

Proyecto de Grado

**SEGMENTACIÓN DEL MERCADO DE CURSOS DE DANZA EN LA CIUDAD DE
BOGOTÁ**

Autor

Carolina Albán

Asesor

Antonio José Burbano

UNIVERSIDAD DE LOS ANDES

Facultad de Administración

30 de mayo de 2006

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	7
1. PROBLEMÁTICA Y OBJETIVOS	9
1.1 PROBLEMÁTICA	9
1.2 OBJETIVOS	11
1.2.1 OBJETIVO GENERAL	11
1.2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	12
2. MARCO TEÓRICO	13
2.1 LA SEGMENTACIÓN DE MERCADOS	13
2.1.1 DEFINICIÓN	13
2.1.2 IMPORTANCIA	13
2.1.3 TIPOS DE SEGMENTACIÓN	14
2.1.3.1 A priori	14
2.1.3.1 A posteriori	14
2.1.4 VARIABLES DE SEGMENTACIÓN	15
2.1.4.1 Superficialidad en las variables utilizadas	16
2.1.4.2 Enfoques a mayor profundidad	16
2.1.5 ANÁLISIS TIPOLOGICO	17
2.1.5.1 Análisis jerárquico	18
2.1.6 SEGMENTOS ATRACTIVOS	19
2.2 LA MEZCLA DE MERCADEO	19
2.2.1 PRODUCTO/ SERVICIO	19
2.2.2 PRECIO	20
2.2.3 PROMOCIÓN	21
2.2.4 PLAZA	21
3. INVESTIGACIÓN EXPLORATORIA	22
3.1 TÉCNICA EXPLORATORIA	22
3.2 VARIABLES RELEVANTES	23
3.2.1 VARIABLES DE SEGMENTACIÓN	23
3.2.2 VARIABLES DESCRIPTIVAS	23
3.2.2.1 Generales	23
3.2.2.2 Relacionadas con la mezcla de mercadeo	24
3.2.3 VARIABLES PARA DETERMINAR SI UN SEGMENTO ES ATRACTIVO	25
4. INVESTIGACIÓN DESCRIPTIVA	26
4.1 CUESTIONARIO	26
4.2 MUESTREO	26
4.2.1 Marco de referencia	26
4.2.2 Método de muestreo	26
4.2.3 Tamaño de la muestra	27
4.2.4 Elección de los elementos de la muestra	28
4.3 ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN	28
4.4 SEGMENTOS IDENTIFICADOS	29
4.4.1 Segmento 1- Apasionados por la Danza	30
4.4.1.1 Descripción general	30
4.4.1.2 Características demográficas	30
4.4.1.3 Costumbres de compra	31
4.4.1.4 Factores de mayor influencia a la hora de escoger un lugar para tomar cursos ...	31
4.4.1.5 Factores de motivación	32
4.4.1.6 Características psicográficas	32

4.4.1.7	Actividades realizadas.....	32
4.4.1.8	Razón para no asistir a más cursos de danza	34
4.4.2	Segmento 2- Buscadores de Diversión.....	35
4.4.2.1	Descripción General.....	35
4.4.2.2	Características demográficas.....	35
4.4.2.3	Costumbres de compra.....	36
4.4.2.4	Factores de influencia a la hora de escoger un lugar para tomar cursos.....	36
4.4.2.5	Factores de motivación.....	37
4.4.2.6	Características psicográficas.....	37
4.4.2.7	Actividades realizadas.....	38
4.4.2.8	Razón para no asistir a más cursos de danza	38
4.4.3	Segmento 3- Buscadores de una Terapia Total.....	39
4.4.3.1	Descripción General.....	39
4.4.3.2	Características demográficas.....	40
4.4.3.3	Costumbres de compra.....	40
4.4.3.4	Factores de influencia a la hora de escoger un lugar para tomar cursos.....	41
4.4.3.5	Factores de motivación.....	41
4.4.3.6	Características psicográficas.....	41
4.4.3.7	Actividades realizadas.....	42
4.4.3.8	Razón para no asistir a más cursos de danza	43
4.4.4	Segmento 4- Buscadores de Expresión.....	44
4.4.4.1	Descripción General.....	44
4.4.4.2	Características demográficas.....	44
4.4.4.3	Costumbres de compra.....	45
4.4.4.4	Factores de influencia a la hora de escoger un lugar para tomar cursos.....	45
4.4.4.5	Factores de motivación.....	45
4.4.4.6	Características psicográficas.....	46
4.4.4.7	Actividades realizadas.....	46
4.4.4.8	Razón para no asistir a más cursos de danza	47
4.4.5	Segmento 5- Buscadores de Facilidades.....	48
4.4.5.1	Descripción General.....	48
4.4.5.2	Características demográficas.....	49
4.4.5.3	Costumbres de compra.....	49
4.4.5.4	Factores de influencia a la hora de escoger un lugar para tomar cursos.....	50
4.4.5.5	Factores de motivación.....	50
4.4.5.6	Características psicográficas.....	50
4.4.5.7	Actividades realizadas.....	50
4.4.5.8	Razón para no asistir a más cursos de danza	52
4.5	SEGMENTOS ATRACTIVOS.....	52
4.6	RECOMENDACIONES GENERALES PARA LOS SEGMENTOS ATRACTIVOS.....	54
4.6.1	APASIONADOS POR LA DANZA.....	54
4.6.1.1	General	54
4.6.1.2	Precio.....	55
4.6.1.3	Servicios.....	56
4.6.1.4	Plaza.....	59
4.6.1.5	Promoción	60
4.6.2	BUSCADORES DE UNA TERAPIA TOTAL.....	63
4.6.2.1	General	63
4.6.2.2	Precio.....	64
4.6.2.3	Servicio	65
4.6.2.4	Plaza.....	68
5.	CONCLUSIONES.....	73
	BIBLIOGRAFÍA.....	78
	ANEXOS.....	81

TABLAS

Tabla 1- Variables de segmentación y ejemplos de segmentación de mercado	15
Tabla 2- Proporción de la muestra según género y edad.....	27
Tabla 3- Características psicográficas de los Apasionados por la Danza.....	33
Tabla 4- Principales características psicográficas de los Buscadores de Diversión	37
Tabla 5- Características psicográficas del segmento 3.....	42
Tabla 6- Características psicográficas del segmento 4.....	47
Tabla 7- Características psicográficas del segmento 5.....	51
Tabla 8- Porcentaje interesado en tomar cursos en una escuela de danza.....	53
Tabla 9- Media de variables métricas, según segmento	53
Tabla 10- Calificación de la atractividad de los diferentes segmentos, según las variables que la determinan.....	54
Tabla 11- Nivel de influencia de los precios a la hora de escoger un lugar para tomar cursos de danza	55
Tabla 12- Importancia de la ubicación a la hora de escoger un lugar para tomar cursos de danza.....	59
Tabla 13- Nivel de influencia de los precios a la hora de escoger un lugar para tomar cursos de danza	64
Tabla 14- Importancia de la ubicación a la hora de escoger un lugar para tomar cursos de danza.....	68
Tabla 15- Resultados entrevistas a profundidad 1 a 4.....	84
Tabla 16- Resultados entrevistas a profundidad 5 a 8.....	92
Tabla 17- Resultados entrevistas a profundidad 9 a 12.....	101
Tabla 18- Proporción por género, según segmento.....	119
Tabla 19- Proporción por rango de edad, según segmento.....	119
Tabla 20- Proporción por estado civil, según segmento.....	120
Tabla 21- Proporción por ocupación, según segmento.....	120
Tabla 22- Proporción por nivel de estudios completados, según segmento	120
Tabla 23- Proporción por estrato social, según segmento	121
Tabla 24- Media, desviación estándar, mínimo y máximo, para diferentes costumbres de compra, según segmento.....	121
Tabla 25- Frecuencia en proporción por lugar donde toma los cursos, según segmento	122
Tabla 26- Media y desviación estándar de la calificación de los diferentes factores de influencia a la hora de escoger un lugar para tomar cursos de danza, según segmento	122
Tabla 27- Media y desviación estándar de la calificación de los diferentes factores de motivación, según segmento.....	123
Tabla 28- Media y desviación estándar de la calificación de las características psicográficas, según segmento (variables 1 a 8).....	123
Tabla 29- Media y desviación estándar de la calificación de las características psicográficas, según segmento (variables 9 a 16).....	124
Tabla 30- Media y desviación estándar de la calificación de las características psicográficas, según segmento (variables 17 a 24).....	124
Tabla 31- Media y desviación estándar de la calificación de las características psicográficas, según segmento (variables 25 a 33).....	125
Tabla 32- Frecuencia en proporción por actividades realizadas, según segmento.....	126
Tabla 33- Principal razón por la que no asiste actualmente a más cursos de danza, según segmento	126
Tabla 34- Penetración de los diferentes medios de comunicación.....	128
Tabla 35- Costo del mensaje para diferentes medios de comunicación.....	128

GRÁFICAS

Gráfica 1- Distribución por segmento.....	29
Gráfica 2- Actividades realizadas por el segmento 1.....	34
Gráfica 3- Actividades realizadas por el segmento 2.....	38
Gráfica 4- Actividades realizadas por el segmento 3.....	43
Gráfica 5- Actividades realizadas por el segmento 4.....	46
Gráfica 6- Actividades realizadas por el segmento 5.....	51
Gráfica 7- Cursos que se toman actualmente.....	57
Gráfica 8- Cursos que son de su interés.....	57
Gráfica 9- Cursos que se toma actualmente o en los que se tiene interés.....	58
Gráfica 10- Otras actividades de su interés.....	59
Gráfica 11- Proporción del segmento 1, según ubicación.....	60
Gráfica 12- Medios utilizados con frecuencia por el segmento 1.....	61
Gráfica 13- Canales de televisión vistos frecuentemente, por categoría.....	61
Gráfica 14- Emisoras oídas frecuentemente.....	62
Gráfica 15- Frecuencia de uso de Internet del segmento 1.....	63
Gráfica 16- Cursos que se toman actualmente.....	65
Gráfica 17- Cursos que son de su interés.....	66
Gráfica 18- Cursos que se toman actualmente o son de su interés.....	66
Gráfica 19- Otras actividades de interés del segmento 3.....	67
Gráfica 20- Proporción del segmento 3, según su ubicación.....	68
Gráfica 21- Medios utilizados con frecuencia.....	69
Gráfica 22- Periódicos leídos con frecuencia.....	70
Gráfica 23- Revistas leídas con frecuencia.....	70
Gráfica 24- Canales de televisión vistos con frecuencia.....	71
Gráfica 25- Emisoras oídas con frecuencia.....	71
Gráfica 26- Frecuencia de uso de Internet.....	72

ILUSTRACIONES

Ilustración 1- Segmentación del mercado.....	13
Ilustración 2- Dendograma para clasificar diferentes genotipos.....	18
Ilustración 3- El sistema de las cuatro P.....	20

ANEXOS

ANEXO 1 - FORMATO DE ENTREVISTAS A PROFUNDIDAD.....	81
ANEXO 2- ENTREVISTAS A PROFUNDIDAD.....	84
ANEXO 3- FORMATO CUESTIONARIO.....	112
ANEXO 4- ANOVA VARIABLES DE SEGMENTACIÓN.....	118
ANEXO 5- VARIABLES DESCRIPTIVAS GENERALES.....	119
ANEXO 6- MAPA DE BOGOTÁ POR ZONAS.....	127
ANEXO 7- MEDIOS DE COMUNICACIÓN.....	128

INTRODUCCIÓN

Teniendo un corto recorrido en el campo de la danza, pero una gran pasión por éste, he querido brindar una herramienta a las escuelas de danza con el fin de que éstas puedan ser más estables y puedan atraer a personas realmente interesadas y apasionadas por el baile.

Colombia es un país donde desafortunadamente el desarrollo artístico de la población no es fuerte, pues es un sector en el que el gobierno ha invertido poco. En los últimos años se ha visto un mayor apoyo al sector cultural, no obstante, es difícil que las instituciones educativas en el campo de la danza sean estables, pues son en su mayoría entidades sin ánimo de lucro que tienen pocos conocimientos acerca de mercadeo; en especial, tienen poco conocimiento acerca de las verdaderas necesidades de sus clientes.

Las escuelas de danza necesitan conocer más a sus clientes y encontrar una forma de llegar a ellos. Deben buscar la forma de que sus clientes permanezcan con ellas y obtengan lo que buscan al decidir ser parte de éstas.

Después de realizar una parte de esta investigación, me di cuenta de que son pocos los que están conformes con el sector. Quienes quieren ser bailarines profesionales, afirman que las escuelas de danza en Bogotá no son lo suficientemente buenas, y que, por lo tanto, una vez se llega a cierto punto, deben buscar aprendizaje en otros lugares del mundo. Por otra parte, existen aquellas personas que conocen poco acerca de las escuelas de danza en Bogotá y piensan que no se hace suficiente publicidad; además, afirman que, a nivel general, las personas en Bogotá tienen una percepción negativa hacia los cursos de danza.

También existe una percepción negativa por parte de otras personas que afirman que *“las escuelas de danza sólo se preocupan por la parte económica”*, lo que en

muchos casos no es cierto, pues he visto que muchos directores de éstas, que además son profesores allí, no reciben ninguna retribución económica por las clases que dictan, ni por dirigir la organización, pues todo se re-invierte. No obstante, siempre he sentido que esto no debería ser así; siempre he creído que puede haber alguna forma de que el esfuerzo de estas personas, que se dedican día a día a darlo mejor de sí mismas en su trabajo, sea recompensado. Además de esto, creo que las escuelas de danza no deben esperar a ser apoyadas por el gobierno, sino ser auto-sostenibles. Al desarrollarse el sector como un todo, posiblemente habrá una mejor infraestructura y una mejor educación.

1. PROBLEMÁTICA Y OBJETIVOS

1.1 PROBLEMÁTICA

María Consuelo Araujo Castro, Ex Ministra de Cultura de la República de Colombia, identifica la *“necesidad de explorar nuevos modos de diseñar, gestionar y evaluar las políticas del sector cultural, como bien lo señalan los retos que tenemos delante nuestro, sea cual sea el campo en el cual nos movemos: las artes escénicas; la música; la gestión de los museos, los archivos y las bibliotecas; la promoción de la lectura; las industrias culturales; la educación artística; el conocimiento tradicional; la investigación o el patrimonio.”*¹ Es poco lo que se conoce acerca de la industria cultural en el país, y por lo tanto, es necesario investigar y desarrollar estrategias para mejorar la competitividad de ésta. Para lograr eso, es indispensable el estudio de diferentes temas dentro de la industria: la historia de su gestión; las instituciones que la conforman; sus políticas; sus tendencias; sus consumidores. Estos últimos son el eje central de investigación del presente proyecto de grado.

El mercadeo cultural es aquel utilizado dentro de las organizaciones culturales o que se enfocan en consumidores que asisten o practican actividades culturales. Es un área poco explorada en Colombia, pues son pocas las organizaciones culturales, especialmente las educativas, que cuentan con un área de mercadeo que se encargue de identificar las necesidades más profundas de sus clientes. Es de vital importancia empezar a implementar el marketing cultural en el país, empezando por investigar a los consumidores, para identificar las estrategias a seguir con el fin de lograr un desarrollo exitoso del sector. Se estudiará un campo concreto de la cultura: las artes escénicas, específicamente el campo de la danza.

¹M.C Araújo. (2003). *Sobre la Gestión Cultural y la Economía de la Cultura*, III Seminario Malraux . Tomado de: http://www.mincultura.gov.co/despachoMinistro/discursosMinistro/05_21_03.htm

Las artes escénicas son actividades que se presentan en escenarios culturales. Las más importantes son: teatro, danza, óperas y orquestas. La danza no sólo se presenta en escenarios, sino que es parte de la cultura de muchos países; es una forma de expresión tanto en escenarios, como en el día a día de las personas. Está dividida en diferentes géneros; algunos de éstos son: ballet, danza contemporánea, folclor, jazz, capoeira y tango. Estos se aprenden diferentes tipos de instituciones, tales como: escuelas de danza, escuelas artísticas, colegios, universidades y gimnasios, entre otras.

Las escuelas de danza, son en su gran mayoría entidades sin ánimo de lucro, y por eso no es fácil la consecución de recursos. Para obtener mayores ingresos, es importante que este tipo de organizaciones cuenten con estrategias de mercadeo eficientes, las cuales, en buena medida, se obtienen a partir de investigaciones del consumidor que realmente comprenden las motivaciones detrás de sus acciones.

Aunque los creadores de este tipo de instituciones tienen un gran conocimiento del sector gracias a años de experiencia, todavía no conocen bien a sus clientes. Es importante entonces, identificar necesidades insatisfechas, pues algunos estudiantes piensan que las escuelas de danza actuales podrían ser mejores en Bogotá². A Rose Marie Moncayo, directora de la escuela de danza Danzastudio, le gustaría que los asistentes a su academia le contaran sus necesidades adicionales, y además parecería interesante saber la historia de cada persona, y el proceso que ha tenido, bien detallado, para poderlos nivelar mejor³.

Las escuelas de danza y los negocios cuyo mercado objetivo son los bailarines, necesitan entender más a sus clientes y enfocar sus productos y servicios en segmentos específicos. Así, los bailarines se verán beneficiados, pues percibirán un perfeccionamiento de los productos y servicios disponibles en el mercado. De igual

² Entrevista realizada a un estudiante de danza, el 20 de febrero de 2006.

³ Entrevista realizada a Rose Marie Moncayo, Directora de Danzastudio- Escuela de Danza, el 27 de febrero de 2006.

forma, las empresas se beneficiarán, pues lograrán obtener mayores ingresos a partir de un mayor consumo, y les será posible identificar nuevas oportunidades de negocio.

La gran mayoría de las industrias surgen a partir de necesidades insatisfechas, provenientes de distintos segmentos de mercado. Las empresas exitosas encuentran a sus clientes identificando necesidades en el mercado, y partir de éstas, crean productos y servicios que buscan satisfacerlas durante el transcurso del tiempo. En esto se basan los conocimientos actuales sobre mercadeo. Según Philip Kotler, el mercadeo es *“la ciencia y el arte de encontrar, conservar y desarrollar a los clientes provechosos”*⁴.

El surgimiento de la industria cultural no es una excepción a la regla. Esta industria se crea a partir de diferentes tipos de necesidades, tales como las de aceptación y las de sentido de pertenencia, entre otras muchas. Sin embargo, las necesidades difieren de un grupo de personas a otro, razón por la cuál se debe segmentar el mercado objetivo, para crear estrategias de mercadeo de acuerdo a perfiles específicos, y disminuir la probabilidad de incurrir en esfuerzos mal enfocados.

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 OBJETIVO GENERAL

Identificar los diferentes segmentos en el mercado de asistentes a cursos de danza en la ciudad de Bogotá, estableciendo recomendaciones a nivel general en cuanto a la mezcla de mercadeo que pueden utilizar las escuelas de danza para atender las necesidades de los nichos de mercado más atractivos.

⁴ P. Kotler. (1999). *El Marketing Según Kotler- Cómo Crear, Ganar y Dominar los Mercados*. (F. Villegas.), cap. 7, p. 163

1.2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Identificar las variables demográficas, socio-económicas, conductuales y psicográficas más relevantes de la población objeto de estudio, con el fin de realizar una segmentación de mercado.
2. Identificar los diferentes segmentos de mercado.
3. Identificar los segmentos de mercado más atractivos.
4. Crear recomendaciones generales en cuanto a la mezcla de mercadeo que pueden utilizar las escuelas de danza para atender las necesidades de los nichos de mercado más atractivos.

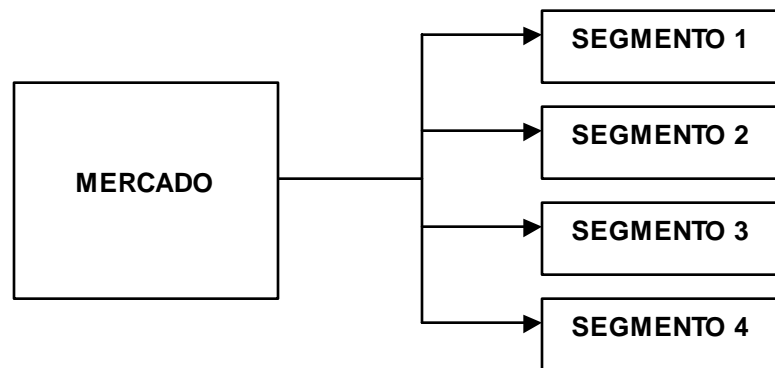
2. MARCO TEÓRICO

2.1 LA SEGMENTACIÓN DE MERCADOS

2.1.1 DEFINICIÓN

La segmentación de mercado se define como “*el proceso de dividir al mercado en grupos de consumidores similares y elegir al grupo o grupos más apropiados para los servicios de la empresa*”⁵. Se utiliza con el fin de desarrollar estrategias de “*mercadeo concentrado*”, donde éstas están más enfocadas en buscar oportunidades en un mercado pequeño, y no en el mercado total.⁶

Ilustración 1- Segmentación del mercado



2.1.2 IMPORTANCIA

Se podría decir que la segmentación es el eje central del mercadeo, pues a partir de la identificación de las necesidades de un grupo de clientes, se pueden enfocar los esfuerzos de una organización en una dirección concreta. Es así que “*la elección del mercado objetivo es primordial para el desarrollo de programas de marketing con*

⁵ J.P. Peter. (1998). *Marketing para no Conocedores* (M. Zamora.), cap. 5, p. 97

⁶ R.D. Hirsrich y M.P. Peters. (1991). *Marketing Decisions for New and Mature Products*, cap. 11, p. 262

éxito⁷.” La finalidad última de este proceso, es “*poder desarrollar estrategias que se adapten perfectamente a cada uno de los segmentos de la población estudiada*⁸”.

La gran mayoría de organizaciones dirigen su estrategia de mercadeo a uno o varios segmentos de mercado. Por ejemplo, el segmento objetivo en el sector automotriz, varía de un automóvil al otro. Cada automóvil se diseña con el fin de satisfacer las necesidades de un grupo de personas, y no de la población total, pues algunas personas se preocupan por el diseño, mientras otras le dan gran importancia a la potencia del motor, y otras al precio; lo mismo sucede con la mayoría de productos y servicios disponibles en el mercado.

2.1.3 TIPOS DE SEGMENTACIÓN⁹

Existen dos formas de llevar a cabo una segmentación: *a priori* y *a posteriori*. Se puede utilizar alguno de los enfoques o una combinación de ambos, lo que depende de la experiencia y juicio del investigador.

2.1.3.1 A priori

La segmentación *a priori* se lleva a cabo antes de realizar cualquier investigación; es decir, los encargados de realizar la estrategia de mercadeo de una organización, deciden las variables a tener en cuenta para segmentar el mercado y luego investigan las características generales de ese grupo de personas.

2.1.3.1 A posteriori

La segmentación *a posteriori* se lleva a cabo después de realizar investigaciones de mercado. A partir de la investigación realizada se decide la forma de agrupar a las

⁷ Peter, op.cit , pg. 97

⁸ R. Pedret, L. Sagnier, F. Camp. (2000). *Herramientas para Segmentar Mercados y Posicionar Productos*, cap. 7, pg.141

⁹ Peter, op. cit., pg. 100

personas teniendo en cuenta similitudes en los beneficios buscados o variables psicográficas de la población objeto de estudio.

2.1.4 VARIABLES DE SEGMENTACIÓN

Existen diversas variables de segmentación, dentro de las cuales las más utilizadas son, las: demográficas, socio-económicas, psicográficas y/o conductuales.¹⁰ También se utilizan las geográficas. La siguiente tabla muestra algunas de las variables más importantes dentro de cada una de las categorías al igual que ejemplos de segmentación, incluyendo únicamente variables de su categoría respectiva:

Tabla 1- Variables de segmentación y ejemplos de segmentación de mercado

CATEGORÍA	VARIABLES	EJEMPLOS DE SEGMENTACIÓN
Demográficas y socio-económicas	<ul style="list-style-type: none"> • Edad • Educación • Tamaño de la familia • Ingresos • Nacionalidad • Ocupación • Religión • Género • Estrato socio-económico 	<ul style="list-style-type: none"> • Mujeres latinas, entre 18 y 25 años de edad. • Personas con estudios universitarios, casadas y con hijos. • Judíos mayores de 30 años de edad. • Colombianos con ingresos superiores a 10 millones de pesos mensuales.
Geográficas	<ul style="list-style-type: none"> • Tamaño de la ciudad • Clima • Densidad del mercado • Región • Terreno 	<ul style="list-style-type: none"> • Residentes en ciudades con climas cálidos. • Residentes de zonas rurales. • Residentes en ciudades con población mayor a 10, 000,000 de habitantes.
Psicográficas	<ul style="list-style-type: none"> • Personalidad • Estilo de vida • Motivaciones • Metas • Opiniones 	<ul style="list-style-type: none"> • Personas con gusto por la moda. • Personas introvertidas. • Personas interesadas en los deportes extremos.
Conductuales/ Costumbres de compra	<ul style="list-style-type: none"> • Beneficios buscados • Estado de lealtad • Tasa de uso • Estado de uso 	<ul style="list-style-type: none"> • Personas que buscan divertirse. • Personas que asisten a obras de teatro al menos una vez al mes.

¹⁰ V.Klainer (2001). *Segmentación Psicográfica. Conociendo al consumidor.*

2.1.4.1 Superficialidad en las variables utilizadas

Una gran cantidad de empresas comete el error de segmentar los mercados únicamente a partir de variables demográficas, asumiendo que las personas pertenecientes a un género, una ocupación, un rango de edad y un lugar definidos, cuentan con las mismas motivaciones y deseos, siendo que esto no es lo que sucede en la realidad; las personas con perfiles demográficos similares tienen diferentes sentimientos, pensamientos y formas de actuar. Es de vital importancia identificar las razones detrás de las acciones de los consumidores.¹¹ Por esa razón, en algunas empresas se utiliza un enfoque más profundo para realizar la segmentación de mercados.

2.1.4.2 Enfoques a mayor profundidad

Existen dos enfoques que se utilizan comúnmente para segmentar los mercados a un mayor nivel de profundidad: el de beneficios y el psicográfico¹². El de beneficios sugiere que las motivaciones de compra dependen de los beneficios buscados. A partir de este enfoque, se busca brindar productos y servicios con los que se obtengan tales beneficios. El enfoque psicográfico, se basa en los atributos personales de los consumidores. Ambos son eficientes, no obstante, es importante efectuar estudios en donde no se utilice un único tipo de variable de segmentación, pues se deben tener en cuenta los diferentes aspectos que influyen en el comportamiento de las personas.¹³

¹¹ N. Hall. (2003) *Video, Ergo, Agnosco: From Observation to Insight*. World Association of Research Professionals Review.

¹² J.P Peter (1998). *Marketing para no Conocedores*. (M. Zamora), cap. 5, pg. 103

¹³ G. Zaltman (2004). *Cómo Piensan los Consumidores- Lo que Nuestros Clientes no Pueden Decirnos y Nuestros Competidores no Saben*. (A. Rovira.)

Se ha utilizado, entonces, una mezcla entre diferentes enfoques, dando especial importancia a los beneficios buscados por las personas al asistir a cursos de danza, al igual que a las variables psicográficas. Algunas de las variables psicográficas importantes a tener en cuenta son las de estilo de vida, pues se ha probado en algunos estudios que las variables de personalidad a veces no explican las decisiones de consumo; las de estilo de vida parecen ser más relevantes¹⁴. Las actitudes, opiniones, motivaciones y metas, también son variables psicográficas de gran importancia.

2.1.5 ANÁLISIS TIPOLOGICO

El análisis tipológico, en ocasiones conocido como análisis de conglomerados, es una técnica que se utiliza para agrupar a objetos o individuos según diferentes características. Se originó en el campo de la biología, donde se ha utilizado exitosamente para la clasificación de las especies, y se ha aplicado también a otras ciencias.¹⁵ Por esta razón, se empezó a utilizar como una técnica de segmentación de mercados. A través de un análisis tipológico se logrará que:

- Cada segmento sea lo más homogéneo posible.
- Los diferentes segmentos sean lo más distintos posibles.¹⁶

Las metodologías utilizadas para llevar a cabo este tipo de análisis, que se dividen en dos categorías: análisis jerárquico y análisis no jerárquico. Se utilizó el enfoque jerárquico para llevar a cabo la segmentación, por lo tanto, a continuación se explica a mayor profundidad.

¹⁴ J.L Lastovicka; J.P Murry; E.A Joachimsthaler; G. Bhalla y J. Scheurich. (1987) *A Lifestyle Typology to Model Young Male Drinking and Driving*, Journal of Consumer Research; W.R Darden, y D. Ashton. (1974 -1975). *Psychographic Profiles of Patronage Preference Groups*. Journal of Retailing.

¹⁵ R. Pedret, L. Sagnier, F. Camp. (2000). *Herramientas para Segmentar Mercados y Posicionar Productos*, cap.

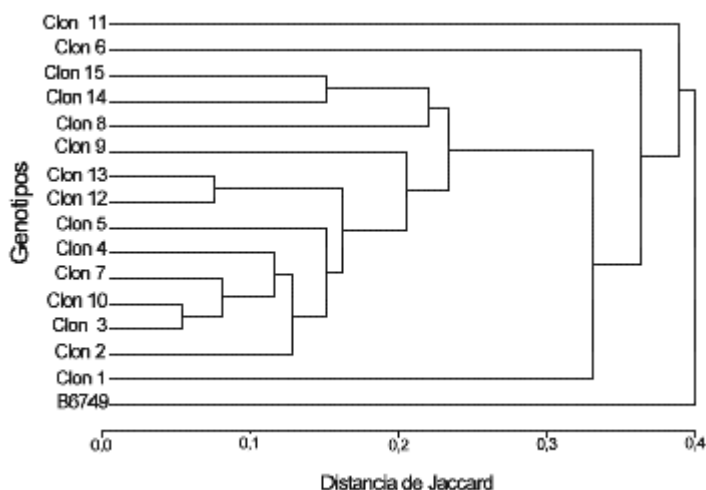
7, pg.138

¹⁶ Ibid.

2.1.5.1 Análisis jerárquico

“La característica principal de los métodos de análisis tipológico jerárquico es que recurren a la construcción de un árbol de clasificación que permite visualizar la jerarquía de particiones entre los objetos.”¹⁷ Estos árboles de clasificación (Ver Ilustración 2) se conocen comúnmente como dendogramas, y a partir de ellos se puede definir el número de segmentos que existe dentro de un mercado. Esto se hace de forma cualitativa.

Ilustración 2- Dendograma para clasificar diferentes genotipos



Fuente: Red de Cooperación Técnica en Biotecnología Vegetal para América Latina y el Caribe¹⁸

Existen dos métodos jerárquicos: los divisivos y los aglomerativos.¹⁹ Estos últimos son los más utilizados en la práctica, por tal razón se han utilizado en esta investigación. Utilizando este enfoque, se van agrupando los elementos más cercanos en distancia, teniendo en cuenta las variables de segmentación métricas, utilizadas.

¹⁷ Pedret, Sagnier y Camp, op. cit., pg. 143

¹⁸ Tomado de: http://www.redbio.org/portal/encuentros/enc_2001/posters/03/03pdf/03-004/dendograma.gif

¹⁹ Pedret, Sagnier y Camp, op. cit., pg. 143

Existen diversos criterios para identificar las distancias entre los objetos; éstos son: criterio del mínimo, criterio del máximo, criterio de la media, criterio de la media dentro de cada grupo, criterio de Ward, criterio del centroide y criterio de la mediana. El más utilizado es el criterio de Ward, el cual *“crea grupos minimizando la varianza intra-grupo”*.²⁰

2.1.6 SEGMENTOS ATRACTIVOS

Los segmentos atractivos dependen de la industria, no obstante, para ser viable un segmento debe ser medible, significativo y comercializable²¹:

- Medible- Debe ser posible medir su tamaño del segmento y principales características.
- Significativo- Debe existir un alto potencial de ventas o de crecimiento.
- Comercializable- Debe haber accesibilidad al segmento.

2.2 LA MEZCLA DE MERCADEO

Dentro de los planes de mercadeo, la mezcla de mercadeo juega un papel importante. Esta debe ser dirigida a un mercado objetivo concreto, definiendo cuatro criterios importantes: producto, precio, promoción y plaza (Ver Ilustración 3). Debe ser establecida según las necesidades del mercado, pero también según las capacidades de una organización.

