

MEMORIA DEL TRABAJO FIN DE GRADO

Carnaval de Santa Cruz de Tenerife: una aproximación de los gastos desde la perspectiva de la demanda

The Carnival of Santa Cruz de Tenerife: an approximation of the expenses from the perspective of the demand

Autor/a: D^a. Andrea Hernández Rodríguez

D^a. Ivana Díaz Cedrés

Tutor/a: D. Domingo Jesús Lorenzo Díaz

D. Ginés Guirao Pérez

Grado en ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS

FACULTAD DE ECONOMÍA, EMPRESA Y TURISMO

Curso Académico 2018 / 2019

En San Cristóbal de La Laguna a 09/07/2019

Resumen

El carnaval de Santa Cruz de Tenerife de 2019 se celebró desde el día 1 de febrero hasta el 10 de marzo. Hallar el impacto económico de esta celebración es complicado, ya que se trata de un evento que se celebra durante semanas y en un espacio abierto, donde no se controlan las entradas y salidas al mismo. La oferta está compuesta por diferentes efectos directos e indirectos difíciles de medir (servicios públicos que aumentan su oferta durante este periodo y todos los negocios que se ven afectados). Desde la perspectiva de la demanda nos encontramos al asistente del Carnaval. Este trabajo se centra en estudiar el comportamiento y el gasto de este individuo, a través de una encuesta autoadministrada realizada a los residentes de la isla.

Palabras clave: Carnaval, Santa Cruz de Tenerife, demanda.

Abstract

The carnival of Santa Cruz de Tenerife was held this year from the 1st of February to the 10th of March. The economic impact of this event is difficult to determine since it lasts weeks and is celebrated outdoors, so that there is not an entrance or exit. The supply consists of different direct or indirect effects which are difficult to measure (public services that increases the supply while the event is taking place already, and all the business affected). Representing the point of view of the demand, we meet a participant of the Carnival. This research focus on the study of the behaviour and expense of this individual through a self-administered survey by several residents of the island.

Keywords: Carnival, Santa Cruz de Tenerife, demand.

ÍNDICE

1.	INTRODUCCIÓN.....	1
2.	EL CARNAVAL.....	2
3.	ANTECEDENTES.....	3
4.	PERSPECTIVA DE LA OFERTA.....	4
4.1	VARIABLES.....	4
4.2	LIMITACIONES.....	6
5.	PERSPECTIVA DE LA DEMANDA.....	7
6.	METODOLOGÍA.....	7
6.1	ENCUESTA.....	7
6.2	MUESTRA.....	8
6.3	VALIDACIÓN, DEPURACIÓN E IMPUTACIÓN DE LOS DATOS.....	9
6.4	CALIBRADO.....	10
7.	RESULTADOS.....	11
7.1	CÁLCULO DEL GASTO MEDIO.....	18
8.	CONCLUSIONES.....	20
9.	BIBLIOGRAFÍA.....	22
10.	ANEXO.....	23

ÍNDICE DE TABLAS, IMÁGENES Y GRÁFICAS

1. Imagen del espacio utilizado durante el Carnaval.....	3
2. Tabla: tasa de ocupación.....	7
3. Tabla de los datos recogidos en la encuesta.....	8
4. Tabla de las cifras de población de la isla de Tenerife.....	9
5. Tabla de calibración.....	10
6. Gráfica: motivos de no asistencia	12
7. Gráfica: días de asistencia.....	12
8. Gráfica: eventos.....	13
9. Gráfica: gasto en disfraces.....	14
10. Gráfica: lugar de adquisición de los disfraces.....	14
11. Gráfica: tiempo de preparación de los disfraces.....	14
12. Gráfica: consumo de alcohol.....	15
13. Gráfica: gasto en alcohol.....	15
14. Gráfica: lugar de adquisición del alcohol.....	16
15. Gráfica: consumo de alimentos.....	16
16. Gráfica: gasto en alimentos.....	17
17. Gráfica: lugar de consumo/adquisición de alimentos.....	17
18. Gráfica: medio de transporte.....	18
19. Gráfica: gasto en transporte.....	18
20. Tabla: cálculo del gasto medio en el disfraz.....	19
21. Tabla: gastos medios y varianzas.....	19

1. INTRODUCCIÓN

El Carnaval de Santa Cruz de Tenerife es la fiesta más popular de la isla y está considerado uno de los mejores carnavales del mundo junto con los de Venecia, Río de Janeiro y Cádiz. En 1980 fue declarada "Fiesta de Interés Turístico Internacional". A lo largo de los años la afluencia de esta celebración es mayor. Concretamente, este año se estimó la participación de un total de 400.000 personas durante el Carnaval de Día del 9 de marzo con la participación del artista Juan Luis Guerra.

El impacto económico de este evento requiere de un estudio complejo, pues está compuesto por efectos tanto directos como indirectos. La oferta abarca numerosas variables como los comercios relacionados con la confección de disfraces, quioscos, bares, restaurantes, apartamentos y hoteles..., que durante esta celebración se ven afectados económicamente. Así como los cuerpos de seguridad (policía, guardia civil, bomberos, ...), los dispositivos de sanidad y el servicio de limpieza, en definitiva, los servicios públicos.

La administración pública es la organizadora del evento, de ella nace la financiación, y de los patrocinadores como Dorada, Caja Siete, Coca-Cola, y, existen colaboradores como Tirma, Urbaser y Sonoplus, entre otros. La demanda está formada por el asistente del Carnaval, no solamente los residentes de la ciudad sino de los residentes de las islas vecinas y de los turistas que se encuentran en la isla durante esta época del año.

El objetivo de esta investigación consiste en estudiar el impacto económico desde la perspectiva de la demanda, analizando el comportamiento de los asistentes a la celebración: los ingresos que estos generan, los días que asisten, a qué eventos, etc., en conclusión, hallar el perfil del asistente y formular diversas hipótesis sobre la influencia de unas variables sobre otras. Para ello, hemos recogido los datos de la demanda a través de una encuesta autoadministrada. No pretendemos reflejar la realidad, sino exponer la propia complejidad de este estudio, además de que la encuesta que hemos elaborado no tiene en cuenta la perspectiva de la oferta. Nuestra ambición va más allá del estudio que realizamos en este trabajo, ya que consideramos interesante desengranar los datos económicos del carnaval, tanto desde el lado de la demanda como de la oferta, pero no disponemos de recursos para ello.

La motivación de este estudio nace del desconocimiento del impacto económico que esta fiesta multitudinaria supone. Creemos que se trata de un estudio ambicioso e interesante dada la dimensión que supone. Cada año los medios de comunicación publican cifras sobre el impacto generado total. Datos sobre el gasto estimado de los turistas, los cambios en el nivel de ocupación hotelera -se suele hablar de lleno hotelero-, el número de personas que utilizan medios de transporte (el cual se suele incrementar año tras año), el refuerzo de personal realizado por estas empresas, los residuos generados durante las fiestas, la asistencia de los carnavaleros a determinados eventos en espacio abierto... Todos estos datos son publicados de forma escueta. La página web del Carnaval de Tenerife dispone de un portal de transparencia que te dirige al ayuntamiento de Santa Cruz donde se puede consultar la información presupuestaria y contable, no obstante, el área de Fiestas no concreta los datos que se corresponden con la celebración del

Carnaval. Únicamente en la sección actualidad de la página web del Carnaval de Tenerife, hay una serie de datos publicados en formato noticia tales como el aumento de pasajeros en transporte público, el lleno de los hoteles... sin una base documental. Según el ayuntamiento a pesar de que se incrementó la afluencia de personas, la cantidad de residuos generados descendió como resultado de las acciones en materia de reciclaje iniciadas en el año anterior. Es decir, se argumentan y justifican cifras con acciones políticas, lo cual nos hace dudar de su fiabilidad. Se trata de una celebración popular que independientemente de su rendimiento económico seguiría celebrándose, no obstante, sería interesante conocer la realidad económica de esta fiesta.

2. EL CARNAVAL

El día 1 de febrero comenzó oficialmente El Carnaval de Santa Cruz de Tenerife de este año con un acto de apertura que anunciaba lo que sería casi un mes y medio de fiesta, hasta el día 10 de marzo. En el calendario oficial hay programados eventos para todas las edades: para los más pequeños, que cuentan con el Concurso de Murgas Infantiles, la Gala de la Reina Infantil o el Coso Infantil; y para los más mayores, con la Gala de la Reina y el Festival de Agrupaciones de los Mayores, entre otros.

El carnaval cuenta con dos tipos de localizaciones claves para la celebración de estas fiestas: recintos cerrados como el Recinto Ferial, el Auditorio o el Teatro Guimerá, y la zona al aire libre que se sitúa en las calles más céntricas de la capital.

A lo largo de toda la fiesta se contabiliza una asistencia de más de un millón de personas, cifra que ha incrementado en comparación con años anteriores. Esta afluencia se ha visto repartida en los diferentes actos que se han realizado, destacando la final de las Murgas Adultas con 6.350 asistentes, el Concurso de Comparsas con 5.571 asistentes o la Gran Gala de Elección de la Reina 2019 con 5.759 asistentes -actos celebrados en el Recinto Ferial de Santa Cruz-. La Cabalgata Anunciadora contó con 87.000 espectadores y 10.000 participantes y el Coso con 80.000 espectadores y 8.000 participantes. Sin embargo, hubo un acto que destacó por encima del resto con una cifra mucho mayor de asistentes haciendo una suma estimada de 400.000 personas -dato no certificado por un notario- que fue el concierto multitudinario del cantante y compositor Juan Luis Guerra¹.

¹ <http://carnavaldetenerife.com/santa-cruz-cierra-el-carnaval-de-2019-como-el-mas-participativo-de-la-historia/>

1. Imagen del espacio utilizado durante el Carnaval



3. ANTECEDENTES

La evolución del carnaval con respecto a la duración se ha transformado enormemente puesto que al inicio solo existían tres días de fiestas (domingo, lunes y martes) y, ahora la duración es de más de un mes, sin contar con el tiempo que emplean los participantes en realizar las carrozas, los disfraces o los ensayos.

