



“2007 - Año de la Seguridad Vial”

**Universidad Nacional de Cuyo
Rectorado**

MENDOZA, 10 de septiembre de 2007

VISTO:

El Expediente N° 1-258/2007, donde la Coordinación del Área de Vinculación y Territorialización, dependiente del Vicerrectorado de esta Casa de Estudios, eleva las actuaciones referidas al Convenio Específico suscripto entre esta Universidad y el Instituto de Desarrollo Industrial, Tecnológico y de Servicios (IDITS), y

CONSIDERANDO:

Que, mediante el citado Convenio, la Universidad Nacional de Cuyo, a través del Área de Vinculación y Territorialización, desarrollará por encargo del IDITS los siguientes estudios sobre la Provincia de Mendoza: de la oferta de industrias culturales y de canales de distribución de productos de industrias culturales; de consumo cultural y uso del tiempo libre en Mendoza y de consumo institucional de productos de industrias culturales.

Que la Dirección de Asuntos Jurídicos del Rectorado, en su Dictamen N° 258/2007 obrante a fs. 44, destaca que, en razón de la naturaleza pública de los recursos que ingresan al patrimonio de la Universidad –cualquiera sea la afectación específica de los mismos– éstos quedan sujetos a las normas generales de administración financiera (Artículo 59 de la Ley N° 24.521, Ley N° 24.156 y Artículo 164 y concordantes del Estatuto Universitario).

Que el IDITS se compromete a ingresar los fondos correspondientes a los fines de financiar las distintas etapas del proyecto.

Que la Secretaría Económico-Financiera del Rectorado sugiere, a fs. 50, con el fin de viabilizar los procedimientos pertinentes, encuadrar las acciones a desarrollar para el cumplimiento del convenio en el marco de la Ordenanza N° 36/2004-C.S., por la cual se creó en el ámbito de esta Casa de Estudios un incentivo a la investigación, la innovación, el desarrollo, la extensión, la transferencia y al asesoramiento técnico, entre otros, para el personal docente y no docente de esta Universidad, cualquiera sea la categoría o nivel educativo en el que se desempeñe.

Que los fondos a recepcionar serán imputados a la red programática del Fondo Universitario para el Desarrollo Nacional y Regional (FUNDAR).

Que, a tal efecto, a fs. 51, la Coordinación de FUNDAR solicita autorización para realizar un incremento presupuestario de \$ 63.200,00 para dar cumplimiento al convenio específico, incluido en el Programa de Mejoramiento Universitario de la Universidad Nacional de Cuyo, elaborado en el marco del Contrato-Programa Plurianual firmado entre la Secretaría de Políticas Universitarias del Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología de la Nación y la Universidad Nacional de Cuyo, el 27 de diciembre de 2005 y aprobado por Resolución N° 167/2006-C.S.

Que, asimismo, informa los códigos a los que deberá imputarse el presente gasto, que supone una contrapartida para la ejecución del proyecto mencionado.

Res. N° 295

/.



“2007 - Año de la Seguridad Vial”

**Universidad Nacional de Cuyo
Rectorado**

-2-

./

Que, tratado el tema por la Comisión de Docencia y Concursos de este Consejo Superior, la misma sugiere aprobar el convenio y, en cuanto a la selección de encuestadores, recomienda articular con la Secretaría de Asuntos Estudiantiles y con los Centros de Estudiantes de cada Unidad Académica.

Por ello, atento a lo expuesto, lo informado por la Secretaría de Relaciones Institucionales, lo dictaminado por la Dirección de Asuntos Jurídicos del Rectorado y por la Comisión de Docencia y Concursos, lo establecido en la Ordenanza N° 18/2006-C.S. y en el Artículo 21, Inciso m) del Estatuto Universitario y lo aprobado por este Cuerpo en su sesión del 29 de agosto de 2007,

EL CONSEJO SUPERIOR DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE CUYO
RESUELVE:

ARTÍCULO 1°.- Aprobar el Convenio Específico suscripto entre esta Universidad y el INSTITUTO DE DESARROLLO INDUSTRIAL, TECNOLÓGICO Y DE SERVICIOS (IDITS), mediante el cual la Universidad Nacional de Cuyo, a través del Área de Vinculación y Territorialización, desarrollará por encargo del IDITS las siguientes actividades sobre la Provincia de Mendoza: Estudio de la oferta de industrias culturales y de canales de distribución de productos de industrias culturales; Estudio de consumo cultural y uso del tiempo libre en Mendoza y Estudio de consumo institucional de productos de industrias culturales, cuyo texto obra en el Anexo I de la presente resolución que consta de VEINTICUATRO (24) hojas.

ARTÍCULO 2°.- Incluir el presente Convenio Específico en los alcances de la Ordenanza de incentivos N° 36/2004-C.S.

ARTÍCULO 3°.- Recomendar, en lo que se refiere a los encuestadores mencionados a fs. 10 del Anexo I de la presente resolución, articular con la Secretaría de Asuntos Estudiantiles y con los Centros de Estudiantes, para la selección de encuestadores entre los estudiantes de cada Unidad Académica.

ARTÍCULO 4°.- El gasto que demande la aplicación del presente Convenio Específico por parte de la Universidad Nacional de Cuyo se atenderá con el Fondo Universitario para el Desarrollo Nacional y Regional (FUNDAR), debiendo imputarse de la siguiente manera: 94-00-12-54-06-00-01-00-03-05-21-1-3-4.

ARTÍCULO 5°.- Comuníquese e insértese en el libro de resoluciones del Consejo Superior.

Lic. Graciela González de Díaz Araujo
Secretaria de Relaciones Institucionales
Universidad Nacional de Cuyo

Dra. María Victoria Gómez de Erice
Rectora
Universidad Nacional de Cuyo

RESOLUCIÓN N° 295

jog
Específico IDITS 1 (convenio)



“2007 - Año de la Seguridad Vial”

Universidad Nacional de Cuyo
Rectorado

ANEXO I

-1-

CONVENIO ESPECÍFICO

Entre la **Universidad Nacional de Cuyo**, representada por su Vicerrector a cargo del Rectorado (Res. 1087/2007-R.), Ing. Agr. **Arturo Roberto SOMOZA**, en adelante la UNCuyo, y el **Instituto de Desarrollo Industrial, Tecnológico y de Servicios**, representado en este acto por la Sra. Presidente de su Directorio, Ing. **Laura Montero**, en adelante el IDITS, convienen celebrar el siguiente convenio específico.