2.2.1 PRODUCTO/ SERVICIO

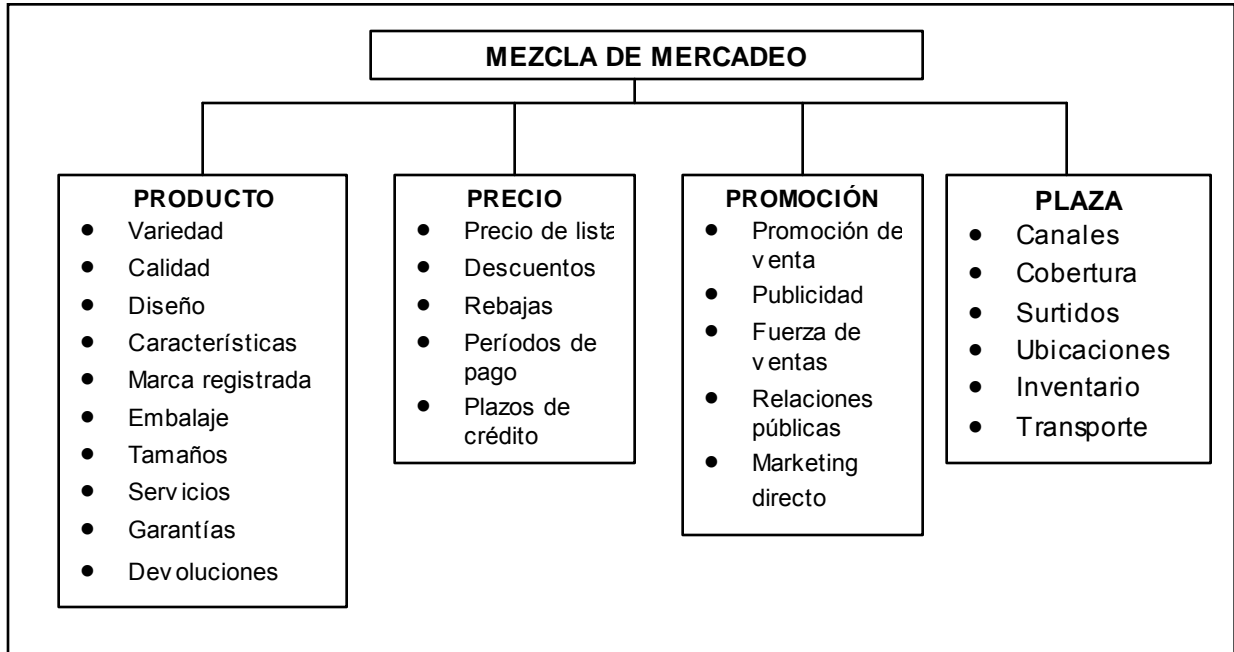
“La base de todo negocio es un producto o un ofrecimiento. Una compañía aspira a hacer un producto u ofrecimiento mejor y diferente, de manera tal que el mercado

²⁰ Pedret, Sagnier y Camp, op. cit., pg. 151

²¹ J.P Peter (1998). *Marketing para no Conocedores*. (M. Zamora), cap. 5, pg. 112

objetivo lo prefiera e incluso pague un precio superior.²² Para efectos de esta investigación, se estudiaron los posibles cursos y servicios alternativos que se podrían ofrecer, según las necesidades de cada segmento.

Ilustración 3- El sistema de las cuatro P



Fuente: El Marketing Según Kotler

2.2.2 PRECIO

“El precio difiere de los otros tres elementos del marketing mix en que produce ingresos; los otros elementos generan costos. Por consiguiente, las compañías se empeñan en elevar sus precios tan altos como su nivel de diferenciación pueda soportar. Al mismo tiempo, las empresas reconocen que deben considerar el impacto del ingreso (precio sobre el volumen) que, cuando se deducen los costos, resulta en

²²P. Kotler. (1999). *El Marketing Según Kotler- Cómo Crear, Ganar y Dominar los Mercados*. (F. Villegas.), cap. 6, p. 132

las ganancias máximas.”²³ En esta investigación se tuvieron en cuenta formas de pago e importancia del precio en la decisión de compra de los segmentos atractivos.

2.2.3 PROMOCIÓN

“La promoción comprende todas aquellas herramientas de comunicación que pueden comunicar un mensaje a una audiencia objetivo.”²⁴ Las diferentes herramientas que se pueden utilizar, son: publicidad, promoción de ventas, relaciones públicas, fuerza de ventas y mercadeo directo.²⁵ Para el presente proyecto de grado únicamente se tuvo en cuenta la publicidad²⁶ en medios de comunicación²⁷.

2.2.4 PLAZA

“Todo vendedor debe decidir cómo hacer accesibles sus bienes en el mercado objetivo. Las dos opciones son vender los bienes directamente o venderlos a través de intermediarios. Dentro de una industria determinada se pueden encontrar ambas formas de distribución.”²⁸ Esta investigación únicamente se basó en que las escuelas de danza ofrecerían sus servicios en sus propias instalaciones; por lo tanto, se estudiaron únicamente las posibles zonas dentro de las cuales podrían estar ubicadas.

²³ Kotler, op. cit., p. 136.

²⁴ Kotler, op. cit., p. 143.

²⁵ Ibid.

²⁶ Sólo se tuvo en cuenta la publicidad, dadas las características del negocio.

²⁷ En las entrevistas a profundidad se identificaron los medios a través de los cuales los estudiantes se enteraron de los lugares en donde toman cursos actualmente. En su mayoría, se habían enterado a través de otras personas, por medio del directorio telefónico, o al pasar al frente de los establecimientos. Fue así que se consideró importante estudiar otros medios publicitarios, de igual o mayor efectividad, pues, quienes no conocen mucho acerca de escuelas de danza, afirman que no se hace suficiente publicidad acerca de éstas. (Ver Anexo 2).

²⁸ Kotler, op. cit., p. 140.

3. INVESTIGACIÓN EXPLORATORIA

3.1 TÉCNICA EXPLORATORIA

Para identificar las variables a utilizar en una etapa posterior del estudio, se realizó una investigación exploratoria a través de entrevistas a profundidad. Estas se caracterizan por ser entrevistas “cara a cara”, en donde se explora el tema de interés con un alto nivel de detalle.²⁹ Esta técnica tiene varias ventajas frente a los grupos de muestra; entre las más importantes, están la calidad, cantidad y profundidad de la información obtenida.³⁰ Según Gerald Zaltman, “*ocho entrevistas individuales son tan eficaces como ocho grupos de muestra*”³¹, razón por la cual se decidió utilizar este enfoque, pues había información de la cual se tenía poco conocimiento.

Se realizaron 12 entrevistas a profundidad a personas de 12 años en adelante, que asisten actualmente o asistieron en el último año a cursos de danza y que residen en la ciudad de Bogotá. Estas entrevistas se realizaron con el objetivo de identificar las variables más relevantes a utilizar en una etapa posterior de la investigación, con el fin de crear un cuestionario que permitiera identificar los diferentes segmentos de los asistentes actuales a cursos de danza en la ciudad de Bogotá, y crear recomendaciones generales en cuanto a la mezcla de mercadeo a utilizar para cada uno de los segmentos atractivos.³²

Las variables que se debían determinar a través de este estudio serían:

²⁹ D.A. Aaker, V. Kumar, y G.S. Day. (2001). *Marketing Research*, p. 187

³⁰ Aaker, Khmer, Day, op. cit., p. 188

³¹ G. Zaltman (2004). *Cómo Piensan los Consumidores- Lo que Nuestros Clientes no Pueden Decirnos y Nuestros Competidores no Saben*. (A. Rovira.), p. 178

³² El Anexo 1 muestra el formato utilizado en las entrevistas a profundidad, y el Anexo 2, las respuestas de las personas entrevistadas.

- Variables de segmentación
- Variables descriptivas generales
- Variables para determinar si un segmento es atractivo
- Variables descriptivas relacionadas con la mezcla de mercadeo

3.2 VARIABLES RELEVANTES

Las variables relevantes para llevar a cabo la fase descriptiva de la investigación se identificaron a través de la información obtenida durante las entrevistas a profundidad y teniendo en cuenta conocimientos previos acerca del sector.³³

3.2.1 VARIABLES DE SEGMENTACIÓN

Las variables demográficas no parecían ser muy relevantes como variables de segmentación. Por lo tanto, aquellas escogidas fueron:

- Variables psicográficas: estilo de vida, actitudes y opiniones relacionadas con la danza.
- Principales motivaciones para asistir a cursos de danza.
- Factores que influyen a la hora de escoger un lugar para tomar cursos de danza.

3.2.2 VARIABLES DESCRIPTIVAS

3.2.2.1 Generales

Las variables que se utilizarían para describir los diferentes segmentos, serían las siguientes:

³³ Las variables utilizadas se pueden ver en el Anexo 3, en el formato del cuestionario.

- Demográficas: género; edad; estado civil; ocupación actual; nivel de estudios; estrato.
- Costumbres de compra: lugar donde toman los cursos actualmente; edad a la que empezaron a tomar cursos; horas de clase que toman a la semana; número de lugares donde toman cursos actualmente.
- Factores que influyen a la hora de escoger un lugar para tomar cursos de danza³⁴
- Factores de motivación
- Psicográficas³⁵
- Otras actividades realizadas
- Principal razón por la que no asiste a más horas de clase

3.2.2.2 Relacionadas con la mezcla de mercadeo

Las variables que se utilizarían para realizar recomendaciones generales para la mezcla de mercadeo a utilizar, serían:

- General: Nivel de influencia de distintos factores a la hora de escoger un lugar para tomar cursos de danza.
- Promoción: Medios más utilizados (periódicos, revistas, televisión, emisoras); categorías más recurridas dentro de los medios más utilizados (por ejemplo: periódico(s) y/o revista(s) más leídos, categorías de canales más vistas, emisoras más escuchadas); frecuencia de uso de Internet.
- Producto/Servicio: Cursos de danza que toma actualmente; otros cursos de danza de su interés; otro tipo de actividades que se podrían ofrecer en una escuela de danza, de su interés.

³⁴ Algunas variables se utilizan dentro de diferentes fases del análisis. Esta variable se utiliza como variable de segmentación, descriptiva general y para establecer las recomendaciones generales en cuanto a la mezcla de mercadeo a utilizar.

³⁵ Ver pregunta 20 del formato del cuestionario en el Anexo 3.

- Precio: Nivel de importancia del precio a la hora de tomar cursos de danza; estrato; forma de pago actual; situación económica como razón para no tomar más cursos de danza.
- Plaza: Importancia de la ubicación a la hora de escoger un lugar para tomar cursos de danza; ubicación.

3.2.3 VARIABLES PARA DETERMINAR SI UN SEGMENTO ES ATRACTIVO

Las variables que se utilizarían para determinar si un segmento es atractivo o no, serían:

1. Tamaño del segmento³⁶
2. Horas de clase que toma a la semana³⁷
3. Nivel de constancia³⁸
4. Interés por el aprendizaje³⁹
5. Disponibilidad de tiempo⁴⁰
6. Pagos⁴¹

³⁶ El tamaño del segmento es muy importante, pues en parte determina los ingresos (dada la relación P*Q).

³⁷ Esta variable es muy importante, pues aumenta los ingresos (dada la relación P*Q), o en caso de que no se pague por los cursos, aumenta la reputación de la escuela al contar con bailarines más entrenados.

³⁸ El nivel de constancia determina la importancia que tienen los cursos para una persona.

³⁹ El interés por el aprendizaje es muy importante, pues el propósito de las escuelas de danza es educar y esto es más fácil si cuentan con personas realmente interesadas por aprender.

⁴⁰ Esta variable es importante, pues un gran número de personas no asiste a más cursos de danza, dadas las limitantes de tiempo.

⁴¹ La forma de pago actual es importante, pues es posible que los asistentes a cursos de danza, prefieran mantener su forma de pago actual, y ésta determina los ingresos que tendrá la escuela de danza.

4. INVESTIGACIÓN DESCRIPTIVA

4.1 CUESTIONARIO

El cuestionario debía contener las variables relevantes identificadas en la fase exploratoria de la investigación y mencionadas anteriormente (el cuestionario se encuentra en el Anexo 3). Como ya se mencionó, éste se dividió en 4 partes:

- Variables de segmentación
- Variables descriptivas generales
- Variables para definir si un segmento es atractivo
- Variables descriptoras relacionadas con la mezcla de mercadeo

4.2 MUESTREO

4.2.1 Marco de referencia

La población objeto de estudio debía cumplir las siguientes características:

- Edad: 12 años en adelante
- Ubicación: Bogotá
- Estado de uso: Asistentes actuales a cursos de danza, de forma voluntaria.
- Lugar donde toman cursos: Gimnasios, colegios, escuelas artísticas, escuelas de danza, universidades, cooperativas o entidades similares y otras instituciones.

4.2.2 Método de muestreo

Aunque en un inicio se iba a llevar a cabo un muestreo por cuotas, se decidió llevar a cabo un muestreo bola de nieve, dada la complejidad que se encontró durante la fase de consecución de la muestra.

4.2.3 Tamaño de la muestra

La fórmula que se utilizó para identificar el tamaño de la muestra, fue la siguiente:

$$n \equiv (z^2)(P(1 - P)) \div E^2$$

Fuente: Marketing Research Essentials⁴²

Se tomó un nivel de confianza del 95%, y se aceptó un error muestral del 8%. Por lo tanto $z=1.96$, y $E=0.08$. Se tomó P como el porcentaje de personas que toma cursos de danza actualmente en una escuela de danza, o está interesado en hacerlo⁴³. Se tomó un porcentaje del 50% para este valor, pues no se conocía y con éste se estudiaría el mayor tamaño de muestra posible. Se hizo el supuesto de que el muestreo sería ejecutado correctamente, razón por la cual la muestra sería representativa de la población total, y por lo tanto se podría utilizar la fórmula anterior. De esta forma:

$$n = 150 \text{ personas}$$

La proporción de la muestra según género y edades fue la siguiente⁴⁴:

Tabla 2- Proporción de la muestra según género y edad

	Masculino	Femenino	Total
De 12 a 17 años	2%	31%	33%
De 18 a 25 años	9%	23%	32%
De 26 a 35 años	8%	15%	23%
De 36 años en adelante	2%	10%	12%
Total	21%	79%	100%

⁴² McDaniel, C. y Gates, R. (2002). *Marketing Research Essentials*.

⁴³ Esta proporción determina el tamaño potencial de cada uno de los segmentos.

⁴⁴ Esta distribución según género y edad se considera relevante, pues algunas escuelas de danza y establecimientos que ofrecen cursos de danza, muestran distribuciones similares. Adicional a esto, a través de conocimiento previo del sector, se puede afirmar que la proporción de mujeres es superior a la de hombres, y que la proporción de personas de 36 años en adelante disminuye, dadas las condiciones físicas requeridas para este tipo de actividad.

4.2.4 Elección de los elementos de la muestra

Los elementos de la muestra se escogieron según criterios del investigador, teniendo en cuenta su conocimiento previo acerca del sector. Se buscó que diferentes personas referenciaran otras personas al investigador, con el objetivo de ubicar con mayor facilidad a la población objeto de estudio. Se buscaron referencias por parte de:

- Profesores de danza
- Personas cercanas

Se estableció que éstas debían referir máximo 10 personas de la población objeto de estudio al investigador, con el fin de que no hubiera sesgos. Esta fase del estudio se llevó a cabo durante los meses de abril y mayo del año 2006.

4.3 ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN⁴⁵

Para obtener los diferentes segmentos del mercado de la danza, se realizó un análisis tipológico jerárquico mediante el uso del criterio de Ward. Se identificó el número de segmentos a través del análisis cualitativo del dendograma obtenido. Dicho número de segmentos se utilizó para identificar los segmentos iniciales.

Luego, se realizó un análisis de varianza de las diferentes variables de segmentación para los diferentes segmentos (ANOVA⁴⁶). Se fueron eliminando las variables que tenían un nivel de significancia superior al 5%, pues se quería utilizar las variables que tuvieran medias distintas para los diferentes segmentos, pues de lo contrario no serían válidas como variables de segmentación.⁴⁷ Al eliminar variables, se volvía a

⁴⁵ R. Pedret, L. Sagnier, y F. Camp. (2000). *Herramientas para Segmentar Mercados y Posicionar Productos- Análisis de Información Cuantitativa e Investigación Comercial*, cap. 7

⁴⁶ El Análisis de Varianza ANOVA se utiliza para evaluar la hipótesis de que las medias de las diferentes variables son iguales. Fuente: SPSS, Manual del Usuario

⁴⁷ M.P. Rodríguez. (2003). *Segmentación del Consumidor del Mercado Discográfico en Bogotá*. Tesis de Grado, Universidad de los Andes, p. 53

realizar un análisis jerárquico para identificar un nuevo número de segmentos y a éstos se les hacía un análisis de varianza, para las variables de segmentación utilizadas. El proceso se repitió varias veces hasta que todas las variables de segmentación tuvieron un nivel de significancia inferior al 5%.⁴⁸ (El Anexo 4 muestra las variables de segmentación válidas.)

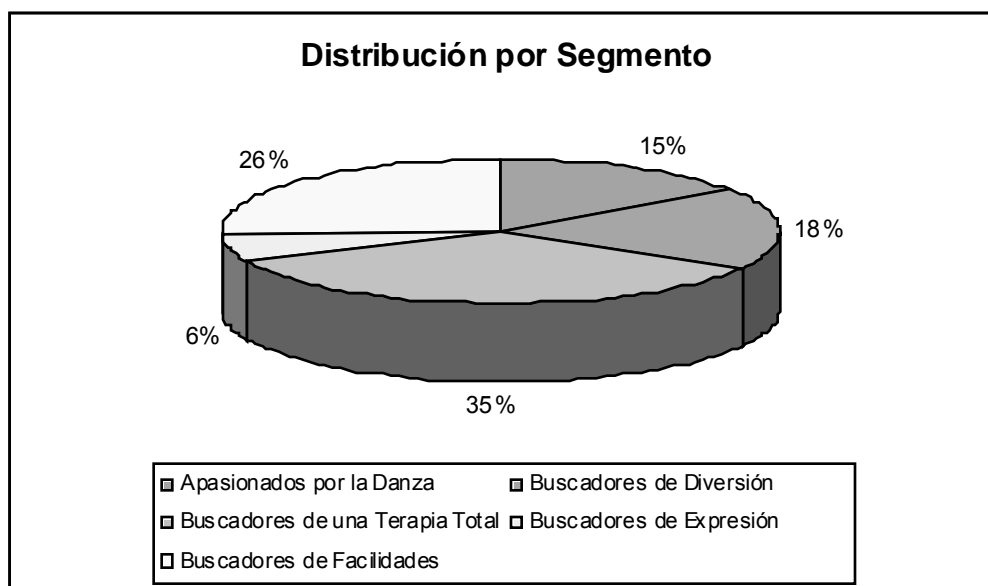
4.4 SEGMENTOS IDENTIFICADOS

Se identificaron cinco segmentos a través del análisis tipológico jerárquico:

- Apasionados por la Danza
- Buscadores de Diversión
- Buscadores de una Terapia Total
- Buscadores de Expresión
- Buscadores de Facilidades

La siguiente gráfica muestra el tamaño de los diferentes segmentos:

Gráfica 1- Distribución por segmento



⁴⁸ Ibid.

4.4.1 Segmento 1- Apasionados por la Danza

4.4.1.1 Descripción general

Frase Descriptiva: *“Mi pasión más grande es la danza.”*

Su pasión más grande en la vida es la danza. No podrían sobrevivir sin ella y faltara los cursos que toman les genera cierto vacío. No ven los cursos de danza como un hobby, sino como algo de mayor importancia; la mayoría dedica un gran número de horas al día a practicar la danza (en promedio toman 18 horas de clase a la semana). Sus principales intereses son: aprender, mejorar y desarrollarse profesionalmente en el campo de la danza, enriqueciéndose en éste hasta que se mueran, aunque tengan que sacrificar algunas cosas. Lo que menos los motiva a la hora de tomar cursos de danza, es bajar de peso y mantenerse en forma.

Le dan especial importancia a: los profesores, la dinámica de las clases, la seriedad del lugar, y las instalaciones. La mayoría toma cursos en escuelas de danza o en las compañías de las cuales hace parte. Una gran proporción está entre los 18 y 25 años de edad. Aunque el 70% son mujeres, es importante tener en cuenta la participación elevada de personas pertenecientes al género masculino dentro de este segmento.⁴⁹

4.4.1.2 Características demográficas⁵⁰

- El 70% de las personas pertenecientes a este segmento son mujeres, mientras que el porcentaje restante son hombres.
- La mayoría de estas personas son solteras (83%).

⁴⁹ Este porcentaje es importante, pues siendo del 30%, supera el porcentaje total de hombres dentro del total de encuestados, que fue del 21%.

⁵⁰ Para ver más acerca de las características demográficas, ver Anexo 5- parte A.

- Son principalmente: trabajadores independientes (30%), estudiantes universitarios (26%) y empleados (26%).
- La mayoría han cursado bachillerato como máximo nivel de estudios (48%) o han realizado estudios universitarios de pregrado (26%).
- En su mayoría pertenecen a los estratos 3, 4 y 5 (44%, 22% y 22% respectivamente).
- La mayoría está entre los 18 y 25 años de edad (39%).

4.4.1.3 Costumbres de compra⁵¹

- Asisten a escuelas de danza (83%), o toman cursos en la compañía a la que pertenecen (13%).
- Empezaron a tomar cursos de danza a una edad promedio de 15 años.
- En promedio han tomado cursos de forma frecuente y manera voluntaria durante 8 años.
- Toman en promedio 18 horas de clase a la semana.
- En promedio toman cursos en 2 lugares; como mínimo toman cursos en 1 lugar, y como máximo, en 3 lugares.

4.4.1.4 Factores de mayor influencia a la hora de escoger un lugar para tomar cursos⁵²

Los factores de mayor influencia para este segmento a la hora de escoger un lugar para tomar cursos de danza, son:

1. Profesor

⁵¹ Para ver más acerca de las costumbres de compra, ver Anexo 5- parte B.

⁵² Para determinar los factores de mayor influencia a la hora de escoger un lugar para tomar cursos de danza, y los factores de motivación, se tomaron valores mayores o iguales a 4. Ver Anexo 5- parte C.

2. Dinámica de las clases
3. Seriedad del lugar
4. Instalaciones

4.4.1.5 Factores de motivación⁵³

Los factores que más motivan a las personas pertenecientes a este segmento para tomar cursos de danza, son:

1. Aprender y mejorar
2. Desarrollarse profesionalmente en el campo de la danza

4.4.1.6 Características psicográficas⁵⁴

Las características psicográficas con las que más se identifica este segmento, se muestran en la Tabla 3.

4.4.1.7 Actividades realizadas⁵⁵

Las actividades realizadas por la mayoría de las personas pertenecientes a este segmento, son (Ver Gráfica 2):

- Bailar en escenarios
- Dictar cursos de danza
- Crear coreografías
- Pertenecer a un grupo de danza

⁵³ Ver Anexo 5- parte D.

⁵⁴ Para determinar las características psicográficas más importantes, se tomaron valores mayores a 4 o menores a

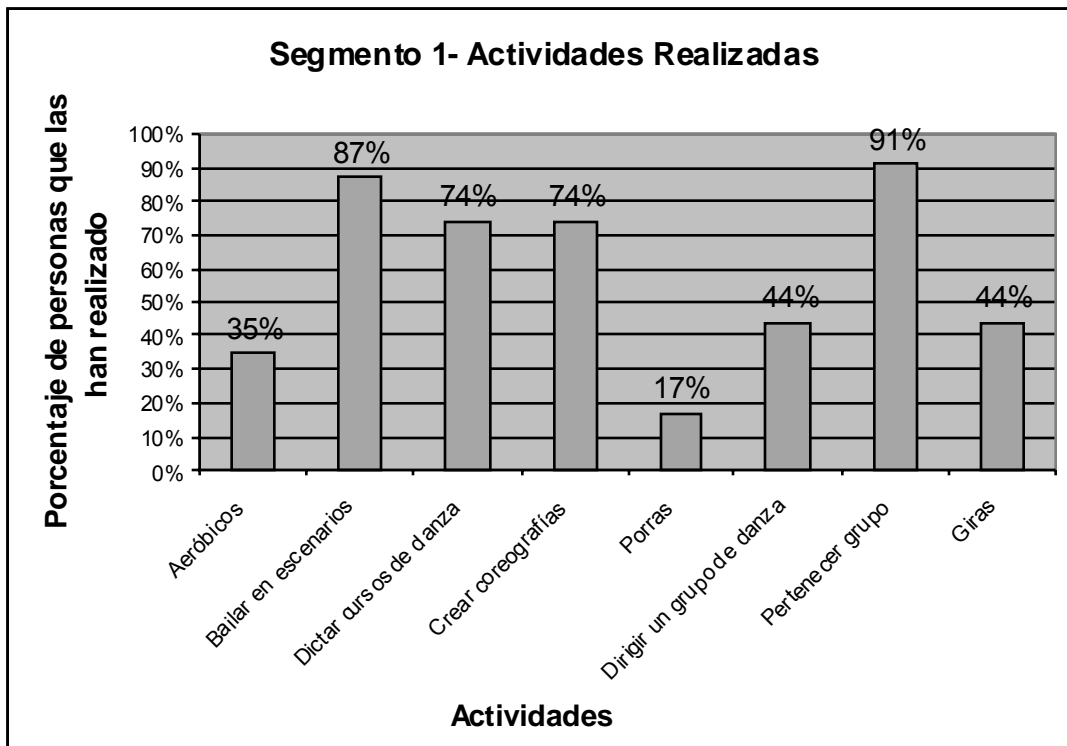
2. Ver Anexo 5- parte E.

⁵⁵ Ver Anexo 5- parte F.

Tabla 3- Características psicográficas de los Apasionados por la Danza

<p>Estilo de vida</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Se preocupan por estar en forma.
<p>Relacionadas con la danza en general</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Toda la vida les ha gustado bailar. • Su mayor pasión es la danza. • La danza les genera mucha seguridad. • Quieren enriquecerse en el campo de la danza hasta que se mueran. • Les encanta bailar en público. • Su aspiración más grande es desarrollarse profesionalmente en el campo de la danza lo mejor que puedan. • Siempre han tenido talento para la danza. • Bailan así sea en su casa. • No podrían sobrevivir sin la danza. • Por la danza han tenido que sacrificar muchas cosas.
<p>Relacionadas con los cursos de danza</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Les gusta que los profesores sean exigentes. • Siempre van a clase a menos que no haya, o por alguna razón de fuerza mayor. • Tomar cursos de danza no es un hobby para ellos. • Si faltan a una clase es como si les faltara algo. • No han sido discriminados por tomar cursos de danza. • No cambian frecuentemente el lugar donde toman las clases. • Ninguna persona se ha opuesto totalmente a que tomen cursos de danza.
<p>Opiniones</p>	<ul style="list-style-type: none"> • “La danza se lleva en la sangre.” • “La danza es una forma de expresar los sentimientos más profundos.” • “La danza es la mejor terapia.”

Gráfica 2- Actividades realizadas por el segmento 1



4.4.1.8 Razón para no asistir a más cursos de danza⁵⁶

Las principales razones de este segmento para no asistir a más cursos de danza, son:

1. Falta de tiempo
2. Situación económica
3. No le sirven los horarios.

⁵⁶ Se tomaron las 3 más importantes. Ver Anexo 5, parte G.

4.4.2 Segmento 2- Buscadores de Diversión

4.4.2.1 Descripción General

Frase Descriptiva: *“Lo que más lo motiva a tomar cursos de danza es divertirse.”*

Aunque siempre les ha gustado bailar, no toman cursos de danza para desarrollarse profesionalmente en el campo de la danza, sino por hobby. Se preocupan mucho por estar en forma y les encanta salir de rumba.

La mayoría de estas personas toma cursos de danza en gimnasios y en escuelas de danza. No toman muchas horas de clase; en promedio toman 3 horas de clase a la semana. Algunos de los factores más importantes que tienen en cuenta a la hora de escoger un lugar para tomar cursos de danza, son: el profesor, la dinámica de las clases, la seriedad del lugar y los precios. El factor que más los motiva para asistir a cursos de danza es divertirse; también los motiva aprender, mejorar, relajarse, olvidarse del mundo exterior por un momento, y mantenerse en forma.

4.4.2.2 Características demográficas

- El 93% de las personas pertenecientes a este segmento son mujeres, mientras que el porcentaje restante son hombres.
- La mayoría de estas personas son solteras (74%).
- Son principalmente: estudiantes universitarios (33%) y empleados (33%), seguidos por estudiantes de colegio (19%).
- La mayoría han cursado bachillerato como máximo nivel de estudios (37%) o han realizado estudios de postgrado (30%).

- La mayoría pertenecen al estrato 3, seguidos por aquellos que pertenecen al estrato 4 (37% y 26% respectivamente). El porcentaje de personas pertenecientes a estratos 5 y 6, es el mismo para ambos (19%).
- En su mayoría están entre los 26 y 35 años de edad (30%), seguidos por aquellas personas que tienen de 12 a 17 años y aquellas que tienen de 18 a 25 años (cada categoría con un porcentaje del 26%). Finalmente, a estas categorías le sigue aquella de personas de 36 años en adelante (19%).

4.4.2.3 Costumbres de compra

- Asisten a gimnasios (48%), y/o toman cursos en escuelas de danza (30%).
- Empezaron a tomar cursos de danza a una edad promedio de 17 años.
- En promedio han tomado cursos de forma frecuente y manera voluntaria durante 7 años.
- Toman en promedio 3 horas de clase a la semana, con un valor mínimo de 1 hora, y un valor máximo de 6 horas.
- Toman cursos en 1 lugar; como mínimo toman cursos en 1 lugar y como máximo en 2.

4.4.2.4 Factores de influencia a la hora de escoger un lugar para tomar cursos

Los factores de mayor influencia para este segmento a la hora de escoger un lugar para tomar cursos de danza, son:

1. Profesor
2. Dinámica de las clases
3. Seriedad del lugar
4. Precios
5. Cordialidad

6. Ambiente

7. Ubicación

4.4.2.5 Factores de motivación

Los principales factores de motivación para este segmento, son:

1. Divertirse
2. Aprender, mejorar, y poder relajarse
3. Olvidarse del mundo exterior por un momento
4. Mantenerse en forma

4.4.2.6 Características psicográficas

Las características psicográficas más importantes de este segmento, son las siguientes:

Tabla 4- Principales características psicográficas de los Buscadores de Diversión

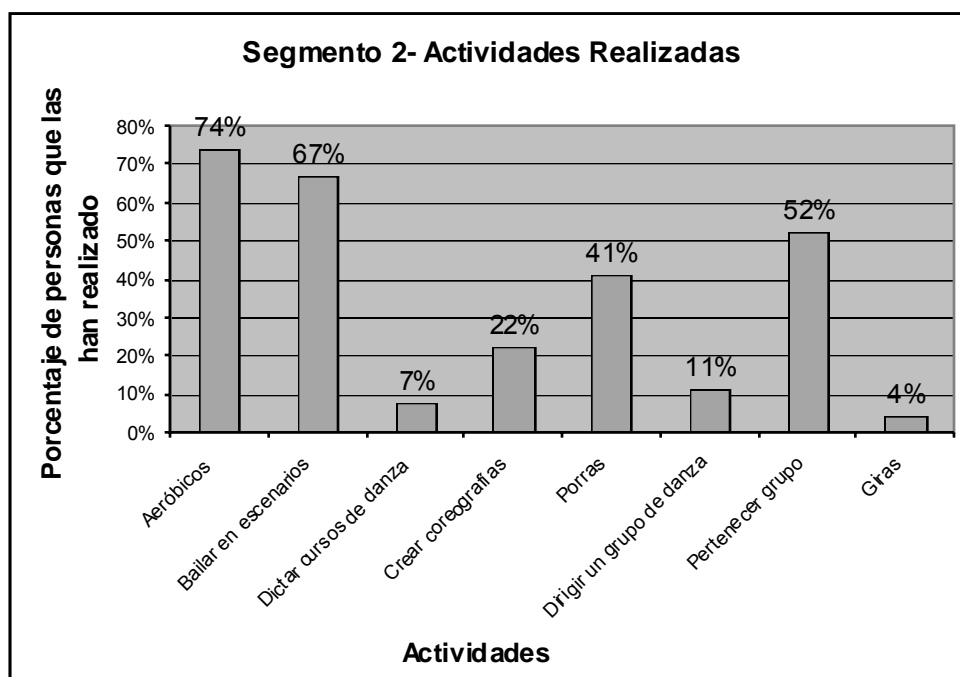
Estilo de vida	<ul style="list-style-type: none">• Se preocupan por estar en forma.• Les encanta salir de rumba.
Relacionadas con la danza en general	<ul style="list-style-type: none">• Toda la vida les ha gustado bailar.• La danza les genera seguridad.• No les interesa investigar o leer acerca de la danza.• Por lo general su familia no ha estado involucrada en el campo de la danza.
Relacionadas con los cursos de danza	<ul style="list-style-type: none">• Les gusta que los profesores sean exigentes.• Tomar cursos de danza es un hobby para ellos.• A nivel general no han sido discriminados por tomar cursos de danza.
Opiniones	<ul style="list-style-type: none">• “La danza es la mejor terapia.”

4.4.2.7 Actividades realizadas

Las principales actividades que ha realizado la mayoría de las personas pertenecientes a este segmento, son (Ver Gráfica 3):

- Aeróbicos
- Bailar en escenarios
- Pertenecer a un grupo de danza

Gráfica 3- Actividades realizadas por el segmento 2



4.4.2.8 Razón para no asistir a más cursos de danza

Las principales razones por las cuales no asisten a más cursos de danza según orden de importancia, son:

1. Falta de tiempo
2. No le interesa
3. No se ha puesto a buscar

4.4.3 Segmento 3- Buscadores de una Terapia Total

4.4.3.1 Descripción General

Frase Descriptiva: *“La danza es la mejor terapia.”*

Toda la vida les ha gustado bailar, su mayor pasión es la danza, siempre han tenido talento para ésta y quieren enriquecerse en este campo hasta que se mueran. A diferencia de los “Apasionados por la danza”, tienen un especial interés por leer o investigar acerca de la danza y les importa mucho estar en forma. Para ellos la danza es una terapia total, tanto a nivel físico como emocional.

Aunque la mayoría son mujeres, también es importante tener en cuenta la alta participación de hombres dentro de este segmento, con relación a la muestra estudiada. Principalmente son empleados o trabajadores independientes, y están entre los 18 y 35 años de edad.