Un estudio realizado por la Sociedad de Desarrollo de Santa Cruz de Tenerife en el 2017 llamado *Hábitos y actitudes hacia el Carnaval de Santa Cruz de Tenerife 2017*, empleó una metodología cuantitativa haciendo un total de 1.200 encuestas telefónicas justo después de que finalizaran los actos del Carnaval. La mitad de ellas se hicieron a residentes de la capital y la otra mitad a residentes de la isla de Tenerife, tanto a hombres como mujeres y partiendo de la edad de 14 años. Los resultados obtenidos reflejan una participación del 41,9% (entrevistados que dicen haber participado en al menos algún acto o evento), aproximadamente 320.000 residentes de la isla, con una tendencia decreciente según aumenta la edad. La edad media de los asistentes es de 37,6 años y la media de los no asistentes es de 48,6 años. Esta participación se encuentra desglosada en los diferentes actos que se realizaron a lo largo del Carnaval, existiendo una diferencia descomunal entre el porcentaje de participación en los actos realizados en la calle (Carnaval de Día, Carnaval de Noche, Cabalgadas, Cosos y Entierro de la Sardina), que suponen una cifra del 73,6% de asistencia, a los realizados en recinto cerrado. También se nombra la tasa de participación de residentes de la capital que alcanza los 5.000 participantes, suponiendo esto un 2,6% de la población de Santa Cruz de Tenerife.

En el estudio se estima el gasto total de las personas que asistieron al carnaval del 2017 siendo este de 2.169.982,16 euros y se detalla el gasto medio personal por asistente, que alcanza la cifra de 80,11 euros, tendiendo a incrementarse según aumenta la edad y distribuido de la siguiente manera: 38,6% en “quioscos calle, bebida y comida”; 19,7% en “disfraces, maquillajes y complementos”; 16,4% en “restaurantes, bares y cafeterías”; 11,1% en “atracciones y ferias”;

10,7% en “transporte, parking y combustible”; y 3,5% en “actos y espectáculos”. Se produce un incremento significativo entre el gasto personal total de los residentes de Santa Cruz y el resto de los municipios de la isla: 76,25 euros y 88,09 euros respectivamente.

Además, el estudio aporta datos del gasto para otros miembros del hogar de los no asistentes: 1.027.607,80 euros, y el gasto por otros miembros del hogar de los asistentes: 1.913.715,00 euros. Con estos datos la elevación de la cifra de gasto de impacto económico del carnaval de 2017 de los tinerfeños mayores de 14 años es de 28.563.705,20 euros.

A parte del estudio centrado en los residentes también se hizo un pequeño análisis sobre la estimación del gasto turístico durante los carnavales de la calle (del 24 al 5 de marzo) y que sumando los excursionistas cruceristas y los alojados en hoteles se obtuvo un total de gastos de 6.210.059,52€, (49,69€ por persona).

Este estudio realizó también 200 encuestas personales a las empresas localizadas en el núcleo del carnaval para hacer una estimación de los ingresos obtenidos, delimitando la zona del cuadrilátero.

Una cuestión interesante que realiza el estudio es un análisis DAFO asociado al Carnaval. Las fortalezas que encuentra el encuestado son el espacio de entretenimiento, el gran atractivo turístico que supone para la ciudad y la promoción hacia el exterior de la isla, y la dinamización hostelería-restauración, servicios, turismo, medicina-salud y transporte, hallando la facturación media por día en cada sector. El total de ingresos fue de 5.156.649,37€. En este caso, los sectores más afectados son el del transporte (alquiler y aparcamiento) y del comercio (moda, bazares, joyerías, calzado, etc.) y, destaca con mayores ingresos el sector turístico. Sin embargo, consideran como debilidades la suciedad generada resultado de conductas poco respetuosas, el desorden público, la inseguridad y la percepción de esta, y problemas de logística relacionados con la circulación, el aparcamiento y los servicios de transporte. La principal amenaza es el macro botellón en que se puede convertir. Y la principal oportunidad es la consolidación del Carnaval de Día con una oferta de calidad.

En otro estudio publicado en el año 2017 llamado *El Carnaval de Tenerife: Su influencia en el sector turístico y económico de la isla* también se presenta un análisis DAFO donde se señala que la amenaza principal es la competencia con otros carnavales que existen en el archipiélago como son Los Indianos en la isla de La Palma, siendo el mismo día que el Lunes de Carnaval en Tenerife o la Gala Drag Queen en Gran Canaria. Como debilidades añade que existe una elevada atención sanitaria existiendo un aumento con respecto al año anterior en atenciones hospitalarias a menores. La oportunidad destacada en este estudio es el servicio de transporte público. Por último, la fortaleza encontrada es la alta cifra de ingresos que se obtienen gracias a este evento.

4. PERSPECTIVA DE LA OFERTA

4.1 VARIABLES

Desde la perspectiva de la oferta podemos encontrar múltiples variables. Por una parte, el sector público: los responsables de la financiación y los servicios públicos involucrados. El principal

financiador de la fiesta es el Ayuntamiento de Santa Cruz de Tenerife. En el portal de transparencia del ayuntamiento podemos consultar el presupuesto del Organismo Autónomo de Fiestas y Actividades Recreativas de este año. En concreto, el presupuesto de gasto destinado al Carnaval en este ejercicio fue de 3.227.439,00 euros². Respecto al carnaval, el organismo recibió subvenciones por importe total de 16.250,00 euros y en concepto de “premios de carnaval” 21.270,00 euros. En cuanto al dato de la financiación por parte de los patrocinadores, no podemos conocerlo de forma detallada. Existe un ingreso en el presupuesto de 323.000,00 euros por derechos de publicidad del Carnaval³.

Son diversos los servicios públicos que se ven involucrados durante la celebración del carnaval, lo que propicia un aumento de la oferta habitual de estos servicios. Por ejemplo, los servicios de transporte aumentaron su oferta, concretamente Titsa reforzó sus líneas durante la celebración de determinados eventos como el Coso (día 12 de febrero) y el Carnaval de Día (días 7 y 13 de febrero), y amplió 14 líneas en horario nocturno, habiendo de tal forma más de 65 guaguas en funcionamiento en horarios nocturnos y de madrugada. “Transportó a 706.606 pasajeros durante el Carnaval 2019 en las líneas con destino el Intercambiador de Santa Cruz de Tenerife, lo que representa un 23,7% más de viajeros con respecto a las fiestas del año anterior. El día que más personas viajaron en guagua fue el sábado 9 de marzo, coincidiendo con la celebración del segundo Carnaval de Día. Ese día, 79.878 pasajeros utilizaron el transporte público, un 28,6% más que en 2018. Este aumento del uso del transporte público ha afectado a todas las líneas que conectan la capital con los principales núcleos urbanos del norte y sur de la isla, así como del área metropolitana. En total, la compañía reforzó el servicio con 262.000 plazas extras y 562 conductores adicionales.”. El tranvía, durante todos los días del Carnaval circuló con tranvías dobles con frecuencias de paso entre los 10 y 15 minutos, acortando el recorrido hasta determinadas paradas en horario nocturno por razones de seguridad. “Titsa transportó durante la fiesta a 706.000 pasajeros y el tranvía, a 258.000.”. En cuanto al taxi, se establecieron cuatro paradas permanentes en la ciudad. Además, dada la dimensión de la fiesta, la dirección del tráfico se vio afectada, con cierres puntuales⁴⁵.

En cuanto a los dispositivos de seguridad, se trata del mayor despliegue anual que se realiza en la isla. Un total de 1.500 personas conformaron el dispositivo este año. Durante el Carnaval hubo un total de 620 agentes de la Policía Nacional, involucrándose todas las unidades policiales. Se especificó un refuerzo para el segundo Carnaval de Día (9 de marzo), contando con 740 efectivos policiales, 80 voluntarios de Protección Civil y 120 personas especializadas en asistencia sanitaria⁶.

2

https://www.santacruzdetenerife.es/web/fileadmin/user_upload/web/Ayuntamiento/Presupuestos_Generales/Presupuesto_2019/FIESTAS/PRESUPUESTO_2019/6_3_PresupuestodeGastosporProgramasOAFAR2019.pdf

3

https://www.santacruzdetenerife.es/web/fileadmin/user_upload/web/Ayuntamiento/Presupuestos_Generales/Presupuesto_2019/FIESTAS/PRESUPUESTO_2019/6_8_PPTOINGRESOSPORECONOMICO.pdf

⁴ <http://carnavaldetenerife.com/portfolio/la-red-de-transporte-publico-incrementa-su-oferta-de-servicios-por-el-carnaval/>

⁵ <http://carnavaldetenerife.com/santa-cruz-cierra-el-carnaval-de-2019-como-el-mas-participativo-de-la-historia/>

⁶ <http://carnavaldetenerife.com/unas-1-500-personas-trabajaran-por-la-seguridad-del-carnaval-desde-el-1-de-marzo/>

Durante la celebración de los carnavales, se instaló el “Hospital del Carnaval”, para la garantía de la atención preventiva de los asistentes. El ayuntamiento a través de un contrato adjudicó este servicio a Cruz Roja, por un valor de 152.000,00 euros (sin incluir impuestos). Este servicio se encuentra en el Plan de Autoprotección y Actuación en Emergencias de las Fiestas. Este Hospital atendió tanto al carnaval de interior, con una instalación de menor tamaño, en las cercanías del Recinto Ferial, como al carnaval popular (el carnaval de la calle), con unas instalaciones cercanas a la sede del Gobierno de Canarias. Este centro estaba dotado con medicación de urgencia suficiente para atender a 120 pacientes por día, con diferentes zonas destinadas a la atención sanitaria, a la recuperación, atención a casos de urgencia y sala de espera⁷.

En cuanto al servicio de limpieza, este año se recogieron 444 toneladas de basura y se lograron reciclar 36 toneladas de envases⁸. El día de mayor generación de basura fue el martes de carnaval día 5 de marzo. La empresa concesionaria estuvo compuesta por 75 operarios.

