguido en segundo lugar de quienes los compran en el comercio establecido que alcanza el 20,8% de las preferencias y en tercer lugar quienes los consiguen en algún centro educativo a través de préstamo, que alcanza el 15,8% de las preferencias. Es interesante destacar que en un cuarto lugar de preferencias aparece el adquirir libros a través del comercio ambulante con un 14,9% de las preferencias.



## 12.- Consumo Cultural: Cine

### 12.1.- ¿Ha visto películas o cine durante el último semestre?

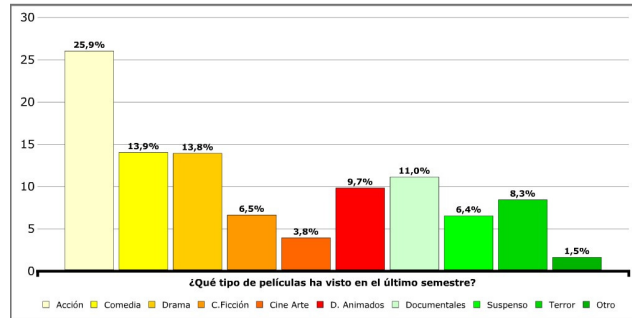


¿Durante el último semestre ha visto películas?

		Frequency	Percent
Valid	Si	314	79,7
	No	80	20,3
Total		394	100,0

El gráfico muestra el consumo de películas durante el último semestre en opinión de los encuestados. Se puede observar que en su amplia mayoría las personas indican que sí han visto películas durante los últimos 6 meses, alcanzando el 79,7% del total de encuestados (314 personas), mientras que un 20,3% (80 personas) indica que no lo ha hecho. Al igual que en el caso de la lectura, se realizó un test de chi-cuadrado entre esta variable y el sexo del encuestado, arrojando un  $p > 0,05$  concluyendo por lo tanto que ambas variables son independientes y por lo tanto no hay una asociación significativa entre ser hombre o mujer y haber consumido cine o películas en los últimos 6 meses. En el caso de la relación entre sector de ingresos y consumo de cine o películas se obtiene un  $p < 0,05$  por lo tanto se concluye que existe una asociación significativa entre ingreso económico y el haber visto cine o películas en el último semestre. En el caso de la edad, las personas que dicen haber visto algún de películas durante los últimos 6 meses se encuentran en los 2 primeros grupos de edad (18-29 y 30-41 años), con una ligera preponderancia en el primer grupo de edad (32,8% y 32,2% respectivamente).

## 12.2.- ¿Qué tipo de películas o cine ha visto en el último semestre?



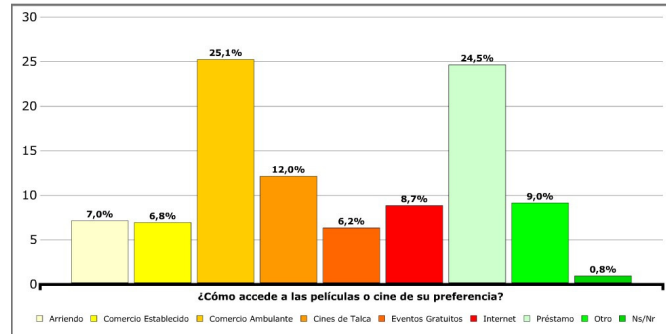
\$tipo Frecuencias

Tipo de Películas <sup>a</sup>	Responses		Percent of Cases
	N	Percent	
Acción	184	25,1%	58,4%
Comedia	102	13,9%	32,4%
Drama	101	13,8%	32,1%
Ciencia Ficción	48	6,5%	15,2%
Cine Arte	28	3,8%	8,9%
Dibujos animados	71	9,7%	22,5%
Documentales	81	11,0%	25,7%
Suspenso	47	6,4%	14,9%
Terror	61	8,3%	19,4%
Otro	11	1,5%	3,5%
Total	734	100,0%	233,0%