En promedio toman 8 horas de clase a la semana y son muy constantes, pues van a clase siempre que pueden. Entre los factores de mayor influencia a la hora de escoger un lugar para tomar cursos de danza están los siguientes según orden de importancia: profesor, seriedad del lugar, cordialidad por parte de las personas que trabajan en el lugar, dinámica de las clases, precios y ambiente del lugar. Los factores que más los motivan, al igual que a los apasionados por la danza, son: aprender, mejorar y desarrollarse profesionalmente en el campo de la danza. A

diferencia del primer segmento también los motiva en gran medida: poder relajarse, divertirse y mantenerse en forma.

4.4.3.2 Características demográficas

- El 71% de las personas pertenecientes a este segmento son mujeres, mientras que el porcentaje restante son hombres.
- La mayoría de estas personas son solteras (79%).
- Son principalmente: empleados y trabajadores independientes (cada uno representa el 31%).
- La mayoría han cursado pregrado como máximo nivel de estudios (33%) o bachillerato (27%).
- La mayoría pertenecen al estrato 3 (40%), seguidas por aquellas que pertenecen a los estratos 4, 5, 2 y 6, respectivamente.
- En su mayoría están entre los 26 y 35 años de edad (37%), seguidos por aquellas personas entre los 18 y 25 años (33%). A estas le siguen aquellas entre los 12 y 17 años de edad, y finalmente, aquellas de 36 años en adelante.

4.4.3.3 Costumbres de compra

- Asisten principalmente a escuelas de danza (44%).
- Empezaron a tomar cursos de danza a una edad promedio de 14 años.
- En promedio han tomado cursos de forma frecuente y manera voluntaria durante 8 años.
- Toman en promedio 8 horas de clase a la semana, con un valor mínimo de 2 horas, y un valor máximo de 30 horas.
- En promedio toman cursos en 1 lugar; como mínimo toman cursos en 1 lugar y como máximo en 4.

4.4.3.4 Factores de influencia a la hora de escoger un lugar para tomar cursos

Los factores más importantes para este segmento a la hora de escoger un lugar para tomar cursos de danza, son:

1. Profesor
2. Seriedad del lugar
3. Cordialidad
4. Dinámica de las clases
5. Precios y ambiente del lugar

4.4.3.5 Factores de motivación

Los factores de mayor motivación para asistir a cursos de danza, por parte de este segmento, son:

1. Aprender y mejorar
2. Desarrollarse profesionalmente en el campo de la danza
3. Poder relajarse
4. Divertirse
5. Mantenerse en forma

4.4.3.6 Características psicográficas

Las características psicográficas más importantes de este segmento, se muestran en la Tabla 5.

Tabla 5- Características psicográficas del segmento 3

Características personales	<ul style="list-style-type: none"> • Desde pequeños siempre tuvieron oído para la música.
Estilo de vida	<ul style="list-style-type: none"> • Se preocupan mucho por estar en forma.
Relacionadas con la danza en general	<ul style="list-style-type: none"> • Toda la vida les ha gustado bailar. • Su mayor pasión es la danza. • La danza les genera mucha seguridad. • Quieren enriquecerse en el campo de la danza hasta que se mueran. • Les gusta bailar en público. • Siempre han tenido talento para la danza. • Su aspiración es desarrollarse en el campo de la danza lo mejor que puedan. • Les gusta leer o investigar sobre la danza. • Bailan así sea en su casa.
Relacionadas con los cursos de danza	<ul style="list-style-type: none"> • Les gusta que los profesores sean exigentes. • Siempre van a clase, a menos de que no haya o por alguna razón de fuerza mayor. • Si faltan a una clase es como si les faltara algo. • Al salir de clase siempre terminan contentos.
Opiniones	<ul style="list-style-type: none"> • “La danza es la mejor terapia.” • “La danza se lleva en la sangre.” • “La danza es una forma de expresar los sentimientos más profundos.”

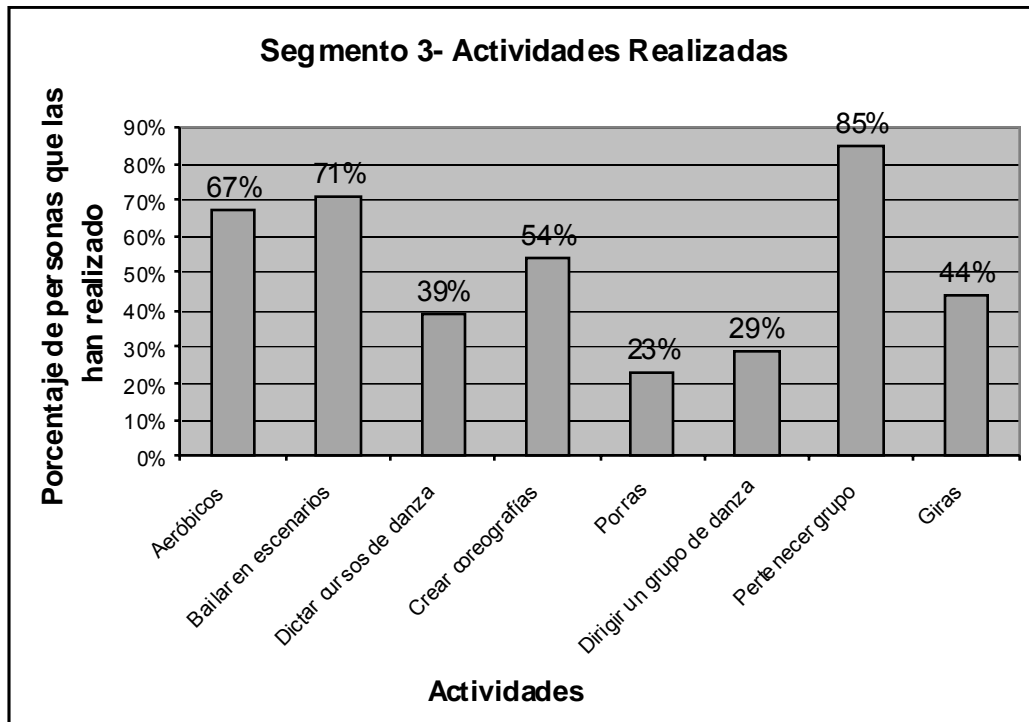
4.4.3.7 Actividades realizadas

La mayoría han realizado las siguientes actividades (Ver Gráfica 4):

- Aeróbicos

- Bailar en escenarios
- Crear coreografías
- Pertener a un grupo de danza

Gráfica 4- Actividades realizadas por el segmento 3



4.4.3.8 Razón para no asistir a más cursos de danza

Las principales razones por las cuales no asisten a más cursos de danza según orden de importancia, son:

1. Falta de tiempo
2. Situación económica
3. No le sirven los horarios

4.4.4 Segmento 4- Buscadores de Expresión

4.4.4.1 Descripción General

Frase descriptiva: *“La danza es una forma de expresar los sentimientos más profundos.”*

En su mayoría son mujeres entre los 12 y 17 años de edad, estudiantes de colegio y de estratos altos. Principalmente asisten a escuelas artísticas, en donde toman cursos de danza. Siempre les ha gustado bailar y una de sus pasiones más grandes es la danza, queriendo enriquecerse en el campo de la danza hasta que se mueran. Aunque les gusta mucho tomar cursos de danza y bailar, su principal interés no es desarrollarse profesionalmente en el campo de la danza.

En promedio toman 8 horas de clase a la semana y a nivel general son muy constantes asistiendo a los cursos que toman. Las principales razones que motiva a estas personas a tomar cursos de danza según orden de importancia, son: aprender y mejorar, relajarse, divertirse y olvidarse del mundo exterior por un momento. Entre los factores que tienen más influencia a la hora de escoger un lugar para tomar cursos de danza, están: la dinámica de las clases y los compañeros de clase.

4.4.4.2 Características demográficas

- El 100% de las personas pertenecientes a este segmento son mujeres.
- El 100% son solteras.
- El 100% son estudiantes de colegio.
- Únicamente han cursado primaria como último nivel de estudios completados.
- En su mayoría pertenecen a estratos 5 y 6 (44.4% pertenecientes a cada grupo).

- Se encuentran entre los 12 y 17 años de edad.

4.4.4.3 Costumbres de compra

- Asisten principalmente a escuelas artísticas (67%).
- Empezaron a tomar cursos de danza a una edad promedio de 8 años.
- En promedio han tomado cursos de forma frecuente y manera voluntaria durante 6 años.
- Toman en promedio 8 horas de clase a la semana, con un valor mínimo de 2 horas, y un valor máximo de 10 horas.
- En promedio toman cursos en 1 lugar; como mínimo toman cursos en 1 y como máximo en 2.

4.4.4.4 Factores de influencia a la hora de escoger un lugar para tomar cursos

Los principales factores que influyen a la hora de escoger un lugar para tomar cursos de danza, son:

1. Dinámica de las clases
2. Compañeros de clase

4.4.4.5 Factores de motivación

Los factores que más motivan a este segmento a tomar cursos de danza, son:

1. Aprender y mejorar
2. Relajarse
3. Divertirse
4. Olvidarse del mundo exterior por un momento

4.4.4.6 Características psicográficas

Las características psicográficas más importantes de este segmento, se presentan en la Tabla 6.

4.4.4.7 Actividades realizadas

Las principales actividades realizadas por la mayoría de las personas pertenecientes a este segmento, son (Ver Gráfica 5):

- Bailar en escenarios
- Ser parte de un grupo de danza

Gráfica 5- Actividades realizadas por el segmento 4

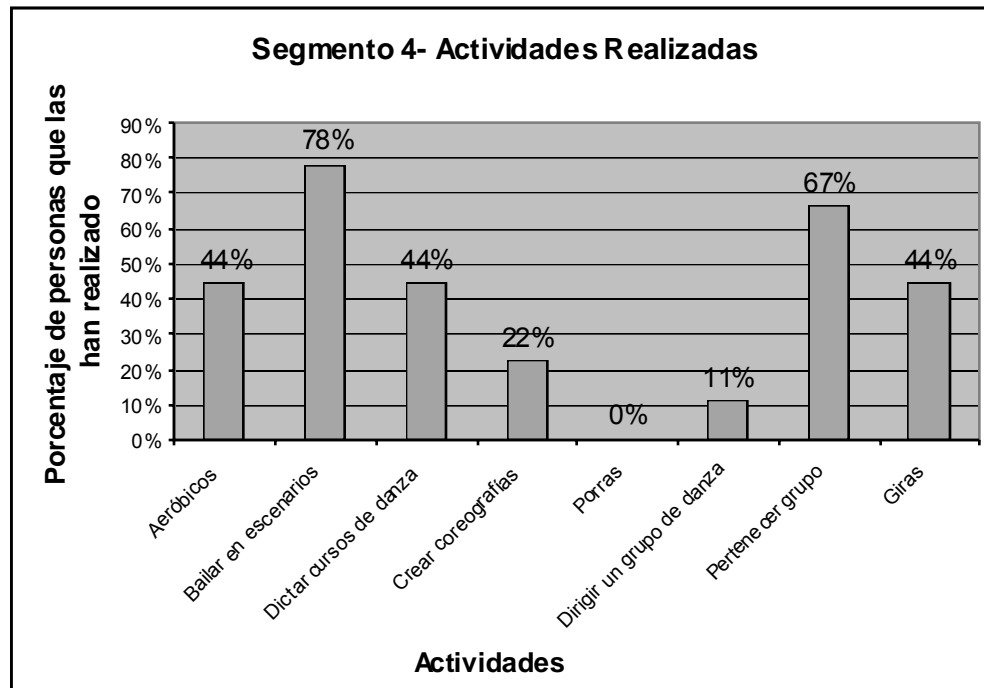


Tabla 6- Características psicográficas del segmento 4

Personales	<ul style="list-style-type: none"> • Desde pequeñas siempre tuvieron oído para la música.
Estilo de vida	<ul style="list-style-type: none"> • Les encanta salir de rumba.
Relacionadas con la danza en general	<ul style="list-style-type: none"> • Toda la vida les ha gustado bailar. • Una de sus pasiones más grandes es la danza. • La danza les genera seguridad. • Quieren enriquecerse en el campo de la danza hasta que se mueran. • Les gusta bailar en público. • Siempre han tenido talento para la danza. • No les interesa leer e investigar sobre la danza. • De pequeñas estuvieron interesadas en ser bailarinas. • Su familia no ha estado involucrada en el campo de la danza.
Relacionadas con los cursos de danza	<ul style="list-style-type: none"> • Les gusta que los profesores sean exigentes. • Ninguna persona se ha opuesto totalmente a que tomen cursos de danza. • Siempre van a cursos de baile, a menos que no haya, o por alguna razón de fuerza mayor. • No han sido discriminadas por tomar cursos de danza. • No cambian frecuentemente el lugar donde toman clases.
Opiniones	<ul style="list-style-type: none"> • No piensan que hayan empezado demasiado tarde a tomar cursos de danza. • “La danza se lleva en la sangre.” • “La danza es una forma de expresar los sentimientos más profundos.”

4.4.4.8 Razón para no asistir a más cursos de danza

Las principales razones que tiene este segmento para no asistir a más cursos de danza, son:

1. En el lugar donde asiste no dictan los cursos que le gustaría tomar
2. No se ha puesto a buscar
3. Otras razones

4.4.5 Segmento 5- Buscadores de Facilidades

4.4.5.1 Descripción General

Frase Descriptiva: *“Lo que más les importa son los precios, la dinámica de las clases y la ubicación.”*

La mayoría de quienes pertenecen a este segmento son mujeres solteras, estudiantes de colegio, estudiantes de universidad o empleadas. A nivel general tienen entre 12 y 25 años de edad y son de estrato 4.

Asisten a gimnasios, escuelas de danza y/o cursos voluntarios en el colegio. Toman en promedio 5 horas de clase a la semana, sin tener que sacrificar muchas cosas para asistir a los cursos que desean. Además, no buscan desarrollarse profesionalmente en el campo de la danza.

Los factores que influyen a la hora de escoger un lugar para tomar cursos de danza según nivel de importancia, son: precios, dinámica de las clases y ubicación. El factor que más los motiva es divertirse. Otras motivaciones de gran importancia, son: poder relajarse, mantenerse en forma, aprender, mejorar y olvidarse del mundo exterior por un momento. Se podría decir que de alguna forma buscan comodidad, teniendo acceso a lugares cercanos y a precios asequibles.

4.4.5.2 Características demográficas

- El 82% de las personas pertenecientes a este segmento son mujeres, mientras que el porcentaje restante son hombres.
- La mayoría de estas personas son solteras (90%) y el porcentaje restante son casadas.
- Son principalmente: estudiantes de colegio (46%), estudiantes de universidad (31%) y empleados (21%).
- La mayoría han cursado primaria como máximo nivel de estudios (46%), bachillerato (26%) y pregrado (13%).
- La mayoría pertenecen al estrato 4 (29%), seguidas por los estratos 3 y 5 (con porcentajes similares) y finalmente por los estratos 2 y 6 (con porcentajes similares).
- En su mayoría están entre los 12 y 17 años (49%) y los 18 y 25 años de edad (39%).

4.4.5.3 Costumbres de compra

- Asisten principalmente a gimnasios (41%), a escuelas de danza (26%) y/o a cursos voluntarios en el colegio (23%).
- Empezaron a tomar cursos de danza a una edad promedio de 15 años, con una desviación estándar de 8 años.
- En promedio han tomado cursos de forma frecuente y manera voluntaria durante 8 años, con una desviación estándar de 4 años.
- Toman en promedio 5 horas de clase a la semana, con una desviación estándar de 2 horas; con un valor mínimo de 1 hora, y un valor máximo de 10 horas.

- En promedio toman cursos en 1 lugar; como mínimo toman cursos en 1 lugar y como máximo en 3.

4.4.5.4 Factores de influencia a la hora de escoger un lugar para tomar cursos

Los factores que tienen mayor influencia para este segmento, a la hora de escoger un lugar para tomar cursos de danza, son:

1. Precios
2. Dinámica de las clases
3. Ubicación

4.4.5.5 Factores de motivación

Los principales factores que motivan a este segmento a tomar cursos de danza, son:

1. Divertirse
2. Poder relajarse
3. Mantenerse en forma
4. Aprender y mejorar
5. Olvidarse del mundo exterior por un momento

4.4.5.6 Características psicográficas

Las principales características psicográficas de este segmento, se muestran en la Tabla 7.

4.4.5.7 Actividades realizadas

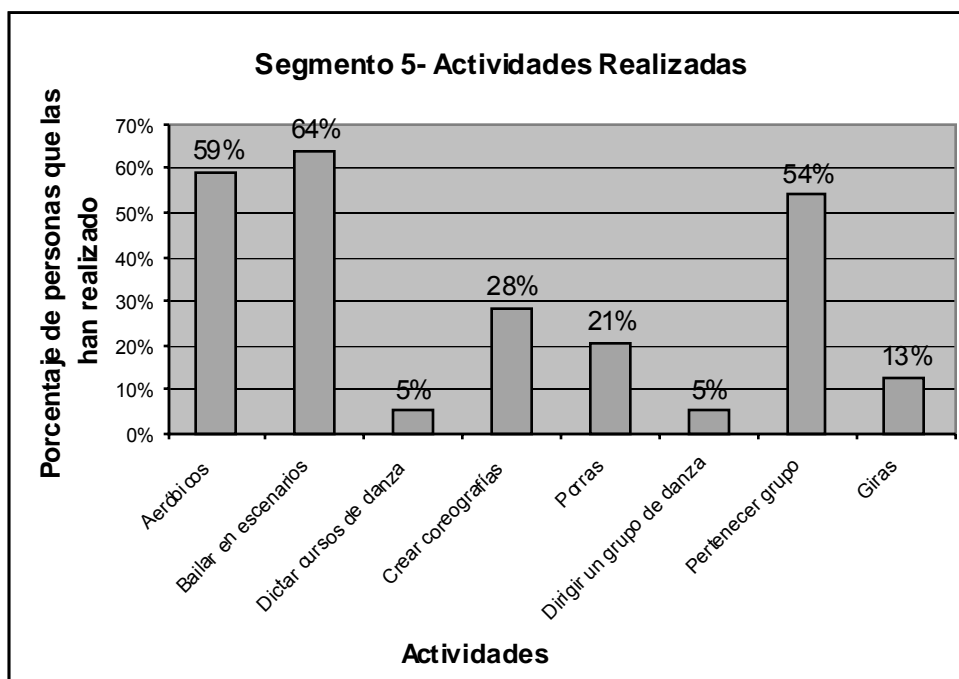
Las principales actividades realizadas por este segmento, son (Ver Gráfica 6):

- Aeróbicos
- Bailar en escenarios
- Pertener a un grupo de danza

Tabla 7- Características psicográficas del segmento 5

Relacionadas con la danza en general	<ul style="list-style-type: none"> • Por la danza no han tenido que sacrificar muchas cosas. • No tienen como aspiración desarrollarse en el campo de la danza lo más que puedan. • No les interesa investigar o leer acerca de la danza. • No les interesa mucho ver videos de baile. • Su familia no ha estado relacionada con el campo de la danza.
Relacionadas con los cursos de danza	<ul style="list-style-type: none"> • Si su profesor deja de dictar cursos en el lugar donde toma las clases, no se cambia de lugar. • No ha sido discriminado por tomar cursos de danza. • No cambia frecuentemente el lugar donde toma las clases.

Gráfica 6- Actividades realizadas por el segmento 5



4.4.5.8 Razón para no asistir a más cursos de danza

Las principales razones que tiene este segmento para no tomar más cursos de danza, son:

1. Falta de tiempo
2. No se ha puesto a buscar
3. Situación económica

4.5 SEGMENTOS ATRACTIVOS

Como se mencionó anteriormente, para escoger los segmentos atractivos se tuvieron en cuenta las siguientes variables:

1. Tamaño del segmento⁵⁷
2. Horas de clase que toma a la semana
3. Nivel de constancia⁵⁸
4. Interés por el aprendizaje⁵⁹
5. Disponibilidad de tiempo
6. Pagos⁶⁰

La siguiente tabla muestra el tamaño de cada segmento, y el porcentaje de personas sobre la población total que toman cursos de danza actualmente en una escuela de danza, o están interesadas en hacerlo:

⁵⁷ Se identificó el porcentaje que toma cursos actualmente en una escuela de danza o está interesado en hacerlo (pregunta 14), sobre el tamaño de la muestra.

⁵⁸ Se tomó la variable número 7 de la pregunta 20 para definir el nivel de constancia.

⁵⁹ Se tomó la variable B de la pregunta 25 con el fin de medir el interés por el aprendizaje.

⁶⁰ Se identificó la variable con mayor frecuencia de respuestas en la pregunta 5.

Tabla 8- Porcentaje interesado en tomar cursos en una escuela de danza

SEGMENTO	Tamaño	Interés
1	15%	15%
2	18%	15%
3	35%	30%
4	6%	4%
5	26%	16%

La siguiente tabla muestra las medias de las variables métricas de los diferentes segmentos, para definir si un segmento era atractivo:

Tabla 9- Media de variables métricas, según segmento

SEGMENTO	Número de horas de clase que toma a la semana	Siempre voy a clase de baile, a menos que no haya, o por alguna razón de fuerza mayor.	Aprender y mejorar	Disponibilidad de tiempo para tomar cursos de danza
1	17.9	4.7	5.0	3.3
2	3.1	4.0	4.6	2.8
3	7.7	4.5	4.8	2.9
4	6.0	4.1	5.0	3.7
5	3.8	2.9	3.6	2.9

Las siguientes son las formas de pago más comunes por segmento:

- Segmento 1- Paga únicamente por algunos de los cursos que toma
- Segmentos 2, 4 y 5- No paga por los cursos que toma, porque están incluidos dentro de alguna mensualidad
- Segmento 3- Paga por todos los cursos que toma

Según la información obtenida, se creó una matriz de ponderación, con el fin de identificar los segmentos más atractivos (Ver Tabla 10)⁶¹.

⁶¹ Se le dio la misma importancia a todas las variables. A cada una se le dio un puntaje sobre 5.

Tabla 10- Calificación de la atraktividad de los diferentes segmentos, según las variables que la determinan

	Horas	Constancia	Aprendizaje	Tamaño	Tiempo	Pagos	Total
IMPORTANCIA	17%	17%	17%	17%	17%	17%	100%
Segmento 1	5.0	4.7	5.0	2.4	3.3	4	4.09
Segmento 2	0.9	4.0	4.6	2.6	2.8	2	2.81
Segmento 3	2.2	4.5	4.8	5.0	2.9	5	4.06
Segmento 4	1.7	4.1	5.0	0.7	3.7	2	2.85
Segmento 5	1.1	2.9	3.6	2.7	2.9	2	2.53

Se escogieron como segmentos atractivos aquellos que tuvieran un puntaje mayor a 3 sobre 5. De esta forma se definió que los segmentos atractivos eran el segmento 1 (Apasionados por la Danza) y el segmento 3 (Buscadores de una Terapia Total).⁶²

4.6 RECOMENDACIONES GENERALES PARA LOS SEGMENTOS ATRACTIVOS

4.6.1 APASIONADOS POR LA DANZA

4.6.1.1 General

A nivel general es muy importante tener en cuenta la calidad de los cursos, contando con profesores del más alto nivel y una dinámica de clases atractiva. La escuela de danza debe mostrar una imagen de seriedad y contar con buenas instalaciones, pues dado que este segmento pasa allí varias horas del día, es importante que estas sean cómodas y que la infraestructura no permita que los bailarines se lesionen.

En este segmento hay una necesidad insatisfecha que es muy grande, y que no ha sido atendida por la oferta, pues son muchas las personas dentro de este segmento que quisieran que en Bogotá hubiera escuelas profesionales en danza con un

⁶² Para el nivel de constancia, interés por el aprendizaje, y la disponibilidad de tiempo que tiene para tomar cursos de danza, se tomaron los promedios obtenidos en la investigación descriptiva. Para el tamaño del segmento y el número de horas que toma a la semana, se le dio una calificación de 5 al mayor puntaje, y para los demás segmentos el valor se obtuvo al volver el puntaje de éstos un porcentaje del puntaje máximo. Para la variable de forma de pago, se realizó una calificación cualitativa.

pénsun académico serio. Una afirma: *“Lástima que no se pudiera hacer algo grande para que la gente que le gusta la danza pudiera quedarse acá, y elaborar un proyecto serio de estudio.”* Mientras tanto, otra dice: *“Me parecería muy interesante que se pudiera formar en Bogotá un grupo, una escuela, o una institución que se preocupara por crear artistas integrales.”* Por esta razón, se recomienda crear programas profesionales en danza más estructurados, para este segmento, y para quienes terminen dichos programas, ofrecer constantemente diversos tipos de talleres, pues es importante que éstos sean bailarines integrales. Es importante hacer énfasis en la danza como una forma de vida.

Por otra parte, según uno de los entrevistados: *“En Colombia no existe suficiente mercado para la danza”,* y por ello, *“la mayoría de bailarines buenos colombianos, viven fuera del país.”* Por lo tanto, es muy difícil tener estabilidad laboral en este campo. No obstante, esto se puede incentivar si existen bailarines mejor entrenados, y a través de trabajo en equipo por parte de las distintas escuelas.

4.6.1.2 Precio

El precio es un factor que no influye tanto a la hora de escoger un lugar para tomar cursos de danza (Ver Tabla 11). Entre los 10 factores que influyen a la hora de escoger un lugar para tomar cursos de danza, el precio ocupa el lugar número 7. Por lo tanto no es necesario utilizar una estrategia de precios bajos. No obstante, es importante tener en cuenta que se obtuvo una calificación superior a 3 sobre 5, razón por la cual de cierta forma influye en la decisión de compra, y por lo tanto, no se deben establecer precios muy altos con relación a la competencia.

Tabla 11- Nivel de influencia de los precios a la hora de escoger un lugar para tomar cursos de danza

Precios		
Segmento 1	Mean	Std. Deviation
1	3.35	1.335
Total	3.35	1.335

También es importante tener en cuenta que la mayoría de estas personas son de estratos medios. Por otra parte, algunos pagan únicamente por algunos de los cursos que toman. Adicional a esto, la segunda razón por la que no asisten a más cursos de danza, es por la situación económica.

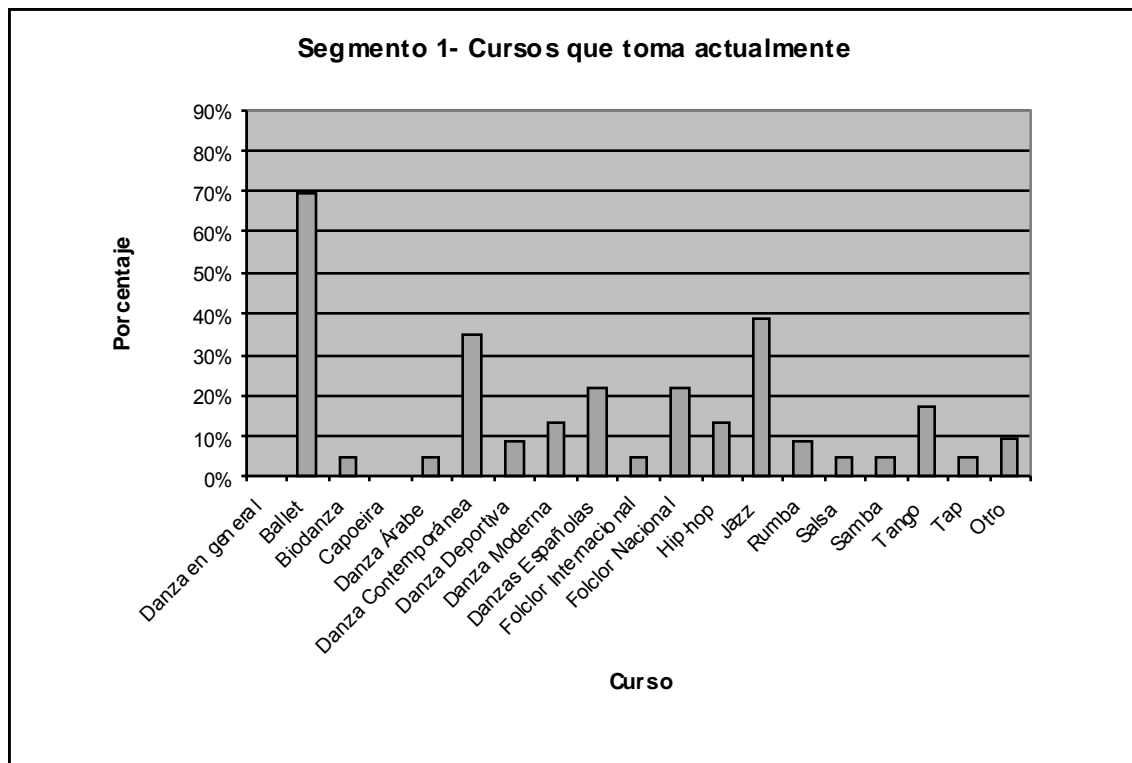
La estrategia de precios podría consistir en ofrecer menores precios por cada clase, al aumentar el número de clases que se tomen; se podrían hacer descuentos por paquetes especiales. Esto permitiría generar mayores ingresos y, al mismo tiempo, lograr que los bailarines estuvieran mejor preparados al tomar un mayor número de horas a la semana, lo que a su vez generaría una mejor reputación de la escuela de danza. También se podría contemplar la posibilidad de cobrar semestralmente o anualmente, dando algún tipo de descuento por esto, como se hace en los gimnasios. Un profesor afirma: *“Ojalá se pudiera pagar de una, porque así uno ya cuenta con la gente, y eso hace que la gente sea constante en su labor.”*

4.6.1.3 Servicios

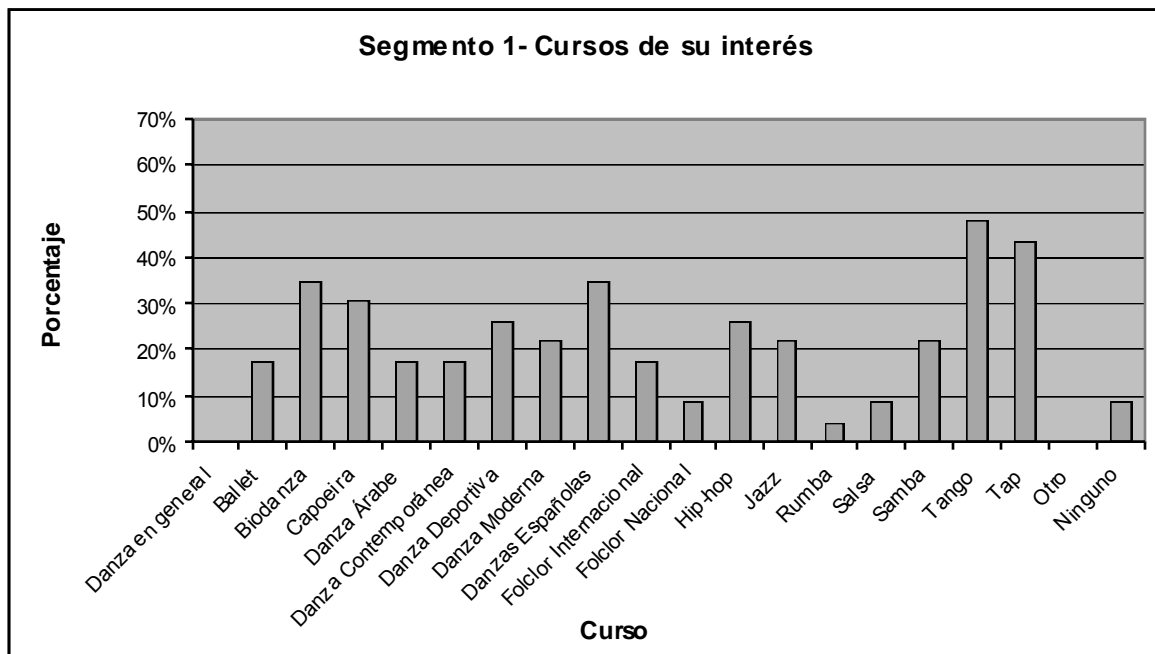
Se observaron las siguientes tendencias:

- Los cursos que más personas toman dentro de este segmento, son: Ballet, Danza Contemporánea y Jazz (Ver Gráfica 7).
- Los cursos que no toman, pero en los que un mayor porcentaje está interesado, son: Biodanza, Capoeira, Danzas Españolas, Tango y Tap (Ver Gráfica 8).
- A nivel general, los cursos que más personas toman actualmente o son de su interés, son: Ballet, Danza Contemporánea, Danzas Españolas, Jazz y Tango (Ver Gráfica 9).