Y, por otra parte, en la oferta se encuentra el sector privado: los comercios: tiendas especializadas, chinos, grandes superficies, que ofertan productos como los disfraces, el maquillaje y los complementos, ... el sector de la restauración, y los hoteles.

4.2 LIMITACIONES

Debido al tipo de variables que abarca la oferta, efectos directos e indirectos, nos encontramos limitadas a la hora de obtener datos suficientes y de calidad de fuente primaria o bien encontrar datos de fuente secundaria, además de las trabas burocráticas y la titularidad pública de la información para obtener datos económicos de la Administración.

En cuanto a los comercios, la primera dificultad que se presenta es plantearse qué comercios se pueden ver afectados directa o indirectamente por esta celebración, acotar el perímetro de empresas. Para obtener información de elaboración primaria de los comercios necesitaríamos disponer de una gran cantidad de tiempo que nos permitiera acercarnos, por ejemplo, a estos comercios para estudiar la variabilidad de sus ingresos y gastos durante esta época del año. Este mismo caso sucede con el sector hotelero y la restauración, supondría un coste económico de traslado para obtener toda la información primaria, pero sobre todo un coste temporal.

Por otra parte, a pesar de que el Ayuntamiento tiene una política de transparencia, los pocos datos que hemos encontrado en internet sobre financiación pública han sido muy globales, por ejemplo, reflejan cuál es el presupuesto para invertir en fiestas, pero no hay datos específicos y/o suficientes. De ahí que no sepamos cuánto es el gasto total: contratación de servicios, como el alquiler, montaje y desmontaje de estructuras, la contratación de artistas, etc., además de las subvenciones que le han otorgados otros entes públicos como es el Cabildo de Tenerife o el Gobierno de Canarias, o las aportaciones de los patrocinadores y colaboradores. Por otro lado, tampoco hemos conseguido datos sobre los ingresos que ha generado el propio Ayuntamiento con la inversión que realiza.

⁷ <http://carnavaldetenerife.com/cruz-roja-gestionara-el-servicio-asistencial-y-sanitario-del-hospital-del-carnaval-2019/>

⁸ <https://diariodeavisos.elespanol.com/2019/03/un-carnaval-2019-de-record-con-35-millones-de-impacto-economico/>

5. PERSPECTIVA DE LA DEMANDA

La perspectiva de la demanda se corresponde en suma con el asistente del carnaval. El perfil de este es variante, ya que se puede tratar de personas residentes en Santa Cruz de Tenerife, de otros municipios o, turistas ya sean de origen canario o extranjero. Además, hay que tener en cuenta de que se trata de un evento abierto, donde no existe control de entrada ni salida de personas (únicamente en determinados eventos que se celebran en determinadas fechas en los recintos cerrados). En cuanto a los turistas, el ISTAC no recoge datos sobre alojamiento o gasto total de todo el periodo del Carnaval, únicamente del periodo 1-5 de marzo. Hemos encontrado incongruencias al intentar analizar los datos de la “Tasa de ocupación por habitaciones-apartamentos”. Teniendo en cuenta la afluencia de turistas que vienen a los carnavales, nos resulta extraño que, en las fechas del 1 al 5 de marzo, la tasa de ocupación en Santa Cruz de Tenerife sea de solo un 41,66% siendo el porcentaje de ocupación del mes de marzo del 76,47%.

2. Tabla: tasa de ocupación

Tasa de ocupación por habitaciones-apartamentos	Mes	Periodo especial
Santa Cruz de Tenerife 2019	76,47%	41,66%
Santa Cruz de Tenerife 2018	80,55%	42,02%
Santa Cruz de Tenerife 2017	83,15%	42,42%

6. METODOLOGÍA

6.1 ENCUESTA

Para estudiar la demanda, decidimos elaborar una encuesta autoadministrada. Al final de este trabajo el cuestionario se presenta como anexo. La técnica de investigación escogida como ya hemos nombrado ha sido elaborar una encuesta a través de internet, utilizando la plataforma Google Forms. Esta encuesta se difundió a través de varios canales: WhatsApp, y Facebook principalmente, y más tarde, a través del correo institucional de la ULL de forma aleatoria a integrantes de la Facultad de Economía, Empresa y Turismo. Al realizarse a través de estas vías no nos ha supuesto coste alguno. El cuestionario se abrió el día 22 de marzo, una vez terminado el periodo de carnavales, y se cerró el día 8 de mayo, obteniendo un total de 348 respuestas.

La encuesta comienza con una serie de preguntas para identificar al perfil del encuestado: edad, sexo, localidad, ocupación y si pertenece a la comunidad universitaria de La Laguna o no. Esta última característica la quisimos tener en cuenta ya que era probable que un gran número de las respuestas que obtuviéramos sería de estudiantes, y si hubiera un sesgo importante en las respuestas, consideraríamos acotar el estudio a los universitarios. De igual manera, el cuestionario aceptaba respuestas de personas con localidad diferente de la isla de Tenerife, las cuales fueron eliminadas más tarde al no disponer de suficientes respuestas.

Una vez elaborado el perfil del encuestado, identificamos si asistieron o no al carnaval. A partir de esta información, hemos dividido en dos grandes grupos a los encuestados: asistentes y no

asistentes, y según sus respuestas la propia encuesta les dirigía a bloques diferentes de preguntas (preguntas tipo filtro antes de cada sección). En cuanto a las personas que no asistieron, preguntamos de forma abierta la razón por la que decidieron no asistir para tener una visión orientativa. Y en cuanto a las personas que sí asistieron al carnaval, en primer lugar, quisimos conocer a cuántos eventos asistieron y a cuáles de ellos. Al tener como objetivo estudiar el gasto de los asistentes priorizamos el análisis de estos apoyándonos en distintos subgrupos que nos dieran una visión del dinero gastado: gasto en disfraces, gasto en comida, alcohol, y gasto en transporte, además de señalar los lugares donde compraron estos productos. El gasto decidimos preguntarlo en intervalos ya que consideramos que sería más sencillo de responder para el encuestado.

6.2 MUESTRA

El marco poblacional objeto de estudio, como ya hemos explicado, es complicado de determinar, ya que se trata de un evento abierto que se lleva a cabo durante 38 días, y se desconoce la cantidad de personas exactas que disfrutaron de estos actos. Debido a esta dificultad, decidimos en primer lugar, eliminar las respuestas de personas no residentes de la isla y acotarlo a los residentes, excluyendo a los turistas. Por tanto, la muestra son los residentes de la isla de Tenerife con edades comprendidas entre la mayoría de edad y los 65 años.

Las respuestas que obtuvimos fueron las siguientes:

3. Tabla de los datos recogidos en la encuesta

	Menores	Entre 18 y 22 años	Entre 23 y 29 años	Entre 30 y 45 años	Entre 46 y 65 años	Suma total
Mujer	1	141	48	17	31	238
Hombre	0	53	37	10	10	110
Suma total	1	194	85	27	41	348

En primer lugar, como solamente hemos obtenido una respuesta de un menor de edad, decidimos no estudiar esta parte de la población. En el ISTAC se pueden consultar las cifras de población del año pasado:

4. Tabla de las cifras de población de la isla de Tenerife

	Entre 18 y 22 años	Entre 23 y 29 años	Entre 30 y 45 años	Entre 46 y 65 años	Suma total
Mujer	22.328	38.535	117.558	131.998	310.419
Hombre	23.366	38.146	118.141	128.639	308.292

Suma total	45.694	76.681	235.699	260.637	618.711
------------	--------	--------	---------	---------	---------

Fuente: ISTAC

Se puede observar a simple vista que existen sesgos en la muestra obtenida, tanto en la variable edad como en la variable sexo: el 56% de las respuestas son jóvenes entre 18 y 22 años, y el 68,2% son mujeres. Esto no se corresponde con las cifras reales de la población: el 7,39% son jóvenes entre 18 y 22 años, y el 50,02% son mujeres en Tenerife. Esto se debe a que la encuesta la contestó en su mayoría estudiantes de nuestro entorno. Debido a ello, decidimos calibrar nuestras respuestas para intentar que la muestra pudiera representar la estructura por sexo y edad de la población.

Si limitamos la población a los adultos residentes en Tenerife, y suponemos un muestreo aleatorio simple en poblaciones **grandes**, para la estimación de una proporción, bajo el principio de máxima incertidumbre ($p=q=0,5$), con un nivel de confianza del 95% y un tamaño muestral efectivo de 326 individuos, el error de muestreo no supera el 5,5%. Sin embargo, nuestra selección de los individuos de la muestra no se ha realizado por un procedimiento aleatorio, han sido seleccionados de un subconjunto de la población, estudiantes la mayoría.

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q}{d^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{0,055^2} = 317,49$$

6.3 VALIDACIÓN, DEPURACIÓN E IMPUTACIÓN DE LOS DATOS

Obtuvimos un total de 348 respuestas, no obstante, como decidimos acotar la población de estudio a los residentes de la isla de Tenerife, eliminamos las respuestas que no se correspondieran con este criterio, de esa forma, los residentes supondrían un total de 326 respuestas. Decidimos también eliminar una respuesta más, ya que se trataba de la única persona menor de 18 años que había contestado al cuestionario y, por tanto, no sería representativo (como ya hemos nombrado anteriormente).

A la hora de elaborar la encuesta, etiquetamos previamente las respuestas, de manera que estas se vaciaban directamente a una base de datos de Google con las respuestas etiquetadas, por ejemplo: “1 Mujer” (variable sexo) en el caso de que la encuesta fuera respondida por una mujer, o “2 Entre 18 y 22 años” (variable edad). Para evitar o corregir posibles errores, comprobamos que todas las variables con sus respectivas respuestas estuvieran debidamente etiquetadas, por ello, las respuestas abiertas como la causa de no asistencia las agrupamos siguiendo un criterio de similitud, o en tal caso, al eliminar respuestas, comprobar si debíamos etiquetar correctamente el resto de las respuestas, como ocurrió con la variable edad al eliminar un intervalo.