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

Sobre la base de las personas que contestaron que sí habían visto algún tipo de películas durante el último semestre se construye el gráfico anterior; aquí podemos visualizar que los 3 géneros de mayor preferencia son el de Acción en primer lugar, con un 25,1% de las preferencias, seguido por el Drama con un 13,8% y la Comedia con un 13,9%. En relación a la variable sexo del encuestado, y en el caso del cine de tipo Acción, éste es preferido mayoritariamente por los hombres, mientras que las películas de tipo Drama son preferidas en su mayoría por las mujeres, lo mismo que las películas del tipo Comedia. En el caso de los grupos de edad, no se observa distinción entre los 3 primeros tipos de géneros de cine preferidos por las personas encuestadas, encontrándose todos ellos (Acción, Drama y Comedia) en el primer grupo de edad (18-29 años).

### 12.3.- ¿Cómo accede a las películas o cine de su preferencia?



\$ugar Frequencies

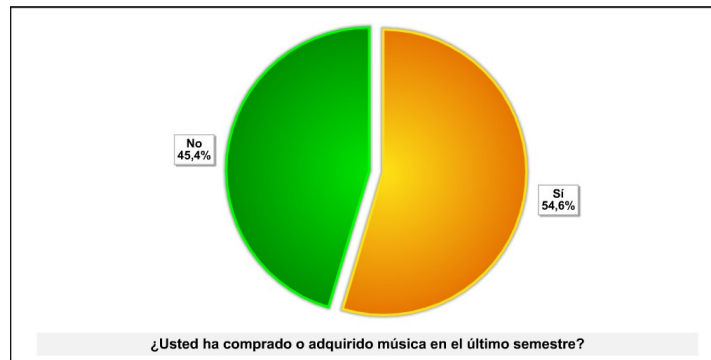
		Responses		Percent of Cases
		N	Percent	
¿Cómo accede a las películas? <sup>a</sup>	Las arriendo en las tiendas especializada	42	7,0%	13,5%
	Las compro en el comercio establecido	41	6,8%	13,1%
	Las compro en el comercio ambulante	151	25,1%	48,4%
	Voy a los cines presentes en Talca	72	12,0%	23,1%
	Voy a los eventos gratuitos que se produ	37	6,2%	11,9%
	Las bajo por internet	52	8,7%	16,7%
	Las presto o intercambio con familia o a	147	24,5%	47,1%
	Otro	54	9,0%	17,3%
	Ns/Nr	5	,8%	1,6%
Total	601	100,0%	192,6%	

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

Frente a la pregunta sobre la forma de acceder a las películas o cine de su preferencia, se puede observar que la alternativa más marcada es la de comprarlas en el comercio ambulante, que alcanza el 25,1% de las preferencias, seguida del préstamo por algún amigo o familiar que alcanza el 24,5% de las preferencias y en tercer lugar asistir a los diversos cines que existen en la ciudad, que alcanza el 12% de las preferencias. Destaca en este gráfico la opción de bajar las películas por internet que ocupa es marcada por el 8,7% de los encuestados.

### 13.- Consumo Cultural: Música.

#### 13.1.- ¿Usted ha comprado o adquirido música en el último semestre?.

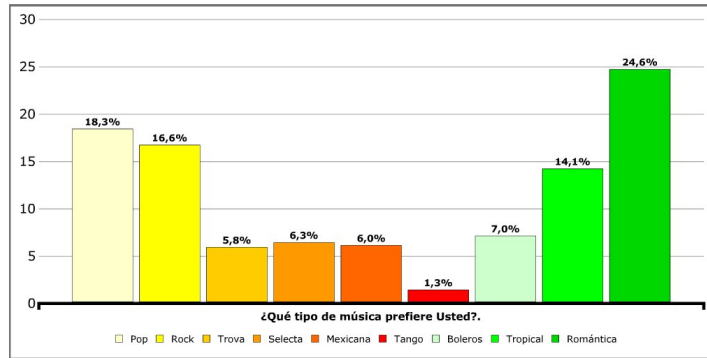


¿Usted ha comprado o adquirido música durante los últimos seis meses?