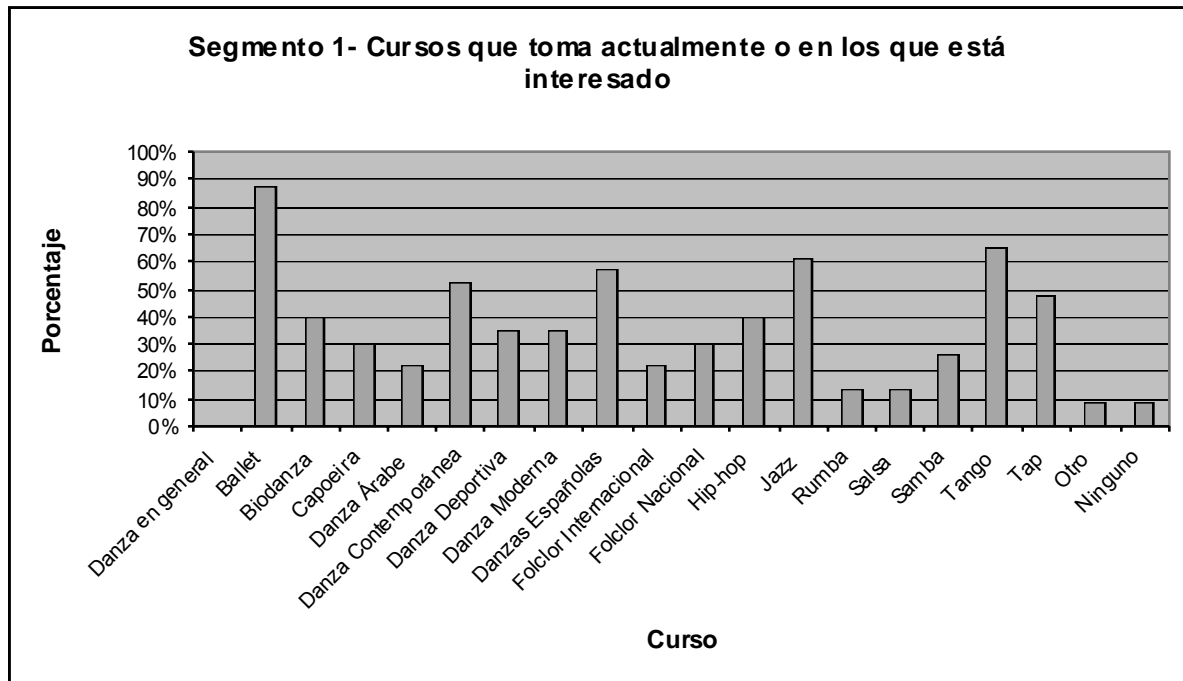
Gráfica 7- Cursos que se toman actualmente



Gráfica 8- Cursos que son de su interés



Gráfica 9- Cursos que se toma actualmente o en los que se tiene interés



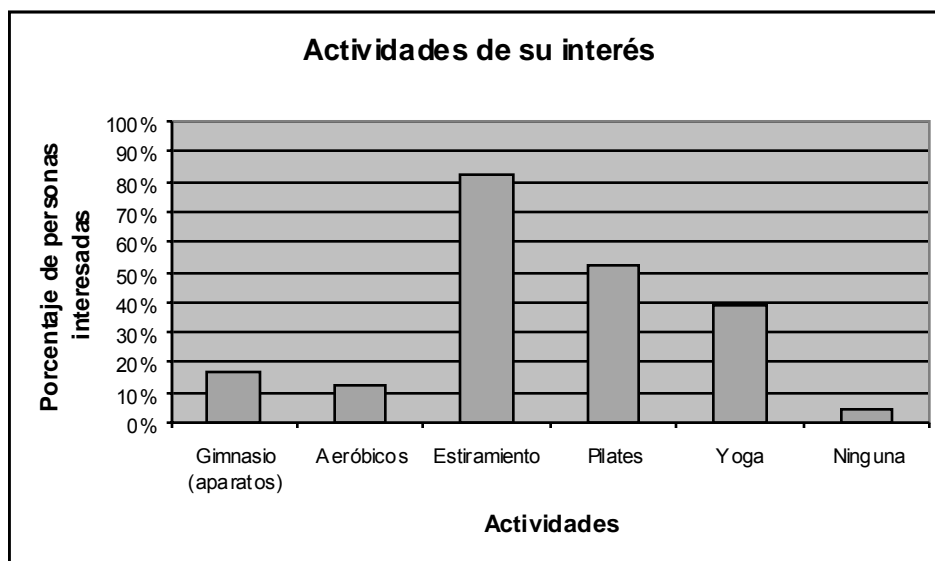
De esta forma, los cursos en los que se podría hacer especial énfasis, son:

- Ballet
- Danza Contemporánea
- Jazz
- Biodanza
- Capoeira
- Danzas Españolas
- Tango
- Tap

No se deben olvidar los demás cursos, sin embargo, se recomienda ofrecer más horas de clase de los cursos mencionados anteriormente.

Los servicios alternativos según el porcentaje de personas interesadas en tomarlos, son:

Gráfica 10- Otras actividades de su interés



De esta forma, aquellos que se les podría ofrecer a este segmento, son: estiramiento, pilates y yoga.

4.6.1.4 Plaza

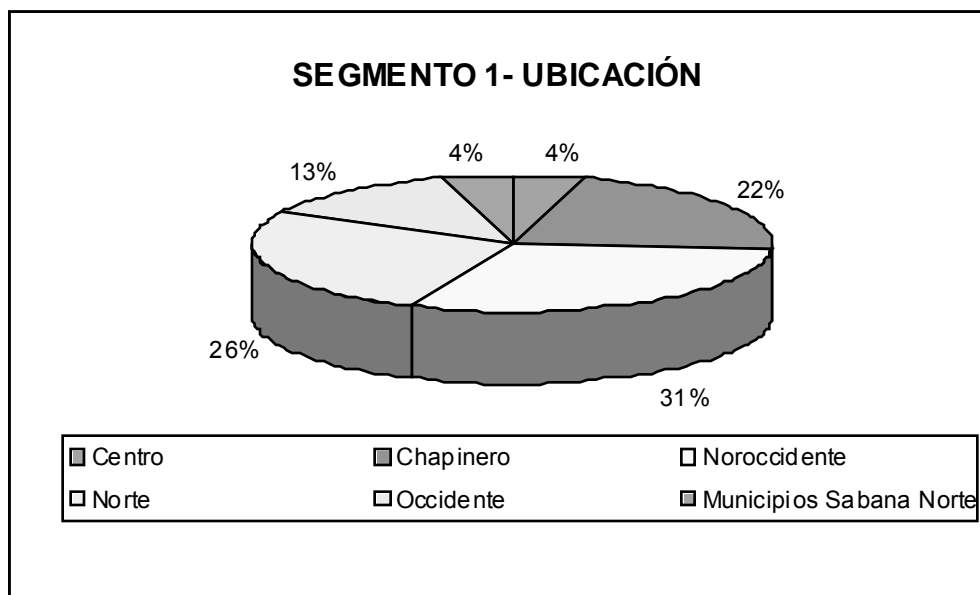
La ubicación ocupa el lugar número 7 entre los 10 factores estudiados que influyen a la hora de escoger un lugar para tomar cursos de danza, lo que significa que no está entre los más importantes. No obstante, se debe tener en cuenta, dado que el promedio de la calificación que se le dio fue mayor a 3 (Ver Tabla 12).

Tabla 12- Importancia de la ubicación a la hora de escoger un lugar para tomar cursos de danza

Ubicación		
Segmento 1	Mean	Std. Deviation
1	3.57	1.441
Total	3.57	1.441

A continuación se presenta la proporción de personas según su ubicación:

Gráfica 11- Proporción del segmento 1, según ubicación



Las zonas en donde vive la mayoría de las personas dentro de este segmento, son⁶³:

- Noroccidente
- Chapinero
- Norte

Por lo tanto, es recomendable que la ubicación de la escuela de danza esté dentro de alguna de estas áreas.

4.6.1.5 Promoción

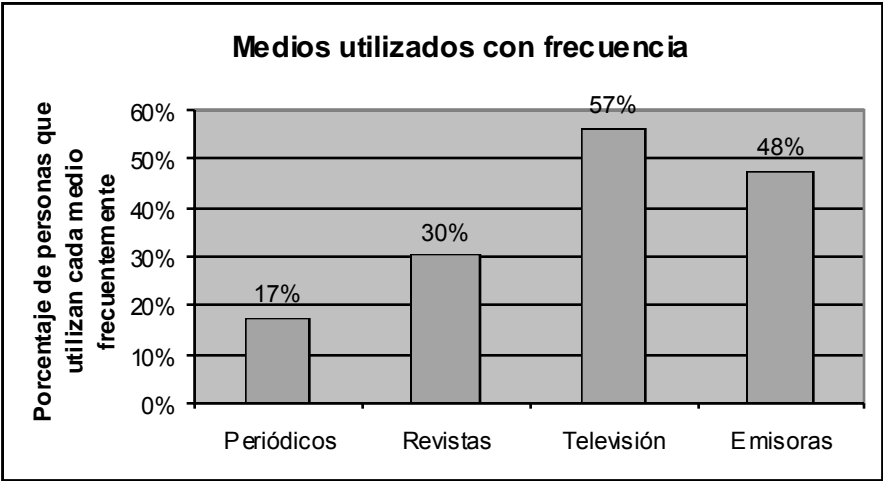
Los medios más utilizados por este segmento son la televisión y las emisoras (Ver Gráfica 12), razón por la cual se recomienda hacer publicidad en alguno de estos medios o en ambos.⁶⁴

⁶³ Ver Anexo 6 para mapa por zonas.

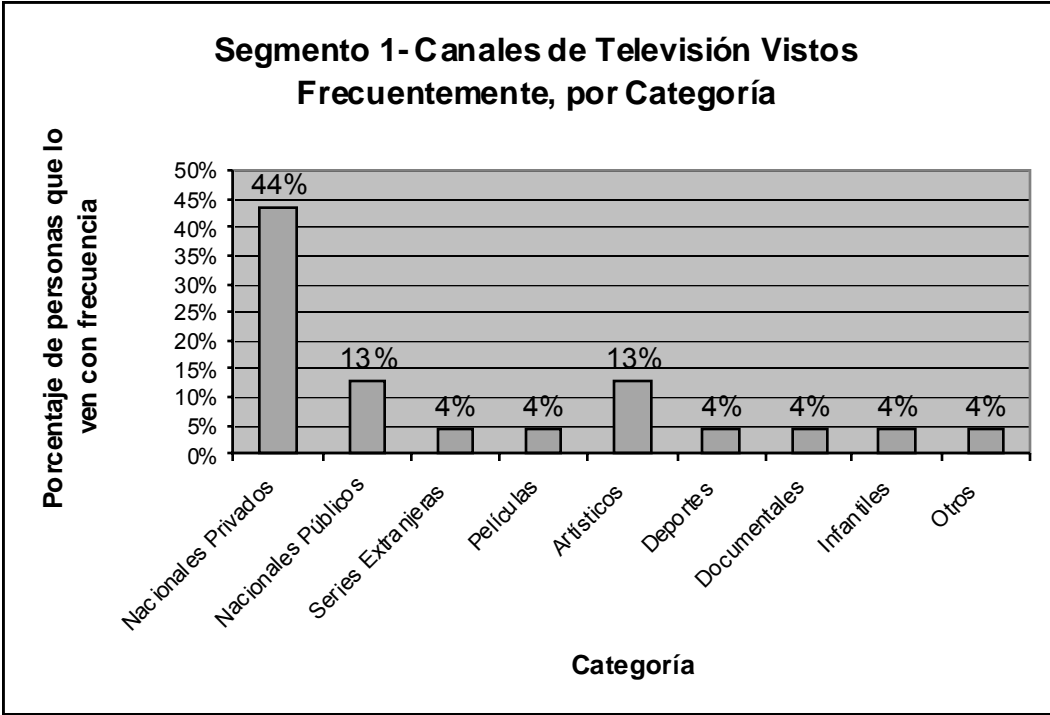
⁶⁴ Dado que las escuelas de danza no tienen ingresos altos, se podría pensar en no hacer campañas publicitarias, pues son muy costosas. A través de contactos, se podría buscar que entrevistaran al director de la escuela de danza, de forma gratuita. Si no se tienen contactos, se podría pensar en contratar una agencia de relaciones públicas; estas cuestan aproximadamente 10 millones de pesos (Fuente: Andrés Giraldo, Socio FTM Consulting). Ver Anexo 7, para información adicional acerca de la efectividad y costos de los diferentes medios.

En televisión se recomienda hacer publicidad en las siguientes categorías de canales, dado que son las más vistas por este segmento: Nacionales Privados, Nacionales Públicos y Canales Artísticos (Ver Gráfica 13).

Gráfica 12- Medios utilizados con frecuencia por el segmento 1

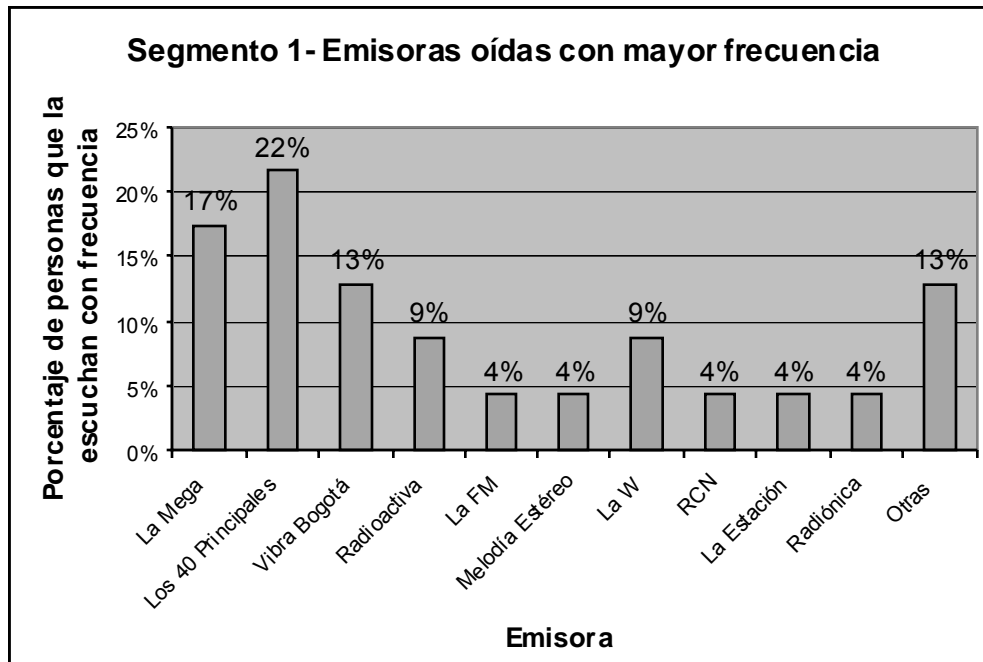


Gráfica 13- Canales de televisión vistos frecuentemente, por categoría



En las emisoras, se recomienda hacer publicidad en las siguientes: Los 40 principales, la Mega, Vibra Bogotá y Otras (Ver Gráfica 14).

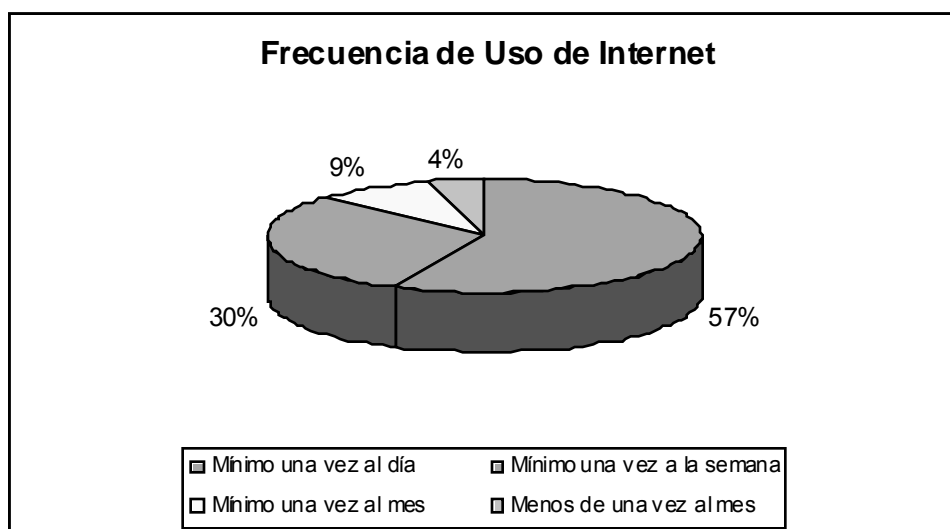
Gráfica 14- Emisoras oídas frecuentemente



Adicional a esto, el uso de Internet es alto en este segmento, razón por la cual puede ser de gran utilidad crear una página de Internet o crear una base de datos con correos electrónicos, con el fin de enviar información referente a la escuela de danza (Ver Gráfica 15).

Si no se tienen ingresos suficientes para hacer publicidad en alguno de los medios mencionados, se podría optar por hacer publicidad en el directorio telefónico, el cual también es efectivo. Es importante tener en cuenta que hacer publicidad no es un gasto, sino una inversión que en el largo plazo podrá generar escuelas más auto-sostenibles.

Gráfica 15- Frecuencia de uso de Internet del segmento 1



4.6.2 BUSCADORES DE UNA TERAPIA TOTAL

4.6.2.1 General

A nivel general, se debe contar con buenos profesores y se debe tener una imagen de seriedad. También es muy importante la cordialidad por parte de las personas que trabajan en el lugar, pues este segmento no sólo asiste a cursos buscando aprender, mejorar y desarrollarse profesionalmente en el campo de la danza, sino que también busca relajarse, lo que significa que desea ser bien atendido. Deben percibir que existe un “buen ambiente” en el lugar donde van a tomar los cursos.

Únicamente el 44% de estas personas toman cursos en escuelas de danza, no obstante, del 56% restante, el 77% está interesado en tomar cursos de danza en ese tipo de instituciones, lo que muestra un gran potencial de crecimiento. Se recomienda que a nivel general las instituciones que quieran ofrecer cursos a este grupo de personas, no tengan programas profesionales de danza tan intensivos, pero sí de alta calidad y a buenos precios.

A este grupo se le podrían ofrecer cursos teóricos acerca de la danza, dado que tienen un gran interés por investigar sobre ésta. También es posible vender videos o libros relacionados con la danza, como productos adicionales, dado su interés por éstos. Es importante enfocarse en la danza como terapia.

4.6.2.2 Precio

Para este segmento el precio es un factor muy importante, ya que su valor está por encima de 4 (Ver Tabla 13). Entre los 10 diferentes factores que influyen a la hora de escoger un lugar para tomar cursos de danza, el precio se ubica en el lugar número 5. Aunque no está entre los más importantes, ciertamente tiene una alta influencia. Por tal razón, es importante contar con precios bajos.

Tabla 13- Nivel de influencia de los precios a la hora de escoger un lugar para tomar cursos de danza

Precios		
Segmento 3	Mean	Std. Deviation
3	4.27	.910
Total	4.27	.910

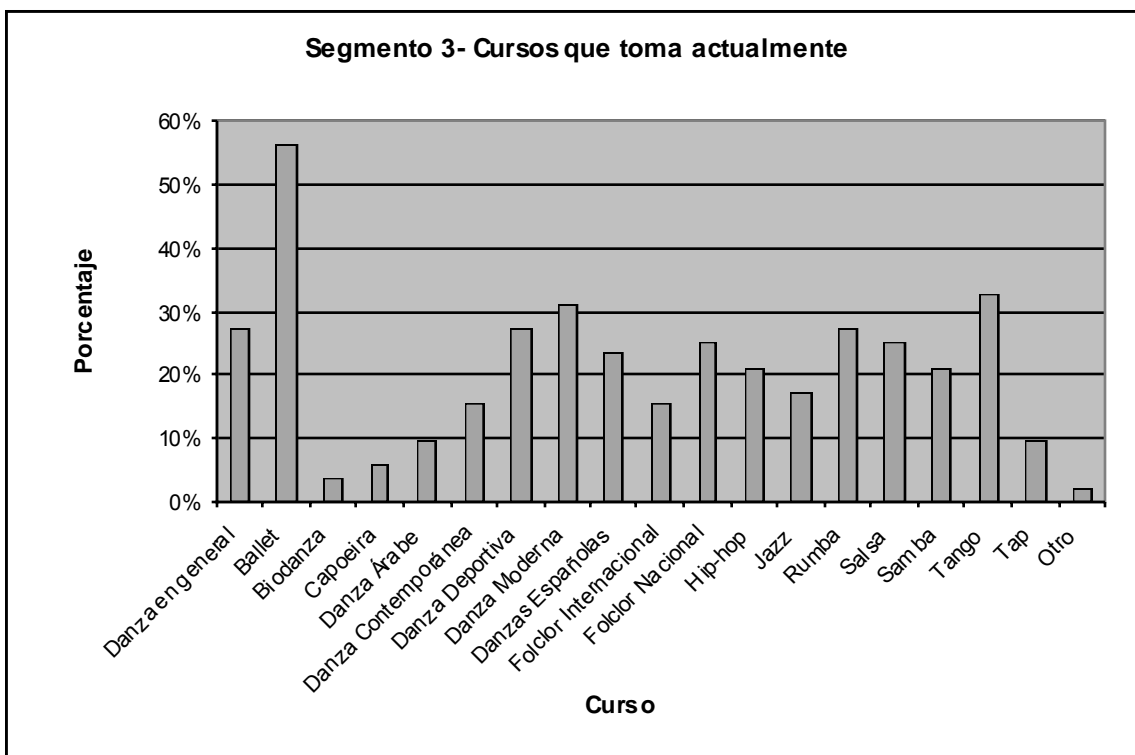
También es importante tener en cuenta que, como se mencionó anteriormente, la mayoría de estas personas son de estrato 3 y dentro de las principales razones para no tomar más cursos de danza actualmente, está la situación económica. No obstante, dentro de los diferentes segmentos éste es en el que un mayor número de personas paga por todos los cursos que toma, lo cual es bastante atractivo, pues esto muestra la disposición que se tiene para pagar. Al contar con precios bajos, sería posible que el número de horas de clase por las que este segmento estuviera dispuesto a pagar, aumentara.

4.6.2.3 Servicio

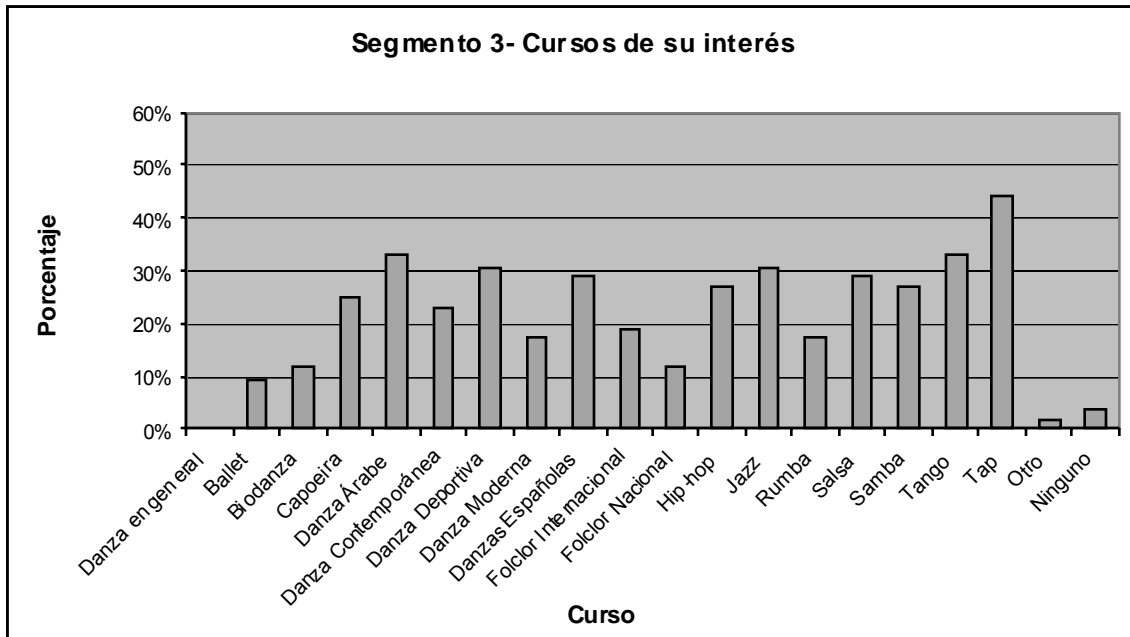
Se observaron las siguientes tendencias:

- Los cursos que más personas toman dentro de este segmento, son: Ballet, Danza Moderna y Tango (Ver Gráfica 16).
- Los cursos que no toman pero son de su interés, son: Danza Árabe, Danza Deportiva, Jazz, Tango y Tap (Ver Gráfica 17).
- A nivel general, los cursos que más personas toman actualmente o son de su interés, son: Ballet, Danza Deportiva, Danzas Españolas, Salsa, Tango y Tap (Ver Gráfica 18).

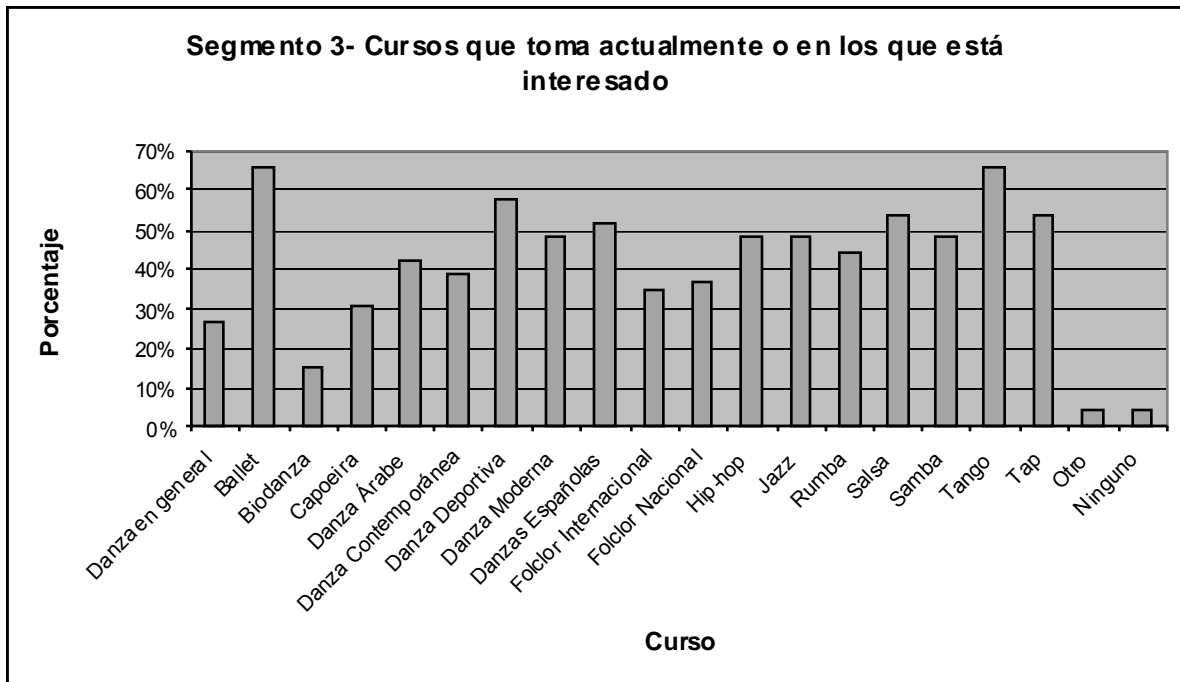
Gráfica 16- Cursos que se toman actualmente



Gráfica 17- Cursos que son de su interés



Gráfica 18- Cursos que se toman actualmente o son de su interés

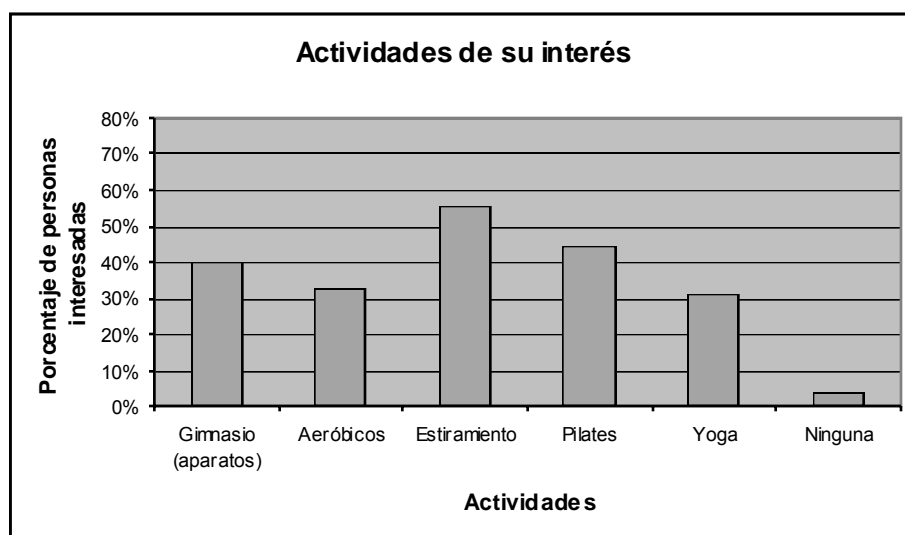


De esta forma, se recomienda que los cursos en los que se debe dar énfasis con el fin de satisfacer las necesidades de este segmento, sean:

- Ballet
- Danza Moderna
- Tango
- Danza Árabe
- Danza Deportiva
- Jazz
- Tap
- Danzas Españolas
- Salsa

Los servicios alternativos en los que una mayor proporción del segmento tiene interés, son: estiramiento, pilates y aparatos de gimnasio (Ver Gráfica 19), razón por la cual se podrían ofrecer dichos servicios dentro de la escuela de danza.

Gráfica 19- Otras actividades de interés del segmento 3



4.6.2.4 Plaza

La ubicación ocupa el lugar número 7 entre los 10 factores estudiados que influyen a la hora de escoger un lugar para tomar cursos de danza. No obstante, tiene cierto nivel de importancia dado que el promedio de la calificación que se le dio fue cercano a 4, lo que significa que se debe tener en cuenta (Ver Tabla 14).

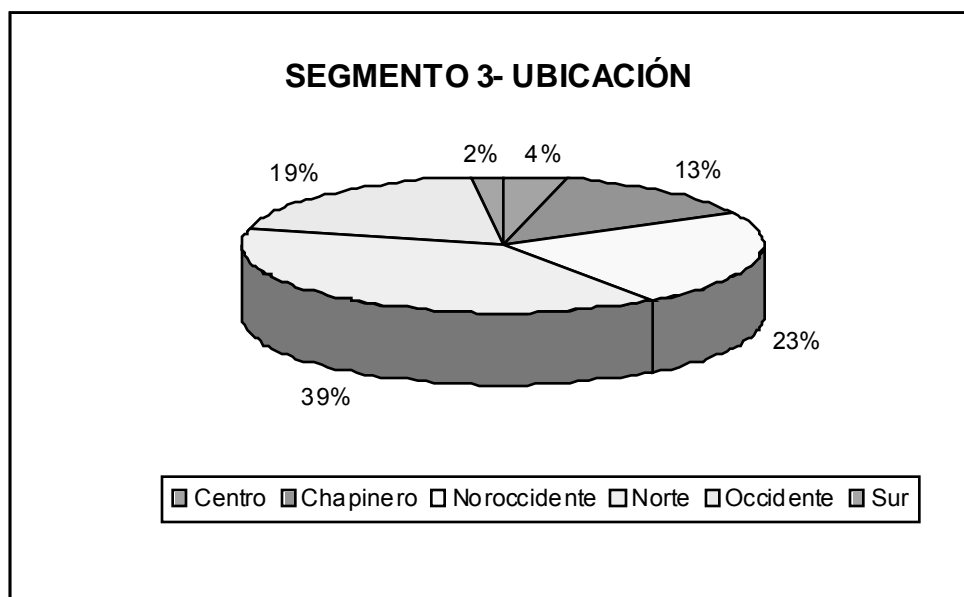
Tabla 14- Importancia de la ubicación a la hora de escoger un lugar para tomar cursos de danza

Ubicación		
Segmento 3	Mean	Std. Deviation
3	3.98	1.129
Total	3.98	1.129

Las zonas de residencia de la gran mayoría de personas pertenecientes a este segmento, son (Ver Gráfica 20)⁶⁵:

- Norte
- Noroccidente
- Occidente

Gráfica 20- Proporción del segmento 3, según su ubicación



⁶⁵ Ver Anexo 6, para mapa por zonas.

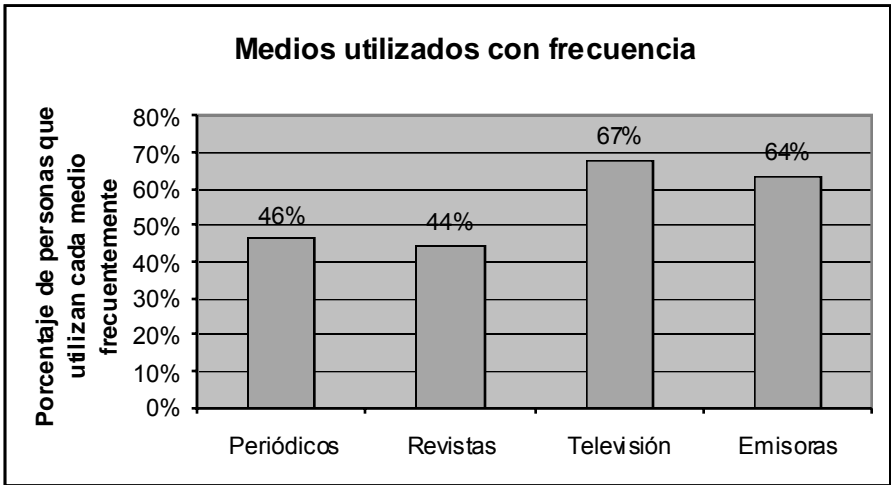
Se recomienda entonces, que las escuelas de danza que se dirijan a este segmento, estén ubicadas en las zonas mencionadas anteriormente.

