



SEMINCI

SEMANA INTERNACIONAL DE CINE - VALLADOLID
VALLADOLID INTERNATIONAL FILM FESTIVAL



SEMINCI VALLADOLID

VISTA POR LOS PARTICIPANTES



ÍNDICE

Saluda. 3

Presentación. 4

La SEMINCI

vista por los participantes. 5

Perfil de los participantes. 6

La información del Festival. 8

La participación del público. 10

Las películas y el ambiente, pilares del Festival. 12

Valoración del Festival. 14

Impacto del Festival en la ciudad. 16

Los participantes de fuera de Valladolid. 18

Una historia de éxito que continúa. 20



Para acceder al informe completo:

<http://www.seminci.es/informe11.html>



Trabajo realizado por:

Ayuntamiento de Valladolid
Área de Cultura, Comercio y Turismo
Secretaría Ejecutiva y Fundación SEMINCI

Dirección del estudio y autor del Informe:

Gerardo García Álvarez

Colaboradora directa:

Silvia Gutiérrez Valverde

Trabajo de Campo: Ágora

Edita: Ayuntamiento de Valladolid

Diseño y maquetación: Culturatic

Depósito Legal: VA-793/2010



Saluda

La Semana Internacional de Cine es uno de nuestros principales orgullos locales. No hay duda. Sin embargo, esto no puede ser excusa para fantasear e idealizar su verdadero peso específico y mucho menos para relajarnos y pretender vivir de las rentas. No. Seminci no merece esto. Muy al contrario, merece que extrememos, en todo momento, el celo con el que nos proponemos garantizar, edición tras edición, la satisfacción de las expectativas de calidad, interés y atractivo de un público de criterio exquisito y experimentado.

Durante Seminci 2011, la Organización llevó a cabo la recogida de datos necesaria para la elaboración de un estudio monográfico sobre la valoración que los espectadores hacen del Festival. Ahora conocemos, no sólo el perfil de los semanistas, sino su procedencia, el número de pases a los que asisten o los aspectos mejor valorados de la Semana (las películas y el... “ambientazo”). Y conocemos también –lo cual tiene una gran importancia– cuál es la percepción que se tiene del impacto real que la celebración de Seminci tiene sobre diversos aspectos de la vida ciudadana como la economía, el turismo o la imagen exterior de Valladolid, entre otros.

Este estudio debería permitirnos afinar aún más en la organización de la Semana, de forma que el esfuerzo que ésta conlleva se rentabilice al máximo a todos los niveles.

La verdad, en este caso, no sólo nos hará libres sino, sobre todo, más eficaces y certeros.

Francisco Javier León de la Riva
Alcalde de Valladolid



Presentación

Gerardo García Álvarez¹

La **SEMINCI** tiene ya una larga vida. En 2012 ha celebrado su 57º aniversario. Durante todo este tiempo ha pasado por diversas etapas, a través de las cuales ha ido madurando y, a la vez, adaptándose a la evolución de la sociedad española y vallisoletana, pero sin perder sus señas de identidad: un cine independiente, de autor, diferente al que normalmente se programa a través de los circuitos comerciales, y siempre guiado por criterios de calidad, no de rentabilidad ni de por las estrictas normas del mercado. Lo que le ha situado entre los festivales más prestigiosos de Europa, con un reconocimiento internacional como festival con identidad propia y de calidad.

Pero, además de ser reconocido por los expertos, quienes en gran número acuden al Festival, la **SEMINCI** tiene un público fiel, que espera todo el año la llegada de la Semana Internacional de Cine como un acontecimiento cultural de primer orden, en el que normalmente renovará su compromiso amoroso con el cine y cargará las pilas hasta el festival del próximo año. Un público bastante amplio y, como amante del buen cine, exigente, pero fiel y entregado al Festival, como veremos a lo largo de estas páginas. Este público es el alma y razón de ser de la **SEMINCI**, y al que la organización del Festival trata de corresponder cada año con una programación que, a lo largo de ocho días, satisfaga sus expectativas. Por ello, resulta necesario conocer qué opinión tienen sobre la **SEMINCI** los usuarios o participantes: qué buscan en el

Festival, cuáles son sus gustos, preferencias y expectativas, así como sus críticas y sugerencias de mejora, y por qué siguen fieles a la cita año tras año...

Pero la **SEMINCI** no solo tiene un compromiso con el público que acude a ella sino también con la ciudad, que la sostiene y apoya. Por eso también es importante conocer la opinión que tienen de ella los vecinos de Valladolid: cómo la viven, cómo la valoran y qué interés consideran que tiene para la ciudad.

Por lo que, con el fin de conocer la opinión, tanto del público participante como de la población de Valladolid en general, en la edición del año pasado (2011) se realizaron dos encuestas: una, a los espectadores, durante el Festival, y otra, a los vecinos, una vez finalizado éste, a la semana siguiente. La primera se pasó a todos los espectadores (una sola vez) para que la autocumplimentaran, en la misma sala de proyección o a la salida. Respondieron 1.539. La segunda se realizó en la calle, mediante encuestadores, a una muestra aleatoria de 1.303 personas de toda la población mayor de 15 años y residentes en Valladolid. El estudio ha sido realizado por el Área de Cultura, Comercio y Turismo, bajo la dirección de Gerardo García Álvarez, sociólogo y técnico de la Secretaría Ejecutiva, que ha realizado el análisis de los resultados y elaborado el informe.

De los resultados obtenidos del estudio se deduce que, tanto el público participante en el Festival como la ciudad en su conjunto, tienen la **SEMINCI** como un referente cultural de primer orden para la ciudad,

y del que se sienten orgullosos (por su contenido, calidad y proyección exterior). Una percepción que se traduce en una gran implicación por parte del público en Festival, que lo sigue con una gran intensidad y al que están dispuestos a apoyar para su mantenimiento y desarrollo, no solo con su presencia, demostrada año tras año, sino incluso con su aportación económica. Unos datos que resultan alentadores en estos momentos en que todo se pone en cuestión, y donde los posibles apoyos a las ofertas culturales se analizan con lupa desde todos los sectores.

En esta publicación extractamos las principales conclusiones del estudio, pero el informe completo será publicado en breve y estará a disposición del público en general en formato electrónico (www.seminci.es).

Para este tamaño muestral (1.539 en la encuesta a participantes y 1.303 en la de los vecinos), el error estadístico máximo para un nivel de confianza del 95,5% y situándonos en los supuestos más desfavorables, ($p=q=50\%$), es de +/- 2,6% para la encuesta a los participantes y de 2,8% para la encuesta a los vecinos.