		Frequency	Percent
Valid	Si	215	54,6
	No	179	45,4
	Total	394	100,0

El gráfico muestra la distribución en cuanto a si el encuestado ha adquirido música durante el último semestre, indicando en un 54,6% de los casos que sí lo ha hecho (215 personas), y en un 45,4% que no lo ha hecho (179 personas). Al igual que para el caso de lectoría y de consumo de cine, quisimos averiguar si la variable sexo está relacionada con la respuesta, encontrando que  $p > 0,05$  por lo tanto no existe asociación significativa entre ambas variables, por lo tanto el ser hombre o mujer no incide en adquirir o comprar música. Para el caso del ingreso del encuestado, el análisis arrojó  $p > 0,05$  por lo tanto tampoco el ingreso es un factor que determine la adquisición de música. En el caso de la edad,  $p < 0,05$  por lo tanto la edad sí es un factor que esté relacionado con el hecho de adquirir música por parte del encuestado, encontrándose que el grupo etáreo que más consume música es el de las personas entre 18-29 años de edad mostrándose valores bajos en el resto de los grupos considerados en el análisis.

### 13.2.- ¿Qué tipo de música prefiere Usted?.



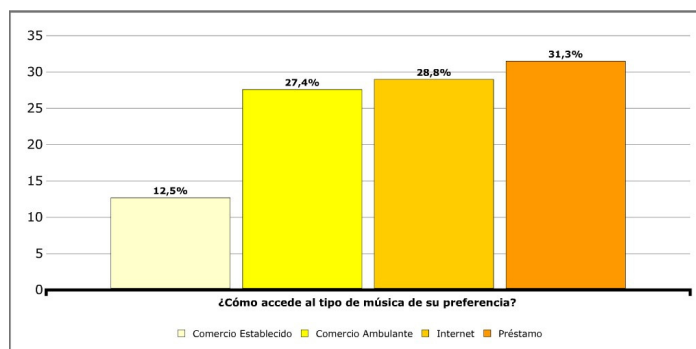
\$tipo Frequencies

Tipo de Música <sup>a</sup>	Responses		Percent of Cases
	N	Percent	
Pop	73	18,3%	35,3%
Rock	66	16,6%	31,9%
Trova	23	5,8%	11,1%
Selecta	25	6,3%	12,1%
Mexicana	24	6,0%	11,6%
Tango	5	1,3%	2,4%
Boleros	28	7,0%	13,5%
Tropical	56	14,1%	27,1%
Romántica	98	24,6%	47,3%
Total	398	100,0%	192,3%

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

El gráfico muestra las preferencias musicales de las personas que dijeron haber consumido o adquirido música en los últimos 6 meses. En primer lugar de preferencias se encuentra la música de estilo Romántica que tiene un 24,6% de preferencias, seguida de la música estilo Pop con un 18,3% y en tercer lugar la música Rock con un 16,6%; aparece en un cuarto lugar la música estilo Tropical con un 14,1% de preferencias. De acuerdo a la variable sexo, se puede apreciar que la música de estilo Romántica es preferida ampliamente por las mujeres, mientras que la música de estilo Pop es preferida en su mayoría por los hombres al igual que el Rock y la música de tipo Tropical. En cuanto a las preferencias por edad, al realizar los cruces se puede apreciar que la música de tipo Romántica es apreciada en su mayoría por personas entre los 18-29 años de edad, al igual que el Pop y el Rock que casi en el 50% de los casos es preferido por este grupo de edad.