PRIMERO: La UNCuyo, a través del Área de Vinculación y Territorialización, dependiente del Vicerrectorado, desarrollará por encargo del IDITS, las siguientes actividades sobre la Provincia de Mendoza, con los costos que se detallan, y de acuerdo con las propuestas adjuntas, que forman parte del Convenio, y que ambas partes aceptan integralmente.

ACTIVIDAD	EQUIPO RESPONSABLE	COSTO
1. Estudio de la oferta de industrias culturales y Estudio de canales de distribución de productos de industrias culturales	Programa de Desarrollo Local UNCuyo	\$ 30.000
2. Estudio de consumo cultural y uso del tiempo libre en Mendoza	Lic. Marcelo Padilla y otros/as	\$ 20.700
3. Estudio de consumo institucional de productos de industrias culturales	Lic. Marcelo Padilla y otros/as	\$ 12.500

SEGUNDO: El cronograma de las etapas y productos que los equipos responsables entregarán al IDITS está especificado en los proyectos que cada uno de ellos le presentó, que acepta en su totalidad, y que forman parte del presente convenio, de acuerdo con el siguiente detalle:

Anexo 1	PROYECTO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADO DE INDUSTRIAS CULTURALES EN LA PROVINCIA DE MENDOZA
Anexo 2	PRESUPUESTO DESAGREGADO ÁREA VINCULACIÓN Y TERRITORIALIZACIÓN ESTUDIO DE LA OFERTA DE INDUSTRIAS CULTURALES Y ESTUDIO DE CANALES DE DISTRIBUCIÓN DE PRODUCTOS DE INDUSTRIAS CULTURALES
Anexo 3	PRESUPUESTO EQUIPO LIC. MARCELO PADILLA Y OTROS
Anexo 4	PROPUESTA DE ESTUDIO: CONSUMO INSTITUCIONAL DE PRODUCTOS DE INDUSTRIAS CULTURALES
Anexo 5	PROPUESTA DE ESTUDIO: CONSUMO CULTURAL Y USO DEL TIEMPO LIBRE EN MENDOZA

TERCERO: La forma de pago y su cronograma son:

ACTIVIDAD	CONDICIONES	MONTO
1. Estudio de la oferta de industrias culturales y Estudio de canales de distribución de productos de industrias culturales.	Primer pago: En un plazo máximo de siete días de la comunicación fehaciente por parte del IDITS de la fecha de inicio de la actividad	\$ 6.000
	Segundo pago: Contra entrega del Informe Parcial 1 (Validación de Formulario Estudio de la Oferta, Validación de Formulario Estudio de Canales de Distribución)	\$ 10.500
	Tercer pago: Contra entrega del Informe Final del Estudio de la oferta y Estudio de canales de distribución.	\$ 13.500



“2007 - Año de la Seguridad Vial”

**Universidad Nacional de Cuyo
Rectorado**

ANEXO I

-2-

2. Estudio de consumo cultural y uso del tiempo libre en Mendoza	Primer pago: En un plazo máximo de siete días de la comunicación fehaciente por parte del IDITS de la fecha de inicio de la actividad	\$ 4.140
	Segundo pago: Contra entrega del Informe Parcial 1 (Validación de Formulario Estudio de consumo cultural y uso del tiempo libre)	\$ 7.245
	Tercer pago: Contra entrega del Informe Final de Estudio de consumo cultural y uso del tiempo libre.	\$ 9.315
3. Estudio de consumo institucional de productos de industrias culturales	Primer pago: En un plazo máximo de siete días de la comunicación fehaciente por parte del IDITS de la fecha de inicio de la actividad	\$ 2.500
	Segundo pago: Contra entrega del Informe Parcial 1 (Validación de formulario Estudio de consumo institucional de productos de industrias culturales)	\$ 4.375
	Tercer pago: Contra entrega del Informe Final de Estudio de consumo institucional de productos de industrias culturales.	\$ 5.625

CUARTO: Toda la información relativa al avance y desarrollo del Estudio será mantenida en reserva por ambas partes hasta tanto el IDITS autorice su difusión.

QUINTO: La supervisión general del Proyecto, por parte de la UNCuyo, estará a cargo del Coordinador del Área de Vinculación, Prof. Adolfo ARIZA, y, por parte del IDITS, de su Gerente, Lic. Carlos DAPARO.

SEXTO: La propiedad intelectual de los trabajos será de ambas partes. En todas las publicaciones vinculadas al estudio objeto del presente Convenio, deberá hacerse mención de las partes intervinientes.

SÉPTIMO: Las partes fijan los siguientes domicilios para cualquier efecto derivado del presente Convenio: la UNCuyo en Centro Universitario, Ciudad de Mendoza y el IDITS en Julián Barraquero 130, Ciudad de Mendoza.

Se firma el presente en Mendoza, a los 8 días del mes de agosto de 2.007, en dos ejemplares de un mismo tenor y a un solo efecto.

Ing. Agr. Arturo Roberto Somoza
Vicerrector a/c del Rectorado
Universidad Nacional de Cuyo

Ing. Laura Montero
Presidente del Directorio
Instituto de Desarrollo Industrial, Tecnológico y
de Servicios (IDITS)

Lic. Graciela González de Díaz Araujo
Secretaria de Relaciones Institucionales
Universidad Nacional de Cuyo

Dra. María Victoria Gómez de Erice
Rectora
Universidad Nacional de Cuyo



“2007 - Año de la Seguridad Vial”

**Universidad Nacional de Cuyo
Rectorado**

ANEXO I

-3-

ANEXO 1

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADO DE INDUSTRIAS CULTURALES
EN LA PROVINCIA DE MENDOZA
RESPONSABLE: MINISTERIO DE ECONOMÍA – IDITS
PROPUESTA DE TRABAJO: AREA VINCULACIÓN Y TERRITORIALIZACIÓN.
UNCUYO**

1) ESTUDIO DE LA OFERTA DE INDUSTRIAS CULTURALES

OBJETIVOS ESPECIFICOS:

- A) Elaborar una base de datos de empresas por subsector (audiovisual, editorial y fonográfica) de industria cultural. (datos confidenciales y no confidenciales).
- B) Elaborar un informe caracterizando a los subsectores (audiovisual, editorial y fonográfica) de la Industria Cultural, identificando las posibilidades de desarrollo y crecimiento de las empresas en función de la evolución del mercado.