¹ Director del estudio
La Seminci vista por
los participantes



Así ven la **SEMINCI**
sus participantes

Después de analizar los datos facilitados por los participantes de la Seminci, estas son las principales conclusiones acerca de la percepción que tienen de esta cita cinematográfica imprescindible de Valladolid.



1

Perfil de los participantes



Espectadores de **entre 26 y 35 años, mujeres, con formación universitaria, con trabajo y un puesto de media o alta cualificación.** Así es el perfil del público tipo de la SEMINCI de Valladolid.

Tal y como vemos en el gráfico de esta misma página, el perfil sociológico del **público** que acude o participa en la **SEMINCI** se caracteriza, básicamente, por ser un colectivo con un **alto nivel de formación**, así como de **ocupación laboral y cualificación profesional**, y en el que predomina la población joven/adulta y la femenina (siete de cada diez tienen estudios universitarios; el 78% están ocupados laboralmente y, de éstos, el 54% son empresarios, directivos o técnicos superiores; los de 26 a 45 años representan el 57% del total de participantes; y el 58,5% de los participantes son mujeres).

Cabe destacar, además, otros dos rasgos característicos de este colectivo: su amor al cine (el 91% va al cine durante el año en salas comerciales y el 57% de éstos lo hace, al menos, dos o tres veces al mes) y su **fidelidad a la SEMINCI** (el 78,5% de los que participaron en el Festival del año pasado habían participado en ediciones anteriores, con una media de asistencia de 10 años).

Todos estos datos nos indican que se trata de un público singular, muy amante del cine, y con un perfil de alto nivel formativo y de cualificación profesional, que es, comparativamente, muy superior al de la media de la población. Y que, además,

es un público fiel, que espera con cierta expectación cada edición del Festival para poder participar en él.

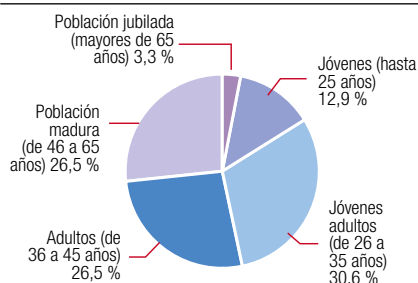
Procedencia de los participantes

Resulta, además, relevante destacar que, aunque la mayoría (el 60%) proceden de

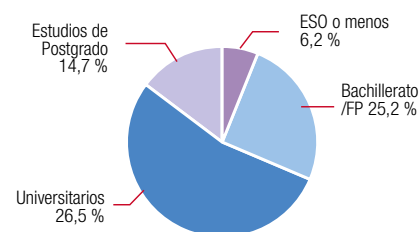
la ciudad de Valladolid, cuatro de cada diez participantes proceden de fuera del municipio, y casi uno de cada cuatro (el 22%) de fuera de la comunidad autónoma de Castilla y León. Lo que indica que la **SEMINCI** tiene un impacto y atractivo importantes más allá del ámbito local.

Edad, nivel de estudios, situación laboral y cualificación profesional de los participantes en SEMINCI

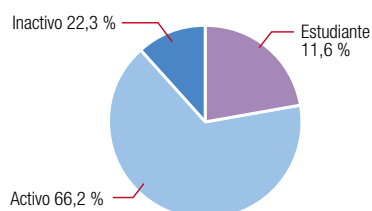
EDAD



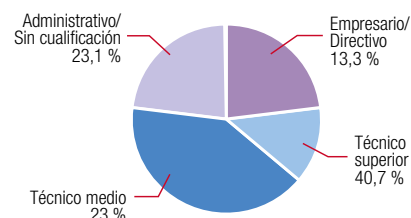
NIVEL DE ESTUDIOS TERMINADOS



SITUACIÓN LABORAL ACTUAL



CUALIFICACIÓN PROFESIONAL

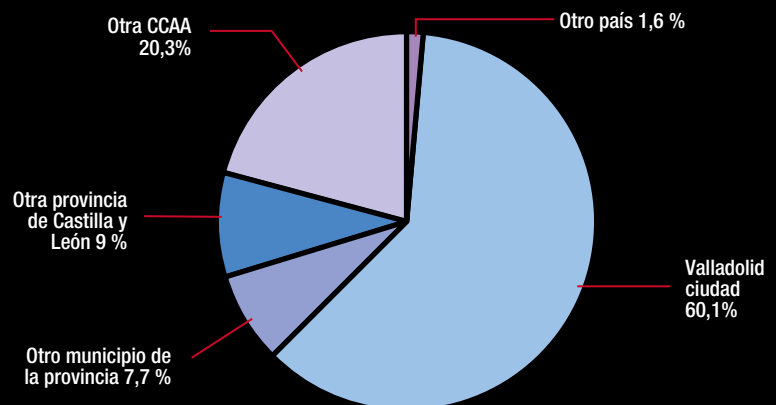


ALGUNOS DATOS...

- La población femenina y universitaria (**siete de cada 10 participantes tienen estudios superiores**) domina en el conjunto de asistentes.
- El **78,5%** de los que participaron en el Festival de **2011** lo habían hecho en ediciones anteriores.
- El **público** de la Seminci es **habitual**, en un 90%, de las **salas de cine** el resto del año.
- El **público de entre 26 y 35 años**, el más representado en el festival
- **Cuatro de cada 10** participantes proceden de **fuera de Valladolid**. Uno de cada cuatro, de fuera de Castilla y León



PROCEDENCIA DE LOS PARTICIPANTES DE LA SEMINCI



Fuente: Encuesta participantes SEMINCI 2011



2 La información sobre el Festival



Las **nuevas tecnologías** son clave para que los participantes del Festival reciban la información necesaria para disfrutar de la Seminci. Los **medios tradicionales** tienen también un papel destacado en este apartado.

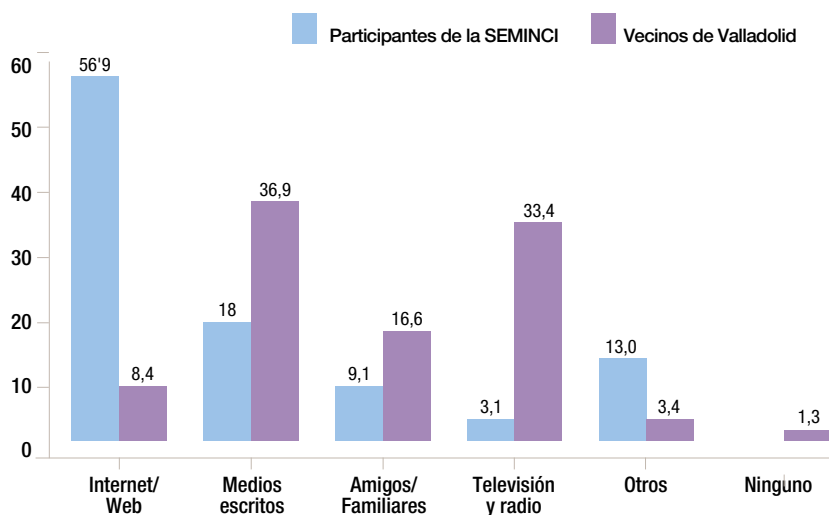
Según los resultados de la encuesta que se realizó a los que acudieron a la **SEMINCI** de 2011, casi la mitad (el 47%) se consideran bien informados y algo más de una cuarta parte (el 28%) se consideran medianamente informados. Este nivel de información es muy superior al que tiene la media de la

población de la ciudad, donde los índices de conocimiento sobre el desarrollo de la **SEMINCI** bajan considerablemente. De los medios que han tenido más impacto informativo entre los participantes destaca de manera especial la web de la **SEMINCI** (ha sido la principal fuente de información sobre el Festival para el