En la encuesta diferenciamos a las personas que pertenecían a la comunidad universitaria de La Universidad de La Laguna de las que no. En el caso de pertenecer a esta comunidad, contestaban

su ocupación dentro de esta: estudiante de grado, estudiante de máster, profesorado y otros. Y si no pertenecían, contestaban su ocupación de forma separada. Una vez consideramos que era indiferente la pertenencia a la comunidad universitaria (pues únicamente nos interesaba saber si eran estudiantes o no), combinamos esta variable agrupando todos los estudiantes en una respuesta, los trabajadores en otra, además de los parados y los jubilados. Específicamente, hubo tres respuestas que tuvimos que depurar. La primera contestó “acabé la carrera” por lo que la consideramos como parado/-a; el segundo contestó “paseador” de la universidad, en este caso lo consideramos trabajador; y “pensionista” añadiendo una nueva etiqueta como tal.

En el caso de las respuestas abiertas, se hizo un desglose teniendo en cuenta la edad, el sexo y la ocupación en preguntas como el medio de transporte, el lugar de compra de los alimentos y las bebidas o la anticipación de la preparación del disfraz. Como una sola persona había contestado varias respuestas era imposible de analizar sin separarlo en respuestas únicas. Es decir, si una misma persona respondió que había asistido a cuatro eventos, en el desglose ya no existiría una respuesta sino cuatro, los diferentes eventos identificados con el mismo individuo.

6.4 CALIBRADO

Para obtener en nuestros resultados una muestra representativa de la población de Tenerife hemos tenido que realizar un procedimiento de calibrado y a continuación utilizar estos datos para el análisis de los resultados. El proceso de calibrado se lleva a cabo dividiendo la cifra real de individuos comprendidos entre los diferentes intervalos entre la cantidad de respuestas que obtuvimos. Para obtener los datos reales de la población hemos consultado la base de datos del ISTAC en la que nos desglosa el número de mujeres y hombres de año en año. Al tener en nuestra encuesta las edades agrupadas en intervalos, para que los datos nos dieran correctamente, agrupamos de igual manera la información del ISTAC. Los resultados obtenidos fueron los siguientes:

5. Tabla de calibración

	Entre 18 y 22 años	Entre 23 y 29 años	Entre 30 y 45 años	Entre 46 y 65 años	Suma total
Mujer	158,355	802,813	6.915,176	4.399,933	12.276,280
Hombre	440,868	1.030,973	11.814,100	12.863,900	26.149,840
Suma total	599,000	1.834,000	18.729,000	17.264,000	38.426,000

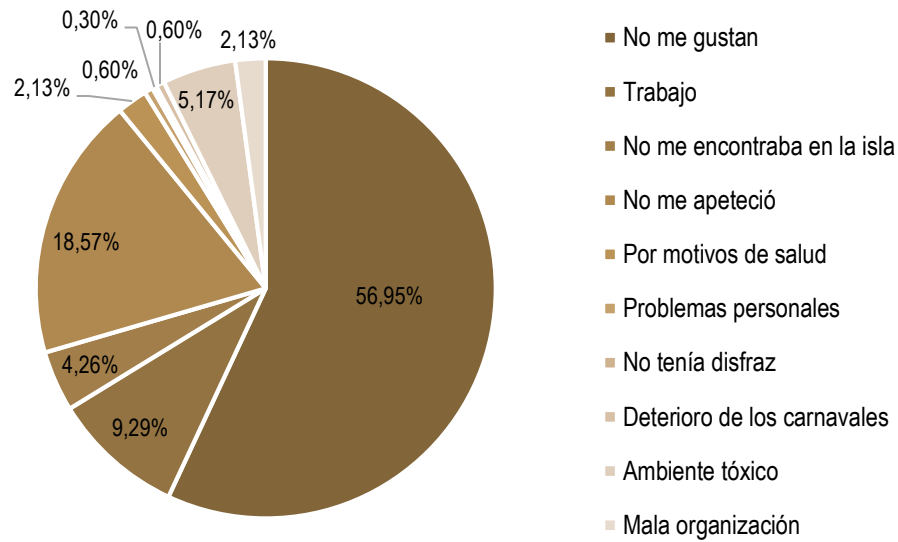
El calibrado o peso de las respuestas es mayor cuanto menor haya sido el número de respuestas obtenidas en relación con la población. Por ello, una respuesta de una mujer de entre 18 y 22 años representa a 158,355 mujeres con esta edad de la población y, sin embargo, un hombre de edad comprendida entre 46 y 65 años representa a 12.863,90 hombres (con las mismas características). Si la muestra hubiera sido representativa, los resultados que nos muestra la tabla hubieran sido cercanos al valor unitario.

7. RESULTADOS

Según los datos que hemos obtenido, el 80,32% de los encuestados asisten al carnaval, tras el calibrado, el 61,28% de los residentes de Tenerife asistieron al Carnaval (hay que tener en cuenta que solo tenemos en cuenta las personas mayores de edad, por lo que se podría estar perdiendo un dato significativo de jóvenes asistentes). El cambio que experimenta la estimación de esta proporción después de calibrar se debe a las diferencias observadas, y ya comentadas, entre la estructura de la muestra y la de la población.

Los motivos por los que no asistió el resto fueron: “No me gustan”, siendo la razón que destaca sobre el resto con un 56,95%, seguido de “Ambiente tóxico”, “No me apeteció”, “No me encontraba en la isla”, “Trabajo”, “Mala organización”, “Por motivos de salud”, “Problemas personales”, “Deterioro de los carnavales” y “No tenía disfraz”.

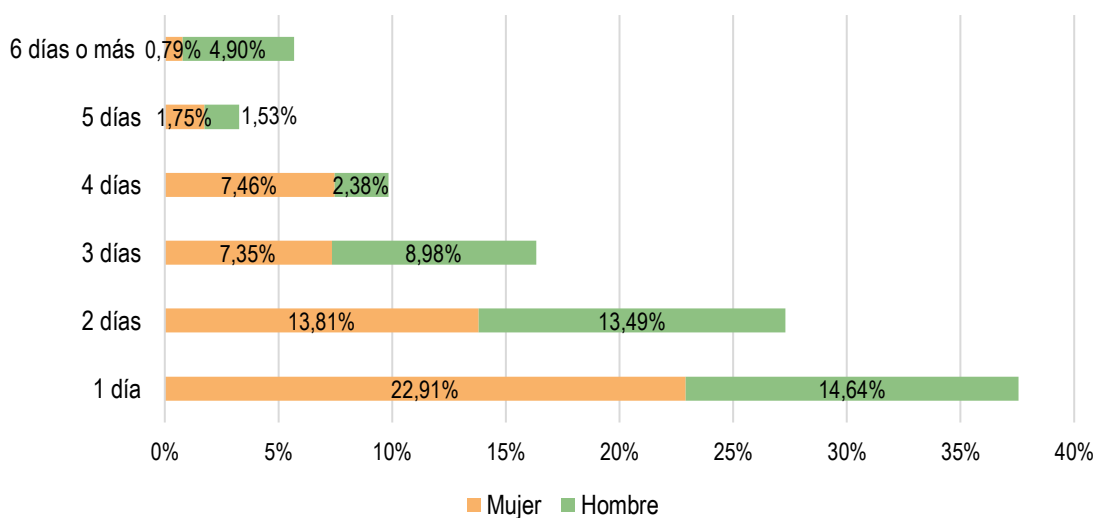
6. Gráfica: motivos de no asistencia



El 54,07% de los asistentes fueron mujeres. El 58,91% eran trabajadores y el 31,11% estudiantes. En cuanto al municipio de residencia, el 44,11% procedía del área metropolitana (Santa Cruz, La Laguna, Tegueste y El Rosario), el 30,51% de la zona sur y el resto de la zona norte⁹.

La mayor parte de los asistentes asistieron entre 1 y 2 días. La participación disminuye cuando aumenta el número de días de asistencia en el caso de las mujeres. En el caso de los hombres no sucede así, ya que existe una excepción con salir 6 o más días, lo cual es más numeroso que en el caso de las mujeres y supera a las cifras de hombres que salen 4 o 5 días. Además, en el caso de las mujeres destaca salir solamente 1 día.