INDICADORES DE RESULTADO:

- Base de datos de empresas de la Industria Cultural por subsector.
- Informe sobre características generales y económico-sociales de las empresas (bienes y servicios ofrecidos y sus características, tamaño según facturación, forma jurídica, mercado, tecnología, recursos humanos, gestión organizacional, etc.) en relación a los subsectores de la Industria Cultural en la Provincia.
- Informe sobre las posibilidades de desarrollo y crecimiento de las empresas de la Industria Cultural considerando etapa de desarrollo del mercado y estructura del mismo.

2) ESTUDIO DE CANALES DE DISTRIBUCIÓN DE PRODUCTOS DE INDUSTRIAS CULTURALES

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- A) Identificar los canales de distribución en la Provincia por tipo de producto y subsector al que corresponde.
- B) Analizar la participación de los distintos canales en la distribución de los productos de industrias culturales.
- C) Conocer a través del análisis de los canales de distribución las características del consumo (segmentación por precio, por tipo, por soporte, etc.).

INDICADORES DE RESULTADO

- Listado de canales de distribución por tipo de producto y subsector al que pertenece.
- Informe sobre las características (participación en las ventas, estrategias de comercialización, capacidad de adaptación de vendedores a nuevos hábitos de consumo, etc.) de los canales de distribución de productos culturales, por tipo de producto en cada subsector de la Industria Cultural.
- Informes sobre las características de los canales de distribución de productos culturales, por tipo de producto en cada subsector de la Industria Cultural considerando aspectos tales como la participación en las ventas, estrategias de comercialización, capacidad de adaptación de vendedores a nuevos hábitos de consumo, entre otros.

Res. N° 295



“2007 - Año de la Seguridad Vial”

**Universidad Nacional de Cuyo
Rectorado**

ANEXO I

-4-

ACTIVIDADES (se desarrollarán paralelamente para ambos estudios)

ACTIVIDAD I: LISTADOS DE INDUSTRIAS CULTURALES Y CANALES DE DISTRIBUCIÓN

TAREAS:

1. Identificar la existencia de industrias culturales y canales de distribución en la Provincia a partir de la obtención de bases de datos generadas por el Censo Económico, Censo Industrial, Foros Culturales, Referentes Calificados, Cámaras, Asociaciones, etc.
2. Definir las características de los subsectores a analizar (audiovisual, editorial, fonográfica).
3. Elaborar un listado de industrias culturales y canales de distribución de la Provincia identificando características básicas (subsector, productos y servicios producidos o comercializados, localidad, dirección, teléfono, persona de contacto, etc.)
4. Generar los contactos con empresarios, actores del sector y dueños de locales comerciales para informar sobre la propuesta
5. Mapeo departamental de industrias culturales y canales de distribución en la Provincia
6. Reconocimiento en terreno de listados elaborados para constatar datos.

ACTIVIDAD II: DISEÑO DE INSTRUMENTOS DE MEDICIÓN

TAREAS

1. Determinar las variables a analizar a partir de reuniones con referentes calificados, antecedentes de investigaciones, etc.
2. Definir conceptualmente las variables a utilizar determinando dimensiones e indicadores a medir en relación a las particularidades de cada subsector.
3. Indicar el sistema de categorías de los indicadores.
4. Puesta en común e intercambio de propuestas con referentes calificados para acordar las características de los instrumentos de medición.
5. Prueba piloto de los instrumentos de medición.
6. Análisis de las pruebas piloto.
7. Reajuste de los instrumentos de medición (en caso necesario).
8. Diseño digital de los instrumentos de medición.
9. Impresión de Formularios.
10. Elaboración del libro de códigos.



**Universidad Nacional de Cuyo
Rectorado**

ANEXO I

-5-

ACTIVIDAD III: RELEVAMIENTO. TRABAJO DE CAMPO

TAREAS

1. Elaborar el instructivo para encuestadores y supervisores.
2. Seleccionar encuestadores.
3. Capacitación y evaluación de los encuestadores.
4. Distribuir los formularios, listados y tiempo de entrega del material.
5. Relevar los datos.
6. Supervisar los resultados de cada encuestador.
7. Edición de cuestionarios.
8. Entregar el material por parte de los supervisores al coordinador general.

ACTIVIDAD IV: ANÁLISIS DE DATOS

TAREAS

1. Codificación de datos emergentes en respuestas espontáneas.
2. Elaboración de matrices de datos en software estadístico para las ciencias sociales.
3. Consistencia y carga de datos.
4. Elaboración de Planes de análisis.
5. Presentación de Informes de análisis y conclusiones preliminares.
6. Puesta en común e intercambio de propuestas con responsables del Proyecto
7. Elaboración de Informes finales.
8. Digitalización de informes.
9. Presentación de informes y conclusiones

METODOLOGÍA PARA AMBOS ENFOQUES (oferta y canales de distribución)

Con el objeto de generar una mejor comprensión del sector a estudiar, el análisis estará integrado por un examen exhaustivo de la información y documentación existente, fundamentada en la consulta de fuentes secundarias, analizando particularmente investigaciones generadas en otras Provincias y en datos cuantitativos elaborados por organismos nacionales, consultoras internacionales, etc. Esta etapa se complementará con la aplicación de técnicas cualitativas (entrevistas grupales) a referentes calificados del sector y responsables institucionales a fin de determinar conceptualmente las variables e indicadores a medir en la segunda etapa.

Previamente a la implementación del trabajo de campo, se generará un listado de empresas y canales de distribución por subsector identificando las características básicas, para luego realizar un reconocimiento en terreno con el fin de constatar datos del listado y realizar un mapeo (incluyendo hojas de ruta) de industrias culturales de la Provincia.

A partir de la determinación de indicadores a medir, se diseñará un cuestionario que se aplicará como encuesta piloto a diversos locales (producción, circulación) teniendo en cuenta los subsectores a los que pertenecen; esta instancia permitirá, luego de su análisis, incorporar indicadores y categorías emergentes.