57%). Le siguen, pero a mucha distancia, los medios escritos, especialmente la prensa, que ha sido el principal medio de información para uno de cada ocho (el 12%), y el boca a boca (amigos y familiares), que ha sido la principal fuente de información para el 9%. Estos son los tres medios principales de información para los participantes. Los demás (carteles, televisión, radio, etc.) han tenido una incidencia mucho menor que los anteriores como fuente informativa para el público de la **SEMINCI**.

Pero si de los participantes pasamos al conjunto de la población de la ciudad (los vecinos), el impacto de cada uno de los medios y la prioridad de éstos como fuente informativa cambia drásticamente. La principal fuente de información para la población de Valladolid mayor de 15 años ha sido, en primer lugar, los medios escritos, (señalados como principal fuente de información sobre el Festival por el 37%), seguidos por la radio y televisión (señalados por el 33%) y el boca a boca (por el 17%). Por el contrario, Internet ha tenido muy poca relevancia en el conjunto de la población como fuente de información sobre la **SEMINCI**, y solo lo destaca el 8%.

Principales fuentes de información



Fuente: Encuesta participantes SEMINCI 2011

ALGUNOS DATOS...

Principal fuente de información sobre la SEMINCI, según la edad, tanto en el caso de los participantes como de la población de Valladolid en general. (Porcentajes en horizontal)

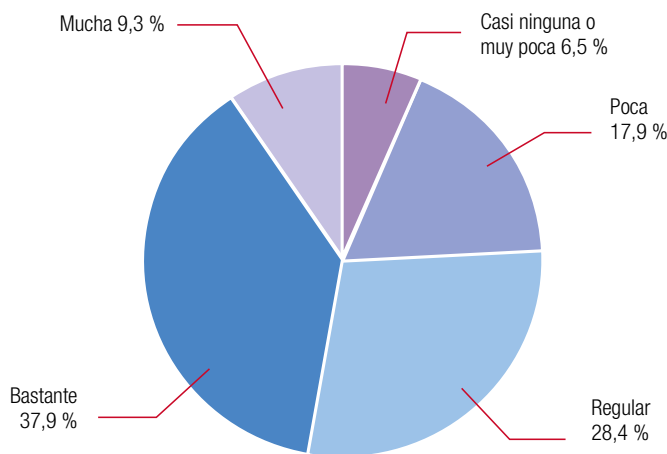
¿Cuál ha sido su principal fuente de información sobre la SEMINCI?

		Internet/ Web	Medios escritos	Amigos/ Familiares	Televisión	Otros	Total
Los participantes de la SEMINCI							
Edad	Jóvenes (de 16 a 25 años)	48,5	11,2	8,9	3,0	28,4	169
	Jóvenes adultos (de 26 a 35)	64,1	13,9	13,1	1,5	7,3	396
	Adultos (de 36 a 45)	67,3	15,5	7,3	2,6	7,3	343
	Población madura (de 46 a 65)	49,1	27,6	7,1	2,1	14,1	326
	Población mayor (de 66 a 75)	33,3	30,8	2,6	12,8	20,5	39
	Total	58,1	18,0	9,1	2,5	12,3	1.273
Los vecinos de Valladolid							
Edad	Jóvenes (de 16 a 25 años)	9,1	35,4	25,3	22,2	8,1	99
	Jóvenes adultos (de 26 a 35)	16,0	33,0	22,0	27,0	2,0	200
	Adultos (de 36 a 45)	9,5	40,2	15,9	30,7	3,7	189
	Población madura (de 46 a 65)	6,1	39,6	14,0	37,9	2,4	293
	Población mayor (de 66 a 75)	2,0	39,8	11,2	43,9	3,1	98
	Total	9,0	37,8	17,2	32,8	3,3	879

Fuente: Para los datos de los participantes en la SEMINCI, Encuesta participantes SEMINCI 2011, y para la población de Valladolid, Encuesta vecinos SEMINCI 2011.



Nivel de información de los participantes



Fuente: Encuesta participantes SEMINCI 2011

Casi la mitad de los participantes asegura haber tenido mucha o bastante información. Menos de la cuarta parte, poca o muy poca.

La web de la Seminci es la principal fuente de información de los asistentes al certamen. Así lo reconoce el 57% de ellos.

La prensa y el boca a boca son los otros medios más frecuentes para estar informados sobre el Festival.

Para los vecinos de Valladolid son los medios escritos, la radio y la televisión los más relevantes a la hora de contar con información de la Seminci.



3 La participación del público



La **fidelidad de los espectadores** de la SEMINCI es uno de los elementos que caracterizan el certamen vallisoletano. Una masa de espectadores con una **identificación** muy elevada del Festival es la principal destinataria de esta cita.