4.6.2.5 Promoción

Todos los medios se utilizan con frecuencia en este segmento (Ver Gráfica 21)⁶⁶, Dado el porcentaje de personas que utiliza las diferentes categorías dentro de los distintos medios, se recomienda que la publicidad se haga dentro de uno o varios de los siguientes:

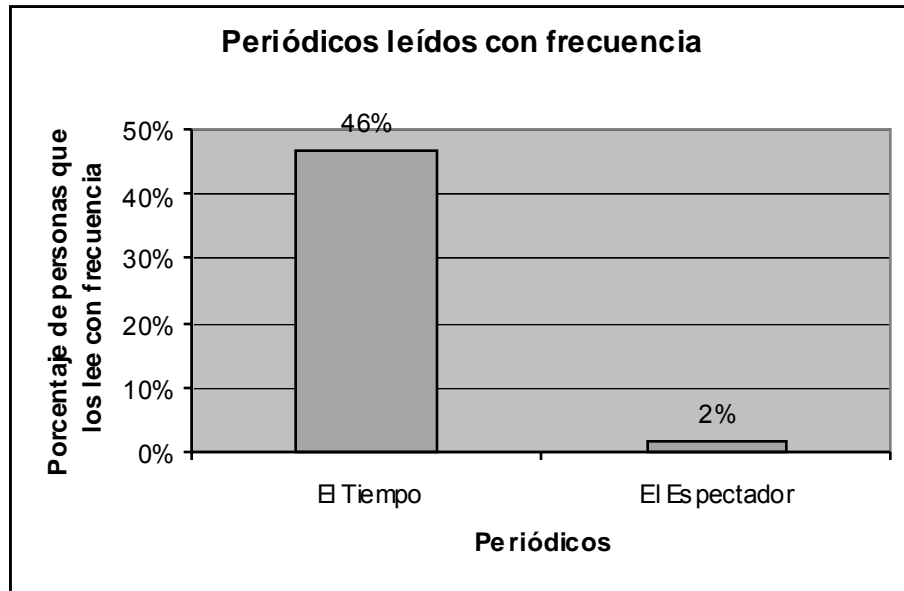
- Periódicos: El Tiempo (Ver Gráfica 22)
- Revistas: Principalmente TV & Novelas. A esta revista le sigue la categoría “Otras”, que incluye revistas como: Carrusel, Vanidades y Selecciones. (Ver Gráfica 23)
- Categorías de canales de televisión: Nacionales Privados, Series Extranjeras, Artísticos, Música y Documentales. (Ver Gráfica 24)
- Emisoras: La Mega y Los 40 Principales. (Ver Gráfica 25)

Gráfica 21- Medios utilizados con frecuencia

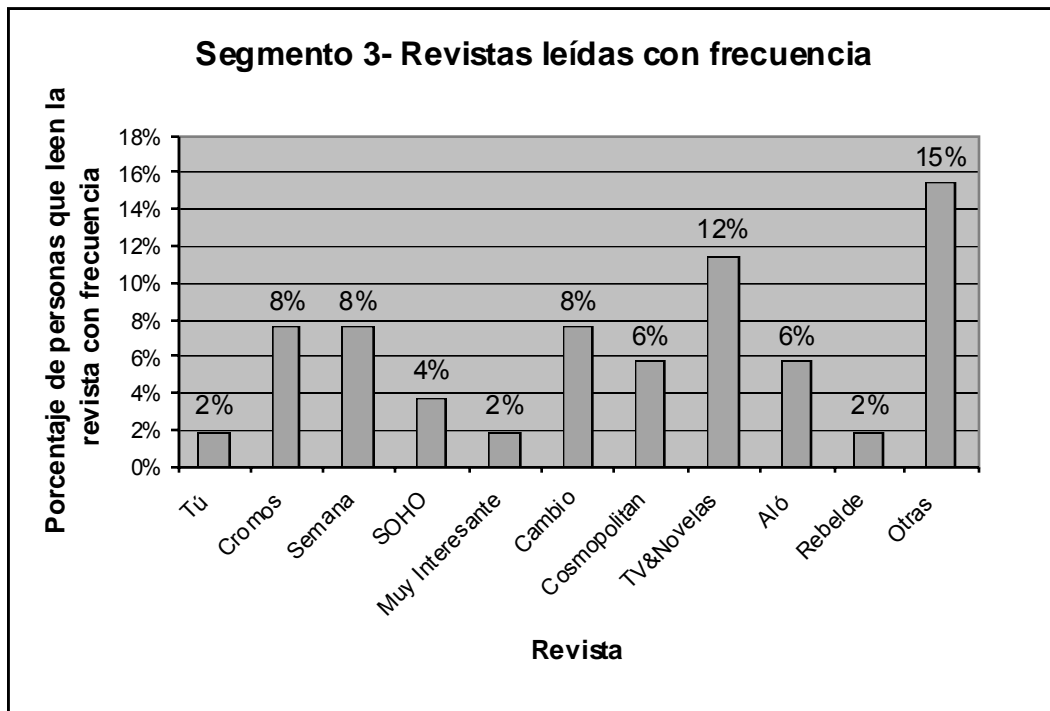


⁶⁶ Se hace el supuesto de que los más utilizados son aquellos que se utilizan con frecuencia por un porcentaje de personas superior al 40%.

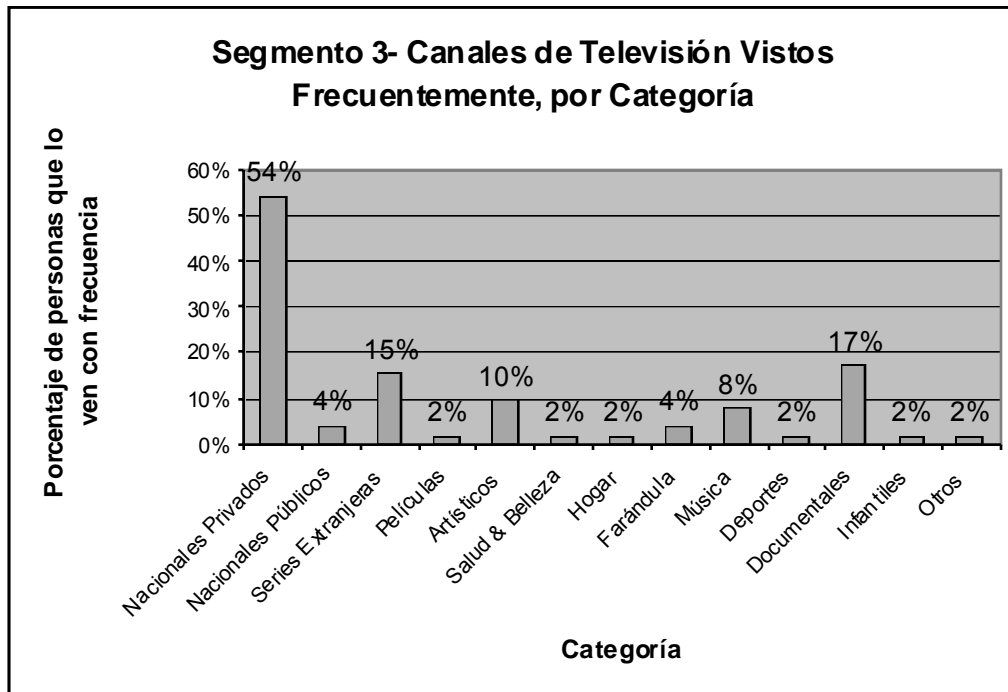
Gráfica 22- Periódicos leídos con frecuencia



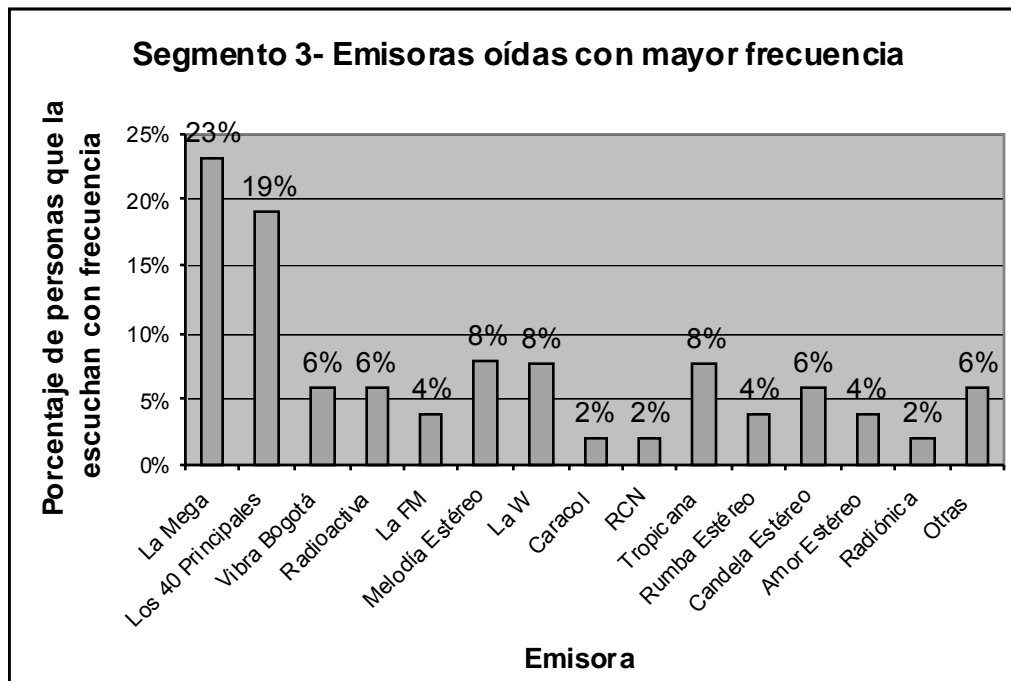
Gráfica 23- Revistas leídas con frecuencia



Gráfica 24- Canales de televisión vistos con frecuencia

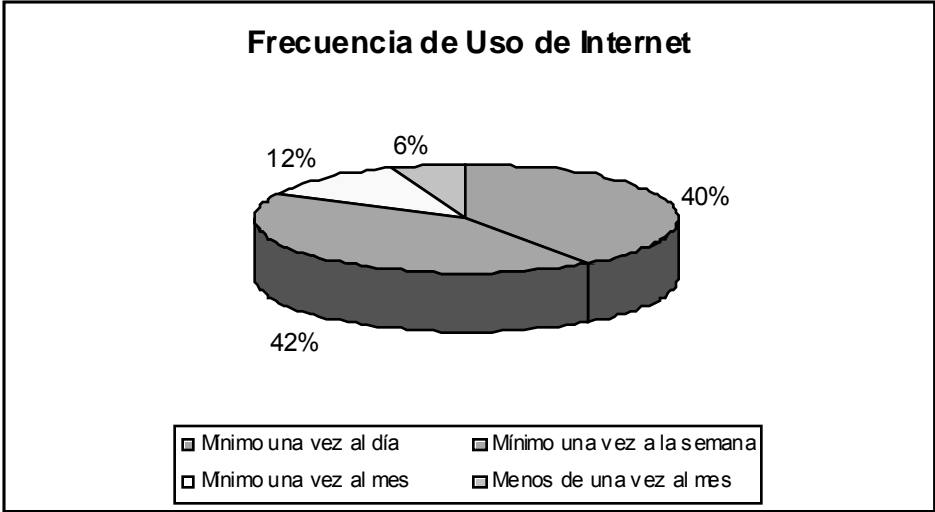


Gráfica 25- Emisoras oídas con frecuencia



El uso de Internet es alto en este segmento, razón por la cual puede ser de gran utilidad crear una página de Internet o crear una base de datos con correos electrónicos, con el fin de enviar información referente a la escuela de danza.

Gráfica 26- Frecuencia de uso de Internet



Como se mencionó dentro de las recomendaciones para el segmento anterior, a la hora de escoger un medio publicitario, es importante tener en cuenta la capacidad económica de la escuela de danza, y que se vea como una inversión y no como un gasto.

5. CONCLUSIONES

Las escuelas de danza son en su mayoría entidades sin ánimo de lucro que necesitan mejorar sus estrategias de mercadeo con el fin de generar clientes *“leales y provechosos”*⁶⁷ en el largo plazo, y de esta forma, ser auto-sostenibles. Esto puede hacerse a través de la segmentación de mercado.

La segmentación de mercado se define como *“el proceso de dividir al mercado en grupos de consumidores similares y elegir al grupo o grupos más apropiados para los servicios de la empresa”*⁶⁸, siendo una herramienta útil para las escuelas de danza, por medio de la cual puedan dirigir cada uno de sus servicios a segmentos específicos, satisfaciendo, de esta forma, necesidades relevantes de un grupo de clientes.

Se realizó una segmentación *a posteriori* del mercado de asistentes actuales a cursos de danza, mayores de 12 años, residentes de la ciudad de Bogotá. Se manejó un análisis tipológico jerárquico a través del criterio de Ward, el cual es utilizado frecuentemente en la práctica⁶⁹. Las variables de segmentación utilizadas para el análisis, fueron: características psicográficas, motivaciones para asistir a cursos de danza y factores de influencia a la hora de escoger un lugar para tomar cursos de danza. No se utilizaron las variables demográficas como variables de segmentación, pues no se consideraron relevantes.

Se identificaron cinco segmentos dentro del mercado de asistentes actuales a cursos de danza: *Apasionados por la Danza, Buscadores de Diversión, Buscadores de una Terapia Total, Buscadores de Expresión, y Buscadores de Comodidad.*

⁶⁷ P. Kotler. (1999). *El Marketing Según Kotler- Cómo Crear, Ganar y Dominar los Mercados*. (F. Villegas.), cap. 5, p. 103

⁶⁸ J.P. Peter. (1998). *Marketing para no Conocedores* (M. Zamora), cap. 5, p. 97

⁶⁹ R. Pedret, L. Sagnier, F. Camp. (2000). *Herramientas para Segmentar Mercados y Posicionar Productos*, cap. 7, p. 153

- Los *Apasionados por la Danza*, harían casi cualquier cosa por tomar cursos de danza, pues ésta es una parte esencial de su vida. Es el segmento que más horas de clase toma a la semana toma, y el más constante. Sus principales intereses al tomar cursos de danza, son: aprender, mejorar y desarrollarse profesionalmente en el campo de la danza. Bajar de peso y mantenerse en forma no son sus motivadores. La mayoría toma cursos en escuelas de danza o en las compañías de las cuales hace parte.
- Los *Buscadores de Diversión*, son quienes más ven los cursos de danza como un hobby. La principal motivación para tomar cursos, es poder divertirse. También los motiva aprender, mejorar, relajarse, olvidarse del mundo exterior por un momento, y mantenerse en forma. No están interesados en desarrollarse profesionalmente en este campo. La mayoría toma cursos en escuelas de danza, o en gimnasios.
- Los *Buscadores de una Terapia Total*, buscan tanto una terapia física como emocional al tomar cursos de danza. Para ellos, *“la mejor terapia es la danza”*. Ésta los apasiona, pero a diferencia del grupo *Apasionados por la Danza*, los motiva mucho relajarse, divertirse y estar en forma. Tienen un especial interés en leer e investigar acerca de la danza. La mayoría toma cursos en escuelas de danza.
- Los *Buscadores de Expresión*, piensan que *“la danza es una forma de expresar los sentimientos más profundos”*. Les gusta mucho tomar cursos de danza, son muy constantes y toman varias horas de clase a la semana, pero su principal interés no es desarrollarse profesionalmente en este campo. Sus motivaciones, son: aprender, mejorar, relajarse, divertirse y olvidarse del mundo exterior por un momento. Es al grupo al que menos le importa mantenerse en forma. La mayoría toma cursos en escuelas artísticas.
- Los *Buscadores de Comodidad* no sacrifican muchas cosas para asistir a cursos de danza. Les importa mucho los precios y la ubicación, a diferencia de otros segmentos. Lo que más los motiva es: divertirse, relajarse, mantenerse en forma, aprender, mejorar y olvidarse del mundo exterior por un momento. A

diferencia de los demás segmentos, éste no considera que una de sus pasiones más grandes sea la danza. Asisten a cursos, si se les presenta la facilidad de hacerlo.

Dentro de éstos, se analizaron diferentes variables para determinar cuáles eran los más atractivos. Las variables que se utilizaron, fueron: horas de clase que toma a la semana, nivel de constancia, interés por el aprendizaje, tamaño del segmento, disponibilidad de tiempo y forma de pago actual. Se eligieron dos segmentos como los más atractivos: el de *Apasionados por la Danza*, y *Buscadores de una Terapia Total*. Para cada uno se establecieron recomendaciones generales para la mezcla de mercadeo a utilizar.

Para los *Apasionados por la Danza* se recomienda crear programas profesionales en danza, con profesores del más alto nivel. También se recomienda ofrecer talleres de forma constante, con el fin de formar bailarines integrales. Se recomienda disminuir el precio por clase al aumentar el número de clases que se tomen. Otra alternativa para la estrategia de precios, es hacer descuentos especiales para quienes paguen el semestre o año por adelantado. En cuanto a los cursos a ofrecer, se debe hacer especial énfasis en los siguientes: Ballet, Danza Contemporánea, Jazz, Biodanza, Capoeira, Danzas Españolas, Tango y Tap. Esto, sin dejar a un lado los demás tipos de danza. Los servicios adicionales a ofrecer, podrán ser: Estiramiento, Pilates y Yoga. Se recomienda que la escuela de danza, se ubique en alguna de las siguientes zonas⁷⁰: Noroccidente, Chapinero y Norte.

Finalmente, se recomienda hacer publicidad en:

- Canales de Televisión: Nacionales Privados, Nacionales Públicos, Artísticos
- Emisoras: Los 40 principales, la Mega, Vibra Bogotá

⁷⁰ Ver Anexo 6.

- Internet: Página de Internet de la escuela de danza, o envío de información a una base de datos

El mensaje más importante que se le debe mostrar a este segmento, es: *“La danza como una forma de vida.”*

Para los *Buscadores de una Terapia Total* se recomienda ofrecer un ambiente agradable y con una gran cordialidad por parte de quienes trabajan en la escuela de danza, pues buscan relajarse y un lugar para renovarse espiritualmente. Se les podrían ofrecer cursos teóricos acerca de la danza, dado que tienen un gran interés por investigar sobre ésta. También es posible vender videos o libros relacionados con la danza, como productos adicionales, dado su interés por éstos.

Para este grupo no es necesario ofrecer programas profesionales de danza tan intensivos, pero sí de alta calidad y a buenos precios. Por esto, se recomienda utilizar una estrategia de precios bajos. Se recomienda que los cursos a los que se les de mayor énfasis, sean: Ballet, Danza Moderna, Tango, Danza Árabe, Danza Deportiva, Jazz, Tap, Danzas Españolas y Salsa. Esto, sin dejar a un lado los demás tipos de danza. Los servicios adicionales a ofrecer, podrán ser: Estiramiento, Pilates, y Aparatos de Gimnasio. Se recomienda que la escuela de danza, se ubique en alguna de las siguientes zonas⁷¹: Norte, Noroccidente y Occidente.

Finalmente, se recomienda hacer publicidad en:

- Periódicos: El Tiempo
- Revistas: TV&Novelas
- Canales de Televisión: Nacionales Privados, Series Extranjeras, Artísticos, Música y Documentales.
- Emisoras: La Mega y Los 40 Principales.

⁷¹ Ver Anexo 6.

- Internet: Página de Internet de la escuela de danza, o envío de información a una base de datos

El mensaje más importante que se le debe mostrar a este segmento, es: *“La danza como terapia.”*

Para ambos segmentos se recomienda hacer publicidad en el directorio telefónico, si no se tienen fondos suficientes para otros medios. También se recomienda que no se vea la publicidad como un gasto, sino como una inversión.

Es importante tener en cuenta que, aunque la mezcla de mercadeo a utilizar depende de las necesidades de los clientes, ésta no se puede crear exclusivamente a partir de aquellas, pues es importante tener en cuenta otros factores externos (tales como: nuevos competidores, competencia, proveedores y servicios sustitutos⁷²) e internos (tales como las capacidades organizacionales). Es así que cada organización deberá crear su propia estrategia de mercadeo.

Se espera que se puedan llevar a cabo más investigaciones que determinen las características generales del sector en el largo plazo, pues es poco lo que se conoce acerca de éste y poca la información a la cual se tiene acceso. Es posible que a partir de futuras investigaciones se pueda aumentar la competitividad de la industria, generando riqueza cultural para el país.

⁷² R. Sanabria. (2005). *Formulación y Pensamiento Estratégico*, cap. 4, p. 125

BIBLIOGRAFÍA

1. Cornejo López, R.A. (2005, Junio). *Segmentación de Mercados “Técnicas y Herramientas Basadas en la Prospectiva del Cambio”* [Versión electrónica]. Administración Contemporánea- Revista de Investigación, no.3, art. 13.
2. Zaltman, G. (2004). *Cómo Piensan los Consumidores- Lo que Nuestros Clientes no Pueden Decirnos y Nuestros Competidores no Saben.* (A. Rovira.) Barcelona, España.: Ediciones Urano, S.A. (Trabajo original publicado en 2003).
3. Lastovicka, J.L; Murry, J.P. JR; Joachimsthaler, E.A; Bhalla, G. y Scheurich, J. (1987, Septiembre) *A Lifestyle Typology to Model Young Male Drinking and Driving*, Journal of Consumer Research, vol. 14, no. 2, pp. 257-263. Recuperado el 11 de octubre de 2005 de la base de datos Business Source Premier.
4. Darden, W.R. y Ashton, D. (1974-1975, Invierno). *Psychographic Profiles of Patronage Preference Groups*. Journal of Retailing, vol. 50, no.4, pp. 99-112. Recuperado el 11 de octubre de 2005 de la base de datos Business Source Premier.
5. Peter, J.P (1998). *Marketing para no Conocedores.* (M. Zamora Mercado.) México, D.F. Editorial McGrawHill. (Trabajo original publicado en 1997)
6. Hall, N. (2003) *Video, Ergo, Agnosco: From Observation to Insight.* World Association of Research Professionals Review.
7. Klainer, V. (2001, Noviembre). *Segmentación Psicográfica. Conociendo al consumidor.* Revista Segmento. Editada por el Departamento de Mercadotecnia en el ITAM. Año 14, México, D.F. Recuperado el 30 de septiembre de 2005 de:
<http://segmento.itam.mx/Administrador/Uploader/material/Segmentacion%20Psicografica,%20Conociendo%20al%20Consumidor.PDF>
8. Tanski, N. (2003, Julio). *Elección del Consumidor en la Ciudad de Posadas.* Revista Científica Visión de Futuro, Año 1- no.1- vol. 1, México. Recuperado el 30 de septiembre de 2005 de:
http://www.fce.unam.edu.ar/revistacientifica/articulos/N1_A2.htm
9. Kotler, P. (1999). *El Marketing Según Kotler- Cómo Crear, Ganar y Dominar los Mercados.* (F. Villegas.) Buenos Aires, Argentina.: Editorial Paidós SAICF. (Trabajo original publicado en 1997)

10. Baumgartner, H. (2002, Septiembre). *Toward a Personology of the Consumer*. Journal of Consumer Research, vol.29, no. 2, pp. 286-292. Recuperado el 11 de octubre de 2005 de la base de datos Business Source Premier.
11. Cornejo, R.A. (2005, Junio). *Segmentación de Mercados. Técnicas y Herramientas Basadas en la Prospectiva del Cambio*. Administración Contemporánea. Revista de Investigación, no. 3, art. 13. México. Recuperado el 1 de octubre de 2005 de: <http://www.colpamex.org/Revista/Art3/13.htm>
12. Araújo, M.C. (2003, Mayo 20). *Discurso: Sobre la Gestión Cultural y la Economía de la Cultura*. III Seminario Malraux. Teatro Colón. Bogotá, Colombia. Recuperado el 7 de octubre de 2005 de: http://www.mincultura.gov.co/despachoMinistro/discursosMinistro/05_21_03.htm
13. Hisrich, R.D. y Peters, M.P. (1991). *Marketing Decisions for New and Mature Products*. Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall, Inc., 2 ed. (Trabajo original publicado en 1984).
14. Pedret, R., Sagnier, L. y Camp, F. (2000). *Herramientas para Segmentar Mercados y Posicionar Productos- Análisis de Información Cuantitativa e Investigación Comercial*. Bilbao, España: Ediciones Deusto, S.A.
15. Kamakura, W.A. y Novak, T.P. (1992, Junio). *Value-System Segmentation: Exploring the Meaning of LOV*. Journal of Consumer Research, vol. 19, no.1, pp. 119-132. Recuperado el 12 de enero de 2006 de la base de datos Business Source Premier.
16. Entrevista realizada a Rose Marie Moncayo, Directora de Danzastudio-Escuela de Danza, el 27 de febrero de 2006.
17. Entrevista realizada a Mónica Albán, estudiante de danza, el 20 de febrero de 2006.
18. McDaniel, C. y Gates, R. (2002). *Marketing Research Essentials*. Estados Unidos: West Publishing Company.
19. Aaker, D.A, Kumar, V. y Day, G.S. (2001). *Marketing Research*. Estados Unidos: John Wiley & Sons, Inc.
20. Metrocuadrado.com. Recuperado el 10 de enero de 2005 de: <http://www.metrocuadrado.com>

21. SPSS, Manual del Usuario
22. Red de Cooperación Técnica en Biotecnología Vegetal para América Latina y el Caribe. Recuperado el 27 de abril de 2006 de: <http://www.redbio.org>
23. Rodríguez, M.P (2003). *Segmentación del Consumidor del Mercado Discográfico en Bogotá*. Tesis de Grado, Facultad de Administración, Universidad de los Andes.
24. Entrevista realizada a Andrés Giraldo, socio de FTM Consulting, el 13 de mayo de 2006.
25. Sanabria, R. (2005). *Formulación y Pensamiento Estratégico*. Bogotá-Colombia: Editorial Planeta Colombiana, S.A.

ANEXOS

ANEXO 1 - FORMATO DE ENTREVISTAS A PROFUNDIDAD⁷³

La información obtenida en esta entrevista será utilizada para un proyecto de grado de la Facultad de Administración de la Universidad de los Andes. Si existe alguna pregunta que no quiera responder, no deberá responderla.

Información demográfica y geográfica

- Género (no preguntar)
- ¿Cuántos años tiene?
- ¿Cuál es su estado civil?
- ¿Tiene hijos? ¿Cuántos? ¿De qué edades?
- ¿A qué se dedica? ¿Cuál es su ocupación?
- ¿Cuál es su nivel de estudios? (Especificar cuál fue el último nivel de estudios cursado)
- ¿Cuál es el estrato socio-económico de su residencia actual?

Información psicográfica no relacionada directamente con los cursos de danza

- Cuénteme un poco sobre usted y sobre su historia de vida (los aspectos más importantes)
- ¿Cuáles son sus metas en el largo plazo?
- ¿Cuáles son sus prioridades actualmente? (Trabajo, familia, estudio, relaciones personales, etc.)
- ¿Cómo es un día en su vida? (Entre semana, fines de semana)
- ¿Qué actividades son importantes para usted?
- ¿Qué cosas le interesan? ¿Qué temas?
- ¿Cuáles son sus hobbies? ¿En qué actividades ocupa su tiempo libre?
- ¿Qué actividades físicas practica?
- ¿Le interesan los eventos culturales? ¿Cuáles?

⁷³ Si era necesario se hacían preguntas adicionales, o en caso de que el entrevistado respondiera una pregunta antes de que se le hiciera, se omitía.

Información relacionada con los cursos de danza

- Cuénteme un poco acerca de su vida alrededor de la danza.
- ¿A qué edad empezó a tomar clases?
- ¿Durante cuánto tiempo asistió, o ha asistido, a cursos de baile?
- ¿Por qué razón empezó a asistir a clases de baile?
- ¿Cómo ha sido su proceso? ¿Qué tipos de cursos ha tomado?
- ¿Cuánto tiempo? ¿Con qué frecuencia e intensidad?
- Personas que toman cursos actualmente: Actualmente, ¿por qué razones va a clases de baile? ¿Qué busca? ¿Cuántas horas de clase de baile toma a la semana? ¿De qué tipo(s) de baile?

Personas que tomaron cursos: ¿Cuál era la principal razón por la que asistía a clases de baile? ¿Qué buscaba? ¿Cuántas horas de clase de baile tomaba a la semana? ¿De qué tipos(s) de baile?

- ¿Qué es lo que más le gusta de asistir a cursos de danza?
- ¿Hasta dónde quiere llegar en el campo de la danza? ¿Qué espera lograr tomando cursos de danza?
- ¿Alguien de su familia ha tomado cursos de danza en algún momento, o toma actualmente? ¿Quién? ¿Durante cuánto tiempo? ¿De qué tipo de baile? ¿Con qué frecuencia e intensidad?
- ¿Ha asistido siempre al mismo lugar para tomar clases, o cambia frecuentemente? ¿En cuántos lugares toma cursos actualmente o tomó la última vez que lo hizo? ¿En cuántos ha tomado?
- ¿En los momentos en los que ha tomado clases, ha sido constante, o ha habido varios momentos en que ha dejado de asistir a clases?
- ¿En qué períodos ha dejado, o dejó, de asistir a clases de baile? ¿Por qué?
- ¿A qué otros cursos le gustaría asistir? ¿Por qué no asiste a esos cursos actualmente?

Información relacionada con escuelas de danza

- Cuénteme un poco acerca de las escuelas de danza, en Bogotá.
- ¿Cómo se enteró de la(s) academia(s) en la(s) que toma cursos actualmente, o a la(s) que ha asistido? ¿Cómo se enteró de las demás (de las que ha oído nombrar)?

- Para usted, ¿qué es lo más importante a la hora de escoger un lugar para tomar cursos de danza? ¿Qué otras cosas son importantes?
- ¿Por qué escogió el lugar donde toma cursos de danza actualmente o donde los tomó por última vez?
- ¿Cómo se imagina el lugar ideal para tomar cursos de danza?
- ¿Qué piensa acerca de la oferta actual de cursos de danza, en Bogotá?
¿Está satisfecho(a) con ésta?
- ¿Cuál es el valor promedio que paga por una hora de clase?
- ¿Cuál es el valor máximo que estaría dispuesto a pagar por una hora de clase?
- ¿Ha obtenido u obtiene algún tipo de descuento o beca por las clases que toma? ¿Cómo logró obtener ese descuento?
- ¿Cuál es la forma de pago en el lugar donde toma cursos actualmente?