**Universidad Nacional de Cuyo
Rectorado**

ANEXO I

-6-

Una segunda etapa se focalizará en la recolección de información sobre variables e indicadores construidos previamente. El relevamiento se efectuará a través de la aplicación de cuestionarios semiestructurados, con preguntas abiertas y cerradas, teniendo en cuenta las características de funcionamiento de cada subsector. Nuestra unidad de análisis serán los locales que produzcan y permitan la circulación de bienes y/o servicios culturales en la Provincia. El mismo deberá ser completado por empresarios (oferta de bienes y servicios culturales) y comerciantes (canales de distribución); el mismo contendrá ítems que deberán ser completados por el encuestador en las entrevistas cara a cara (datos confidenciales), otros ítems serán completados por empresarios o dueños de locales para luego ser entregado al encuestador (datos no confidenciales).

Paralelamente a la recolección de datos se efectuarán las supervisiones en campo pertinentes, con el fin de asegurar la calidad de los datos registrados por los encuestadores, como también determinar el grado de avance del trabajo de campo. El supervisor además deberá levantar eventuales rechazos durante la etapa de recolección de datos.

El análisis de datos se realizará a partir de la elaboración de una matriz de datos en software estadístico para las ciencias sociales, el mismo estará integrado por análisis estadístico descriptivo (univariado y bivariado) y análisis estadístico inferencial.

Cabe aclarar que ambos estudios se ejecutarán de manera paralela.

Algunas variables e indicadores propuestos para su medición:

1. ESTUDIO DE LA OFERTA DE INDUSTRIAS CULTURALES

BASE DE DATOS / CARACTERIZACIÓN DE LA OFERTA:

- Identificación del local: razón social o nombre y apellido del titular o dueño, nombre del local, dirección, teléfono, correo electrónico, localidad, características físicas del local, etc.
- Actividades económicas: subsector al que pertenece, tecnología disponible, actividad principal y secundaria desarrollada, principal bien o servicio producido o comercializado.
- Recursos humanos empleados: cantidad y calificación, demanda de capacitación.
- Forma jurídica
- Gestión Organizacional: cantidad de personal por sector administrativo, comercial y de producción, participación de gasto en personal (administrativo, comercial y de producción) en costo total operativo, diseño de Organigrama (número de personal empleado en cargo de operario, supervisor, mando medio y gerencia).
- Mercado: cantidad de oferentes y demandantes, experiencias asociativas realizadas en los últimos años, planes de futuras asociaciones, factores principales que inciden en precios según empresas relevadas, participación de los destinos de ventas más importantes en ventas totales.



“2007 - Año de la Seguridad Vial”

**Universidad Nacional de Cuyo
Rectorado**

ANEXO I

-7-

- Posibilidad de desarrollo y crecimiento de las empresas considerando etapa de desarrollo del mercado y estructura de éste: evolución de los ingresos brutos del sector, tasa de crecimiento de las ventas, evolución de la cantidad de productos culturales vendidos, evolución del margen de ganancia, evaluación de maduración del mercado, inversiones realizadas, planes de inversiones futuras, forma de financiamiento generalmente utilizada, experiencias asociativas concretadas y esperadas.
- 2. ESTUDIO DE CANALES DE DISTRIBUCIÓN DE PRODUCTOS DE INDUSTRIAS CULTURALES
 - Participación en las ventas. Este índice permitirá determinar la importancia relativa de los diferentes canales de distribución, productos y subsectores identificados.
 - Determinación de rangos por precio, por tipo de producto, por soporte, otros para identificar segmentos de consumo. También puede aplicarse indicador de ventas para analizar importancia relativa de segmentos.
 - Estrategias de comercialización de las obras editadas localmente: formas de venta, por ejemplo: consignación, experiencias asociativas, alianzas con editoriales, asociación de librerías de Mendoza, servicios post venta, tercerización o no de este servicio.
 - Capacidad de adaptación de vendedores a nuevos hábitos de consumo: Incursión en otros canales de comercialización (Distribuidoras, Internet, etc.). Propuestas para promover la Industria Editorial en Mendoza. Participación en Catálogos con producciones mendocinas. Participación de programas específicos, en el cual se crea un espacio destacado para las producciones locales en las librerías, acompañado por una campaña de publicidad y promoción.

PRESENTACIÓN DE INFORMES:

- Las bases de datos se entregarán en formato digital (SPSS).
- Los informes finales contendrán el análisis de cuadros de resultados y sus interrelaciones, gráficos que sintetizarán la información (generados en SPSS) y las principales conclusiones. Presentación digital e impresa. Exposición oral en caso necesario.



Universidad Nacional de Cuyo
Rectorado

“2007 - Año de la Seguridad Vial”

ANEXO I

-8-

CRONOGRAMA (PARA AMBOS ESTUDIOS)

ACTIVIDADES	TAREAS	TIEMPO ESTIMADO EN SEMANAS																			
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
I	1	█																			
	2	█																			
	3	█	█																		
	4		█	█																	
	5			█																	
	6				█																
II	1			█	█																
	2			█	█																
	3			█	█																
	4				█																
	5					█															
	6						█														
	7							█													
	8								█												
	9									█											
	10										█										



Universidad Nacional de Cuyo
Rectorado

“2007 - Año de la Seguridad Vial”

ANEXO I

-9-

III	1																		
	2																		
	3																		
	4																		
	5																		
	6																		
	7																		
	8																		
IV	1																		
	2																		
	3																		
	4																		
	5																		
	6																		
	7																		
	8																		
	9																		



Universidad Nacional de Cuyo
Rectorado

“2007 – Año de la Seguridad Vial”

ANEXO I

-10-

PRESUPUESTO ESTIMADO PARA AMBOS ESTUDIOS

INSUMOS	DESCRIPCIÓN	SUBTOTAL
MATERIALES DE CONSUMO	Artículos de librería (lápices, gomas, credenciales, casetes, etc.) A CARGO DE IDITS	150
	Artículos de papelería (Resmas de Papel, Carpetas, etc.) A CARGO DE IDITS	300
PASAJES Y VIÁTICOS	Pasajes y Viáticos para Trabajo de Campo	3.000
SERVICIOS NO PERSONALES	Impresión de Instructivos y Formularios A CARGO DE IDITS	300
	Comunicaciones (Telefonía Móvil e Internet) A CARGO DE IDITS	750
SERVICIOS TÉCNICOS Y PROFESIONALES	Relevamiento de datos (\$ 30 por encuesta efectiva, sobre 150 locales aprox.)	4.500
	Organización, Coordinación y Programación	6.000
	Edición y Supervisión del Trabajo de Campo	4.500
	Diseño, Carga y Análisis de Datos (cuali y cuanti)	7.000
	Asesoramiento y Asistencia Técnica	5.000
	Sistematización de la Información y Elaboración de Informes	0
MONTO TOTAL ESTIMADO		31.500

EQUIPO DE INVESTIGACIÓN

Responsable de Ejecución:

Área de Vinculación, Universidad Nacional de Cuyo.