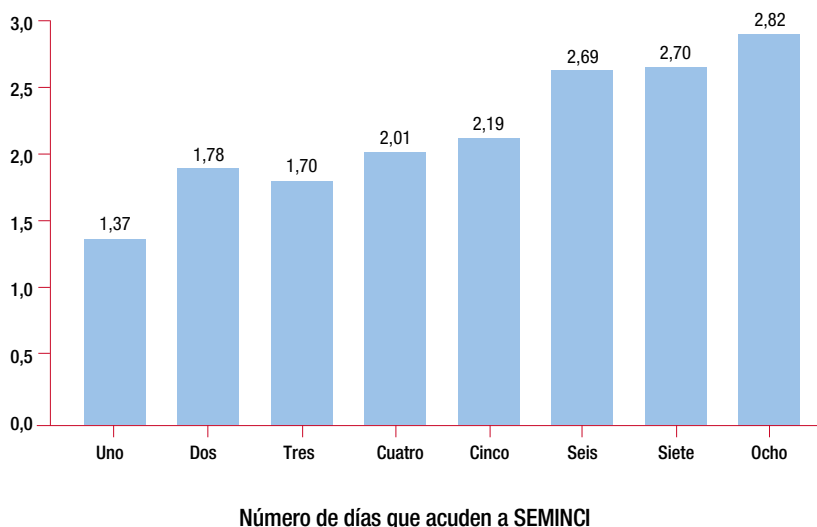
Uno de los rasgos que caracteriza a los participantes de la **SEMINCI** es su fidelidad al Festival, que tiene su base en la identificación con el certamen. Y esta identificación es lo que está debajo del nivel de participación tan intenso que se observa en el público. El conjunto de personas que conforman este público acuden al Festival 3,82 días de media (la mitad de lo que dura la semana de cine), y ven una media de dos películas diarias. Y si de las medias pasamos a los datos mas pormenorizados, este nivel de participación adquiere unos niveles muy elevados en una gran parte del público: casi cuatro de cada 10 espectadores (el 36%) acuden a la **SEMINCI** más de cuatro días, y dos de cada 10 (el 20%) lo hacen, prácticamente, todos los días. Por otra parte, uno de cada cuatro participantes (el 26%) ve tres o más películas diarias.

Si correlacionamos estas dos variables observamos que, al aumentar los días en los que participan en el Festival, la media de películas que ven cada día aumenta. Este elevado nivel de participación está asociado al nivel de identificación con la **SEMINCI**. Tanto la media de días que van al Festival como la media de películas que ven diariamente es muy superior entre los que han participado en años anteriores que entre los

que vienen por primera vez. Entre los primeros, la intensidad en la participación crece progresivamente a medida que el número de ediciones en las que ha participado es mayor. De todos estos datos se extraen dos conclusiones: la primera, que el alto nivel de participación en la **SEMINCI** tiene su base en la identificación que el público

asistente tiene con ella, y la segunda, consecuencia de la anterior, que la **SEMINCI** cuenta, dentro de su público, con la existencia, de un núcleo duro (que podemos llamar seminceros) muy amplio y fiel, que vive la semana internacional de cine de una manera continuada y con una gran intensidad.

Media de películas que los participantes ven al día, según el número de días que acuden a la SEMINCI a ver alguna película (Bases:1.446)



Fuente: Encuesta participantes SEMINCI 2011

ALGUNOS DATOS...

Los espectadores acuden al Festival una media de casi **cuatro jornadas** para ver **dos películas diarias** de promedio.

En una gran parte del público, el **grado de participación en el Festival es muy intenso y continuado**. Cuantos más días asisten al certamen, más películas ven en cada jornada.

Casi **cuatro de cada diez espectadores acuden al Festival más de cuatro días**, y un 20% lo hace prácticamente a diario.



Índice de participación (media de días que acude al Festival y media de películas que ve diariamente), según el nivel de fidelidad o identificación

		En total, ¿cuántos días va a participar en la SEMINCI?	Y, por término medio, ¿cuántas películas suele ver al día durante la SEMINCI?	
		Media de días	Media de películas	(Bases)
¿Ha participado en la SEMINCI en años anteriores?	No	2.6	1.6	292
	Sí	4.2	2.1	1.067
	Total	3.9	2.0	1.359
¿Cuántos años ha participado?	De 1 a 3	3.3	1.8	243
	De 4 a 6	3.8	2.0	224
	De 7 a 10	4.2	2.2	188
	Entre 11 y 15	5.2	2.6	108
	Entre 16 y 20	5.8	2.3	99
	Más de 20	6.0	2.8	98
Total		4.3	2.2	960

Fuente: Encuesta participantes SEMINCI 2011



Los **espectadores de la Seminci** asisten una media de casi **cuatro días al Festival** y ven **dos películas** cada jornada.

4

Las películas y el ambiente, pilares del Festival



Un cine diferente, alejado del que puede verse el resto del año, es lo que convence a la mayoría de espectadores que **destacan también el ambiente** que se genera alrededor del Festival.

¿Qué es lo que más le gusta de la SEMINCI? (Agrupación más desagregadas de las respuestas)

Las películas/El cine	26,5
Amplia oferta: cantidad/variedad/diversidad de películas	13,6
Tipo de cine: diferente/independiente/no convencional/original/autor	10,1
La calidad de las películas. Buen cine	3,1
Los ciclos	3,1
Poder ver cine en versión original	1,9
Cortos y documentales	1,5
Sección oficial	1,3
Poder ver mucho cine en poco tiempo	0,9
La organización	1,3
Las salas donde se proyectan	1,3
Precios asequibles	0,8
Charla/Coloquio con los directores/Actores	1,9
Alfombra roja (famosos, directores, actores...)	0,4
Las galas	0,3
Asistir a ruedas de prensa	0,3
El ambiente en el festival y la ciudad	15,4
El público, la participación de los espectadores	1,7
La vida/ocio en la ciudad	1,2
Otros	10,0
Todo	3,4
Nada	0,3
(Bases)	1.114

Fuente: Encuesta participantes SEMINCI 2011

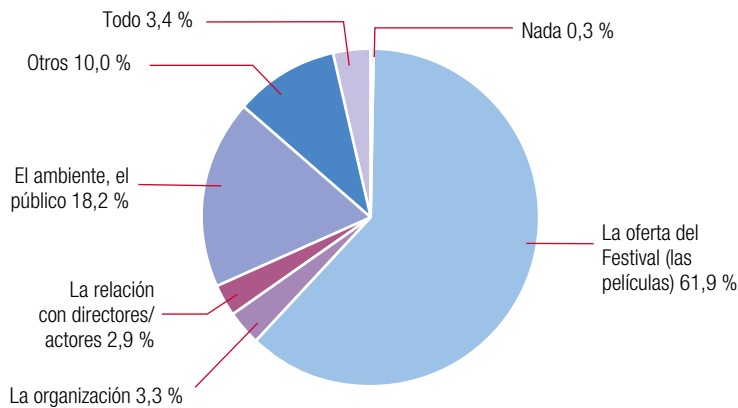
¿Ofrece la SEMINCI un cine diferente? La respuesta a esta pregunta no tiene dudas para los participantes en el Festival: siete de cada 10 espectadores (el 71%) consideran que lo que se proyecta en la SEMINCI es un cine muy o bastante diferente al que ven habitualmente durante el año, y al que no tienen fácil acceso. Otro 25% responde que se trata de un cine un poco diferente. Es decir, consideran que la oferta de la SEMINCI es algo distinto a lo que ven habitualmente pero no muy diferente o especialmente difícil de acceder a ella. Este estado de opinión está muy generalizado entre los participantes, ya que apenas se observan diferencias en función de la edad, nivel de estudios o cualificación profesional.