ANEXO 2- ENTREVISTAS A PROFUNDIDAD

Tabla 15- Resultados entrevistas a profundidad 1 a 4

Entrevista	1	2	3	4
Fecha	Abril 7	Abril 8	Abril 9	Abril 11
Perfil General				
Género	Femenino	Masculino	Femenino	Femenino
Edad (años)	45	27	13	19
Estado Civil	Casada	Soltero	Soltera	Soltera
Número de Hijos	4	0	0	0
Edades de Hijos	24, 23, 19, 15	NA	NA	NA
Ocupación	Ama de Casa	Director de un musical propio	Estudiante de Colegio, Octavo	Estudiante de Medicina
Nivel de Estudios	Universidad- Profesional en Instrumentación Quirúrgica	Universidad- Psicólogo	Primaria	Bachillerato
Estrato	5	6	5	5
Perfil general relacionado con la danza	<ol style="list-style-type: none"> 1. En el colegio tenía clases de danza. 2. Luego hizo aeróbicos en un gimnasio, y tomó clases de “rumba”. 3. Luego, tomó clases de “jazz” en una escuela de danza. 4. Actualmente toma cursos de “rumba” en una escuela de danza. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Inició clases de flamenco a los 15 años. 2. A los 17 empezó a aprender samba a través de videos. 3. A los 20 empezó a tomar ballet. Su “minor” en su carrera de teatro en Los Ángeles, era danza. 4. Actualmente toma cursos de ballet y flamenco, y es participante en el Festival de Río de Janeiro. Además, es director de un musical. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Inició clases de ballet a los 4 años. 2. Dejó de bailar 1 año. 3. A los 8, escogía como electiva artística la danza (1 año sí, otro no) 4. A los 11, empezó a tomar cursos de danza moderna en el colegio. 5. Ha bailado en diferentes presentaciones en el colegio. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Inició cursos de música y baile en Maria Angélica Mallarino, a los 4 años. 2. Luego se salió, y entró a tomar clases en Misi, por 3 años. 3. En el colegio participó en varias presentaciones de bailes. Además creó una coreografía para un baile. 4. Tomó cursos de vacaciones en el año 2005 de hip-hop y tango.
Características psicográficas				
Generales				
Metas de vida	<ul style="list-style-type: none"> • “Ver a mis hijos graduados.” • “Después de eso anhelo volver a trabajar.” 	<ul style="list-style-type: none"> • Ser un terapeuta de la danza y crear una nueva rama de la psicología. • Seguir siendo un bailarín profesional. 	<ul style="list-style-type: none"> • Seguir la empresa de su mamá (distribuidora de vitaminas). 	<ul style="list-style-type: none"> • Graduarse como médica. • Irse de viaje. • Seguir con sus clases de canto.
Actividades de gran	<ul style="list-style-type: none"> • Leer cosas relacionadas 	<ul style="list-style-type: none"> • Leer. 	<ul style="list-style-type: none"> • Hacer deporte. 	<ul style="list-style-type: none"> • Cantar.

importancia	con la medicina.	<ul style="list-style-type: none"> • Hacer ejercicio. • Ir a cine. • “Detesto la televisión.” 	<ul style="list-style-type: none"> • Bailar. En el colegio está en una clase que se llama “electiva artística”. 	<ul style="list-style-type: none"> • Bailar. • Oír música. • Pintar • “Todo lo que sea del área del arte.” • Deportes.
Hobbies y ocupación del tiempo libre	<ul style="list-style-type: none"> • Jugar Tennis. • Bailar. 	<ul style="list-style-type: none"> • Esquiar en el agua. • Montar a caballo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Oír música. • Leer- Harry Potter. 	<ul style="list-style-type: none"> • Descansar. • “Hacer cosas muy relajadas.”
Actividades físicas	<ul style="list-style-type: none"> • Baile. • Tennis. • Gimnasia (en casa). • Estiramiento 	<ul style="list-style-type: none"> • Danza • Pilates • Yoga • Gimnasio • Baloncesto 	<ul style="list-style-type: none"> • Danza. • Volleyball. • Tennis. • Fútbol. • Basket. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ninguna actualmente. Antes bailar, jugar basket, fútbol, volleyball. Natación.
Relacionadas con la danza				
Aspectos importantes de historia de vida relacionada con la danza, opiniones, percepciones	<ul style="list-style-type: none"> • “Toda la vida me fascinó, y me decían las monjitas que tenía disposición.” • Gusto por la música. • “Yo toda la vida he hecho aeróbicos y de todo, pero el cuerpo de ella era tan bien formado y tan bonito, que yo un día le dije a Angelita: “cuénteme usted a qué gimnasio va”, y me dijo, “a una escuela de danza.” • “Me sentí feliz, plena y realizada, cuando llegué a bailar con bailarines: ese es otro cuento, totalmente diferente.” • “Es distintísimo ir a un gimnasio y tomar una 	<ul style="list-style-type: none"> • “Profesionalmente soy psicólogo, pero a lo que me dedico en mi vida, y mi pasión más grande, es la danza, y eso, se complementa con el teatro. Mi vida y con lo que no podría sobrevivir, sería la danza. “ • “No quería ser un bailarín que le tocara conformarse con lo que le daban; quería tener otro tipo de carrera, que me permitiera tener cierta estabilidad para aceptar los proyectos que me hicieron crecer como persona y como profesional, y no hacer todo lo que me ofrecieran, para sobrevivir con ello. 	<ul style="list-style-type: none"> • “Pues en mi colegio, en lo que dije de la electiva, me metí a danzas, estuve un año, después otro año no, después otro año si, y después...” • “Estuve ahí con unas amigas, y nos presentamos, en el día de la madre, en el día de la familia, y...” • “Pues al comienzo, hicimos una canción de Ricky Martin, pero después empezamos currulao, cumbia, bambuco, san juanero...” • “Me gusta mucho bailar. A mi me encanta bailar.” • “Cuando yo era, tenía qué, 	<ul style="list-style-type: none"> • “Siempre me gustó, pues, la música en general, entonces me gusta cantar y me gusta bailar. Entonces, como a los 4, me metí a María Angélica Mallarino. Empecé allá tomando clases, pero no sé, de repente me cansé: así que me dio y no quise volver. Y, en esa época como que me gustaba mucho Misi, decía: “Ay, yo quiero estar en Misi”, entonces mi mamá me metió, y tomé clases allá; no me acuerdo cuántos años.” • “Después me salí de Misi, porque me estaba quitando mucho tiempo, y

	<p>clase de rumba, que cuando uno entra a una academia de baile. Es totalmente distinto (...)Es del cielo a la tierra.”</p> <ul style="list-style-type: none"> • En los gimnasios, “a nadie le exigen nada”. • “Uno tiene siempre que estar como en forma, ¿no? Y yo he sido cuidadosa en eso.” • “Trabaja la memoria, está un relajado completamente; se transporta uno totalmente a lo que está haciendo. Eso es increíble, es la mejor terapia. Es que la música es la mejor terapia.” • “El ballet toda la vida me fascinó, pero no... El ballet yo lo considero muy elitista (...) mis hijas tuvieron la oportunidad, y yo no la tuve.” • “Empezaron a venir señoras (porque la academia era exclusivamente de niños) (...) Pienso yo que dependiendo en la época en la que se comienza a bailar (...): ellas tratan de comenzar, y no vuelven. • “Se necesita mucha coordinación, entonces (...) si usted nunca lo ha hecho, es como muy 	<p>No quería seguir ese patrón de conducta de la mayoría de los bailarines”</p> <ul style="list-style-type: none"> • “Yo siempre encontré en la danza una forma de desahogarme, y una forma como de ganar muchísima seguridad. Yo cuando estoy frente a muchas personas, llámese discoteca o un evento, siento que no... que nunca sobresaldría lo mismo a como cuando estoy bailando. Con las palabras, no soy tan elocuente, pero de algo que sí siento que puede brindar mucha seguridad propia y personal, es la danza, entonces siempre la utilicé para canalizar cualquier tipo de frustración en la adolescencia.” • “Ahora como psicólogo, quiero hacer la terapia de la danza.” • “Para mí el ballet es absolutamente todo. Es mi mejor terapia. Es la mejor terapia que puede existir.” • “Yo por la danza he tenido que sacrificar muchas cosas. Muchas relaciones que me han prohibido bailar y me han puesto a escoger, y siempre he tenido muy claro qué es lo que escijo.” 	<p>6 años, 5 o 6 años, yo cada semana le hacía un baile a mi mamá, entonces pues, yo escogía una canción y le hacía un baile, y se lo presentaba.”</p> <ul style="list-style-type: none"> • “Cuando mi mamá se iba de viaje por un rato, yo después que regresaba, como una bienvenida, un baile, a veces con mi hermanito, o una obra de teatro, o algo de bienvenida. Con mis primos, a veces les hacíamos bailes, pero más que todo yo soy la que estoy haciendo los bailes (...) también (...) nosotros teníamos una amiga, entonces nos íbamos a la casa de ella así a bailar, y yo en mi casa, con mi hermanito nos poníamos a bailar así como Shakira.” • “La última vez, en mi casa, fue con mi mejor amiga que nos pusimos a bailar como locas en mi cuarto, y pues en fiestas y todo, ya.” • “En este momento, pues todo el mundo está hablando pues de fiestas de 15.” 	<p>porque no sé, como que había mucha rosca.”</p> <ul style="list-style-type: none"> • “Como en las presentaciones de cada año, que había concursos (...) yo me metía, (...) en musicales o vainas así, (...) yo me metía, o bailes para el fashion del colegio, también me metía, y... pues yo siempre me metía a lo que pudiera. Ya más grande, que ya pude como manejar un poquito más los bailes de mi casa.” • “Cuando salí del colegio, pues dejé de bailar, como pues tener presentaciones y esas cosas.” • “Me metí a clases de baile en unas vacaciones.” • “En el gimnasio lo que era bailar ahí, la clase de rumba, pero nada, nada de técnica.”
--	--	---	--	---

	<p>difícil. Si arranca a cierta edad, no creo...”</p> <ul style="list-style-type: none"> • “En un comienzo a las niñas más las íbamos a llevar donde Anna Pavlova. A allá íbamos a llevar a la niña mayor, pero los horarios no nos servían.” 	que escojo.”		
Metas relacionadas con la danza	“No, me hubiera gustado... En este momento es ya una parte más de mi vida, que la hago para sentirme bien, como por salud.”	“Poder algún día decir que soy un verdadero bailarín profesional. Todavía no me atrevo a utilizar esas palabras.”	“A mi me gusta bailar porque me gusta, y ya.”	“Seguir bailando, y si puedo presentarme en cualquier sitio (...) Ya de ahí, no tengo más expectativas.”
Antecedentes familiares	<ul style="list-style-type: none"> • “Dicen que una hermana de mi papá que vive en Cali... Que ella sí... Que toda la vida ha sido una “súper bailarina”...” • “Mis papás no son rumberos” • Sus hijas toman cursos de ballet actualmente, 3 veces a la semana. 	<ul style="list-style-type: none"> • “La danza siempre ha sido parte de mi familia. Mi abuela fue bailarina profesional de flamenco. Mi hermana fue bailarina profesional de flamenco y de árabe.” • “Siempre en las fiestas familiares, desde que tengo uso de razón, tienen un show de media noche; alguien de la familia, siempre tiene que bailar.” • “La vena artística viene por hijos, por tíos, mi madre también fue bailarina en una época en una orquesta... Tuvo un problema muy serio en las caderas; tuvo que parar, pero siempre ha estado muy en la familia, lo que son las cosas de arte.” 	<ul style="list-style-type: none"> • Ninguno, únicamente relación con la música. 	<ul style="list-style-type: none"> • Mi mamá cuando era joven, bailaba flamenco.
Beneficios buscados				

Lo que más le gusta o gustaba, de asistir a cursos de danza	"Todo. El ánimo: como se vuelve uno a recargar las pilas totalmente."	"Mientras que estoy en el curso de danza se me olvida todo lo que está alrededor."	"El hecho de bailar y ya."	<ul style="list-style-type: none"> Hacer coreografías.
Razón por la que asiste a cursos de danza actualmente, o asistió por última vez	"Mantenerme en forma. Se mantiene uno muy despierto, lleno de salud, con ánimo de vivir y es el "relax" total. Uno está super estresado, llega a danzas, se le olvida todo, y sale como nuevo. Es renovación total."	<ul style="list-style-type: none"> "Seguir mejorando, seguir creciendo como profesional." "Interiormente el ballet me encausa, me nivela, me equilibra, me da mucha satisfacción personal, fuera de eso me da la técnica que necesito, para aplicarla en otros aspectos de mi vida." Tonificación y elasticidad. 	"(...) es más exigente. Uno está chiquito, entonces lo cogen a uno de juego y eso, pero pues... ya después uno decía, pues: "no, pues vamos a la clase, chévere", pero no tan emocionada."	<ul style="list-style-type: none"> "Me divertía mucho." "Era como: "Listo, estoy haciendo ejercicio: bien, chévere"."
Costumbres de Compra				
Edad a la que empezó a tomar cursos de danza	<ul style="list-style-type: none"> A los 5 años. En gimnasios a los 17. En la primera academia hace 18 años. En donde está actualmente, hace 4 años 	<ul style="list-style-type: none"> A los 12 años de flamenco. A los 15 de samba (aprendía solo a través de videos) Las de ballet a los 20. 	<ul style="list-style-type: none"> A los 4 años en ballet y dejó de asistir. A los 8 empezó a tomar danza como electiva. A los 11 danza moderna y dejó de asistir. 	<ul style="list-style-type: none"> A los 4, en Maria Angélica Mallarino. Luego estuvo en Misi, y dejó de asistir. A los 19 tomó cursos en una academia, por un periodo.
Tiempo durante el cuál ha asistido a cursos de danza	<ul style="list-style-type: none"> NS En las clases que está actualmente, lleva 4 años 	<ul style="list-style-type: none"> Lleva 7 años practicando ballet. 	<ul style="list-style-type: none"> 8 años. 	<ul style="list-style-type: none"> 4 años y medio, en total: En María Angélica Mallarino, estuvo 1 años, en Misi 3, en la escuela de danza por 3 meses.
# horas que toma a la semana	Rumba: 2	Mínimo hora y media al día. (7 horas a la semana), Ballet y Flamenco	1 hora: clase electiva	La última ve, durante un período de vacaciones, tomó 5 horas de clase a la semana.
Estado de lealtad	Siempre se queda en un sitio si le gusta.	En Bogotá casi siempre ha asistido al mismo lugar para tomar los cursos. Ha tomado en Los Angeles, Londres y Brasil.	Siempre ha tomado clases en el colegio.	"Cambio, pero no como tan de rutina; como en algunas situaciones es que cambio de sitio. No es que haya estado en muchos sitios; sólo que

				cambio, ya dependiendo de la etapa en la que esté.”
Constancia	Muy constante.	Muy constante.	Un poco inconstante.	Inconstante.
Razón por la que no asiste a más cursos	<ul style="list-style-type: none"> Falta de tiempo. 	<ul style="list-style-type: none"> A jazz por tiempo. A Árabe porque no lo dejan por ser hombre. 	---	Dejó de asistir, porque actualmente no tiene tiempo, y cuando se compromete con algo le gusta hacerlo bien.
Estrategia de Mercadeo				
General				
Factor más importante	<ul style="list-style-type: none"> Cordialidad. 	<ul style="list-style-type: none"> “El maestro, siempre, siempre.” 	<ul style="list-style-type: none"> El piso: “que uno pueda dar vueltas y todo.” 	<ul style="list-style-type: none"> Clase
Otros factores importantes	<ul style="list-style-type: none"> Buenos profesores. Seriedad 	“Yo allá me siento en mi casa.”	<ul style="list-style-type: none"> Profesores. 	<ul style="list-style-type: none"> Profesor Ubicación Ambiente del lugar Precio
Razón por la que escogió el lugar donde toma cursos actualmente o los tomó por última vez	<ul style="list-style-type: none"> “Mis hijas tomaban clases ahí, y yo las esperaba y no tenía nada que hacer.” 	“Encontré en mi maestra una persona que para mí es el símbolo de devoción al ballet (...) eso me llenó en todo el sentido de la palabra; alguien con quien puedo compartir esa pasión.”	“En mi colegio se me estaba dando ya la oportunidad, entonces pues, uno ya lo tiene ahí, entonces pues uno lo aprovecha, ¿no?”	<ul style="list-style-type: none"> Asequible Ubicación Conocía gente Ambiente “Era como una oportunidad que se me presentó así y listo, de una.”
Percepción general acerca de las escuelas de danza en Bogotá, y su oferta	<p>Escuela donde toma cursos actualmente:</p> <ul style="list-style-type: none"> “La enseñanza es muy individual, y eso es buenísimo.” “Cada niño en la presentación es el principal. No hay nadie detrás, sino todo el mundo es el principal, y a uno de papá eso le encanta.” “En Danzastudio a cada uno le dan su espacio 	<ul style="list-style-type: none"> “Yo he conocido varias; me atrevo a decir que conozco todas.” “No me gustan las academias de danza en Bogotá, porque no hay una seriedad de educación hacia el bailarín, no hay ningún tipo de pénsun académico, no hay ningún tipo de querer nutrir también al bailarín 	<ul style="list-style-type: none"> No tiene conocimiento. “Yo... es que no sé si eso sea de baile, pero es que también es de teatro (...) Misi, eso. ¿Ahí también bailan? Yo pensé que nada más era de cantar, y de actuar. 	<ul style="list-style-type: none"> “No conozco muchas escuelas de danza. Conozco 4, pero ya de ahí no.” “Me parece que está un poquito limitada, porque por lo general no mucha gente sabe de eso (...) Se limita mucho a lo que son los gimnasios y las clases de rumba: es como nada, ir a hacer ejercicio, pasala rico como una hora y ya.

	<p>único, y el ambiente de familiaridad de la academia y todo... Muy acogedor...”</p> <p>A nivel general</p> <ul style="list-style-type: none"> • “Lástima que no se pudiera hacer algo grande, para que la gente que le gusta la danza, pudiera como quedarse acá, elaborar un proyecto serio, de estudio, para danza.” 	<p>culturalmente.”</p> <ul style="list-style-type: none"> • “No me gusta la energía de las academias de danza, en la frivolidad y en la competencia mal sana, teniendo en consideración que es el ambiente del arte.” • “Gracias a Dios, ya hoy en Bogotá hay cursos para todos los gustos, y para todos los estilos.” • “Me parecería muy interesante que se pudiera formar en Bogotá un grupo, una escuela, una institución que se preocupara por crear artistas integrales.” • “Al preocuparnos más por ese tipo de educación, también vamos a adquirir socialmente un respeto más grande hacia nuestra profesión (...) hoy en día la profesión de bailarín es demasiado por debajada (...) nosotros no nos preocupamos por realmente ser, lo que puede ser la profesión más linda del mundo: trabajar con nuestro cuerpo.” 		<p>En realidad la gente no toma mucho las clases de baile. Ni yo sé mucho, lo que pasa es que he conocido gente que sabe, entonces como que ya me meten ahí, pero de resto nada, yo no conozco casi.”</p>
Producto/ Servicio				
Cursos que toma actualmente o tomó por última vez, y cursos que le	<ul style="list-style-type: none"> • Rumba • Jazz • Ballet 	<ul style="list-style-type: none"> • Ballet • Flamenco 	<ul style="list-style-type: none"> • Danza en general 	<ul style="list-style-type: none"> • Hip-hop • Tango • Jazz

gustaría tomar	<ul style="list-style-type: none"> Folclor 			
Promoción				
Forma mediante la cual se enteró del lugar donde toma cursos actualmente o tomó por última vez	<ul style="list-style-type: none"> A través de su sobrina, que tomaba cursos en ese lugar. Luego entraron a clases sus hijas, y luego ella. 	<ul style="list-style-type: none"> Por medio de un amigo, que estaba tomando clases con su profesora actual. 	<ul style="list-style-type: none"> Actualmente es una electiva del colegio. Antes, le llegó un formulario en una clase para inscribirse. 	<ul style="list-style-type: none"> A través de otra persona.
Forma mediante la cuál se ha enterado de otras escuelas de danza	<ul style="list-style-type: none"> Directorio Telefónico Periódico A través de otras personas: "En general, uno se informa, todo lo consigue por la gente." 	<ul style="list-style-type: none"> Directorio telefónico "Hay muchos amigos que están en el medio." 	<ul style="list-style-type: none"> No sabe de ninguna. Fue a ver un espectáculo de Misi, pero no sabía que allí se dictaban también cursos de baile. 	<ul style="list-style-type: none"> Son conocidas.
Plaza				
Características importantes de una escuela de danza	<ul style="list-style-type: none"> El salón: <ul style="list-style-type: none"> Amplitud Buena ventilación Buen piso (Que al hacer ciertos saltos o movimientos no vaya a repercutir en la salud.) 	<ul style="list-style-type: none"> El salón. El piso: 	<ul style="list-style-type: none"> Piso. <ul style="list-style-type: none"> Que sea liso: "que uno pueda dar vueltas y todo." 	<ul style="list-style-type: none"> El salón: <ul style="list-style-type: none"> Grande Espacioso Iluminado Con espejos Con ventilación
Precio				
Valor máximo que estaría dispuesto a pagar por una hora de clase	<ul style="list-style-type: none"> "Si yo tuviera plata (...) lo que cobrarán." 	<ul style="list-style-type: none"> 20,000 	<ul style="list-style-type: none"> "Si la clase es súper chévere y que así como Misi, así pues por clase, 20,000" 	<ul style="list-style-type: none"> 30,000.
Descuentos o becas	<ul style="list-style-type: none"> Por antigüedad. Por ser varios miembros de la familia. 	<ul style="list-style-type: none"> Paquetes especiales, según el número de clases que tome a la semana. 	<ul style="list-style-type: none"> Ninguno. 	<ul style="list-style-type: none"> Ninguno.
Sugerencias forma de pago	<ul style="list-style-type: none"> Ninguna 	<ul style="list-style-type: none"> "Que permitieran hacer abono al principio, otro como a la mitad del mes, y al final, como para que hubiera más facilidades (...)" 	<ul style="list-style-type: none"> NS. 	<ul style="list-style-type: none"> Ninguna

Tabla 16- Resultados entrevistas a profundidad 5 a 8

Entrevista	5	6	7	8
Fecha	Abril 11	Abril 11	Abril 12	Abril 13
Perfil General				
Género	Femenino	Masculino	Femenino	Masculino
Edad (años)	12	25	16	24
Estado Civil	Soltera	Soltero	Soltera	Soltero
Número de Hijos	0	0	0	0
Edades de Hijos	NA	NA	NA	NA
Ocupación	Estudiante de colegio, séptimo	Consultor	Secretaria	Estudiante de Administración, Octavo Semestre
Nivel de Estudios	Primaria	Universidad	Bachillerato	Bachillerato
Estrato	4	6	3	6
Perfil general relacionado con la danza	<ol style="list-style-type: none"> 1. A los 6 años empezó a tomar cursos de danza en el colegio como electiva. 2. A los 11 años, empezó a tomar clases de ballet. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tomó cursos de tango durante 2 meses, a los 24 años. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. A los 5 años ingresó a un grupo de folclor, en donde estuvo 3 años. 2. El grupo se acabó y dejó de bailar por 3 años. 3. Empezó a tomar clases de baile nuevamente. 4. Ha tomado clases de rumba, flamenco, tango y árabe. 5. Actualmente es respetada como bailarina de danza árabe. Realiza presentaciones privadas, y ha hecho obras sociales. 6. Quiere seguir mejorando. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Empezó a tomar cursos de Capoeira a los 24 años, de forma constante.
Características psicográficas				
Generales				
Metas de vida	"Me gustaría irme al exterior, y no sé, como vivir en otro país después de que haya	"Tener una buena preparación académica, un buen desarrollo profesional, y lograr	"Estudiar danza e Ingeniería Industrial."	<ul style="list-style-type: none"> • "Espero estar ya establecido, como trabajador independiente.

	estudiado.”	realización a nivel familiar.”		<p>Todavía no tengo muy decidido, pero lo que tengo muy claro es que voy a estar muy dedicado al sector del campo, y metido muy de lleno en lo que es las fincas, la ganadería, las lecherías.”</p> <ul style="list-style-type: none"> • “Tener un buen estudio de grabación, quiero comenzar a montar eso con un par de amigos.”
Actividades de gran importancia	<ul style="list-style-type: none"> • “Me fascina el baloncesto.” • Clases de francés y de ballet. • Tocar piano. 	<ul style="list-style-type: none"> • “Tener como un espacio de relajación donde pueda pensar en otras cosas.” • Descansar. 	<ul style="list-style-type: none"> • Bailar (más que estudiar). 	<ul style="list-style-type: none"> • Mantener el control sobre las fincas. • Hacer los trabajos de la universidad. • Ir a capoeira.
Hobbies y ocupación del tiempo libre	<ul style="list-style-type: none"> • Escuchar música. • Ver televisión. 	<ul style="list-style-type: none"> • Leer acerca de deportes. • Música. 	<ul style="list-style-type: none"> • Oír música de otras partes (tango, jazz, música oriental, etc.) 	<ul style="list-style-type: none"> • Tocar batería (lo hace desde hace 11 años) • Jugar video-juegos • Manualidades de la casa
Actividades físicas	<ul style="list-style-type: none"> • Ballet • Baloncesto 	<ul style="list-style-type: none"> • Ninguna. 	<ul style="list-style-type: none"> • Bailar. 	<ul style="list-style-type: none"> • Capoeira • Fútbol • Ping-pong • Equitación • Natación
Relacionadas con la danza				
Aspectos importantes de historia de vida relacionada con la danza, opiniones, percepciones	<ul style="list-style-type: none"> • “Cuando yo era chiquita, en el colegio hacen como dos horas que son libres, que uno puede escoger qué actividades hacer, y había hecho danza.” • Toma clases de ballet desde hace 1 año y medio. 	<ul style="list-style-type: none"> • “Había una época en la que me gustaba bailar a nivel social.” • “Siempre he tenido contacto con mucha gente que está metida en cosas artísticas. • “He tenido interés en la danza, y he visto algunas 	<ul style="list-style-type: none"> • “Yo empecé en la Escuela Hogar, cuando yo tenía 5 años, pues a mi mamá le dijeron que los hijos de los profesores, pues que se metieran a clase. • “Cuando yo era bebé, yo nunca gateé (según mis papás) (...) Cuando me 	<ul style="list-style-type: none"> • “Alrededor de la danza, mi vida ha sido en realidad muy cerrada.” • “Yo nunca he sido en realidad un buen bailarín. Desde pequeño, no, de pequeño yo no practicaba ningún tipo de danza en particular.”

	<ul style="list-style-type: none"> • Ha realizado presentaciones en el colegio. • “En la clase, yo voy todo el tiempo. No me gusta perderme ninguna, y cuando no voy, es porque no hay clase, y es cuando uno no va.” • “Yo desde chiquita quería saber ballet.” 	<p>presentaciones, y como que empecé a conocer un poquito más del mundo de la danza detrás de escenas más bien, más que en frente y más que como participante.”</p> <ul style="list-style-type: none"> • “Tomé clases de tango, durante unas vacaciones, y lo hice más por tener un espacio como diferente (...) que me hiciera olvidar un poquito del trabajo y de otros temas.” • “Tomé tango, porque siempre me ha gustado el tango de alguna manera (...) tengo un gusto particular por esa música, me parece que es un baile pues de pareja, no es un baile de solista, que no sería muy mi estilo, y me parece que es un baile muy formal, muy serio, entonces se ajusta un poco más a mi personalidad; no es tan espectáculo.” 	<p>ponían música, yo empezaba era como a saltar, y yo saltaba, yo caminaba saltando, así como con las rodillas.”</p> <ul style="list-style-type: none"> • “Yo desde chiquita siempre tuve oído como para la música.” • “Después, ya de la Escuela Hogar, por Coomeva, una corporación, me metí a un grupo de folclor.” • “Myriam me dijo: “No, pues métete a árabe, mientras Janeth llega.” Yo yo: “bueno”. Me metí a árabe y ahí me quedé.” • “Cualquier cosa que tú puedas aprender, te sirve.” • “El ambiente del tango, y de ir a las milongas, es súper chévere.” • “Ya en árabe yo soy una bailarina respetada.” • “Yo igual hago presentaciones también privadas, como solista.” • “El día que yo faltó a árabe, es porque o estoy enferma, o me tuve que ir de viaje, o sea, porque árabe, yo faltó, y a mí es como si me faltara algo, porque esa danza es muy chévere; uno no solamente va y baila, sino que también uno se relaja, hay una relajación, uno se 	<ul style="list-style-type: none"> • “Ha sido el poco tiempo que llevo en capoeira que no es mucho en realidad, 5 meses, donde sí es una cultura basada básicamente en eso: en bailar, y bailar, y bailar.” • “Se vuelve muy parte de la vida de uno, como es casi todos los días, entonces es una actividad que al fin y al cabo se vuelve importante.” • “Uno termina muy contento (...) es un nivel de satisfacción y de alegría, que es difícil a veces encontrar en otro tipo de actividades.” • “A veces a uno le entra pereza, pero afortunadamente como que sigo yendo con mi amigo, y después otro amigo más nuestro se metió también hace poquito, entonces siempre como que existe esa presión, sirve muchísimo para que a uno se le quite la pereza.” • “El carisma de las cosas en Brasil es demasiado alegre y son cosas que uno se disfruta (...) apenas uno comienza a meterse en eso uno comienza a disfrutarlo como nadie, y es muy difícil salirse.
--	---	---	--	---

			<p>hay meditación, ¿sí?, es una danza bien bonita, porque integra cosas que tal vez, el tango, el flamenco, no tienen. Es como esa parte humana, que se explora.”</p> <ul style="list-style-type: none"> • “Menos mal nosotros contamos con una profesora que es súper entregada, y que ella le pone todo el amor del mundo, y que no lo hace sólo por dictar clases y por ganar plata, y por aprovechar los conocimientos que ella tiene, sino que ella se entrega a la clase, a la danza. Chévere, porque en mi formación de danza, he tenido unos excelentes profesores, y con eso yo sé que tengo muy buenas bases, y así se va formando la técnica.” • “A mí me gustaría, cuando ya sepa un poquito más de cosas, tenga más técnica, me gustaría hacer como fusiones.” • Estuvo en porras. • “Uno al principio, súper duro, porque: uno, todo lo que uno se mata estudiando, y al principio es duro, porque a uno no le pagan lo que es.” • Ha hecho obras sociales, 	
--	--	--	--	--

			bailando en ancianos.	
Metas relacionadas con la danza	"Pues, educar el cuerpo... pero así como carrera, no creo. Por hobby."	Ninguna.	"Bailar profesionalmente."	Troque de cuerdas: "En ese momento como que se mentaliza: "Yo tengo que llegar a eso. Por lo menos tengo que llegar a eso.""
Antecedentes familiares	<ul style="list-style-type: none"> • "No, porque la mayoría de mi familia, mis primos y todo, son hombres." • "Una tía hacía gimnasia y hacía porras, pero eso no es como el baile." 	<ul style="list-style-type: none"> • "Mi familia, no directa, pero de segundo grado (mis primos, mis tíos, etc.), son muy artistas en distintos sentidos: pintan, cantan, tocan varios instrumentos." (Relación con cosas artísticas) • "Sí, mi hermana mayor tomó clases de folclor y de sevillanas, eso por ahí hace bastante tiempo." 	<ul style="list-style-type: none"> • "Yo le he dicho a él que tal vez de ahí venga mi vena artística, porque de familia no es, seguro no es." 	<ul style="list-style-type: none"> • Ninguno.
Beneficios buscados				
Lo que más le gusta o gustaba, de asistir a cursos de danza	"Pues, la música, también es bonita, y básicamente eso... y como te mueves."	"Lo que más me gustaba de ir a clase era desconectarme del mundo; dedicarme exclusivamente a eso por una hora."	<ul style="list-style-type: none"> • "Cada vez que yo voy a clase, aprendo algo diferente." • "Cada vez que uno va a clase (...) uno va mejorando más, y mejorando más, así uno esté en la cima de la danza, hay que seguir practicando." 	"La cantidad de cosas que se aprenden en una sola clase."
Razón por la que asiste a cursos de danza actualmente, o asistió por última vez	"Porque me gusta bailar."	"Esparcimiento."	"Ya bailar, pero profesionalmente."	<ul style="list-style-type: none"> • "Porque me gusta." • "Porque es algo que a uno lo desestresa muchísimo." • "Le sirve a uno mucho físicamente." • "Es algo donde uno se relaja."
Costumbres de				

Compra				
Edad a la que empezó a tomar clases de danza	<ul style="list-style-type: none"> 6 años. 	<ul style="list-style-type: none"> 24 años. 	<ul style="list-style-type: none"> 5 años 	<ul style="list-style-type: none"> 24 años
Tiempo durante el cual ha asistido a cursos de danza	<ul style="list-style-type: none"> 6 años. 	<ul style="list-style-type: none"> 2 meses. 	<ul style="list-style-type: none"> 9 años 	<ul style="list-style-type: none"> 5 meses
# horas que toma a la semana	<ul style="list-style-type: none"> 4: 2 de ballet, 2 en el colegio 	<ul style="list-style-type: none"> Tomaba 3 horas a la semana de tango. 	<ul style="list-style-type: none"> 6 horas en total. 2 de cada clase: tango, árabe, rumba 	<ul style="list-style-type: none"> 6 horas
Estado de lealtad	Siempre ha tomado cursos en el mismo lugar.	Las clases las tomó en el mismo lugar.	Siempre ha tomado clases en el mismo lugar.	Siempre ha tomado clases en el mismo lugar.
Constancia	Muy constante.	Inconstante.	Muy constante.	Muy constante.
Razón por la que no asiste a más cursos	<ul style="list-style-type: none"> Falta de tiempo. 	<ul style="list-style-type: none"> Falta de tiempo. 	<ul style="list-style-type: none"> “Por plata.” 	<ul style="list-style-type: none"> “Nunca me he puesto a mirar en realidad otro tipo de baile.”
Estrategia de Mercadeo				
General				
Factor más importante a la hora de escoger una escuela de danza	<ul style="list-style-type: none"> El genio de los profesores 	<ul style="list-style-type: none"> Profesor 	<ul style="list-style-type: none"> “La calidad de los profesores (...) no es tanto el lugar, sino lo que uno aprenda, y de quien uno aprenda.” 	<ul style="list-style-type: none"> Profesor
Otros factores importantes	<ul style="list-style-type: none"> Ubicación. Material. 	<ul style="list-style-type: none"> Facilidad de acceso físico al lugar. Parqueadero “Aspecto que invite a regresar” 	<ul style="list-style-type: none"> “Las facilidades que a uno le den.” “Formar un grupo, formar vínculos.” “Fortalecer la parte humana.” 	<ul style="list-style-type: none"> Facilidad de acceso. “Con gente más o menos igual a uno.”
Razón por la que escogió el lugar donde toma cursos actualmente o los tomó por última vez	“Porque a mi mamá le pareció muy chévere la profesora, entonces cuando yo la conocí la primera clase a mi también.”	“Estaba la oportunidad de tomar las clases allí, y mi novia las iba a tomar allí, y yo decidí ir a ahí también.”	“Por la calidad, y por lo económica también.”	“Básicamente, por la cercanía; por la cercanía, y porque es una academia de la cual ya teníamos referencias anteriores.”
Percepción general acerca de las escuelas de danza en Bogotá, y su oferta	<ul style="list-style-type: none"> “Hay unas que son buenas, otras malas, otras que no enseñan bien... y así; pues no sé mucho, porque como te digo no sé 	<ul style="list-style-type: none"> “Sé que son muy variadas, sé que hay de distintos precios, que las clases y las sedes son bastante diferentes, digamos que 	<ul style="list-style-type: none"> “La danza en Colombia y en Bogotá, ha mejorado muchísimo, ya es más como, el gobierno se ha preocupado más por la 	<ul style="list-style-type: none"> “En realidad todas las academias son bastante integradas, entonces uno siempre las ve separadas, pero cuando hay eventos

	<p>de muchas escuelas, pero lo que he escuchado, y en las presentaciones cuando se presentan los colegios, hay unos que son muy buenos, otros también que: "ah"..."</p>	<p>creo que hay academias de baile para cada tipo de persona, teniendo en cuenta pues, ubicación, el interés particular por determinado tipo de baile, capacidad económica; creo que hay como de todo."</p> <ul style="list-style-type: none"> • "No estoy muy familiarizado con la oferta." 	<p>parte de la cultura, del teatro, de la danza, de la actuación."</p> <ul style="list-style-type: none"> • "En árabe, pues, hay escuelas de formación, sino que como todo se vuelve gremio, entonces el gremio de la danza es muy pesado, en cualquier tipo de danza, porque hay riñas, hay envidia, como en todo." • "Como que vuelven todo un negocio (...) son muy egoístas con el conocimiento (...) no lo dejan asequible al público, y pues sí, para un negocio, eso no es bueno, porque limitan el público, entonces quién gana haciendo eso, pues las que lo pueden pagar: ellas mismas. Entonces no una visión como de compartir." • "Y lo mismo con lo de los ballets, eso también, ese gremio es duro, porque hay riñas (...) entonces los bailarines saltan mucho de una a otra (...) Ese gremio es súper difícil." • "La vida de un bailarín, yo soy consciente que es súper sacrificada (...) Lo malo es que no brinda como una estabilidad laboral." • "Pues hay de todo, desde 	<p>grandes, siempre se unen mucho, la gente es muy amigable; hay mucha amistad y compenetración hacia el arte de la danza en capoeira."</p> <ul style="list-style-type: none"> • "No que uno diga: "Me puse a buscar academias de capoeira", no, porque no están como en ningún lado." • "Pues, no conozco muy bien en general cómo estén, pero siempre ha sido como muy "underground", no se ha promocionado, ni se ha procurado que la gente se interese en hacer danza, como hacer invitaciones a las personas a que se metan a diferentes cursos." • "En Bogotá la gente como que no se preocupa mucho por eso. A la gente le interesa saber cómo bailar: vallenato, merengue y salsa, y ya, para poder salir de rumba." • "Inmediatamente la reacción es totalmente negativa. Hay como una cultura de negatividad hacia la danza en general." • "Yo creo que es de promocionar, y hacer caer
--	---	---	--	--

			<p>los más económicos y asequibles, hasta los más caros. Y de la calidad, desde la más pésima, hasta una calidad excelente, pues hay de todo.”</p> <ul style="list-style-type: none"> • “Que sea más bien un negocio y a uno no le enseñen nada, eso me parece que es una falta de respeto hacia uno como cliente, como usuario, y es una falta también como de ética, como hacer las cosas así como por hacerlas. Si uno va a enseñar, hay que enseñar bien.” 	<p>en cuenta a la gente, que eso es rico, que eso es bueno para la salud.”</p> <ul style="list-style-type: none"> • “Es muy difícil encontrarlas; uno nunca sabe dónde están. Están, pero como si no estuvieran, porque nadie tiene ni idea que existen, porque no hay promoción de ningún tipo.”
Producto/ Servicio				
Cursos que toma actualmente o tomó por última vez, y cursos que le gustaría tomar	<ul style="list-style-type: none"> • Ballet • Danza en general • Árabe 	<ul style="list-style-type: none"> • Tango • Algo “tropical” 	<ul style="list-style-type: none"> • Folclor • Rumba • Árabe • Tango • Flamenco • Ballet 	<ul style="list-style-type: none"> • Capoeira • Tap
Promoción				
Forma mediante la cual se enteró del lugar donde toma cursos actualmente o tomó por última vez	<ul style="list-style-type: none"> • Directorio telefónico. 	<ul style="list-style-type: none"> • “Porque me la recomendaron.” 	<ul style="list-style-type: none"> • Porque conocía a la directora, que era amiga de su mamá. 	<ul style="list-style-type: none"> • Le habían recomendado la academia, pero no sabía dónde quedaba. Un día fue a jugar billar, y al otro lado de la pared, se oía la música y fue a averiguar.
Forma mediante la cual se ha enterado de otras escuelas de danza	<p>“En el colegio, en una presentación daban unas becas (...) pero la profesora se la robó, nunca la dio.”</p>	<p>A través de personas que están en el medio.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • A través de los profesores. • Televisión. • Internet. 	<ul style="list-style-type: none"> • A través de otras personas. • Las ha visto al pasar al frente. • Internet

Plaza				
Características importantes de una escuela de danza	<ul style="list-style-type: none"> • Barras • Piso • Espejos • Equipo de sonido 	<ul style="list-style-type: none"> • Aseo • Luz • Ubicación • Decoración • “Que todo esté en buen estado” • Amplitud de los salones 	<ul style="list-style-type: none"> • Espejos • Piso <ul style="list-style-type: none"> ○ Poder resbalar, pero sin resbalarse ○ Que no haya astillas • Espacio 	<ul style="list-style-type: none"> • Espacio amplio. • Piso <ul style="list-style-type: none"> ○ Limpio • Decoración • Buen sonido
Precio				
Valor máximo que estaría dispuesto a pagar por una hora de clase	50,000 pesos.	<ul style="list-style-type: none"> • Clase privada: 30,000 • Clase con más personas: 20,000. 	20,000 pesos.	7,000 pesos.
Descuentos o becas	Ninguno.	“Tuve descuento por ser yerno de la dueña de la academia.”	<ul style="list-style-type: none"> • “En la academia me han ayudado muchísimo, y la idea es también retribuirle a la academia.” • Ha tenido descuentos por ser estudiante antigua. • Hacen descuentos por entrar con familiares, y tomar más horas de clase al mes. 	Cuando no puede pagar por alguna razón.
Sugerencias forma de pago	Ninguna.	“En este momento para mí todo lo que se pueda pagar con tarjeta de crédito, es muy bueno.”	Ninguna.	“Sería enredarle la vida a todo el mundo.”