Coordinación General, Análisis de Datos y Elaboración de Informes:

Mariela FIORETTI

María Belén ALVAREZ

Asesoramiento Técnico Estadístico:

Vanina GIRAUDO

Asesoramiento Técnico Económico:

Romina PALAZZO

Asesoramiento Técnico en Análisis de Gestión Organizacional:

Laura ORTEGA

Natalia OROZCO

Coordinación de Relevamientos:

Luciana BORDÓN

Andrea FADUL

Encuestadores: A confirmar.



Universidad Nacional de Cuyo
Rectorado

“2007 – Año de la Seguridad Vial”

ANEXO I

-11-

Anexo 2 **Presupuesto Desagregado Área Vinculación y Territorialización**
Estudio de la Oferta y Canales de Distribución de Productos de Industrias Culturales

SERVICIOS TECNICOS PROFESIONALES	MESES / MONTO					TOTAL
	1	2	3	4	5	
Organización, Coordinación y Programación	1200	1200	1200	1200	1200	6000
Edición y Supervisión del Trabajo de Campo	1125	1125	1125	1125		4500
Diseño, Carga y Análisis de Datos (cuali y cuanti)	1175	1175	1175	1175	2300	7000
Asesoramiento y Asistencia Técnica	1000	1000	1000	1000	1000	5000
Sistematización de la Información y Elaboración de Informes	0	0	0	0	0	0
MONTO TOTAL ESTIMADO	4500	4500	4500	4500	4500	22500

ACTIVIDADES / PERSONAL	MESES / HONORARIOS					TOTAL
	1	2	3	4	5	
Organización, Coordinación y Programación						
FIORETTI, Mariela Silvana	600	600	600	600	600	3000
ALVAREZ, Maria Belen	600	600	600	600	600	3000
SUBTOTAL	1200	1200	1200	1200	1200	6000
Edición y Supervisión del Trabajo de Campo						
BORDON, Luciana Jaquelina	562,5	562,5	562,5	562,5	0	2250
FADUL, Andrea Rosana	562,5	562,5	562,5	562,5	0	2250
SUBTOTAL	1125	1125	1125	1125	0	4500
Diseño, Carga y Análisis de Datos (cuali y cuanti)						
PALAZZO, Lucia Romina	587,5	587,5	587,5	587,5	587,5	2937,5
GIRAUDO, Vanina Jael	587,5	587,5	587,5	587,5	587,5	2937,5
BORDON, Luciana Jaquelina	0	0	0	0	562,5	562,5
FADUL, Andrea Rosana	0	0	0	0	562,5	562,5
SUBTOTAL	1175	1175	1175	1175	2300	7000

Res. N° 295



Universidad Nacional de Cuyo
Rectorado

“2007 – Año de la Seguridad Vial”

ANEXO I

-12-

Asesoramiento y Asistencia Técnica						
ORTEGA, Laura Lorena	500	500	500	500	500	2500
OROZCO, Natalia Anabel Carolina	500	500	500	500	500	2500
SUBTOTAL	1000	1000	1000	1000	1000	5000
TOTAL	4500	4500	4500	4500	4500	22500

OTROS GASTOS	MESES/MONTO					TOTAL
	1	2	3	4	5	
PASAJES Y VIÁTICOS		3000				
Relevamiento de datos(\$ 30 por encuesta efectiva, sobre 150 locales aprox.)		4500				

PASAJES Y VIATICOS*	COSTO UNITARIO (ida y vuelta)	CANTIDAD APROX DE ENCUESTAS	TOTAL
GRAN MENDOZA	3	70	210
ZONA ESTE	14	20	280
ZONA SUR	50	25	1250
ZONA NORTE	9	15	135
VALLE DE UCO	19	20	380
SUBTOTAL APROXIMADO PASAJES			2255
ESTIPENDIO REFRIGERIO	5	150	750
SUBTOTAL APROXIMADO VIATICOS			750
TOTAL			3005

* el monto y la cantidad de encuestas son estimados para cada zona, están sujetos a la elaboración de listados correspondientes



ANEXO I

-13-

Anexo 3

Presupuesto Equipo Lic. Marcelo Padilla y otros

Total presupuesto actual 33200

TRABAJO DE CAMPO	VIATICOS ENCUESTADORES Y SUPERVISORES	2000
	PAGO ENCUESTA 7\$ CADA UNA	4200
	INSUMOS ENC. PAPEL	A CARGO DE IDITS
	PLANOS CATASTRO ACTUALIZADO	A CARGO DE IDITS
	EDITING Lic. Eduardo Traversi	500
	DATA ENTRY Lic. Eduardo Traversi	600
	SUPERVISORES Lic. Eduardo Traversi	500
	SEGURO ENCUESTADORES	400
	HONORARIO JEFE DE CAMPO Lic. Eduardo Traversi	1500
TOTAL GASTOS TRABAJO DE CAMPO	8500	

ANALISIS DE DATOS	INSUMOS PRESENTACIONES	A CARGO DE IDITS
	HONORARIOS REALIZACION MUESTRA E INFORME ESTADISTICO Lic. Lucía Bagini	5000
	HONORARIOS REALIZACION DE CUESTIONARIO E INFORME INTERPRETATIVO Lic. Marcelo Padilla	5000
	ASESORAMIENTO TECNICO ESTADISTICO Ing. Graciela Fasciolo	1000
	TOTAL GASTOS ANALISIS DE DATOS	11000