Lo que más gusta o atrae a los participantes de la SEMINCI es, en primer lugar, la oferta de películas que se proyectan y, en segundo lugar, el ambiente que se genera en torno al Festival. Las respuestas agrupadas en la categoría oferta del festival hablan de calidad, cantidad o variedad de las películas, así como de cine diferente, independiente, no convencional, original, de autor... y lo señalan como el mayor atractivo del Festival el 62%. El ambiente que se genera en torno a las proyecciones es también muy valorado por los espectadores. Lo destacan como lo que más le gusta de la SEMINCI casi dos de cada 10 espectadores (el 18%), incluyendo aquí las respuestas que hablan del público, la participación, la vida y ocio en torno al Festival, etc.

Esta percepción también está muy generalizada entre los participantes, donde las diferencias a este respecto entre los distintos colectivos son pequeñas. De lo que cabe deducir que la oferta de películas y el ambiente constituyen los dos vectores o puntos fuertes sobre los que se sustenta el atractivo de la SEMINCI, y, especialmente, el primero (las películas), en torno al cual gira el segundo (el ambiente).

ALGUNOS DATOS...

¿Qué es lo que más le gusta de la SEMINCI? (Bases: 1.114)



Fuente: Encuesta participantes SEMINCI 2011

Lo que más le gusta del Festival, según la edad y nivel de estudios (Porcentaje en horizontal)

		¿Qué es lo que más le gusta de la SEMINCI?						
		La oferta (las películas)	La organización	Relación directores/actores	El ambiente, el público	Otros	Todo	Nada
Edad	Jóvenes (de 16 a 25 años)	64,3	6,3	7,1	8,7	10,3	2,4	0,8
	Jóvenes adultos (de 26 a 35)	59,7	3,1	2,2	20,8	11,0	2,8	0,3
	Adultos (de 36 a 45)	63,0	4,2	2,8	18,7	7,4	3,9	
	Población madura (de 46 a 65)	62,4	1,4	2,5	19,0	10,8	3,9	
	Población mayor (de 66 a 75)	78,6	2,4		14,3	4,8		
Nivel de estudios terminados	ESO o menos	63,5	7,9	1,6	14,3	7,9	3,2	1,6
	Bachillerato/FP	64,9	3,2	2,4	16,3	9,2	4,0	
	Universitarios	60,7	3,0	3,7	19,0	10,7	2,7	0,2
	Postgrado o especialización	62,7	3,0	1,2	18,9	9,5	4,7	
TOTAL		62,5	3,3	2,8	18,1	9,9	3,2	0,2

Fuente: Encuesta participantes SEMINCI 2011

- Casi la totalidad de los espectadores destaca la **oferta cinematográfica** como **diferente** a la que pueden ver el resto del año.
- El poco porcentaje de usuarios que se inclina por hacer cambios indica el **alto índice de satisfacción** con el que cuenta el Festival.
- El **ambiente** que genera el certamen, la **participación del público** y el **ocio** vinculado al Festival son otras de las **virtudes** de la SEMINCI destacadas por los participantes.

La oferta de películas del Festival es el elemento que más destacan los participantes. Para un 62% es lo que más les gusta.



5 Valoración del Festival



El ambiente, la calidad de las películas o la participación son algunos de los elementos más valorados por los participantes de la Seminci, que califican con un notable el desarrollo del Festival.

Para conocer la opinión y valoración de los participantes sobre el contenido, organización, desarrollo, etc. del Festival, se formuló a los encuestados la siguiente pregunta: ¿Qué nota le pondría Ud. a cada uno de los nueve aspectos siguientes de la SEMINCI? Califíquelos de 0 a 10, donde 0 significa que lo considera muy mal y 10 muy bien.

global con el Festival. Y con las calificaciones o valoraciones globales de todos los participantes obtenemos una calificación media total de la SEMINCI, que la podemos tomar como índice de valoración global del público. Este índice, como se ve en el gráfico, es de 7,2, es decir, notable. Y si las puntuaciones cuantitativas las trans-

formamos en valoraciones cualitativas, vemos que el 76% del público considera que la SEMINCI, en su conjunto, está bien o muy bien (le da una calificación global de notable o sobresaliente), otro 22% dice que está regular o aceptable (calificación de aprobado); y solamente un 2% dice que está mal o muy mal.

Las respuestas se recogen sintetizadas en el gráfico, donde se reflejan las puntuaciones medias, que se pueden tomar como índice de valoración de cada uno de los aspectos. Los mejor valorados son: el ambiente (incluyendo la participación de la gente), la calidad de las películas y la organización. El aspecto con el que los participantes son más críticos es con la difusión a través de los medios de comunicación, aunque, incluso en este aspecto, la puntuación media es de 6,2. El resto de aspectos reciben una puntuación media en torno al 7, es decir, notable. Sacando la media de las puntuaciones dadas por cada participante a los nueve aspectos obtenemos la puntuación total que cada participante hace de la SEMINCI en su conjunto, que a su vez, la podemos tomar como equivalente al **grado de satisfacción**

Calificación media que los espectadores dan a los siguientes aspectos de la SEMINCI



Fuente: Encuesta participantes SEMINCI 2011

ALGUNOS DATOS...

El índice de satisfacción del público de la Seminci, después de valorar todos sus elementos, se sitúa en el **notable**, en concreto en el **7,2**.

El **76%** del público considera que el Festival, en su conjunto, está **bien o muy bien**. Apenas un **2%** cree exactamente lo contrario.

La **organización general, la revista y los medios informativos** directos o la **calidad de las películas**, otros de los elementos más destacados por los participantes.



Valoración que los participantes dan a cada uno de los siguientes aspectos de la SEMINCI y valoración global del Festival

	Calificación (1)					Puntuación media (de 0 a 10)	(Bases) (N.º respuestas)
	Muy mal	Mal	Regular	Bien	Muy bien		
La organización general del Festival	0,9	3,1	20,5	57,7	17,9	7,3	1.260
La organización de la venta de entradas	4,4	7,4	26,0	41,1	21,1	6,9	1.271
La revista y medios informativos directos	1,6	5,9	24,2	44,9	23,4	7,1	1.239
La difusión a través de los medios de comunicación	4,8	10,9	38,7	33,7	11,9	6,2	1.233
La calidad de las películas	0,4	1,4	18,9	60,1	19,1	7,5	1.244
El ambiente del Festival	0,8	1,7	16,5	51,6	29,4	7,7	1.257
La participación de la gente	0,9	2,6	22,4	50,7	23,4	7,4	1.235
El ambiente de la ciudad durante estos días	1,1	2,4	19,3	48,4	28,8	7,6	1.255
Los artistas y personajes que pasan por Valladolid	2,8	4,1	29,5	44,9	18,7	6,9	1.099
Valoración global del Festival o índice de satisfacción global	0,2	1,5	22,3	65,2	10,8	7,2	1293

(1) Equivalencias de las categorías a las puntuaciones dadas de 0 a 10: Muy mal: de 0 a 2; Mal: 3 y 4; Regular (aceptable): 5 y 6; Bien: 7 y 8; Muy bien: 9 y 10
Fuente: Encuesta participantes SEMINCI 2011

6 Impacto del Festival en la ciudad



No sólo para los participantes: también los vecinos de Valladolid tienen claro lo positivo que es para la ciudad la celebración de la SEMINCI. Para un 70% de ellos, su impacto puede calificarse de muy beneficioso.