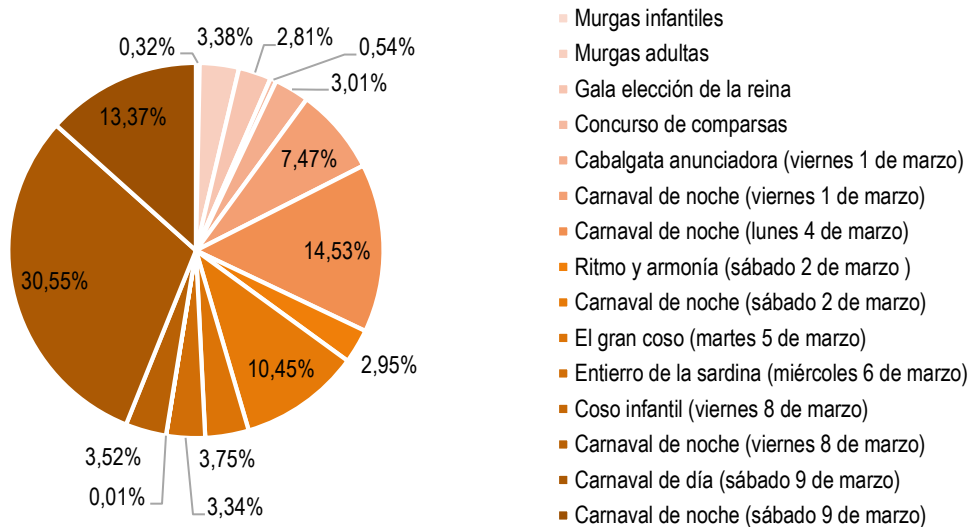
7. Gráfica: días de asistencia



⁹ Datos calibrados

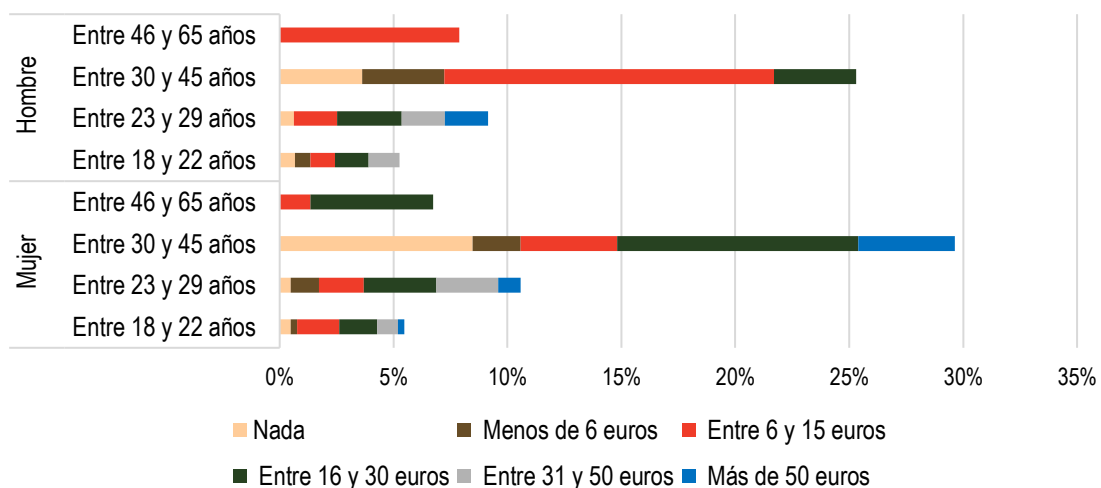
Destaca considerablemente la asistencia al Carnaval de Día del 9 de marzo, con el 30,55%. Este fue el día en el que el grupo Orishas y Juan Luis Guerra dieron el concierto. El 14,53% de los encuestados asistieron al Carnaval de Noche del lunes 4 de marzo, seguido del Carnaval de Noche del sábado 9 con un 13,37% y el Carnaval de Noche del sábado 2 de marzo con un 10,45%. Los eventos que menos destacan son el Coso Infantil, las Murgas Infantiles y el Concurso de Comparsas siendo el porcentaje de participación conjunto inferior al 1%. Estos datos reflejan que el carnaval de la calle tiene mucho más peso que los actos realizados en recintos cerrados.

8. Gráfica: eventos



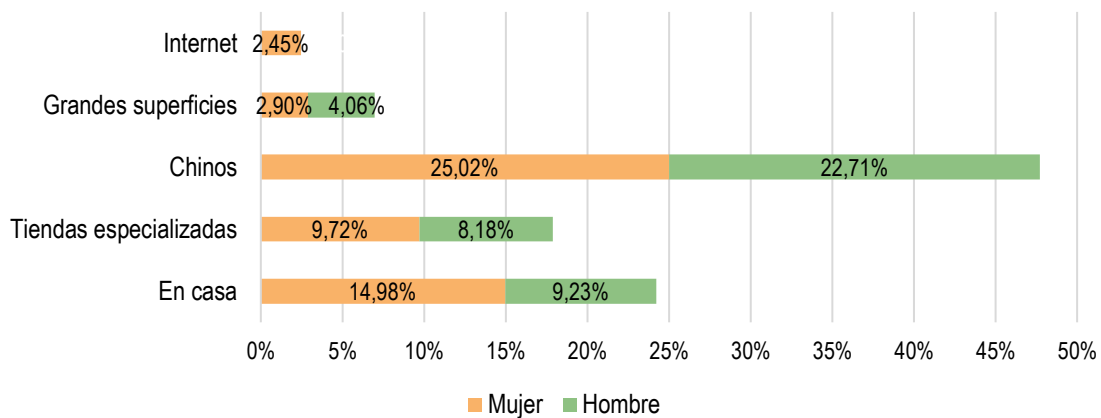
El 89,68% se disfrazó, estas cifras son similares entre géneros. El rango de edad que más gasta en disfraces es entre 30 y 45 años coincidiendo ésta en los dos sexos. Con la tabla no podemos asegurar qué sexo gasta más en disfraces. El porcentaje de intervalos de mayor gasto es más elevado en el caso de las mujeres que de los hombres, sin embargo, en intervalos intermedios, el porcentaje de hombres es notablemente mayor.

9. Gráfica: gasto en disfraces



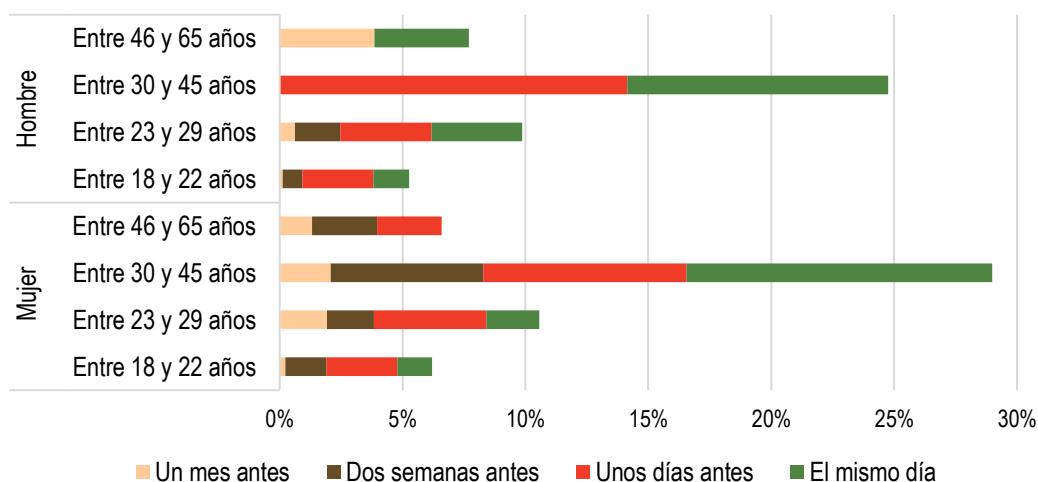
El 47,73% los adquirió en chinos, el 23,71% en casa y el 17,91% en tiendas especializadas. No supera el 10% la suma de quienes compraron el disfraz en grandes superficies o en internet. El comportamiento entre sexos es similar, aunque cabe destacar que únicamente las mujeres adquirieron disfraces a través de internet (dato que probablemente no se corresponde con la realidad). En cuanto a la variable edad, cabe destacar que tanto hombres como mujeres con edades comprendidas entre 30 y 45 años fueron quienes más compraron sus disfraces en los chinos.

10. Gráfica: lugar de adquisición de los disfraces



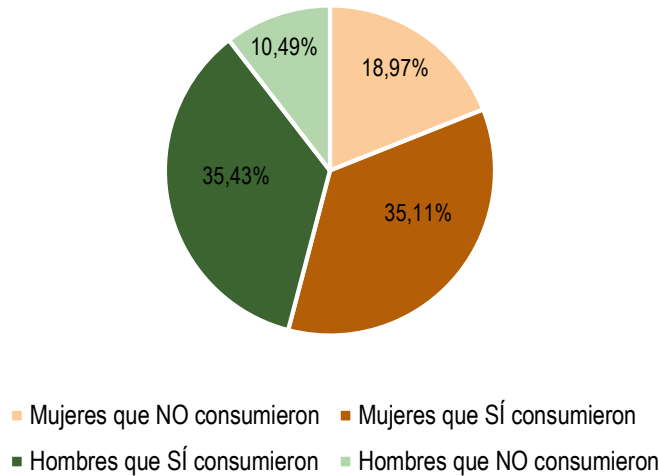
En cuanto al tiempo de preparación del disfraz, el 39,14% prepara el disfraz unos días antes, el porcentaje es similar entre hombres (20,76%) y mujeres (18,38%), seguido del 35,63%, que prepara el disfraz el mismo día que sale (hombres: 19,62% y mujeres: 16,01%). Cabe destacar que un 12,43% de mujeres prepara el disfraz con dos semanas de antelación, frente al 2,64% de hombres. El porcentaje de personas que preparan el disfraz un mes antes es similar entre hombres y mujeres. No obstante, cabe destacar en este comportamiento a los hombres entre 46 y 65 años.

11. Gráfica: tiempo de preparación de los disfraces



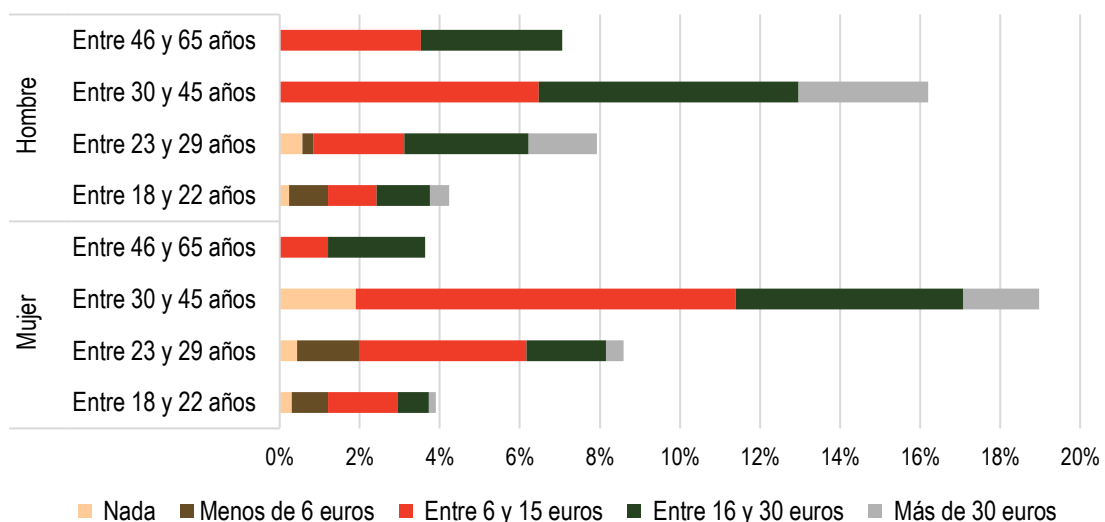
El 70,54% de los asistentes consumieron alcohol durante los carnavales. El consumo es similar entre sexos, sin embargo, fueron más las mujeres que no consumieron.