TOTAL COSTO PROYECTO	20700
-----------------------------	--------------

TRABAJO DE CAMPO	VIATICOS ENCUESTADORES	400
	PAGO ENTREVISTA (30\$ cada una)	1800
	PAGO CONCERTACIÓN DE ENTREVISTA (20\$ cada una)	A CARGO DE IDITS
	DESGRABACION DE ENTREVISTAS (20\$ cada una)	800
	INSUMOS GRABACIONES Y DESGRABACIONES	400
	SEGURO ENTREVISTADORES	100
	HONORARIO JEFE DE CAMPO	1000
TOTAL GASTOS TRABAJO DE CAMPO	4500	

ANALISIS DE DATOS	INSUMOS PRESENTACIONES	A CARGO DE IDITS
	HONORARIOS REALIZACION MUESTREO TEORICO E INFORME FINAL	4000
	HONORARIOS REALIZACION GUIA DE PAUTA E INFORME FINAL	4000
TOTAL GASTOS ANALISIS DE DATOS	8000	

TOTAL COSTO PROYECTO	12500
-----------------------------	--------------

Nota: Idits se compromete a cumplir en tiempo y forma con los ítems a su cargo
Res. N° 295



**Universidad Nacional de Cuyo
Rectorado**

“2007 – Año de la Seguridad Vial”

**ANEXO I
-14-**

Anexo 4

Propuesta de Estudio

**CONSUMO INSTITUCIONAL DE PRODUCTOS DE INDUSTRIAS
CULTURALES**

Marzo de 2007

Res. N° 295



ANEXO I

-15-

a- Fundamentación del estudio

En la provincia de Mendoza existe un conglomerado importante de instituciones sociales, económicas, políticas y culturales. Las mismas realizan diferenciadamente una serie de acciones que, dirigidas a diferentes públicos, prestan servicios de diversa índole.

También podemos pensar en la existencia de cientos de pequeñas y medianas empresas que, en la Mendoza actual, se desarrollan motorizando la economía local. Las preguntas que nos hacemos para la realización del presente estudio cualitativo son las siguientes:

-¿Cuál es la demanda de aquellas empresas e instituciones de productos de la industria cultural local?

-¿Qué necesidades tienen de servicios de diseño, productos de locución, audiovisuales institucionales, piezas publicitarias, campañas de comunicación, entre otros productos?.

-¿Cuáles son los niveles de gasto para estos rubros en tales instituciones?

Lo cierto es que hoy en Mendoza, no existen datos que nos indiquen cómo se las ingenian las pequeñas y medianas empresas e instituciones para elaborar la comunicación de sus productos y servicios, para publicitar sus plazas productivas o para organizar eventos culturales.

Por ello, se torna necesario un estudio de carácter cualitativo para indagar, en el universo planteado, estas demandas, el grado de conocimiento de la oferta local de producciones culturales, que le permitan al empresario mejorar su imagen corporativa y a los productores y técnicos culturales, ampliar su ámbito de negocios.

b- Objetivos

General

-Caracterizar motivaciones y tendencias del *Consumo Institucional* de Mendoza de bienes y servicios culturales.

-Indagar sobre el grado de conocimiento que tienen las Instituciones y las empresas respecto de la oferta de la Industrial Cultural en nuestra provincia.

-Proponer acciones orientadas a la satisfacción de demanda de consumo cultural por parte las Instituciones.

Específicos

-Conocer los tipos de consumo cultural preferentes en las Instituciones de la provincia de Mendoza

-Conocer las percepciones de las Instituciones y empresas mendocinas respecto de las industrias culturales locales



Universidad Nacional de Cuyo
Rectorado

“2007 – Año de la Seguridad Vial”

ANEXO I

-16-

-Conocer el nivel de gastos de las Instituciones y empresas en eventos culturales, en producción de piezas publicitarias y otros productos de la industria cultural.

-Conocer los canales de vinculación entre las empresas e instituciones con los oferentes de productos culturales.

-Identificar tipos de demanda cultural según tipo de Institución y empresa.

c- Metodología a aplicar

Para alcanzar los objetivos señalados se realizará un estudio cualitativo. La técnica de recolección de información será la *Entrevista en Profundidad* a Instituciones y empresas de la provincia de Mendoza.

Las Instituciones y empresas a relevar serán propuestas por el Instituto de Desarrollo Industrial, Tecnológico y de Servicios (IDITS)

1. Selección de Informantes y Recogida de datos.

La población en estudio será extraída de un listado de empresas e Instituciones brindado por el IDITIS.

El informante a entrevistar será personal jerárquico en relación directa con el consumo cultural de dicha institución.

Se realizarán entrevistas personales al personal jerárquico de las Instituciones y empresas. Se aplicará una *guía de pautas* con una serie de preguntas generales que deberán cubrir aspectos relevantes del proceso que se investiga. La guía será flexible para que permita recibir las modificaciones necesarias a medida que avanzan las entrevistas.

La cantidad de entrevistas a realizar se determinará a través de la técnica de *muestreo teórico*. El mismo consiste en un proceso donde la selección de entrevistas está controlada por el propio desarrollo de la investigación. Para este caso, se propone un mínimo de 40 y un máximo de 60 entrevistas.

El trabajo de campo será realizado por entrevistadores con experiencia, con estudios universitarios y especialmente capacitados para este estudio.

Las entrevistas serán grabadas, pues permiten registrar con toda fidelidad lo dicho por el entrevistado.

Finalizado el trabajo de campo, las entrevistas serán desgrabadas para el posterior procesamiento.



ANEXO I

-17-

2. Proceso General de Análisis

El análisis de los datos se realizará mediante el método de *comparación y análisis*; en el mismo se combinará un procedimiento de codificación de los resultados de las entrevistas con la generación de ideas e identificación de factores para la toma de decisiones.

- Categorización y codificación de los datos
- Disposición y transformación de los datos
- Obtención de resultados y conclusiones

d- Redacción del informe final

Se realizará un *Informe Final Interpretativo*. El mismo constará de un análisis de los datos obtenidos en las entrevistas en profundidad.

En dicho informe se elaborarán indicadores de análisis cualitativos que resultarán del proceso de construcción de la guía de pautas de entrevista y del resultado de las entrevistas

Finalmente, se propondrán sugerencias de acciones para el acercamiento, según tipo de demanda, con los productores de bienes y servicios de la industria cultural local.