Para conocer la percepción que la ciudad tiene sobre la SEMINCI, a la semana siguiente de finalizar el Festival se pasó una encuesta a una muestra de 1303 personas mayores de 15 años del municipio. Entre otras preguntas, se formuló a los encuestados que tenían conocimiento de la existencia del Festival (el 73%) las dos siguientes preguntas: 'Por lo que Ud. ha visto o conoce de la SEMINCI ¿qué nota le pondría a cada uno de los siguientes aspectos?' (los mismos sobre los que se preguntó a los participantes), y 'En su opinión, ¿este Festival qué impacto ha tenido para la ciudad en cada uno de los siete aspectos siguientes? Indique si este impacto ha sido muy negativo, negativo, indiferente, positivo, muy positivo'.

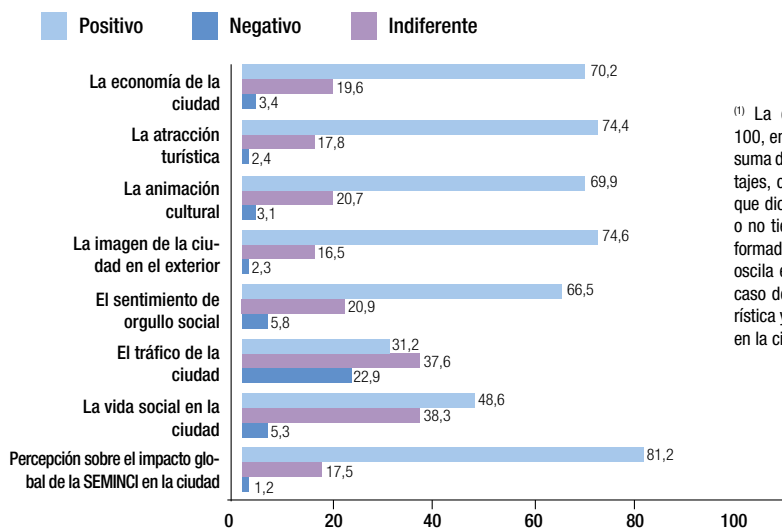
Los resultados de la primera pregunta son coincidentes con los de los participantes. Resulta de interés, eso sí, tener en cuenta esta coincidencia porque refuerzan las conclusiones sobre la valoración que de la SEMINCI hace el público.

Las respuestas a la segunda pregunta se recogen en el cuadro, y, de una manera sintetizada, en el gráfico. Como podemos deducir de los datos, la población de Valladolid tiene muy claro que la SEMINCI es muy beneficiosa para la ciudad. De los siete aspectos por los que se preguntó, salvo las lógicas incomodidades en el tráfico o la incidencia en la vida social, en la que su repercusión es poco relevante,

en el resto de aspectos, siete de cada 10 vecinos consideran que el Festival tiene un impacto positivo o muy positivo. Por el contrario, apenas hay ciudadanos que consideren que su incidencia es negativa. Los vecinos destacan, de manera especial, la imagen que la ciudad proyecta hacia el exterior y la incidencia que el Festival tiene en el turismo, aspecto directamente relacionado con el impacto en la economía de la ciudad.

En este sentido, resulta muy relevante que cuatro de cada diez participantes procedan de fuera de la ciudad y más de la mitad de ellos de fuera de Castilla y León, no solo porque pone de manifiesto que el Festival ha trascendido claramente los horizontes locales como evento cultural, sino también por el atractivo turístico que tiene, con la consiguiente repercusión económica para la ciudad.

Proporción de vecinos mayores de quince años que opinan que la SEMINCI ha tenido un impacto positivo para la ciudad en cada uno de los siguientes aspectos y proporción de los que opinan que su impacto ha sido negativo, así como de los que opinan que ha sido indiferente (1).



(1) La diferencia hasta 100, en cada caso, en la suma de los tres porcentajes, corresponde a los que dicen que no saben o no tienen una opinión formada al respecto (que oscila entre el 5,4 en el caso de la atracción turística y el 8,2 del tráfico en la ciudad).

Fuente: Encuesta vecinos SEMINCI 2011

Los vecinos de Valladolid destacan la **imagen que la ciudad proyecta hacia el exterior** y la **incidencia del Festival en el turismo**.



ALGUNOS DATOS...

- La **economía de la ciudad** se ve **potenciada** gracias a la SEMINCI para el 70% de los vecinos. También la **animación cultural**, el **sentimiento de orgullo**, la **vida social** de Valladolid...
- El **90%** de los **participantes foráneos** realizan el **viaje con motivo de la Semana Internacional de Cine de Valladolid**.
- El **71%** de los **participantes de fuera** **pernoctan** en la ciudad una media de **3,63** **noches**, El **49%** de estos lo hacen en hotel.
- **Siete** de cada **10** vallisoletanos consideran el **impacto del Festival en la ciudad** como **positivo** o **muy positivo**.

Impacto que el Festival ha tenido para la ciudad en cada uno de los siguientes aspectos, según la opinión de los vecinos, y percepción que estos tienen sobre el impacto global que la SEMINCI tiene en la ciudad

	Muy negativo	Negativo	Indiferente	Positivo	Muy positivo	No sabe	Media (de 0 a 10)	(Bases)
La economía de la ciudad	0,6	2,7	19,6	42,0	28,3	6,8	7,5	951
La atracción turística	0,4	2,0	17,8	45,3	29,1	5,4	7,6	951
La animación cultural	0,3	2,7	20,7	43,6	26,3	6,3	7,5	950
La imagen de la ciudad en el exterior		2,3	16,5	42,3	32,3	6,6	7,7	951
El sentimiento de orgullo local	1,2	4,6	20,9	40,3	26,2	6,8	7,3	951
El tráfico en la ciudad	7,6	15,4	37,6	23,7	7,6	8,2	5,7	951
La vida social en la ciudad durante estos días	0,9	4,3	38,3	36,1	12,5	7,9	6,7	951
Percepción sobre el impacto global de la SEMINCI en la ciudad (excluido el tráfico)		1,2	17,5	59,6	21,6		7,4	906