12. Gráfica: consumo de alcohol



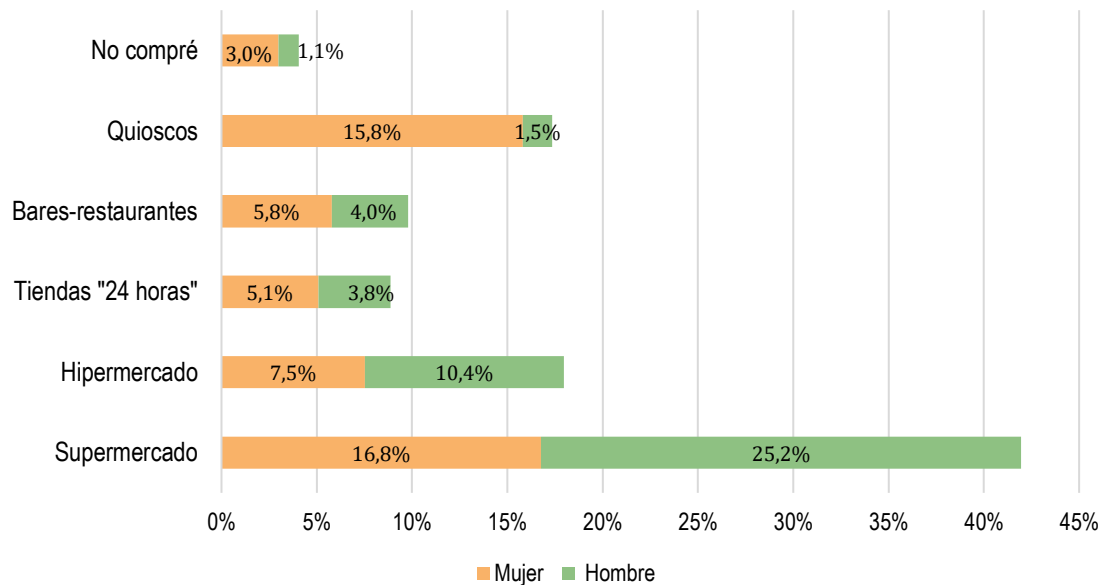
En la siguiente gráfica podemos apreciar fácilmente que, las personas que tienen entre 30 y 45 años son los más que gastan en alcohol. Con respecto a diferencias entre sexos, las mujeres gastan un poco menos en alcohol que los hombres ya que su porcentaje mayor de gasto está en el rango de “entre 6 y 15 euros” y el de los hombres se encuentra en el rango de “entre 16 y 30 euros”.

13. Gráfica: gasto en alcohol



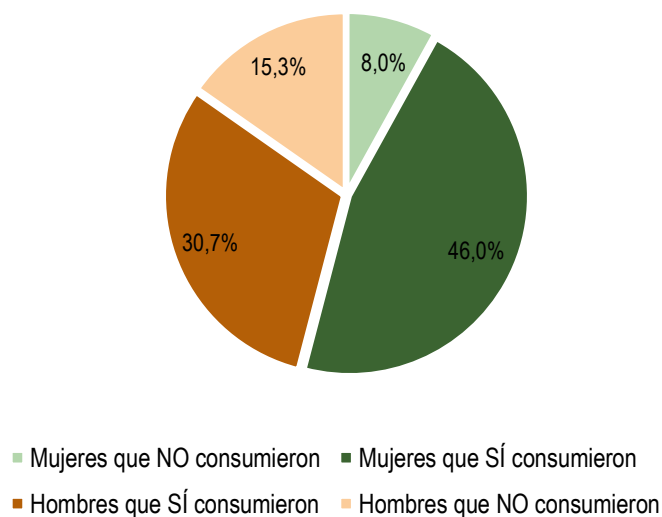
En cuanto al lugar de adquisición o consumo del alcohol, el supermercado destaca como el sitio elegido tanto por mujeres y hombres para comprar los productos alcohólicos pues supone el 42% de la muestra, seguido de los hipermercados y los quioscos. En este último podemos ver una diferencia abismal entre sexos, siendo las mujeres quienes más consumen en quioscos.

14. Gráfica: lugar de consumo/ adquisición del alcohol



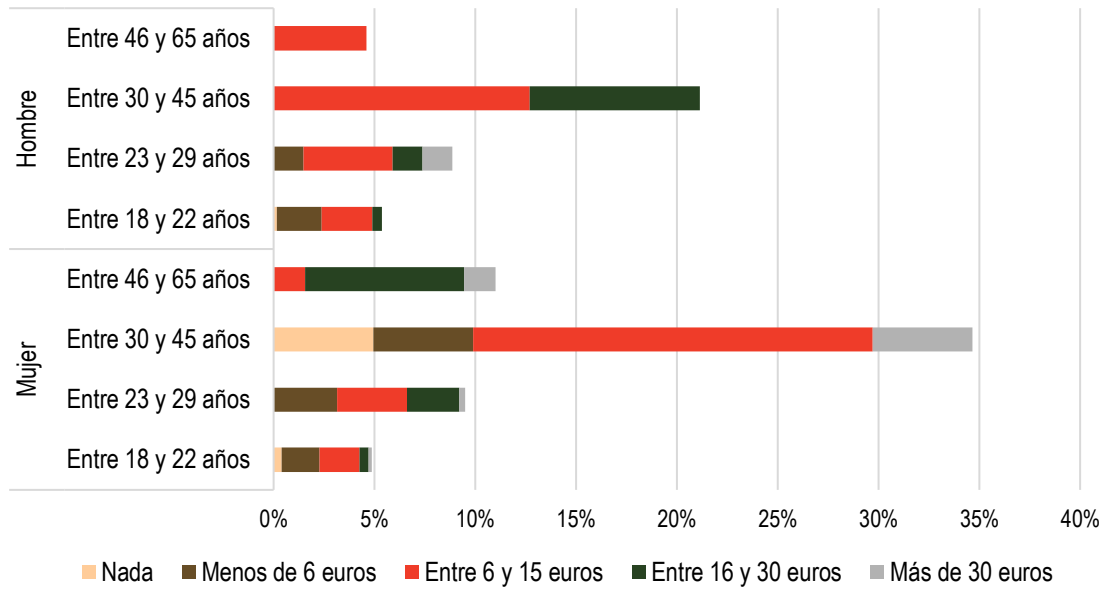
El 76,7% de los asistentes al carnaval consumieron alimentos durante el acto, siendo más el consumo de mujeres (46%) que el de los hombres (30,7%). Si nos fijamos en la edad, el rango de "entre 30 y 45 años" fue el que más consumió con una considerable diferencia respecto los demás rangos.

15. Gráfica: consumo de alimentos



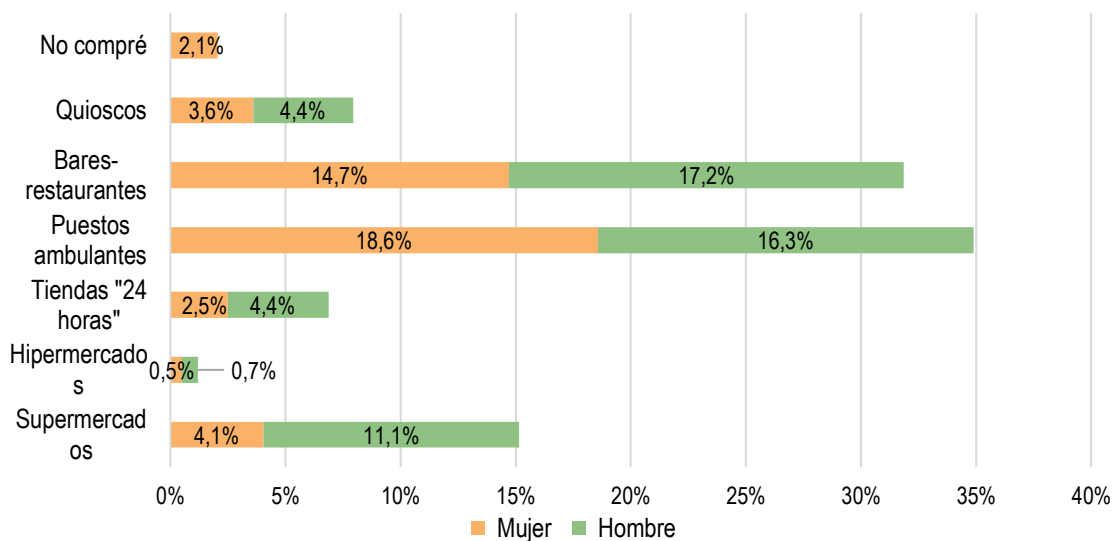
"Entre 30 y 45 años" es el rango que más dinero se gasta en productos de alimentación, al igual que en el alcohol, podemos pensar que se debe a que son mayormente trabajadores. En este caso, tanto hombres como mujeres coinciden que el rango de gastos "entre 6 y 15 euros".