Además, en un anexo final, se adjuntarán todas las entrevistas desgrabadas en papel, así como el total de cintas utilizadas para las grabaciones.

e- Responsables del estudio

Lic. Marcelo Padilla

- Coordinación general, Informe Final y Cuadro de Propuestas

Lic. Lucía Bagini

- Coordinación general, Informe Final y Cuadro de Propuestas

Lic. Eduardo Traversi

- Jefe de Trabajo de Campo



**Universidad Nacional de Cuyo
Rectorado**

“2007 – Año de la Seguridad Vial”

**ANEXO I
-18-**

Propuesta de Estudio

“Consumo Cultural y Uso del Tiempo Libre en Mendoza”

Febrero 2007



Universidad Nacional de Cuyo
Rectorado

“2007 – Año de la Seguridad Vial”

ANEXO I

-19-

a- Fundamentación del estudio

Los estudios de consumo cultural y uso del tiempo libre son prácticamente inexistentes en la provincia de Mendoza. El único antecedente que se registra es el que, a fines de 1996, realizara el Sistema de Información y Comunicación Cultural (SICC) del extinto Instituto Provincial de la Cultura (IPC) del Gobierno Provincial. De ahí en más, salvo estudios nacionales que tomaron a Mendoza en una muestra, no se conocen datos organizados por algún estudio que midiera qué hacen los mendocinos con su tiempo libre y que tipo de productos culturales son los que consumen preferentemente.

Esta investigación intenta dar cuenta cómo las industrias de la comunicación y de la cultura pueden convertirse en *un campo estratégico para el desarrollo socioeconómico y cultural de una región*. Si tenemos en cuenta que Mendoza se ha convertido en los últimos años en una provincia atractiva para el turista nacional y extranjero, para empresarios y productores culturales, así como una región de fuerte proyección internacional; investigar sobre los hábitos de consumo de cultura de sus habitantes se torna central a la hora de planificar acciones y tomar decisiones desde el Estado en este ámbito.

El campo del consumo cultural, concebido como *práctica social*, se centra en la manera en que la gente, y toda una sociedad, se identifica y se siente reconocida en toda una gama y diversidad de productos culturales.

Por otra parte, debemos reconocer, que *el asunto* de la cultura ya no es una cuestión exclusiva de artistas, antropólogos o escritores. Es decir, no se trata sólo de mirar un proceso de cultura desde el ámbito de su producción o sus productores, sino además, analizar los espacios de circulación de los productos y, en este caso este estudio se lo propone, dimensionar el *proceso de consumo* de esos productos. Debemos conceptualizar entonces el consumo cultural como *un proceso de apropiación de bienes y productos, que tienen determinados significados y significaciones, a través de los cuales las personas se relacionan y constituyen determinados estilos de vida*.

En otro plano, el ocio o uso del tiempo libre, deben ser valorizados como tipos particulares de prácticas sociales significativas. En este sentido, el ocio es una actividad productiva que genera beneficios al que lo practica, porque incrementa la variedad e intensidad de las relaciones sociales y puede constituirse en espacio de vinculación, movilidad y exposición social complementaria a la actividad laboral. El ocio sirve, en este caso, como medio de promoción social, canal de movilidad y también actúa como barrera de status, como espacio de distinción y diferenciación social. Pero fundamentalmente, el ocio o tiempo libre constituyen el espacio por excelencia de distensión social y disfrute de toda sociedad.

Se torna fundamental pensar entonces, antes de planificar acciones para intervenir en el campo cultural, generar una política de producción de datos e información cultural que, serialmente, se plantee monitorear y detectar tendencias en la población, respecto de sus hábitos de consumo cultural, sus gustos y disposiciones para invertir en productos culturales, así como los usos de su tiempo libre.



Universidad Nacional de Cuyo
Rectorado

“2007 – Año de la Seguridad Vial”

ANEXO I

-20-

b- Objetivos

General

- **Conocer los hábitos, motivaciones y tendencias de consumo cultural y uso del tiempo libre de la población mendocina.**
- **Proponer acciones para la creación de audiencias culturales locales y el desarrollo de emprendimientos culturales.**

Específicos

- Conocer los **tipos de consumo cultural preferentes** en las poblaciones de distintas regiones de la provincia de Mendoza.
- Identificar los **usos sociales del tiempo libre** de los mendocinos y establecer la frecuencia en las prácticas sociales detectadas.
- Conocer las **percepciones de los mendocinos** respecto de las **producciones culturales locales.**
- Reconstruir los **elementos identitarios** que conforman el imaginario cultural de los mendocinos.
- Identificar las **expectativas de la población local** respecto de la posibilidad de desarrollar un **polo de industria cultural** en Mendoza.
- Reconocer **posibles tendencias en el mapa de los consumos culturales** de los mendocinos.
- Estimar **niveles de gastos** (cantidad de dinero) semanal y mensual que los mendocinos realizan para consumir cultura, según edad y sexo.
- Conocer **a través de cuáles medios de comunicación** se informan de la oferta cultural local.
- Conocer **motivaciones de las personas** en el momento de decidir actividades durante el tiempo libre.
- Estimar **niveles de asistencia** a diferentes tipos de espectáculos culturales.
- Identificar **tipos de consumidores culturales** según sexo, edad, nivel socioeconómico y capital escolar.

c-Áreas de indagación

1. Medios de información de la oferta cultural

Consumo de televisión
Consumo de radio
Consumo de diarios
Consumo de revistas
Consumo de internet



Universidad Nacional de Cuyo
Rectorado

“2007 – Año de la Seguridad Vial”

ANEXO I

-21-

2. Consumo de productos culturales (industria cultural)

Consumo de cine
Consumo de video
Consumo de discos
Consumo de libros

3. Asistencia a eventos culturales, religiosos y deportivos

Asistencia a museos
Asistencia a galenas de arte
Asistencia a obras de teatro
Asistencia a bibliotecas
Asistencia a espectáculos deportivos
Asistencia a fiestas vendimiales
Asistencias a celebraciones religiosas
Asistencia a encuentros religiosos
Asistencia a recitales y conciertos
Asistencia a espectáculos de danza
Asistencia a espectáculos de música clásica