### 13.3.- ¿Cómo accede al tipo de música de su preferencia?



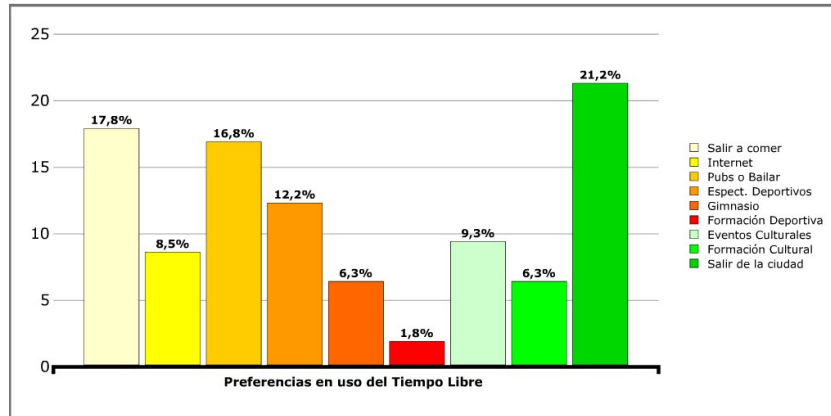
\$como Frecuencias

		Responses		Percent of Cases
		N	Percent	
Formas de acceso <sup>a</sup>	Las compro en el comercio establecido	46	12,5%	21,9%
	Las compro en el comercio ambulante	101	27,4%	48,1%
	Las bajo por internet	106	28,8%	50,5%
	Las presto o intercambio con familia o a	115	31,3%	54,8%
Total		368	100,0%	175,2%

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

En relación a las formas de acceso a la música de preferencia de los encuestados que dijeron haber adquirido música en los últimos 6 meses, se puede apreciar en primer lugar que lo hacen a través de préstamo por parte de familiares o amigos con un 31,3% de preferencias, seguido en segundo lugar por aquellos que utilizan internet para adquirir su música, esencialmente “bajando” música en programas para compartir (kazaa, emule, ares, etc.) que alcanza el 28,8% de preferencias, y en tercer lugar las personas que compran música en el comercio ambulante que alcanza el 27,4% de las preferencias. Destaca por encontrarse en último lugar de preferencias las personas que compran la música de su preferencia en el comercio establecido, que sólo alcanza al 12,5% de las preferencias.

## 14.- Tiempo Libre: Preferencias.



\$tlibre Frequencies

Actividades Preferidas	Responses	Responses		Percent of Cases
		N	Percent	
Salir a comer		111	17,8%	35,4%
Navegar por Internet		53	8,5%	16,9%
Asistir a Pub's o salir a Bailar		105	16,8%	33,4%
Asistir a espectáculos deportivos		76	12,2%	24,2%
Ir al Gimnasio o Spa		39	6,3%	12,4%
Clases de formación deportiva		11	1,8%	3,5%
Asistir a eventos culturales		58	9,3%	18,5%
Clases formativas de corte cultural		39	6,3%	12,4%
Salir fuera de la Ciudad		132	21,2%	42,0%
Total		624	100,0%	198,7%

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

El gráfico muestra las preferencias de uso del tiempo libre de los encuestados; se puede apreciar que en su mayoría al momento de utilizar el tiempo libre, las personas optan por salir fuera de la ciudad, que alcanza el 21,2% de las preferencias; le sigue en segundo lugar salir a comer con un 17,8% de las preferencias y en tercer lugar asistir a pub's o salir a bailar con un 16,8%; en cuarto lugar se ubica asistir a espectáculos deportivos con un 12,2% de las preferencias. Es interesante constatar que en el caso de asistir a eventos culturales, ésta opción se ubica en el quinto lugar de preferencias, con un 9,3% de personas que la señalan. Si se realiza un cruce de esta variable con el sexo del encuestado, se obtiene que en el caso de las personas que optan por salir de la ciudad, éstas son en su

mayoría mujeres, mientras que para el caso de las personas que optan por salir a comer, existe una distribución equitativa entre hombres y mujeres, con un ligero predominio de hombres que marcan esta opción; en el caso de las personas que optan por asistir a pub's o salir a bailar, esta es una alternativa marcadamente masculina. Ahora bien, si esta variable se cruza con la edad de los encuestados, se obtiene que las personas que optan por salir de la ciudad son en su mayoría personas de 30-41 años de edad, mientras que para el caso de las personas que utilizan su tiempo libre en salir a comer ésta opción tiene una proporción idéntica entre las personas entre 18-29 años y entre 30-41 años; la opción marcada en tercer lugar que es asistir a pub's o salir a bailar se muestra como una opción marcadamente preferida por el segmento que se encuentra entre los 18-29 años de edad.