16. Gráfica: gasto en alimentos



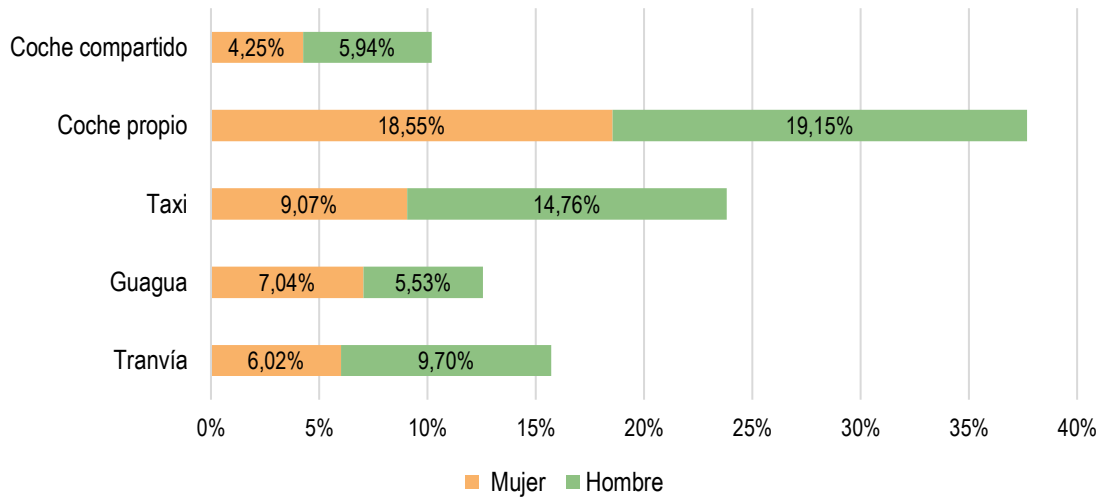
Los puestos ambulantes (34,9%) ocupan el primer lugar en preferencias en cuanto a lugar de consumo de comida siendo estos los preferidos de las mujeres, le sigue los bares y restaurantes con un 31,9% con un porcentaje superior en cuanto a compra de los hombres con respecto a las mujeres. Con estos datos podemos suponer que los Tinerfeños comprar la comida en pleno centro carnavalero.

17. Gráfica: lugar de consumo/adquisición de alimentos



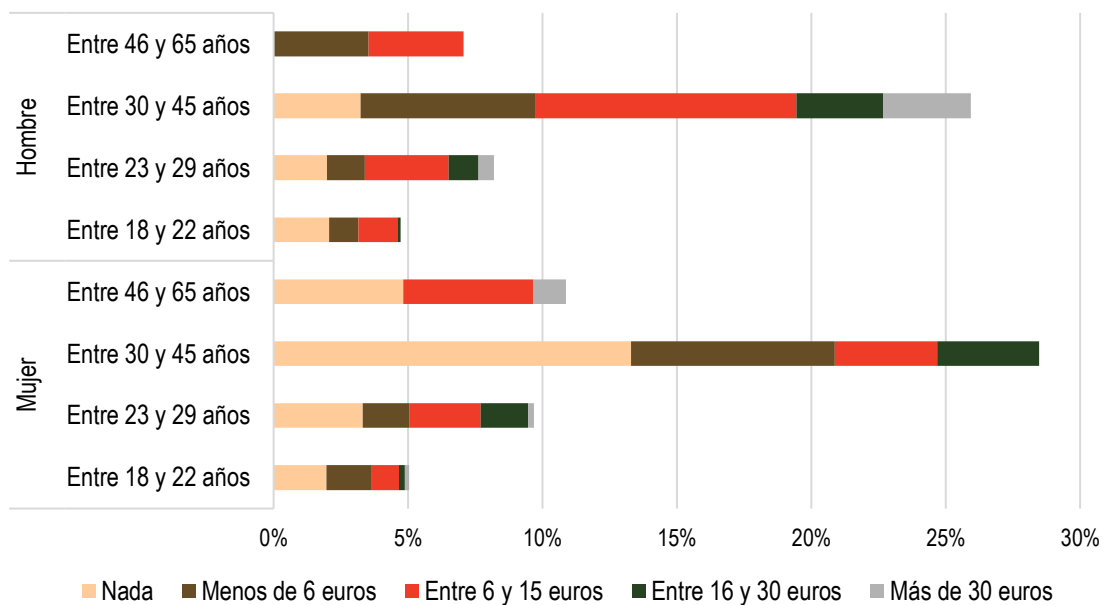
El medio de transporte más usado por los tinerfeños es el coche propio con un 37,7% siendo este elegido por ambos sexos. A pesar de este dato, el transporte público con un 52,12% supera al transporte privado, siendo el taxi el medio público más usado con un 23,8%.

18. Gráfica: medio de transporte



El 30,66% de los asistentes al carnaval no se gastaron dinero en cuanto a transporte, el resto tendió a gastarse menos de 15 euros. En cuanto a género, son más las mujeres que no gastaron nada comparado con los hombres. Los hombres tendieron a gastarse más ya que su porcentaje más alto se encuentra en el rango “entre 6 y 15 euros” seguido por rango “menos de 5 euros”, cambio, las mujeres tienen su porcentaje mayor en “nada”.

19. Gráfica: gasto en transporte



7.1 CÁLCULO DEL GASTO MEDIO

Para hallar el gasto medio (diferenciando entre el tipo de gasto), el procedimiento que seguimos fue el siguiente: en primer lugar, al estar las variables agrupadas en intervalos, hallamos el valor medio. Por ejemplo: para la respuesta “Entre 6 y 15 euros” hallamos el valor medio de 10,50€.

Con la excepción de la primera respuesta, que contemplaba la opción de que no se hubiesen gastado nada, es decir, 0€, o en el caso de respuestas con intervalo abierto (“Más de 30 euros”), escoger el intervalo cerrado.

En segundo lugar, decidimos hallar la media del gasto (de cada grupo de gastos), y a su vez, diferenciar las medias entre sexos por si existen diferencias en el comportamiento entre los mismos y contrastar las hipótesis oportunas.

Para reflejar el procedimiento que hemos seguido, plasmaremos el del gasto en el disfraz, y a continuación una tabla con los resultados.

20. Tabla: cálculo del gasto medio en el disfraz

x_i	n_i	$x_i \cdot n_i$	$x_i^2 \cdot n_i$	x_i	n_i	$x_i \cdot n_i$	$x_i^2 \cdot n_i$
0,00	16	0,00	0,00	0,00	8	0,00	0,00
2,50	12	30,00	75,00	2,50	6	15,00	37,50
10,50	49	514,50	5.402,25	10,50	20	210,00	2.205,00
23,00	56	1.288,00	29.624,00	23,00	21	483,00	11.109,00
40,50	30	1.215,00	49.207,50	40,50	16	648,00	26.244,00
50,00	12	600,00	30.000,00	50,00	6	300,00	15.000,00
Total	175	3.647,50	114.308,75	Total	77	1.656,00	54.595,50

$$Media_{mujeres} = \frac{\sum x_i \cdot n_i}{N} = \frac{3.647,50}{175} \approx 20,84$$

$$Varianza_{mujeres} = \frac{\sum x_i^2 \cdot n_i}{N} - media^2 = \frac{114.308,75}{175 - 1} - 20,84^2 \approx 218,77$$

$$Varianza\ estimada_{mujeres} = \frac{Var \cdot N}{(N - 1)} = \frac{218,77 \cdot 175}{175 - 1} \approx 220,03$$

21. Tabla: gastos medios y varianzas

		Mujeres	Hombres	Total
Disfraces	\bar{x}	20,84€	21,51€	21,05€
	Var	218,77	246,50	
	Var estimada	220,03	249,75	
Alcohol	\bar{x}	11,96€	16,40€	13,43€
	Var	72,20	95,28	
	Var estimada	72,72	96,66	
Alimentación	\bar{x}	10,14€	11,06€	10,43€
	Var	71,55	65,14	
	Var estimada	72,06	66,18	

Transporte	\bar{x}	5,89€	7,10€	6,25€
		64,13	64,39	
	Var estimada	64,48	65,22	

Con estos datos vemos que el mayor gasto es en disfraces: 21,05€ por persona, seguido de 13'43€ en alcohol, 10'43€ en comida y 6'25€ en transporte. Teniendo en cuenta los dos sexos, en todos los apartados los hombres gastan más que las mujeres, siendo la diferencia en los gastos en alcohol la más notoria, los hombres gastan de media 4,44 euros más que las mujeres en estos productos.

Para este último caso hemos procedido a contrastar la igualdad de medias. Suponiendo que las distribuciones del gasto en alcohol se aproximan a una distribución normal, varianzas desconocidas (iguales, se ha realizado el contraste de igualdad de varianzas y no se ha podido rechazar esta hipótesis al 95% de confianza). El resultado del contraste es el siguiente:

$$H_0: \mu_1 = \mu_2$$

$$H_1: \mu_1 \neq \mu_2$$

$$C_{0.05} = \left\{ \left| t = \frac{\widehat{\mu}_1 - \widehat{\mu}_2}{\sqrt{\widehat{Var}(\widehat{\mu}_1 - \widehat{\mu}_2)}} \right| = 3,39 \geq t_{210}^{0,975} = 1,97 \right\}$$

Por lo tanto, al 95% de confianza, existen evidencias suficientes para rechazar la igualdad en el gasto medio en alcohol entre mujeres y hombres.

8. CONCLUSIONES

Los datos obtenidos nos confirman que, el Carnaval de Santa Cruz de Tenerife es uno de los eventos más importantes de la isla, siendo el nivel de participación de sus habitantes de un 61,28%. El resto, no asistió principalmente por tres razones: no le gusta, no pudieron asistir (enfermedad, trabajo o viaje) y la existencia de un ambiente tóxico y una mala organización.

Mujeres, trabajadoras y residentes de Santa Cruz o La Laguna son las características principales de los asistentes al Carnaval, los cuales tienden a salir pocos días y priorizan el Carnaval de día del 9 de marzo que cuenta con una asistencia del 30,55% y el carnaval de noche del 4 de marzo, con una asistencia del 14,53%.

La gran mayoría (el 89,68%) de asistentes se disfrazan y eligen los comercios chinos como primera opción al comprar los disfraces y en segunda opción la idea de reciclarlos (respondiendo "casa" en el cuestionario), esto último puede estar encadenado al hecho de que un 35,65% se prepara el último día ya que no tiene que comprarlo o hacerlo a mano. Un dato a tener en cuenta en este apartado es que, a pesar de que, al analizar las tablas, los rangos nos indiquen a simple vista que las mujeres gastan más, el gasto medio hallado posteriormente nos revela que es al contrario.

El consumo del alcohol alcanza el 70,54% siendo los hombres entre 30 y 45 años los que más gastan. Los supermercados, hipermercados y las tiendas 24 horas suman un 68,77% en las

preferencias de lugar de compra. Podemos relacionar estos datos con los botellones que hay en todas las calles principales, los cuales, provocan las toneladas de basura ya nombradas en la parte de la oferta.