4. Actividades de ocio y tiempo libre

Asistencia a boliches bailables/Asistencia a ferias artesanales Asistencia a zoológico/Asistencia a peloteros infantiles Asistencias a plazas/ Ir a súper e hipermercados Ir a centros comerciales/ Ir al shopping Ir a librerías/ Ir a parques
Ir a trotar/ Ir al gimnasio
Ir a la montaña/ Ir a lagos
Ir a ríos/ Ir a eventos sociales
Ir a grutas religiosas/ Ir de minivacaciones
Ir de compras/ Ir a bares —
Ir a fiestas/ Ir a actividades sociales en el barrio
Ir al club/ Ir a la pileta
Visitar a familiares/ Practicar deportes
Practicar un instrumento musical/ Pasear por el centro de la ciudad
Arreglar la casa/ Trabajar en el jardín
Lavar el auto/ Arreglar el auto
Juntarse a comer con amigos/ Juntarse a charlar con amigos
Escuchar música/ Participar de actividades políticas
Participar de actividades comunitarias/ Participar de acciones solidarias

c- Metodología a aplicar

Para alcanzar los objetivos señalados se realizará un **estudio cuantitativo** a la población de más de 14 años, de todos los niveles socioeconómicos, residentes en Gran Mendoza, Tunuyán, San Rafael y San Martín, basado en entrevistas con formulario semiestructurado y selección mediante muestreo probabilístico en las primeras etapas y por cuotas para la selección de las personas - unidades.

Res. N° 295



Universidad Nacional de Cuyo
Rectorado

“2007 – Año de la Seguridad Vial”

ANEXO I

-22-

1. Universo

El universo de estudio será **la población** de todos los niveles socioeconómicos **mayores de 14 años** residentes en Gran Mendoza, Tunuyán, San Rafael y San Martín.

La unidad de análisis será la persona que a su vez será el informante.

2. Tamaño muestral

Se utilizará una muestra de **600** unidades, con **un nivel de confianza del 95 %** y un **margen de error** es de **+ 4%**.

3. Ficha Técnica de muestreo

Las 600 unidades serán distribuidas proporcionalmente en cada departamento según la distribución censal de 2001.

Se utilizará un **muestreo de conglomerados** en dos etapas:

1. Unidad de muestreo 1ª Etapa: Radio
2. Unidad de muestreo 2ª Etapa: **Manzana.**

La manzana se selecciona al azar y se encuesta en su totalidad, hasta cubrir el tamaño del punto muestral.

Las viviendas se seleccionan siguiendo criterios de aleatoriedad. Una vez identificada la vivienda a ser abordada, la población a ser entrevistada será controlada con cuotas de sexo y edad que responden a la distribución censal de 2001.

4. Realización del cuestionario y recolección de datos

Se realizarán **entrevistas personales y domiciliarias** garantizando el carácter anónimo de las respuestas.

Se aplicará un cuestionario compuesto en su mayor parte por preguntas "cerradas" cuyas alternativas estarán predeterminadas y pre-codificadas; y algunas preguntas "abiertas", que posibilitarán a los entrevistados expresarse libremente.

Una vez diseñado, el cuestionario será sometido a una prueba piloto a fin de testear su correcto funcionamiento, y en caso de ser necesario, se introducirán las modificaciones que correspondan para el logro de los objetivos propuestos.

El trabajo de campo será realizado por encuestadores con experiencia, con estudios universitarios y especialmente capacitados para este estudio.

La supervisión del trabajo de campo se realizará en un 20%.



Universidad Nacional de Cuyo
Rectorado

“2007 – Año de la Seguridad Vial”

ANEXO I

-23-

5. Procesamiento de la información

Finalizado el trabajo de campo, los cuestionarios serán revisados y editados uno a uno para su posterior procesamiento.

La información será procesada y se aplicará el programa **S.P.S.S.** (Statistical Package for Social Sciences), que permite un tratamiento exhaustivo de los datos recogidos.

e- Redacción del informe final

Finalmente se realizará un informe conformado por dos partes:

- 1) Informe Estadístico Final constituido por tres áreas de análisis
- 2) Informe Interpretativo y Propuestas de Acción en base a los resultados del informe estadístico final.

a) Informe estadístico

1) **Análisis Univariado:** Presentación de cuadros y gráficos con análisis de variables y sus respectivas frecuencias absolutas y relativas. Intervalos de confianza para medias y proporciones.

2) **Análisis Bivariado:** Presentación de cuadros con cruce de variables, realizando especial hincapié en el cruce entre las variables relacionadas con el consumo cultural y sexo, edad y nivel socioeconómico.

Aplicación de métodos estadísticos para analizar la asociación entre las variables consideradas más relevantes para los objetivos de la investigación.

3) **Análisis Comparativo:** Se realizará un estudio comparativo entre los datos de Mendoza obtenidos en esta investigación con los siguientes informes:

- Datos nacionales obtenidos del Sistema de Información Cultural de la Nación 2006.
- Datos provinciales obtenidos por el Sistema de Información y Comunicación Cultural (SICC) del Instituto Provincial de la Cultura (IPC) del Gobierno Provincial en 1996.

b) Informe interpretativo

El informe interpretativo constará de un análisis de los datos y resultados del cruce de variables que arroje el estudio en base al marco teórico que postulamos en la fundamentación del estudio. Se tendrán en cuenta las tendencias y datos comparativos de consumo cultural nacional y provincial, así como las distintas relaciones socioculturales que deriven del informe estadístico. Finalmente, se elaborará un cuadro de propuestas de acción para intervenir en la temática.



**Universidad Nacional de Cuyo
Rectorado**

“2007 – Año de la Seguridad Vial”

ANEXO I

-24-

g- Responsables del estudio

Lic. Marcelo Padilla

- Coordinación general, Informe Interpretativo y Cuadro de Propuestas

Lic. Lucía Bagini

- Coordinación general e Informe Estadístico

Ing. Agr. Graciela Fasciolo

- Asesoramiento Técnico Estadístico

Lic. Eduardo Traversi

- Jefe y Supervisor de Trabajo de Campo.

Lic. Graciela González de Díaz Araujo
Secretaria de Relaciones Institucionales
Universidad Nacional de Cuyo

Dra. María Victoria Gómez de Erice
Rectora
Universidad Nacional de Cuyo

Res. N° 295