Tabla 17- Resultados entrevistas a profundidad 9 a 12

Entrevista	9	10	11	12
Fecha	Abril 15	Abril 15	Abril 21	Abril 24
Perfil General				
Género	Masculino	Femenino	Masculino	Femenino
Edad (años)	45 años	23 años	24 años	24 años
Estado Civil	Casado	Soltera	Soltero	Soltera
Número de Hijos	3	0	0	0
Edades de Hijos	20, 18, 16	-	-	-
Ocupación	Docente	Gerente de Mercadeo, Empresaria	Profesor de baile, bailarín.	Empresaria y empleada en una oficina medio tiempo. Profesora de moda.
Nivel de Estudios	Universidad, Educación Preescolar	Universidad, Administradora de Empresas	Bachillerato	Universidad, Diseño de Moda.
Estrato	5	5	3	5
Perfil general relacionado con la danza	<ol style="list-style-type: none"> 1. Estuvo durante 17 años en el Ballet de Colombia. 2. Ha sido profesor de danza en colegios. 3. Actualmente es dueño y profesor de una escuela de danza. 4. También toma cursos de ballet en su academia propia. 5. Es director de una compañía de ballet folclórico. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Siempre le ha gustado bailar. 2. Empezó a tomar cursos de biodanza a los 22 años. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tomando clases de aeróbicos, se dio cuenta de que tenía talento para el baile. 2. A los 17 años entró al Ballet de Colombia. 3. Ha estado en talleres de diferentes tipos de danza. 4. Empezó la carrera de teatro musical, pero se retiró. 5. Actualmente toma clases de ballet. 6. Dicta clases de jazz en diferentes lugares. 7. Quiere llegar hasta donde pueda como bailarín, 8. Tiene muchas metas relacionadas con la danza. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Cuando era pequeña tomó clases de ballet. 2. A los 20 años empezó a tomar clases de rumba en el gimnasio. 3. Actualmente toma clases de rumba en el gimnasio y a veces jazz y hip-hop.
Características psicográficas				
Generales				
Metas de vida	“Consolidar mi compañía del Ballet Folclórico Santa fe de Bogotá.”	<ul style="list-style-type: none"> • “Quiero tener una familia, (...) porque quiero tener personas con quién 	<ul style="list-style-type: none"> • “Uno de mis sueños en realidad es hacer teatro musical o algún día grabar 	<ul style="list-style-type: none"> • “La felicidad. Hacia la vida, mi meta es la felicidad, independientemente de

		<p>compartir los logros, con quienes construir cosas, quiero tener hijos...”</p> <ul style="list-style-type: none"> • “A nivel profesional, quiero tener varias empresas. Quiero ser muy versátil, como poder estar en varios sectores, como haber hecho cosas impactantes en varios sectores, y como ya poder estar en ese nivel.” 	<p>un disco, y bailar.”</p> <ul style="list-style-type: none"> • “A largo plazo, tener una escuela aquí en Colombia grande de teatro musical, donde se vea de todo: de todas las artes.” • Tener hijos y una familia. 	<p>donde viva, independientemente de las cosas materiales que me rodeen.”</p> <ul style="list-style-type: none"> • “Quiero hacer un estudio sobre mercadeo o sobre administración en moda, y mercadeo de moda o algo así. Ya diseño, ya lo tengo, y ya... Trabajar con muchos diseñadores y si es posible, no es mi sueño como tal montar una casa de modas y mucho menos acá en Colombia, si puedo lo monto en otra parte del mundo, y después si vengo a acá, pero antes no montaría un... no abriría ni un almacén, ni montaría como una casa de modas acá así grande, no. Tendría más bien como un taller, pero ya.”
Actividades de gran importancia	<ul style="list-style-type: none"> • Preparación física del cuerpo • Leer • Ver películas relacionadas con la vida y aprender de ellas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Cantar en misa • Ejercicios de respiración • Tocar guitarra • Salir con sus amigos • Bailar 	<ul style="list-style-type: none"> • Tomar clase de ballet • Tomar clase de canto • Estar con su familia • Leer noticias • Ir a cine 	<ul style="list-style-type: none"> • El trabajo • Ir de rumba, para mejorar sus relaciones interpersonales, con el fin de conseguir contactos para sus empresas.
Hobbies y ocupación del tiempo libre	<ul style="list-style-type: none"> • Danza • Deporte: jugar fútbol, ver tennis en televisión. 	<ul style="list-style-type: none"> • Cantar • Tocar guitarra • Leer novelas románticas 	<ul style="list-style-type: none"> • Cine • Leer 	<ul style="list-style-type: none"> • Investigar y leer acerca de la mente y cosas relacionadas con la psicología • Ir al gimnasio
Actividades físicas	<ul style="list-style-type: none"> • Fútbol • Danza 	<ul style="list-style-type: none"> • Ninguna 	<ul style="list-style-type: none"> • Ballet • Estiramiento • Gimnasio 	<ul style="list-style-type: none"> • Gimnasio

			• Bailar	
Relacionadas con la danza				
Aspectos importantes de historia de vida relacionada con la danza, opiniones, percepciones	<ul style="list-style-type: none"> • “Bueno, yo comencé tarde en la danza. Yo comencé por mi hermano; él se fue a Armenia, y tenía un grupo de danza, y una vez necesitaba un bailarín y yo fui a reemplazarlo, pero no pensé que me fuera a gustar. Me enamoré de una bailarina de él, y de ahí comencé la danza.” • “Después llegué a aquí a Bogotá, y me fui a vivir con Sonia Osorio y con el maestro Obregón. En ese entonces tenía 11 años, y el maestro Obregón no quiso que me metiera a danza, y me llevó para Cartagena.” • “Él no quería, porque creía que me podía volver amanerado o algo así, y me cogió mucho afecto y dijo: “No.”” • “Entonces fui a vivir a Cartagena, después me fui a Barranquilla a una casa que él tenía, duré cuatro años con él, y entonces Sonia me trajo otra vez a aquí a Bogotá, ya estaba más grandecito, y comencé a hacer danza, danza folclórica.” • “Quise hacer ballet, pero 	<ul style="list-style-type: none"> • Bueno, pues cuando chiquita, a mí me gustaba mucho empezar a bailar (...) en reuniones.” • “Siempre en mi familia el baile ha sido muy importante, porque somos de sangre costeña, pues, mis papás son de la costa, entonces allá es muy importante el baile. Uno como que, no sé, como que lo lleva en la sangre.” • “Siempre ha sido como algo muy rico, a mí siempre me ha gustado mucho hacerlo.” • “A medida que ya fui creciendo, entonces ya toma es la otra connotación, ¿no? De... de rumba, con los amigos.” • Simplemente uno siente la música, baila y ya, pero no... a mí no me dieron clases de salsa, ni de merengue, ni de mapalé, ni nada, ni cumbia... • Digamos como que en la universidad y a medida como que uno como que se va volviendo mayor y eso, como que se da cuenta de las cosas que a uno realmente le gustan, y 	<ul style="list-style-type: none"> • “Bueno, a los 16 años fui al Ballet de Colombia, me recibieron, empecé a ensayar, no tenía técnica de ballet, no tenía nada, pero pues empecé ahí, fue como mi escuela, mi formación, y duré 3 meses ahí; ese año el ballet se iba de gira para los Estados Unidos, y no me llevaron, pues porque era muy joven y era muy nuevo en el ballet. Me salí del ballet, fui al Ballet Folclórico Colombiano, allá también aprendí muchas cosas, y pues después me dijeron que hiciera ballet, y empecé a hacer ballet, y me di cuenta que pues eso me gustaba mucho y por eso me empecé a enrollar por el lado de la danza, del baile...” • “Conocí otras técnicas como el jazz, como tap, flamenco... he hecho de todo un poquito, pero lo que más me gustó por ejemplo, ha sido el ballet y el jazz, pero mi escuela, mi escuela en sí, lo que me ayudó a formarme, fue como el folclor y como que me gustaba en esa 	<ul style="list-style-type: none"> • “Desde chiquita siempre me ha gustado bailar, o sea, yo soy feliz. No sé si tengo idea o no, pero me gusta, pero es como moverse, es como exteriorizar todo lo que uno tiene adentro, entonces desde chiquita, yo quería hacer gimnasia olímpica, que de pronto eso puede ser una especie de danza, ¿o no?, pues... un poco, sí, porque uno baila, tiene cintas, salta, da volteretas... eso es baile, y eso es como exteriorizar las cosas. Después estuve en clases de ballet.” • “Después estuve en las clases de rumba del gimnasio.” • “Igual la danza en general es como cultura (...) hay que abrir mucho la mente y saber mucho de la cultura para poder entenderla.” • “Sí, voy a clases de rumba, pero soy muy descoordinada.”

	<p>entonces me dio mucho temor, porque en la clase de ballet había un tipo que era amanerado, me cogía, entonces a mí me daba mucho susto (...) Sonia me dijo: "No, no, no. No haga ballet. Con ese tipo no haga ballet" Entonces desde ahí, ya después, Sonia comenzó a hacer coreografías para el reinado de Cartagena, y yo era el que daba las ideas, entonces Sonia dijo: "Usted va a ser bueno para la danza." Y de ahí comencé con la danza realmente."</p> <ul style="list-style-type: none"> • "De ahí después comencé ya a trabajar con los colegios, y seguía en el Ballet, hacía giras, recorrí... hice nueve giras mundiales, recorrí todo el mundo, y después me metí a los colegios, y ya después conocí a una profesora de ballet, y fue cuando me asocié con ella, y formamos una compañía." • "Lo que es la parte folclórica sí soy bastante constante, me gusta investigar, leer y practicar." • "Cuando estaba en el Ballet de Colombia, tomaba 8 horas diarias." 	<p>a mí me gusta demasiado bailar (...) Es una forma de expresión muy chévere, de una alegría que uno normalmente no puede expresar con palabras.</p> <ul style="list-style-type: none"> • "Por eso es que ahora digo: "No, pues bailo así sea en la casa", porque es como una forma importante de expresar las cosas que tenga, así esté triste, feliz, aburrida, bueno, lo que sea." • "Bailar siempre va a ser como una expresión." • "He tomado clases, pero no de baile normal, sino de biodanza (...) La enseñanza simplemente es esa; es como desconectarse, o más bien, conectarse consigo mismo, y así como expresar todo lo que uno tiene (...) es como un aprendizaje psicológico corporal." • "El baile es un tema de expresión completa, y si uno no logra conectarse bien consigo mismo, pues no está expresando todo lo que puede expresar con el baile." • "Siempre he sentido que yo de verdad tengo aptitudes para esas cosas." 	<p>época."</p> <ul style="list-style-type: none"> • "Dictar las clases de aeróbicos fue como mi escuela para aprender a dictar clases de danza, de ahí la base." • "El artista vive del sentimiento, y el sentimiento es lo que lo inspira a uno, entonces cuando uno se unta de otras cosas, se inspira para hacer más cosas." • "Como que siempre he tenido el talento, pues no sé, me di cuenta porque cuando pequeño nos llevaban a fiestas, y yo era como el centro de atención: los niños que bailaban y con mi hermanita hacíamos coreografías, entonces llamábamos la atención, pero yo nunca estaba interesado en ser bailarín; siempre era el canto y la música." • "Hasta después de grande fue que me gustó, vi la facilidad, entonces chévere, uno descubre talentos que no sabe que tiene." • "Casi todo el tiempo me la paso mirando y estudiando videos." • "De todas las personas algo se aprende: de todas las personas." 	
--	--	--	---	--

	<ul style="list-style-type: none"> • Con respecto a danza deportiva: “El curso dura una semana, pero como no hay gente para este tipo de danza, le toca a uno solamente cuando hay curso, entonces se pierde el proceso.” 	<p>cosas.”</p> <ul style="list-style-type: none"> • “Uno tomar conciencia de que vale la pena meterle plata a otras cosas; no solamente a las cosas materiales normales que uno quiere, sino a des-estresarse, a pasarla rico, a hacer cosas que a uno le gustan fuera del trabajo normal.” 	<p>Hay algo que a uno le gusta y hay algo que no.”</p> <ul style="list-style-type: none"> • “Cuando yo estaba en el Ballet de Colombia, me dijeron que si quería bailar bien, que si quería tener técnica y eso, que fuera a una escuela donde le daban facilidades a uno. Aquí en Colombia, casi no hay bailarines hombres, ¿no? A los hombres les dan más facilidades de pago, o hasta becas. En esta escuela es la escuela donde más hombres hay, donde más ayudan.” 	
Metas relacionadas con la danza	<p>“Bueno, la danza en sí, es una forma de vida que yo tengo. Yo sé que esto es una carrera bastante corta, donde se requiere mucho de la parte física, y solamente pues le queda a uno la enseñanza a los demás, porque ya para bailar, creo que ya no, pues, no pienso en eso, pero sí pienso mucho enriquecerme hasta que me muera.”</p>	<p>“Me gustaría poder llegar a un punto en el que uno tuviera un grupo de danza, que uno se pudiera presentar en sitios, hacer cosas. Ahora, no sé eso qué tan compatible sea con mi vida laboral.”</p>	<ul style="list-style-type: none"> • “(...) mezclar esas cosas y sacar mi propia técnica, porque ese es también otro de mis sueños y mis metas, es yo crear una técnica de jazz.” • “Quiero llegar hasta donde más pueda.” 	<ul style="list-style-type: none"> • “La verdad a mi me hubiera fascinado seguir con las clases de ballet, porque me encanta, me parece súper elegante, todo... no... me gusta bastante, pero pues ya no lo hice, y ya no puedo.”
Antecedentes familiares	<ul style="list-style-type: none"> • Su hermano dicta clases de danza en colegios, y baila tango. • “Pues mi hija, tomaba clases de ballet, y realmente poco le gusta ya la danza, entonces ya no, no son bastante constantes con eso, 	<ul style="list-style-type: none"> • Ninguno. 	<ul style="list-style-type: none"> • “Profesionalmente no, pero a mi hermana menor le gusta mucho, y creo que tiene mucho talento, pero pues por cosas de la vida no puede bailar, porque tiene un problema en el corazón, finalmente no puede.” 	<ul style="list-style-type: none"> • Ninguno.

	<p>entonces están en este momento inactivos (...) ellos lo hacen más que todo es por ayudarme, pero realmente no les gusta la danza.”</p> <ul style="list-style-type: none"> • Respecto a sus padres: “para ellos la danza es lo peor, sobretodo para mi papá, es lo peor que le pudo haber pasado a él con sus hijos.” 		<ul style="list-style-type: none"> • “Mi mamá va a una fiesta, y no me deja sentar.” 	
Beneficios buscados				
Lo que más le gusta o gustaba, de asistir a cursos de danza	<p>“De ballet, lo que más me gusta es que se perfeccionan mucho los movimientos, siempre es lo mismo, pero siempre perfeccionando los músculos, los movimientos en sí, se perfecciona mucho la parte corporal. Y en el baile deportivo, lo que más me gusta es la parte rítmica y los movimientos tan amplios.”</p>	<p>“La posibilidad de uno zafarse de lo intelectual, y pasar a lo sensorial.”</p>	<p>“Que me llena, que... no sé, que me siento bien, me llena, espiritualmente me siento muy bien, y físicamente además.”</p>	<ul style="list-style-type: none"> • “De las de rumba del gimnasio, que aprendo a bailar.” • “En las de jazz y hip-hop, me siento bien simplemente.”
Razón por la que asiste a cursos de danza actualmente, o asistió por última vez	<p>“Lo hago por un mantenimiento físico, lo hago por estar al día, pero yo sé que no lo hago como para bailar, sino como para estar bien, como por mantenerme.”</p>	<ul style="list-style-type: none"> • “Yo creo que seguir con el proceso de descubrir qué más hay dentro de uno mismo” • “Relajarme, como desconectarme de las cosas de afuera, como reírme (...) es como un espacio más que todo de relajación.” 	<ul style="list-style-type: none"> • “Mejorar. Mejorar y mejorar, porque el cuerpo es desagradecido, ¿sí?, entonces si tú dejas de entrenarte, si dejas de estudiar, tu cuerpo pierde. Es como cuando una persona va al gimnasio y se esfuerza, y se esfuerza, consigue los resultados, pero deja de ir un mes, y pierde mucho de lo que ha ganado, entonces el cuerpo es desagradecido, por eso voy a clases de 	

			baile.”	
Costumbres de Compra				
Edad a la que empezó a tomar cursos de danza	<ul style="list-style-type: none"> • 19 años de forma constante. • Esporádicamente, desde los 11. • A los 37 años empezó a bailar ballet. 	<ul style="list-style-type: none"> • 22 años 	<ul style="list-style-type: none"> • 16 años de aeróbicos y folclor • 17 años de ballet 	<ul style="list-style-type: none"> • A los 7 años, ballet. • A los 20 años, rumba en el gimnasio.
Tiempo durante el cuál ha asistido a cursos de danza	<ul style="list-style-type: none"> • 17 años a folclor. • De los 37 hasta ahora ballet. 	<ul style="list-style-type: none"> • 5 meses 	<ul style="list-style-type: none"> • 8 años 	<ul style="list-style-type: none"> • En ballet 1 año. • En el gimnasio 2 años.
# horas que toma a la semana	<ul style="list-style-type: none"> • 2 horas de ballet 	<ul style="list-style-type: none"> • 2 horas de biodanza 	<ul style="list-style-type: none"> • 7 horas de ballet 	<ul style="list-style-type: none"> • 2 o 3 horas a la semana
Estado de lealtad	Toma clases básicamente en el mismo lugar siempre.	Ha tomado en el mismo lugar siempre.	Cambia frecuentemente de lugar.	Ha tomado clases en 2 lugares.
Constancia	Actualmente, es un poco inconstante.	Actualmente es un poco inconstante	Constante.	Relativamente constante.
Razón por la que no asiste más cursos	<ul style="list-style-type: none"> • Situación económica 	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de tiempo. • No se ha puesto a buscar. 	<ul style="list-style-type: none"> • No asiste a cursos de jazz en Bogotá, porque él es el profesor en muchos lugares, y le parece que todo es lo mismo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de tiempo. • En realidad no se ha puesto a averiguar.
Estrategia de Mercadeo				
General				
Factor más importante a la hora de escoger una escuela de danza	<ul style="list-style-type: none"> • Profesor <ul style="list-style-type: none"> ○ Experiencia ○ Cursos que ha hecho ○ Calidad humana ○ Forma mediante la cuál puede llegar a otras personas 	<ul style="list-style-type: none"> • Que esté recomendado 	<ul style="list-style-type: none"> • Maestros 	<ul style="list-style-type: none"> • “Pésum del baile” bueno
Otros factores importantes	<ul style="list-style-type: none"> • “Donde haya disciplina, donde haya un reglamento concreto, y donde uno pueda entender todo, y 	<ul style="list-style-type: none"> • Instalaciones • Profesores 	<ul style="list-style-type: none"> • Instalaciones • “Los compañeros, porque también es importante uno tener un buen ambiente 	<ul style="list-style-type: none"> • Profesores buenos

	saber que está en una verdadera escuela.”		donde va a estudiar y donde va a trabajar.”	
Razón por la que escogió el lugar donde toma cursos actualmente o los tomó por última vez	<ul style="list-style-type: none"> Ubicación. 	<ul style="list-style-type: none"> Recomendación. 	<ul style="list-style-type: none"> Facilidades económicas. Buenos profesores. Buenas instalaciones. Los compañeros. Le dieron trabajo ahí. 	<ul style="list-style-type: none"> “Es un lugar donde puedo ir a hacer ejercicio, y puedo bailar, pero obviamente allá no hay flamenco ni nada de eso.”
Percepción general acerca de las escuelas de danza en Bogotá, y su oferta	<ul style="list-style-type: none"> “Sé que hay unas escuelas que son muy buenas, (...) y creo que son escuelas que trabajan más por la parte económica, que así como hacer bailarines, bailarines. Considero que aquí en Colombia, no hay escuelas como para eso. Creo que las escuelas que hay aquí en Bogotá, es una escuela que se acomoda a las necesidades de la gente, más no a las necesidades de hacer un artista como artista.” “Considero que las ofertas de cursos de danza en Bogotá, es simplemente un negocio, es un negocio donde va más gente y le enseñan ahí, pero realmente, yo te decía al comienzo, no es como para hacer artistas ni... simplemente como para mantener ahí a la gente.” 	<ul style="list-style-type: none"> “Creo que es muy limitada; creo que de pronto está muy especializada en gente que de verdad se va a dedicar a la danza, (...) como que siento que no hay tanto para los que de pronto lo queremos hacer como una actividad paralela a nuestra vida profesional. “Como que de pronto todavía hay mucha gente que lo siente como algo muy... como que no es tan... como que la misma oferta no lo hace ver tan: “Yo podría, así como puedo tomar clases de inglés, puedo tomar clases de baile”; no, sino como: “¿Yo por qué voy a tomar clases de baile?” “ “Mucho más chévere si uno encontrara más fácil la información de los sitios, y a veces yo sí creo que podría tener una connotación interesante.” “Todavía está como muy disperso por ahí, uno no 	<ul style="list-style-type: none"> “En cuanto a las escuelas de danza, ya ahorita hay artas, pero como Petipá, que es una escuela que enseña varias técnicas, sí he escuchado apenas como 2 o 3, pero hay de todo, hay de todo.” “Me he dado cuenta que aquí el baile es un poco de élite, (...) no es fácil para las personas que tengan pocas posibilidades económicas.” “Hay buenas escuelas; hay mucho talento sobretodo, pero personas que... como aquí en Colombia no hay mercado para la danza, entonces las personas que estudian danza les toca como ir paralelamente con otra carrera, porque no pueden vivir de la danza; aquí no se puede vivir de la danza, entonces las escuelas son como para formarse hasta cierto punto de la vida, y luego ya seguir por otro lado.” 	<ul style="list-style-type: none"> “Creo que hay una en la 122 (...) Que es súper chévere, ¿sí?” “La verdad, no tengo ni idea.” “Me parece que deberían hacerle como más campaña, más publicidad a eso (...) A uno le piden base de datos para meterlo en la base de datos del sitio que hacen las fiestas (...) A uno nunca le piden una base de datos en un bar, para mandarle información sobre los sitios de danza, o sobre clases de danza, y me parece que eso sería una buena vaina, porque una persona que va de rumba, la gente que va de rumba, le gusta bailar.”

		<p>se entera.”</p> <ul style="list-style-type: none"> • “A veces uno siente como mucha inestabilidad en ese sector, como que uno no sabe cuándo una academia de verdad se va a quedar o va a desaparecer al mes (...) eso también pasa con los grupos de baile (...) Entonces como que de pronto uno sí siente mucha inestabilidad en eso, porque uno no sabe si va a pegar o no.” 	<ul style="list-style-type: none"> • “La mayoría de bailarines buenos colombianos, viven fuera del país.” • “Es un poco costoso estudiar aquí danza en Bogotá, pero como hay bailarines que viven de esto acá, entonces... y como no hay mucho trabajo para estos bailarines, es muy inestable el trabajo, entonces hay academias que a estos bailarines les dan facilidades, ¿sí?, para que se formen, entonces a cambio de estas facilidades, los bailarines tienen que corresponder a las escuelas, bailando con ellas, entonces por ejemplo, en las presentaciones de final de año, siempre hay presentaciones en todas las escuelas a final de año.” • “Me parece que debería haber más apoyo a ciertas comunidades acá en Bogotá, porque en cuanto a mi sueño, retomo otra vez ese punto, es tener una escuela así como el Colegio del Cuerpo.” • Me parece que debería haber una compañía grandísima donde la gente pueda entrar y sueñe estar 	
--	--	---	---	--

			allá y que le paguen bien, y que tenga su seguro, y que tenga su futuro ahí, y que no tenga que irse del país, porque así es todo acá. “	
Producto/ Servicio				
Cursos que toma actualmente o tomó por última vez, y cursos que le gustaría tomar	<ul style="list-style-type: none"> • Folclor nacional • Folclor internacional • Danza moderna • Jazz • Ballet 	<ul style="list-style-type: none"> • Biodanza • Flamenco 	<ul style="list-style-type: none"> • Ballet • Jazz • Baile Deportivo • Flamenco • Tap • Tango 	<ul style="list-style-type: none"> • Ballet • Rumba • Jazz • Hip-hop • Flamenco • Tap • Danza Contemporánea
Promoción				
Forma mediante la cual se enteró del lugar donde toma cursos actualmente o tomó por última vez	<ul style="list-style-type: none"> • Antes de ser su escuela, tenía otros dueños, y su hija tomaba clases allá. 	<ul style="list-style-type: none"> • A través de otra persona 	<ul style="list-style-type: none"> • A través de otras personas 	<ul style="list-style-type: none"> • “Pues porque es el gimnasio que queda al frente de mi casa, y voy al gimnasio, y pues es donde hay clases de eso.”
Forma mediante la cuál se ha enterado de otras escuelas de danza	<ul style="list-style-type: none"> • Está metido en el medio. • A través de otras personas. 	<ul style="list-style-type: none"> • A través de otras personas • Al pasar al frente de alguna 	<ul style="list-style-type: none"> • Está metido en el medio. 	<ul style="list-style-type: none"> • La ha visto al pasar al frente.
Plaza				
Características importantes de una escuela de danza	<ul style="list-style-type: none"> • Área grande. • Clases de ballet con piano. • Comodidad • “Que se sienta ambiente de academia: de una academia seria.” 	<ul style="list-style-type: none"> • Amplitud • “Que no fuera como tan expuesto a que la otra gente lo vea a uno.” 	<ul style="list-style-type: none"> • Buenos salones • Aseo • “Colores bien” • “Piso bien” • Agradable • Buenos espejos • Salones amplios 	<ul style="list-style-type: none"> • Limpieza • Agradable • Muchos espejos • Piso entablado • Blanco
Precio				
Valor máximo que estaría dispuesto a pagar por una hora	<ul style="list-style-type: none"> • 40,000 pesos. 	<ul style="list-style-type: none"> • 25,000 pesos. 	<ul style="list-style-type: none"> • 50,000 pesos. 	<ul style="list-style-type: none"> • “Dependiendo de la cantidad de clases de flamenco que te lleve

de clase				tomar, para aprender a bailar flamenco.”
Descuentos o becas	<ul style="list-style-type: none"> No paga, pues las clases que dicta no se las paga y es una forma de retribuirse su esfuerzo (las clases que toma, las toma en la escuela de danza de la que es dueño). “Es como una forma de recibir lo que yo estoy dando.” 	<ul style="list-style-type: none"> Ninguno. 	<ul style="list-style-type: none"> Ha tenido becas: se ganó una en Misi, por tener una de las mejores audiciones y actualmente no paga por ser hombre. 	<ul style="list-style-type: none"> “Está incluido en el gimnasio.”
Sugerencias forma de pago	“Sobretudo en las academias debería ser como los gimnasios, que hacen un descuento durante el año, entonces si pagas el mes, te dan un descuento del 20%, no el 10%. Si paga todo el año, el 20%. Ojalá se pudiera pagar de una, porque así uno ya cuenta con la gente, y eso hace que la gente sea constante en su labor. “	“Que le cobren a uno una mensualidad, o algo así, como para uno evitarse el trámite de estar todos los días pagando.”	“No, así está bien. Mensual, y depende de las clases que tome la persona, paga.”	Ninguna.

ANEXO 3- FORMATO CUESTIONARIO

La información obtenida a través de este cuestionario es confidencial y anónima y será utilizada exclusivamente con fines investigativos, para un proyecto de grado de la Facultad de Administración de la Universidad de los Andes. ¡Muchas gracias por su colaboración!

Información General

1. Indique su **GÉNERO**

1	Masculino	
2	Femenino	

2. ¿Cuántos **AÑOS** tiene? _____ años

3. ¿Cuál es su **ESTADO CIVIL**?

1	Soltero	
2	Casado	
3	Separado	
4	Viudo	
5	Otro (Especifique)_____	

4. ¿Cuál es su **OCUPACIÓN ACTUAL**?

(En caso de tener más de una, indicar la principal)

1	Estudiante de colegio	
2	Estudiante de universidad	
3	Ama de Casa	
4	Empleado	
5	Trabajador independiente	
6	Otra (Especifique)_____	

5. ¿Cuál es su **NIVEL DE ESTUDIOS COMPLETADOS**?

(Indicar el último nivel de estudios por el que pasó. Por ejemplo, si actualmente estudia bachillerato, escoja la opción "primaria".)

1	Preescolar	
2	Primaria	
3	Bachillerato	
4	Carrera técnica	
5	Universidad- Pregrado	
6	Universidad- Postgrado	
7	Otro (Especifique)_____	

6. ¿Cuál es el lugar de su residencia actual? (Sólo llenar calle y carrera)

Calle _____ Carrera _____

7. ¿Cuál es el estrato socio-económico de su residencia actual?

1 ___ 2 ___ 3 ___ 4 ___ 5 ___ 6 ___

8. ¿Lee periódicos frecuentemente? SI _____ NO _____

Si respondió SI, ¿cuál(es)? _____

9. ¿Lee revistas frecuentemente? SI _____ NO _____

Si respondió SI, ¿cuál(es)? _____

10. ¿Ve televisión frecuentemente? SI_____ NO_____

Si respondió SI, ¿qué canales ve usualmente? _____

11. ¿Escucha emisoras frecuentemente? SI___ NO_____

Si respondió SI, ¿cuáles oye usualmente? _____

12. ¿Con qué frecuencia utiliza Internet?