Fuente: Encuesta vecinos SEMINCI 2011



7 Los participantes de fuera de Valladolid



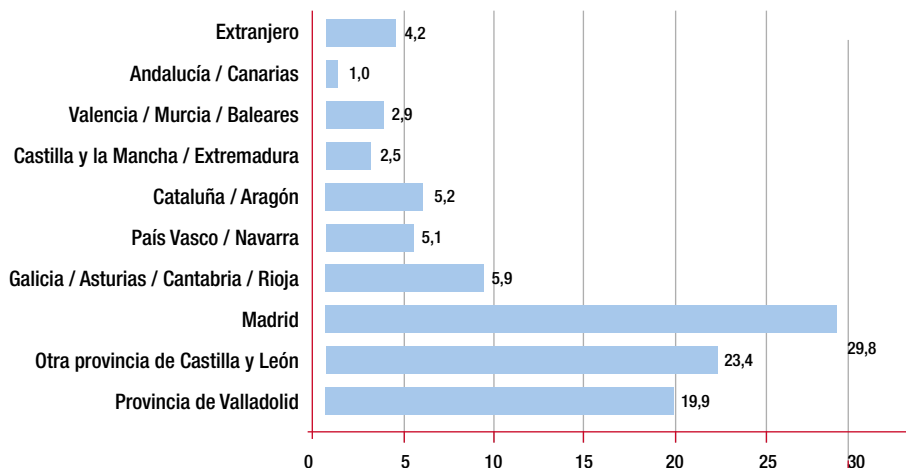
La importancia de la SEMINCI para Valladolid no se limita a su componente cultural. El Festival es, además, un **motor económico** que atrae a **miles de personas** de España y del extranjero.

Como ya hemos visto, la SEMINCI es un evento que trasciende las fronteras de lo local, con una repercusión importante fuera no solo de la provincia, sino de la comunidad autónoma e incluso del ámbito estatal. Cuatro de cada diez espectadores del Festival proceden de fuera de Valladolid, lo que equivale a un total de 2.860 personas¹. El 90% de estos han hecho el viaje con motivo del Festival (el 64% como principal motivo

y el 24% como uno de los motivos del viaje). Esto pone de manifiesto el atractivo de este evento fuera de Valladolid. A este respecto hay que destacar que, aunque la delegación más nutrida de espectadores de fuera es la de Madrid, se da una representación significativa de todo el país, incluso del extranjero, como se puede ver en el gráfico. Respecto a lo que los participantes de fuera han gastado de manera directa durante su estancia en Valladolid con motivo de la

SEMINCI, es, según los datos aportados por las personas encuestadas, de 153 € de media por persona. El dato supone que los participantes de fuera han realizado en la ciudad de Valladolid, durante los días que han estado en el Festival, un gasto aproximado de 440.000 € entre alojamiento, restaurantes y conceptos diversos. A esta cantidad de gasto directo de los participantes de fuera durante el Festival habría que añadir los gastos indirectos e inducidos, que, como efecto de la SEMINCI, se producen en la ciudad, tanto durante el Festival como a lo largo del año, a fin de ver el impacto o repercusión económica que la SEMINCI tiene en Valladolid². Todos estos datos ponen de manifiesto que la importancia de la SEMINCI para Valladolid no se circunscribe al efecto de enriquecimiento cultural que un acontecimiento de esta naturaleza produce sobre los ciudadanos, sino que también tiene una repercusión importante sobre la economía local. Por ello, si a los efectos económicos tangibles, tanto directos como indirectos e inducidos, añadimos los intangibles (como la aportación de valores singulares a la “marca” Valladolid, dentro y fuera de España, etc.), con efectos relevantes sobre el turismo, el comercio, el empleo, etc., tenemos argumentos de peso para sostener la extraordinaria “rentabilidad”, también económica, de la SEMINCI.

PROCEDENCIA DE LOS PARTICIPANTES DE FUERA DE VALLADOLID (el 40% del total de los participantes)



Fuente: Encuesta participantes SEMINCI 2011

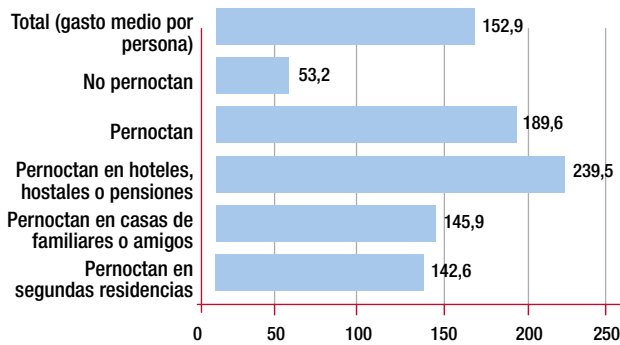
ALGUNOS DATOS...

Cerca de **3.000 personas de fuera de Valladolid** acuden al Festival durante su celebración. El 90% de ellas hace el viaje con motivo del Festival.

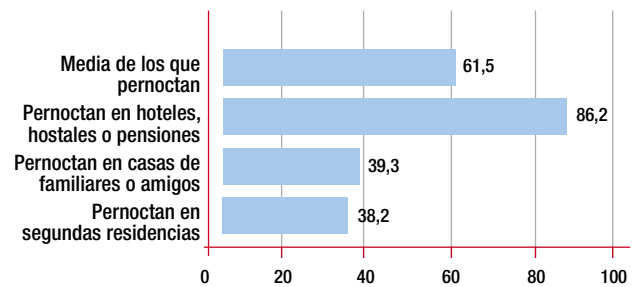
Un total de **153 euros** es lo que gastan en la ciudad los participantes foráneos del Festival, entre alojamiento, restaurantes y otros conceptos.

El **impacto económico** para la ciudad de los participantes que visitan la ciudad durante los días del Festival puede cuantificarse en torno al **medio millón de euros**.

Gasto medio por persona, según distintas situaciones



Gasto medio por persona y día de los que pernoctan en la ciudad, según el tipo de alojamiento



¹Esta cifra total de personas distintas de fuera que participaron en la Semana de Cine está calculada a partir de los siguientes datos: el total de espectadores (o n.º de entradas a las proyecciones de la SEMINCI en la edición de 2011 –fuera pagando o por invitación–) fue de 55.288. La media de días que dichos espectadores participaron en el Festival fue de 3,81 y la media de películas diarias que vieron fue de 2,02, lo que nos da una media de películas vistas por espectador de 7,7. Dividiendo el número de espectadores por la media de películas nos da un total de 7.173 personas o participantes distintos al Festival. Como el 60,1% de los participantes fue de la ciudad y el 39,1% de fuera, la distribución del total de participantes es la siguiente: 4.311 proceden de la ciudad de Valladolid y 2.862 de fuera.