El consumo de alimentos (76,7%) supera al consumo del alcohol, pero es inferior en cuanto al gasto medio por persona. Las mujeres consumen más que los hombres, pero estos gastan más, sobre todos los de edades entre 30 y 45 años. Al contrario que en el alcohol, lo más que predomina es el consumo en puestos ambulantes.

Por último, el transporte más usado es el público (tranvía, guagua y taxi) esto crea dinamismo en las carreteras durante las fiestas y, debido a que el 70,54% de asistentes consumen alcohol, quizás sea esta una de las razones por las que optan por este tipo de transporte.

9. BIBLIOGRAFÍA

Ayuntamiento de Santa Cruz de Tenerife. Portal de transparencia. Recuperado de: <https://www.santacruzdetenerife.es/gobiernoabierto/transparencia/index.php?id=960>

Ayuntamiento de Santa Cruz de Tenerife. Presupuesto del carnaval. Recuperado de: https://www.santacruzdetenerife.es/web/fileadmin/user_upload/web/Ayuntamiento/Presupuestos_Generales/Presupuesto_2019/FIESTAS/PRESUPUESTO_2019/6_3_PresupuestodeGastosporProgramasOAFAR2019.pdf

Ayuntamiento de Santa Cruz de Tenerife. Ingresos del Organismo Autónomo de Fiestas. Recuperado de: https://www.santacruzdetenerife.es/web/fileadmin/user_upload/web/Ayuntamiento/Presupuestos_Generales/Presupuesto_2019/FIESTAS/PRESUPUESTO_2019/6_8_PPTOINGRESOSPOREC ONOMICO.pdf

Barreto Vargas, C.M. (1993). El carnaval de Santa Cruz de Tenerife: un estudio antropológico (tesis doctoral). Universidad de La Laguna. Canarias. Recuperado de: <https://riull.ull.es/xmlui/bitstream/handle/915/9895/cs177.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Carnaval de Tenerife. Estudio de la Sociedad de Desarrollo. Recuperado de: <http://carnavaldetenerife.com/el-carnaval-dejo-en-santa-cruz-353-millones-de-euros-en-gasto-de-residentes-y-turistas/>

Carnaval de Tenerife. Participación del carnaval. Recuperado de: <http://carnavaldetenerife.com/santa-cruz-cierra-el-carnaval-de-2019-como-el-mas-participativo-de-la-historia/>

Carnaval de Tenerife. Operativo de seguridad. Recuperado de: <http://carnavaldetenerife.com/unas-1-500-personas-trabajaran-por-la-seguridad-del-carnaval-desde-el-1-de-marzo/>

Carnaval de Tenerife. Oferta del transporte público. <http://carnavaldetenerife.com/portfolio/la-red-de-transporte-publico-incrementa-su-oferta-de-servicios-por-el-carnaval/>

Carnaval de Tenerife. Servicio sanitario. Recuperado de: <http://carnavaldetenerife.com/cruz-roja-gestionara-el-servicio-asistencial-y-sanitario-del-hospital-del-carnaval-2019/>

Diario de avisos. Impacto económico del carnaval 2019. Recuperado de: <https://diariodeavisos.elespanol.com/2019/03/un-carnaval-2019-de-record-con-35-millones-de-impacto-economico/>

Hernández Díaz, J., Hernández Albertos, G., y Acosta Leandro, M.E. (2017). *El Carnaval de Tenerife: su influencia en el sector de turístico y económico de la isla*. Universidad de La Laguna. San Cristóbal de La Laguna. Recuperado de: <https://riull.ull.es/xmlui/bitstream/handle/915/6650/EL%20CARNAVAL%20DE%20TENERIFE%20>

SU%20INFLUENCIA%20EN%20EL%20SECTOR%20TURISTICO%20Y%20ECONOMICO%20DE%20LA%20ISLA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

ISTAC. Datos de la población según sexo y edades de año en año por municipios de Canarias. Recuperado de: <http://www.gobiernodecanarias.org/istac/jaxi-istac/tabla.do?uripx=urn:uuid:04c7f230-6cc6-4612-88fc-f049d0005d72&uripub=urn:uuid:253c609d-9d81-4266-986f-13ec9da19b28>

ISTAC. Datos de la tasa de ocupación durante periodos especiales. Recuperado de: <http://www.gobiernodecanarias.org/istac/jaxi-istac/tabla.do?uripx=urn:uuid:0436c61b-543b-4ba4-bcab-19d94431aabe&uripub=urn:uuid:40dab52d-bc0e-4986-969c-05d6b9260959>

Metro Tenerife. Movilidad durante el carnaval. Recuperado de: https://metrotenerife.com/wp-content/uploads/2018/02/aytosc_transporte_carnaval_2018.pdf

Web Tenerife. Historia y orígenes del Carnaval de Santa Cruz de Tenerife. Recuperado de: <https://www.webtenerife.com/elblog/2012/02/historia-y-origenes-del-carnaval-de-santa-cruz-de-tenerife/>

10. ANEXO

Encuesta autoadministrada: *Carnavales de Santa Cruz de Tenerife 2019*

PERFIL:

1. Sexo

- Mujer
- Hombre

2. Edad

- Menos de 18 años
- Entre 18 y 22 años
- Entre 23 y 29 años
- Entre 30 y 45 años
- Más de 65 años

3. Municipio de residencia

- Adeje
- Arafo
- Arico
- Arona
- Buenavista del Norte
- Candelaria
- Fasnia
- Garachico
- Granadilla de Abona

- La Guancha
- Güímar
- Icod de los Vinos
- La Matanza
- La Orotava
- Puerto de La Cruz
- Los Realejos
- El Rosario
- San Cristóbal de La Laguna
- San Juan de la Rambla
- San Miguel de Abona
- Santa Cruz de Tenerife
- Santa Úrsula
- Santiago del Teide
- El Sauzal
- Los Silos
- Tacoronte
- El Tanque
- Tegueste
- La Victoria de Acentejo
- Villaflor
- Otra (respuesta abierta)

4. ¿Asististe a los carnavales de Santa Cruz de Tenerife este año? (pregunta filtro)

- Sí
- No

CAUSA DE NO ASISTENCIA:

5. ¿Cuál fue el motivo de no asistir?

- _____ (Respuesta abierta)

UNIVERSIDAD:

6. Actualmente, ¿pertenece a la comunidad de la Universidad de La Laguna? (pregunta filtro)

- Sí
- No

COMUNIDAD UNIVERSITARIA:

7. Ocupación

- Estudiante de grado
- Estudiante de máster
- Profesor/-a
- Administrativo/-a
- Otro (respuesta abierta)

COMUNIDAD NO UNIVERSITARIA:

8. Ocupación

- Estudiante de grado
- Estudiante de máster
- Profesor/-a
- Administrativo/-a
- Otro (respuesta abierta)

CARNAVALES:

9. ¿Cuántos días asististe?

- 1 día
- 2 días
- 3 días
- 4 días
- 5 días
- Más de 5 días

10. ¿A qué eventos fuiste? (respuesta múltiple)

- Murgas infantiles
- Murgas adultas
- Gala elección de la reina
- Concurso de comparsas, agrupaciones musicales, festival de rondalla, etc.
- Cabalgata anunciadora (viernes 1 de marzo)
- Carnaval de noche (viernes 1 de marzo)
- Ritmo y armonía (sábado 2 de marzo)
- Carnaval de noche (sábado 2 de marzo)
- Carnaval de noche (lunes 4 de marzo)
- El gran coso (martes 5 de marzo)
- Entierro de la sardina (miércoles 6 de marzo)
- Coso Infantil (viernes 8 de marzo)
- Carnaval de noche (viernes 8 de marzo)
- Carnaval de día (sábado 9 de marzo)
- Carnaval de noche (sábado 9 de marzo)

DISFRACES:

11. ¿Te disfrazaste? (pregunta filtro)

- Sí
- No

12. ¿Cuánto dinero te gastaste en disfraces?

- Nada
- Menos de 5 euros
- Entre 6 y 15 euros
- Entre 16 y 30 euros
- Entre 31 y 50 euros
- Más de 50 euros

13. ¿Con cuánta antelación compraste/hiciste el/los disfraz/disfraces? (respuesta múltiple)

- Un mes antes
- Dos semanas antes
- Unos días antes
- El mismo día

14. ¿Dónde adquiriste ese/esos disfraz/disfraces? (respuesta múltiple)

- En casa
- Tienda especializada
- Chinos
- Grandes superficies
- Internet
- Otra (respuesta abierta)

CONSUMO DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS:

15. ¿Consumiste bebidas alcohólicas en los carnavales? (pregunta filtro)

- Sí
- No

16. ¿Cuánto gastaste en productos alcohólicos?

- Nada
- Hasta de 5 euros
- Entre 6 y 15 euros
- Entre 16 y 30 euros
- Más de 30 euros

17. ¿Dónde adquiriste esos productos? (respuesta múltiple)

- Supermercado
- Hipermercado (Carrefour, Alcampo)
- Tiendas "24 horas"
- Bares-restaurantes
- Quioscos
- No compré
- Otra (respuesta abierta)

CONSUMO DE ALIMENTOS:

18. ¿Consumiste alimentos durante el carnaval? (pregunta filtro)

- Sí
- No

19. ¿Cuánto gastaste en productos de alimentación?

- Nada
- Hasta de 5 euros

- Entre 6 y 15 euros
- Entre 16 y 30 euros
- Más de 30 euros

20. ¿Dónde compraste/consumiste dichos productos? (respuesta múltiple)

- Supermercado
- Hipermercado (Carrefour, Alcampo)
- Tiendas “24 horas”
- Bares-restaurantes
- Quioscos
- No compré
- Otra (respuesta abierta)

TRANSPORTE:

21. ¿Cuánto dinero gastaste en medios de transporte? (incluidos los gastos de parking)

- Nada
- Menos de 5 euros
- Entre 6 y 15 euros
- Entre 16 y 30 euros
- Más de 30 euros

22. ¿Qué medio de transporte utilizaste?

- Tranvía
- Guagua
- Taxi
- Coche propio
- Coche compartido