1	Mínimo una vez al día	
2	Mínimo una vez a la semana	
3	Mínimo una vez al mes	
4	Menos de una vez al mes	

Información relacionada con cursos de danza

13. ¿En dónde toma cursos de danza actualmente? (Puede escoger más de una opción):

1	En un gimnasio	
2	En un colegio, de forma obligatoria	
3	En un colegio, de forma voluntaria	
4	En una escuela artística que ofrece diferentes tipos de clases- no sólo de baile- (música, teatro, pintura, canto, etc.)	
5	En una escuela de danza	
6	En una universidad, como actividad extra-curricular	
7	En una universidad, como parte de su carrera profesional	
8	En una cooperativa o entidad similar	
9	Otra. ¿Cuál? _____	

- Si usted ÚNICAMENTE toma cursos de danza de forma obligatoria, ha terminado.
- Si NO TOMA cursos de danza en una escuela de danza, pase a la pregunta 14.
- Si TOMA cursos en una escuela de danza, siga a la pregunta 15.

14. Si usted NO toma cursos de danza en una escuela de danza, ¿está interesado en hacerlo? SI___ NO_____

Siga con las preguntas a continuación:

15. Indique la frase correcta según su caso:

1	No paga por los cursos de danza que toma, porque tiene una beca	
2	No paga por los cursos que toma, porque están incluidos dentro de la mensualidad de su: gimnasio, colegio, universidad, cooperativa u otro establecimiento, y no debe pagar un valor adicional	
3	Paga únicamente por algunos de los cursos de danza que toma	
4	Paga por todos los cursos de danza que toma	

16. Edad a la que empezó a tomar cursos de danza: _____ años

17. Tiempo durante el cual ha tomado cursos de danza de forma frecuente y de manera voluntaria: _____ años _____ meses

18. Número de HORAS de clase (de danza) que toma A LA SEMANA: _____ horas

19. Número de LUGARES donde toma cursos de danza ACTUALMENTE: _____ lugar(es)

20. Indique su nivel de acuerdo o desacuerdo con las siguientes frases (1= TOTAL DESACUERDO, 5= TOTAL ACUERDO):

		1	2	3	4	5
1	Toda la vida me ha gustado bailar.					
2	Me gusta que los profesores sean exigentes.					
3	Me preocupo por estar en forma.					
4	La danza es la mejor terapia.					
5	Mi pasión más grande es la danza.					
6	Ninguna persona se ha opuesto totalmente a que tome cursos de danza.					
7	Siempre voy a clase de baile, a menos que no haya, o por alguna razón de fuerza mayor.					
8	No podría sobrevivir sin la danza.					
9	Si mi profesor deja de dictar cursos en el lugar al que asisto, me cambio de lugar también.					
10	La danza me genera mucha seguridad.					
11	Quiero enriquecerme en el campo de la danza hasta que me muera.					
12	Me gusta ser el centro de atención cuando bailo.					
13	Por la danza he tenido que sacrificar muchas cosas.					
14	Me gusta mucho bailar en público.					
15	Me encanta salir de rumba.					
16	Tomar clases de baile es un hobby para mí.					
17	Siempre he tenido talento para la danza.					
18	Desde pequeño(a), siempre tuve oído para la música.					
19	Mi aspiración es desarrollarme profesionalmente lo mejor que pueda en el campo de la danza.					
20	Si faltó a una clase de danza, es como si me faltara algo.					
21	Empecé demasiado tarde a tomar clases de danza.					
22	Me gusta leer e investigar sobre la danza.					
23	La danza se lleva en la sangre.					
24	La danza es una forma de expresar los sentimientos más profundos.					
25	Bailo así sea en mi casa.					
26	De pequeño(a) nunca estuve interesado(a) en ser bailarín.					
27	Casi todo el tiempo me la paso mirando y estudiando videos de baile.					
28	Las clases de baile en Colombia son para la élite.					
29	Al salir de clase uno siempre termina contento.					
30	Mi familia siempre ha estado involucrada en el campo de la danza.					
31	He sido discriminado(a) por tomar cursos de danza.					
32	Las escuelas de danza en Bogotá están muy especializadas en gente que de verdad se va a dedicar a la danza.					
33	Cambio frecuentemente el lugar (o los lugares) en donde tomo clase.					

21. ¿Cuáles de las siguientes actividades son de su interés?

A	Gimnasio (aparatos)	
B	Aeróbicos	
C	Estiramiento	
D	Pilates	
E	Yoga	
F	Ninguna	

22. Indique los cursos que toma actualmente y está interesado en tomar, en la siguiente tabla (Marque con una X):

	CURSO	Cursos que toma actualmente	Cursos en los que está interesado
A	Danza en general (donde la clase no se especializa en ningún tipo de danza)		
B	Ballet		
C	Biodanza		
D	Capoeira		
E	Danza Árabe		
F	Danza Contemporánea		
G	Danza Deportiva		
H	Danza Moderna		
I	Flamenco, Sevillanas		
J	Folclor Internacional		
K	Folclor Nacional		
L	Hip-hop		
M	Jazz		
N	Rumba		
O	Salsa		
P	Samba		
Q	Tango		
R	Tap		
S	Otro ¿Cuál? _____		
T	Ninguno		

23. PRINCIPAL razón por la que NO asiste actualmente a MÁS cursos de danza actualmente (ESCOJA UNA):

1	Situación económica.	
2	No se ha puesto a buscar.	
3	No le interesa. Está conforme con las clases que toma actualmente.	
4	Por falta de tiempo	
5	No le sirven los horarios	
6	En el lugar donde asiste no dictan los cursos que le gustaría tomar	
7	Otra (Especifique) _____	

24. Disponibilidad de TIEMPO que tiene para tomar cursos de danza actualmente (1= Poca Disponibilidad, 5= Mucha Disponibilidad)

	1	2	3	4	5
Disponibilidad de tiempo para tomar cursos de danza					

25. ¿Qué tanto lo MOTIVAN los siguientes factores para asistir a cursos de danza? (1= NO LO MOTIVA, 5= ES UNA DE SUS PRINCIPALES MOTIVACIONES PARA ASISTIR A CURSOS DE DANZA):

	1	2	3	4	5
A Mantenerse en forma					
B Aprender y mejorar					
C Divertirse					
D Olvidarse del mundo exterior por un momento					
E Desarrollarse profesionalmente en el campo de la danza					
F Bajar de peso					
G Poder relajarse					

26. ¿Cuáles de las siguientes actividades ha realizado en algún momento de su vida, o hace actualmente? (Marcar con una X)

A Aeróbicos	
B Bailar en escenarios	
C Dictar cursos de danza	
D Crear coreografías	
E Porras	
F Dirigir un grupo de danza	
G Ser parte de un grupo de danza	
H Bailar en giras nacionales o internacionales	

27. Para SU CASO PARTICULAR identifique el NIVEL DE INFLUENCIA que tienen los siguientes factores a la hora de escoger el lugar para tomar cursos de danza (1= NO INFLUYE, 5= TIENE MUCHA INFLUENCIA):

	1	2	3	4	5
A Profesor					
B Instalaciones					
C Dinámica de las clases					
D Ambiente del lugar					
E Ubicación					
F Precios					
G Cordialidad por parte de las personas que trabajan en el lugar					
H Seriedad del lugar					
I Compañeros de clase					
J Que se lo hayan recomendado					

Usted ha terminado. ¡Gracias por su colaboración!

ANEXO 4- ANOVA VARIABLES DE SEGMENTACIÓN

ANOVA

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Toda la vida me ha gustado bailar.	38.074	4	9.519	13.663	.000
Me gusta que los profesores sean exigentes.	47.049	4	11.762	18.469	.000
Me preocupo por estar en forma.	42.450	4	10.613	14.638	.000
La danza es la mejor terapia.	57.660	4	14.415	21.975	.000
Mi pasión más grande es la danza.	138.861	4	34.715	45.508	.000
Siempre voy a clase de baile, a menos que no haya, o por alguna razón de fuerza mayor	67.828	4	16.957	19.335	.000
No podría sobrevivir sin la danza.	87.017	4	21.754	16.233	.000
Si mi profesor deja de dictar cursos en el lugar al que asisto, me cambio de lugar tamb	76.253	4	19.063	13.085	.000
La danza me genera mucha seguridad.	64.405	4	16.101	16.932	.000
Quiero enriquecerme en el campo de la danza hasta que me muera.	65.297	4	16.324	11.176	.000
Me gusta ser el centro de atención cuando bailo.	33.317	4	8.329	6.290	.000
Por la danza he tenido que sacrificar muchas cosas.	145.668	4	36.417	22.506	.000
Me gusta mucho bailar en público.	105.102	4	26.276	30.627	.000
Tomar clases de baile es un hobby para mí.	69.038	4	17.259	9.185	.000
Siempre he tenido talento para la danza.	44.593	4	11.148	10.903	.000
Desde pequeño siempre tuve oído para la música.	24.898	4	6.225	4.572	.002
Mi aspiración es desarrollarme profesionalmente lo mejor que pueda en el campo de la	186.660	4	46.665	57.052	.000
Si faltó a una clase de danza, es como si me faltara algo.	125.095	4	31.274	27.790	.000
Empecé demasiado tarde a tomar clases de danza.	65.753	4	16.438	8.310	.000
Me gusta leer e investigar sobre la danza.	146.047	4	36.512	33.488	.000
La danza se lleva en la sangre.	40.136	4	10.034	8.577	.000
La danza es una forma de expresar los sentimientos más profundos.	72.915	4	18.229	30.850	.000
Bailo así sea en mi casa.	39.731	4	9.933	9.455	.000
De pequeño nunca estuve interesado en ser bailarín.	55.584	4	13.896	7.737	.000
Casi todo el tiempo me la paso mirando y estudiando videos de baile.	128.408	4	316.000	149	.000
Las clases de baile en Colombia son para la élite.	34.803	4	8.701	5.027	.001
Al salir de clase uno siempre termina contento.	21.690	4	5.422	4.952	.001
Mi familia siempre ha estado involucrada en el campo de la danza.	36.822	4	9.205	5.145	.001
He sido discriminado por tomar cursos de danza.	14.079	4	3.520	2.488	.046
Mantenerse en forma	45.532	4	11.383	8.627	.000
Aprender y mejorar	45.691	4	11.423	39.616	.000
Divertirse	30.245	4	7.561	7.731	.000
Olvidarse del mundo exterior por un momento	50.341	4	12.585	7.821	.000
Desarrollarse profesionalmente en el campo de la danza	209.965	4	52.491	52.539	.000
Bajar de peso	81.877	4	20.469	10.525	.000
Poder relajarse	50.295	4	12.574	13.053	.000
Profesor	27.272	4	6.818	11.831	.000
Cordialidad por parte de las personas que trabajan en el lugar	45.648	4	11.412	12.356	.000
Seriedad del lugar	33.813	4	8.453	10.385	.000
Precios	31.281	4	7.820	7.477	.000
Cambio frecuentemente el lugar (o los lugares) en donde tomo clase.	19.597	4	4.899	3.321	.012

ANEXO 5- VARIABLES DESCRIPTIVAS GENERALES

A. VARIABLES DEMOGRÁFICAS

Tabla 18- Proporción por género, según segmento

SEGMENTO * Género Crosstabulation

		Género		Total
		Masculino	Femenino	
SEGMENTO 1	Count	7	16	23
	% within SEGMENTO	30.4%	69.6%	100.0%
2	Count	2	25	27
	% within SEGMENTO	7.4%	92.6%	100.0%
3	Count	15	37	52
	% within SEGMENTO	28.8%	71.2%	100.0%
4	Count	0	9	9
	% within SEGMENTO	.0%	100.0%	100.0%
5	Count	7	32	39
	% within SEGMENTO	17.9%	82.1%	100.0%
Total	Count	31	119	150
	% within SEGMENTO	20.7%	79.3%	100.0%

Tabla 19- Proporción por rango de edad, según segmento

SEGMENTO * Rango de Edad Crosstabulation

		Rango de Edad				Total
		De 12 a 17 años	De 18 a 25 años	De 26 a 35 años	De 36 años en adelante	
SEGMENTO 1	Count	4	9	7	3	23
	% within SEGMENTO	17.4%	39.1%	30.4%	13.0%	100.0%
2	Count	7	7	8	5	27
	% within SEGMENTO	25.9%	25.9%	29.6%	18.5%	100.0%
3	Count	10	17	19	6	52
	% within SEGMENTO	19.2%	32.7%	36.5%	11.5%	100.0%
4	Count	9	0	0	0	9
	% within SEGMENTO	100.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%
5	Count	19	15	1	4	39
	% within SEGMENTO	48.7%	38.5%	2.6%	10.3%	100.0%
Total	Count	49	48	35	18	150
	% within SEGMENTO	32.7%	32.0%	23.3%	12.0%	100.0%

Tabla 20- Proporción por estado civil, según segmento

SEGMENTO * Estado Civil Crosstabulation

		Estado Civil				Total
		Soltero	Casado	Separado	Otro	
SEGMENTO 1	Count	19	3	1	0	23
	% within SEGMENTO	82.6%	13.0%	4.3%	.0%	100.0%
2	Count	20	6	1	0	27
	% within SEGMENTO	74.1%	22.2%	3.7%	.0%	100.0%
3	Count	41	5	2	4	52
	% within SEGMENTO	78.8%	9.6%	3.8%	7.7%	100.0%
4	Count	9	0	0	0	9
	% within SEGMENTO	100.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%
5	Count	35	4	0	0	39
	% within SEGMENTO	89.7%	10.3%	.0%	.0%	100.0%
Total	Count	124	18	4	4	150
	% within SEGMENTO	82.7%	12.0%	2.7%	2.7%	100.0%

Tabla 21- Proporción por ocupación, según segmento

SEGMENTO * Ocupación Crosstabulation

		Ocupación						Total
		Estudiante de colegio	Estudiante de universidad	Ama de casa	Empleado	Trabajador independiente	Otra	
SEGMENTO 1	Count	2	6	0	6	7	2	23
	% within SEGMENTO	8.7%	26.1%	.0%	26.1%	30.4%	8.7%	100.0%
2	Count	5	9	2	9	2	0	27
	% within SEGMENTO	18.5%	33.3%	7.4%	33.3%	7.4%	.0%	100.0%
3	Count	9	7	3	16	16	1	52
	% within SEGMENTO	17.3%	13.5%	5.8%	30.8%	30.8%	1.9%	100.0%
4	Count	9	0	0	0	0	0	9
	% within SEGMENTO	100.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%
5	Count	18	12	0	8	1	0	39
	% within SEGMENTO	46.2%	30.8%	.0%	20.5%	2.6%	.0%	100.0%
Total	Count	43	34	5	39	26	3	150
	% within SEGMENTO	28.7%	22.7%	3.3%	26.0%	17.3%	2.0%	100.0%

Tabla 22- Proporción por nivel de estudios completados, según segmento

SEGMENTO * Nivel de Estudios Completados Crosstabulation

		Nivel de Estudios Completados						Total
		Primaria	Bachillerato	Carrera Técnica	Universidad-Pregrado	Universidad-Postgrado	Otro	
SEGMENTO 1	Count	2	11	2	6	1	1	23
	% within SEGMENTO	8.7%	47.8%	8.7%	26.1%	4.3%	4.3%	100.0%
2	Count	5	10	0	4	8	0	27
	% within SEGMENTO	18.5%	37.0%	.0%	14.8%	29.6%	.0%	100.0%
3	Count	8	14	9	17	4	0	52
	% within SEGMENTO	15.4%	26.9%	17.3%	32.7%	7.7%	.0%	100.0%
4	Count	9	0	0	0	0	0	9
	% within SEGMENTO	100.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%
5	Count	18	10	3	5	3	0	39
	% within SEGMENTO	46.2%	25.6%	7.7%	12.8%	7.7%	.0%	100.0%
Total	Count	42	45	14	32	16	1	150
	% within SEGMENTO	28.0%	30.0%	9.3%	21.3%	10.7%	.7%	100.0%

Tabla 23- Proporción por estrato social, según segmento

SEGMENTO * Estrato Social Crosstabulation

		Estrato Social					Total
		2	3	4	5	6	
SEGMENTO 1	Count	1	10	5	5	2	23
	% within SEGMENTO	4.3%	43.5%	21.7%	21.7%	8.7%	100.0%
2	Count	0	10	7	5	5	27
	% within SEGMENTO	.0%	37.0%	25.9%	18.5%	18.5%	100.0%
3	Count	6	21	12	10	3	52
	% within SEGMENTO	11.5%	40.4%	23.1%	19.2%	5.8%	100.0%
4	Count	0	0	1	4	4	9
	% within SEGMENTO	.0%	.0%	11.1%	44.4%	44.4%	100.0%
5	Count	1	9	18	8	3	39
	% within SEGMENTO	2.6%	23.1%	46.2%	20.5%	7.7%	100.0%
Total	Count	8	50	43	32	17	150
	% within SEGMENTO	5.3%	33.3%	28.7%	21.3%	11.3%	100.0%

B. COSTUMBRES DE COMPRA

Tabla 24- Media, desviación estándar, mínimo y máximo, para diferentes costumbres de compra, según segmento

Case Summaries

SEGMENTO		Edad a la que empezó a tomar cursos de danza	Tiempo durante el cual ha tomado cursos de danza de forma frecuente y de manera voluntaria	Número de horas de clase que toma a la semana	Número de lugares donde toma cursos actualmente
1	Mean	14.74	7.833	17.87	1.61
	Std. Deviation	6.426	6.4648	12.553	.722
	Minimum	4	1.0	2	1
	Maximum	26	26.0	50	3
2	Mean	17.22	7.000	3.15	1.04
	Std. Deviation	10.588	4.9135	1.350	.192
	Minimum	2	2.0	1	1
	Maximum	42	20.0	6	2
3	Mean	14.44	7.568	7.73	1.29
	Std. Deviation	5.765	4.1402	7.023	.605
	Minimum	5	2.0	2	1
	Maximum	30	20.0	30	4
4	Mean	8.11	6.000	6.00	1.22
	Std. Deviation	2.713	3.2660	3.055	.441
	Minimum	4	2.0	2	1
	Maximum	12	11.0	10	2
5	Mean	15.05	4.960	3.84	1.46
	Std. Deviation	8.026	2.3000	2.676	.756
	Minimum	6	1.0	1	1
	Maximum	41	10.0	15	3
Total	Mean	14.77	6.784	7.38	1.33
	Std. Deviation	7.595	4.4357	8.225	.631
	Minimum	2	1.0	1	1
	Maximum	42	26.0	50	4

Tabla 25- Frecuencia en proporción por lugar donde toma los cursos, según segmento

LUGAR	SEGMENTO				
	1	2	3	4	5
Gimnasio	0%	48%	17%	0%	41%
Colegio, de forma obligatorio	4%	4%	6%	22%	10%
Colegio, de forma voluntario	4%	7%	14%	33%	23%
Escuela artística	4%	4%	12%	67%	5%
Escuela de danza	83%	30%	44%	0%	26%
Universidad, como actividad extracurricular	0%	7%	4%	0%	15%
Universidad, como parte de su carrera profesional	0%	0%	4%	0%	0%
Cooperativa u entidad similar	0%	4%	8%	0%	8%
Otra	13%	4%	14%	0%	3%

C. FACTORES DE INFLUENCIA A LA HORA DE ESCOGER UN LUGAR PARA TOMAR CURSOS

Tabla 26- Media y desviación estándar de la calificación de los diferentes factores de influencia a la hora de escoger un lugar para tomar cursos de danza, según segmento

Case Summaries

SEGMENTO		Profesor	Instalaciones	Dinámica de las clases	Ambiente del lugar	Ubicación	Precios	Cordialidad por parte de las personas que trabajan en el lugar	Seriedad del lugar	Compañeros de clase	Que se lo hayan recomendado	Rango de Edad
1	Mean	4.87	4.04	4.65	3.87	3.57	3.35	3.91	4.30	3.17	3.17	2.39
	Std. Deviation	.344	.878	.573	1.217	1.441	1.335	.996	.926	1.337	1.527	.941
2	Mean	4.81	3.96	4.59	4.04	4.00	4.37	4.07	4.52	3.93	3.07	2.41
	Std. Deviation	.483	.980	.572	1.091	1.271	1.043	1.299	.753	1.269	1.299	1.083
3	Mean	4.60	3.85	4.31	4.27	3.98	4.27	4.42	4.44	3.81	3.63	2.40
	Std. Deviation	.634	1.258	.961	.952	1.129	.910	.696	.777	1.205	1.387	.934
4	Mean	3.67	3.11	4.33	3.44	3.22	2.78	2.11	3.00	4.11	3.11	1.00
	Std. Deviation	1.225	1.167	.500	1.130	1.302	1.093	.601	.866	.782	1.691	.000
5	Mean	3.87	3.77	4.10	3.97	4.00	4.13	3.67	3.56	2.79	3.18	1.74
	Std. Deviation	1.056	1.012	.995	.811	1.147	.923	1.034	1.119	1.031	1.211	.938
Total	Mean	4.43	3.83	4.36	4.04	3.88	4.02	3.95	4.12	3.49	3.31	2.15
	Std. Deviation	.862	1.096	.854	1.009	1.226	1.108	1.098	1.009	1.257	1.372	1.013

D. FACTORES DE MOTIVACIÓN

Tabla 27- Media y desviación estándar de la calificación de los diferentes factores de motivación, según segmento

Case Summaries

SEGMENTO		Mantenerse en forma	Aprender y mejorar	Divertirse	Olvidarse del mundo exterior por un momento	Desarrollarse profesionalmente en el campo de la danza	Bajar de peso	Poder relajarse
1	Mean	2.70	5.00	3.39	2.83	4.74	1.26	2.91
	Std. Deviation	1.259	.000	1.438	1.370	.689	.619	1.443
2	Mean	4.15	4.63	4.81	4.52	2.44	3.33	4.63
	Std. Deviation	.949	.565	.396	.975	1.188	1.544	.565
3	Mean	4.19	4.81	4.21	3.88	4.40	3.33	4.23
	Std. Deviation	1.155	.445	.977	1.199	1.034	1.517	.921
4	Mean	3.00	5.00	4.67	4.11	3.11	2.11	4.89
	Std. Deviation	1.225	.000	.500	.928	.601	1.691	.333
5	Mean	3.64	3.59	3.90	3.15	1.87	2.62	3.74
	Std. Deviation	1.181	.785	1.046	1.514	1.031	1.369	1.044
Total	Mean	3.74	4.50	4.14	3.66	3.37	2.75	4.01
	Std. Deviation	1.261	.766	1.075	1.380	1.543	1.563	1.129

E. CARACTERÍSTICAS PSICOGRÁFICAS

Tabla 28- Media y desviación estándar de la calificación de las características psicográficas, según segmento (variables 1 a 8)

Case Summaries

SEGMENTO		Toda la vida me ha gustado bailar.	Me gusta que los profesores sean exigentes.	Me preocupo por estar en forma.	La danza es la mejor terapia.	Mi pasión más grande es la danza.	Ninguna persona se ha opuesto totalmente a que tome cursos de danza.	Siempre voy a clase de baile, a menos que no haya, o por alguna razón de fuerza mayor.	No podría sobrevivir sin la danza.
1	Mean	4.78	4.74	4.00	4.26	4.91	4.13	4.74	4.09
	Std. Deviation	.850	.541	1.000	.964	.288	1.290	.541	1.276
2	Mean	4.48	4.37	4.15	4.37	3.67	3.78	3.96	2.74
	Std. Deviation	.802	.688	.864	.792	1.000	1.340	1.091	1.059
3	Mean	4.71	4.56	4.60	4.75	4.54	3.88	4.48	3.60
	Std. Deviation	.637	.669	.664	.480	.641	1.323	.754	1.332
4	Mean	4.67	4.11	2.56	3.89	4.11	4.56	4.11	3.89
	Std. Deviation	.500	.928	.527	1.054	.601	.882	.928	.782
5	Mean	3.54	3.28	3.64	3.18	2.36	3.59	2.95	2.05
	Std. Deviation	1.097	1.075	1.013	.997	1.246	1.499	1.191	.944
Total	Mean	4.37	4.19	4.05	4.15	3.85	3.87	4.01	3.13
	Std. Deviation	.966	.967	.995	1.013	1.294	1.354	1.144	1.374

Tabla 29- Media y desviación estándar de la calificación de las características psicográficas, según segmento (variables 9 a 16)

Case Summaries

SEGMENTO		Si mi profesor deja de dictar cursos en el lugar al que asisto, me cambio de lugar también.	La danza me genera mucha seguridad.	Quiero enriquecerme en el campo de la danza hasta que me muera.	Me gusta ser el centro de atención cuando bailo.	Por la danza he tenido que sacrificar muchas cosas.	Me gusta mucho bailar en público.	Me encanta salir de rumba.	Tomar clases de baile es un hobby para mí.
1	Mean	3.26	4.52	4.52	4.13	4.13	4.74	3.70	1.96
	Std. Deviation	1.389	.665	1.039	1.058	1.254	.541	1.396	1.397
2	Mean	2.33	4.04	3.00	2.85	2.11	3.04	4.26	4.07
	Std. Deviation	1.240	1.091	1.414	1.433	1.450	1.160	.903	1.141
3	Mean	3.42	4.33	4.02	3.54	3.92	4.35	3.73	3.79
	Std. Deviation	1.210	1.061	1.163	1.163	1.218	.764	1.223	1.433
4	Mean	2.44	4.00	4.33	3.67	3.89	4.00	4.33	3.33
	Std. Deviation	1.509	.707	.866	1.225	1.364	1.225	1.323	1.118
5	Mean	1.72	2.82	2.85	2.85	1.92	2.62	3.72	3.64
	Std. Deviation	.972	.970	1.268	.933	1.201	1.042	1.099	1.460
Total	Mean	2.70	3.89	3.63	3.33	3.11	3.70	3.85	3.49
	Std. Deviation	1.389	1.165	1.364	1.230	1.598	1.241	1.184	1.514

Tabla 30- Media y desviación estándar de la calificación de las características psicográficas, según segmento (variables 17 a 24)

Case Summaries

SEGMENTO		Siempre he tenido talento para la danza.	Desde pequeño siempre tuve oído para la música.	Mi aspiración es desarrollarme profesionalmente lo mejor que pueda en el campo de la danza.	Si faltó a una clase de danza, es como si me faltara algo.	Empecé demasiado tarde a tomar clases de danza.	Me gusta leer e investigar sobre la danza.	La danza se lleva en la sangre.	La danza es una forma de expresar los sentimientos más profundos.
1	Mean	4.22	3.87	4.87	4.26	3.83	3.26	4.57	4.70
	Std. Deviation	1.043	1.217	.344	1.137	1.586	1.214	.896	.635
2	Mean	3.30	3.33	2.67	2.33	3.59	1.89	3.56	3.85
	Std. Deviation	1.265	1.441	1.144	1.301	1.575	1.013	1.281	.949
3	Mean	4.25	4.23	4.35	4.19	3.35	4.00	4.52	4.69
	Std. Deviation	.837	.921	.861	.930	1.370	1.010	.804	.579
4	Mean	4.00	4.11	3.44	3.00	1.22	1.56	4.11	4.78
	Std. Deviation	1.000	.601	.527	1.225	.441	.527	.928	.441
5	Mean	3.03	3.33	2.00	2.33	2.54	1.92	3.41	3.08
	Std. Deviation	1.013	1.305	1.051	.955	1.354	1.085	1.352	.957
Total	Mean	3.74	3.77	3.46	3.31	3.13	2.82	4.04	4.13
	Std. Deviation	1.138	1.221	1.431	1.391	1.538	1.429	1.187	1.032

Tabla 31- Media y desviación estándar de la calificación de las características psicográficas, según segmento (variables 25 a 33)

Case Summaries

SEGMENTO		Bailo así sea en mi casa.	De pequeño nunca estuve interesado en ser bailarín.	Casi todo el tiempo me la paso mirando y estudiando videos de baile.	Las clases de baile en Colombia son para la élite.	Al salir de clase uno siempre termina contento.	Mi familia siempre ha estado involucrada en el campo de la danza.	He sido discriminado por tomar cursos de danza.	Las escuelas de danza en Bogotá están muy especializadas en gente que de verdad se va a dedicar a la danza.	Cambio frecuentemente el lugar (o los lugares) en donde tomo clase.
1	Mean	4.48	2.04	3.22	2.35	3.48	2.65	1.83	2.17	1.87
	Std. Deviation	1.039	1.461	1.085	1.265	1.201	1.695	1.072	1.029	1.180
2	Mean	3.67	2.22	2.04	2.07	3.96	1.93	1.63	2.85	2.07
	Std. Deviation	1.000	1.188	.980	1.207	1.255	1.141	1.305	1.231	1.412
3	Mean	4.27	2.56	3.69	3.17	4.54	2.87	2.13	3.35	2.25
	Std. Deviation	.843	1.552	1.058	1.354	.753	1.495	1.428	1.186	1.281
4	Mean	3.67	1.44	2.22	3.22	3.78	1.89	1.00	3.11	1.00
	Std. Deviation	1.732	.726	.833	1.202	.833	.782	.000	1.269	.000
5	Mean	3.13	3.51	1.49	2.23	3.90	1.74	1.59	2.92	1.54
	Std. Deviation	1.056	1.144	.721	1.385	1.165	1.069	.910	1.345	1.120
Total	Mean	3.86	2.60	2.66	2.61	4.06	2.31	1.79	2.95	1.90
	Std. Deviation	1.135	1.456	1.325	1.385	1.101	1.410	1.213	1.266	1.252

F. ACTIVIDADES REALIZADAS

Tabla 32- Frecuencia en proporción por actividades realizadas, según segmento

ACTIVIDAD	SEGMENTO				
	1	2	3	4	5
Aeróbicos	35%	74%	67%	44%	59%
Bailar en escenarios	87%	67%	71%	78%	64%
Dictar cursos de danza	74%	7%	39%	44%	5%
Crear coreografías	74%	22%	54%	22%	28%
Porras	17%	41%	23%	0%	21%
Dirigir un grupo de danza	44%	11%	29%	11%	5%
Pertenecer grupo	91%	52%	85%	67%	54%
Giras	44%	4%	44%	44%	13%

G. RAZÓN PARA NO ASISTIR A MÁS CURSOS DE DANZA

Tabla 33- Principal razón por la que no asiste actualmente a más cursos de danza, según segmento

SEGMENTO * Principal razón por la que no asiste actualmente a más cursos de danza actualmente Crosstabulation

		Principal razón por la que no asiste actualmente a más cursos de danza actualmente						Total	
		Situación económica	No se ha puesto a buscar	No le interesa. Está conforme con las clases que toma actualmente.	Por falta de tiempo	No le sirven los horarios	En el lugar donde asiste no dictan los cursos que le gustaría tomar		Otra
SEGMENTO 1	Count	5	1	3	9	4	1	0	23
	% within SEGMENTO	21.7%	4.3%	13.0%	39.1%	17.4%	4.3%	.0%	100.0%
2	Count	3	4	6	9	3	2	0	27
	% within SEGMENTO	11.1%	14.8%	22.2%	33.3%	11.1%	7.4%	.0%	100.0%
3	Count	16	6	0	20	7	2	1	52
	% within SEGMENTO	30.8%	11.5%	.0%	38.5%	13.5%	3.8%	1.9%	100.0%
4	Count	0	3	0	0	0	4	2	9
	% within SEGMENTO	.0%	33.3%	.0%	.0%	.0%	44.4%	22.2%	100.0%
5	Count	5	13	3	15	1	2	0	39
	% within SEGMENTO	12.8%	33.3%	7.7%	38.5%	2.6%	5.1%	.0%	100.0%
Total	Count	29	27	12	53	15	11	3	150
	% within SEGMENTO	19.3%	18.0%	8.0%	35.3%	10.0%	7.3%	2.0%	100.0%

ANEXO 6- MAPA DE BOGOTÁ POR ZONAS



Fuente: Metrocuadrado⁷⁴

Zonas

- 1- Centro
- 2- Chapinero
- 3- Noroccidente
- 4- Norte
- 5- Occidente
- 6- Sur
- 7- Guaymaral
- 8- Municipios Sabana Norte
- 9- Municipios Sabana Occidente

⁷⁴ Tomado de: <http://www.metrocuadrado.com>

ANEXO 7- MEDIOS DE COMUNICACIÓN⁷⁵

Tabla 34- Penetración de los diferentes medios de comunicación

MEDIO	PENETRACIÓN
Television Nacional	96.0%
Emisoras Nacionales	30.0%
Prensa	1.0%
Revistas	0.4%

Tabla 35- Costo del mensaje para diferentes medios de comunicación

MEDIO	CARACTERÍSTICAS DEL MENSAJE	COSTO POR MENSAJE	COSTO X 1000 PERSONAS
Television Nacional			
Caracol T.V			
La Tormenta	30"	\$18,700,000	\$3,803
Emisoras Nacionales	30"	(4 cuñas día)	
La W	\$ 1,331,000	\$5,324,000	\$15,818
La Luciérnaga	\$ 2,270,000	\$9,080,000	\$18,734
Prensa	1 Página Policromía	\$81,648,000	\$42,968
El Tiempo	Impar primer cuadernillo Domingo	4	
Revistas		\$15,070,000	\$19,417
Semana	1 Página Full Color.	4	

⁷⁵ Fuentes Institucionales- Caracol T.V, La W, La Luciérnaga, El Tiempo, Semana