²Cfr. María Devesa Fernández, *El impacto económico de los festivales culturales. El caso de la Semana Internacional de Cine de Valladolid*. En este estudio, que es el más completo sobre la SEMINCI a este respecto, se hace un análisis bastante detallado de la repercusión económica del Festival en la edición de 2001.

8 Una historia de éxito que continúa



La **satisfacción del público** con el Festival y su disposición a apoyarlo económicamente son muestras de la **solidez de un proyecto** con el que los vallisoletanos se sienten plenamente identificados.

La gran mayoría de espectadores que el año pasado participó en la **SEMINCI** ya había pasado por el Festival en años anteriores, y gran parte de ellos durante bastantes años (el 78,5% del público de 2011 había participado anteriormente en el Festival y más de la mitad de ellos en más de seis ediciones y una tercera parte en más de 10).

Este público veterano, que es la mayoría del público de la **SEMINCI**, sigue fiel al Festival porque lo tiene en una gran estima, como se deduce de los resultados de la encuesta.

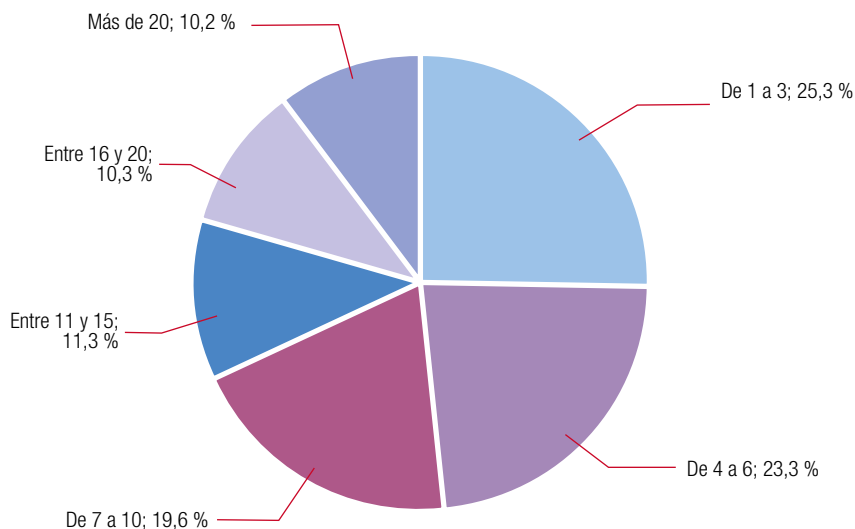
Como vemos en el cuadro, la puntuación media que dan los encuestados a lo que ha sido y significado la **SEMINCI** es de un notable alto, y la gran mayoría (más del 80%), la califican de bien o muy bien. Además, no hay casi nadie que la califica de mal o muy mal. Esto pone de manifiesto que la imagen de la **SEMINCI**, no solo entre los participantes, sino también en la ciudad, es positiva, como ya vimos en los dos artículos anteriores.

Esto es lo que explica la predisposición de los participantes a ayudar a sostener el Festival, incluso económicamente, Cuatro de cada diez encuestados estarían dispuestos a hacerse miembro de un club de amigos de la **SEMINCI** que ayudara a

sostener el Festival, a cambio de que éste le proporcionara beneficios en la reserva de bonos y entradas. La cantidad media que éstos estarían dispuestos a pagar es de 28 euros (el 63% dice que estaría dispuesto a pagar entre 5 y 28 euros

y el 37% más de los 28 euros). Tanto la disposición a hacerse socio como la cantidad a aportar, guardan mucha más relación con el nivel de identificación con el Festival que con la disponibilidad económica del espectador.

¿Cuántos años ha participado en SEMINCI? (Solo los que han respondido que sí han participado en años anteriores – el 78,5% de la muestra-)



Fuente: Encuesta participantes SEMINCI 2011



Valoración que hacen los que han participado en la SEMINCI en años anteriores sobre lo que ha sido el Festival a lo largo de los años en los que se ha venido desarrollando. (Puntuación media (de 0 a 10) que han dado durante la celebración del Festival de 2011 y a la semana siguiente de haber finalizado éste)

	Cómo la califican o valoran					Media (de 0 a 10)	
	Muy mal	Mal	Regular/ aceptable	Bien	Muy bien	Media	(Bases)
Durante el Festival		0,9	11,4	71,9	15,9	7.59	924
A la semana siguiente	1,0	1,0	20,1	64,6	13,3	7.28	308

Fuente: Para los datos de los participantes durante el Festival, *Encuesta participantes SEMINCI 2011*, y para los de la semana siguiente después del Festival, *Encuesta vecinos SEMINCI 2011*



Otras actividades que completarían el programa, según el público

¿Le gustaría que la SEMINCI incluyera en su programa algunas otras actividades relacionadas con el cine?	No	58,1
	Sí	41,9
	(Bases)	1.230
¿Cuáles? (Solo los que han respondido afirmativamente a la pregunta anterior)	Coloquios/Charlas/Debates/Conferencias	24,7
	Concursos/Talleres/Seminarios	19,8
	Encuentros/Entrevistas con directores y/o actores	8,1
	Forum de películas	2,6
	Exposiciones	10,4
	Conciertos/Música	8,6
	Juegos/Fiestas temáticas	2,1
	Otras	23,7
	(Bases)	(384)

Fuente: Encuesta participantes SEMINCI 2011



ALGUNOS DATOS...

El público veterano del Festival, ocho de cada 10 espectadores, sigue fiel a él porque lo tiene en una gran estima.

Coloquios, concursos, talleres o encuentros, entre las propuestas que los participantes creen más interesantes a la hora de potenciar en futuras ediciones.

Cuatro de cada 10 encuestados apoyarían económicamente propuestas como un 'club de amigos' de la SEMINCI. La cantidad media que estarían dispuestos a pagar es 28 euros.

LA SEMINCI, VISTA POR LOS PARTICIPANTES





Un festival identificado con su público y un público identificado con el festival. La SEMINCI, después de más de medio siglo de vida, ha alcanzado un enorme grado de complicidad con los espectadores que le dan sentido en cada edición, tal y como puede comprobarse en los datos recogidos en este estudio. Una alta participación, una valoración notable de todos sus elementos y un apoyo incondicional del público de esta cita cinematográfica son las características más reseñables. El apoyo, por cierto, no se queda en los participantes del certamen. También los vecinos de Valladolid, incluso los que no acuden a la SEMINCI, se muestran también plenamente identificados y receptivos a un festival que forma parte indisoluble de la ciudad.

